



FACULTAD DE ARTES Y EDUCACIÓN FÍSICA  
DEPARTAMENTO DE ARTES VISUALES

La cultura visual de las redes sociales en relación a las Artes Visuales:  
Desarrollo del juicio crítico frente a las imágenes.

SEMINARIO DE TÍTULO – PROYECTO DE TITULACIÓN  
PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL  
PROFESOR/A DE ARTES VISUALES

Alumnos

Javiera Navarrete Verdugo  
Gabriel Retamal Muñoz

Profesor Guía

Luis Cortés



**UMCE**  
el poder transformador de la educación

# **La cultura visual de las redes sociales en relación a las Artes Visuales:**

*Desarrollo del juicio crítico frente a las imágenes.*

Trabajo para la obtención del título de Profesor/a de Artes Visuales

Gabriel Retamal  
Javiera Navarrete

Profesor guía: Luis Cortés

2022

## **AGRADECIMIENTOS**

*A mis padres Herbert y Erika, por brindarme apoyo y tranquilidad preocupándose siempre de nuestros avances en este complejo proceso, de nuestros resultados y siempre recordándome cual es mi camino.*

*A mis profesores Luis y Patricia, por guiarme en este proceso otorgándome herramientas que sin ellas sin duda no estaría donde estoy.*

*A mis amigos Ernesto, Cristóbal y Carolina, por estar ahí y acompañarme.*

*A mi compañera Javiera, por trabajar conmigo y soportarme.*

**Gabriel Retamal**

*A mi madre por acompañarme siempre y por ofrecerme comida y juguito mientras escribía.*

*A las conversaciones interesantes entre compañeros de carrera en los patios del departamento de artes que inspiraron este texto.*

*Por último, me gustaría dedicar este escrito a la Bunito, quien sufrió los últimos días de su vida en este mundo mientras yo debía concentrarme en escribir este texto.*

**Javiera Navarrete**

## **TABLA DE CONTENIDOS**

|  |          |
|--|----------|
| <b>TABLA DE CONTENIDOS</b>             | <b>2</b> |
| <b>Antecedentes y problematización</b> | <b>5</b> |

|  |    |
|--|----|
| <b>1. Pensamiento crítico</b>  | 5  |
| 2. Pensamiento crítico a través de la cultura visual   | 7  |
| 2.1. Internet: imágenes en las Redes Sociales  | 9  |
| 3. Bases curriculares de Artes Visuales  | 11 |
| 3.1. TIC en las bases curriculares   | 12 |
| <b>Problema: preguntas y objetivos</b>   | 14 |
| <b>Cultura visual virtual en la sociedad posmoderna</b>  | 16 |
| <b>La cuestión de la Visión</b>  | 16 |
| Hacia la era de la cultura visual virtual  | 18 |
| Lenguaje visual  | 20 |
| <b>Redes Sociales: los problemas de la hiperrealidad</b>   | 23 |
| Redes Sociales en internet, audiovisualidad por sobre todo   | 23 |
| Identidad, avatar dentro la multiculturalidad  | 26 |
| Hiperrealidad: Ventajas y desventajas  | 26 |
| <b>El engaño de la imagen</b>  | 30 |
| <b>Producción, consumo y necesidad de consumo ¿Quién lo hace?</b>  | 30 |
| Videojuegos, otro espacio de red social inserto en las dinámicas de consumo.                                       | 35 |
| Videojuegos  | 35 |
| <b>Construcción de un pensamiento crítico: hacia una alfabetización visual</b>                                     | 40 |
| Alfabetización visual  | 40 |
| Micronarrativas visuales   | 42 |
| El meme como imagen  | 43 |
| Meme como micronarrativa visual: ¿El meme puede ser arte?  | 47 |
| <b>Currículum chileno: alfabetizando la cultura visual de internet a través de la asignatura de Artes Visuales</b> | 52 |
| Educación artística en la posmodernidad  | 52 |
| Los problemas del currículum chileno   | 54 |
| 1. Carácter práctico   | 55 |
| 2. Cultura visual  | 56 |
| 3. Medios de difusión  | 57 |
| Cultura visual de las Redes Sociales: ¿Se integran como estrategia pedagógica en el currículum nacional chileno?.  | 59 |
| <b>Investigación</b>   | 61 |
| Propuesta metodológica.  | 61 |
| Análisis de resultados   | 68 |

|                              |    |
|------------------------------|----|
| <b>Propuesta pedagógica.</b> | 71 |
| Propuesta de Instagram       | 72 |
| Propuesta en TikTok.         | 74 |
| <b>Conclusiones</b>          | 77 |
| <b>Referencias</b>           | 82 |

# Antecedentes y problematización

## 1. Pensamiento crítico

Hace algunos años el concepto de pensamiento crítico se ha ido posicionando en los diversos discursos que rodean el ámbito educativo, destacando su valor e importancia dentro de los procesos cognitivos que se espera que desarrollen niños, niñas, jóvenes y adolescentes; sin embargo, el significado de estas dos palabras en correlación, pensamiento y crítica, no se han consolidado bajo una definición rotunda que dilucide por completo su significado, es más, los distintos campos de estudio han utilizado el término para responder a problemáticas propias, por lo que el significado se matiza según el sector que lo defina, es debido a esto que resulta necesario aclarar las condiciones y parámetros generales bajo los cuales se plantea el pensamiento crítico. Según Campos (2007), quien nos otorga una definición bastante precisa para nuestro propósito, el pensamiento crítico se entiende como una serie de procesos cognitivos y el desarrollo de una combinación compleja de habilidades intelectuales, tales como el análisis, reflexión y evaluación por mencionar lo más fundamental. Esto con el objetivo de analizar cuidadosamente y desde la lógica la información recogida para determinar su validez y/o veracidad e incluso para encontrar soluciones a una problemática.

Los procesos cognitivos que se desarrollan en el pensamiento crítico, a pesar de sonar objetivos y racionales, pasan por un intenso estado autorregulatorio dónde entran en juego aspectos valóricos personales, de esta manera, estos procesos cognitivos pasan ineludiblemente por un filtro subjetivo que depende directamente del contexto social y cultural de la persona que lo desarrolle, debido a esto no se puede definir el pensamiento crítico como un mero acto racional ya que se ve afectado fuertemente por aspectos personales y subjetivos vinculado al mundo afectivo. Por consiguiente, el pensamiento crítico se ubica dentro de un alto nivel de complejidad en cuanto a procesos cognitivos, dónde se necesita poner en práctica habilidades como la comprensión, deducción, comparación y emisión de juicios entre muchas otras. No por nada la Taxonomía de Bloom, orientada a clasificar la complejidad de los objetivos educativos dentro de una marcada jerarquización de habilidades según los niveles de dificultad que implica su desarrollo, muestra que la memoria corresponde a una de las habilidades más básicas dentro del

desarrollo de habilidades mientras que la comprensión, análisis, síntesis y evaluación se encuentran dentro de las habilidades más complejas lo que reafirma la gran dificultad que conlleva el desarrollo de un pensamiento crítico. (López, 2013)

Un aspecto importante a destacar dentro de lo que se define como pensamiento crítico, y que no ha sido incluido en la mayoría de sus definiciones, es la dimensión creativa que lo rodea. Dicha dimensión creativa se logra vislumbrar luego de haber realizado todos los procesos cognitivos que acompañan al pensamiento crítico para culminar en el juicio como la determinación de una idea o pensamiento. La creatividad constituye el principal producto del desarrollo efectivo del pensamiento crítico creando una relación de reciprocidad entre el juicio crítico y el pensamiento creativo resultante en una propuesta creativa. Utilizando términos más simples, estas relaciones se pueden entender como acciones en cadena, dónde el inicio es el desarrollo de los procesos cognitivos para llegar al pensamiento crítico sobre una cosa, idea o pensamiento, luego de haber pasado por ese análisis se llegará a una conclusión reflejada en el juicio crítico y el último eslabón corresponde a la creación como respuesta y puesta en práctica del mismo juicio. Bajo esta lógica, se entiende al pensamiento crítico como orientado a la acción o creación para dar solución a problemas que se logren identificar y que pasen por este proceso cognitivo que fundamenta los juicios y decisiones que se tomen en torno a la temática elegida. Cabe destacar que, como se mencionó anteriormente, el pensamiento crítico no se compone únicamente de la dimensión racional, por lo que hay que integrar aspectos subjetivos propios de la persona que realizará la acción, es aquí dónde lo que se decide se elige en base a creencias con un alto valor afectivo el cual será reflejado en lo propuesto por la persona, otorgándonos una diversidad de respuestas y resultados ante una misma problemática (López, 2013).

La evolución de la humanidad se ha construido gracias al desarrollo de estas habilidades; sin embargo, la parte más importante se ha conseguido gracias a la última parte del pensamiento crítico, la creación. Desde progresos tecnológicos hasta progresos sociales, todos ellos pasan por el cuestionamiento a la realidad y la verdad de sus tiempos y contextos culminando en juicios críticos desde los cuales se levantarán preguntas nuevas, creando a su vez soluciones novedosas y diversas para consolidar nuevas bases (Pacheco, 2019).

## 2. Pensamiento crítico a través de la cultura visual

La cultura visual es un concepto amplio y complejo de definir, en primera instancia puede que comprenda todo aquel imaginario visual que ha acompañado al ser humano en el transcurso de su historia. En este sentido se entiende al imaginario visual como todas aquellas imágenes, sean o no físicas, que rodean el subconsciente de diversos colectivos y que se diversifican gracias a sus múltiples particularidades.

Bajo este primer acercamiento resulta interesante entender a la cultura visual bajo la metáfora del rizoma, el cual refleja en su estructura orgánica la manera en que se construye y funciona la cultura visual. La estructura del rizoma, a diferencia de la verticalidad de la raíz convencional —un sólo tallo por raíz—, se compone por una red compleja de raíces, desde las cuales emergen varios tallos sin orden aparente. Tal como sucede en el rizoma, la cultura visual nace de la diversidad de conexiones entre personas y comunidades desarrollando la homogeneidad de las mismas, nace también del dialecto entre estos vínculos, excluyendo algún centro que dirija aquellas conexiones o una narrativa única que logre enlazarlas a todas, tal como sucedería hoy en la conectividad de internet. Por último, resulta importante destacar que gracias a la diversidad de conexiones y actores dentro de la cultura visual, hay factores decisivos que afectan directamente la producción o lectura de la misma, factores tales como la raza, sexo, género y clase social entre otros, implican que los actores miren su entorno desde su posición particular dentro de la red que conforman (Hernández, 2005, p.10 -11).

La comprensión de la cultura visual nos resulta imprescindible en la actualidad, hoy en día vivimos rodeados de imágenes, en la televisión, en los computadores o *notebooks* y más aún con los *smartphones* desde los cuales tenemos conexión directa con imágenes durante todo el día. Hemos llegado al punto dónde la frase ‘todo entra por la vista’ ha cobrado más relevancia que nunca y el mundo capitalista ha sacado provecho de ello. Tal como mencionó Mirzoeff “La cultura visual es una táctica para estudiar la genealogía, la definición y las funciones de la vida cotidiana posmoderna desde la perspectiva del consumidor, más que de la del productor” (1999, p.20), hoy, después de más de 20 años, la condición de consumidor antes que productor, ha ido en potencial aumento. Este antecedente nos lleva a concebir la cultura visual como un aspecto que debe estudiarse desde una postura crítica, dónde la riqueza de la experiencia visual no quede separada

de la habilidad para analizar y cuestionar lo observado, dónde el consumo no se quede en la pasividad del acto mismo.

Debido a la masificación de lo visual gracias a la globalización, es imposible aislarse y dejar de lado este banco de imágenes mentales cuando de pensar se trata, esto lleva a pensar que la cultura visual se volvió algo intrínseco en la vida diaria de las personas (Mirzoeff, 1999). En el ámbito artístico la cultura visual resulta en una fuente de inspiración inagotable pero también difícil de flanquear, dejando la creatividad como una tarea algo complicada y que, a menos que sea muy innovadora, no estará exento de comparaciones. El Internet se ha convertido en una presencia potente y casi inevitable que nos invade y bombardea con imágenes, dentro de este espacio virtual/social que nos otorgan hoy en día las Redes Sociales, espacio predilecto de las juventudes para su comunicación, se puede decir que abundan una cantidad innumerable de imágenes 'basura' creadas para engañar o simplemente reproducciones de ideas erróneas que sin una mirada reflexiva no aportan al desarrollo del pensamiento crítico, puesto que pueden desinformar al espectador y/o deformar la propia visión de mundo que este tenga hasta el punto de distorsionar un sentido de falsa realidad, esto sumado a que las imágenes de la virtualidad se crean en un no-espacio y que no necesitan de la realidad física para su configuración ni autores identificables, prestan las condiciones perfectas para que el consumo pasivo sea un peligro para el desarrollo de las individualidades de los espectadores.

El pensamiento crítico, alrededor de la cultura visual, está estrechamente relacionado con la comprensión de las imágenes cotidianas, revisando tanto lo que se observa cómo aquello que está fuera de lo que se ve, con ello se logra la independencia sobre la imagen teniendo así un mayor control al saber interpretarlas. El desarrollo de este pensamiento debería encontrar su naturaleza dentro de espacios pedagógicos, especialmente dentro de las artes visuales, ya que en estos lugares convergen naturalmente las culturas visuales propias de las juventudes y sería fructuoso llegar al análisis desde esos colectivos. El desarrollo del pensamiento visual se presenta como una opción interesante para sacar provecho al análisis crítico de la cultura visual en la que estamos inmersos, más aún dentro de espacios escolares.

El pensamiento visual tiene por objetivo adoptar como estrategia de análisis la forma más primitiva y fundamental que permite al ser humano comunicarse entre sí y relacionarse con el

mundo, la imagen. Todo aquello que vemos tienen la capacidad de entregar información de manera inmediata, causando sensaciones y emociones de manera instintiva, además, la visión está innegablemente en contacto directo con la realidad, de esta manera se espera que se concientice sobre los procesos inconscientes que causan en nosotros lo que vemos. Para el desarrollo del pensamiento visual se requiere necesariamente de otros individuos, ya que tiene como estrategia la transmisión ágil de información por medio de la visión, este trabajo en colectivo pretende llegar a análisis complejos en conjunto mediante el trabajo colaborativo (Púñez, 2017)

Las relaciones entre cultura visual y pensamiento crítico se ven reflejadas al entender a este último como un proceso desarrollado a través del estudio y análisis para observar de forma razonable y lo más objetivo posible, desde donde podamos ver imágenes y criticar tanto el contenido como su finalidad, sin caer en la creencia pura y ciega. Previamente se mencionó que, debido a la masificación de la imagen, es posible que la realidad visual y por tanto mental de un sujeto se vea deformada con lo socialmente establecido si es que este no somete aquellas imágenes que consume a un análisis profundo, de ahí la importancia de comprender el universo que esconden las imágenes, considerando aquella información tanto teórica que la acompaña como la información sensorial y afectiva que intrínsecamente transmite lo que vemos.

### 2.1. Internet: imágenes en las Redes Sociales

El internet nos ha colmado de imágenes que, queramos o no, se ha vuelto parte de nuestro imaginario y ha transformado a las personas en sujetos hiperconectados. La globalización y masificación de estos medios ha permitido que se tornen más fáciles de usar, todo con el objetivo de llegar a más público sin necesidad de que este tenga conocimientos especializados en tecnología, volviendo su uso lo suficientemente intuitivo (Sánchez, 2015).

La democratización de la tecnología y específicamente del internet y sus Redes Sociales ha traído consigo la normalización, y por ende la banalización, del uso de esta, provocando que las personas no sean capaces de ver la importancia e incidencia de ellas en sus vidas. La masificación del internet ha significado que la realidad de la gente se vea trastornada puesto que no hay una mirada entrenada que permita detectar los errores en el contenido audiovisual ni mensajes escondidos detrás de ellos, resultando difícil para el ojo común descubrir información falsa o engañosa, situación que han aprovechado grandes empresas, grupos sociales con gran

influencia y gobiernos entre muchos otros para transmitir mensajes a su conveniencia, en otras palabras, hoy en día nos encontramos con una gran cantidad de gente común que utiliza internet a modo de consumidores pasivos de contenido, por otro lado nos encontramos a un pequeño grupo de personas —entendidos en el tema de internet y las Redes Sociales— que producen el contenido que será consumido por los demás, serán estos últimos quienes tendrán el control de los mensajes transmitidos a las personas a través de sus productos y rara vez serán cuestionados.

Con lo dicho, no se busca demonizar internet ni poner las imágenes y las Redes Sociales lo más bajo posible. Específicamente las Redes Sociales, especialmente Facebook, Instagram o TikTok, resultan ser espacios donde impera la visualidad por sobre el texto, el formato de la imagen, tal como mencionamos anteriormente, ha triunfado en internet por la inmediatez de su lectura y la facilidad de la misma, por lo que se vuelven herramientas sencillas y cercanas para la comunicación entre personas. Por otro lado, gracias a su característica virtualidad, otorgan un espacio virtual particular para cada persona, espacio democrático que puede ser utilizado por sus propias voces, sin embargo, esta decisión pasa por el usuario, siendo éste el que decide si asume un rol de observador/consumidor pasivo o un observador/creador activo.

Una manifestación visual que resulta ilustrativa del desarrollo natural de las imágenes en internet y sus Redes Sociales son los memes, imágenes que encuentran su origen en el humor pero que muchas veces conllevan complejos procesos de análisis de quienes lo producen o replican. Dawkins (1976) hablaba de genes replicadores, aspecto que ha funcionado para entender la dinámica de los memes. Esta repetición de imágenes dentro los medios digitales ha conseguido efectos muy sorprendentes, como lograr dar fama aleatoria a personas totalmente desconocidas, sólo porque alguien encontró en aquella imagen una relación satírica con su contexto y aquello representa alguna parte de la sociedad que habita, otras veces se viralizan imágenes que aparentemente carecen de sentido al no tener contexto y es precisamente eso lo que representa a un segmento juvenil de la población, sin embargo, lo que tienen en común todas estas producciones y repeticiones de imágenes es que son anónimas por lo que su reproducción y éxito depende de personas que no necesariamente deben comprometer su identidad con sus elecciones, aspectos que terminan por revelar naturalmente la cultura visual de las nuevas generaciones. De esta forma, nace una nueva intimidad que se construye dentro de las Redes Sociales y donde el sujeto es el único constructor, reflejando los intereses, deseos y necesidades, sean o no conscientes

de ello. Se crea así una máscara, que sirve como avatar dentro de lo digital y como protección de nuestros cuerpos ante las miradas.

### **3. Bases curriculares de Artes Visuales**

Las bases curriculares de la asignatura de Artes Visuales vigentes en Chile hasta el momento plantean una estructura basada en 3 ejes transversales a todos los niveles del sistema escolar chileno, los cuales son: Expresar y crear visualmente, Apremiar y responder frente al arte y Difundir y comunicar. Estas temáticas se plantean con el objetivo de promover el pensamiento creativo y crítico (MINEDUC, 2016a).

La perspectiva sobre el cual se plantean estas bases curriculares entiende a la asignatura de Artes Visuales desde la multidisciplinariedad, incluyendo dentro de sí aspectos propios de las demás asignaturas del currículum. Se espera que estas conexiones entre asignaturas promuevan en las y los estudiantes habilidades que potencien las Artes Visuales a través de la experimentación e investigación, así desarrollarán la imaginación, la expresión, la creación y la comunicación en torno a las artes (MINEDUC, 2016a, pág. 315). Por otro lado, se entiende que el objetivo de desarrollar el pensamiento creativo y crítico se obtiene mediante la apreciación, interpretación y reflexión crítica que debe lograr la o el estudiante ante su entorno, se señala que:

La respuesta frente al arte, propia y de otros, se nutre del conocimiento y comprensión del contexto de cada obra, lo que se potencia con el desarrollo de investigaciones artísticas orientadas a la reflexión y análisis en función de la apreciación y de la expresión. (MINEDUC, 2016a, pág. 316)

Ya presentadas las bases actuales que sustentan el diseño de la propuesta curricular del Ministerio de la Educación chileno, corresponde indagar en su concordancia con las propuestas de ejecución. Dentro de la propuesta del programa se plantean diversos objetivos de aprendizaje que se suscriben a los tres ejes mencionados anteriormente, donde se evidencia que dichos objetivos tienen su énfasis en el eje de expresar y crear visualmente siendo el más repetido, sin embargo, se debe comprender que la propuesta creativa surge por el desarrollo de procesos muy complejos que requieren de tiempos y ejecuciones adecuadas a su complejidad. Desde esta

perspectiva es que se percibe una leve tendencia a lo procedimental antes que lo conceptual, que si bien, no es algo ajeno a las artes visuales como disciplina, se debiese entender que lo procedimental no existe sin lo conceptual y que lo conceptual no sirve sin lo procedimental, más aún en espacios educativos dónde muchas veces nos encontramos con mucha incertidumbre por parte de los estudiantes al pedir producciones sin contextualizaciones ni contenido previo. En síntesis, las relaciones entre el pensamiento crítico, que se impone como como consigna en la presentación de las bases curriculares, se pueden ver en alguna medida desarticuladas ante los objetivos de aprendizaje, dónde al enfatizar el desarrollo de las artes en lo procedimental se evidencia un carácter instrumental propio de la lógica del consumo (Silva et al., 2020). Dentro de aquello cabe destacar la importancia de generar y valorar las experiencias personales, las cuales son el primer paso para conocer y cuestionar el mundo, postura que, si bien se contempla en las bases curriculares queda relegada a un segundo plano a la hora de su ejecución, esperando que su desarrollo sea intrínseco al desarrollo procedimental (Silva et al., 2020).

### 3.1. TIC en las bases curriculares

Otro aspecto importante que revisar del currículum es el manejo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en artes visuales. Tal como se mencionaba anteriormente, y tratando de integrar el contexto actual, el currículum pretende tener una perspectiva multidisciplinar y dentro de aquello es que consideran las TIC como herramienta de obtención de conocimiento y reproducción del mismo. Es así que las bases curriculares promueven el desarrollo de un nivel básico y medio que se traduce en trabajar con búsqueda y selección de información, crear y compartir información y herramientas para la profundización de los aprendizajes. (MINEDUC, 2016b, pág. 18)

Aunque se observen las intenciones de las bases curriculares para adaptarse al mundo hiperconectado en el que vivimos, es inevitable sentir que este acercamiento es un tanto anticuado ya que funciona meramente como un complemento académico, además de lejano a las juventudes de hoy en día quienes han nacido con la tecnología en la mano y se prevé que cada generación nueva estará más inmersa en la tecnología que la anterior. Desde esta perspectiva es que resulta inútil que el objetivo de las TIC sea dar los primeros pasos para introducirse en el mundo digital siendo que las y los jóvenes nacieron y nacerán con ese mundo integrado, por otra parte, el uso

de las TIC estipulado por las bases curriculares se queda en meras sugerencias y simples enunciados por cada asignatura, aquello evidencia un bajo entendimiento de la importancia de las TIC en el desarrollo integral del individuo, desconociendo el contexto que nos rodea y el futuro que se proyecta.

La asignatura de Artes Visuales se podría considerar uno de los espacios predilectos para el desarrollo de las TIC, entendiendo que la imagen cubre gran parte de este espacio y que las y los jóvenes no son ajenos a esto, de esta manera la asignatura podría utilizar estos recursos para generar interés en las juventudes y tratar temas de su contingencia, incluyendo la cultura visual que han desarrollado en los espacios virtuales como herramienta pedagógica. Es así que se sugiere la utilización del imaginario desarrollado en Redes Sociales, las cuales son de uso diario para los jóvenes, como una fuente válida para entender las artes visuales y para la generación del pensamiento creativo y de producciones propias.

## Problema: preguntas y objetivos

De acuerdo con todo lo anterior, resultan evidentes las grandes problemáticas que rodean al ámbito de la cultura visual, las Redes Sociales y cómo estas se abordan en los espacios pedagógicos con las y los jóvenes. En un primer acercamiento se observa que la cultura visual es una rica fuente de inspiración a la hora de la creación personal, sin embargo, el problema surge en nuestro rol frente a ella. Por otra parte, se presenta al espacio virtual de internet — específicamente de las Redes Sociales— como un centro de cultivo para la cultura visual de las juventudes, agregándoles un carácter global y democrático que puede ir en beneficio o desmedro del rol que asume la o el joven como espectador. Por último, la asignatura de Artes Visuales puede significar un espacio facilitador de alfabetización para comprender las imágenes de las Redes Sociales y someterlas a juicios críticos que ayuden a las y los estudiantes para un desarrollo integral en un mundo hiperconectado como es en el que vivimos hoy en día.

De esta forma resulta necesario encauzar lo escrito en preguntas pertinentes a las problemáticas planteadas, es así que surgen las siguientes interrogantes: ¿Cómo se desarrolla la cultura visual en las Redes Sociales de internet?, ¿Cómo influye la cultura visual en los procesos y creaciones artísticas de las juventudes?, ¿Cómo gestionar los recursos visuales presentes en el imaginario de las juventudes para la inspiración en la creación visual desde el pensamiento crítico? y ¿Cuál es la mejor manera de abordar la cultura visual presente en las Redes Sociales utilizadas por las juventudes dentro del currículum educacional chileno?.

Como cierre de este apartado, es pertinente establecer objetivos que orientarán la producción de este escrito:

**Objetivo General:** Promover la construcción de un pensamiento crítico en las juventudes consumidoras de Redes Sociales a partir de tensiones entre la cultura visual de internet (Redes Sociales) y la asignatura de Artes Visuales.

**Objetivos específicos:**

1. Relevar la importancia de las imágenes en los espacios virtuales de las juventudes.
2. Analizar la influencia de las imágenes consumidas en los espacios de comunicación virtual.
3. Proponer una vinculación entre las imágenes presentes en la cultura visual actual de las juventudes con el lenguaje visual como campo propio de las Artes Visuales.
4. Propiciar la creación en base a una postura crítica propia (juventudes) sobre la cultura visual actual.

# Cultura visual virtual en la sociedad posmoderna

## La cuestión de la Visión

Durante la prehistoria y sus primeros seres humanos, la visión se consagró como uno de los sentidos más importantes para la supervivencia de la especie, esto debido a que la mayor parte de la percepción del mundo que nos rodea, tal como son las situaciones de riesgo o peligro, las entendemos a través de las imágenes que logran captar nuestros ojos y que rápidamente son traducidas en información para nuestro cerebro. Si bien, no corresponde ahondar en aspectos físicos o biológicos del funcionamiento de la vista, es importante recordar que gracias a esta podemos codificar la información de aquello que vemos de manera casi inmediata, tal como menciona Walter & Chaplin (2002), “el sentido de la vista es, y siempre ha sido, el más importante a causa de la enorme cantidad de información sobre el mundo externo que aporta al cerebro (un setenta por ciento, más que todos los otros sentidos combinados)”. (p. 41). Bajo la importancia del sentido de la vista es que resulta concordante que las primeras representaciones visuales surjan con la misma historia de la humanidad, durante el periodo paleolítico.

En este punto es necesario destacar que, aunque la visión es el sentido más importante, no es incapacitante para la percepción del mundo, así las personas ciegas deben desarrollar a mucha más profundidad los sentidos del oído o el olfato, sentidos considerados secundarios a la hora de conectarse con la realidad por medio de las sensaciones fisiológicas, de la misma manera, las personas que utilizan la vista no pueden acotar su percepción de mundo únicamente a aquello que perciben por medio de este sentido, sino que se necesita el uso de todos los demás como complemento para una mejor y más completa experiencia.

Si bien, el primer acto de la vista corresponde a que el ojo capte —en una primera instancia— estímulos visuales externos, para llegar a una percepción visual es necesario pasar por dos fases más, la primera corresponde a una fase fisiológica: aquí la información es traducida automáticamente al cerebro por medio de impulsos eléctricos, el ojo tiene un rol

pasivo y capta únicamente información lumínica como formas y colores. La segunda fase corresponde a la psicológica: aquí la información es organizada e interpretada por el cerebro (Viracocha, 2014, p.10), es aquí donde las cosas se complican. La decodificación de información por parte de nuestro cerebro escapa de los meros procesos fisiológicos e implica procesos ligados al mundo afectivo de la persona que los lleva a cabo, es así que el proceso de traducción de información se ve fuertemente influenciado por las experiencias de vida previa de cada individuo, de esta manera, las relaciones entre personas rodeadas de un contexto socio-cultural ubicados en un tiempo-espacio específico, establecerán parámetros que pueden ser conscientes o no sobre la forma de representar las imágenes o cómo nos relacionaremos con aquello que vemos, en definitiva, afecta la forma en que nos relacionamos con el mundo visual de acuerdo con lo que es aceptado por la colectividad de quienes las representan. (Saavedra, 2003). Resumido acertadamente por Walter & Chaplin (2002), “Los observadores no son simplemente un par de ojos; tienen mentes, cuerpos, género, personalidades e historias” (p.41)

La percepción visual es la manera de conectar a la persona sensorial con la realidad experiencial, esta conexión termina por hacerse efectiva al momento de amalgamar todos los procesos implicados en el acto de ver, de esta manera se entiende la universalidad de la experiencia visual. Arnheim (2006) lo recuerda bajo la lógica de la psicología Gestalt, de esta manera resultaría incorrecto analizar un fenómeno natural por sus fragmentos individuales y sería imposible obtener una totalidad por partes aisladas. De acuerdo a estudios de la Gestalt “Quedó patente que mirar el mundo requiere un juego recíproco entre las propiedades aportadas por el objeto y la naturaleza del sujeto observador” (Arnheim, 2006, p.20)

La importancia de la visualidad a la hora de experimentar el mundo, junto con el natural e instintivo interés que desarrolla el ser humano para expresarse mediante imágenes terminaron por llenar la historia de la humanidad de registros visuales. Las imágenes recalcan su rol dinámico a lo largo de toda su historia, por dar algunos ejemplos, en la prehistoria servía con motivos rituales y espirituales, en la edad media servían como medio para educar/dominar a los pueblos analfabetas con mensajes bíblicos, sin embargo, con la invención de la imprenta y el desarrollo de la época ilustrada sucedió algo que marca un antes

y un después respecto al rol de la imagen, el texto se democratizó y las personas comenzaron a leer y a utilizar el texto como medio predilecto para comunicar, la imagen pasó a tener un rol meramente ilustrativo de aquello escrito y se privilegiaba como información fiable aquella presentada mediante la palabra escrita, esta condición prevaleció durante mucho tiempo y aún en la actualidad se perpetúa en espacios académicos.

Hoy vivimos una inflexión y tensión constante en la relación imagen-texto, todo gracias al rápido avance de la hipervisualidad como resultado del desarrollo de internet, que ha abierto un gran campo que privilegia las primeras impresiones y por ende la visualidad como medio rápido y eficaz para comunicar, en contraste con espacios académicos que no validan estas expresiones, despojándolas de veracidad si se presentan en espacios con algún tinte formal. Es así que entra en discusión la visualidad como medio para obtener la verdad, frases contrapuestas como “ver para creer” y “las apariencias engañan” engloban una serie de problemáticas que terminan por cuestionar el rol de la visualidad en la sociedad actual (Walter & Chaplin, 2002, p. 38).

### **Hacia la era de la cultura visual virtual**

Si la forma en que entendemos la cultura como el resultado de la expresión humana, expresiones ligadas a las cosmovisiones desarrolladas por grupos de personas, en tal caso, la cantidad de culturas en el mundo es directamente proporcional a las cantidades de colectivos que se puedan formar en las diversas sociedades. De esta manera la cultura se presenta tan dinámica como el propio ser humano sin quedar exenta de los cambios y evoluciones de la misma sociedad. En coherencia con lo anterior y gracias al contexto de la época, el último siglo ha tensionado aquello que definimos como cultura, ya que la globalización, la hiperconexión y la multiculturalidad han terminado por poner en jaque la construcción tradicional de la misma, borrando los bordes que las distinguen entre sí y entre los grupos de personas que las construyen, dando paso a una crisis cultural manifestada en hibridaciones de identidades, terminando tal vez con el fin absoluto de la cultura tal como se conoce.

“Cultura visual” puede definirse como conjunto de representaciones visuales que forman el entramado que dota de significado al mundo en el que viven las personas que pertenecen a una sociedad determinada. Es el conjunto de productos visuales que pueblan nuestra cotidianidad y dan origen a la identidad del individuo contemporáneo. (Acaso, 2006, p.18)

La era de la cultura visual, concepto que surge como posible respuesta al caótico campo de conexiones entre cultura e imagen que ha terminado en una profunda crisis de identidades. El aspecto principal de la cultura visual radica en su carácter posmoderno, el cual aborda la hipervisualidad en el contexto multicultural, posicionándose, como menciona Efland et al. (2003), en un mundo descentrado donde los elementos producidos por sujetos pertenecientes a una cultura no pueden entenderse sin su contexto de origen (p. 52), aun así, esos orígenes tienen una procedencia difusa. La era de la cultura visual —entendida entre las eras moderna y posmoderna— se ve enmarcada dentro de la mediatización producto de los avances tecnológicos, con seres omnipresentes encarnados en los medios de comunicación o las Redes Sociales de internet que nos han vuelto dependientes a la realidad fragmentada que en ellos se representa o quieren representar (Walter & Chaplin, 2002, p. 43), esta característica hace que entender y sistematizar la cultura tradicional dentro de la era de la cultura visual posmoderna sea prácticamente imposible ya que sumada a la dimensión real y física de aquello que se observa tangiblemente le debemos sumar una dimensión etérea, definida por el espacio digital y que suma variables en la construcción de identidades culturales basadas en apariencias, sin sujetos tangibles detrás de ellas.

La virtualidad en los espacios digitales se entiende comúnmente como algo que aparentemente existe, pero no se encuentra en el plano físico de la realidad, sin embargo, el creciente uso y predilección de estos espacios por jóvenes y adolescentes provoca cuestionarse si aquel espacio se trata de una existencia aparente o más bien se trata de una nueva forma de existencia en la realidad. El espacio virtual, con orígenes en los avances tecnológicos y específicamente con el desarrollo de internet, abrió los horizontes hacia nuevas posibilidades de interacciones interpersonales que los sitios web como chats, blogs y en definitiva las Redes Sociales supieron utilizar para responder a la necesidad social

inherente al ser humano, de esta manera acapararon la mayoría de las relaciones comunicativas entre personas/usuarios, quienes se ven enfrentados a un espacio sin precedentes, dónde no hay personas sino que usuarios, dónde no hay caras sino que avatares y lo más importante, no hay procedencia física, de esta manera se crean nuevas formas de relaciones, nuevos códigos de comunicación y por ende nuevas formas de entender la construcción cultural.

Claro ejemplo de la importancia de este espacio fue el fenómeno social ocurrido durante el año 2020 mientras se desarrollaba la pandemia de COVID-19, dónde a causa de las cuarentenas mundiales y el confinamiento obligatorio impuesto por los gobiernos, la mayoría de las interacciones sociales se remitieron únicamente a estos espacios virtuales, reuniones familiares, con amigos, de trabajo y estudio por medio de videollamadas, chats y Redes Sociales suponen la dirección en la que avanzan las relaciones interpersonales, que si bien no reemplazan los espacios físicos, nos otorga otra dimensión hasta ahora poco explorada pero que va en un marcado aumento.

## **Lenguaje visual**

“La escuela y la familia han sido tradicionalmente los agentes encargados de transmitir el conocimiento a los individuos, fundamentalmente a través del lenguaje oral y escrito, pero en la sociedad actual no hay ninguna duda de que son los medios de comunicación de masas los que han tomado el relevo a través del tipo de comunicación que más desarrollo a alcanzado con las nuevas tecnologías: el lenguaje visual.” (Acaso, 2006, p.29)

Nos sorprenderíamos de la cantidad de imágenes —ya sean fotografías, ilustraciones, videos, gifs, entre muchas otras— que consumimos solamente un día de nuestra rutina diaria y cuántas de ellas las consumimos en espacios digitales, nos sorprenderíamos aún más sabiendo que este último número va en aumento debido a que las nuevas generaciones pasan

cada vez más tiempo viendo las pantallas de sus dispositivos tecnológicos con acceso a internet.

“Una imagen es un sistema de representación a través del lenguaje visual” (Acaso, 2006, p.15). Al igual que el lenguaje escrito y los múltiples códigos que lo componen como las letras y signos de puntuación entre otros, el lenguaje visual también posee los suyos propios. Se habla entonces de la comunicación que se transmite mediante estímulos visuales, dicho lenguaje se compone de elementos básicos como el punto, la línea, el plano, el volumen, el color entre muchos otros códigos. Dichos elementos tienen la finalidad de comunicar un mensaje a su espectador, el cual muchas veces recibe sin tener conciencia concreta de cuál es el mensaje que se le transmite, más bien asocia su respuesta a sensaciones abstractas, sin embargo, hay otras ocasiones donde el mensaje se trata de una idea concreta con grandes discursos detrás y de fácil lectura, de esta manera los mensajes transmitidos por el lenguaje visual pueden leerse de manera objetiva o subjetiva, con una sola interpretación o varias de estas. Si bien los componentes del lenguaje visual son objetivos y se pueden analizar y leer de esa forma, el consumidor común de contenido visual ve modificada su forma de lectura de acuerdo a la cultura visual en que se encuentra inmerso, respondiendo de esta manera a la lógica de sistemas representacionales particular del grupo al que pertenece.

Todas las imágenes que nos rodean tienen la intención de comunicarnos algo y las preguntas que nos surgen a raíz de aquello son ¿Quién está detrás del mensaje?, ¿Qué nos quieren decir?, ¿Qué quieren conseguir?, ¿Cómo veo las imágenes y cómo la ven los demás? es entonces que surge la gran problemática de la producción y el consumo de imágenes del siglo XXI, tal como se ha mencionado reiteradamente en párrafos anteriores, el hecho de que estemos en una época donde la cantidad de imágenes producidas y consumidas es abrumadoramente mayor al que nos podamos imaginar, nos lleva ineludiblemente a preguntarnos por los efectos de dicho bombardeo de imágenes. Al conocer el rol comunicativo de la imagen también se afirma su rol como constructora de conocimiento, de esta manera asumimos que al ver cada imagen ellas nos están entregando información sobre cómo nosotros vemos el mundo, y cómo lo veremos en el futuro, sobre qué encontraremos bello o agradable y qué no, sobre nuestros anhelos y nuestros miedos. Es por esto que

debemos cuestionarnos la intencionalidad detrás de cada imagen que vemos, saber qué estamos viendo es el primer paso para comprender que hay detrás del mensaje que nos están queriendo transmitir y quienes están articulando dichos mensajes (Acaso, 2006, p.15).

# Redes Sociales: los problemas de la hiperrealidad

## Redes Sociales en internet, audiovisualidad por sobre todo

La revolución cultural que supuso el avance del internet como medio global de comunicación trajo consigo una nueva forma de entender las interacciones entre individuos, o más bien, usuarios con el contenido virtual. Cárdenas (2021) resalta la posibilidad que tiene el espacio virtual de copiar y compartir cualquier tipo de archivo entre computadores desde distintas plataformas multimediales de internet, dinámica que se caracteriza por el uso del hipertexto — vinculación no secuencial de información— compuesto de contenido híbridamente visual y auditivo para proporcionar una experiencia multisensorial (p.125), de esta manera se facilita la transmisión de contenido y propicia que el consumo de lo audiovisual por usuarios vaya en camino a ser su contenido predilecto.

Sánchez (2015) categoriza acertadamente la lectura de aquello que llamamos internet, dentro de este mundo virtual nos encontramos con distintos sitios, los cuales desarrollan dinámicas propias que determinan sus diferentes maneras de construir interacciones sociales entre usuarios, de gestionar e intercambiar información y de crear, producir y consumir su contenido (p.165). Es por ello que se debe ahondar en las características propias de las Redes Sociales cuya lógica radica en hacer que la comunicación sea lo más rápida posible, que llegue a cualquier persona dentro de la plataforma y que logre atraer nuevos usuarios a su sitio. Gracias a la naturaleza social del ser humano es que las Redes Sociales han gozado durante mucho tiempo de una gran popularidad, independiente de la plataforma popular de turno todas responden a la necesidad de comunicar y crear relaciones interpersonales con otros usuarios, además de que todo indica que esa popularidad seguirá aumentando.

La frase “una imagen vale más que mil palabras” ha cobrado especial relevancia en el último tiempo y hoy en día se podría reemplazar por la frase “un video vale más que mil imágenes”. La imagen y todo contenido audiovisual genera respuestas casi automáticas en el cerebro y si, por ejemplo, vemos un video de un cachorro gatuno, sin siquiera analizar la situación el cerebro

automáticamente enviará señales de que lo que estás viendo te debería suscitar diversas emociones y sentimientos. Es por esta inmediatez en la trasmisión de información que las Redes Sociales han comenzado a adoptar el contenido audiovisual como medio predilecto de comunicación.



**Figura 1.** meme de un gato famoso por cómo duerme.

El rol de lo audiovisual en las Redes Sociales se evidencia claramente al visitar cada una de ellas, por ejemplo TikTok<sup>1</sup>, la red social que se hizo popular recientemente entre jóvenes y adolescentes, únicamente al entrar nos bombardea con videos de máximo tres minutos, los cuales se reproducen automáticamente sin siquiera preguntar si lo quieres ver o no y si el contenido no es lo suficientemente interesante para ti, sólo basta con un *swipe up* o deslizar hacia arriba para ver el siguiente, en Instagram<sup>2</sup> sucede algo similar pero el mayor producto de consumo son las imágenes, tal como se ve en la figura 1, se crean perfiles que imitan la galería de fotos del celular donde la variedad de imágenes son el primer impacto visual durante su uso, por otro lado Facebook<sup>3</sup>, si bien ya no es tan popular entre las juventudes y en sus inicios la dinámica se basaba en la producción de pequeños textos, hoy en día se ha sumado a la tendencia visual incorporando las imágenes y videos como contenidos principales, imitando las dinámicas de TikTok e Instagram, WhatsApp<sup>4</sup> por su parte, terminó de evidenciar a toda claridad la importancia de la imagen en las

---

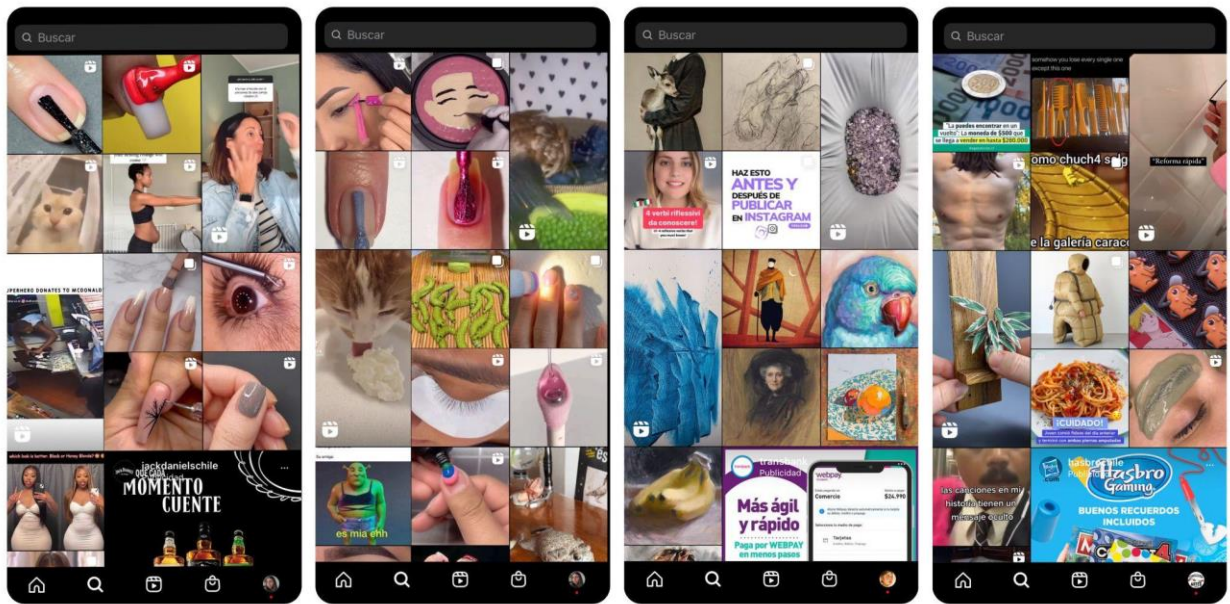
<sup>1</sup> **TikTok**, Red Social desarrollada por ByteDance el 2016 en China.

<sup>2</sup> **Instagram**, Red Social desarrollada por Meta el 2010 en Estados Unidos.

<sup>3</sup> **Facebook**, Red Social desarrollada por Meta el 2004 en Estados Unidos.

<sup>4</sup> **WhatsApp**, Red Social desarrollada por WhatsApp LLC (Meta) el 2009 en Estados Unidos.

Redes Sociales, si bien todas las redes mencionadas con anterioridad se utilizan para la comunicación, WhatsApp utiliza la comunicación escrita directa mediante chat, espacio que uno supondría que privilegiaría el texto, sin embargo, cada vez incluyen más recursos visuales para dicho fin, desde emoticones, gifs y últimamente stickers, han terminado por reducir la comunicación escrita a imágenes e iconos que son mucho más fáciles de leer y rápidos de entender para el receptor del mensaje. Por último, todas estas Redes Sociales han implementado la función de Historias que son cápsulas de videos o imágenes que pueden o no incluir texto o música de complemento, que duran máximo 60 segundos y que desaparecen en un día.



**Figura 2.** Capturas de pantalla de la página 'explorar' desde diferentes cuentas de Instagram.

Todo el contenido audiovisual que nos presentan las Redes Sociales termina por construir en nosotros dinámicas de consumo casi obsesivas gracias a que los desarrolladores son grandes conocedores de la psicología humana y sacan provecho sus comportamientos más primitivos, ejemplo de aquello es el provecho que sacan del temor a la escasez, dónde nos obligan a ver videos que quizás no nos interesan sólo por el hecho de decirnos que desaparecerán en veinticuatro horas. Esta necesidad patológica de consumir videos e imágenes, de la cual muchos no estamos conscientes, ha terminado por construir en el espacio de las Redes Sociales una realidad paralela,

dónde el contenido que se nos presenta resulta muchas veces más real que la propia realidad física, Acaso (2006) llama a aquel fenómeno, dónde la realidad y la representación se confunden, como la hiperrealidad, este concepto se presenta como una segunda realidad que muchas veces tiene más influencia en nuestro pensamiento, decisiones y forma de ver el mundo que la propia realidad (p.17).

### **Identidad, avatar dentro la multiculturalidad**

El espacio infinito que supone el espacio virtual ha otorgado un espacio aparentemente democrático que propicia la construcción de diversas identidades, ya sean colectivas o individuales. La mayor parte de los perfiles personales que encontramos en las Redes Sociales se componen casi en su totalidad por imágenes y videos, este contenido terminará por componer la primera impresión que tendrán los demás usuarios de la persona propietaria del perfil revisado, es por esto que el propietario del mismo escogerá minuciosamente cada contenido audiovisual que aparecerá en su perfil, así tendrá un control casi absoluto sobre lo que quiere expresar y comunicar de la propia identidad hacia el resto de la comunidad. Sánchez (2015) plantea que la evolución de la imagen en Redes Sociales ha terminado por ser avatarizada resaltando su rol representacional. Ejemplo claro de aquello son las fotografías que en conjunto presentan por sí mismas una identidad y que puede estar o no acompañada de información, identidades que tienen como eje central la construcción/deconstrucción a partir de la propia imagen (p.163 - 164). En definitiva, aquello que mostramos en Redes Sociales indudablemente muestra partes importantes de nuestra propia identidad y es por lo mismo que muchos quienes desean comprender la lógica posmoderna de la sociedad encuentren en estos lugares el punto de partida para levantar verdaderos estudios etnográficos.

### **Hiperrealidad: Ventajas y desventajas**

En nuestras cuentas de Redes Sociales tenemos la posibilidad de interactuar con gente de cualquier parte del mundo, esta condición supone que muchas de las personas con las que interactuamos —entendiendo interactuar como chatear, comentar, dar *like* o simplemente consumir su contenido— no nos conozcan físicamente. Esta situación se traduce en una sensación

de libertad para la propia expresión en el espacio de internet, tal como menciona Sánchez (2015), potencia el desarrollo de las autobiografías, autonarrativas, autoimágenes y autodiscursividades, aspectos centrados en el autodescubrimiento del individuo (p. 165), es así que la realidad física no es restrictiva de estos espacios por lo que podemos mostrarnos siempre con nuestro maquillaje favorito, el color de pelo que más nos apetezca o más allá aún, podemos expresar partes de nuestra personalidad y perspectivas de mundo de la manera más exagerada y absoluta sin que alguien de nuestro entorno se preocupe por algún desequilibrio mental, en efecto creamos identidades performáticas comprometidas con su *statement* sin dejar de ser parte de nuestra realidad —donde nos expresamos de forma pasiva— es por esta razón que el diseño de un perfil en Redes Sociales resulta tan atractivo para las juventudes, cuya etapa de desarrollo se centra en la socialización y construcción de identidades. Ruiz-Corbella & De Juanas, (2013) recalcan que las identidades de las y los jóvenes se están configurando bajo las dinámicas de las Redes Sociales, haciendo “[...]posible múltiples identidades digitales en diferentes planos de actuación, en los que, incluso, está presente el anonimato como vía de interrelación.” (p. 104)

Si bien la idea de la libertad sobre el contenido que subimos o compartimos en Redes Sociales podría dejar entusiasmado a cualquiera, los peligros que acaranean inherentemente las grandes libertades hacen que debamos caminar por estos terrenos con algo más que solo cautela. Uno de los errores más comunes de los usuarios en Redes Sociales es confundir la realidad con aquello que ven representado por fotografías, ilustraciones o videos en medios digitales, el avance de herramientas de edición gratuitas e intuitivas para cualquier mano inexperta permite retocar cualquier imagen con resultados casi imperceptibles para ojos poco entrenados, provocando que la confusión entre realidad y representación termine por afectar la percepción de realidad de las personas usuarias de estos medios (Acaso, 2006, p.17). Ejemplo de aquello son los cánones de belleza occidental que se propagan vorazmente por todo internet representados popularmente por las hermanas Kardashian<sup>5</sup>, referentes de poder y belleza que han esculpido su cuerpo mediante millonarias cirugías para imponer tendencias en la morfología del cuerpo femenino, en una primera instancia se mostraron al mundo con cuerpos voluptuosos, cinturas estrechas, tez bronceada, mandíbulas definidas y labios hinchados, inmediatamente después que sus imágenes se

---

<sup>5</sup> **Familia Kardashian**, familia estadounidense de alto poder adquisitivo destacada por su aparición en farándula, *reality shows* y negocios de moda y cosmética.

difundieran por las Redes Sociales, internet se llenó de personas imitando dichas características, editando sus fotografías y creando filtros que cambian las facciones al momento de grabar videos,



todo con el fin de responder a la lógica de belleza impuesto por un grupo de hermanas con mucha influencia social, todo esto se vuelve más preocupante ahora cuando el mismo grupo de hermanas decide pasar nuevamente por el quirófano y sacarse todos los rellenos antes puestos para lucir cuerpos totalmente delgados, con la misma rapidez del suceso anterior la tendencia de la delgadez extrema vuelve a tomar relevancia de la noche a la mañana. Esto provoca en los usuarios consumidores de este contenido contradicciones vitales en la percepción de la realidad ya que en el sentido más objetivo detrás de tales hechos se transmite el mensaje de que la morfología del cuerpo femenino debe responder a las tendencias y tiene plasticidad ante los cambios requeridos por la moda del momento, dejando de lado cualquier limitación física o recomendación médica, fomentando de esta manera trastornos como las dismorfias corporales o trastornos alimenticios. Acaso (2006) nos advierte precisamente sobre el peligro que hay detrás del poder que le otorgamos a las imágenes, ya que estas son construidas a través de los intereses de otros (p.19), muchas veces más poderosos que nosotros.

**Figura 3.** Fotografía del rostro de Kyle Jenner, de la familia Kardashian



**Figura 4.** *Persona que capta su rostro a través de una cámara utilizando filtros de Instagram que deforman las facciones naturales.*

Recuperado de: <https://www.tendencias.com/tecnologia/facebook-confirma-que-filtros-que-promuevan-cirugia-estetica-se-eliminaran-instagram> (2022)

La construcción de identidades se vale de una relación recíproca donde se consumen y reproducen diversos contenidos —en este caso contenido audiovisual— que luego serán utilizados para crear perfiles en Redes Sociales, los cuales responden a la cultura visual del usuario, cultura que mezcla experiencias propias y personales con experiencias colectivas del medio en que el individuo se desenvuelve y que muchas veces es manipulada por algunas personas poderosas. Tal como menciona Acaso (2006) “El que manipula la cultura visual maneja el poder que nos conduce a la identidad de las sociedades occidentales actuales, la identidad de consumidor. Somos lo que consumimos, lo que compramos y lo que pagamos” (p. 19)

## El engaño de la imagen

### **Producción, consumo y necesidad de consumo ¿Quién lo hace?**

El consumismo hace referencia a la adquisición y acumulación de bienes o servicios que no son necesariamente indispensables para la vida y supervivencia del ser humano. Durante el siglo XX surgieron muchos modelos económicos que permitieron la producción y el consumo en grandes medidas, todo esto reflejado en la instauración del capitalismo como modelo dominante. Si bien no corresponde ahondar en las características de los sistemas económicos, es importante saber que una de las consecuencias del sistema capitalista es la necesidad desarrollada por los individuos de un consumo desmedido, característica que ha terminado por marcar nuestro siglo, donde la publicidad y los medios de comunicación masiva —como las Redes Sociales— juegan un papel muy importante en nuestra cotidianeidad. La oferta y demanda parecen ser las principales culpables de este fenómeno y solo provocan y sacian un deseo compulsivo que nunca termina de satisfacerse, terminando por plantear un panorama abrumador para quien se ve absorto en estas dinámicas.

En los primeros prototipos de Redes Sociales virtuales, comúnmente desarrolladas a modo de blogs o salas de chat, nos encontrábamos con un espacio mucho menos regulado a comparación del que tenemos hoy en día, en aquellos tiempos los usuarios de internet eran en mayor medida un público selecto —en alguna medida inmerso en el mundo informático—, por lo que podríamos decir que la manipulación del contenido en sitios web por parte de entes poderosos era casi nula ya que un público de nicho no es tan atractivo para transmitir grandes mensajes. Con el pasar del tiempo y el desarrollo tecnológico el internet, gracias a su capacidad de construir redes sociales, terminó por convertirse en un lugar atractivo para un gran número de nuevos usuarios, debido a la gran masificación estos sitios han debido sufrir grandes regulaciones para facilitar y hacer amena la experiencia para usuarios inexpertos. Es aquí donde comienza la democratización del uso de Redes Sociales, esta democratización lleva consigo una alta regulación del contenido mostrado, regulación que puede ser explícita como las normas de la comunidad —que aceptamos al momento de crearnos un perfil— o implícita, que implica que los administradores de las empresas detrás de

las Redes Sociales manipulan a través de algoritmos el contenido que vas a consumir en sus sitios, a esto también se le suma la utilización de los perfiles llamados *influencer*<sup>6</sup>, usuarios quienes han alcanzado millones de seguidores y que con tal alcance las Redes Sociales vieron ante ellos una gran oportunidad de comercializar y ganar dinero extra, contratando a dichos usuarios detrás de los perfiles para hacer propaganda y publicidad de diversos productos.

Es así como las Redes Sociales pasaron a ser el lugar perfecto para albergar a las nuevas publicidades que, para enganchar a su público, suelen sustraer elementos de la realidad para insertarlos en una ficción de realidad perfecta y que cuando no lo es, busca mostrar la solución a ello con el fin de moldear los gustos y preferencias de sus potenciales consumidores para que prefieran un producto o servicio por sobre otro. Para conseguir aquello utilizan estrategias del lenguaje visual y así proyectar el mensaje deseado, como formas y colores llamativos, fáciles de leer y retener para enganchar la mirada fugaz de un espectador casual. La supervivencia de las Redes Sociales dentro del mundo capitalista ha requerido que terminen adaptando su espacio a la publicidad y que dicha publicidad se adapte a la fugacidad de dichos espacios, reduciendo sus mensajes a un símbolo simple de retener. YouTube, Instagram, TikTok y Facebook poseen una estructura fácil de recorrer, donde el dedo o el ratón son lo único necesario para navegar a voluntad por su interfaz por lo que sus dueños y desarrolladores se encargaron de colocar anuncios que tan solo duran cinco o treinta segundos y que sintetizan al máximo sus mensajes para que el espectador no haga esfuerzo en tratar de descifrar lo que hay detrás. Tal como se sugería en párrafos anteriores, otra estrategia que aplican las Redes Sociales es utilizar la cultura visual que desarrollan los usuarios en sus espacios para introducir publicidad que no parezca serlo, de esta manera crean memes o videos de TikTok que a simple vista pareciera que es contenido creado por personas comunes dando opiniones sinceras y reales mientras detrás de ellos hay guiones preparados para transmitir un doble mensaje, llegando incluso a camuflar promociones pagadas a partidos políticos detrás de una supuesta convicción propia, haciendo parecer dichos llamados como un mero acto de interacción orgánica entre el *influencer* y su público. La existencia de este tipo de anuncios o

---

<sup>6</sup> La voz *influencer* es un anglicismo usado en referencia a una persona con capacidad para influir sobre otras, principalmente a través de las Redes Sociales. (Real Academia Española. (s.f.). Recuperado en 09 de diciembre de 2022, de <https://www.rae.es/observatorio-de-palabras/influencer> )

publicidad se vuelve especialmente problemática cuando se camuflan mensajes creados para manipular a los consumidores para actuar a favor de grandes empresas o grupos poderosos, y que el consumidor, desde una actitud pasiva, incorpore ese contenido dentro de sí. Para comprender mejor cómo se componen estas nuevas publicidades se podría mencionar el concepto de *metanarrativa visual* referente a imágenes o contenido audiovisual que tienen dos lecturas, Acaso (2006) explica que “funcionan transmitiendo dos tipos de mensaje: el mensaje manifiesto, que es la información que podríamos llamar explícita y el mensaje latente, que contiene información de carácter implícito [...]. En resumen, una metanarrativa está definida desde la no verdad.” (p.33), es así que el contenido audiovisual creado por grupos de poder por un lado intenta adoptar códigos pertenecientes a la cultura visual para transmitir un mensaje de cercanía con sus posibles consumidores o adherentes, sin embargo, detrás del uso de esos códigos se encuentran intenciones de manipulación mucho más grandes.

Otro aspecto que no se debe olvidar es que, si bien las Redes Sociales son un espacio abierto al mundo donde todas y todos quienes tienen acceso pueden publicar sus ideas y opiniones respecto a lo que deseen, sus desarrolladores han aplicado estrategias basadas en inteligencia artificial para determinar qué será aquello que se nos presenta en nuestro *feed*<sup>7</sup> o muro, esto se aplica mediante un algoritmo que va aprendiendo de nuestro comportamiento en Redes Sociales para mostrarnos únicamente ideas afines a nuestro pensamiento, o al contrario ideas en las que no estamos de acuerdo pero que interactuamos activamente en contra de ellas, de esta manera le enseñamos al algoritmo cual es el contenido que nos hace interactuar más y nos mantiene mayor tiempo conectados a las Redes Sociales, en definitiva funciona como un autosabotaje de la información que se consume, por lo que muchas veces aquello que percibimos como la globalidad dentro de internet no es más que un extracto de un pequeño grupo con ideas similares a las nuestras. Cabe destacar que esta situación es la causante en gran medida de la sociedad polarizada en que vivimos hoy en día ya que las ideas más radicales o extremistas se alimentan bajo el absolutismo que aparentan las Redes Sociales. Es así como las Redes Sociales han transportado las dinámicas de consumo del mundo físico hacia el mundo virtual, utilizando estrategias psicológicas para

---

<sup>7</sup> Un feed es un flujo de contenido por el que se puede desplazar. El contenido aparece en bloques parecidos que se repiten uno después del otro.

(Google AdSense. (s.f.). Recuperado en 09 de diciembre de 2022, de <https://support.google.com/adsense/answer/9189559?hl=es-419> )

manipular el comportamiento del ser humano, mostrándonos contenido ‘fácil de digerir’ con mensajes rápidos y simples, jugando con la necesidad de sobreconsumo para mantener a los usuarios conectados durante todo el día a sus servicios y conseguir así retribución económica. Todos estos agentes que intervienen en el contenido que se nos muestra para consumo han logrado un engranaje perfecto, han logrado hacernos creer que consumimos lo que queremos de manera libre y voluntaria, sin embargo, nos encontramos subyugados a la gran máquina capitalista y sus trampas de dependencia al sobreconsumo.

Ante la dependencia a las Redes Sociales ocasionadas por todas las situaciones mencionadas con anterioridad, Acaso (2006) plantea el terror a las telecomunicaciones, el cual puede dividirse en el terror a no estar localizable y el terror a no estar informado —entendiendo que estar informado depende de lo que nos quieran mostrar— (p.75), sin embargo, el tono apocalíptico que tiene su libro sobre las nuevas tecnologías perpetúan las ideas nocivas de estos espacios y no se destacan los aspectos positivos.

Los espacios de Redes sociales aportan la posibilidad de que cualquier persona cree su propio contenido y que los usuarios que logren conocer cómo funcionan los algoritmos de las diferentes plataformas puedan igualar el éxito de grandes *influencers*. La viralidad dentro de estos pequeños espacios de difusión ha sido alcanzada por personas de manera accidental que han participado en situaciones que permiten reírnos de ellas o reconocer aspectos dentro de la misma que identificamos como parte de nosotros, sin embargo, también es alcanzada de manera intencionada utilizando recursos de comunicación para atraer al público, en cualquiera de los casos el factor común es lograr sentimientos de identificación por parte del espectador. Dentro del último grupo nos encontramos con diferentes usuarios transmitiendo diversos conocimientos que pueden ayudar a sus espectadores en diferentes ámbitos, desde personas que hacen tutoriales de manualidades llamados *DIY (do it yourself)*, profesores de matemáticas o ciencias explicando conceptos para personas inexpertas, incluso artistas y críticos de arte quienes acercan temas propios de la historia académica del arte a espacios mucho más entretenidos, digerible para el público menos entendido en dichos temas. De esta manera, el espacio que nos otorgan las Redes Sociales también se ha transformado en un gran espacio educativo que forma parte de la cotidianeidad de muchas personas —especialmente jóvenes—, quienes ven en estos espacios un

lugar dónde puede consumir contenido relevante para la autoformación en aspectos propios que podrían definir los lineamientos de una identidad.

Ante lo anterior resulta imperioso que las personas usuarias de Redes Sociales — especialmente jóvenes y adolescentes— conozcan y comprendan la gran influencia que el contenido audiovisual tiene en nosotros, aún más al día de hoy que nos encontramos bombardeados de este contenido por las pantallas de nuestros dispositivos digitales y que aun así no resultan un impedimento para el engaño de las imágenes. Con todo esto se quiere enfatizar en la dicotomía dentro de los aspectos comúnmente asociados a lo negativo, dónde si bien el consumo de contenido está manipulado por grandes entidades que ven beneficio detrás de tal y cual mensaje, siempre existirán espacios para la creación de contenido por parte de personas que buscan transmitir conocimientos útiles para la comunidad que los sigue.

En definitiva, todas estas situaciones han dejado ver una dualidad en la construcción de identidades con la existencia de dos espacios, el físico y el virtual y dos cuerpos, el físico y el avatar, que aparentemente caminan por veredas opuestas, pero dialogan constantemente aunque a veces dicho diálogo sufre de interferencias. Si bien en las dinámicas de las Redes Sociales observamos grandes ventajas y desventajas, el llamado es conocer a fondo la estructura de estas dinámicas y conocer cuál es nuestro rol y nuestro rango de acción dentro de las mismas, de esta manera podremos sacar provecho o beneficios propios de las desventajas señaladas. Entonces, ¿quién consume y quien produce? El día veintitrés de agosto se celebra el día del cibernauta: aquella persona que navega por el ciberespacio de forma pasiva o activa, participando de foros y Redes Sociales, obteniendo información de sitios web, que utiliza redes de mensajería o cualquier tipo de aplicación virtual. Pero no solo es un consumidor dentro de Redes Sociales o sitios web, es también dentro de, por ejemplo, los videojuegos, donde su rol abarca ambas partes: como consumidor adquiriendo el propio mensaje que podría traer consigo su narrativa y como creador/productor gracias a las características del propio videojuego que permiten al jugador modificar ciertos aspectos del mismo. En definitiva, es el propio cibernauta quien crea y quien consume, quien decide qué ver, qué no ver y cuando no puede decidir, puede elegir por cuánto tiempo lo ve. Ser conscientes de las dinámicas que siguen las Redes Sociales sobre el contenido

que consumimos y creamos nos otorga la autonomía de tomar estas decisiones de manera informada.

### **Videojuegos, otro espacio de red social inserto en las dinámicas de consumo.**

Las Redes Sociales poseen herramientas que facilitan la interacción social entre usuarios, o al menos aparentan hacerlo. De esta forma, es importante entender que, pese a que estas redes son entendidas desde sitios web o aplicaciones como Instagram o TikTok, también pueden llegar a ser grandes comunidades que se forjan dentro de los espacios virtuales donde usuarios pueden compartir intereses en común, es por esto que también se podrían incluir los videojuegos como espacio de Redes Sociales y generadores de cultura visual virtual. Si bien, hay muchas otras comunidades dentro de Redes Sociales, los videojuegos nos ayudarán a ejemplificar como un espacio que en su principio no estaba considerado dentro de las Redes Sociales hoy en día muchas veces se encuentra inmerso en estos espacios y ha adoptado también sus dinámicas de consumo, evidenciando tanto sus aspectos positivos como negativos, terminado por interferir en la construcción de identidades de sus usuarios más jóvenes.

### **Videojuegos**

Volviendo a destacar la dimensión social del desarrollo de la cultura dentro de las Redes Sociales es que no podemos dejar de mencionar los videojuegos que si bien parecieran no tener relación con dicha dimensión, la verdad es que los videojuegos sociales han avanzado como un tópico casi indispensable cuando se habla de la cultura visual dentro de las Redes Sociales, esto por dos componentes que han desarrollado con gran énfasis durante el último tiempo: por un lado el gran desarrollo que ha alcanzado las direcciones artísticas tanto audiovisuales como narrativas, y el otro, quizás más importante que el anterior, por la incorporación de espacios orientadas a la socialización mediante chat escritos o de voz. Revuelta Domínguez & Bernabé Sáez (2012) explican que la dimensión social de los videojuegos nace con el desarrollo de videojuegos online

que utilizan el espacio virtual para crear canales de comunicación dentro del mismo videojuego. Esto sin contar con las grandes comunidades fanáticas de los videojuegos tradicionales que encuentran en las Redes Sociales un espacio para canalizar sus intereses.

Gracias a la ya mencionada relación de reciprocidad en la cultura visual virtual, dónde las personas construyen su propia cultura a la vez que dicha cultura moldea sus formas de percibir el mundo, sumando a que dicha construcción de la cultura visual de Redes Sociales se maneja dentro de las dinámicas de consumo, es que personas que no han entrado a las dinámicas de las Redes Sociales, especialmente adultos que no nacieron con la masividad tecnológica en plena marcha, observan desde fuera y cuestionan fuertemente las aparentes consecuencias de lo que sucede ahí dentro, implantando y reproduciendo ideas negativas a través del tiempo, atribuyendo incluso actos de violencia por parte de niños, niñas y adolescentes hacia gente de su entorno cercano a la violencia transmitida por sus videojuegos favoritos, hechos que la prensa sensacionalista tampoco ha dejado pasar, resaltado en los titulares de los crímenes más atroces cometidos por adolescentes que ellos serían jugadores activos de videojuegos que inspirarían tal violencia.

Si bien, la cautela que advierten sobre el uso de videojuegos puede estar un tanto justificada por la condición misma de la construcción de la cultura juvenil, donde los videojuegos y todo su contenido es capaz de modificar una parte de la propia identidad de sus jugadores adolescentes, también es importante no reducir los videojuegos a meros actos de violencia. Con esto es necesario destacar que muchos de los juegos en tendencia se caracterizan por desarrollar grandes habilidades cognitivas como la atención, la memoria, la resolución de problemas, la anticipación y planificación, entre muchas otras, más aún juegos como Minecraft<sup>8</sup> que son denominados como ‘mundo abierto’, dónde se presenta un mundo virtual que se genera de forma aleatoria, con distintos *biomas* —como desiertos, selva, bosque, cuevas, entre otras— juntos a un gran mapa, el objetivo del juego es básicamente explorar y sobrevivir recolectando recursos y protegiéndose del medio, para esto el juego da total libertad sobre los elementos que lo componen para resolver los diversos problemas que surjan, de esta manera se fomenta la creatividad y el pensamiento lateral para la resolución de problemas, esto sumado a la existencia de un ‘modo creativo’ dónde el

---

<sup>8</sup> **Minecraft**, videojuego de construcción estilo “mundo abierto” desarrollado por Mojang Studios y lanzado de manera estable el 2011

jugador no sufre daños y tiene recursos ilimitados para dar rienda suelta a su creatividad, algunos jugadores han llegado incluso a replicar grandes obras de arte o diseños arquitectónicos en este modo de juego.

**Figura 5.** Escuela de arte desarrollada dentro del videojuego Minecraft por tres alumnas de una universidad para enseñar historia del arte.

Recuperado de: <https://www.educaciontrespuntocero.com/experiencias/minecraft-historia-del-arte/>

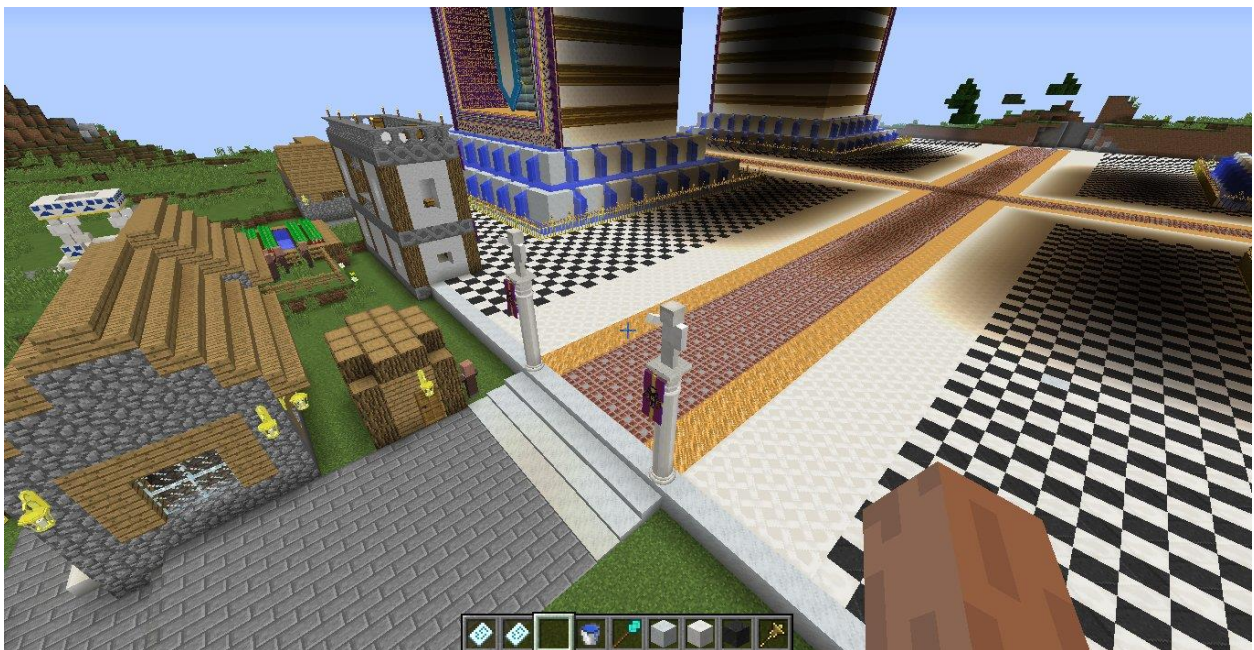




**Figura 6.** Representación del cuadro *La Gioconda* de Leonardo da Vinci hecho a base de bloques en Minecraft.

Recuperado de: [https://aminoapps.com/c/mcft-es/page/blog/minecraft-education-edition/6P4S\\_zu6wGgJ47Bd621ekaqdXRoXLo4](https://aminoapps.com/c/mcft-es/page/blog/minecraft-education-edition/6P4S_zu6wGgJ47Bd621ekaqdXRoXLo4)

**Figura 7.** Diseño y construcción de arquitectura dentro del videojuego Minecraft.



Recuperado de: <https://twitter.com/Sovietcorvus2/status/1380507066318606341/photo/2>

En este punto es necesario reconocer los aspectos que configuran las dinámicas de producción y consumo de manera temprana, incluso dentro de espacios poco explorados en este aspecto como lo son los videojuegos. En definitiva es el rol de los usuarios cambiar el estigma que tienen las Redes Sociales, demostrando que son espacios donde desarrollar habilidades, donde se puede crear y producir elementos de manera activa y no necesariamente quedarse en el consumo pasivo, de esta manera relevar los beneficios que estos espacios entregan especialmente a las y los jóvenes en sus procesos formativos, por lo mismo recordar que la manipulación de la propia identidad se consigue en gran medida por la ignorancia de cómo afectan estos recursos en nuestra propia forma de ver el mundo y el cambiarlo únicamente se consigue a través de comprender qué parte de ellos nos benefician y cuáles no.

## **Construcción de un pensamiento crítico: hacia una alfabetización visual**

Tal como se ha mencionado en reiteradas ocasiones en párrafos anteriores, las imágenes nunca serán neutras ya que tanto en su proceso de construcción como de análisis —aunque sea de manera superficial— siempre aparecerán aspectos del mundo afectivo de quien la mira, es por eso que Saavedra (2003) habla del uso social de la imagen, refiriéndose a cómo es que se perciben las imágenes y cómo esa percepción influye en una relación de reciprocidad entre imagen y cultura, dónde la imagen se entiende gracias al contexto y el contexto puede cambiar la lectura de las imágenes. Recordando aquello es que resulta necesario entender cómo se construye y cómo se lee el distinto contenido audiovisual que consumimos día a día en Redes Sociales, de esta manera separaremos las palabras ver y creer para desarrollarlas cada una por separado.

### **Alfabetización visual**

Diferenciamos el acto de mirar —acto físico propio del ser humano— del acto de ver, acto que implica involucrarse detenidamente con aquello que se mira y someterlo a diversas lecturas, por lo que implica el desarrollo de habilidades cognitivas más complejas. Acaso (2006) hace la diferencia entre consumir y leer las imágenes, ante esto menciona que “Mientras que consumir es una actividad que se realiza a gran velocidad [...], leer significa hacer conscientes los objetivos tanto ocultos como visibles de cualquier construcción visual” (p. 14). De esta manera nos daremos cuenta que para leer todas las imágenes y contenido audiovisual que consumimos en Redes Sociales es necesario tener nociones básicas tanto de su lenguaje visual como de los aspectos contextuales en que se crea y consume dicho contenido, sólo de esa manera se podrá desarrollar una alfabetización visual efectiva. Estos hechos vienen a confirmar que la alfabetización visual no es inherente al ser humano y que se construye a base de la adquisición de conocimientos.

En el último siglo la sociedad ha ido desarrollando una cultura de masas la cual es definida por Abruzzere (2004) como una tendencia que hace desaparecer la separación entre la alta cultura y la baja cultura, atada solamente a lo industrial (p. 189-190). Dicha cultura de masas da pie a la masificación de las Redes Sociales como una nueva manera de percibir las interacciones sociales, dicha interacciones se desenvuelven bajo lo que llamaremos la sociedad del espectáculo, explicado por Aguado Terrón (2004) cómo:

“la dinámica de deseo y satisfacción por la vía de la fascinación. La idea de espectáculo entronca así directamente con aquellos rasgos de la cultura de masas relativos al disfrute, el hedonismo y el narcisismo, así como con la esencia de la economía de consumo masivo.”  
(p. 235)

Resulta esclarecedor que en la definición anterior se mencionen aspectos que se han desarrollado a lo largo del texto para definir las características de las Redes Sociales, características que a base de facilitar la vida del usuario y entregarle estímulos placenteros inmediatos más no permanentes, terminan en la manipulación de la cultura visual virtual por entidades con gran poder e influencia que ven en estas propiedades la oportunidad precisa para introducir metanarrativas visuales que simpaticen con ideas a su favor. Ante aquello resulta interesante analizar el estudio que realizó Domínguez (2020) sobre cómo afecta la alfabetización visual en el consumo de imágenes, en este estudio se mostraron 50 imágenes entre las cuales se encontraban imágenes alteradas o manipuladas e imágenes sin ninguna alteración a 100 personas de diversas edades y géneros, divididas en partes iguales entre personas con conocimientos en el campo de las artes visuales y personas sin ninguna formación en dicha área, luego de que estas personas revisaran cada una de las imágenes debían decidir cuáles eran auténticas/verídicas o por el contrario manipuladas/falsas (p.89). Los resultados de este estudio fueron esclarecedores indicando que “existe un alto grado de probabilidad de que la alfabetización visual contribuya de forma notable a la detección de las imágenes falsas, manipuladas o retocadas” (Domínguez, 2020, p. 92), siendo aquellas personas con formación en artes visuales quienes tenían notablemente menos errores a la hora de ver y analizar las imágenes mostradas. Considerando que la sociedad del espectáculo nos bombardea con imágenes fácilmente digeribles que automáticamente guardan mensajes en nuestro subconsciente sin que pongamos resistencia, de la misma manera debemos ser conscientes de que aquellas imágenes son representaciones de la realidad más no la realidad misma, aspecto que muchas veces olvidamos gracias a la fotografía digital y su rol de aparente documentación se

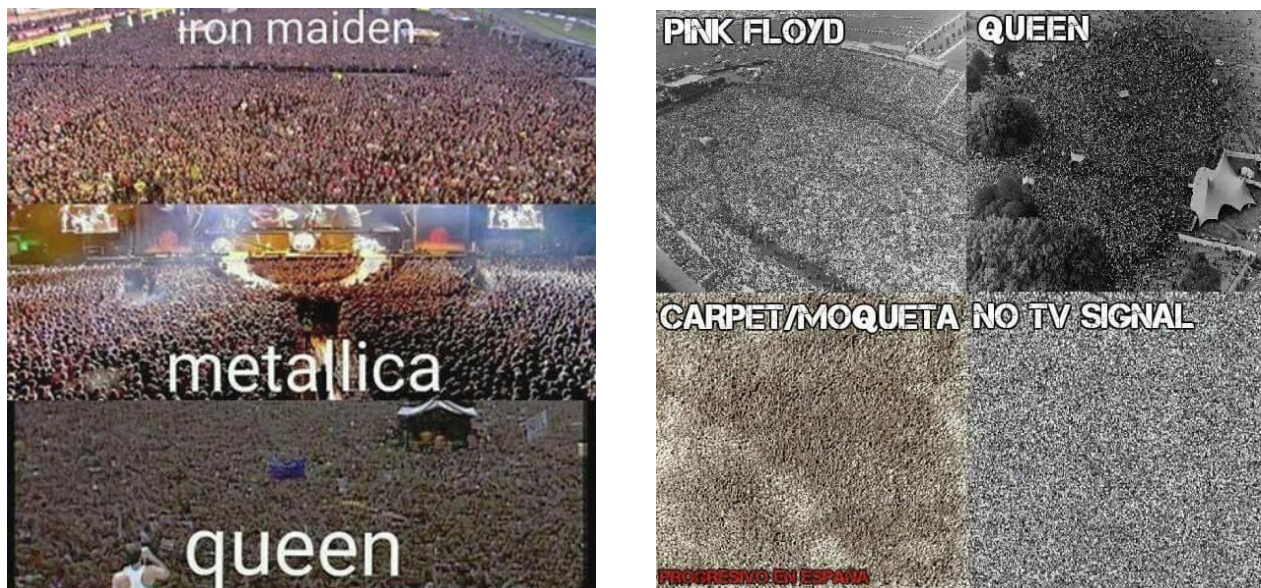
sucesos reales. Es por esto que resulta de extrema urgencia, por no decir que debiese de ser un derecho dentro de los tiempos actuales, reforzar la alfabetización visual desde edades tempranas, alfabetización que realza los nexos entre conceptos propios del área del lenguaje gráfico y visual con elementos retóricos y de comunicación, aspectos fundamentales para leer correctamente la gran cantidad de imágenes que lleguen a nuestros ojos, Domínguez (2020) recalca que “En la alfabetización visual intervienen numerosos conceptos y esta a su vez media en el desarrollo de otras habilidades” (p. 87) aludiendo a que gracias a la alfabetización visual las personas podrían apropiarse de aquello que las imágenes comunican para poder generar una opinión propia, una postura crítica o una propuesta creativa. Como respuesta a todo el enjambre de mentiras que puede traer detrás una imagen o contenido audiovisual es que surgen distintas propuestas visuales que buscan evidenciar de alguna manera las manipulaciones que ejercen en nosotros esta sociedad del espectáculo y cómo la cultura visual ha sido alterada por tal o cual factor, estas manifestaciones se pueden encasillar las *micronarrativas*.

### **Micronarrativas visuales**

Si logramos alcanzar una alfabetización visual efectiva podremos leer el contenido audiovisual que nos presentan las Redes Sociales sin caer en sus trampas, incluso podremos crear contenido para las mismas redes criticando sus dinámicas subyugadas a la sociedad del espectáculo. Si anteriormente mencionamos a las metanarrativas visuales como aquellas que tienen dos lecturas y que por lo mismo se construyen a través de la falsedad, en las micronarrativas visuales “sólo existe un tiempo de mensaje, el manifiesto (el verdadero mensaje es visible, lo que no quiere decir que sea inmediato), y está formulado no sobre el concepto de verdad, sino sobre el concepto de metáfora reconocible.” (Acaso, 2006, p.33). De acuerdo con ello, la micronarrativa visual surgiría como oposición a la cultura visual generada a través de la sociedad del espectáculo, de la misma manera requeriría someter a la misma a diversos análisis para encontrar los aspectos nocivos para el desarrollo pleno del ser humano, de esta manera sería interesante plantear el meme como un prototipo de micronarrativas visuales en respuesta a la cultura visual virtual.

### El meme como imagen

Sin duda alguna, el meme se ha convertido en un ícono de lo que significa la cultura visual dentro de internet. El término “*meme*” tiene un origen más bien biológico acuñado por Dawkins (1976) quien habla de un nuevo grupo de genes replicadores relacionados a la cultura humana y que funciona a través de la imitación —del griego *mímeme*— donde menciona que algunos “Ejemplos de memes son: tonadas o sonos, ideas, consignas, modas en cuanto a vestimenta, formas de fabricar vasijas o de construir arcos” (Dawkins, 1976, p. 212). Si bien, los memes que conocemos hoy en día no se acercan en lo absoluto a la idea dada por el autor que dio origen a su nombre, lo cierto es que mantienen su lógica estructural, la abreviatura *meme* de aquellos genes replicadores evidencian en las imágenes construidas y reproducidas en internet y sus Redes Sociales una lógica imitativa. De esta manera podemos definir al meme actual como una imagen que se replica constantemente, generalmente de un tono humorístico que busca burlarse de todo y todos —aunque también simplemente tiene una doble lectura—, muchas veces desde una perspectiva cotidiana o de acontecimientos contingentes y que desde su constante imitación dan cuenta de la cultura visual de los sujetos que lo consumen, tal cual un gen que arrastra consigo la cultura de quienes lo transmiten.



**Figura 8.** Evolución de un meme que buscaba comparar las multitudes que asisten a conciertos de diferentes bandas musicales, terminando por compararla con la textura provocada por los granos de la televisión sin señal y la textura de una alfombra.



**Figura 9.** *meme POV o point of view (punto de vista).*

El meme, junto con el ser humano, evolucionó tanto en su contenido, su forma, sus figuras y su formato, permitiendo un uso masivo gracias a su enorme adaptabilidad y libertad a la hora de la creación, de esta manera las únicas condiciones para que una imagen sea un meme es que debe ser replicada y contener una aparente doble lectura, ya sea humorística o no.

Considerando la mimética detrás del meme y que su construcción utiliza la cotidianidad y contingencia, es inevitable que nos sintamos identificados, aunque sea sólo por uno de ellos. Por esto, un meme se vuelve viral en internet por dos razones: La primera es porque gran parte de los usuarios se sienten identificados con él —ya sea por contingencia o cotidianidad— produciendo que se replique una mayor cantidad de veces y la segunda corresponde a que el meme tiene un carácter interactivo y participativo. Un ejemplo de meme viral por identificación, en este caso por contingencia, son los memes creados a partir de la prueba de transición universitaria que las y los jóvenes deben rendir para entrar a la educación superior, utilizando el contenido de dicha prueba para crear imágenes humorísticas que son entendidas sólo por el grupo que rindió la prueba, creando un sentido de identificación y pertenencia.

**Figura 10.** *meme PDT 2021 sobre el cuento “conversación con una momia” presente en la prueba. Recuperado de:*

## LA MOMIA GOLPEANDO AL INVESTIGADOR



<https://www.theclinic.cl/2021/12/06/memes-pdt-prueba-de-transicion/>

Por otro lado, un ejemplo del meme participativo lo podemos encontrar en el video harlem shake, video de un individuo bailando en medio de un grupo de personas que no le prestan atención, luego dicho grupo se une súbitamente al baile del primer individuo con movimientos extravagantes. Si bien este meme no tiene un significado tan marcado como el anterior, su reconocimiento radica en que lo puedes replicar en tu entorno más cercano, aumentando así su popularidad. Algo similar sucede hoy en día en la plataforma de TikTok, puesto que la mayor parte de su contenido trata de replicar videos en tendencia tanto de baile como de actuación, entre otros, llamados comúnmente como *trends*. Ruiz (2022) lo define como un “intercambio constante de referencias humorísticas que sirven para propósitos extra-cómicos, como por ejemplo definir una posición política o sencillamente desafiar los propios códigos humorísticos heredados de la sociedad.” (p.162)



**Figura 11.** *Harlem Shake army edition.* Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=4hpEnLtqUDg> (2022)

La gran versatilidad del meme ha permitido que, con el tiempo, sea utilizado no sólo en ámbitos de humor, sino que también de forma comercial, crítica e incluso propagandista, esto debido a que Estados, multinacionales o incluso empresas locales camuflan intereses propios en imágenes que aparentan ser humorísticas y que posibles simpatizantes o clientes consuman de manera orgánica los mensajes que ellos quieren transmitir.

**Figura 12.** *Meme creado por una empresa multinacional de alimentos para*

- ¡Ya se comieron mi Gansito!
- ¿Yo te dije que me lo dejaras aquí?



*promocionar uno de sus productos.*

En definitiva el meme se traduce en un reflejo visual de los elementos que componen la cultura virtual en el espacio de internet, reflejando las identidades de los individuos que lo consumen y despertando la creatividad en aquellos que generan el contenido y encuentran el ingenio para relacionar aspectos de la vida cotidiana con elementos que desarrollen el autocuestionamiento de las situaciones que vivimos cada día o el cuestionamiento a figuras o hechos de la contingencia local o mundial desde una perspectiva atractiva y con humor.

### **Meme como micronarrativa visual: ¿El meme puede ser arte?**

Ahora bien, resultaría interesante ahondar en la dimensión más profunda de los memes, analizando su construcción visual como herramienta comunicativa. La versatilidad que caracteriza a los memes terminó por popularizar su uso, popularidad que indudablemente los insertó dentro de la cultura de masas y sociedad del espectáculo en que vivimos hoy en día, sin embargo, los memes tienen una característica que necesariamente hace que se desmarquen de los metanarrativas creados por dicha sociedad y es que la lectura de ellos hace que los usuarios requieran un mínimo de conocimiento y que tengan conciencia sobre elementos del lenguaje visual y del contexto detrás de cada imagen, es por eso que se podría ahondar en el meme como una micronarrativa visual de alto alcance en el espacio virtual.

Antes de ahondar en el significado o lecturas de los memes es necesario comprender cómo son creados, para esto debemos tener en cuenta que, si bien todos los usuarios tienen la facultad de crear memes, son unos pocos quienes se deciden a hacerlo mientras que el resto se dedica a su reproducción. El meme se crea en base dos elementos indispensables, la realidad y la ficción —de esta manera logra configurar mensajes de carácter humorístico logrando que los usuarios de internet se identifiquen con ellos—, es por esto que entenderemos al meme como un recurso audiovisual compuesto de fragmentos, tal como menciona Ruiz (2022) el meme se construye en base a “descontextualizar, despojar del valor originario al elemento audiovisual que estemos utilizando como base.” (p. 165). De esta manera es que las imágenes que nos encontramos en los memes requieren de procesos cognitivos complejos a la hora de traducir en una sola imagen dos mensajes distintos con un fin humorístico.



**Figura 13.** Memes de “evil x be like...” dónde se utiliza la imagen de alguien o un grupo de personas con sus colores invertidos a negativo, aludiendo a que se trataría del universo inverso, cambiando frases célebres a su negativo.

Ya revisados los elementos necesarios para componer un meme ahora nos toca hablar de su consumo. Tal como se mencionó anteriormente, el meme se desarrolla dentro de la sociedad del espectáculo, esto en gran medida a que sus principales características responden a las particularidades propias de dicha sociedad, de esta manera vemos que el hedonismo encuentra su respuesta en el carácter humorístico de las imágenes, el narcisismo encuentra respuesta en la capacidad de identificación propia dentro sus narrativas y la economía del consumo masivo encuentra su respuesta en la difusión de estas imágenes por espacios tan masivos como lo son las Redes Sociales en internet, sin embargo, es necesario destacar que no todos los memes tienen la misma estructura y que no todos los memes llegan a todo el público. Aquí nos encontramos con dos grandes categorías de meme, por un lado, tenemos aquellos que buscan poner en juicio acciones de la vida cotidiana que pueden afectar a la mayoría de personas y por el otro tenemos memes que pueden estar dirigidos a personas que sean entendidas en áreas específicas, por ejemplo fans de algún libro o serie de televisión, consumidores de arte o ciencias, aquí nos encontramos con grupos reducidos que no responderían a la lógica de la cultura de masas. Esto nos lleva a plantearnos la siguiente pregunta: ¿los memes pueden considerarse un tópico dentro del campo artístico?, lo cierto es que conocemos muchos memes que utilizan el arte como punto central para

traer humor, de esta manera podemos hablar de un nicho de consumidores de memes entendidos dentro del campo artístico, ahora ¿Qué pasará con los demás?

**Figura 14.** *Meme de la maja vestida y la maja desnuda.*

Ruiz (2022) sitúa al meme dentro de dos tipos de consumidores de arte, el arte de masas y el arte vanguardia. En el arte de masas situaríamos aquellos memes que hacen referencia a aspectos de la cotidianidad que logran que un gran número de personas se sientan identificados con ellos, por su parte en el arte de vanguardia situaríamos todos aquellos memes que van dirigidos a grupos de nicho donde se requieren algunas competencias específicas para su comprensión, aquí también podríamos mencionar aquellos memes denominados *shitpost*, dónde se utiliza la descontextualización y el sinsentido al máximo, llegando incluso a carecer de narrativa para causar humor desde su sinsentido. A pesar de nombrar estas diferencias es necesario recalcar que todo meme implica de por sí un análisis del mensaje y una contextualización de los orígenes de sus fragmentos, incluso para revelar el sinsentido que pudiesen tener.

**Figura 15.** *Meme shitpost marselo, como arte de vanguardia.*



Cuando estás comiendo chicle y te muerdes la lengua sin querer



**Figura 16.** Meme para ejemplificar lo que sería el arte de masas.

Podríamos decir que el meme solamente transmite un mensaje —a través fragmentos— tal cual lo hacen las micronarrativas y dicho mensaje para ser captado requiere que el lector haga un análisis crítico de la realidad en que se consume dicho contenido, por lo que paradójicamente funcionan como espacios de reacción opuestos a la lógica pasiva de la cultura de masas. La respuesta a que si el meme es arte o no se está construyendo ante el avance del meme como propuesta visual ante críticas humorísticas de la realidad, dónde a través de imágenes logramos ver aspectos que afectan profundamente a las personas, especialmente a las juventudes, ejemplo de aquello son los memes de ‘*ansiedad*’ que reflejan el estado de salud mental de toda una generación, y si bien algunos se podrán cuestionar si la comedia tiene lugar dentro de la producción artística, Ruiz (2022) responde acertadamente indicando que la comedia puede ser la autopista que conecte el arte de nicho al arte de masas, en otras palabras, la comedia podría desarticular el elitismo dentro del arte más bien académico para dar paso a una democratización que ponga al alcance de todos la posibilidad de alfabetizarse visualmente.



**Figura 17.** Meme de ansiedad, utilizado cuando se quiere demostrar la incapacidad de realizar algunas acciones consideradas necesarias para la vida funcional.

En definitiva vemos que estas nuevas propuestas visuales que han encontrado su desarrollo en la cultura visual de internet han terminado por crear espacios que propician el pensamiento crítico ante el consumo de imágenes, incluso llegando a cuestionar su rol dentro de espacios artísticos institucionales, Ruiz (2022) también nos presenta hechos como que “En 2016, en el barrio londinense de Peckham, la artista Maisie Post presentó en el Holdron’s Arcade una exposición titulada ‘*What do you meme?*’, donde se reivindicaba el carácter “democrático” de los memes como forma de arte.” (p. 163). Es así que el rol del meme para el desarrollo de un pensamiento crítico y para el desarrollo de una alfabetización visual no está en duda y por lo mismo el desarrollo de habilidades creativas en la construcción de este contenido es por lo menos interesante, por lo que resulta necesaria la sistematización de los aspectos que componen estas expresiones visuales para que puedan ser utilizadas a conciencia y que aún más personas — especialmente niños, niñas y adolescentes, principales usuarios de estas redes— puedan verter su creatividad en la producción propia de este contenido.

# **Currículum chileno: alfabetizando la cultura visual de internet a través de la asignatura de Artes Visuales**

## **Educación artística en la posmodernidad**

La sociedad actual en la que nos encontramos inmersos como individuos si bien es diversa en cuanto a su composición y roles de acción, hay una característica que ha comenzado a manifestarse de manera transversal a muchas culturas, el individualismo como acción propia del individuo y que Efland et al. (2003) lo define como “una entidad mitológica llamada «individuo», cuya acción se supone por un lado libre e independiente pero por otro también necesariamente idéntica a la de cualquier otro ser libre e independiente”(p. 51). Esto ha significado el desarrollo de diversos problemas en cuanto a la percepción propia y de los demás, provocando así la deconstrucción de las relaciones interpersonales. Si bien dicha condición ha sido el resultado de varios factores que han afectado al comportamiento y desarrollo de las sociedades, el uso inconsciente del internet y del espacio web de manera indiscriminada propician la reestructuración del individuo separado de un otro, dónde lo que se consume está en directa relación con aquello que resulta placentero —aunque sea momentáneamente— para el individuo usuario de la red y no necesariamente pensando en el otro que produce o consume dicho contenido y se encuentra al otro lado de la pantalla. Estas nuevas condiciones no quedan ajenas al ámbito educativo y aquel dicho que entiende a las aulas como pequeñas réplicas del funcionamiento de la sociedad resiente la llegada del individualismo tanto entre alumnos como profesores. Es por ello que surge la imperiosa necesidad de que el docente tome conciencia de aquello que acontece a su alrededor y logre encauzar el individualismo hacia una conciencia del otro, de esta manera promoverá entre sus estudiantes el estudio del contexto socio cultural y de las culturas visuales que los afectan directamente, haciendo hincapié en las particularidades individuales dentro del colectivo para tomar conciencia del diálogo entre el individuo y los otros, aspectos también trasladados a los medios de comunicación tradicionales o a las mismas Redes Sociales (Efland et al. 2003, p. 80). El entender que un otro influye directamente en nuestra percepción del mundo y en la construcción de la propia personalidad nos hace entendernos humanos, que desde su esencia es un ser social.

Los inevitables diálogos que se generan en las interacciones humanas construyen culturas y formas de ver el mundo, comprender esto requiere reconocer que la visión propia no es la única y que ella se contrasta con muchas más formas de ver el mundo, en el ámbito de la cultura visual podemos traducirlo a que es necesario saber qué ven otros para conocer nuevos horizontes y considerar nuevas posibilidades. Desde esta perspectiva, el profesor debe buscar la concientización de sus estudiantes respecto a la gran variedad de interpretaciones que existen, de la cantidad de estímulos que pueden provocar cambios de entendimientos y de la flexibilidad del propio conocimiento, siendo la ironía, la metáfora y la doble codificación, incapaces de existir sin esta educación de las interpretaciones (Efland et al. 2003, p. 84). Este aspecto es especialmente importante cuando nos referimos a la educación respecto a la alfabetización visual, la cual nos enseña a mirar producciones audiovisuales desde sus diferentes perspectivas para llegar a una comprensión de aquello que configura la cultura visual y así abrimos las puertas a la producción propia pensando desde o hacia un otro.

El currículum posmoderno se posiciona bajo una sociedad que cuestiona constantemente las concepciones y tradiciones de una sociedad moderna, ante esto la asignatura de Artes Visuales se presenta como un espacio en dónde desarrollar y sistematizar esos cuestionamientos en propuestas y producciones propias. Desde la perspectiva posmoderna, la educación artística se basa en el reconocimiento del pluralismo cultural, valorando las diversas formas de ver el mundo —especialmente de los pares— dejando de lado la idea de la verdad absoluta. De esta manera se amplía el espacio para que las y los estudiantes reflexionen acerca de la amplia gama de lecturas que presenta un mismo tema para desarrollar una postura personal (Raquimán & Zamorano, 2017, p. 452). Además, la inclusión del multiculturalismo junto al conocimiento propiamente artístico de la enseñanza de las artes visuales promueve el desarrollo de una mayor sensibilidad estética ante el mundo (Efland et al. 2003, p. 34).

Es por todo esto que el futuro de la educación artística debe enfocarse en hacer que las y los estudiantes observen cómo se configuran las imágenes dentro de la cultura visual para luego analizar sus propios procesos de creación, tomando conciencia de que sus perspectivas se enmarcan dentro de una cultura determinada y que su propia expresión repercutirá en la propia cultura, de esta manera la experiencia estética jugará un rol fundamental en los procesos educativos

considerando que el arte constituye las producciones culturales y por ende las obras de arte tienen múltiples codificaciones y es rol de las artes acercar la lectura de esas codificaciones a las y los estudiantes (Raquimán & Zamorano, 2017, p. 452).

## Los problemas del currículum chileno

Todos los aspectos y problemáticas tratadas con anterioridad convergen en un tema principal, la cultura visual, por otra parte resulta ser que los más afectados por la cultura visual virtual corresponden a los niños, niñas y adolescentes quienes han nacido y se han desarrollado sobre un avance tecnológico digital que ha cubierto muchas partes de su vida cotidiana, la cual ha sido avasallada por el contenido audiovisual dominante en los nuevos dispositivos con acceso a internet, de esta manera nos encontramos que las juventudes se ven dominados por el uso de smartphones e incluso muchas niñas y niños aprenden a manejar un celular antes de comenzar siquiera a hablar, únicamente gracias a los estímulos visuales que estos proporcionan.

Son las problemáticas actuales producto del uso desmedido de estos aparatos que nos exigen encontrar nuevas estrategias para afrontar estas condiciones a través de planes institucionales que consideren desde edades tempranas una educación efectiva en cuanto al consumo responsable de contenido audiovisual en línea. Es por esto que resulta interesante conocer qué aspectos del currículum nacional —principalmente entre los niveles de séptimo básico a segundo medio, niveles que de acuerdo a sus edades y etapas de desarrollo son más susceptibles al uso de estos espacios— nos pueden aportar para integrar estas temáticas en los planes educativos de los distintos cursos.

Las bases curriculares propuestas para la asignatura de Artes Visuales en el currículum chileno plantean un panorama esperanzador ante como se conciben las Artes Visuales, en ellas se entiende a las artes como “manifestaciones tangibles e intangibles desarrolladas por el ser humano para expresar sus pensamientos, creencias y emociones” (MINEDUC, 2016, p. 314), definición muy acertada de acuerdo a todo lo expuesto en párrafos anteriores, incluyendo dentro de sí el rol comunicativo como principal dentro de la construcción y análisis de proyectos visuales. En orden de aquello es que se plantean diversos enfoques, por un lado las bases curriculares dan especial

énfasis al aspecto práctico de las artes visuales, trabajando desde la idea de que los errores son oportunidades de aprendizaje y que gracias a la resolución de problemas creativos se potencia la producción de ideas propias y sus respectivas creaciones, comunicando a través de sus producciones artísticas “sus emociones, ideas, interpretaciones o juicios críticos” (MINEDUC, 2016, pp. 315 -316). Con respecto a la importancia de las imágenes y la cultura visual en el aprendizaje de las Artes Visuales, el currículum explica que debido a la gran cantidad de imágenes que encontramos a nuestro alrededor es necesario conocer sus contextos, de esta manera se enfatizará en la influencia que ejercen estas imágenes en nuestra vida cotidiana, tanto en nuestras emociones, pensamiento y acciones. En cuanto a la difusión de manifestaciones visuales, se menciona la importancia de que los estudiantes tengan experiencias tanto directas como virtuales con espacios de difusión, dando espacio también al diseño de muestras visuales propias en base a problemáticas juveniles contingentes y de la sociedad (MINEDUC, 2016, PP. 316 - 317). Por otra parte, el currículum da énfasis en el uso de tecnologías para la elaboración de producciones artísticas propias, dentro de este aspecto se incluye el internet como herramienta de investigación artística y como herramienta para facilitar el acceso a las manifestaciones artísticas visuales nacionales y mundiales. Por último, el enfoque que adopta el currículum chileno se inscribe dentro de la reflexión crítica acerca del trabajo visual propio o de otros.

De esta manera observamos que el currículum nacional dice tocar cuatro aspectos que resultan de especial relevancia para afrontar la crisis de la cultura visual virtual, entre ellos identificamos el carácter práctico, el uso de la cultura visual como medio de reflexión, la búsqueda y uso de espacios de difusión y el uso de las nuevas tecnologías, siendo el pensamiento crítico como un tópico transversal a toda la propuesta curricular. Si bien, a primera vista todo lo expuesto concuerda con las problemáticas planteadas durante el texto, resulta indispensable hacer algunas observaciones dentro de estos cuatro tópicos que es necesario por lo menos tener en cuenta.

## **1. Carácter práctico**

El carácter práctico se evidencia claramente en las bases curriculares a la hora de revisar los planes de estudio por asignatura, es aquí donde no observamos ningún contenido teórico explícito del área de las Artes Visuales, más bien se reemplazan estos conocimientos por procedimientos artísticos, esto queda claramente demostrado en la redacción de los objetivos de

aprendizaje por cada unidad, dónde pareciera que las temáticas a tratar se escapan de la propia área de la asignatura y aunque sí correspondieran, se tratan como una excusa para aplicar procedimientos, tal como menciona Silva et al. (2020) “los contenidos conceptuales son desplazados a favor de la decidida instalación de procedimientos.”(p. 12)

La razón que utilizan las bases para privilegiar el contenido procedimental por sobre el contenido conceptual es que lo procedimental no es tan susceptible a interpretaciones, encaminando el rol educativo hacia una estandarización, provocando que la acción pedagógica por parte del docente sea el equivalente a leer y ejecutar una receta de cocina. Esto resulta especialmente problemático tanto para el estudiante como para el docente, por parte del estudiante éste se enfrentará a desafíos procedimentales que requieren del desarrollo de competencias conceptuales para poder ejecutarlos de manera efectiva y sin frustraciones, por su parte el docente ve coartada su posibilidad de interpretar temas en los que ha sido instruido y que suponen su campo de dominio, imposibilitando que acerque sus conocimientos en cuanto a la lectura de imágenes se refiere. Silva et al. (2020) menciona de manera acertada que “no es una cuestión menor que una política pública sostenga que los especialistas de la educación requieren que se les haga fácilmente comprensible la materia.” (p. 12), comportamiento también atribuible a la sociedad del espectáculo tan característica de la posmodernidad, que hoy en día afecta —aunque sea en una pequeña medida— a cada uno de nosotros.

## 2. Cultura visual

“La asignatura de Artes Visuales es una instancia única para aproximarse críticamente al arte y la cultura visual, por medio de la observación, análisis, interpretación y juicio crítico acerca de diferentes manifestaciones estéticas en distintos espacios y contextos” (MINEDUC, 2016, p.316)

Si bien las bases curriculares dicen considerar la cultura visual como experiencia clave de los estudiantes para desarrollar la observación, análisis, interpretación y juicio crítico, esto resulta contradictorio frente al carácter procedimental que albergan los programas de estudio puesto que es necesario conocer aspectos conceptuales propios de las artes visuales para que dicha reflexión tenga un nombre y un sentido, en palabras más simples no se pueden articular conocimientos sobre

la cultura visual si sólo la ponemos en práctica, de esta manera nos quedaríamos únicamente con el consumo pasivo que ha sido criticado en párrafos anteriores. Por último, es relevante destacar que Silva et al. (2020) mencionan que:

“la sustancia disciplinar es debilitada a lo largo del programa dado a que no se explicitan vínculos con los diferentes saberes que sustentan la reflexión de las artes visuales [...]. Por el contrario, las actividades nada más son direccionadas a una experiencia personal disociada del contexto social, cultural y material, además de la estimulación de las respuestas espontáneas del estudiantado” (p. 17)

Este párrafo destaca la gran influencia del modelo educativo posmoderno, donde el individualismo se explicita en su totalidad al trabajar con aspectos de la cultura visual como si fuera algo ajeno al estudiante, sin tener una real consciencia de que aquello que se ve —y cómo se ve— influye directamente en nosotros.

### 3. Medios de difusión

“se busca que las alumnas y los alumnos se aproximen comprensivamente a los circuitos de difusión de las artes visuales y diseñen e implementen propuestas de difusión de sus propios trabajos y proyectos, abriéndose así a compartir con la comunidad y otras instancias de participación social.” (MINEDUC, 2016, p.315)

Tal como aparece en las bases curriculares, los medios de difusión resultan de gran interés a la hora de introducir a las y los estudiantes en los circuitos propios del ámbito artístico y aunque esto no resulta problemático en sí mismo, el enfoque adoptado se encontraría alejado de la realidad misma de la juventud. En la actualidad vemos cómo los circuitos artísticos tradicionales —considerados muchas veces elitistas— se han trasladado paulatinamente a los espacios digitales, democratizando sus recorridos a cualquier persona con acceso a internet, esta situación contrasta en gran medida con el enfoque que tienen los medios de difusión dentro de las bases curriculares, las cuales centran su foco de acción en espacios físicos como centros culturales o museos, incluso el mismo espacio escolar y si llegan a mencionar un espacio web, hacen referencia a visitas virtuales a diferentes museos famosos.

Tal como menciona Cárdenas (2021) en el contexto de confinamiento por la pandemia de Covid-19:

“El desafío que enfrentan actualmente las disciplinas artísticas en plena crisis de pandemia exigió la voluntad de los artistas locales, mediadores del arte e instituciones culturales, entre otras, de migrar abruptamente hacia el uso de plataformas digitales como respuesta o alternativa para la reorientación, promoción y difusión del trabajo creativo.” (p. 128)

Esta situación evidencia claramente la necesidad de comenzar a validar los espacios digitales como espacios de difusión dentro de los circuitos de arte. Con esto no se pretende desprestigiar los circuitos artísticos tradicionales ni cuestionar el valor de las visitas a museos o centros culturales, sino que se pretende abrir nuevas posibilidades con los recursos web de mayor uso, desde esta perspectiva incluso se podría llegar a considerar el espacio de las Redes Sociales, quienes utilizan la visualidad por, sobre todo, como espacios de difusión para consumir y crear imágenes de una manera cercana para las juventudes, sus mayores usuarios.

#### **4. Uso de tecnologías**

“Se considera importante propiciar la incorporación de herramientas y procedimientos tecnológicos para elaborar trabajos de arte y otras producciones propias de la cultura visual y de los intereses, inquietudes e ideas de alumnas y alumnos.” (MINEDUC, 2016, p. 317)

La incorporación por parte del currículum de la tecnología como herramienta en los procesos de aprendizaje supondría que los programas de estudios se encuentran actualizados y que responden a los tiempos actuales, sin embargo, los avances tecnológicos son tan rápidos y abruptos que fácilmente dejan desactualizados a aquellos que intentan sistematizar su uso, probablemente esta sea una de las razones por las que la propuesta del uso de tecnologías en Artes Visuales sea únicamente como apoyo para la investigación y creación.

Si bien en las bases curriculares se menciona la elaboración de trabajos a través de medios tecnológicos, se deja entredicho que dicha elaboración no corresponde a creación de proyectos visuales propios de la asignatura dentro de dichos medios, omitiendo el hecho que vivimos en una sociedad donde la producción y reproducción de imágenes en espacios web —medio tecnológico predilecto de jóvenes y adolescentes— es cada vez más potente. De esta manera se propone incorporar en este apartado el fomento a la creación y difusión del trabajo propio dentro de estos sitios, incorporando aspectos propios a la creación visual relativos al conocimiento disciplinar que

podría entregar un docente de Artes Visuales, de esta manera se integrarían las artes y los medios digitales de manera efectiva, utilizando los aparatos tecnológicos como herramientas de creación más que de búsqueda de información. Realizando estas conexiones se lograría un gran desarrollo de la sensibilidad estética de la vida cotidiana, promoviendo que la o el estudiante valore cualquier manifestación visual, incluso aquella que pareciera no tener relevancia dentro del mundo artístico. Para finalizar sería interesante revisar una propuesta de vinculación entre arte y medios tecnológicos con fines comunicacionales que realizó Cárdenas (2021) y que titula como “Arte de los medios o media art. Comprende aquellas expresiones artísticas como el videoarte o el arte de transmisión que, utilizando las TIC, poseen un alto grado de sofisticación conceptual, de innovación tecnológica y relevancia sociocultural”. (p. 126) Ejemplos de expresiones que sirven como un breve punto de partida para una cantidad inmensa de posibilidades que conecten las Artes Visuales y las nuevas tecnologías, especialmente con aquellas que son más cercanas a las juventudes

### **Cultura visual de las Redes Sociales: ¿Se integran como estrategia pedagógica en el currículum nacional chileno?**

Este apartado busca encontrar respuesta a dos preguntas sumamente importantes para aterrizar las problemáticas planteadas a lo que sucede en la realidad del currículum nacional: ¿En qué medida se presenta el pensamiento crítico, la cultura visual y las TIC en los programas de estudios? y ¿Qué características de las TIC se utilizan para trabajar la cultura visual y el pensamiento crítico dentro de la asignatura de Artes Visuales?

Para responder la primera pregunta, es necesario revisar los planes de estudio propuestos por el Ministerio de Educación, focalizando la revisión en los niveles de séptimo básico a cuarto medio —entendiendo que las edades correspondientes a dichos cursos son las que más utilizan los medios digitales— Para empezar, observamos que en séptimo básico la segunda unidad del plan de estudios titulada *Espacios de difusión de las artes visuales y fotografía*, es la única orientada a un trabajo fotográfico y que se podría vincular con la producción y análisis de imágenes digitales, aun así, dicho enfoque no se propone dentro del plan de estudio. Por otra parte, en octavo básico

la tercera unidad llamada *instalación y arte contemporáneo* tiene una intención de desarrollar el lenguaje visual tanto para comprender las creaciones propias como la de los pares, sin embargo, tiene un sustento débil en cuanto al análisis de la cultura visual a través del lenguaje visual. Podemos concluir que, dentro de estos niveles hay un primer puntapié para introducir a las y los estudiantes dentro de la alfabetización visual, a pesar de ello, las intenciones manifestadas dentro del currículum de promover y alcanzar un pensamiento crítico, no se ven sustentadas por lo propuesto en los planes de estudio.

Por su parte, en la educación media tenemos que, en primero medio, la tercera unidad llamada diseño urbano y pintura mural, menciona el propósito expresivo basado en temáticas personales mediante el uso del lenguaje visual, sin embargo, deja fuera el uso de las TIC dentro de los procesos creativos y la cuarta unidad llamada *arte digital*, es el primer acercamiento real al uso de medios digitales a través de referentes propios relacionados a su cultura visual y el uso del lenguaje visual para potenciar sus propósitos expresivos. En segundo medio, las cuatro unidades buscan la expresión personal del estudiante y por tanto el uso de su propia cultura como medio para la autoexpresión, siendo la unidad tres, llamada *instalación multimedial*, la que se inclina por el uso de medios digitales. Finalmente, en tercero y cuarto medio, cursos que se rigen por un plan diferenciado donde la asignatura de Artes Visuales se divide en electivos, podemos apreciar que dentro del plan común, todas las unidades están enfocadas al uso de la cultura visual, la creación y la difusión con un gran incentivo en el uso de los recursos digitales y TIC, especialmente la unidad uno.

A partir de lo anterior, se puede evidenciar un mayor acercamiento —y dando muchísima importancia— a lo que es el individualismo, los referentes personales y la identidad del sujeto, con una leve tendencia al trabajo conjunto al uso de medios digitales tanto para difusión como de construcción de trabajos, con el objetivo de poder usar todas estas experiencias y capacidades que posee el estudiante como forma de potenciar su arte.

Respecto a la segunda pregunta, y tomando en cuenta la actualidad mundial, es totalmente indispensable que en las escuelas se desarrollen capacidades y competencias ligadas ya no solo a *saber leer y escribir*, sino que también deben estar unidas a la capacidad de entender y manejar las

herramientas digitales —especialmente aquellas que usamos en la vida cotidiana— con sus pros y contras, haciendo necesaria la incorporación de estos medios para comprender la cultura visual y nuestro propio rol en el mundo, presentándola de manera sistemática dentro de los planes de estudio, puesto que, en la visión global, los aparatos digitales ya son parte fundamental e inevitable de la vida de las personas principalmente en nuestra área, destacando su multidisciplinariedad.

Resulta interesante volver a revisar el artículo de Cárdenas (2021) quien habla de la cultura digital, de la cual desprenden dos aspectos: el primero hace referencia a la incorporación de estas herramientas digitales a nuestras vidas y el segundo concibe la cultura digital dentro de la sociedad de la información y a los procesos asociados con las diversas manifestaciones en el arte digital (p. 125). En definitiva, el currículum nacional posee una mirada anticuada al uso de estas y que parece alejado a las múltiples características que poseen las TIC, ya que estas, a través de un uso adecuado e informado, encauzan el desarrollo del pensamiento crítico a través de una gran fuente de información y su gran velocidad —que supone también un dinamismo a la hora de enseñar—, facilitando el acceso a la información y su circulación para no dejar en un valle de desinformación a las y los estudiantes.

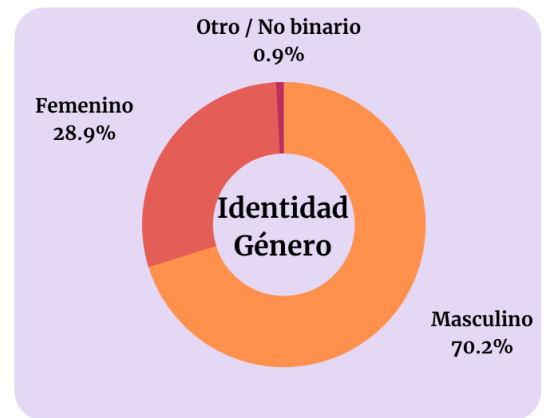
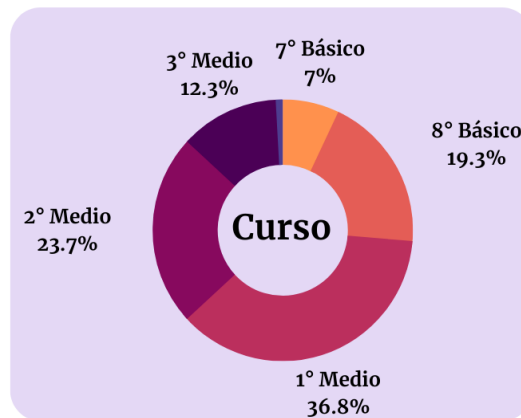
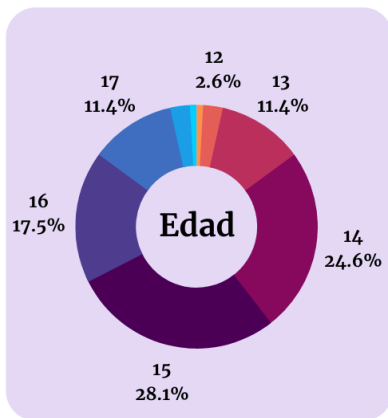
## **Investigación**

### **Propuesta metodológica.**

Se realizó una encuesta a 114 estudiantes de entre 11 y 18 años que comprenden los cursos de primer ciclo mayor 7° y 8° básico y segundo ciclo de 1° a 4° medio, la encuesta se aplicó mediante preguntas en la plataforma GoogleForms y se complementó con preguntas impresas en aquellos lugares que no contaban con acceso inmediato a internet. La investigación se hizo en base al método deductivo, partiendo de dos premisas claves: 1. Las Redes Sociales forman parte de la cultura visual de las y los jóvenes, 2. La asignatura de Artes Visuales debe trabajar la cultura visual. De esta manera se indaga si es que las Redes Sociales son parte de la asignatura de Artes Visuales como herramienta para trabajar con la cultura visual de las y los estudiantes (Calduch, 2012). La metodología adoptada para la confección de la encuesta se centró en un enfoque cualitativo al recoger opiniones no cuantificables (Cauas, 2015). Por otra parte, el instrumento de investigación transita entre los niveles exploratorios y descriptivos puesto que pretende plantear una problemática poco explorada en el sistema educacional chileno, tal como es la implementación de la cultura visual virtual de Redes Sociales como herramienta para el desarrollo del pensamiento crítico y construcción de obra, mientras que a la vez se caracteriza a los sujetos de estudio, en este caso estudiantes de séptimo a cuarto medio, de los cuales se busca conocer sus rasgos más característicos ante el consumo de contenido en Redes Sociales (Cauas, 2015).

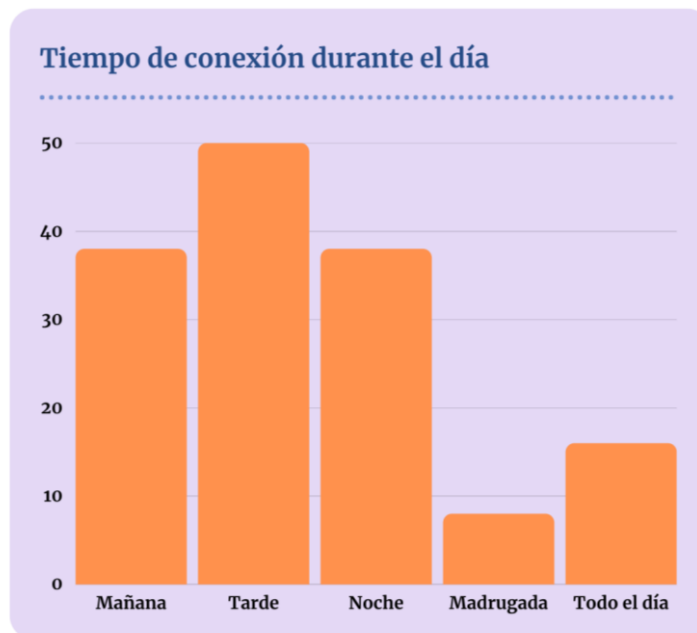
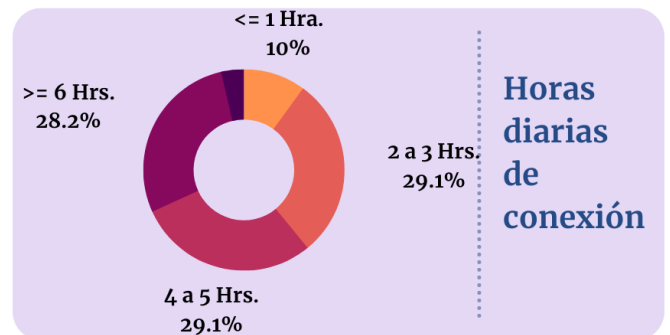
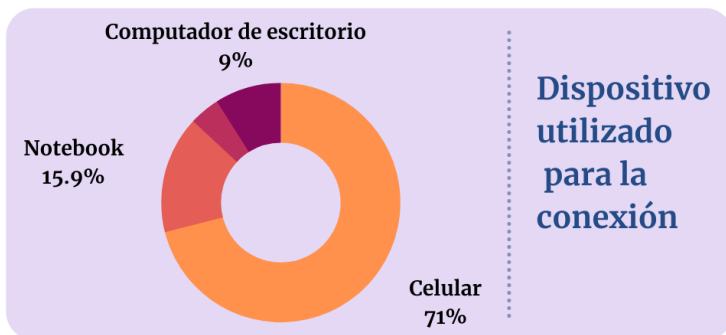
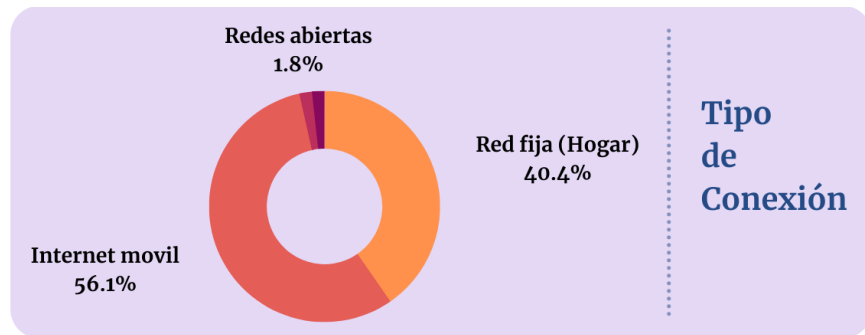
La estructura de la encuesta se dividió en cuatro ejes importantes: el primero sobre la caracterización del sujeto de estudio, el segundo sobre la conectividad a internet, el tercero sobre el uso de Redes Sociales y el cuarto sobre las Redes Sociales como herramienta en el quehacer pedagógico de la asignatura de Artes Visuales. A continuación, se mostrarán los resultados gráficamente:

### **1. Caracterización del sujeto de estudio:**



La encuesta inicia con tres preguntas relacionadas a las características del grupo de niños, niñas y adolescentes estudiado, considerando las variables de edad, curso e identidad de género: respecto a la edad, la mayoría de los sujetos de estudio tienen entre 14 y 15 años, resultando ser el 52,7% del total de los sujetos encuestados, seguido por sujetos de 16 años con un 17,5%. Con respecto al nivel que cursan, 36,8% se encuentra cursando 1° medio, seguido de un 23,7% que se encuentra en 2° medio. En la pregunta sobre identidad de género predomina fuertemente el masculino, con un 70,2%, seguido del femenino, con un 28,9% y finalmente el no binario con un 0,9%.

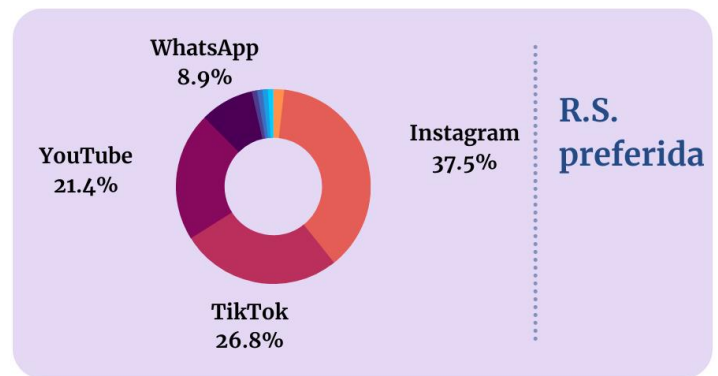
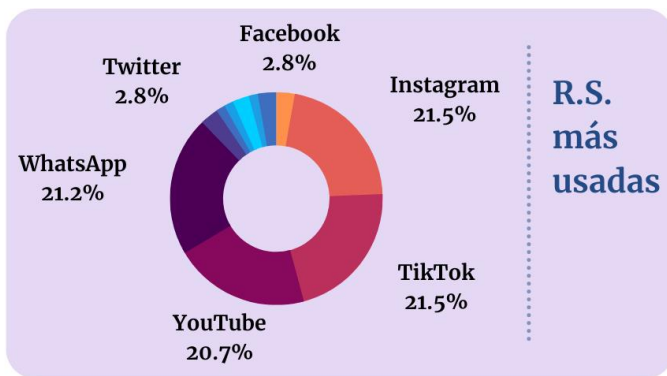
## 2. Conectividad a internet:



La primera pregunta busca saber desde dónde el estudiante obtiene acceso a internet, aquí el uso de la red móvil predomina por sobre las demás con un porcentaje del 56,1%, seguida por la red fija del hogar con un 40,4%. La siguiente pregunta se refiere a qué dispositivo utilizan los estudiantes para conectarse a Redes Sociales, siendo el celular *smartphone* el que se utiliza con

mayor frecuencia con un 71% del total de los encuestados. Después, se pregunta respecto a la cantidad de horas diarias que pasa el sujeto de estudio conectado a Redes Sociales, donde 57,3% dicen permanecer conectado durante cuatro horas diarias o más. La última pregunta de la sección es respecto a en qué momento del día se conectan con mayor frecuencia, ante esto los resultados indican que este momento sería durante la tarde, sin embargo, es seguido de cerca por la mañana y la noche, aun así, queda claro que el menor tiempo de conexión es durante la madrugada.

### 3. Redes Sociales:



Respecto a las Redes Sociales, la encuesta comienza preguntando a los sujetos de estudio sobre cuáles son las Redes Sociales que utilizan con mayor frecuencia, siendo Instagram, TikTok, Whatsapp y Youtube las redes que obtuvieron mayor preferencia, resultando con porcentajes bastante similares. Respecto a la preferencia de una Red Social por sobre otra, Instagram fue la

más votada en relación a las demás, con un 37,5% de preferencia, seguida de cerca por TikTok con un 26.8%. Sumado a esto, los resultados indican que el principal motivo por el cual se visitan estas Redes Sociales es el entretenimiento. El apartado concluye con el creador de contenido preferido por los sujetos encuestados, siendo los *streamers*<sup>9</sup>, *youtubers*<sup>10</sup> y *tiktokers*<sup>11</sup> —en ese mismo orden— los que más menciones tuvieron, destacando a personajes como Auronplay y Imferv quienes se mencionaron en reiteradas ocasiones la misma cantidad de veces, junto a FernanFloo quién, si bien fue mencionado reiteradamente, tuvo menos menciones que los dos primeros.

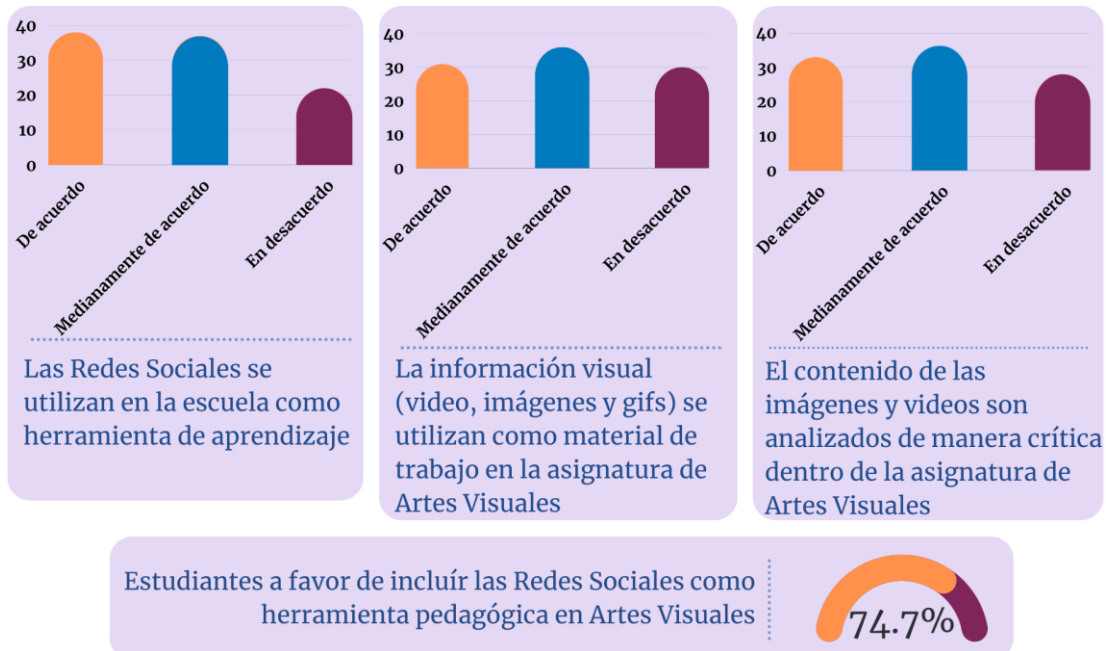
#### 4. Asignatura de Artes Visuales:

---

<sup>9</sup> persona que hace emisiones en directo o en diferido

<sup>10</sup> Persona que realiza contenido audiovisual para la plataforma de YouTube

<sup>11</sup> Persona que realiza contenido audiovisual para la plataforma de TikTok



La encuesta finaliza con preguntas orientadas al uso de Redes Sociales como estrategia pedagógica en la Asignatura de Artes Visuales. Para esto, es necesario saber si los sujetos de estudio cursan la asignatura, donde respondieron un total de 93 personas en contraste con las 114 iniciales. Las siguientes preguntas se realizan bajo una escala de Likert, dando afirmaciones sobre las cuales se debe decidir si se está de acuerdo, medianamente de acuerdo, o en desacuerdo con cada una de ellas, las respuestas ante la primera afirmación indican que la mayoría está de acuerdo con que las escuelas utilizan las Redes Sociales como herramientas pedagógicas. En las dos últimas se afirma que la información visual como videos, imágenes y gifs se utilizan como material de trabajo en la asignatura de Artes Visuales y que el contenido de las imágenes y videos es analizado de manera crítica dentro de la asignatura, en ambas la mayoría de los encuestados está medianamente de acuerdo.

Luego se preguntó de manera abierta si les gustaría que se incluyeran a las Redes Sociales dentro de la asignatura de Artes Visuales. De las 93 personas 22 dijeron no estar interesado o no cursar la asignatura de Artes Visuales, mientras que las 71 respuestas restantes se posicionaron a favor o en contra de incluir las Redes Sociales como estrategia pedagógica, donde un 74,7% se

declara a favor. A continuación se deja un extracto de seis respuestas escritas por los encuestados en esta última sección:

| <b>Respuestas del espacio de opinión:</b>   |   |
|---|---|
| <i>“Yo creo que sí porque puede ser una forma entretenida de aprender.”</i>   | <i>“Tal vez para observar algún dibujo o alguna obra de arte y analizarlo, también aprender nuevas estrategias de dibujado y pintado.”</i>  |
| <i>“Nop, me gustaría utilizar las redes sociales en otro tipo de materia, en esta es mejor dibujar.”</i>                | <i>“Sinceramente no me importaría, pues no creo que las redes sociales impacten tanto en Artes, a menos que sea ver el arte de otras personas, claro.”</i>  |
| <i>“Me gustaría que las utilicemos para ver videos de como aprender desde la base hasta todo el cuerpo del dibujo.”</i> | <i>“Me gustaría que se utilizaran para analizar consejos y tips, para observar videos que mejoren nuestra comprensión de diversos temas. Sería muy interesante aprender más sobre las redes sociales desde una perspectiva que complemente el aprendizaje.”</i> |

## **Análisis de resultados**

Después de aplicada la encuesta son varias las conclusiones que se pueden leer de las respuestas obtenidas. Con respecto a la conexión de internet, el hecho de que la mayoría de los alumnos se conecte habitualmente desde *smartphones* nos indica que la flexibilidad a la hora de conectarse provoca que el consumo de contenido en internet tenga una mayor frecuencia durante las horas del día, esto queda corroborado al momento de preguntarle a los estudiantes durante qué horario se conectaban a internet, siendo la respuesta más repetida durante la tarde, recalcando que la conexión se realizaba en periodos dónde no estaban realizando actividades académicas. Por otra parte, es necesario recalcar que los alumnos declaran conectarse a internet al menos durante cuatro horas o más en los periodos anteriormente mencionados, un consumo para nada menor de internet.

Sobre el uso de Redes Sociales, los alumnos encuestados dicen preferir Instagram, seguida de cerca por TikTok ante las demás Redes Sociales, este resultado confirma la creencia de que las Redes Sociales que más explotan el contenido audiovisual para enganchar a su público son las más

populares dentro de las juventudes. Esta información resulta relevante a la hora de idear estrategias pedagógicas en la asignatura de Artes Visuales que integren las dinámicas propias de estas redes, tanto en la producción como en el consumo de contenido, de esta manera se obtendría una alfabetización visual que tendría impacto directo en cómo las y los jóvenes consumen el contenido audiovisual de estas Redes. Cabe mencionar que durante la aplicación de la encuesta hubo varias dudas por parte de las y los encuestados sobre qué son las Redes Sociales, confundiéndolas muchas veces con servicios de *streaming*. Por otra parte, casi todos los estudiantes declaran entrar a las Redes Sociales para divertirse, aspecto que viene a reforzar la idea de la sociedad del espectáculo con un sobreconsumo ligado al placer, esto sumado a que los influencers más mencionados son *streamers* de videojuegos cuya relación con el público es jugar en una transmisión en vivo mientras graban con su *webcam*<sup>12</sup> las reacciones a lo que sucede dentro del videojuego, destacan la idea de que el consumo que están realizando los estudiantes es de un carácter pasivo ya que ellos sólo ven lo que otra persona juega.

Por último sobre la utilización de las Redes Sociales como herramienta pedagógica para la asignatura de Artes Visuales vemos que en general hay poco consenso sobre el uso de estas en los espacios escolares, sin embargo destaca la opción ‘medianamente de acuerdo’ en las afirmaciones que presentan el uso del contenido audiovisual en las Redes Sociales como herramienta pedagógica y en si esos contenidos son analizados de manera crítica durante la asignatura, con respecto a aquello debemos tener en cuenta que los colegios encuestados están recién regresando a la presencialidad después de clases online producto del confinamiento por la pandemia de COVID-19, aspecto que obligó a los recintos educativos a adaptar estrategias pedagógicas al ámbito digital, es por esto que resulta coherente que existan experiencias tan diversas en este apartado. Aun así, queda en evidencia que estas afirmaciones no se encuentran sistematizadas dentro del quehacer pedagógico, por lo que queda mucho trabajo por hacer para incluir los espacios de las Redes Sociales a las dinámicas pedagógicas de la asignatura de Artes Visuales.

De acuerdo a las opiniones de estudiantes sobre el uso de Redes Sociales como herramienta pedagógica muchos de ellos se muestran a favor, indicando que sería un gran beneficio para su

---

<sup>12</sup> Cámara de vídeo miniaturizada que se puede conectar a un ordenador para grabar imágenes o emitirlas en directo a través de Internet.

formación y para hacer más entretenidas las clases de Artes Visuales, sin embargo, vemos también que el carácter práctico procedimental del currículum está muy latente en dichas respuestas ya que la mayoría entiende el uso de las Redes Sociales como un lugar donde sacar información de índole procedimental para ejecutar creaciones artísticas, mencionando incluso que preferían el uso de Redes Sociales para aprender a dibujar, de esta manera vemos que la dimensión creativa del espacio de Redes Sociales está poco explorado y que si bien existen vagos intentos para acercarse a él, dichos acercamientos se realizan de una manera sesgada que muchas veces no responde a los tiempos actuales.

## Propuesta pedagógica.

Los datos recogidos en la encuesta a estudiantes de entre séptimo básico a cuarto medio sobre el uso de Redes Sociales, sumado a la información presentada sobre cómo se ejecuta el currículum educacional chileno en la asignatura de Artes Visuales nos hace plantearnos estrategias para incorporar la cultura visual presente en las Redes Sociales como una fuente válida para lograr una alfabetización visual y un medio para entender e introducirse en contenidos propios de la asignatura de artes, encontrando en ellos un lugar para alojar la creación propia y difundir la misma, aceptando que el arte hace parte de estos nuevos medios. Para lograr aquello es necesario que el docente conozca y adopte en sus metodologías las dinámicas propias de las Redes Sociales y que tenga en cuenta el comportamiento que tienen los niños, niñas y adolescentes frente a los diferentes contenidos que consumen, ante esto debemos tener las siguientes consideraciones:

- a) El contenido que se genere debe adaptar su formato y estética de acuerdo a las características propias de la Red Social donde se desee publicar, ante esto debemos considerar si predomina la imagen o el video, si conviene o no utilizar audio, si los videos son largos o cortos, si incluyen texto o no, si requiere de una portada, entre muchas otras variables.
- b) La presentación del contenido debe responder a las lógicas de consumo que se han instaurado dentro de las Redes Sociales y que las y los jóvenes han adoptado a la hora de consumir dentro de ellas, de esta manera debemos generar contenido que sea llamativo, dinámico, preciso y conciso para que sea lo suficientemente atractivo para un consumo voluntario. Aquí es importante recordar que si bien el contenido será preciso y conciso este no debe significar que será superficial, ya que debe abrir la puerta para que el consumidor se acerque de manera orgánica al contenido específico del área que se presenta.

Consideramos las respuestas recogidas de la sección de Redes Sociales en la encuesta aplicada para generar propuestas de contenido que utilicen las Redes Sociales como medio y soporte para la creación visual propia, así es que llegamos a dos propuestas concretas, una para

Instagram y otra para TikTok, ambas redes señaladas como las favoritas de las y los estudiantes que participaron en la encuesta.

## **Propuesta de Instagram**

Centramos esta publicación en la información sobre cómo crear un libro de artista desde un perfil de Instagram, esto considerando que la Red Social de Instagram se construye de contenido audiovisual variado, permitiendo jugar con los modos de lectura, con el tipo de contenido y con enlaces a sitios externos. También consideramos que la temática del libro de artista es parte de la unidad uno de primero medio.

El objetivo de esta publicación es relevar la importancia del contenido audiovisual presente en Instagram, comprendiendo que este puede ser planteado como una propuesta artística en sí mismo además de funcionar como un espacio de difusión dentro de los circuitos artísticos. Para esto se generaron cuatro imágenes diagramadas mediante texto y algunos gráficos, en ellas se presenta una breve definición de libro de artista y una lista de pasos a seguir para la creación de un libro de artista por medio de un perfil de Instagram. Las cuatro imágenes se publicarán en conjunto en una sola publicación para facilitar su lectura y se diagramaron de forma que inviten al lector a participar de lo allí propuesto. Por último, se propone que el lector realice y publique su propuesta en los comentarios de la misma publicación, de esta manera se ampliará el espacio de difusión y se creará un circuito artístico entre pares, además de aumentar las interacciones con el mismo post de Instagram y que el algoritmo lo lea como relevante y recomiende a más personas.

HAZ QUE TU PERFIL DE  
INSTAGRAM SEA UN

# LIBRO ARTISTA

Te cuento como ....



¿Qué es un libro artista?

Un libro artista es una obra de arte en sí mismo.

Es una forma de expresión donde se pueden utilizar múltiples técnicas, lenguajes y formas de comunicación, por sí solas o en conjunto.



INSTAGRAM NOS PERMITE HACER LIBROS ARTISTA  
YA QUE LEEMOS EL CONTENIDO Y SUS IMÁGENES TAL  
COMO SI FUERAN PÁGINAS !!

## Y ahora ¿Cómo hago mi libro artista en Instagram?

- 1 Escoge una idea o una temática que te gustaría expresar en tu libro artista.
- 2 Crea el contenido, recuerda que puedes utilizar texto, imagen, videos, vínculos, QR, entre muchos otros. Ponte CREATIV@!!! hay muchos recursos disponibles. (siempre manteniendo una estética unificada)
- 3 Piensa y diagrama en qué orden publicarás cada contenido, considera la distribución de la plataforma y la forma en que la leen tus seguidores.
- 4 Publica!!!



## por último ... RECUERDA !

Un libro artista NO ES una bitácora creativa.

Es importante que el conjunto de tus publicaciones entreguen un mensaje y se diseñen bajo una estética unificada.

Publica tu libro artista en Instagram y etiqueta el perfil aquí abajo

☺ QUEREMOS VERLOS TODOS!!!! ☺

Se puede ver cómo se presentan estas imágenes publicadas dentro del sistema de Instagram ingresando al siguiente enlace: <https://www.instagram.com/p/Clz89NTul-s/?igshid=MWI4MTIyMDE%3D>

## Propuesta en TikTok.

Este apartado está orientado a la creación de una cápsula dentro de la Red Social de TikTok, aplicación reconocida por el uso exclusivo de videos de corta duración, donde principalmente se graban personas y animales desarrollando diversas acciones y que debido a la dinámica propia de la Red Social deben ser dinámicos, atractivos y concisos. Gracias a esto es la plataforma perfecta para generar un diálogo cercano entre creador y usuario.

Se realizará un guion para una cápsula de video con el objetivo de comprender la cultura visual que se refleja en los memes y como estos se relacionan en cuanto a su construcción estética como cultural con corrientes artísticas de vanguardia como el dadaísmo, para esto se estructura un guion pensado para ser desarrollado en un video de tres minutos dentro de la plataforma de TikTok, entregando recomendaciones para su ejecución.

Se utilizaron algunos creadores de contenido de YouTube y TikTok especializados en artes visuales como referentes para la creación de este contenido, ellos son Julieta Wibel, Antonio García Villarán y Laurayer.

| <b>Guion videos de TikTok</b>  |  |
|--|--|
| Duración: 3 minutos  |  |
| Video 2:<br>Relación en la construcción de memes ( <b>shitposting</b> ) con el dadaísmo. | <p>El docente introduce de manera atractiva la relación de los memes y el shitpost con el dadaísmo.</p> <p>Luego introduce de manera acotada las bases del dadaísmo, recalcando sus características (caos, azar, entre otros). Luego se hace la relación con el sinsentido del shitposting.</p> <p>Se cierra invitando al espectador a crear memes que contengan elementos del dadaísmo, recogiendo la idea del objeto encontrado de Duchamp para la creación de imágenes desde el fragmento (ejemplo de meme: Mike Wazowski con la cara de Sullivan).</p> |

Ya presentado el guion, se deben indicar algunas recomendaciones a la hora de su ejecución, por una parte es recomendable que la portada del video que se presenta a modo de gif contenga un cuadro del video que sea atractivo y que a la vez presente el título del tema a tratar, también se recomienda que se sobrepongan imágenes para retratar cada dicho del video —seleccionando con cuidado las imágenes a utilizar—, por último, se recomienda hablar con energía y sin dejar pausas extensas —cortando los momentos en los que no se diga nada— para que se optimice la mayor parte del tiempo y resulte atractivo para el espectador.

En definitiva, estas propuestas de publicaciones dentro de Redes Sociales se presentan como una estrategia para enseñar contenido de forma atractiva utilizando los medios digitales de uso cotidiano para las juventudes, de esta manera lograremos aprendizajes más significativos y que respondan a intereses propios de las y los estudiantes. Por último es importante agregar que estas propuestas son opciones acotadas dentro de la inmensa cantidad de posibilidades que nos otorgan estos espacios, especialmente en cuanto a las relaciones que se pueden producir entre Red Social, cultura visual, pensamiento crítico y artes visuales, de esta manera las propuestas presentadas se planean como una guía a través de ejemplos sobre qué aspectos considerar a la hora de generar contenido y cómo ejecutarlo a la hora de su producción y publicación, abriendo paso de esta manera a una amplia gama de propuestas que se producirán a la hora que el docente se apropie de estos nuevos espacios.

## Conclusiones

La cultura visual desarrollada dentro de las Redes Sociales ha evidenciado una gran influencia dentro del desarrollo propio de las personas. Arnheim (2006) dice que “la visión no es un registro mecánico de elementos, sino la aprehensión de esquemas estructurales significativos” (p. 16), si bien se refería a la percepción desde la construcción misma de la imagen, su visión no se aleja de lo que sucede al ser usuario de Redes Sociales puesto que todas las imágenes que vemos a través de las pantallas de los diferentes dispositivos tecnológicos traen consigo un red estructurada de conexiones que definen que está bien y que no, redes construidas y fortificadas por los mismos consumidores y productores de la cultura audiovisual de internet.

Son los niños, niñas y adolescentes quienes, según la encuesta, usan con gran frecuencia las Redes Sociales dentro de su vida cotidiana, ellos son las y los consumidores y productores de la cultura audiovisual de internet, esto en gran medida por su etapa de desarrollo psicosocial donde las relaciones sociales cobran especial relevancia, favoreciendo la formación de grupos de iguales donde se busca la sintonía e identificación afectiva (Bordignon, 2005, p. 56) y las Redes Sociales se han vuelto el espacio perfecto para este desarrollo. De esta manera resulta de gran preocupación indagar en las nuevas formas de comunicación y construcción de identidades a partir del contenido audiovisual presente en los perfiles que cada día se consumen en Redes Sociales.

Después de haber expuesto todas las variables que implican entender a la cultura visual virtual de las Redes Sociales como parte de la cultura visual contenida en la asignatura de Artes Visuales resulta conveniente expresar cuatro puntos que sintetizan todo lo anterior:

- a) El dinamismo que significa el uso de la visualidad como medio de comunicación ha propiciado que las Redes Sociales estén en una posición de poder ante otros sitios del espacio virtual. La segunda realidad que ha supuesto este nuevo espacio basa sus dinámicas en el uso social de la imagen tanto en la construcción de la identidad, desde la creación de perfiles y el dominio con gran capacidad de edición que tienen los mismos, como de la construcción de culturas visuales virtuales, donde se plantean nuevos imaginarios que

moldean la forma de ver el mundo de quienes hacen uso de estos espacios, creando así un consumo de imágenes masivo. Desde dicha perspectiva, la relevancia de la imagen recae en cómo esta desde su consumo masivo es capaz de interferir en nuestra forma de vivir y ver el mundo posicionados en una sociedad que cada vez nos exige información visual más rápida y sencilla de digerir.

- b) Las imágenes consumidas y reproducidas en Redes Sociales hablan directamente de nosotros, de nuestras elecciones bajo el sistema cultural en que nos encontramos inmersos y que moldea nuestras identidades de acuerdo a lo socialmente aceptado, de esa manera se construyen nuevos imaginarios virtuales, que con su gran cantidad de usuarios terminan por ofrecer un amplio campo de desarrollo propio, dónde se puede experimentar sin tanto prejuicio o se pueden establecer directrices sobre cómo configurar la propia identidad dentro de un espacio virtual alejado de la presión física, sin embargo dichas libertades siempre responderán a aquello que las imágenes nos quieran mostrar. Por otra parte, la masividad de las Redes Sociales ha llamado la atención de grandes empresas y/u organizaciones con gran poder de manipulación, de esta manera utilizan elementos de la cultura visual internalizados dentro de nuestro inconsciente para reafirmar o desacreditar aspectos propios de nuestra forma de ver el mundo con tan solo imágenes. De esta manera, a través de internet y las Redes Sociales, ocurrió una revolución visual tan importante que hoy en día es un aspecto intrínseco de nosotros mismos y la forma en que nos relacionamos con el mundo.
  
- c) La influencia que ejercen las imágenes presentes en Redes Sociales sobre los espectadores, quienes ven en ellas un fragmento de realidad con el cual pueden identificarse ha terminado por desarrollar un gran interés en entender el rol de la comunicación dentro de las mismas, el término alfabetización visual busca dar nombre y razón a los mensajes detrás de las imágenes. Desde dicha perspectiva es que las grandes empresas u organizaciones han sacado provecho del manejo del lenguaje visual para transmitir mensajes que beneficien sus propuestas, camuflando intereses a través del uso de recursos formales en la construcción de la imagen para que el espectador vea sin tantos reparos el mensaje expuesto y sea guardado en su subconsciente. En este punto las metanarrativas surgen como

imágenes pensadas y creadas para transmitir mensajes explícitos y ocultos. Para afrontar aquello se propone la alfabetización visual dentro de espacios académicos formales como lo es la asignatura de Artes Visuales dónde un docente con formación específica en el área acerque los conocimientos a sus estudiantes para lograr lecturas de imágenes de manera autónoma.

- d) La sobrecarga de imágenes que vivimos día a día, sobre todo en espacios virtuales, han permitido que las metanarrativas visuales se reproduzcan sin siquiera cuestionarse los mensajes detrás de cada imagen, esto debido a que la persona común consumidora de este contenido lo hace de forma pasiva como meros replicadores de mensajes, en este punto la lectura crítica de las imágenes se vuelve una acción difícil de realizar y concientizar pero, cuando el espectador dedica tiempo al análisis y desarrolla un juicio crítico propio, utilizando como base conocimientos tanto de la estructuración formal de las imágenes como de sus contextos, puede lograr la independencia ante la misma detectando el posible mensaje de cualquier imagen que vea y podrá crear *algo original* a partir de la propia crítica.

Una forma de apropiarse e independizarse de la cultura visual actual propia de las Redes Sociales son las micronarrativas visuales, las cuales buscan traspasar un mensaje directo poniendo en tensión aquello que significa la metanarrativa visual y su fácil consumo en el mismo lenguaje de aquello que cuestiona, de esta manera se puede desarrollar una postura crítica y personal ante la sociedad del espectáculo.

Por último, es importante recalcar que la reproducción dentro de las Redes Sociales no se debe confundir con la creación, mientras la primera se trata de un consumo pasivo donde el sujeto se subyuga a la cultura visual que lo rodea, la creación implica la apropiación de la misma cultura visual bajo juicios críticos que permitan levantar propuestas que enriquezcan la formación de imágenes.

El contenido audiovisual presente en las Redes Sociales se han vuelto parte de la vida cotidiana de las y los jóvenes, la cultura visual virtual de estos espacios se nos presenta como una gran fuente de conocimiento, donde convergen temáticas como el rol de la imagen en la sociedad, el lenguaje visual como método para comunicar y la manipulación de la realidad a través de las

imágenes, temáticas que terminarán por proponer al espacio de las Redes Sociales como campo de estudio propio de las Artes Visuales, donde la cantidad de imágenes suponen una imperante necesidad de reflexión, tal como expresó Arnheim (2006) “Todo percibir es también pensar, todo razonamiento es también intuición, toda observación es también invención” (p. 16) y gran parte de lo que percibimos y observamos está dentro de estos nuevos espacios virtuales. El pensamiento crítico, habilidad que se espera desarrollen las y los jóvenes consumidores de contenido, se puede lograr a través de sistematizar las conexiones entre el lenguaje visual, a través del arte, dotando a imágenes que parecen banales, del día a día, de significados profundos que permitan la identificación verdadera de sus intenciones, logrando la independencia del yugo que supone la sociedad del espectáculo que se desarrolla dentro de las Redes Sociales.

El rol del docente como quien se apropia de una propuesta curricular debería considerar estrategias que acerquen el arte, la producción y los medios de difusión a sus alumnos, y qué mejor manera de hacerlo que adaptando herramientas que ellos utilizan a diario —y que están repletas de imágenes— que dan espacios para la producción propia y su publicación como medio de difusión, si bien el currículum aborda vaga o nulamente aspectos propios de la cultura visual digital, se pueden realizar conexiones reales, permitiendo comparar procesos propios de la historia del arte con problemáticas actuales, analizar los procesos de construcción de la imagen análoga en comparación con la digital e incluso analogías entre anécdotas del arte mismo con aquel contenido pertinente en los espacios virtuales, entre una infinidad de posibilidades.

En definitiva, el consumo de Redes Sociales por parte de jóvenes y adolescentes deben realizarse desde el pensamiento crítico, el cual se puede obtener mediante estrategias que utilicen las Redes Sociales como herramienta de aprendizaje en tensión con los contenidos formales propios de la asignatura de Artes Visuales.

Por último, y en concordancia con todo lo expuesto, resulta interesante citar una reflexión posteadada en Instagram por el usuario Loscuadernosdelpracticante:

“Es que como dice un meme...

No, no, si es verdad, lo vi en un meme.

Ah, no sé, pero hay un meme que lo explica.

Escucho decir esas cosas a los estudiantes, todo el tiempo.

Yo antes pensaba que tomar un meme como fuente o argumento era algo ridículo.

Hoy, en esta tarde de diciembre, año 2022, pienso que el ridículo soy yo.

Para mis estudiantes, que se informan por memes, que se educan por memes, los memes no son ninguna tonterita.

Los libros en la biblioteca serán algo muy raro para esta generación. ¿Por qué leíste ese libro si hay un meme que lo explica?

El formato APA debería ir incorporando a los memes.

La Biblioteca Nacional debería tener una sala de memes.

A mí, que soy profesor, ¿me reemplazará un meme alguna vez?

¿Ya me reemplazó?”

(@Loscuadernosdelpracticante, 2022)

## Referencias

- Abruzzese, A. (2004). cultura de masas. *CIC. Cuadernos de información y comunicación*, (9), 189-192.
- Acaso, M. (2006). *Esto no son las Torres Gemelas: Cómo aprender a leer la televisión y otras imágenes*. Los Libros de la Catarata.
- Aguado Terrón, J. M. (2004). Sociedad de masas, cultura de masas y comunicación de masas. In *Introducción a las Teorías de la Información y la Comunicación* (pp. 217-251). Universidad de Murcia.
- Arnheim, R. (2006). *Arte y percepción visual*. Alianza.
- Bordignon, N. (2005). El desarrollo psicosocial de Eric Erikson. El diagrama epigenético del adulto. *lasallista de investigación*, 2(2), 50-63.
- Caldush, R. (2012). *Métodos y Técnicas de Investigación en Relaciones Internacionales- Curso de Doctorado*. Universidad Complutense de Madrid.
- Campos, A. (2007). *PENSAMIENTO CRÍTICO. Técnicas para su desarrollo* (1.a. ed. ed.). Editorial Magisterio.
- Cárdenas, R. (2021). Emergencia del arte digital en la educación artística y las artes visuales en tiempos de pandemia. (*pensamiento*), (*palabra*). . . *Y obra*, 24, 118 - 139.
- Cauas, D. (2015). *Definición de las variables, enfoque y tipo* (Vol. 7). Academia Edu.
- Dawkins, R. (1976). *El gen egoísta* (2.a ed. ed.). Salvat Editores, S.A.
- Domínguez, M. (2020). La alfabetización visual como defensa ante las noticias falsas. *Revista de Estilos de Aprendizaje*, 13(26), 85-93.
- Efland, A., Freedman, K., & Stuhr, P. (2003). *La Educación en el arte posmoderno*. Paidós.
- Hernández, F. (2005). ¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE CULTURA VISUAL? *Educação & Realidade*, (30).
- López, G. (2013). Pensamiento crítico en el aula. *Docencia e Investigación*, (22).
- MINEDUC. (2016). *ARTES VISUALES: Programa de Estudio Séptimo básico*. Ministerio de Educación de Chile.

- MINEDUC. (2016). *Bases Curriculares: 7° y 8° básico: 1° y 2° medio*. Ministerio de Educación de Chile.
- Mirzoeff, N. (1999). *Una introducción a la cultura visual*.
- Pacheco, C. (2019). El desarrollo del pensamiento crítico en la propuesta curricular de la educación del arte en Chile. *Estudios Pedagógico*, (45).
- Púñez, N. (2017, mayo). El Pensamiento visual: una propuesta didáctica para pensar y crear. *Horizonte de la Ciencia*, 7.
- Raquimán, P., & Zamorano, M. (2017). Didáctica de las Artes Visuales, una aproximación desde sus enfoques de enseñanza. *Estudios Pedagógicos*, 43(1), 439–456.
- Reuelta Domínguez, F. I., & Bernabé Sáez, A. (2012). El videojuego en red social: un nuevo modelo de comunicación. *Tejuelo: Didáctica de la Lengua y la Literatura*, (6), 157-176.
- Ruiz, S. (2022). MEMES, NTFS Y ARTE DE MASAS. *Fedro, Revista de Estética y Teoría de las Artes.*, 161–175.
- Ruiz-Corbella, M., & De Juanas, Á. (2013). Redes sociales, identidad y adolescencia: nuevos retos educativos para la familia. *ESTUDIOS SOBRE EDUCACIÓN*, 25(Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra), 95 - 113.
- Saavedra, I. (2003). La historia de la imagen o una imagen para la historia. *Cuicuilco*, 10(29).
- Salas, E. (2016). La influencia de la cultura visual en la educación a través de nuevos soportes de aprendizaje. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*.
- Sánchez, J. (2015). Cultura digital y campos de acción en redes sociales. *Redes sociodigitales en México*, 162 - 188.
- Silva, A., Raquimán, P., & Zamorano, M. (2020). Experiencia inerte de las artes visuales: revisión crítica al currículum chileno. (*pensamiento*), (*palabra*). . . *Y obra*, (24). <https://doi.org/10.17227/ppo.num24-12140>
- Viracocha, A. R. (2014). LA PERCEPCIÓN VISUAL COMO MOMENTO DE REFLEXIÓN EN LA EVOLUCIÓN DE LA CREATIVIDAD EN LAS ARTES PLÁSTICAS. *Universidad Central del Ecuador*.
- Walter, J. A., & Chaplin, S. (2002). *Una introducción a la cultura visual*. Octaedro.



FACULTAD DE ARTES Y EDUCACIÓN FÍSICA  
DEPARTAMENTO DE ARTES VISUALES

La cultura visual de las redes sociales en relación a las Artes Visuales:  
Desarrollo del juicio crítico frente a las imágenes.

**SEMINARIO DE TÍTULO – PROYECTO DE TITULACIÓN  
PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL  
PROFESOR/A DE ARTES VISUALES**

Alumnos

Javiera Navarrete Verdugo  
Gabriel Retamal Muñoz

Profesor Guía

Luis Cortés

**SANTIAGO, 2022**

Autorizado para






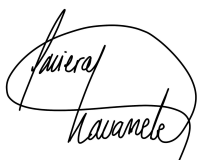

Sibumce Digital

**UNIVERSIDAD METROPOLITANA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
Campus Macul: Av. José Pedro Alessandri 774 - Ñuñoa, Santiago  
Campus Joaquín Cabezas: Dr. Luis Bisquert 2765, Ñuñoa - [www.umce.cl](http://www.umce.cl)  
Teléfono: 56-22322.9119 - 56-22322.9120 | Correo electrónico: [artes@umce.cl](mailto:artes@umce.cl)

[www.umce.cl](http://www.umce.cl) [f @umced](https://www.facebook.com/umced) [@umced](https://www.instagram.com/umced) [t @umced](https://www.tiktok.com/@umced) [✉ contacto@umce.cl](mailto:contacto@umce.cl)

## Anexo 1: AUTORIZACIÓN PARA USO DE MATERIALES EN SIBUMCE

La presente autorización faculta al Sistema de Bibliotecas UMCE para alojar y publicar el trabajo de investigación identificado más abajo, en las plataformas electrónicas que estime conveniente, a fin de permitir el libre acceso a los materiales producidos por la institución y su comunidad, entre ellos tesis, memorias, seminarios y otros. Contribuyendo de esta forma a la preservación digital, difusión y visibilidad nacional e internacional de las investigaciones, siempre patrocinando el respeto de los derechos establecidos por la Ley de Propiedad Intelectual vigente.

|   |  |   |   |
|---|--|---|---|
|    | UNIVERSIDAD METROPOLITANA DE CIENCIAS DE LA EDUCACION<br>SISTEMA DE BIBLIOTECAS – DIRECCION DE INVESTIGACION |  |  |
| <b>IDENTIFICACION DE TESIS/INVESTIGACION</b>  |  |   |   |
| Título de obra : La cultura visual de las redes sociales en relación a las Artes Visuales: Desarrollo del juicio crítico frente a las imágenes.   |  |   |   |
| Fecha de publicación : _Diciembre 2022  |  |   |   |
| Facultad : Facultad de Artes y Educación Física   |  |   |   |
| _Departamento : Departamento de Artes Visuales  |  |   |   |
| Carrera : Licenciatura en Educación y Pedagogía en Artes Visuales   |  |   |   |
| Título y/o grado: Título, Profesor(a) de Artes Visuales; grado, Licenciado(a) en Educación  |  |   |   |
| Profesor guía/patrocinante : Luis Cortés  |  |   |   |
| <b>AUTORIZACIÓN</b>   |  |   |   |
| A través de este documento autorizo la reproducción total de este trabajo de investigación para fines académicos, su alojamiento y publicación en las plataformas electrónicas que estime conveniente el Sistema de Bibliotecas UMCE para su difusión.  |  |   |   |
|    |                           |   |   |
| Javiera Navarrete   | Gabriel Retamal  | Nombre/Firma  |   |
| Nombre/Firma  | Nombre/Firma   | Nombre/Firma  |   |
| Santiago de Chile, <u>09 de enero 2023</u>  |  |   |   |
| Se sugiere realizar el licenciamiento de su trabajo bajo licencia creative commons, más información en: <a href="https://www.umce.cl/index.php/dir-biblioteca-recursos-tecnologicos/dir-formulario-de-autorizacion-2">https://www.umce.cl/index.php/dir-biblioteca-recursos-tecnologicos/dir-formulario-de-autorizacion-2</a> |  |   |   |
| Imprima más de una autorización en caso de que los autores excedan la cantidad de firmas para este documento  |  |   |   |
| * <i>Este documento quedará en los archivos internos de Biblioteca.</i>   |  |   |   |