

UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN  
FACULTAD DE EDUCACIÓN  
PEDAGOGÍA EN ARTES PLÁSTICAS

---



# ALFABETIZACIÓN VISUAL COMO PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA CREACIÓN DE MATERIAL DIDÁCTICO

SEMINARIO PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN EDUCACIÓN

Seminaristas: Bárbara Mondaca Obrequé

Isaac Moraga Binimelis

Marión Villarroel Yañez

Prof. Guía: Héctor Navarro Figueroa

CONCEPCIÓN, 2019

# Índice

	Página
Resumen	6
Introducción	7
Capítulo I. Problema de investigación	
1.1 Planteamiento del problema	9
1.2 Pregunta de investigación	13
1.3. Justificación del problema de investigación	13
1.4 Objetivo general	16
1.5 Objetivos específicos	16
Capítulo II. Diseño metodológico de la investigación	
2.1 Metodología	18
2.2 Selección del tema	19
2.3 Diseño del estudio y obtención de datos	19
2.4 Selección de datos y criterios	20
Capítulo III. Marco referencial y estudio de precedentes	
3.1 Cultura Visual	21
3.1.1 Mass Media	23
3.1.2 Cultura de masas	27
3.1.3 Valor de la imagen	32
3.2 Lenguaje visual	36
3.2.1 Elementos básicos de la comunicación visual	38
3.2.2 Lectura e interpretación de los mensajes visuales	54
3.2.3 Interpretación de la imagen	58

3.3 Nativos Digitales	59
3.4 Alfabetización Visual	65
Capítulo. IV Diseño metodológico de la propuesta	
4.1 Metodología	71
4.2 Justificación de la propuesta	71
4.3 Propuesta	76
4.4 Material	77
Capítulo V. Reflexión final	95
Capítulo VI. Referencias	98
Capítulo VII. Anexos	102



## Índice de Ilustraciones

Imagen n° 1.	Jerarquía por Tamaño	Pág. 40
Imagen n° 2.	Serie de Formatos	Pág. 41
Imagen n° 3.	Escala	Pág. 41
Imagen n° 4.	Proporción	Pág. 42
Imagen n° 5.	Punto	Pág. 44
Imagen n° 6.	Composición	Pág. 44
Imagen n° 7.	Línea Vertical	Pág. 45
Imagen n° 8.	Línea Horizontal	Pág. 45
Imagen n° 9.	Línea Curva	Pág. 45
Imagen n° 10.	Línea Diagonal	Pág. 45
Imagen n° 11.	Composición Línea	Pág. 45
Imagen n° 12.	Textura visual	Pág. 47
Imagen n° 13.	Tono	Pág. 48
Imagen n° 14.	Brillo - Saturación	Pág. 48
Imagen n° 15.	Valor	Pág. 49
Imagen n° 16.	Forma	Pág. 50
Imagen n° 17.	Serie Formas	Pág. 50
Imagen n° 18.	Composición	Pág. 51
Imagen n° 19.	Movimiento A	Pág. 52
Imagen n° 20.	Movimiento B	Pág. 52
Imagen n° 21.	Tensión	Pág. 53

Imagen n° 22. Equilibrio	Pág. 53
Imagen n° 23. Ritmo	Pág. 53
Imagen n° 24. Objeto real	Pág. 56
Imagen n° 25. Símbolo	Pág. 56
Imagen n° 26. Abstracción	Pág. 57



## **RESUMEN**

En una era tecnológica cuyo avance en el tiempo transforma la forma de comunicación social y su sociedad, toma relevancia la imagen la cual posee su propio medio de configuración e influencia. Hoy en día los profesionales de la educación se ven enfrentados a este panorama y caen en la necesidad de enfocarse en una capacitación visual, que pueda cubrir las necesidades de las nuevas generaciones. Al utilizar una metodología enfocada en la alfabetización visual se avanza con una acción crítica y consecuente, para formar a los estudiantes dentro de una alfabetidad visual, con el propósito de crear mentes pensantes y reflexivas, que puedan enfrentarse al impacto e influencia de la imagen.

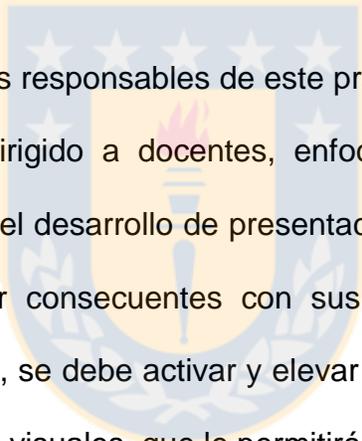
## **PALABRAS CLAVE**

Cultura visual - Lenguaje visual - Nativos digitales - Alfabetidad visual  
- Material didáctico.

## INTRODUCCIÓN

Podemos advertir, que a lo largo de la historia se ha producido un cambio y avance tecnológico abrumador, la llegada de internet y la era digital han afectado tanto nuestro cotidiano vivir como la forma en que funciona e interactúa la sociedad. Las nuevas generaciones nacen insertas en este mundo conectado, donde la tecnología permite una comunicación más inmediata (globalización) transmitiendo a través de diferentes soportes, que se escudan tras el formato de una pantalla (TICs), las cuales podemos encontrar en diferentes lugares y de fácil acceso. No necesitamos buscar demasiado, para apreciar una imagen, ya que continuamente estamos siendo bombardeados con ellas, que según su contexto y productor busca influir en el espectador, para generar una respuesta concisa que responda al propósito de su creador. Las imágenes, ya están dentro de nuestra cultura, modificando y desarrollando un lenguaje visual, que posee códigos y estructuras de lectura. Pese a que las nuevas generaciones se encuentran constantemente expuestas a la imagen se podría pensar que manejan muy bien su lenguaje, sin embargo, son más propensas a ser influenciadas, y poseen una alfabetidad precaria o casi nula, un hecho alarmante considerando, que son parte de una promoción que prefiere una imagen ante un texto y se comunican con estas. Las investigaciones sobre el tema de la

alfabetidad visual exponen variadas inquietudes, como la nula alfabetización existente, la necesidad de una alfabetización temprana, alfabetidad como segundo idioma, alfabetidad para el desarrollo del pensamiento crítico, etc sin embargo a pesar de plantear las inquietudes respecto al tema, se trabaja de un modo de enunciación, pero no resolutivo o con pocas soluciones en práctica, que queda en un margen teórico, dejando más dudas e incógnitas, que se ramifican en diferentes direcciones y nos presentan una diversidad de temas a tratar.



A quién hacemos responsables de este proceso de enseñanza, el trabajo a continuación está dirigido a docentes, enfocado en la incidencia de una alfabetidad visual y en el desarrollo de presentaciones virtuales educativas. Los educadores deben ser consecuentes con sus estrategias y considerar sus efectos en los alumnos, se debe activar y elevar el rol del docente a un creador autónomo de mensajes visuales, que le permitirá mejorar su práctica a través de material didáctico. Poseer los principios conceptuales de un elemento (aprendizaje) son una base e inicio, para el avance hacia un proceso más complejo, puesto que toda formación va siguiendo una línea de niveles que aumentan en dificultad hasta llegar a un estado de dominio y manejo.

## CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1. Planteamiento del problema

Hace ya algunos años se escucha que gran parte de la población en Chile es incapaz de entender instrucciones simples al leerlas. Hoy, en la era tecnológica, donde la información ya no nos llega solo por medio del texto, sino también a través de diversos estímulos, como la imagen, tanto estática y en movimiento. ¿Cuánto es lo que realmente podemos codificar y decodificar de ella? Es cierto que la imagen forma parte importante de nuestro diario vivir, al igual que la lectoescritura, la utilizamos para comunicarnos, para informarnos e incluso para el ocio. Y en el caso de la lectura no es mucho lo que realmente se comprende aun cuando lo leído solo tiene una función instructiva. Si ambas habilidades están incorporadas en nuestro diario vivir, nos preguntamos ¿somos también analfabetos funcionales respecto a la imagen?

Según María Dolores Díaz (2011) el hiperdesarrollo del lenguaje visual, dadas las condiciones sociales, culturales y tecnológicas, está siendo un problema de la nueva generación de nativos e inmigrantes digitales y tecnológicos, ya que

transitan en un lenguaje muy diferente al verbal, prefiriendo la imagen ante las palabras, pero sin necesariamente considerar la profundidad de estas, haciendo un uso superficial y mecánico, casi instintivo, lo que no da espacio a la comprensión visual, ya que se busca la respuesta inmediata y la constante gratificación de su actuar.

Para Dondis (2017) la alfabetización visual es de suma importancia, ya que a pesar de que la vista y la comprensión de mensajes visuales es natural hasta cierto punto, la efectividad de estos solo puede lograrse estudiando. La alfabetización visual al igual que la verbal es gradual en su evolución, los elementos que se utilizan en la codificación y decodificación de un mensaje, parten de formas simples a formas cada vez más complejas, llegando incluso a expresiones más elevadas. Sin embargo, la escritura no debe ser necesariamente sobresaliente, no le pides a alguien la producción de novelas o poesía hasta mucho tiempo después de aprender a leer o escribir. Al igual que esta la alfabetización visual es efectiva a muchos niveles.

Sergio Martinez (2014) asegura, que el fenómeno de la imagen no deja de ser complejo, porque de una u otra forma es por medio de esta que concebimos la realidad. Un ejemplo concreto de esto podrían ser los libros de ciencias, específicamente las ilustraciones de biología, donde se nos muestran representaciones de un cuerpo humano idealizado, donde cada órgano es

mostrado de un color diferente, perfectamente ordenado y limpio, esta concepción podría ser fácilmente asumida como realidad para una persona que desconozca el tema. Esta situación se repite en muchas otras situaciones, donde la imagen cumple el rol de mediador entre la realidad y nosotros, construyendo ilusiones que terminan confundiendo con lo real.

Por otro lado, Delgado y García Vera (1990) nos hablan de la importancia de la decodificación de mensajes, incluyendo los visuales, como fundamento democrático de la sociedad, ya que el ciudadano por medio de esta habilidad es capaz de identificar cualquier manipulación y tomar una postura crítica ante esta.

Coll y Monereo (2008) afirman que democratizar las habilidades y conocimientos que entrega una alfabetización visual, son de suma importancia en un mundo donde la imagen toma cada vez mayor protagonismo, ya que, muchos de los modelos e información que frecuentamos, están siendo fabricados por expertos de la imagen, como fotógrafos, diseñadores, publicistas, entre otros, quienes nos muestran la realidad a través de un filtro que se ha transformado en algo tan habitual que las barreras entre realidad y ficción parecieran no existir. Sergio Martínez (2014) asegura, además que los mensajes no solo promueven productos, sino también formas de vida, actitudes y un sentido de lo que es o no es importante, lo individual y colectivo se va rigiendo por medio de lo que dictan constante los mensajes en televisión, carteles, revistas y redes sociales.

La presente investigación tiene como objetivo la recopilación de diferentes posturas, desde variados campos del conocimiento, dentro de los cuales destacan las artes visuales, la filosofía y la psicología y su relación respecto al análisis, interpretación y creación de la imagen, con el fin de crear e implementar una base de elementos básicos, para una alfabetización visual efectiva. En esto último, del factor crítico en la alfabetización es relevante, ya que al igual que en la alfabetización verbal, no sirve saber leer y escribir si no somos capaces de comprender y crear juicios de estos mensajes.

La educación artística, especialmente artes visuales, dentro del currículum nacional parece ser la opción más lógica, para entregar estos conocimientos. No obstante, teniendo en cuenta lo limitado del horario en la asignatura, el alcance e impacto que puede tener esta alfabetización no sería el indicado. Por esta razón se considera al educador como objetivo central de la propuesta, dada su relación con la comunidad educativa.

A esto se le sumaría, que su propia capacitación sentaría las bases de la transmisión de estos nuevos conocimientos, tanto de forma directa como indirecta; a padres, apoderados, pero teniendo en cuenta principalmente a sus estudiantes, quienes son los más expuestos a los beneficios y perjuicios de la imagen. El estudio Efectos de la adicción a los celulares en el colegio 2018

(anexo n.1), indican que el 77% de los niños usa un celular inteligente, y que la mayoría de los niños chilenos tiene acceso a algún tipo de dispositivo, tablet, playstation, o celulares. A esta información se le puede agregar, que de acuerdo a un reporte trimestral de la Subtel (anexo n. 2) realizado el 2017, el 82,9% de los accesos a internet en Chile son por medio de dispositivos móviles y que el número de conexiones a Internet superó al número de habitantes en la proporción de 102 accesos por cada 100 personas.

## **1.2. Pregunta de investigación.**

¿Existe relación entre el analfabetismo visual y el material didáctico?

## **1.3. Justificación del problema de investigación**

La imagen, para esta generación es algo tan cotidiano, que rara vez es posible detenerse a reflexionar sobre la importancia e impacto, que tiene en nuestro diario vivir. Así lo confirma Almagro (2010) que nos muestran una sociedad contemporánea, donde su imaginario colectivo se alimenta de

imágenes, una imagen que ha penetrado tan profundamente que se encuentra presente en todas partes al mismo tiempo, debido a su poder de atracción y constante e inacabable reproducción.

Vygotsky (como se citó en Burset, 2017) Nos muestra, que los procesos mentales de orden superior se desarrollan por medio de la cultura. Actualmente el aprendizaje cultural viene ligado a herramientas de características visuales como lo son el cine, la publicidad, la moda, el cómic, la ilustración, la televisión, internet y el arte en general. Delgado y García-Vera, (1990) plantea, que es de suma importancia considerar a la imagen y la lectura de ésta como una prioridad, ya que nos encontramos expuestos ante la influencia de personas expertas en la composición y lectura de la imagen. Dichos expertos de la imagen se encuentran al servicio de la publicidad, el diseño y la comunicación, modificando la realidad con la finalidad de influenciar nuestra opinión. Estar educados en esta disciplina proporciona las herramientas, para enfrentar la imagen en la era de la tecnología y escapar a cualquier manipulación. Dondis, (2017) se suma a esta idea proponiendo la creación de un sistema básico no sólo de comprensión, sino también de creación de mensajes visuales, democratizando estos conocimientos y habilidades dominados por expertos.

La escuela es el ámbito en el que transcurre la mayor parte de la vida de niños y niñas. Por ello, resulta fundamental que allí tenga un lugar el desarrollo

del pensamiento creativo, entendido desde esta perspectiva, como un derecho universal y como factor fundamental del desarrollo humano.

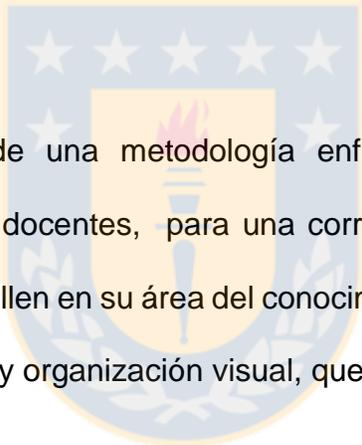
Elichiry y Regatky (2010) Exponen que las personas constituyen por medio del lenguaje oral y escrito, así como los distintos lenguajes de las disciplinas artísticas, sistemas simbólicos que desarrollan su repertorio de recursos expresivos y críticos, con los que explican el mundo y reflexionan en torno a sus experiencias. Imagen, tiempo, movimiento, espacio, cuerpo, son instrumentos de la comunicación de distintos lenguajes artísticos que promueven diversas posibilidades expresivas y de comunicación.

Elichiry y Regatky (2010) Pese que el desarrollo creativo no es exclusivo de las artes, la educación en base a estas es fuente de estímulo de una perspectiva ampliada en desarrollo cognitivo de las personas, constituyendo parte importante como potenciador de la actitud creativa, visión artística y sensibilidad estética en la educación pública.

Este seminario tiene el objetivo de mostrar la importancia e impacto que tiene la imagen en nuestra sociedad y cultura, además de sentar las bases necesarias para una alfabetización visual, abriendo las puertas, nuevamente, a la discusión de la validez y relevancia que tienen las disciplinas artísticas y la educación visual, sobre todo en el currículum nacional, que es parte importante

de la formación de la nueva generación de ciudadanos que darán forma a nuestro país. A su vez da directrices a la posibilidad de generar más investigaciones respecto al tema, ya que además de la complejidad que pueda tener este por sí mismo, se encuentra en continua expansión.

#### **1.4. Objetivo general**



Crear las bases de una metodología enfocada en la alfabetización y capacitación visual de docentes, para una correcta transmisión visual de los contenidos que desarrollen en su área del conocimiento, recurriendo a un modelo eficaz de presentación y organización visual, que diseñen para sus estudiantes.

#### **1.5. Objetivos específicos**

- Implementar una metodología transversal que de inicio a una base para la alfabetización visual de profesores en diversas áreas.
- Generar material pedagógico, para iniciarse en alfabetización visual.

- Desarrollar habilidades específicas para potenciar la alfabetización visual.
- Presentar las habilidades específicas para potenciar los criterios y recursos pedagógicos.
- Brindar una visión complementaria en la comprensión y construcción del lenguaje visual, para una alfabetización visual básica.
- Reflexionar sobre la importancia de una educación visual para la comunicación, desarrollo del pensamiento crítico y resolución de problemas.



## CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

### 2.1 Método

El siguiente trabajo utiliza la investigación cualitativa interpretativa, que pretende comprender la implicancia de los factores, que inciden en un fenómeno propuesto, considerando la realidad e interacción con el mundo social y educativo. Además, a través del investigador se busca principalmente la obtención y análisis de la información, que conlleve a que forme parte esencial dentro de los instrumentos de recolección de datos. Se puede agregar que el interés del trabajo está guiado a comprender los significados construidos por diferentes individuos con una estrategia inductiva. Por último, se aplica la información en una propuesta dirigida al área de especialidad.

## **2.2 Selección del tema**

El tema abordado fue seleccionado en base a inquietudes personales de los integrantes del grupo tesis, que surgieron en base a experiencias personales tras las prácticas progresivas y práctica profesional. Donde pudo observarse, por ejemplo, la influencia e importancia que los aparatos tecnológicos y dispositivos móviles, tienen en estudiantes de distintos rangos etarios, principalmente en su forma de divertirse, informarse y comunicarse, todas y cada una de ellas relacionadas por sus características visuales e importancia que se le da a la imagen. Lo que se contrastaba a la forma en que los docentes tenían de expresar, relacionarse y exponer los conocimientos que buscaban transmitir a sus estudiantes, generando muchas veces una notoria brecha en sus interacciones, dada la falta de comunicación por el uso de códigos y lenguajes diferentes.

## **2.3 Diseño del estudio y obtención de datos**

El estudio se diseñó con la triangulación teórica, es decir la triangulación de las fuentes implicadas, donde cada tema se investigaba con diferentes autores con propuestas o hipótesis similares en sus tópicos, esto ayudó con la

comparación, concordancia y validación de datos. Además, este método entrega una directriz conceptual, que sirve en la guía de los textos recopilados, ya que cada fuente leída posee los referentes conceptuales (bibliografía), los cuales en su comparación poseían en su mayoría autores en común, conllevando a encontrar los fundadores teóricos e investigadores de los diferentes tópicos.

#### **2.4 Selección de datos y criterios**

No son producto de la intuición, sino reflexiones y estudios que han realizados diferentes autores, que se enmarcan y guían a través de un listado conceptual elegido y establecido al inicio de la investigación en base a un tema principal desfragmentado (anexo n. 3).

Criterios:

- Orientación a lo que ya se sabe. Textos que den cuenta de lo que se ha dicho del tema y permita identificar estudios previos.
- Fuentes modernas o estudios recientes a la fecha de investigación.
- Textos emblemáticos y destacados por tópicos, que ayuden al contexto conceptual.
- Autores vinculados estrechamente con las disciplinas de artes y/o educación.

## **CAPÍTULO III. MARCO REFERENCIAL Y ESTUDIO DE PRECEDENTES**

### **3.1. Cultura Visual**

(Hernández 1996) La cultura, trata de cómo vivimos nuestras vidas y la consideración de la cultura es vital para entender y definir quiénes somos, lo personal, social y política se entrelazan con el mundo histórico y contemporáneo en el que vivimos. Las imágenes visuales o cotidianas están profundamente arraigados en nuestra vida diaria. No hay límites entre el arte y la vida, el arte popular es parte de lo cotidiano, pero todavía a veces parece, que la sociedad en general apenas se da cuenta de las sutilezas y complejidades de la cultura visual y cómo afecta nuestra vida cotidiana.

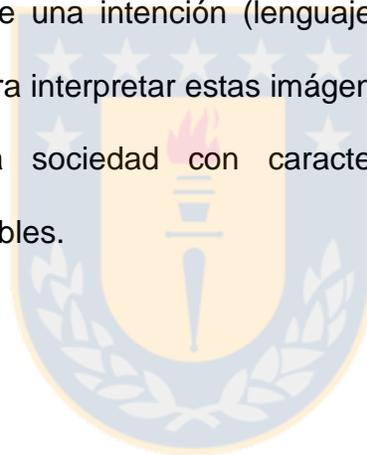
Todos nacemos para ser activos en la determinación de nuestro futuro las nuevas generaciones de jóvenes no se sientan a esperar eventos naturales, si no están completamente participando e inmersos en su mundo multisensorial, curioso, creativo e imaginativo, enajenándose del resto. También los jóvenes aprenden pasividad a través de la cultura ¿Cómo es entonces que la creatividad, la imaginación y la crítica del pensamiento, todos los aspectos esenciales de las

artes visuales, no están siendo reconocidos por una comunidad educativa más amplia como una gran faceta de la vida de los jóvenes? La cultura visual representa un reconocimiento de un ambiente cultural muy cambiado, que incluye economía, nuevas tecnologías y un cambio en las condiciones sociales. Un marco modernista, que compare un árbol donde las raíces pueden ser seguidas fácilmente, mostrando un enlace de una cosa a otra. En un contexto posmoderno o “nuevos tiempos” la situación es bastante diferente, la cultura visual es demasiado compleja e interconectada, para seguir fácilmente un solo camino o para construir un marco viable. La cultura visual en un contexto educativo es un término que se usa cada vez más para referirse al estudio de imágenes de los medios de comunicación o la cultura contemporánea. Este estudio, sobre la cultura visual, se ha centrado en toda la codificación sofisticadas y compleja de los mensajes no verbales de la sociedad. Eso incluye un diálogo, donde las culturas pueden fusionar, combinar y reconstruir el significado.

La cultura visual es un mundo de experiencia de imágenes ante una mirada que interpreta una realidad, esta pretende abarcar un concepto común, todas aquellas realidades visuales que van teniendo un papel cada vez más relevante en nuestra cultura y sociedad. Se posee tan inmersión dentro de esta idea, que usufructuamos un listado enorme de elementos visuales como las tradicionales categorías dentro de la historia del arte (pintura, escultura, arquitectura, artes decorativas, etc.), que se le han sumado otras como la

fotografía, el cine, la infografía, el diseño, la moda, la publicidad, la danza, el teatro, el cómic, el graffiti, etc. No podemos negar a priori a ninguna imagen su papel en la Cultura Visual, puesto que es un actor dentro del imaginario colectivo (Hernández 2005).

Según Acaso (2009) nuestra cultura visual, ante todo, está conformada por imágenes producidas y manipuladas por el ser humano, antes y ahora, provistas de un significado y de una intención (lenguaje visual), esto no significa que estemos educados para interpretar estas imágenes correctamente. Además nos dan cuenta de una sociedad con características únicas y problemas contemporáneos mutables.



### **3.1.1. Mass Media**

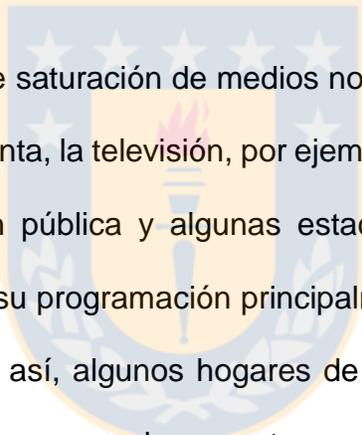
El hecho de la comunicación humana en el tiempo y a cierta distancia, es mucho más antiguo que los medios masivos que se utilizan actualmente. Este proceso fue parte integral de la organización de las sociedades tempranas, llevada a cabo especialmente dentro de la religión, instituciones políticas y educativas. Incluso el elemento de gran escala (masas) la difusión de ideas estuvo presente en un momento temprano, en la propagación de conciencia,

obligaciones políticas y religiosas. A principios de la Edad Media, la iglesia tenía medios elaborados y efectivos para asegurar la transmisión a todos sin excepción, esto podría llamarse comunicación masiva, aunque fue en gran medida independiente de cualquier "medio" en el sentido contemporáneo. Cuando la impresión llegó como medio de comunicación, las autoridades de la iglesia y el estado reaccionaron con alarma ante la posible pérdida de control, que esto representaba y ante las oportunidades abiertas para difundir ideas nuevas y desviadas. La amarga propaganda de la lucha de la Reforma y la Contrarreforma durante el siglo XVI son evidencia suficiente, que en ese momento histórico la tecnología en la comunicación de masas adquiere irrevocablemente una particular definición social y cultural.

Los medios masivos de comunicación son vehículo de la información, ya sea escritas, transmitidas o habladas, que llegan a una gran audiencia. Esto incluye televisión, radio, publicidad, películas, Internet, periódicos, revistas, etc.

Los medios de comunicación son una fuerza significativa en la cultura moderna, los sociólogos se refieren a esto como una cultura mediada donde los medios reflejan y crean la cultura. Las comunidades y los individuos son bombardeados constantemente con mensajes de una multitud de fuentes que incluyen televisión, carteles y revistas, por nombrar algunas. Estos mensajes no solo promueven productos, sino también estados de ánimo, actitudes y un sentido

de lo que es y no es importante. Los medios de comunicación de masas hacen posible el concepto de celebridad: sin la capacidad de las películas, las revistas y los medios de comunicación para llegar a lo largo de miles de kilómetros, la gente no podría ser famosa. De hecho, solo los líderes políticos y empresariales, así como los pocos proscritos notorios, fueron famosos en el pasado. Solo en los últimos tiempos los actores, cantantes y otras élites sociales se han convertido en celebridades o "estrellas".



El nivel actual de saturación de medios no siempre ha existido. Como en los años sesenta y setenta, la televisión, por ejemplo, consistía principalmente en dos redes, transmisión pública y algunas estaciones locales independientes. Estos canales dirigían su programación principalmente a familias de dos padres y de clase media. Aun así, algunos hogares de clase media ni siquiera tenían televisión. Hoy en día, uno puede encontrar un televisor en los hogares más pobres y varios televisores en la mayoría de los hogares de clase media. No solo ha aumentado la disponibilidad, sino que la programación es cada vez más diversa, con programas destinados a complacer a todas las edades, gustos, disciplinas. Esta amplia disponibilidad y exposición convierten a la televisión en el foco principal de la mayoría de las discusiones en los medios de comunicación. Más recientemente, Internet ha incrementado su función de manera exponencial a medida que más empresas y hogares firman una unión.

La televisión se ha convertido en un elemento cultural indiscutible, compartiendo espacio y protagonismo con el cine tanto en el terreno de la ficción como en el informativo/formativo, este elemento tiene un rango de importancia muy elevado, ya que es un elemento que se ha insertado en nuestro vivir y que proporciona una gran cantidad de información.

Con millones (literalmente) de sitios web y canales de medios sociales, los medios masivos se han democratizado mucho más, y las personas comunes que no son medios de comunicación son fuentes de noticias. Esto ha dado voz a muchas personas que tal vez no hayan podido escuchar sus historias, a través de los principales medios de comunicación. Esto ayuda a fomentar la libertad de expresión, la creatividad y ofrece una gran cantidad de oportunidades para aquellos que desean llegar a dichos mercados.

Desafortunadamente, con las millones de voces, la transmisión de información se ha fragmentado gravemente y puede propagarse más rápido que en cualquier otro momento de la historia. La falta de supervisión con tantas fuentes puede dar lugar a información errónea, puede volverse fácilmente viral, lo que podría generar pánico y mala voluntad. Sin embargo, aplastar o controlar este flujo de información aumenta el temor a las máquinas de propaganda dirigidas, por gobiernos que son inaceptables en las sociedades democráticas. Además, las personas no solo son consumidores, sino también productores de

contenido, gracias a las herramientas tecnológicas y la globalidad de la información.

El problema de la comunicación masiva es una de las preguntas más grandes que enfrentan los medios. En épocas anteriores fue mucho más fácil llegar a más personas con comunicación masiva debido a los canales limitados. Sin embargo, a medida que la cantidad de medios de comunicación continuaba expandiéndose, se hizo mucho más difícil. Demasiados canales fragmentaron las audiencias, por lo que es necesario transmitir el mismo mensaje en muchos más canales que nunca, lo que aumenta los costos. La invención del control remoto y el comienzo de Internet acaban de escalar la situación a proporciones extremas. El empeoramiento de la situación es el resultado de la abrumadora sensación que sienten las personas cuando se les dan demasiadas opciones.

### **3.1.2. Cultura de masas**

Según Adorno (2008) la cultura de masas es el producto del consumo universal de estímulos sociales inventados que se desarrollan y difunden en los medios. La sociedad deriva tradicionalmente su forma general, así como sus peculiaridades e idiosincrasias de la interacción entre las personas en la vida

cotidiana. Las tendencias, gustos y aversiones, comportamientos comúnmente aceptados y actividades populares surgieron orgánicamente de esas interacciones regulares.

La única entidad fuera de los elementos comunes que la influenciaron, fue la publicidad, cuyo objetivo y propósito era crear un interés, que probablemente no habría existido de otra manera. La publicidad ofreció las sugerencias a las personas de aceptar o rechazar, las consideraciones generales de la comodidad, el atractivo, la practicidad y la utilidad.

Eso no es como la cultura de hoy, es decir hoy en día, los medios de entretenimiento, sociales y publicitarios no reflejan los artefactos de la cultura popular, los inventan. Una idea o tendencia se crea y se propaga en todo el universo electrónico en un instante. Como somos conscientes de ello, asumimos correctamente que todos los que conocemos lo saben.

En su introducción a *La cultura de masas revisada* de Rosenberg y White, Paul Lazarsfeld sugirió que, en los Estados Unidos, la controversia y el debate con respecto a esta cultura florecieron claramente entre 1935 y 1955. Fue un momento en que se reconocieron los medios de comunicación como tales. La fuerza cultural significativa en las sociedades democráticas coincidió con el desarrollo de formas totalitarias de control, asociadas con los regímenes y las

políticas de medios de Hitler y Stalin. Las afinidades percibidas entre estos desarrollos generaron preocupación sobre la mejor manera de defender las instituciones de la sociedad civil, la cultura en general y la cultura superior en particular contra las amenazas que enfrentaban. Tales preocupaciones ayudaron a dar forma al patrón del debate de la cultura popular en ese momento. Ciertamente, lo que fue evidente entre los comentaristas sociales y críticos culturales estadounidenses, fue una antipatía generalizada hacia la cultura de masas alcanzando las diferencias entre pensadores conservadores y críticos. Incluso entre los defensores de esta cultura, el tono justificante era característicamente defensivo y apologético.

Para muchos de los críticos, una estrategia típica era definir negativamente la cultura de masas como el "otro" de la alta cultura. Esta convergencia en la definición y comprensión de la cultura de masas, como todo lo que no es alta cultura, ocurrió en circunstancias en las que la concepción de alta cultura que fue valorizada podría ser generalmente conservadora y tradicional, o específicamente moderna y vanguardista. Para algunos conservadores, en una línea de pensamiento influenciada por Ortega y Gasset (1999), tomó la forma de una nostalgia descarada por un pasado más aristocrático y supuestamente más ordenado. Por lo tanto, tendían a ver la amenaza planteada por la cultura de masas como generada desde "abajo" (por "las masas" y sus gustos). Para los teóricos críticos como Theodor Adorno (2008), La cultura de masas sirvió a

intereses derivados de lo anterior (los dueños del capital) y fue una expresión de la expansión explotadora de los modos de racionalidad que hasta ahora se habían asociado con la organización industrial. La comprensión de este grupo crítico de los atributos de una cultura altamente modernista es que es, o más bien aspira a ser, autónoma, experimental, confrontativa, altamente reflexiva con respecto a los medios, a través de los cuales se produce, y el producto del genio individual. La perspectiva correspondiente de la cultura de masas es que está completamente mercantilizada, emplea códigos estéticos convencionales y formulados, es cultural e ideológicamente conformista y se produce colectivamente, pero se controla centralmente de acuerdo con los imperativos económicos, las rutinas organizativas y los requisitos tecnológicos de sus medios de comunicación. transmisión.

La noción de cultura de masas, ha sido vinculada con aquellas expresiones y objetos producidos a partir de procedimientos industriales o reproducidos en serie de manera técnica, difundidos en medios de comunicación masiva para un amplio público de consumidores. Si bien tenemos una perspectiva clara, pero con factores de desarrollo muy diferentes ¿Cómo se desenvuelve en Chile?

Vinculada en Chile con un escenario heterogéneo, los primeros antecedentes de una cultura de masas surgieron hacia inicios del siglo XX, entre

las fiestas del Centenario y la crisis económica de 1929, a través de la irrupción de nuevos medios como lo sería la fotografía, cine y revistas (Ossandón 2005).

En este contexto de celebración y fomento de la producción nacional, paralelamente, se consolidó un nuevo escenario comercial, específicamente urbano, con la aparición de grandes centros comerciales que concentran en un espacio pequeño la diversidad de diferentes productos.

Esta nueva forma de comercio, que hizo énfasis en el consumo de productos de uso cotidiano como el té, la cerveza o el vestuario, estuvo estrechamente ligada con la promoción y la publicidad propiciadas por la fuerte competencia entre productores (INAPI 2010). La publicidad, en este sentido, considerada en sus inicios solo como una técnica de modernización de los métodos de venta, se fue transformando de manera paulatina en el principal agente productor de imágenes comerciales en el ámbito de las comunicaciones y en un dispositivo central de la esfera pública.

La emergencia, durante el siglo XX, de un mercado de consumo masivo, la creación de una industria del marketing y el desarrollo técnico de las tecnologías de reproducción permitieron una transformación cultural que encontró una expresión patente en la publicidad y el diseño de imágenes de

productos, logotipos y catálogos que estimularon, según la apreciación de Carlos Ossandón y Eduardo Santa Cruz.

### **3.1.3. Valor de la imagen**

El hombre desde siempre ha utilizado la imagen para comunicarse ¿por qué hoy es un tema que nos interesa y nos preocupa? La simple observación nos muestra que inexorablemente la imagen invade cada vez más nuestra vida cotidiana con una frecuencia, rapidez, y generalización que absorben y reducen todo otro tipo de comunicación. Siendo que la comunicación es centro, forma y canal de lo específicamente humano, lugar donde la persona se hace y hace con los otros, los cambios en su estructura y esencia producirán inevitablemente modificaciones profundas tanto a nivel individual, como en las sociedades y culturas.

El propósito de la imagen ha sido y seguirá siendo, recordar y justificar el momento. Pero actualmente nos encontramos saturados de imágenes en todas partes e incluso una gran profesión como la fotografía ha perdido valor, y más con las nuevas tecnologías que nos ofrecen crear imágenes sin ningún valor consistente.

La intención de estas tecnologías es brindar la oportunidad de inmortalizar un momento, ser libres, expresarse y mostrar sus imágenes al mundo. Su éxito fue tanto que logró impactar a nivel social en el cual una simple imagen subida a cualquier red social influirá en la forma de ser vistos por los demás individuos.

Por mucho tiempo la imagen ha servido en todos los momentos como manera de inmortalizar el momento, de hacer visible la historia de cada uno o de la masa a través de la pintura, la fotografía entre otros medios visuales. Esa es la primera intencionalidad de la imagen, recordar y justificar el momento. Pero en muchas ocasiones gracias al segundo obturador tras el que las imágenes son manipuladas o reinterpretadas se traspasa la barrera de lo real o historiable. En los 80' la imagen se captaba por medio de un libro, de una historieta y lo se poseía en digital era el cine, al que se acudía esporádicamente, por tanto, el consumir una imagen era palpar las hojas de papel y nos mostraban el mundo real, a través de momentos inmortales, ya si queríamos tener imagen de fantasía lo hacíamos a través de un cómic e historietas. Sin embargo, en historietas como Mafalda no se quedaba en la imagen por la imagen, sino que nos llevaba a una segunda intención reflexiva y/o crítica.

Fue a fines de los años 80's y 90's que a nivel educativo fue una revolución el uso de la computadora y los medios sociales e históricamente se abre el

tratado de libre comercio en 1994 el cual nos integra a la globalización y con ello nos hemos ido integrando a un mundo de consumo. A partir de este momento nos ha llevado a una sociedad de consumo, en donde: las imágenes que encontramos en la red en su aspecto formal también se ha fraccionado, la imagen es encuadre, es pastiche, es representación maquillada, es simulacro, es juego.

Los mercados sectoriales han venido transformándose, ya no se clasifican como antes, el comportamiento del consumidor posmoderno tiene que ver a los procesos de producción que operan en la globalización y a los cambios tecnológicos consecuencia de la misma. Es por ello, que en la red todos estos aspectos son los que marcan o explican cómo es, cómo funciona, se lee, se escucha, se fracciona, se transforma, se produce, se transfiere, se comercializa, se conozca la imagen en la posmodernidad.

Pero no sólo es la imagen que se transforma, sino que el individuo también ha tenido consecuencias por este fenómeno de la globalización por el uso de las nuevas tecnologías las formas de relación con las redes sociales. De igual forma, en que él ha saturado, colonizado o fragmentado, las formas de producir también. Es decir, como generadores de información visual, hemos de ajustarnos a los nuevos parámetros de sociedad y por ende a la multifrenia . Ante esta nueva postura del individuo fragmentado, multiétnico nos tenemos que cuestionar hacia dónde nos lleva el sistema global y el mundo capitalista. Como menciona

Jetsunma Tenzin budista en su discurso el individuo en el mundo capitalista es como un niño con burbujas; el individuo va tras ello que ve hermoso, el brillo de la burbuja, los colores reflejados, la imagen lo atrapa por su belleza corre tras ella y en el momento que la tiene la posee la burbuja revienta y no encuentra nada en su interior así que va por la siguiente. Así es nuestro comportamiento en un mundo capitalista, el exceso de consumo de imágenes de información y de objetos, el ser queda a un lado y sólo importa el objeto como novedad; por tanto, tanto adultos como niños siempre hay la insatisfacción porque se mantienen en un estado de capricho e insatisfacción y frustración

La saturación informativa que inunda las mentes de los ciudadanos de nuestra contemporaneidad en una sociedad red que parece dejar sin resquicio nuestras posibilidades de pensar un futuro que pudiese conducirnos lejos del déjàvu que nos circunda y que nos embota.

Por tanto, nos queda como artistas y ciudadanos alzar la voz ante el modelo capitalista salvaje en el cual estamos viviendo. Es por ello la importancia de los colectivos, las asociaciones de artistas sociólogos, arquitectos antropólogos, pedagogos, medioambientalistas en donde dejemos a un lado la individualidad y convoquemos participaciones y asociaciones en un mundo interdisciplinar estableciendo redes de reflexión y estructuración para poder tener un impacto importante en nuestra sociedad.

### **3.2. Lenguaje Visual**

Según Acaso (2011) el lenguaje visual es el código específico de la comunicación visual. Es un sistema con el que podemos enunciar mensajes y recibir información por medio del sentido de la vista.

Según Elichiry y Regatky (2010) el lenguaje visual tiene lugar junto a su desarrollo en otros aspectos de la comprensión del lenguaje, como el habla y la escritura. Un niño aprende dibujar antes que cualquier otro medio de comunicación, este comienza a utilizar imágenes antes de aprender a leer palabras. Sin embargo, estas diferentes formas de lenguaje están relacionadas y el aprendizaje en un área puede apoyar el desarrollo de habilidades en otro. Elichiry y Regatky (2010) exponen que lo visual es una forma de comunicación diferente de la oral y de la escrita, pero tan poderosa, descriptiva y emotiva como estas, pese a que, en algunos casos, dado nuestra naturaleza, puede ser incluso más efectiva.

El lenguaje cambia a lo largo del tiempo, esto se aplica tanto al lenguaje hablado como el visual. Desde las culturas más antiguas y a lo largo de la historia, el lenguaje de las pinturas y los dibujos se utilizó para codificar el mundo a fin de comprender mejor la naturaleza y las leyes universales y, en consecuencia, nosotros mismos.

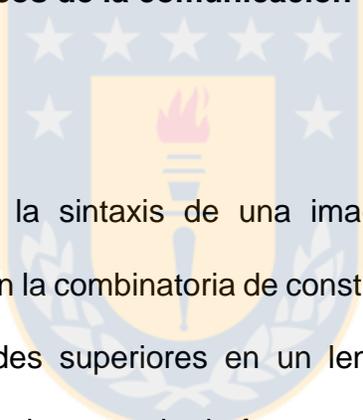
El neurobiólogo británico Semir Zeki (2005) ha investigado y producido resultados interesantes que muestran diferentes respuestas cerebrales a las pinturas de Miguel Ángel, Rembrandt, Vermeer, Magritte, Malevich y Picasso. Estos resultados muestran que varias formas o líneas pueden ser más o menos agradables a la vista, ya que producen diferentes reacciones emocionales.

Los artistas abstractos del siglo XX, demuestran que las cualidades de línea y forma, proporción y color transmiten un significado sin el uso de palabras y sin la calidad narrativa de la pintura tradicional. Wassily Kandinsky (1997) nos da a conocer que cada color tiene significado simbólico y evoca diversas emociones o sensaciones. Un ejemplo es el color azul, que según sus estudios, representa el mundo más allá de lo físico, y que se ha utilizado a lo largo de la historia del arte para representar el manto de la Virgen María para dar cuenta de su sobrenaturalidad. Mediante el uso de estos elementos, los artistas no solo crean sus propias impresiones del mundo, sino también su propio significado. Comprender que el arte transmite mensajes y comunica ideas hace que casi todas las imágenes sean un elemento del lenguaje visual.

En la actualidad las personas se comunican a través de un lenguaje tecnológico, donde el mensaje ha cambiado de soporte, presentándonos un mismo estilo de comunicación a través de diferentes medios. Autores como

Acaso (2011) Dondis (2017), Panofsky (1998) y Morris (1985) han propuesto diferentes metodologías para realizar una lectura visual eficiente, donde nos proponen un proceso de normas esenciales para codificar y decodificar un mensaje. Una muy destacable es la de Ortega (1996) propuesta didáctica para el aprendizaje de textos visuales.

### **3.2.1. Elementos básicos de la comunicación visual**



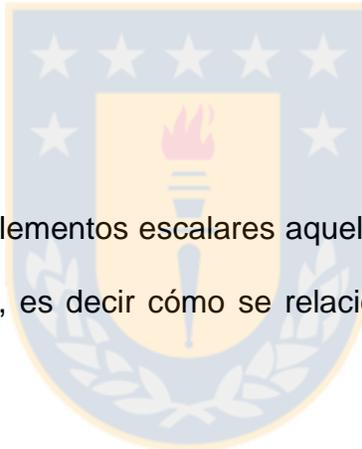
Según Arnheim la sintaxis de una imagen consiste en las reglas y principios que gobiernan la combinatoria de constituyentes simples y la formación y estructura de unidades superiores en un lenguaje natural. La sintaxis del lenguaje visual nos permite entender la forma en que se integran los elementos del alfabeto visual, pero para hacer el proceso de comprensión completo, como en cualquier sistema de aprendizaje hay que interiorizarse con conceptos básicos y estructurales, que ayudan a la comprensión y conformación de cualquier nivel de mensaje visual.

Los elementos visuales según Dondis (2017) constituyen la sustancia básica de lo que se ve y su número es reducido: punto, línea, contorno, dirección, tono, color, textura, dimensión, escala y movimiento. Estos elementos son la

materia prima de toda información visual que está formada por elecciones y combinaciones selectivas. Se analizan algunos elementos a continuación.

## Elementos básicos de la imagen

### Elementos escalares



Se entiende como elementos escalares aquellos aspectos cuantitativos de la representación icónica, es decir cómo se relaciona la imagen con su contexto físico.

a) Dimensión o tamaño: En la naturaleza y en el entorno creado por el hombre, la dimensión está determinada por el propio tamaño que presenta el ser humano, es decir un valor canónico el cual es una referencia hacia otros objetos. La dimensión o tamaño posee funciones plásticas como:

- Jerarquización. Importancia de los elementos de la imagen.

- Profundidad y conceptualización de distancia. Sugerida por los gradientes de tamaño.

-Peso visual. Incidiendo en el equilibrio dinámico de la composición.

-Impacto visual. Por el tamaño de un objeto en relación a los otros.



Imagen n° 1. Jerarquía por Tamaño

b) Formato: Se entiende como las dimensiones y proporciones de un soporte, es decir los límites del espacio en que se construye la composición, es la estrecha relación entre lo vertical y horizontal de un soporte. El formato puede ser horizontal, vertical, cuadrado, redondo, etc. y tiene como función:

-Condicionamiento de la composición.

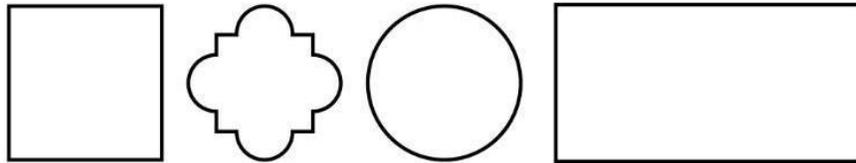


Imagen n° 2. Serie de Formatos

c)Escala: Se entiende como la relación del espacio que ocupan los objetos en la imagen (interna) o bien del espacio que ocupa la imagen en su totalidad (externa), es decir la relación de unos elementos con otros de los planos.

-Escala interna, es la relación del tamaño de un objeto representado y el tamaño global de la composición.

-Escala externa, es la relación del tamaño absoluto de la imagen y el de su referente real.



Imagen n° 3. Escala

d)Proporción: Se entiende como la relación entre un objeto y las partes que lo constituyen, y la relación de sus partes entre sí. Posee la función de:

-Equilibrio

-Simetría

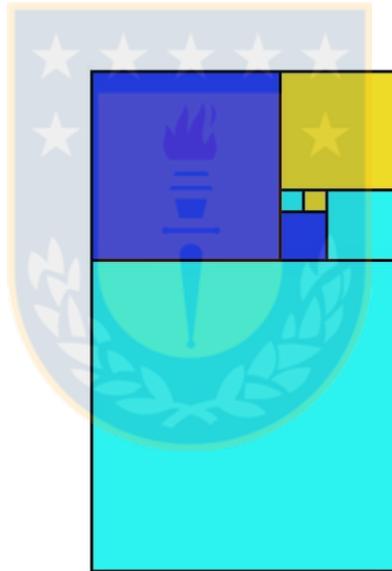


Imagen n° 4. Proporción

## Elementos morfológicos

Se entiende como los elementos que constituyen una imagen externa de un objeto, son entre todos los elementos de la representación los únicos que poseen una presencia material y tangible en la imagen.

a) Punto: Es el componente más básico de la imagen. Elemento geométrico adimensional que no tiene largo, alto ni ancho. No corresponde a un objeto físico, sólo describe una posición en un espacio. adquiere un peso, una tensión y una expresividad. Cuando se encuentra en relación a otros puntos puede formar, líneas y planos. Posee las funciones de:

-Fuerza visual. Atracción del ojo a observar algo en particular.

-Esquema de composición. Dependiendo de su posición puede crear un patrón, ritmo o movimiento.

-Puntos de fuga.

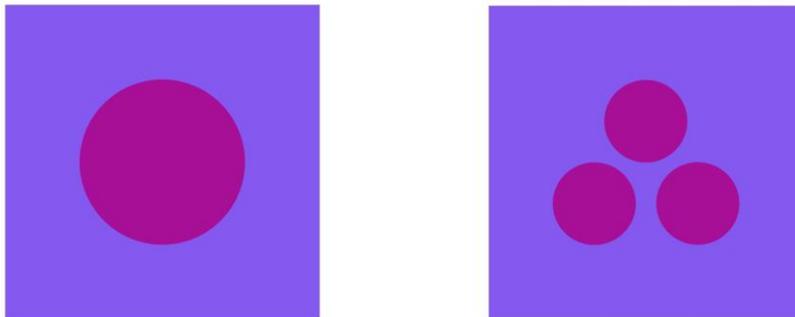


Imagen n° 5. Punto / Imagen n° 6. Composición

b) Línea: Se puede definir como un punto en movimiento, en una imagen, se pueden apreciar como sí misma o como contorno de una forma. En términos de composición las líneas rectas verticales y horizontales se identifican con la quietud, las líneas oblicuas y curvas consiguen acción y movilidad. Como el punto la línea puede crear textura, patrón o movimiento.

-Guía de la observación, se trata de líneas esquemáticas que dan origen a recorridos visuales que el ojo es invitado a seguir.

-Aportar profundidad a la composición, sobre todo en representaciones planas y perspectivas.

-Separar planos, organizar el espacio.

-Dar volumen a los objetos bidimensionales.

-Representar tanto la forma como la estructura de un objeto.

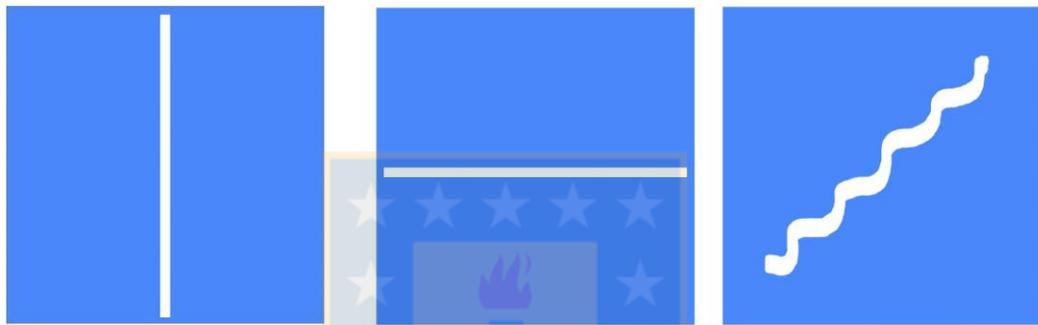


Imagen n° 7. Línea Vertical / Imagen n° 8. Línea Horizontal / Imagen n° 9. Línea Curva



Imagen n° 10. Línea Diagonal / Imagen n° 11. Composición Línea

c) Plano: Es una superficie de dos dimensiones que puede ser medida en altura y en anchura y su tamaño siempre será lo suficientemente grande como para no ser un punto. A los planos los llamamos también figuras y pueden ser de muchas formas y tamaños Según su forma, se pueden distinguir dos tipos de planos: los

geométricos, de formas regulares (triángulos, cuadrados, círculos, etc.), y los planos orgánicos, de formas libres e irregulares.

-Organizador del espacio existente y la superposición de espacios crea sensación de profundidad.

d)Textura: La textura es un elemento visual que posee, al tiempo, cualidades ópticas y táctiles. Este último aspecto es el más sobresaliente, ya que la textura es un elemento visual que sensibiliza y caracteriza materialmente las superficies de los objetos. Las texturas que tienen las superficies y cuerpos de la naturaleza como el tronco de un árbol, la piel de animal se consideran texturas naturales, en cambio las texturas artificiales son las de los objetos fabricados por el ser humano.

-Elemento creador de profundidad a través de la tridimensionalidad, la que puede ser otorgada en forma visual o táctil.

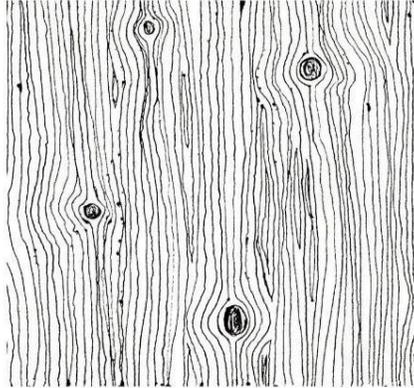


Imagen n° 12. Textura visual



e) Color: El color se define como la cualidad variable que poseen los objetos, es la sensación que percibimos gracias a la existencia y naturaleza de la luz, aspecto más llamativo de una imagen. Los colores primarios de naturaleza lumínica son: rojo, verde y azul. Los colores pigmento son: rojo, azul y amarillo.

-Saturación define la intensidad o grado de pureza de cada color. Sus valores se mueven desde su máximo, cualquier color puro, hasta su mínimo que corresponde a un tono de gris.

-Brillo o Valor se entiende como la capacidad de un color para reflejar la luz blanca que incide en él. Alude a la claridad u oscuridad de un tono.

-Matiz es el estado puro del color, sin el blanco o negro agregados. El Matiz se define como un atributo de color que nos permite distinguir el rojo del azul, y se refiere al recorrido que hace un tono hacia uno u otro lado del círculo cromático.

-Contraste conocido como contraste de colores puros, tinte o matiz se yuxtaponen colores saturados cuyo contraste aumenta cuanto más alejados estén unos de otros en el círculo cromático. El efecto que producen es llamativo y enérgico.

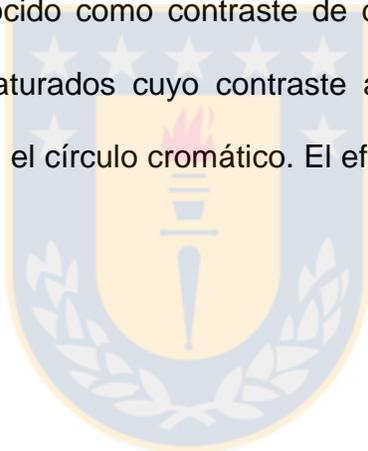


Imagen n° 13. Tono



Imagen n° 14. Brillo - Saturación

f) Luz: en el arte la luz es la energía ondulatoria que ilumina los elementos incidiendo sobre un objeto e influyendo directamente determinando su forma, su volumen, su textura, su color y su ubicación en el espacio.

-Clarooscuro técnica de dibujo y pintura que se basa en producir el efecto de contrastes entre la luz y las sombras.

-Sombra es la proyección sin luz de un objeto y proporciona la sensación de volumen en un objeto

-Tono es la variación de luz que va desde el blanco puro al negro puro, pasando por la escalera de grises.



Imagen n° 15. Valor

g) Forma: es la determinación, distribución y organización de los elementos que percibimos al apreciar una obra de arte. Se encuentra entre lo perceptivo y la representación.

-Proyección la reproducción de un objeto existen adoptando un punto de vista fijo. Es una abstracción visual de un elemento.

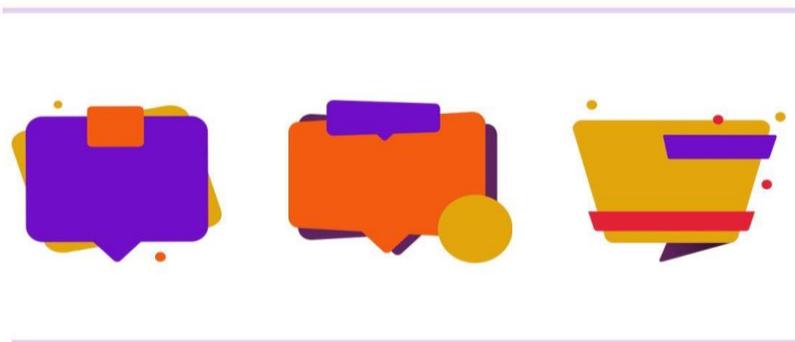
-Escorzo representación de una figura situada oblicua o perpendicularmente al plano del soporte. Sugiere una sensación de profundidad y tridimensionalidad.

-Traslapo superposición de objetos en la imagen y supone la representación incompleta de la forma.



Imagen n° 16. Forma

Imagen n° 17. Serie Formas



## Elementos dinámicos

Se entiende como elementos dinámicos a los recursos, que activan la inmovilidad de una imagen fija contribuyendo o movilizar y conformar la estructura temporal de la imagen, es decir la representación del tiempo real en la imagen.

a) Composición: la composición permite la organización de los elementos gráficos y plásticos sobre un espacio bidimensional o tridimensional.

-Tipo de composición, encuadre y punto de vista: ángulos y planos, recorrido visual y centro de interés, nitidez y enfoque.

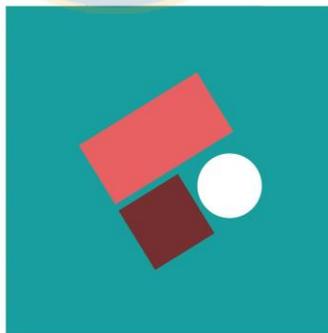


Imagen n° 18. Composición

b) Movimiento: El movimiento forma parte de la estructura compositiva de una imagen. Se puede decir que a todo movimiento se le opone otro en sentido

contrario, llamado contra movimiento; del contraste suscitado entre ambos emana la tensión dirigida, causada por la orientación e interrelación de los elementos.

Su representación produce configuraciones que provocan percepciones de dinamismo y velocidad mediante líneas, volúmenes articulados, contrastes de luces y sombras, de formas colores y texturas o (como ocurre en el futurismo) representando simultáneamente las diferentes posiciones que presenta un elemento en el espacio durante la acción.



Imagen n° 19. Movimiento A / Imagen n° 20. Movimiento B

c) Tensión y equilibrio: La tensión es un efecto dinámico gracias a la dirección que adoptan las formas, este elemento es de vital importancia en las artes plásticas que se explica a través de los conceptos de la fuerza y la dirección.

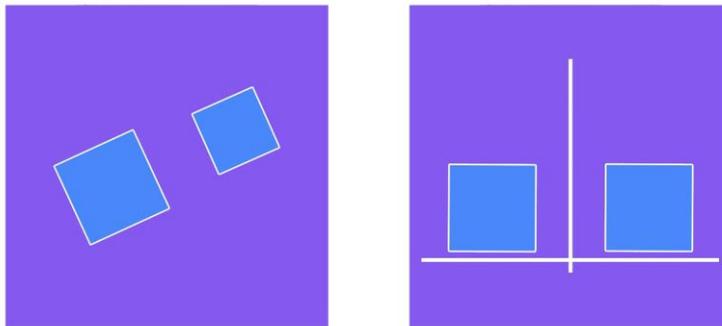


Imagen n° 21. Tensión / Imagen n° 22. Equilibrio

d) Ritmo: es aquella que presenta una repetición o sucesión de elementos similares o idénticos con variaciones e intervalos, que creen un patrón, textura o movimiento, esto crea una estructura visual.



Imagen n° 23. Ritmo

### **3.2.2. Lectura e interpretación de los mensajes visuales**

Expertos de disciplinas vinculadas con el análisis y lectura de las imágenes, como Dondis (2017), Panofsky (1998) y Morris (1985), nos hablan de categorías similares a la hora de interpretar las imágenes. A pesar de las diferencias que puedan existir en sus discursos y teorías, según cada campo del conocimiento, hemos decidido enfocarnos en sus coincidencias con el fin de hacer que estas sean de utilidad en la cotidianidad de quienes consumimos y/o producimos imágenes diariamente. No obstante, es imposible separarla de su asidero teórico y alejarlas del todo de la elite que la produce y consume mayormente, ya que es por medio de este que se sustenta y justifica la información que se presenta en esta investigación. Existen similitudes de tres estadios en la interpretación de las imágenes que van desde lo más sencillo, la simple acción de ver, a lo más complejo, ligado al pozo simbólico que albergamos en nuestro interior. Esta secuencia cognitiva consta, en cada punto, primeramente por un nivel de lectura que luego permitirá la interpretación de la imagen, basándonos preponderadamente en Dondis (2017) podemos dividirlos en tres estadios:

a) Representar: Todo lo que se nos hace accesible a partir de la mirada. Podemos considerar como una habilidad primaria, aún más que la lectura y escritura. Ya que para acceder a este nivel de lectura solo se requiere de la vista. Es lo que vemos y reconocemos desde la experiencia y el entorno y que se acerca más a la realidad como tal, realidad desde una experiencia visual básica, donde la imagen se puede identificar a partir de los elementos básicos de la comunicación visual ya sea formas, colores textura, proporciones y que, al relacionarse entre sí, nos entrega características específicas de un elemento conformando así una imagen. Es un acto que se hace de manera inconsciente el cual evoca a todo aquello que tenga semejanzas notorias con el entorno real, es decir, a representación es aquello que observamos y conocemos empíricamente, es aquella imagen que conociendo a detalle sus características logramos identificar la validez del significado. Por tanto se ha hecho uso correcto de las reglas sintácticas lo que permite componer de manera adecuada para la óptima transmisión del mensaje (Morris 1985)

Podemos considerar aquí el nivel pre- iconológico de Panofsky, el cual se limita a la observación e identificación de formas puras y elementos formales de la imagen despojándose de simbolismo e interpretación más allá de lo que se ve a primera vista, es decir, la interpretación se traduce como la descripción del objeto real.



Imagen n° 24. Objeto real

b) Simbolizar: pozo simbólico que almacenamos en nuestras vidas, como arquetipos o sistemas de símbolos codificados que el hombre ha creado arbitrariamente y al que adscribe un significado. El símbolo es la representación gráfica o figurativa de una idea cuyo significado es aceptado por el ser humano, siendo un producto cultural, de complejidad variada.



Imagen n° 25. Símbolo

c) Abstraer: Dotar de sentido a aquello que percibimos. Es una simplificación tendente a un significado más intenso y destilado, desprovista hasta el extremo de quedar reducida a una información representacional mínima. En sus principios, la abstracción a nivel artístico, guardaba cierta similitud con lo real, alterando detalles en los elementos, así como eran el color, la luz, las texturas etc. Dondis (2017)

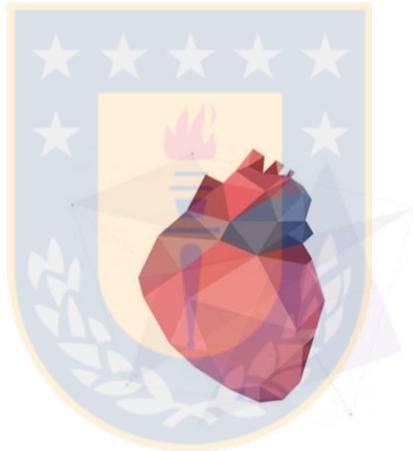


Imagen n° 26. Abstracción

### 3.2.3. Interpretación de la imagen

Según Pablo Lazo (2007) la hermenéutica en las imágenes se puede comprender como la interpretación que se le da a determinada imagen para la óptima comprensión de su significado. Lazo (2007) menciona la necesidad de una hermenéutica crítica y las condiciones que se deben dar para el desarrollo de esta en una sociedad globalizada, donde el significado de las imágenes se aleja de su sentido original. Asegura también que la imagen es utilizada de un modo mercantil e ideológico por una sociedad multicultural que intenta vender una falsa extensión de diversas culturas, cuando la verdadera intención es el dominio y/o absorción de estas culturas, suplantado por una única identidad ideológica.

Lizarazo (2007) afirma que el escenario de la globalización icónica, lejos de ser un horizonte democrático definido por la apertura y la multiplicación de las posibilidades de ver, se convierte en una macro-región de sometimiento de la mirada y la perversión de los sentidos de las iconografías de las sociedades. Lazo (2007) la hermenéutica desde la crítica, la sospecha, y la restauración del sentido, teniendo como objeto de reflexión las posibilidades de las imágenes en este mundo multicultural.

### 3.3 Nativos Digitales

Tomando como punto inicial los supuestos planteados por Marc Prensky, en su investigación “Nativos e inmigrantes digitales” (2001) quien nos da una definición global de los elementos propios de estas nuevas generaciones, es que podemos clasificar de manera categorial ciertos rasgos de conducta y comprender la incidencia que ejerce la sociedad de la imagen sobre las generaciones emergentes y post era digital.

Se entiende como “nativo digital” a las generaciones de estudiantes que han nacido inmersos en la era digital e “inmigrantes digitales” a sus predecesores, quienes han tenido que adaptarse a esta nueva era, pero conservando siempre una cierta conexión con el pasado. En este apartado no profundizaremos de manera exhaustiva el modo en que operan los “inmigrantes digitales” ya que consideramos, que es una generación en la cual nuestra investigación no se encuentra enfocada. Podemos considerar como tales a nuestros padres y profesores, quienes incorporan lo digital de un modo funcional; utilizan documentos en línea, pero prefieren que estén impresos para realizar correcciones, prefieren leer el manual de instrucciones que el “aprender haciendo” o utilizar un video tutorial. Pese a ello sus características nos servirán como punto comparativo respecto a las propias de un nativo digital.

Los niños y jóvenes de hoy en día han estado en contacto con la tecnología desde muy temprana edad, desarrollando su vida cotidiana en torno a ella, inmersos en internet y el lenguaje de los videojuegos. Este contacto, según lo plantea Prensky (2001), (que ya en pleno 2019 es pan de cada día) ha modificado de manera sustancial el modo en que estas nuevas generaciones piensan y procesan la información. Ya no es un asunto superficial o de estética generacional que pasará con el tiempo o que será reemplazado, ni “códigos” que al crecer perderán su validez por incorporarse al mundo adulto y laboral. Esta modificación del pensamiento está directamente vinculada con el modo en que la sociedad opera hoy en día.

En su ensayo, Prensky (2001) nos da cuenta de los grandes rasgos que caracterizan a los Nativos Digitales y que los diferencian en gran manera de las generaciones anteriores, estos son. a) quieren recibir la información de forma ágil e inmediata, b) se sienten atraídos por multitareas y procesos paralelos, c) prefieren los gráficos a los textos, d) se inclinan por los accesos al azar desde hipertextos, e) funcionan mejor y rinden más cuando trabajan en la Red, f) tienen la conciencia de que van progresando, lo cual les reporta satisfacción y recompensa inmediata, g) prefieren instruirse de forma lúdica a embarcarse en el rigor del trabajo tradicional.

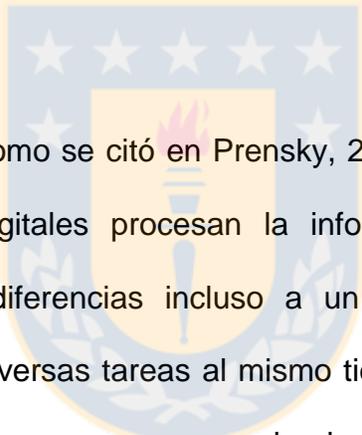
Al ser pionero en el uso de la terminología “nativo digital” e “inmigrante digital” sus definiciones quedan un tanto acotadas y estandarizadas, ya sea por la época en que realizó su investigación o por no considerar el resto de factores, que afectan la vida de estos entes digitales. Diversas investigaciones (SIMCE 2013 anexo n. 4) dan muestra que el concepto que se tiene de nativos digitales se encuentra un poco alejado de la situación real y que no es solo un asunto generacional, existiendo distintos tipos de nativos digitales y distintos factores que afectan al tipo de nativo que existe hoy en día.

Samuel (2017) considera, que el uso de la tecnología está formando a tres tipos distintos de nativos digitales. Los cuales se forman respecto a la manera en que los padres hacen uso de la tecnología sobre sus hijos, dando origen a los Huérfanos digitales, quienes han crecido con una gran cantidad de acceso tecnológico, pero con muy poca guía. Exiliados digitales, criados con una interacción mínima con las pantallas y a los Herederos digitales, quienes tienen habilidades tecnológicas impresionantes gracias a la guía de sus padres.

Por otro lado, Pavez (2008) en el resultado de sus investigaciones, centrada en estudiantes Chilenos que se iniciaban en la educación superior, concluye que la procedencia geográfica, las pautas construidas en torno a la tecnología y el estrato socioeconómico en el que se desenvuelve el individuo son factores que inciden en el tipo de nativo digital que se está formando.

Pese a los diversos factores que afectan la vida de los nativos digitales, existen elementos en común propios de esta generación los cuales están vinculados con: la manera en que procesa la información, los medio en que se mueven, el modo en que aprenden, sumado a las adicciones que acarrea el contacto constante con las redes y la tecnología.

### **Procesamiento**



Hay estudios (como se citó en Prensky, 2001) que señalan que el modo en que los nativos digitales procesan la información es significativamente diferente, existiendo diferencias incluso a un nivel fisiológico, teniendo la habilidad de realizar diversas tareas al mismo tiempo las llamadas multitareas, es decir, que la manera en que comprenden la información no es de un modo secuencial sino paralelo, sin necesidad de prestar toda su atención a un hecho en concreto para ser comprendido, este hecho, como señala Prensky, puede confundirse con la poca capacidad de concentración que poseen.

Realizan procesos de manera paralela por medio de interacciones rápidas, pueden estar teniendo una conversación en persona mientras chatean con otros grupos por su celular, mientras al mismo tiempo escuchan música; realizar una video llamada (Skype) mientras ven videos por youtube con distintas ventanas

abiertas en su computadora y leen los comentarios de alguna publicación en una red social o descargan música. Es un proceso en simultáneo de tareas.

## **Medios**

La principal característica de un nativo digital es lo interiorizada que tienen la tecnología en su vida, medios que en algún momento fueron de acceso limitado, para quien pudiera comprar el producto o que estuviera vinculado a modo profesional con el tema como la fotografía, video o programas de edición, hoy resultan ser de fácil acceso y manejo para esta generación. Se encuentran familiarizados con discursos multimodales que hoy en día desenvuelven por medio de sus Smartphone, desarrollando las distintas funciones de manera intuitiva, ya que los nativos digitales aprenden conforme la marcha.

Conocen muy bien cómo funcionan distintas plataformas, las posibilidades que les ofrecen y su forma de interacción con ellas y con el mundo. Con la misma crean y manipulan fotografías y videos, comparten y editan textos. Elementos que antes solo se encontraban en un computador están al alcance de sus celulares, editores de fotografía de videos, creación de documentos en línea vinculados con la escritura y dibujo, distintas APP para diversas necesidades que puedan tener etc.

## **Modo de aprendizaje**

Están acostumbrados a aprender por medio del juego, el trabajo en equipo y la búsqueda autónoma de información. Funcionan por medio de tareas cortas recibiendo un estímulo inmediato que refuerce lo aprendido o la tarea lograda. Un ejemplo de esto son los videojuegos o los juegos en línea donde se va de nivel a nivel en un orden creciente de dificultad, se les permite la interacción con múltiples jugadores lo que les permite la conversación en vivo, socializando el conocimiento, creando comunidades, recibiendo gratificaciones inmediatas por logros obtenidos.

## **Adicciones de los nativos**

Problemas vinculados con la sociedad actual dan cuenta de un mismo detonante, el exceso de información con la cual vivimos día a día, la información a través de medios digitales. Este desborde de información a la cual nos exponemos y que ya resulta como imposible filtrar ha llevado a distintos síntomas de una sociedad enferma. Ya anunciado desde 1996 por el psicólogo crítico David Lewis el síndrome llamado IFS (Information Fatigue Syndrome o Cansancio de la información, en español) ha llevado a ser una sociedad depresiva, según Han (2014) la depresión es una enfermedad directamente

vinculada con el narcisismo del hombre de hoy en día, reflejo del uso de las RR.SS.

### **3.4. Alfabetización visual**

La imagen, como evidencia Motta (2016) ha tenido gran relevancia para la humanidad, desde el origen de los tiempos, incluso antes del nacimiento de la escritura, ella ya formaba parte primordial en la comunicación, expresión y rituales. Es tal la relevancia de la imagen, que por medio de esta nacen los primeros sistemas de escritura, desde el dibujo y formas logográficas, hasta el abecedario y todos los elementos pertenecientes a esta disciplina. Dondis (2017) siguiendo esta relación entre texto-imagen nos recuerda que, para ser considerados verbalmente letrados, primeramente, es necesario aprender los componentes básicos del lenguaje escrito y progresivamente no solamente resolver creativamente problemas de comunicación, sino además crear un estilo personal.

La producción de imágenes por mucho tiempo estuvo reducida a un grupo de expertos. Moles (1999) nos presenta como artistas y artesanos, podían producir un número limitado de imágenes, dadas las características técnicas de

su producción. Teniendo en cuenta su rareza y escasez, eran consideradas como una especie de magia por su estatus de reflejo de la realidad. La situación cambió radicalmente con las técnicas de grabado y la invención de la imprenta. Constituyendo, desde la perspectiva de Moles (1999) la primera etapa de la masificación del desarrollo social de la imagen, donde la multiplicación por medio de la copia, permite ponerla al alcance de una mayor cantidad de personas. La segunda etapa que menciona Moles (1999) es el descubrimiento y aplicación de la trama fotográfica, a finales del siglo XIX. La imagen estaba presente en todas partes, gracias al cartel y la tarjeta postal. La exclusividad del color de algunas pinturas se había terminado gracias a esto. En este momento histórico, la imagen se ha masificado, se encuentra en todas partes, desde muros a periódicos, es tanta su proliferación que se ha desprovisto de valor, ya no es un objeto de atención inmediata. En su abundancia se ha devaluado. Moles (1999) da a conocer que en su tercera etapa la imagen se encuentra aún definiéndose a sí misma.

El acceso a información por medio de los medios tecnológicos nos permite acceder a información de manera rápida y eficiente, sobre todo por medio de imágenes, tanto estáticas como en movimiento. Esto es cómodo y sencillo, ya que el ver permite obtener gran cantidad de datos sin mayor gasto de energías. Según Bursset (2017) actualmente el aprendizaje cultural viene ligado a herramientas de características visuales como lo son el cine, la publicidad, la

moda, el cómic, la ilustración, la televisión, internet y el arte en general. Lamentablemente esto es un arma de doble filo, ya que según Dondis (2017) estos mismos medios se han encargado de manipular a personas con poco o nada de preparación en este campo. Aguirre (2010) nos habla de una cultura visual que ha cambiado sus configuraciones. La estética, por ejemplo, se ha puesto a disposición de una ideología basada en el consumo, lo que termina por forjar conciencias. Por otro lado, lo placentero, ya no funciona desde los deseos preexistentes, sino por medio de la creación de nuevos objetos y sensaciones, que en última instancia, se convierten en un conjunto de artefactos, apariencias, experiencias y prácticas, creando patrones de modelos de estilos de vida. Como ya se ha mencionado, los medios tecnológicos juegan un rol fundamental en la exposición y acceso que tenemos con respecto a la imagen. Motta (2016) expone que el bombardeo de información que se desprende de ella no solamente viene del exterior, a través de gigantografías, carteles, panfletos u otros, sino también de nuestros bolsillos. Actualmente las pantallas de nuestros dispositivos móviles nos acompañan donde vayamos y son el prisma por el que percibimos y comunicamos nuestra realidad. Contar con este filtro trae mucho beneficio, pero con ello también muchas consecuencias.

Gracias a los avances tecnológicos, principalmente a computadoras y dispositivos móviles, generar imágenes y comunicarse a través de ellas nunca fue más sencillo. Así lo confirma Abad (2012) No obstante, pese a la inmediatez

de estas interacciones y la gran cantidad de información que puede obtenerse a través de la imagen, su lectura y producción es meramente mecánica o funcional. Esto por sí mismo no es un problema, ya que en muchas instancias de la vida funcionamos con metodologías similares, donde tenemos un esquema predeterminado de cómo actuar y comunicarnos. El verdadero problema, según Dondis (2017) radica en enfrentarnos al trabajo de expertos de la imagen, el cual consumimos gran parte del tiempo, diciéndonos cómo llevar nuestras vidas. La alfabetización visual es una herramienta efectiva y necesaria para defenderse de los ataques de información visual que la ciudadanía recibe a diario, ya sea por parte de la publicidad o la propaganda. Dondis (2017) afirma que la mayor parte del contenido que consumimos visualmente fue diseñado por un experto, para que lo percibamos de cierta forma y nos lleve a pensar o actuar de cierta manera. Esta idea es reforzada por los estudios e investigaciones psicológicas que presenta la Gestalt, los cuales dan cuenta de cómo elementos tales como el color, línea, forma, entre otros estímulos visuales, afectan e influyen en diferentes situaciones al ser humano.

En un mundo, donde la imagen cumple un rol tan relevante, es una necesidad el educarse sobre esta, así lo expone Altisen (2000) entendiendo el potencial que posee para otorgar una oportunidad tan básica como es el elegir. Esto teniendo en cuenta el poder e influencia actual que la publicidad y la propaganda tienen en los distintos medios y redes sociales. Dondis (2017)

considera la urgencia de una metodología manejable por todo el mundo, y no solo por los especialmente adiestrados como el diseñador, el artista, el artesano o el esteta, para aprender, identificar, crear y comprender los mensajes visuales. Llorente (2006) propone llegar a una alfabetidad, que vaya más allá de identificar los elementos formales de la construcción del lenguaje visual, que no solo lea aspectos formales, sino que entienda lo que estas imágenes le están diciendo y por qué lo llevan a ciertas acciones, pensamientos o sensaciones. Entregar las herramientas para que estas personas puedan escoger y no solo entregarse a la dictadura de la imagen. Según Vargas (2012) La publicidad y el marketing a través de recursos de la comunicación visual como la regularidad, la simetría y la sencillez de la imagen, guían la visión del espectador hacia ciertos puntos de atracción, despertando interés en el mensaje que los medios buscan transmitir y un resultado en el consumidor. En estas y otras razones se encuentra la importancia de la alfabetización visual.

Según las investigaciones presentadas por Llorente (2016) Mejorar las destrezas en la lectura de las imágenes hace más concretas e imaginables las soluciones a problemáticas que implican un razonamiento abstracto, además de facilitar el entendimiento de otros signos similares como lo son los mapas o las obras de arte. Se ha demostrado, a su vez, que los textos escritos son mayormente comprendidos cuando hay una imagen que los apoya.

La enseñanza de la imagen no puede restringirse únicamente a la educación artística, ya que este conocimiento puede extenderse para facilitar otros saberes. Amiel (como se citó en Guix, 2011) afirma, que es esencial inculcar este concepto desde la escuela, pues la mirada educada es un escalón elevado en la relación del individuo con su entorno, ya que potencia el desarrollo crítico de las personas.



## **IV.FORMULACIÓN DE LA PROPUESTA**

### **4.1 Metodología**

La metodología de la propuesta sigue el diseño de investigación-acción, donde tras desarrollar un proceso de investigación sobre el tema “Alfabetidad visual” y conocer las bases y/o conceptos, que lo rodean se desarrolla una propuesta (acción), para responder a un problema en particular.

### **4.2 Justificación de la propuesta**

Según Camilloni (2007) Una de las maneras de mantener la atención de los alumnos en el aula es lograr una buena relación entre los componentes de la tríada didáctica: conocimiento - docente - alumno. Según esta teoría todo proceso de aprendizaje es el resultado de las relaciones que establece un sujeto con los contenidos de aprendizaje gracias a la intervención de unos mediadores o facilitadores. Estos tres elementos integran la denominada tríada didáctica, alrededor de la cual se organizan todos los procesos de aprendizaje. Con el paso del tiempo la relación entre estos elementos ha ido mutando, siendo las personas ahora las protagonistas activas

y los principales responsables del desarrollo de sus propias cualificaciones y capacitaciones profesionales. Las teorías del aprendizaje han contribuido a transformar las teorías formativas hacia una comprensión del aprender como un proceso de construcción activa del conocimiento por parte del aprendiz y maestro.

¿Qué pasa cuando el mediador no utiliza el medio correcto?

Para que la tríada didáctica se lleve a cabo todos los componentes deben funcionar correctamente, siendo el material didáctico un recurso de transmisión del mensaje, que en este caso es visual y una mala implementación de este puede afectar el nivel de atención y lectura, ya que estos elementos son una cadena de efectos, si un punto falla se frena esta secuencia o se desvirtúa su continuidad, por lo que el resultado no será totalmente eficaz.

El profesor es un mediador que debe disponer de diferentes estrategias para que se produzca el aprendizaje significativo y el material didáctico es parte de las herramientas con las cuales el docente puede generar ambiente y conocimiento, siendo un puente hacia el aprendizaje. Según Camilloni (2007) hay diversas formas de transmitir un conocimiento, ya que poseemos las características de adaptación y control sobre un ambiente. En este caso en una sociedad que se va modernizando y complejizando, hace su observación a través de la tecnología configurando o complementando el mensaje a través de lo visual.

Para Litwin (1997, cap.5) la enseñanza con la tecnología es un medio de optimización y ayuda del aprendizaje dentro del aula, además proporciona un grado de motivación y adaptación del estudiante especialmente si son medios contemporáneos a ellos. Con solo escribir una palabra en la pizarra se ayuda al estudiante a anexar la explicación con el concepto clave. Muchos de los recursos que se utilizan, como material didáctico son elementos que no son creados por el propio docente, sino que, extraídos de variación de otros, no se considera muchas veces la creación desde cero, debido a la falta de conocimiento básico para generarlo. Hoy en día se puede cubrir esta carencia con diferentes medios de capacitación que enseñan a utilizar TICs, pero lo que no se enseña es la fórmula de crear el mensaje visual a través de sus elementos básicos, que trascienden a otros más complejos.

Otra inquietud es la manera en se pueden utilizar las imágenes de un modo efectivo dentro del aula, no sólo como un apoyo a la clase si no como protagonista y procuradora de aprendizajes (Goldstein 2008) centrarnos en ellas por las funciones interpretativas que ofrecen permitiendo guiar el desarrollo cognitivo de los estudiantes a un nivel más complejo, alejándonos de la mera descripción de elementos que resulta tan recurrente. Generalmente la imagen se suele trabajar, dentro del aula, como un elemento decorativo, un complemento de texto o un complemento visual.

Goldstein (2008) nos habla de una serie de principios que las imágenes deben poseer para que su utilización sea efectiva en aula. Si bien su investigación está centrada en la aplicabilidad de la imagen para enseñar nuevos idiomas esto no quiere decir que no se puedan desempeñar los mismos principios en distintas disciplinas de la educación, siempre ajustándose al contexto propio que persigue cada actividad o contenido que se quiera enseñar. Dentro de estos principios destacamos los siguientes: que sea de fácil lectura, que se incorpore a las experiencias de los estudiantes, que su significado sea distinto al de las convenciones que existen respecto a la misma, que el mensaje no sea tan evidente.

La fácil lectura de las imágenes, si lo que se busca es ilustrar el contenido de un texto, se debe recurrir a imágenes simples, pero atractivas que reflejan lo central de la idea. Para ello se debe tener en cuenta el contexto en el cual se desenvuelve el estudiante, utilizar imágenes con las cuales ellos se puedan sentir identificados permitirá generar asociaciones con sus propias experiencias de vida, gusto e intereses. En este caso es importante que los docentes se encuentren familiarizados con el bagaje cultural e intereses de sus estudiantes.

Que su significado sea distinto al de las convenciones que existen respecto a la misma, en la infinidad de imágenes y plataformas de búsqueda que

existen hoy en día no se puede recurrir a los mismos ejemplos ya trillados para reflejar una temática o un contenido. Ya que se comienzan a crear convenciones evitando que se den significados diferentes o más enriquecedores. Que el mensaje que transmite no sea tan evidente, permitiendo a los estudiantes expresar de manera más libre distintas interpretaciones. Si bien la imagen debe ser de fácil lectura esto no quiere decir que deba ser una lectura obvia respecto a un tema, que los significados no sean tan literales permitirá a los estudiantes expresarse de mejor manera respecto al contenido ya que se les otorga mayor libertad al no existir un significado consensuado y aceptado como ocurre con las imágenes que son muy literales.

Realizar lecturas analítico-críticas incorporando imágenes de los medios de comunicación permitirá a los estudiantes ser consumidores más conscientes, resguardándose de los efectos manipuladores, que las imágenes pueden ejercer en su diario vivir. Por eso es importante que las imágenes a utilizar sean vinculadas con su contexto, en lo posible a las que ellos se encuentran expuesto, el uso sistemático de esta práctica permitirá agudizar la mirada del estudiante tanto a un nivel crítico como estético dejando de interiorizar de manera inconsciente valores y mensajes a los que la publicidad y los medios los exponen, dejando de ser consumidores pasivos de imágenes.

### 4.3 Propuesta

Hemos planteado la necesidad de crear un material de apoyo pedagógico centrado en el docente, para que puedan transmitir de mejor manera la información visual en el desarrollo de sus clases, recurriendo a un modelo eficaz de presentación y organización visual, por medio de una guía de fácil uso para la elaboración o estructuración de su material.

¿Por qué una guía? La guía tiene un carácter técnico y utilitario, que busca entregar asistencia a un individuo, a través de un procedimiento orientado a un aprendizaje. También su creación proporciona un documento metodológico de apoyo al docente, además su construcción se desarrolla con la idea que su utilización pueda trascender en un periodo largo de tiempo, debido que los conceptos expuestos son elementos básicos, que hasta el momento son inmovibles.

## 4.4 MATERIAL

### GUÍA PRÁCTICA DE ESTRUCTURACIÓN DE MATERIAL VISUAL

Cuando creamos un material visual por medio de una plataforma virtual en este caso la utilización de un PowerPoint, lo que buscamos es transmitir la información de la mejor manera posible siendo una herramienta de apoyo que debe potenciar nuestras clases tanto a modo de refuerzo y/o motivación para los estudiantes. Lo que se debe tener en cuenta a la hora de crear este tipo de material son los elementos que permitirán generar jerárquica visual y peso visual. Entendidos como:

**Jerarquía visual:** la manera de organizar el contenido para que el mensaje sea comprendido.

**Peso visual:** la fuerza con que los elementos atraen la vista del espectador.

Existen diferentes técnicas para crear jerarquía visual. Usualmente no sólo se emplea una de ellas, sino que se combinan básicamente son siete: tamaño, contraste, color, proximidad, composición, repetición y espacio. Estos elementos de jerarquización ayudan al espectador a obtener rápidamente la información

más relevante que se quiere entregar la utilización de estos elementos también van a influir en el peso visual que se genere en las presentaciones

### **Consejos antes de elaborar el material**

- 1. Color**
- 2. Tamaño**
- 3. Contraste**
- 4. Proximidad**
- 5. Composición**
- 6. Repetición**
- 7. Espacio**



### **Consejos antes de elaborar el material**

a). Es fundamental tener en claro qué se quiere decir y cómo va a realizarse. Tener un concepto al diseñar material didáctico facilitará mucho esta tarea.

b). Los elementos utilizados no deben ser colocados al azar o para decorar. Todo lo que conforme el material didáctico debe comunicar, no olvidando el concepto central. Hay que comunicar, no decorar.

c). Debe existir coherencia en los elementos que conforman el material didáctico permitiendo que al leer todas sus partes se entiendan como un todo, evitando confusiones.

d). La tipografía puede ser de gran ayuda para comunicar un mensaje, pero puede generar un caos incomprensible que dificulta la lectura si no se utiliza correctamente. Se recomienda utilizar dos familias tipográficas como máximo. Para jerarquizar la información se puede recurrir al color, el tamaño y el estilo de la letra.

e). La resistencia cognitiva impide que nos fijemos en todo lo que nos rodea al mismo tiempo. Se debe guiar la mirada del observador, destacando lo que verdaderamente importa para captar su atención.

f). Se debe escoger los colores con un propósito. Siempre se tiene que tener en cuenta, que los colores están para usarlos, pero con criterio.

g). Si se puede comunicar con menos elementos mejor. Los estímulos sencillos tienen mayores posibilidades de ser leídos, vistos y recordados.

h). El trabajo tipográfico tiene la misma importancia que la imagen.

i). “Comprime y separa” hay que aprovechar los espacios, pero con la capacidad de generar ritmo en la lectura. La utilización del silencio y la ausencia de elementos hará que lo realmente importante destaque de verdad.

## **1.Color**

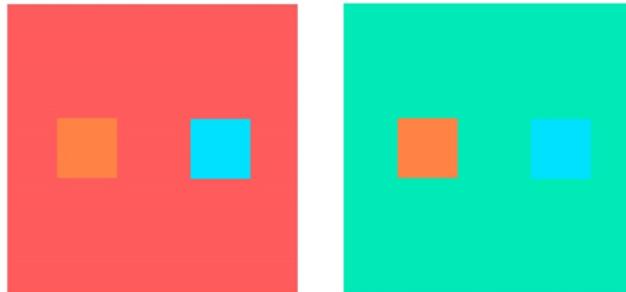
Dentro del uso del color nos encontramos con dos paletas de colores las frías y las cálidas. El uso o selección del color, influirá en el propósito de su clase, el tema que está tratando. En ocasiones se toma a la ligera algo tan básico como la correcta selección del color de la tipografía respecto al fondo de su presentación. A continuación, se muestra un ejemplo de la legibilidad de la tipografía y el color por medio de la tabla de Kar Borggeafe

# legibilidad

excelente normal relativa escasa

	azul verde violeta	negro	gris café rojo	naranja blanco
	blanco	azul verde violeta	gris café negro	rojo
	blanco	negro amarillo	gris violeta azul	verde naranja café
	blanco gris	amarillo	rojo verde naranja	azul negro
	blanco gris	amarillo naranja	rojo verde café	negro violeta
	blanco gris	amarillo naranja rojo	azul negro violeta	café
	negro azul	rojo verde violeta	naranja café	gris amarillo
	blanco amarillo gris	rojo verde naranja	café	azul violeta
	azul violeta	rojo verde naranja	naranja rojo café	blanco amarillo
	blanco	amarillo verde violeta	azul negro gris	naranja rojo

Es común que un color más brillante o más cálido tiene más peso visual, pero la realidad es que depende de los colores a su alrededor.



Lo importante para generar peso visual por medio del color es ver la relación que existe entre este y los otros colores y así aumentar o disminuir su contraste. (imagen n°)

El color es una de las maneras más poderosas de captar la atención de los observadores. No sólo te sirve para organizar y generar jerarquía visual.

Es probable que la selección de colores sea un proceso bastante largo y se logre mediante ensayo y error.

Usualmente, los colores vibrantes suelen destacar, mientras que los colores pastel suelen pasar desapercibidos si se ponen al lado de un color saturado. Claro, también hay casos exitosos de uso de colores pasteles en la web así como de colores saturados, pero no es una tarea sencilla de lograr. Y en muchos casos necesitarás algún color de acento.

**Frías:** La paleta cromática correspondiente al frío está conformada por aquellos colores que tienen una temperatura cromática irreconociblemente baja, como los azules, verdes que tienden a la desaturación y algunos tonos de grises cromáticos o colores muy desaturados. En esta gama, los colores tienden a separarse, a no mezclarse, a contrastar fuertemente ya sea por su saturación o su luminosidad y peso. En el proceso, al elegir una paleta cromática mayoritariamente fría, se debe tener en cuenta que no necesariamente todos los azules y verdes serán fríos.

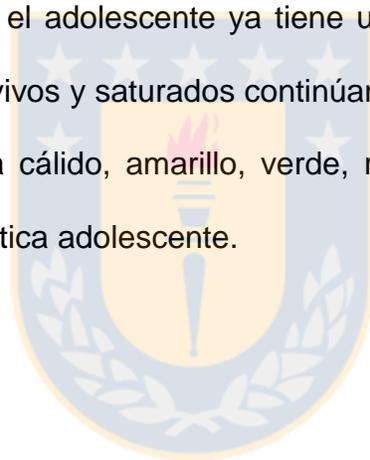
**Cálidas:** La paleta cromática correspondiente al calor, está conformada por aquellos colores que son reconocidamente cálidos, como rojos intensos, amarillos que tienden al naranja y anaranjados turbios. En esta gama, los colores tienen a juntarse o fundirse como producto del calor del desierto, como la visión de los espejismos, o los materiales que se funden o entremezclan con el calor. se incluyen a esta gama un tono de café neutro, un rosa rojizo y un violeta cálido, como contrapunto y realce de la gama.

### **Uso del color según edades**

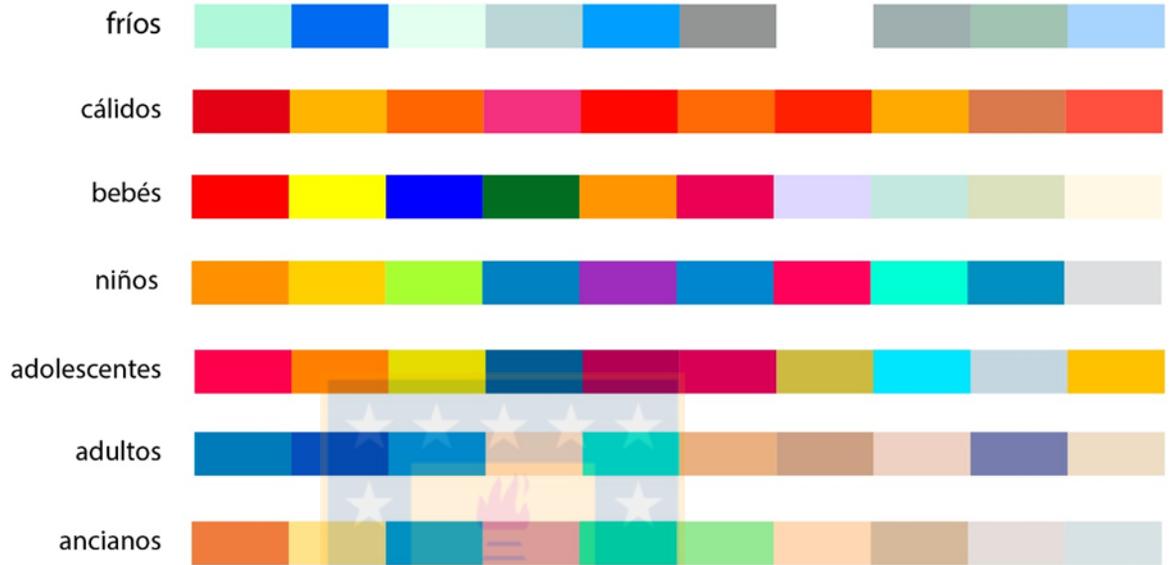
**Niños:** Las variaciones de los primarios aditivos (rojo, azul y verde) constituyen el esquema básico de la gama cromática de los niños. A medida que

se van combinando entre sí, se va sofisticando la paleta, y se va complejizando al igual que las habilidades que va adquiriendo el niño. A medida que aumenta la edad del niño, también se incrementa su gusto por los colores y combinaciones más complejas. El negro y el gris se introducen como colores neutros y también entran en juego relaciones cromáticas de tres o sistemáticas (la utilización de dos o tres colores análogos y un acento complementario)

Adolescentes: Si bien el adolescente ya tiene una estructura de sentidos más compleja, los colores vivos y saturados continúan dominando su paleta. Colores como el naranja, rosa cálido, amarillo, verde, rojo, violeta, azul, negro y gris forman la gama cromática adolescente.

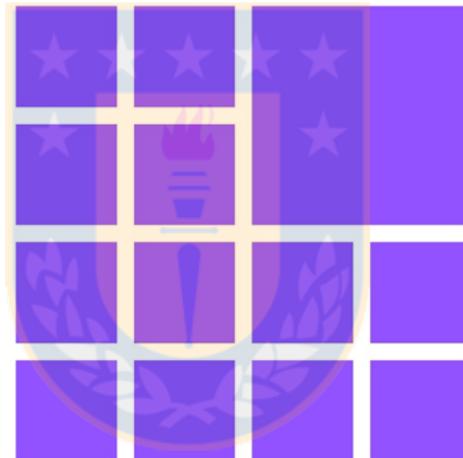


# paleta de colores



## 2.Tamaño

Los elementos de mayor tamaño captan la atención más rápidamente. Además, el tamaño indica la importancia de cada elemento. Esta técnica es excelente para poder guiar la atención de los estudiantes y es una de las más empleadas por diseñadores .



Si todos los elementos fueran del mismo tamaño sería más complicado detectar qué elemento es más importante. Sin mencionar que es bastante monótono y aburrido para el observador.



Kunstgeschichtliche Grundbegriffe (1915)

Renacimiento  
Visión lineal  
Visión en superficie  
Multiplicidad  
Claridad absoluta

Barroco  
Visión pictórica  
Visión en profundidad  
Forma abierta  
Unidad  
Claridad relativa



#### RENACIMIENTO

- visión lineal
- visión en superficie
- multiplicidad
- claridad absoluta

#### BARROCO

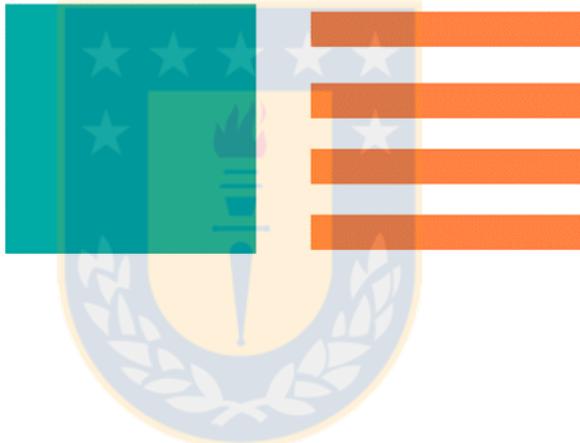
- visión pictórica
- visión en profundidad
- forma abierta
- unidad
- claridad relativa



Kunstgeschichtliche Grundbegriffe (1915)

### 3. Proximidad

La proximidad es una manera de separar y agrupar elementos. Mientras más próximos estén son considerados como un grupo y se pueden identificar como sub-jerarquías. La proximidad sirve para agrupar elementos similares y separar aquellos que son distintos.



### I L U S T R A C I Ó N

La ilustración en el mundo del arte es la "estampa, grabado o dibujo que adorna o documenta un libro". Esa es la definición de la RAE, pero una más completa podría ser esta:

La ilustración es un dibujo, pintura u obra impresa de arte que explica, aclara, ilumina, visualmente representa, o simplemente decora un texto escrito, que puede ser de carácter literario o comercial.

Los orígenes de la ilustración – antes de la invención de la "escritura" – se remontan a la pintura rupestre en Chauvet, Lascaux y Altamira, cuando los artistas paleolíticos utilizaban carbón y ocre en sus cuevas para ilustrar lo que veían a su alrededor. Históricamente, la ilustración de libros, revistas y periódicos han sido las formas predominantes de este tipo de arte visual, aunque los ilustradores también han utilizado sus habilidades gráficas en las áreas de creación de carteles, anuncios, libros de historietas, animación, tarjetas de felicitación, tiras etc.

## 4. Contraste

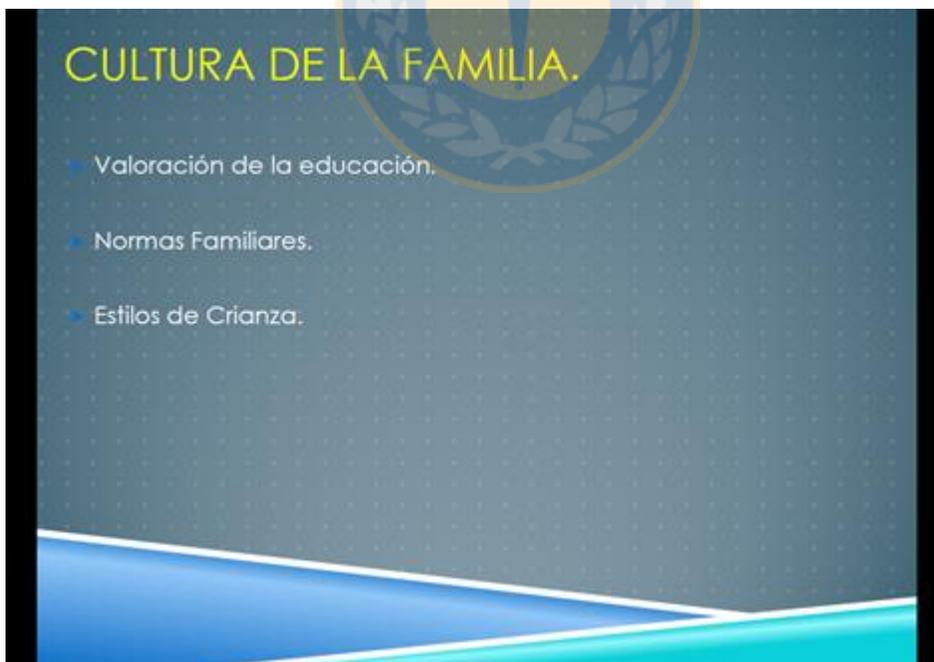
El contraste también tiene un efecto en la jerarquía y se puede generar a partir de cualquier elemento como: forma, tamaño, color, posición, textura y tipografía. El impacto se genera en base a los cambios que existen entre un elemento y otro, mientras más dramático sea este cambio, mejor. Por ejemplo, al elegir una paleta de colores se recomienda que sean contrastantes a modo de generar impacto y llamar la atención del espectador.

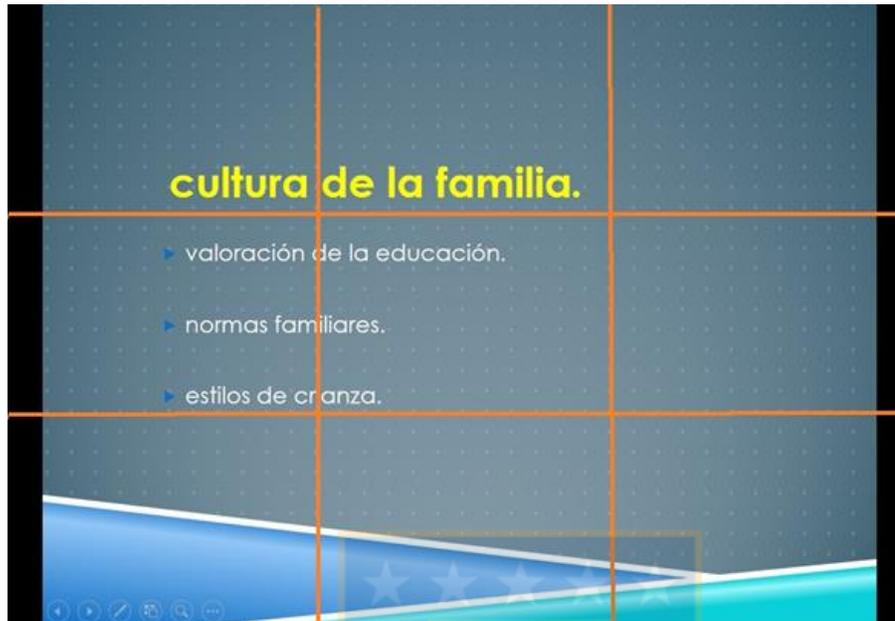


Si buscamos jerarquizar dos textos por medio del tamaño, debe existir una diferencia clara, un título con un tamaño de fuente de 24 y un subtítulo de 23 no tienen suficiente contraste para generar jerarquía. Esto mismo aplica para todas las propiedades que dan peso visual.

## 5. Composición

Este punto nos permite otorgar la importancia a cada elemento por medios de su ubicación en el plano. Sabemos que los elementos ubicados en el espacio inferior son de menor importancia en relación de los elementos que se ubican en el centro, pues ocupan un mayor espacio. De igual manera, los elementos que se colocan en la parte superior suelen ser de mayor importancia. Para realizar una buena composición podemos aplicar la regla de los tercios, es una manera efectiva de ordenar los elementos de la imagen por medio de cuadrantes. En este caso las plantillas de nuestras presentaciones,



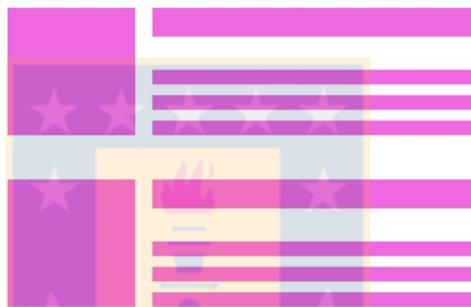


Lo que permite una proporción más armónica y de fácil lectura, al ubicar los elementos según las retículas (líneas) y nodos (punto donde se cruzan las líneas).

## 6.Repetición

La repetición sirve para agrupar elementos. Esto permite reconocer fácilmente los elementos similares. Aunque la repetición es importante, es también esencial saber cómo romper esa repetición para generar interés, de lo contrario el material didáctico se vería demasiado estático y aburrido. Tomando como ejemplo el texto, vemos que cada cierto número de párrafos se coloca un

subtítulo, usualmente en mayor puntaje o en negritas o con algún tipo de formato distinto que el del párrafo. Este subtítulo funcionará como un elemento que genera quiebre visual.



El cicloturismo de alforjas es el ciclismo a largas distancias, una actividad recreativa y no competitiva que combina la actividad física y el turismo.



Consiste en viajar en bicicleta visitando los lugares que se encuentra uno a su paso. Se realiza por placer, no por competición, por lo que no se puede llegar a denominar práctica competitiva.



Una bicicleta de cicloturismo es una bicicleta diseñada o modificada para manejar el turismo en bicicleta. Para hacer las bicicletas suficientemente robustas, cómodas y capaz de llevar cargas pesadas, características especiales pueden incluir una larga distancia entre ejes, materiales del cuadro que favorezcan la flexibilidad sobre la rigidez, ruedas y neumáticos resistentes y múltiples puntos de montaje.

## 7.Espacio

Aquí tenemos en cuenta tres factores. El primero es la posición: en occidente estamos acostumbrados a leer de izquierda a derecha y de arriba a abajo, por eso un elemento tiende a tener más importancia si se encuentra primero en ese orden de lectura.

El segundo es la profundidad: los elementos que parecen estar más cerca del espectador al proyectar sombras o simular volumen van a ganar más peso visual.

Y tercero, el espacio en blanco: a mayor espacio vacío rodeando un elemento, más atención recibe, por tanto, su peso visual será mayor.

Se deben tener en mente que en un diseño todas las propiedades importan, cualquiera que fuere, todas conviven y aportan al peso visual.

Esto es de especial utilidad cuando se está componiendo el material. Suponiendo que tenemos un elemento que necesita ser muy grande pero no se quiere disminuir su peso visual: en este caso se puede reducir el contraste de color o ubicar el elemento en una posición menos relevante.

Entender la jerarquía y los elementos básicos del lenguaje visual otorga el criterio necesario para discriminar cualquier material visual y evaluar su

efectividad. ahora ya se tienen las herramientas para identificar y garantizar que el material cumpla con su objetivo de comunicación.



## CAPÍTULO V. REFLEXION FINAL

La investigación y estudio del t3pico del presente documento nos permiti3 observar y ser conscientes de la infinita gama de informaci3n y recursos sobre educaci3n visual y tecnol3gica, las cuales facilitan en gran medida la labor del docente en la actualidad. Sin embargo, consideramos que en muchas ocasiones no existe una disposici3n del profesor, para una adaptaci3n real a estas nuevas herramientas y conocimientos, qued3ndose en un nivel superfluo, retrasando o bloqueando muchas veces una educaci3n m3s interactiva y significativa para el estudiante, el cual necesita de innovaciones, considerando que nos encontramos inmersos en un mundo de constantes cambios.

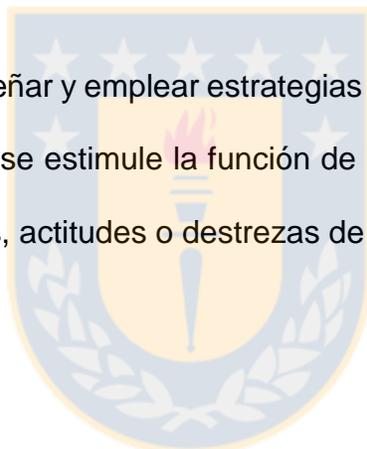
En un mundo hipervisual, la elecci3n de la imagen adecuada es capaz de capturar la atenci3n y producir una interacci3n interna entre el observador y lo observado, constituyendo, por ejemplo, una ayuda para el sujeto que aprende una segunda lengua. Si, adem3s de esto, consideramos las facultad de la imagen para preparar las tareas manuales, el movimiento, la m3sica y otras propiedades sensoriales, tal propuesta, en la que la imagen aparece enriquecida e interactuando con la informaci3n genuina almacenada en cada uno de los alumnos, consigue que los estudiantes encuentren argumentos con los que poder participar en un evento comunicativo dentro de un contexto de aula capaz de estimular varios sentidos y varias inteligencias, no s3lo la ling3ística o verbal.

Como educadores, consideramos que nuestras propuestas educativas deben fomentar la participación activa del estudiante, desafiando y buscando siempre su reflexión. Que las estrategias de enseñanza se presentan como herramientas de apoyo para combatir la apatía, activar la motivación, despertar y mantener el interés del estudiante en sus estudios. Somos convencidos que, si el docente trabaja desde la visualidad sus contenidos y considera sus códigos, incluyendo los tecnológicos, este es capaz de lograr un desarrollo importante de las habilidades cognitivas del estudiante, siempre que a su vez haga partícipe al estudiante en la construcción de su propio aprendizaje y material que crea a partir de su contexto. La didáctica es parte importante de la pedagogía, ya que considera los métodos y los medios para cumplir los objetivos de la educación, por ende, es el educador el cual debe disponer de esta y saber cómo emplearla. Es el docente el que elige, el nivel de entrega y compromiso del mismo para con el buen ejercicio de la enseñanza, la buena intención de su accionar, pero por sobre todo no hay que dejar de reconocer a los estudiantes como los principales afectados por la práctica de la enseñanza y del aprendizaje.

La estimulación constante del aprendizaje dentro del ámbito aula, permite en el docente reflexionar sobre la concepción educativa y sus interacciones, porque a partir de los recursos didácticos, no sólo se activa el rol del alumno, sino también la creatividad del docente, convirtiéndose ambos en verdaderos motores

de aprendizaje. Es por ello que el uso de los recursos didácticos como mediadores y guías en el proceso de enseñanza y aprendizaje debe ser consciente, intencional y selectivo, en función de alcanzar determinados objetivos. Hoy en día, en el aula se precisa una educación de calidad, por ende, existe la necesidad de adecuarse a nuevas metodologías pedagógicas, en las que se busca una educación que brinde al alumno un aprendizaje significativo y una nueva forma de abordar la enseñanza.

Por lo tanto, diseñar y emplear estrategias que impulsen el aprendizaje, es fundamental para que se estimule la función de los sentidos y la adquisición de conceptos, habilidades, actitudes o destrezas de parte del alumno.



## CAPÍTULO VI. REFERENCIAS

Abad, J. (2012). *Imagen-palabra: texto visual o imagen textual*. En Congreso Iberoamericano de las Lenguas en la Educación y en la Cultura. Salamanca.

Recuperado de

[http://www.oei.es/congresolenguas/comunicacionesPDF/Abad\\_Javier.pdf](http://www.oei.es/congresolenguas/comunicacionesPDF/Abad_Javier.pdf)

Acaso, M. (2009). *La educación artística no son manualidades*. Madrid: Catarata.

Acaso, M. (2011). *El lenguaje Visual*. Barcelona: Paidós.

Adorno, T. (2008). *Crítica de la Cultura y Sociedad I*. Madrid: Akal.

Aguirre, I. (2010). *Conceptualización de la experiencia estética y educación artística*. En P. Coca (Coord.), Grupo de trabajo sobre educación y práctica artística. Sesiones comentadas. Valladolid: Museo Patio Herreriano. 63-80.

Almagro, A. (2010). *La imagen del deseo: análisis psicosocial de las representaciones imaginarias en el spot publicitario*. (memoria doctoral) Universidad Complutense, Madrid, España.

Altisen, C. (2000). *Alfabetización visual: fundamentos para el desarrollo de proyectos de alfabetización visual entre diseñadores gráficos y docentes en las escuelas*. Estudios interdisciplinarios, 38, 1-20.

Burset, S. (2017). *La didáctica de las artes plásticas: entre lo visual, lo visible y lo invisible*. Didactae, ISSN-e 2462-2737 (nº2,2017), 105-118.

Camilloni, A. (2007). *El saber didáctico*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

Coll, C., & Monereo, C. (2008). *Psicología de la educación virtual. Aprender y enseñar con las tecnologías de información y la comunicación*. Madrid: Ediciones Morata.

Delgado Sánch, S., & García-Vera, A. B. (1990). *Estudio sobre el valor de la alfabetización audiovisual en adultos*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Dondis, D. A. (2007). *La sintaxis de la imagen: Introducción al Alfabeto Visual*. Barcelona: Gustavo Gili.

Echeverría, B., Lizarazo, D., & Lazo, P. (2007). *Sociedades Icónicas. Historia, ideología y cultura en la imagen*. Madrid: Siglo XXI de España Editores.

Elichiry, N. E., & Regatky, M. (2010). *Aproximación a la educación artística en la escuela*. Anuario de investigaciones/ volumen XVII / Facultad Psicología, UBA.

Goldstein, B. (2008): *Working with images*, CUP

Han, B. (2014). *En el enjambre*. Barcelona: Herder.

Hernández, F. (2005). *¿De qué hablamos cuando hablamos de Cultura Visual?*. Educação & Realidade, ISSN 0100-31433 (v.30 n°2)

Hernández, F. (2010). *Educación y cultura visual*. Barcelona: Octaedro.

Kandinsky, C. (1997). *De lo espiritual en el arte*. Barcelona: Paidós.

Litwin, E. (1997). *Las configuraciones didácticas: una nueva agenda para la enseñanza superior*. México: Paidós.

Llorente, E. (2006). Imágenes en la enseñanza. *Journal of Psychodidactics*, 9 (1), 119-135.

Martínez, M. (2000). *Panorámica de la educación artística en el nivel primaria*. *Revista Educar*, 15, 49-55.

Moles, A. (1999). *La Imagen: comunicación funcional*. Ciudad de México: Trillas.

Morris, C. (1985). *Fundamentos de la teoría de los signos*. Barcelona: Paidós

Motta, L. (2016). *La imagen y su función didáctica en la educación artística*. *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 56, 157-175. Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n56/n56a09.pdf>

Ortega, J & Gasset. (1999). *La Rebelión de las Masas*. Barcelona: Espasa.

Ortega, J. & Fernández, E. (1996). *Alfabetización visual y desarrollo de la inteligencia. Programa de intervención didáctica basado en el entrenamiento de capacidades perceptivo-visuales, grafomotrices y de lectura crítico-analítica de la imagen*. Granada: Fundación Educación y Futuro.

Panofsky, E. (1998). *Estudios sobre iconología*. Madrid: Alianza.

Pavez, M. (2008). *Nativos e inmigrantes digitales: caracterización exploratoria de estudiantes universitarios* (tesis de magíster) Universidad de Chile, Santiago, Chile.

Prensky (2001). *Nativos e inmigrantes digitales*. Distribuidora SEK.

Zeki, S. (2005). *Visión interior: una investigación sobre el arte y el cerebro*. Madrid: Machado Libros S. A.



## CAPÍTULO VII. ANEXOS

### Anexo n.1

*Debe ser parte de nuestra idiosincrasia, la propia de un país lejano e insular como el nuestro, alejado de todo por siglos, querer ser aludidos por los medios internacionales. En los últimos decenios así ha ocurrido, por buenas y malas razones, como esta última; el uso excesivo de aparatos electrónicos por parte de nuestros adolescentes.*

*Efectivamente, hace pocos días, **The Economist** informó que Chile es el país de la Oede que lidera el ranking de los adolescentes que pasan más tiempo conectados a internet, los tiempos que éstos emplean supera por mucho el resto de los países desarrollados, con el promedio nacional de 230 minutos semanales, comparados con los 146 minutos de estos últimos. Una afirmación que es coincidente con la que proviene de los estudios de Sence, indicando que el 77% de los niños usa un celular inteligente, y que la mayoría de los niños chilenos tiene acceso a algún tipo de dispositivo, tablet, playstation, o celulares.*

*Podría tratarse solo de una opción, de pérdida de tiempo útil, a juicio de adultos poco tolerantes, pero el problema es que cada vez es más evidente que hay consecuencia nocivas de las cuales hacerse cargo. Así, en una publicación de la revista de la **Asociación de Psicología Americana** se reporta que la sola presencia del celular en el aula disminuye el rendimiento académico.*

<https://www.diarioconcepcion.cl/editorial/2018/06/06/preocupante-adiccion-de-adolescentes-a-la-tecnologia.html>

## Anexo n.2



### Resumen por Tipo de Servicios de Telecomunicaciones

Tipo de Servicio	Número de Servicios	Crec. Anual 2016/2017	Penetración por cada 100 habitantes
 Internet Fijo	3.065.115	5,3%	16,6
 Internet Móvil (3G+4G)	16.322.988	23,5%	88,4
 Telefonía Fija	3.193.131	-5,4%	17,3
 Telefonía Móvil	23.013.147	-1,2%	124,6
 TV de Pago	3.293.370	8,0%	17,8
<b>TOTAL</b>	<b>48.887.751</b>	<b>6,6%</b>	

[https://www.subtel.gob.cl/wpcontent/uploads/2018/05/ppt\\_balance\\_teleco\\_mayo\\_2018\\_p.pdf](https://www.subtel.gob.cl/wpcontent/uploads/2018/05/ppt_balance_teleco_mayo_2018_p.pdf)

### Anexo n.3

#### BIBLIOGRAFIA

1. Acaso, M. (2006) El lenguaje visual. Paidós.
2. Acaso, M. (2010) La educación artística no son manualidades, Madrid: Catarata.
3. Arhnhheim, R. (1971) El pensamiento visual. Buenos Aires: Eudeba.
4. Álvarez, D. (1996) Educación artística en la segunda mitad del siglo xx: Un fundamento para el inicio de un nuevo milenio. En F. Hernández.
5. Arhnhheim, R. (1979) Arte y percepción visual. Madrid: Alianza.
6. Balada M. (1987) La educación visual en la escuela. Paidós.
7. Barragan J, M.(1997) Educación artística: objeto de estudio ámbitos, disciplinares y tendencias.
8. Barret, G. (1986) La estructura del conocimiento y las estrategias de aprendizaje: la investigación pragmática y el profesor. En
9. Barroso, J y Romero, R. La informática, los multimedia y los hipertextos en la enseñanza. En: Cabero Almenara, Julio, Coord. Nuevas tecnologías aplicadas a la educación. Madrid: Mc Graw-Hill, Interamericana e España, SAU,2007
10. Baudrillard, J. (1978) Cultura y simulacro. Barcelon: Kairós.
11. Berger, J. (1974) Modos de ver, Barcelona: Gustavo Gili.
12. Brea, T.L. (2005) Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización. Madrid: Akal.
13. Bruner, J (1969) Hacia la una teoría de la instrucción. Mexico: UTHEA (1965)
14. Catalá, J. M.(2005) La imagen compleja. La fenomenología de las imágenes en la cultura visual.
15. Chomsky, N. y Dieterich, H. (1995) La sociedad global. Educación, Mercado y democracia. México: Contrapuntos.
16. Costa, J. (2011) Ecología de la comunicación e interacción social. Revista Mediterránea de comunicación.
17. Debray, R (1994) Vida y muerte de las imágenes
18. Díaz, C. (1996) Alfabetización visual Madrid; Ediciones de La Torre.
19. Dondis, D.A. (2003) La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual.
20. Domínguez. (1990) Introducción al problema de las conductas estéticas durante el franquismo.
21. Druckrey, T. (Ed) (1996) Electronic Culture. Technology and visual representation. NY: Aperture
22. Eco, U. (1964) Apocalípticos e integrados.

23. Eisner, E. (1992) La incomprendida función de las artes en el desarrollo humano. Revista española de Pedagogía.
24. Eisner, E. (2002) El arte y la creación de la mente: el papel de las artes visuales en la transformación de la conciencia. México D.F.: Paidós.
25. Eisner, E. (2006) Sensibilidad estética: un desafío pendiente en la educación chilena. Santiago: Instituto de estética, Pontificia.
26. Errázuriz, L. (editor) (2015) El factor invisible. Estética cotidiana y cultura visual en espacios escolares. Santiago: Consejo nacional de la cultura y las artes.
27. Fernández, P. (2014) Pensar la imagen. Pensar con las imágenes. Madrid: Delirio.
28. Gardner. (1973) Las artes y el desarrollo humano. NY: Basic book.
29. Giddens, A. (1995) Modernidad e identidad del yo. Barcelona:
30. Giordan, A. (1993) Representaciones y concepciones. Qurriculum.
31. Gómez, R. (2010) Polisemias visuales. Aproximaciones a la alfabetización visual. España: Ediciones universidad de Salamanca
32. Gubernr. (1996) Del bisonte a la realidad virtual. Barcelona: Anagrama. Hernández F. (2003) Educación y cultura visual. Barcelona: Octaedro.
33. Hernández, F. (1997) De icaro a Débalo: la transdisciplinaridad en la educación escolar. Investigación en escuela.
34. Hernández, F. (1996) Educación artística para la comprensión de la cultura visual, Qurriculum, 12-13, 11-28.
35. Hernández F. y Sancho, J.M. (1995) La comprensión de la cultura de las innovaciones educativas como contrapunto a la homogeneización de la realidad escolar. Kikirikí. Cooperación educativa. 35, 4-11.
36. Jameson, J. (1986) Posmodernismo logica cultural del capitalismo tardio. Zona Abierta.
37. Lowendfeeld, V y Brittain, WL. (1977) Desarrollo de la capacidad creadora. Buenos Aires: Kapelusz.
38. Males, A. La imagen comunicación funcional. Trillas.
39. McClintock, R.O. (1993) El alcance de las posibilidades pedagógicas. En R.O. McClintokck. Comunicación tecnología y diseños de instrucción: la construcción del conocimiento escolar y el uso de los ordenadores. Madrid: CIDE-MEC.
40. Munari, B (1979) Diseño y comunicación visual. Barcelona: Gustavogili.
41. Ortega J. Y Fernández de Hars, F. Alfabetización visual y desarrollo de la inteligencia. Programa de intervención didáctica basado en el entrenamiento de capacidades perceptivo – visuales, grafomotrices y de lectura critico-analítico de la imagen. Granada: Fundación\_ Educación.

TEMA	BIBLIOGRAFIA
1. Cultura Visual	
a. massmedia (pantalla)	
b. cultura de masas	
c. valor de la imagen	
2. Lenguaje visual	
a. semiótica (y otros}	
3. Nativos Digitales	
a. la imagen ante el texto	
b. gratificación inmediata	
4. Analfabetas visuales	
5. Ed. artística o solo ped.	
a. pedagogía crítica	
b. implementación (TIC)	

#### Anexo n.4

#### Resultados SIMCE 2013

La segunda aplicación nacional de SIMCE TIC fue realizada entre los días 07 de octubre y 08 de noviembre del 2013 a una muestra representativa de 11.185 estudiantes de Segundo Medio, pertenecientes a 492 establecimientos educacionales del país, de todas las dependencias administrativas y regiones. La proporción de casos válidos respecto del total fue de un 99%.

La evaluación reporta sus resultados en términos de puntaje promedio nacional, de cada región y tipo de dependencia administrativa y según Nivel de Logro en las habilidades medidas por la prueba, los que se clasifican en tres categorías: Avanzado, Intermedio o Inicial.

Respecto a los resultados, el puntaje promedio a nivel nacional fue de 247 puntos, siendo superado de manera significativa solo por la Región de Coquimbo con 259 puntos de promedio.

Los resultados de la segunda aplicación nacional de SIMCE TIC demuestran que el 46,9% de los estudiantes se encuentran en un nivel Inicial. En tanto un 51,3% de los estudiantes se encuentran en un nivel Intermedio y un 1,8% en nivel Avanzado.

En términos generales, los resultados indican que los estudiantes han logrado las habilidades necesarias para comunicarse con sus pares y buscar información en medios digitales. Sin embargo, las habilidades cognitivas más complejas que implican el procesamiento y generación de información son logradas por un porcentaje muy menor de los estudiantes.

Al comparar los resultados según Grupo Socioeconómico (GSE), el 71,4% de los estudiantes del GSE más bajo está en nivel Inicial, mientras que sólo un 11,6% del grupo socioeconómico más alto se sitúa en él. En este sentido, es posible dar cuenta de las brechas socioeconómicas que existen al observar los niveles de logro, aumentando la proporción de alumnos con un mayor desarrollo de habilidades TIC a medida que el GSE es más alto.

Para una revisión más exhaustiva revisar los informes y resultados del SIMCE TIC 2013 disponibles en la página web: [www.enlaces.cl](http://www.enlaces.cl)

<http://www.enlaces.cl/evaluacion-de-habilidades-tic/simce-tic/que-evalua/>