

**Herramientas del diseño gráfico implementadas en procesos de
proyección social que han apoyado el desarrollo de dinámicas
educativas que disminuyen el analfabetismo visual estético
durante la crisis sanitaria por Covid-19.**

Universidad Santo Tomás
División de Ciencias Sociales
Facultad de Diseño Gráfico

Laura Valeria Garzón Rincón

2021

**Herramientas del diseño gráfico implementadas en procesos de
proyección social que han apoyado el desarrollo de dinámicas
educativas que disminuyen el analfabetismo visual estético
durante la crisis sanitaria por Covid-19.**

Laura Valeria Garzón Rincón

Dirigido por:

Jhon Haiber Umba Rodríguez

Artista Plástico y Magíster en Comunicación y Medios

Universidad Santo Tomás

Bogotá D. C.

2021

*A mi madre, quién nunca ha dudado ni me ha permitido dudar,
a mis hermanos, quienes siempre han estado para en su inocencia enseñarme,
a mis maestros, a quienes les estaré eternamente agradecida,
a Sergio, mi compañero firme y mayor inspiración y
a mis amigos, Eliana, John, Laura y Edwin, los que nunca me dejaron caer.*

Agradecimientos

Ser estudiante es una experiencia maravillosa, a cualquier edad y más en esta profesión. por eso hoy mi agradecimiento es para mis mayores guías en mi proceso educativo profesional, el maestro Jhon Umba, por acompañar mi trabajo de grado y mi proceso educativo de manera incondicional; al maestro Oscar Cubillos la mejor guía fotográfica y un gran inspirador; al maestro César Barón, por siempre desde su sabiduría exigirme y llevarme al extremo de mis capacidades creativas para dar lo mejor; y a la Decana Sandra Ramírez, quien desde el primer momento en clase me encaminó, me guió, me apoyó y me enseñó, me inspiró día tras día y me impulsó cada vez más a ser quién soy ahora como estudiante y profesional. Sin ellos, esto no sería posible.

Contenido

	<i>Pág.</i>
1. Introducción.....	10
2. Justificación.....	16
3. Planteamiento del problema.....	18
4. Pregunta.....	22
5. Objetivos.....	22
5.1 Objetivo general.....	22
5.2 Objetivos específicos.....	22
6. Metodología.....	22
7. Capítulo 1. Recapitulando conceptos básicos de la comunicación visual.....	28
7.1 El lenguaje visual como herramienta para la creación de instrumentos gráficos para la educación.....	28
7.2 La comunicación visual como herramienta de acercamiento a comunidades virtuales.....	31
7.2.1 Los mass media, la nueva forma de entender los medios de comunicación y las redes sociales.....	34
7.3 La fotografía como principal exponente actual de cultura visual.....	35
7.3.1 El valor de la imagen visto desde las representaciones sociales.....	36
8. Capítulo 2. Análisis de algunos factores educativos que impulsan la implementación de herramientas gráficas de calidad en ambientes formales y no formales.....	37
8.1 Las comunidades virtuales, una forma de entender la enseñanza y adaptarla a las necesidades de sus receptores.....	37
8.1.1 Enseñar a nativos digitales desde la virtualidad.....	39
8.1.2 Adaptar los modelos educativos de los inmigrantes digitales, una respuesta a las necesidades de los estudiantes.....	40

8.1.3 Aprovechar el potencial comunicacional, una forma para entender las nuevas generaciones y estimularlos en el aula.....	41
8.1.3.1 <i>Emirecs</i>	42
8.1.3.2 <i>Prosumidor</i>	42
8.2 Alfabetización visual enfocada al valor estético de la imagen.....	44
8.3 La educomunicación como solución inicial al problema de analfabetismo visual estético.....	45
9. Capítulo 3. Implementación de infografías y demás herramientas gráficas en entornos digitales y mass media.....	48
9.1 Creación y evolución de imagen de marca.....	49
9.1.1 Logotipo.....	49
9.1.2 Tipografías y colorimetría.....	51
9.1.3 Personaje.....	55
10. Capítulo 4. Análisis de experiencias de educación virtual a través de matrices DOFA... 57	
8.1 Matriz DOFA como herramienta para el análisis de la situación interna y externa en términos de implementación infográfica y fotografía.....	57
8.1.1 Análisis externo.....	57
8.1.1.1 <i>Oportunidades</i>	57
8.1.1.2 <i>Amenazas</i>	59
8.1.2 Análisis interno.....	61
8.1.2.1 <i>Fortalezas</i>	61
8.1.2.2 <i>Debilidades</i>	63
8.1.3 Integración de resultados de análisis DOFA y términos generales.....	64
11. Capítulo 5: Propuesta de entorno web como repositorio de infografías para futuras consultas por parte de docentes y estudiantes formales y no formales.....	67
12. Conclusiones.....	69

13. Referencias.....	71
----------------------	----

Lista de tablas

	<i>Pág.</i>
Tabla 1. La pedagogía de educación desde Freire y Kaplún.....	46
Tabla 2. Oportunidades desde la perspectiva de la educación virtual.....	57
Tabla 3. Oportunidades desde la perspectiva de los resultados fotográficos.....	58
Tabla 4. Amenazas desde la perspectiva de la educación virtual.....	59
Tabla 5. Amenazas desde la perspectiva de los resultados fotográficos.....	60
Tabla 6. Fortalezas desde la perspectiva de la educación virtual.....	61
Tabla 7. Fortalezas desde la perspectiva de los resultados fotográficos.....	62
Tabla 8. Debilidades desde la perspectiva de la educación virtual.....	63
Tabla 9. Debilidades desde la perspectiva de los resultados fotográficos.....	63
Tabla 10. Integración de resultados de análisis desde la perspectiva de la educación virtual.....	64
Tabla 11. Integración de resultados de análisis desde la perspectiva de los resultados fotográficos.....	65

Lista de figuras

	<i>Pág.</i>
Figura 1: Estrategias empleadas por 29 países de América Latina y el Caribe para continuar con estudios a distancia durante la crisis sanitaria por Covid-19.....	12
Figura 2: Modelo de comunicación de Shannon y Weaver.....	32
Figura 3: Modelo de comunicación de Moles.....	33
Figura 4: Denotar y connotar.....	29
Figura 5: Pasos a seguir para un análisis más preciso y profundo del mensaje que transmiten	

las imágenes según Acaso.....	30
Figura 6: Iniciativas de capacitación y apoyo a docentes durante la crisis sanitaria por Covid-19.....	48
Figura 7: Isotipo e imagotipo ILATE.....	50
Figura 8: Rediseño del isologo	51
Figura 9: Ejemplo de uso de tipografías para piezas en redes sociales.....	52
Figura 10: Ejemplo de uso de tipografías para infografías.....	53
Figura 11: Nuevo diseño para infografías.....	54
Figura 12: Colorimetría establecida por el Departamento de Proyección Social.....	54
Figura 13: Muestra del personaje definido para las primeras versiones de infografías y uso en redes sociales.....	56
Figura 14: Rediseño de personaje ILATE.....	56
Figura 15: Bienvenida a usuario del repositorio ILATE.....	67
Figura 16: Selección de usuario para enrutar la búsqueda.....	68
Figura 17: Lista de infografías disponibles por módulo.....	68
Figura 18: Visualización de infografía.....	69

1. Introducción

Colombia es un país reconocido por ser un estado de derechos fundamentados en la constitución política de 1991, respeta, difunde y conserva el derecho a la educación de calidad, según el Artículo 67 de la Constitución política de Colombia “La educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura.” Es decir que todos los ciudadanos tienen derecho y acceso a la educación gratuita (en instituciones manejadas por el gobierno) y de calidad desde los primeros niveles hasta los más altos de su proceso educativo. Al asociarlo con la actualidad del país, es notable la diferencia, la sociedad es testigo de los altos niveles de analfabetismo y baches educativos en niños, jóvenes y adultos.

Gracias a la diversidad de pensamiento generado por el contexto social y educativo del país, se puede argumentar que la realidad, vista desde diferentes perspectivas, es una magnífica representación de cómo la misma se distorsiona, se construye o se modifica teniendo en cuenta factores como la interacción social, los intereses o las ideas comunes.

Desde las representaciones sociales, Moscovici (2001) afirma que el conocimiento que se pone en juego a diario no se obtiene de manera individual a través de lo que se percibe del entorno común sino gracias a ideales compartidos como la justicia, el dinero o el mercado. El intercambio social mejora el crecimiento cognitivo cuando la inteligencia compartida se da dentro de ambientes de aprendizaje, y sucede cuando los participantes poseen referentes e intereses comunes, cuando se establece lo que Rogoff (1993) denomina intersubjetividad, la cual como menciona Tudge y Rogoff (1995), se logra cuando los asistentes conciben otros puntos de vista como parte de la realidad y emplean habilidades y conocimientos como la mediación conjunta para alcanzar la solución de un problema común.

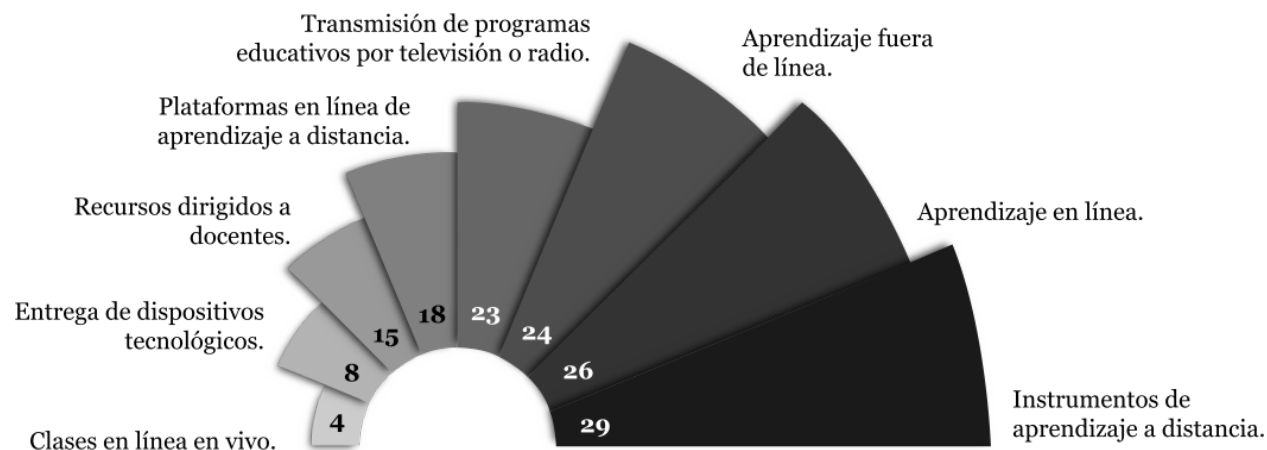
En ese sentido, ILATE (Imágenes Latentes del Territorio) es un proyecto que busca entre otros aspectos, sembrar las bases de un pensamiento fotográfico desde la cotidianidad y del propio entorno. Está pensado como plataforma de formación abierta a las comunidades, de

difusión de conocimiento a través de la fotografía y sus lenguajes asociados. La propuesta inicial estuvo encaminada a proporcionar espacios de formación fotográfica en comunidades locales vulnerables, además de buscar ampliar el conocimiento fotográfico de las mismas . Todo esto con el fin de transformar el proyecto en un espacio de producción visual y expresión social dirigido hacia la democratización de la imagen.

ILATE es un proyecto que busca y proporciona un espacio de aprendizaje y de creación a quienes no tienen acceso a un entorno de educación formal en fotografía. Es aquí donde se brinda la opción de acceder a talleres en los que se imparte información técnica y teórica alrededor de la imagen y sus prácticas, disminuyendo el analfabetismo visual de las comunidades locales desde la transmisión de conocimientos básicos de imagen y fotografía a través de recursos visuales infográficos. Desde la postura de Llorente (2006), se debe alcanzar una alfabetidad que no solo identifique los elementos formales de la imagen sino que también entienda lo que esta busca comunicar y porqué lo llevan a actuar, sentir o pensar de determinada manera; es decir, brindar las herramientas para que las personas puedan escoger y no solo entregarse a la imagen por sí misma.

Dada la problemática por la crisis sanitaria mundial de Covid-19, la migración de las comunidades tuvo que darse hacia la virtualidad. Según el informe La educación en tiempos de la pandemia de Covid-19 presentado por la CEPAL y la UNESCO (2020), se establece que, durante mayo de 2020, aproximadamente 160 millones de estudiantes en 33 países de América Latina dejaron de tener clases presenciales y optaron por otros métodos de aprendizaje (Figura 1) entre los que destaca el uso de medios digitales de aprendizaje; esto limitó y condicionó los entornos de aprendizaje que inicialmente se habían propuesto para ILATE, planteando así un camino diferente para la formación y continuación de la propuesta inicial, cambiando el público al que se dirige el proyecto a través de las redes sociales (Instagram) de la universidad (@santotocolombia), la facultad (@usta_dg) y el proyecto (@ilate_usta).

Figura 1. Estrategias empleadas por 29 países de América Latina y el Caribe para continuar con estudios a distancia durante la crisis sanitaria por Covid-19



Nota. Adaptado de *La educación en tiempos de la pandemia de COVID-19*, (p. 3)

[Gráfica], por La Comisión Económica para América Latina y el Caribe y La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2020, Informe COVID-19. CEPAL y UNESCO.

Inicialmente se debe identificar cómo el diseño gráfico y la fotografía han ido mutando y adaptándose a los cambios tecnológicos de la sociedad actual. Según Mejía (2014), la tecnología, la sociedad, la economía y la cultura han modificado e influenciado los entornos del diseño gráfico, motivando a que esta sea una actividad que se modifica y dinamiza de manera constante, relacionándose principalmente con los espacios y objetivos que le atañen. Al respecto Bastos de Quadros (1999), afirma que durante el siglo pasado los *mass media* han acogido nuevas formas y técnicas que le aportaron a los diseñadores un mejor y más acertado control del proceso gráfico, dejando claro que durante la última década del siglo XX las nuevas formas de los *mass media* presentaron nuevos retos al diseñador y directamente al desarrollo a futuro del diseño gráfico como un área de estudio y de trabajo.

Esto permite decir que el diseño gráfico y la fotografía, gracias a su desarrollo, también han ido aumentando su influencia en campos como la televisión, el cine, la imprenta y sobre todo, en la difusión de la información en redes sociales, todo esto gracias a la facilidad con la que se adaptan estas áreas durante el desarrollo tecnológico y en cómo avanzan a la par con la tecnología. Gonzáles afirma que “Las redes sociales se han convertido en los perfectos aliados para impulsar el poder comunicativo de la fotografía que durante el siglo XX había estado sólo en los grandes medios de comunicación.” (2010, p. 86), es decir, que el diseño ligado a la fotografía, brinda la posibilidad de reconocer al individuo, la realidad y contextualizar el mundo virtual con referentes del mundo real. De esta forma se evidencia que la tarea del diseñador y del fotógrafo está fundamentada, en esencia, por las mismas bases teóricas (cada cual en su área de conocimiento). Sin embargo, debido al desarrollo tecnológico, las redes sociales y el confinamiento actual por la crisis sanitaria de Covid-19, estas bases se ven obligadas a modificarse a la hora de conceptualizar procesos.

De cualquier manera, es importante mencionar también los diferentes puntos en los que el diseño y la fotografía no convergen, ya que si bien están relacionadas directamente, son dos formas de componer el mensaje completamente diferentes. Por ejemplo, Barthes menciona que la fotografía es la representación connatural de su contexto, y no la realidad a la que podría referirse un signo o una imagen, sino lo estrictamente real que ha sido dispuesto frente a un objetivo y sin la cual la fotografía no sería posible, es por eso que se le llama el “*esto ha sido*” (1989) es decir, la prueba de que algo fue en algún momento lo que la fotografía muestra pero probablemente ya no es; mientras que para el diseño, la imagen es uno de los tantos objetos de los cuales se vale para la composición final llena de mensajes claros y contundentes que incitan al receptor a tener una acción.

La fotografía sumada al diseño gráfico son una forma de comunicación visual contundente, Villar y Gómez (2018) afirman que el diseñador más allá de ser un creador de imágenes, es un creador de experiencias, siempre está frente al dilema de crear un concepto que

de manera acertada comunique lo que se busca decir con el mensaje mediante una imagen que debe estar correctamente estructurada para que la interpretación del mensaje cuando llegue a su destino se lo más cercana posible al fin del mensaje real. Es decir que para efectos de este documento, juntos (diseño y fotografía), son una historia que codifica un mensaje claro para atraer al receptor, pero no estrictamente la única. De esta forma, los métodos de expresión fotográfica, sumado a los diferentes tipos de composición, genera emociones cognitivas en el receptor y cada vez se hacen más necesarios a la hora de componer una pieza de diseño.

Durante la búsqueda de la reconceptualización del proyecto ILATE, dadas las condiciones por la crisis de Covid-19, se entiende que la mayoría de población no solo asistentes a las sesiones brindadas por el equipo durante el confinamiento, sino quienes participaban de manera silenciosa en la construcción de una comunidad interesada en el desarrollo de habilidades fotográficas desde los teléfonos móviles, eran sujetos en búsqueda de conocimiento que alimentara su alfabetización visual desde la educación no formal.

El desconocimiento y el poco crecimiento artístico y visual que se brinda durante la educación básica de los individuos, es el argumento base de la falta de conceptos que apoyen actividades fundamentales como el análisis de una pintura o fotografía. Para la más reciente Conferencia Regional de América Latina y el Caribe sobre Educación Artística el Ministerio de Cultura de Colombia (2019) preparó un encuesta sobre educación artística para los 21 países participantes, del ejercicio resultó que solo el 63% (13 países) la resolvió satisfactoriamente arrojando que:

- Para 12 de los 13 países la educación artística es obligatoria en la educación básica primaria y secundaria, con un promedio de 2.08 hrs a la semana.
- El 84% de los países imparten música, pintura y dibujo como asignaturas obligatorias durante la básica primaria, el 64% incluyen la danza, el 55% incluyen el teatro y la literatura; y en básica secundaria el currículo es similar pero aumenta el porcentaje de países que incluyen la literatura hasta el 82%.

- Se destacan la música (100%), la danza (85%) y la artesanía (70%) como principales áreas de énfasis, ningún país menciona la escultura, el dibujo o el diseño como áreas de énfasis o enseñanza.
- En educación básica primaria los objetivos culturales son del 90%, artísticos y estéticos del 80%, de alfabetización del 40%, y económicos de menos del 10%, mientras que en educación básica secundaria los objetivos artísticos y estéticos son del 90%, los sociales y culturales del 75%, los vocacionales del 60%, los de alfabetización de menos del 30% y los económicos de menos del 20%.

El reto principal entonces se convierte en brindar conocimientos básicos de fotografía y composición que de manera intrínseca, influyan en la alfabetización visual de la comunidad a través de la virtualidad. De esta forma, se permite establecer que las redes de aprendizaje a través de las TIC y el uso de estas herramientas como soporte para la información y de instauración de habilidades comunicativas, produce un cambio significativo para los modelos educativos tradicionales, ya que facilitan el acceso al conocimiento compartido, como menciona García Canclini, “las redes virtuales cambian los modos de ver y leer, las formas de reunirse, de hablar y escribir, de amar y saberse amados a distancia, o acaso imaginarlo” (2007, p. 78).

Es así como este documento y el proyecto ILATE buscan visibilizar un nuevo panorama en el que el diseñador gráfico y el fotógrafo se reúnen, no solo desde la percepción propia de las labores intrínsecas de cada uno, sino desde las concepciones culturales, sociales, artísticas y económicas que la crisis sanitaria por Covid-19 significó para la sociedad y sus comunidades. Evidenciando a través de procesos de creación e implementación de herramientas creadas desde el diseño gráfico, la influencia real de un buen producto de diseño que incentive al estudiante a ser parte activa de los procesos educativos desde su propia realidad, sus perspectivas o formas de moldear y modificar conceptos para exponer la verdad propia apoyada en herramientas que dan cuenta de la importancia del buen diseño dentro de la diferentes áreas de la educación visto desde una perspectiva educomunicativa.

2. Justificación

En la actualidad es imposible concebir el mundo digital sin la imagen, la gran cantidad de estas que se publican a diario en redes sociales, blogs, diarios y demás espacios de interacción digital, han convertido la vida virtual en un espacio de experimentación con el lenguaje y la forma en la que el mismo transita a través de la red. Al respecto, Frascara dice que “La construcción de la imagen fotográfica destinada a comunicar claramente un mensaje es resultado de una acumulación de elementos y condiciones significantes, con suficiente redundancia como para evitar malentendidos” (2006, p. 40), es decir que la imagen para ser lo suficientemente clara debe valerse de la realidad y sobre todo de los estereotipos, puesto que, como Frascara lo menciona “ayudan a la comunicación, asegurando que los procesos de construcción de significado por parte del público no ofrezcan mucho espacio a interpretaciones personales diferentes.”(2006, p. 39).

Desde Joan Fontcuberta (2016), la fotografía se entiende y define en relación con su entorno y tiempo, pues se liga directamente con la memoria y la realidad de las sociedades y su evolución. Es esa misma fotografía de la que habla Fontcuberta la que, al exponerse a los paradigmas y particularidades de la era postmoderna, como la hipermediación y la exuberancia, se designa post-fotografía. Concepto y actividad que ha traído la vulnerabilidad y analfabetismo en el consumo y la producción de imágenes, no solo en la fotografía.

Este tipo de situaciones demuestran que no solo hace falta educación (formal o no formal) para utilizar crítica y adecuadamente la tecnología, sino que se debe hacer una reflexión profunda respecto a los insumos visuales, su lenguaje en línea y las repercusiones que trae a las sociedades actuales influenciadas profundamente por el consumo.

Es aquí donde la educomunicación juega un papel importante al momento de hablar de educación y comunicación visual como un conjunto. Para Umba,

Todas las reflexiones que se han elaborado en torno a la educomunicación involucran nociones teóricas sobre la comunicación en su conjunto. Lo que se ha pretendido es

enunciar un nuevo lugar teórico entre la comunicación y la educación que involucre formas específicas de socializar y alcanzar un conocimiento común. (2021, p. 39)

Esto permite entender que la educomunicación no es solo un punto común entre la enseñanza y la comunicación, sino que es un espacio en el que convergen las diferentes formas artísticas y comunicativas en donde el receptor puede hacer uso del conocimiento y las representaciones sociales como un elemento de análisis de la realidad a través de la comunicación visual apoyándose en las infografías que funcionan como guía en el proceso creativo.

Desde el punto de vista de Aparici (2010), la educomunicación es una práctica y una filosofía fundamentada en la participación, el diálogo y el uso de tecnologías que permitan un cambio de pensamientos y actitudes que aporten a la transformación de las técnicas tradicionales de comunicación y educación. En este caso es evidente que los modelos educativos que adoptan nuevas tecnologías para la enseñanza adaptan el medio (redes sociales, encuentros sincrónicos y asincrónicos, videoconferencias, etc.) al mismo método educativo que se usa desde antes de los avances tecnológicos, atado directamente con la analogía y no opta realmente por adaptar y modificar el modelo educativo para que este sea realmente funcional en medio de una sociedad mediada por la tecnología y los nuevos medios de comunicación.

Desde este punto, ILATE propone apoyar las estrategias de educación virtual no solo desde lo técnico de la fotografía, sino también como solución a los altos índices de analfabetismo visual, proporcionando nuevos espacios de aprendizaje y reflexión que mezclan conceptos básicos de fotografía con conceptos de lectura, análisis y conceptualización de la imagen. Este documento evidenciará y analizará las herramientas que ILATE, como grupo de proyección social y de investigación, ha realizado para mejorar el analfabetismo visual y apoyar procesos de aprendizaje durante la crisis sanitaria por Covid-19 desde el diseño gráfico.

De esta manera ILATE integra los propósitos y necesidades educativas de una población particular y en constante crecimiento para aplicar una iniciativa con impacto social,

relacionándose a sí misma con los medios de comunicación, especialmente, con las redes sociales durante la crisis por Covid-19 y los medios audiovisuales que siempre se han tenido a la mano pero que, al ser comercializados comúnmente y estar al alcance de la mayoría de la población, no se identifica o aprovecha su verdadero potencial, ni se estimula un uso adecuado y provechoso de los mismos.

Identificando las necesidades propias del proyecto, la comunidad involucrada y la universidad, durante su desarrollo y entendiendo el papel del fotógrafo y el diseñador gráfico como facilitadores de la comunicación y del proceso de exploración, diseño y producción de una propuesta acorde con las necesidades del contexto social mundial actual; Frascara (2004) afirma que los procesos de diseño deben estar fundamentados en una investigación clara y direccionada a las necesidades de los usuarios finales, de esta forma el diseñador debe sustentar sus decisiones basadas en un trabajo cuidadoso de investigación, observación y análisis de los conceptos y comunidades abordados.

Es por eso que este documento dará cuenta de los procesos llevados a cabo desde ILATE enfocados hacia la disminución del analfabetismo visual y evidenciará cómo, desde los procesos y espacios de creación virtual dados por el paradigma que resultó el 2020, se apoyan el aprendizaje democratizado y la interacción social mediada por la virtualidad para facilitar espacios de transmisión de conocimiento fotográfico apoyándose en herramientas gráficas creadas desde el diseño gráfico.

3. Planteamiento del problema

La sociedad actual está completamente inmersa en la comunicación visual, como sostiene Martín-Barbero (2009), la sociedad y su cultura se modifican cuando la tecnología empieza a cambiar las formas en las que se comunica, en donde la comunicación deja de ser algo instrumental para convertirse en algo estructural; es de allí de donde proviene que la tecnología apele a nuevas formas de percibir el mundo, la sensibilidad y la forma en la que este se escribe.

Factor que se intensificó durante el confinamiento por Covid-19, y como menciona Scolari (2008), durante este contexto digital es importante analizar la forma en la que la hipermediación está re-codificando los lenguajes de los medios de comunicación tradicionales. Las imágenes desde hace varios años se han ido estableciendo como la forma más sencilla y rápida de comunicación, no solo desde el punto de vista mediático, sino también desde las diversas áreas en las que la fotografía se ha sumergido para la composición de imágenes claras y con mensajes contundentes, también mencionado por Scolari, como:

La tecnología digital, al reducir las imágenes, sonidos y palabras a una masa de bits que pueden ser manipulados a placer, potencia y extiende la lógica de la recombinación intertextual hasta sus últimas consecuencias. Si los medios tradicionales se conformaban con reproducir y difundir un contenido escrito, figurativo o audiovisual a millones de destinatarios, la digitalización promueve, como dice Pierre Lévy, la absolutización del montaje gracias a un control total de su microestructura textual. (2008, p. 237)

Incentivar el desarrollo de una correcta lectura e interpretación de imágenes, junto con la construcción adecuada de discursos visuales, es fundamental para un desarrollo amplio y acertado con el entorno y su relación con el mismo y sus integrantes.

La comunicación visual y la imagen han modificado la forma en la que se interpretan y se producen los mensajes en el siglo XXI, así mismo se han modificado la cultura y el desarrollo de la era contemporánea, la sociedad actual es altamente visual, la imagen dejó de ser el complemento a otras formas de comunicación para convertirse en el modo más efectivo de transmisión y de alcance; las nuevas tecnologías han permitido que casi cualquier persona pueda generar y compartir contenido visual, McLuhan y Nevitt (1972) afirman que, con la aparición de la tecnología, el sujeto consumidor se convierte en productor, es de allí donde salen dos conceptos claves para la comunicación y la economía, prosumidor y emirec, los cuales para Aparici y García (2018), no traen la misma realidad, donde el prosumer o la prosumición es un

arraigo económico, y por el contrario el emirec, es únicamente parte de los procesos de comunicación.

Para Aparici y García (2018), el prosumer digital no es un individuo que tenga voz, no tiene poder, ni es completamente autónomo, y es más bien un actor de la comunicación mediado por labores económicas (pagadas) necesarias para la reproducción de la información; mientras que el concepto emirec viene de la teoría planteada por Cloutier (1973) que dice que todos los participantes del proceso comunicativo tienen la posibilidad de ser emisores. Esta teoría denominada emirec (émetteur/récepteur) plantea que todos los interlocutores mantienen una relación de igualdad donde todos sujetos participante son, a la vez, emisores y receptores. Sin embargo, la ubicuidad de la imagen no asegura que la sociedad sepa interpretar, leer, ver o producir contenido visual de forma crítica y acertada, conocimiento básico para hacer uso competente de las herramientas visuales en la sociedad y contexto actual.

El alto desarrollo del lenguaje visual, dadas las condiciones sociales, culturales y económicas de la actualidad, desemboca en un problema de interpretación y composición de imágenes para las nuevas generaciones, tanto para nativos como inmigrantes digitales. Prensky (2001) define a los nativos digitales como quienes hablan y se desenvuelven de manera natural en el mundo digital y tecnológico, y a los inmigrantes digitales como quienes se han adaptado al desarrollo digital y tecnológico proviniendo de la analogía de la información; ya que estos grupos se desenvuelven con mayor facilidad en lenguajes diferentes al verbal prefiriendo las imágenes sobre las palabras pero dejando de lado la profundidad real de los mensajes de la imagen. Para Díaz (2011), el mundo actual está recargado de imágenes de todo tipo donde la comunicación visual se convierte en un pilar importante, hasta el punto en el que modifica las necesidades y las formas de ver y entender el mundo por parte de los receptores, haciendo cada vez importante la educación en cultura visual que permita que estos se enfrenten con criterio y perspectiva a las circunstancias.

Es claro que los receptores del lenguaje visual hacen un análisis superficial y casi espontáneo de lo que se observa, ignorando por completo el análisis visual producido por la búsqueda constante de su reacción automática e inmediata. Esto demuestra que la alfabetización visual es de suma importancia ya que asegura que la comprensión natural de los mensajes sea además efectiva.

Dondis afirma que “Buscamos un apoyo visual de nuestro conocimiento por muchas razones, pero sobre todo por el carácter directo de la información y por su proximidad a la experiencia real.”(2003, p. 16). Esto demuestra cómo, desde la primera experiencia que el ser humano tiene con el mundo real, se fija una alta inclinación hacia los estímulos visuales, de cualquier modo y aún teniendo en cuenta que la primera experiencia de aprendizaje se da a través de la conciencia táctil que más tarde incluye los demás sentidos (olfato, oído y gusto), los estímulos visuales, lo sónico, se convierte rápidamente en la forma en la que se categorizan las experiencias de la realidad. Sin embargo, es evidente cómo se demerita el valor del sentido visual, despojándolo de su real capacidad para el análisis de la realidad y la comunicación con otros, y se acepta tal y como la primera experiencia lo presenta: sin esfuerzo.

La educación en fotografía y diseño, desde el contexto educativo nacional, parece la opción más viable para entregar y compartir conocimientos relacionados y contribuir a la alfabetización visual, donde el factor crítico y de apoyo es fundamental, así como en la alfabetización verbal de los individuos.

Teniendo en cuenta el panorama mundial actual condicionado por la crisis sanitaria de Covid-19 y el paradigma que este momento decisivo representa para la sociedad actual, debe plantearse entonces cómo, desde procesos educativos presenciales mediados por la tecnología y la virtualidad, se pueden desarrollar herramientas que apunten a la disminución del analfabetismo visual de las comunidades virtuales y se basen en el desarrollo y aporte adecuado para el público que hace uso de estos productos gráficos que apoyan los puntos esenciales de educación sensorial desde la creación de herramientas visuales para interpretar de formas más

cercanas y acertadas expresiones culturales como el cine, el arte, la fotografía, la moda y la publicidad.

4. Pregunta

¿Cuáles fueron las herramientas visuales implementadas desde el diseño gráfico en ILATE para disminuir el analfabetismo visual estético durante la crisis sanitaria por Covid-19?

5. Objetivos

5.1 Objetivo general

- Describir las herramientas visuales implementadas desde el diseño gráfico en ILATE para disminuir el analfabetismo visual estético durante la crisis sanitaria por Covid-19.

5.2 Objetivos específicos

- Definir los elementos básicos que desde la comunicación visual componen una herramienta visual de aporte educativo y cómo estas aportan a la disminución del analfabetismo visual estético.
- Evidenciar, a través de tablas de análisis DOFA, el impacto de la educación a través de métodos cualitativos mediados por la virtualidad, para la enseñanza de fundamentos de análisis y creación de imagen.
- Crear a manera de prototipo web (media fidelidad o mockup), un archivo referencial en el cual se evidencien las herramientas gráficas implementadas durante los talleres virtuales para fortalecer la alfabetización visual estética.

6. Metodología

La metodología de este documento se encuentra ubicada dentro de una perspectiva cualitativa con algunos aportes cuantitativos basados en la experiencia propia durante dos años

y medio de monitoría puesto que brindan un enfoque de corte holístico, permitiendo abarcar múltiples dimensiones de un fenómeno o grupo, esto, junto con la mirada humanista y el trabajo de datos con una importante carga de subjetividad, busca comprender a los sujetos dentro de su propio marco de referencia. Asimismo, esta metodología también permite rescatar las percepciones, opiniones y describir mejor la conducta del grupo observado con base en la representación fotográfica de sus realidades.

La metodología cualitativa nos permitirá además, entender la realidad social de los participantes en las actividades y conocer los significados que estos le atribuyen a su propio entorno y vivencias del confinamiento, comprender su verdad y reconocer desde los ojos de los mismos la creación y apropiación del contexto, y la esteticidad de las limitaciones establecidas por el confinamiento.

En este caso, para analizar el contenido gráfico creado, se tuvieron en cuenta dos formas diferentes para la implementación del material visual. En primer lugar están los grupos focales, desde los cuales se compartió información fundamental a través de infografías para la producción de imágenes, y en segundo lugar, la observación participante, donde se extrajeron datos relevantes sobre las limitaciones técnicas y conceptuales de los integrantes del grupo focal y de esta manera poder realizar un análisis del producto para evolucionarlo y aplicar mejores herramientas gráficas que apliquen los conceptos básicos del desarrollo y análisis visual.

Según Martínez, el grupo focal “es un método de investigación colectivista, más que individualista, y se centra en la pluralidad y variedad de las actitudes, experiencias y creencias de los participantes, y lo hace en un espacio de tiempo relativamente corto” (2012, párr. 3). Es decir que este tipo de metodología para la recolección de datos es particularmente efectivo en un ambiente interactivo, ya que, no solo permite el estudio de las reacciones del grupo en cuanto a los pensamientos iniciales e individuales, sino que proporciona un espacio adecuado para facilitar procesos de actualización del material visual a través de la participación y discusión activa que aportan de manera significativa al análisis de las herramientas visuales.

Por otro lado, según Yuni y Urbano (2015), el campo de estudio es la realidad en la que el investigador se involucra para analizar el contexto en el que esta se desarrolla o manifiesta. Es así como la observación participante se manifiesta y mantiene los lineamientos para que el investigador sea consciente de lo que aborda y plantee, de manera consecuente, los detalles que se obtienen y consignan durante los ejercicios de grupos focales. De esta forma, como lo menciona Bracamonte, “En algunas ocasiones, dependerá mucho del escenario en el que se encuentre el investigador. Resulta necesario tomar en cuenta que las posibilidades de registrar la información serán más o menos limitadas.” (2015, p. 138). Esto permite inferir que anotar las referencias en el mismo contexto en el que estas se desarrollan, es una herramienta poderosa para construir las posibilidades de énfasis en las que cada infografía es implementada e incluir mejoras; por eso es importante incluir ciertos aspectos particulares de los participantes como descripciones, acontecimientos y conversaciones, incluyendo detalles dirigidos a la expresión verbal y corporal, la duración del momento, la estructura y espacio en el que se desarrolla y por supuesto, la secuencia en la que suceden.

Ahora, desde la perspectiva de la participación observante, en los grupos focales se obtuvieron otros datos que permitieron identificar otros aspectos intrínsecos de los resultados obtenidos en los retos a través del uso de la información brindada en las infografías. Para Perez (2008), uno de los rasgos más importantes de la participación observante es que combina la teoría con la práctica (investigación-acción), aspectos que, anteriormente se consideraban opuestos e imposibles de tener en un mismo momento durante la investigación.

Según Rekalde, Vizcarra, y Macazaga, la participación observante “es un método interactivo de recolección de información que requiere de la implicación del observador en los acontecimientos observados, ya que permite obtener percepciones de la realidad estudiada.” (2014, p. 207), esto significa que, en casos como el de este documento, no es suficiente la información recolectada de los grupos focales, sino que, se debe también conocer cómo las infografías producidas influyen en la forma en la que se produce la imagen en un contexto

educativo, y así inferir aspectos contextuales que abren camino a un mejor análisis de los resultados de la influencia de las infografías en términos de lenguaje visual.

Para Rekalde, Vizcarra, y Macazaga, (2014), la participación observante tiene 3 herramientas principales:

- *Notas de campo:* Notas tomadas durante las sesiones de investigación haciendo referencia a los temas dialogados o los puntos por los que los participantes se sienten más propensos a hablar o hacer preguntas.
- *Sistema categorial:* Se trata de separar el contenido y agruparlo en categorías semánticas relacionadas a un código, para clarificar y definir las principales condiciones de la información recolectada.
- *Reconstrucción:* Aquí se reconstruye la experiencia de la información para incrementar la percepción del área de interés.

Estas herramientas permiten identificar los puntos de inflexión más importantes en la investigación, como los intereses particulares de los participantes y las motivaciones, e incluirlas en el desarrollo de herramientas que poco a poco se adecuan a las necesidades particulares del público al que se apunta durante los talleres. Por otro lado, se convierten en una forma sencilla de repensar los resultados y orientar la investigación en aras de las necesidades del contexto específico.

En ese orden, y gracias a la información recolectada, se presentan tablas de análisis relacionadas con el impacto de la educación a través de métodos cualitativos mediados por la virtualidad, para la enseñanza de conceptos básicos de análisis y creación de imagen. De este modo, se sistematiza la experiencia brindada a estudiantes a distancia con acceso limitado o sin acceso a educación formal en cultura visual y fotografía.

Con la información recolectada, se realiza un análisis basado en una matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas), utilizando a profundidad la información obtenida de talleres, relacionada con los aprendizajes impartidos, y los datos obtenidos de los

resultados presentados por los participantes de los retos, compartidos a través de las redes sociales de la facultad de diseño gráfico y del grupo de proyección social ILATE. De esta forma se obtiene una mirada guiada al impacto real que representó el uso de material gráfico como herramienta de aprendizaje en el que se incluyen piezas gráficas como carruseles para redes sociales, infografías y desarrollo de personaje que fortalece el mensaje y acerca al público al mensaje principal.

El análisis de la información por medio de este formato dará cuenta de los parámetros impartidos en los grupos focales o sesiones de ILATE, usados por los participantes para mejorar su técnica fotográfica, de composición y de análisis de imagen, con un objetivo específico de comunicación establecido por cada uno de los retos planteados, apoyando de esta forma, los procesos de cultura visual, lenguaje visual, educomunicación y alfabetización visual.

Desde la perspectiva cuantitativa del documento, se plantean rúbricas de análisis DOFA que aportarán una evaluación por medio de puntajes para apoyar los resultados desde una perspectiva ordenada y calificada, en relación con los conocimientos obtenidos y habilidades desarrolladas durante dos (2) años y medio de hacer monitorias para clases de Teoría de la Comunicación y Fotografía Avanzada en la USTA.

La matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) es un método comúnmente utilizado en la administración para hacer análisis de la situación actual de proyectos o empresas de manera interna relacionado con las debilidades y fortalezas, y de manera externa relacionado con las oportunidades y amenazas. Según Ponce, “es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada.” (2007, p. 114).

La estrategia más efectiva para hacer uso de este análisis es considerar todos los datos recolectados y hallazgos obtenidos de otras fuentes de investigación cualitativa, en el caso de este documento los grupos focales y la participación observante.

De los datos obtenidos en los diferentes métodos cualitativos de recolección de la información, se obtuvieron dos factores externos principales basados en el uso de las herramientas educativas y en los resultados fotográficos obtenidos, cada uno relacionado con un ítem del análisis externo o interno, y acompañado de un porcentaje de influencia para conseguir el elemento general. De este modo, se pueden clasificar cuáles son o podrían ser los mayores puntos de inflexión a explorar en dinámicas futuras que puedan ser aplicadas también en espacios de presencialidad con dinámicas de enseñanza similares que implementen objetos de diseño que sirvan como herramienta que apoye a los procesos de aprendizaje.

Para hacer un correcto análisis, DOFA se debe seguir un método sencillo en donde se dividen los ítems en dos y posteriormente, siguen una serie de pasos matemáticos descritos por Ponce así,

a) Hacer una lista de las oportunidades, amenazas (para el análisis externo), y una lista debilidades y fortalezas (para el análisis interno), con que cuenta la empresa; b) Asignar un peso relativo en un rango de 0 (irrelevante) a 1.0 (muy importante); el peso manifiesta la importancia considerada relativa que tiene cada factor, soslayando que las oportunidades deben tener más peso que las amenazas, siendo necesario establecer que la suma de todas las oportunidades y las amenazas debe ser 1.0; c) Ponderar con una calificación de 1 a 4 cada uno de los factores considerados determinantes para el éxito con el propósito de evaluar si las estrategias actuales de la empresa son realmente eficaces; 4 es una respuesta considerada superior, 3 es superior a la media, 2 una respuesta de término medio y 1 una respuesta mala; d) Multiplicar el peso de cada factor por su calificación para obtener una calificación ponderada, y e) Sumar las calificaciones ponderadas de cada una de las variables para determinar el total del ponderado de la organización en cuestión. (2007, pp. 118-119)

En ese orden de ideas, se hará uso de las herramientas y habilidades adquiridas durante las monitorias realizadas para clases de Teoría de la Comunicación (2017-1, 2017-2, 2019-1 y

2020-1) y Fotografía Avanzada (2019-2), brindando conocimientos y criterios para asignar valores y puntajes dentro de diferentes rúbricas de evaluación que, en este caso, estarán estrictamente ubicadas dentro de matrices DOFA. De esta manera, se logra identificar los aspectos de más impacto e importancia para cumplir con los objetivos planteados desde este documento y desde el proyecto ILATE.

Como parte final del documento y basado en los resultados entregados por los participantes, se presenta una galería infográfica que da muestra implícita de factores creativos, sociales y culturales, que aportan desde la educación en cultura visual a la creación de cada uno de los objetos que integran las infografías desde los elementos básicos de la comunicación.

7. Capítulo 1. Recapitulando conceptos básicos de la comunicación visual

7.1 El lenguaje visual como herramienta para la creación de instrumentos gráficos para la educación

Cada sistema de información y comunicación tiene un lenguaje diferente y una forma de interpretar los símbolos particular. Para Acaso (2006), el lenguaje visual es método por el cual se pueden enviar mensajes y recibirlos a través de experiencias sensoriales visuales, eso quiere decir que el lenguaje visual funciona de una manera similar al lenguaje escrito o hablado, lo que lo diferencia de estos dos anteriores es que la enseñanza del lenguaje visual y los códigos y símbolos visuales, se limita a lo que se aprende de manera autónoma e instintiva, además, porque a diferencia del lenguaje hablado o escrito, este no tiene normas ni una estructura definida completamente.

Para la correcta lectura del lenguaje visual, son particularmente importantes los signos visuales que según el filósofo estadounidense Charles Sanders Peirce se dividen en 3 tipos:

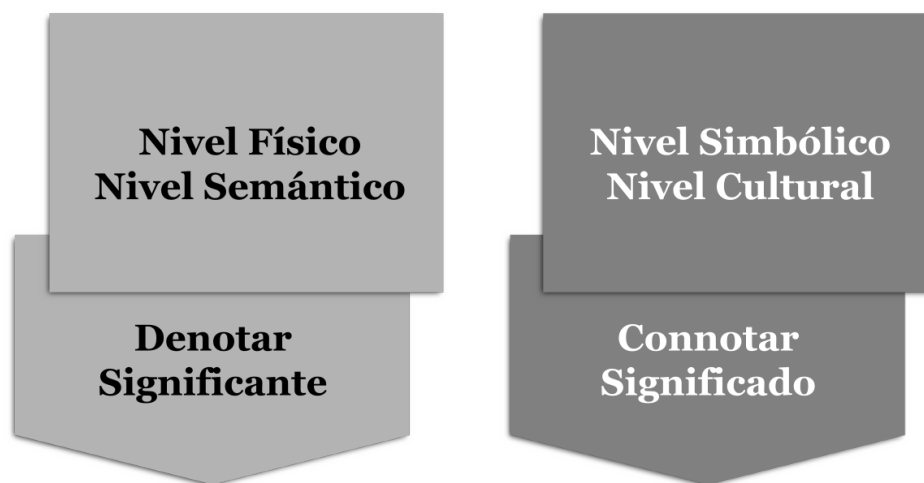
- *Huella o señal*: Normalmente está definido como el signo que deja el resto físico de algún elemento. Un indicio, un resto o un vestigio del signo en sí o en su forma física. Los

rayos son la señal que indica que va a llover, o las huellas en el suelo son la señal de que algo o alguien ya estuvo o pasó por allí.

- *Ícono*: El ícono es aquel que conserva una relación evidente entre significado (nivel cultural) y significante (nivel semántico), es decir que es una representación casi idéntica a la realidad, ha perdido algunas características del sujeto original, pero es fácilmente reconocible a que o quien hace referencia.
- *Símbolo*: Los símbolos son los que más apartados se encuentran del sujeto real, en sí mismos son representaciones de la realidad que se asocian a una convicción socialmente establecida y/o reconocida.

Todos estos son considerados como signos visuales y en conjunto trabajan desde el nivel semántico y el cultural, es por esto que se categorizan desde lo que un signo puede denotar o puede connotar (Figura 5).

Figura 4. Denotar y connotar.



Nota. Adaptado de *El lenguaje visual*, (p. 42), por María Acaso, 2006, Editorial Paidós.

En este punto ya se puede entender entonces que el lenguaje visual se clasifica desde dos perspectivas fundamentales: el significado y el significante, y cada una de estas se vale de

herramientas particulares para construir el discurso visual. Acaso (2006) las clasifica de la siguiente forma (pp. 49 - 102):

- Herramientas de configuración
 - *El tamaño*
 - *La forma*
 - *El color*
 - *La iluminación*
 - *La textura*
- Herramientas de organización
 - *La composición*
 - *La retórica visual*

A este punto, conociendo el código, las clasificaciones y las herramientas del lenguaje visual, se puede hablar del proceso para hacer un análisis más preciso y profundo del mensaje que transmiten las imágenes, para eso Acaso, presenta un cuadro de pasos a seguir (2006, p. 161) (Figura 6):

Figura 5. Pasos a seguir para un análisis más preciso y profundo del mensaje que transmiten las imágenes según Acaso.



Nota. Adaptado de *El lenguaje visual*, (p. 161), por María Acaso, 2006, Editorial Paidós.

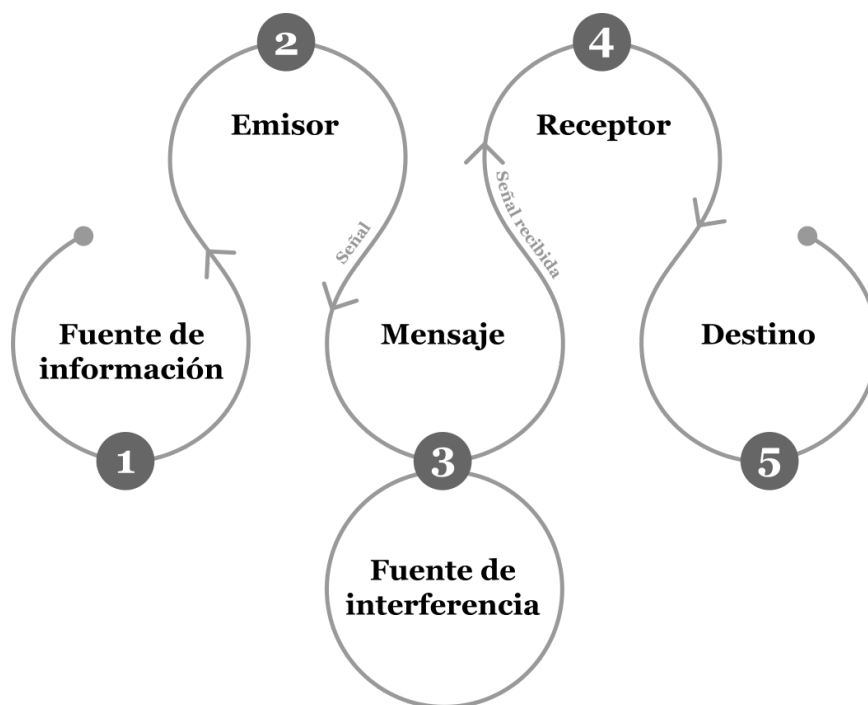
De esta manera, se logra identificar cómo, siguiendo estos pasos, se traslada al receptor del mensaje manifiesto, es decir, lo que el emisor espera que el receptor entienda del mensaje latente y a su vez, lo que el emisor entiende realmente después de un proceso de análisis profundo del mensaje visual.

7.2 La comunicación visual como herramienta de acercamiento a comunidades virtuales

A menudo, al tratar de definir las facultades humanas que lo llevan a participar de diferentes procesos de comunicación, es difícil dar con una explicación concreta, según Córdoba, Córdoba, Naranjo, Ballestas, Schütz, Giraldo, Villadiego, y Lobo (2012), los humanos se comunican desde el primer momento en el que se encuentran vivos, y las actividades que realiza como vestir, construir, o alimentarse, envían señales comunicativas. De esta forma se puede dar un primer concepto de lo que significa comunicación, pero a la vez da espacio para tener un concepto muy amplio brinda espacio para que esta pueda ser cualquier cosa o ninguna, dependiendo del contexto, y de quién y cómo lo percibe.

Para que los procesos de comunicación sean efectivos, todos los participantes deben conocer los códigos que se usan. Shannon y Weaver (1949), proponen un modelo de comunicación básico que se mantiene hasta la actualidad, (Figura 3) en la que algunas partes del modelo pueden actuar más de una vez y ser emisor y receptor al mismo tiempo.

Figura 2. Modelo de comunicación de Shannon y Weaver.



Nota. Adaptado de *Introducción al estudio de la comunicación*, (p. 2), por John Fiske, 1982, Methuen Co. Ltd.

Con este modelo, Shannon y Weaver (1949) identifican 3 problemas principales durante la comunicación clasificados en niveles:

NIVEL A: *Problemas técnicos:* Exactitud en la transmisión de los símbolos.

NIVEL B: *Problemas semánticos:* Precisión en el significado de los símbolos.

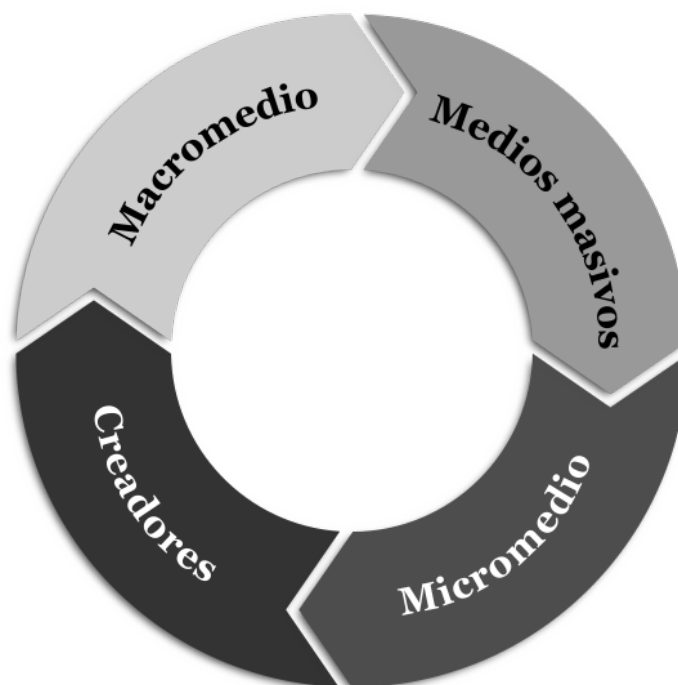
NIVEL C: *Problemas de efectividad:* Efectividad de los símbolos para afectar la reacción del receptor.

Aplicando el modelo de comunicación de Shannon y Weaver (1949) y tomando en cuenta los métodos de comunicación y cómo se han visto afectados, se debe tener en consideración un modelo de comunicación más reciente que incluya a los *mass media* (medios masivos de comunicación) dentro del ciclo. Para Moles, la comunicación se divide en dos, un ciclo corto y un ciclo largo, y lo denomina ciclo sociocultural (Figura 4).

En el corto, los medios de comunicación transmiten el mensaje a través de los macromedios hacia los receptores, quienes seleccionan la información y dan inicio al ciclo largo

en el que los receptores se transforman en creadores, donde reinterpretan la información original, la envían a través de los micromedios hacia los medios de comunicación y de allí, de nuevo a la sociedad. En este ciclo se mantiene constantemente la comunicación a través de los *mass media* y recientemente también las redes sociales.

Figura 3. Modelo de comunicación de Moles.



Juntos, el modelo de comunicación y los niveles de problemas en la comunicación, representan de manera básica el flujo de la comunicación y la información y cómo esta interviene en el contexto del receptor, dependiendo de los símbolos que se usen durante el proceso de emisión del mensaje.

Para Martín-Barbero (2005), la comunicación es el espacio perfecto para la modernización e industrialización, ya que asociada a los *Mass Media* modernos, como las redes sociales, permite alcanzar un desarrollo industrial, administrativo, académico y democrático dentro de los parámetros de la virtualidad. Pero también señala este avance cómo el medio por

el cual las sociedades se ven más expuestas a la destrucción cultural, a través de la manipulación y el engaño relacionados con la masificación de la información.

Sin embargo, el crecimiento en ámbitos comunicacionales no se refiere únicamente a la difusión de la información, sino del crecimiento tecnológico y comunicacional juntos, permitiendo convertir los medios de comunicación actuales (redes sociales) y tradicionales, en espacios de educación, interdisciplinariedad y crecimiento cognitivo autónomo. De esta manera, se convierten las aulas de educación presencial habituales en clases presenciales mediadas por la virtualidad teniendo en cuenta la crisis sanitaria por Covid-19.

7.2.1 Los mass media, la nueva forma de entender los medios de comunicación y las redes sociales

Los medios de comunicación han crecido y mutado desde que se dió la evolución de la tecnología y la industrialización. Lo que Fontcuberta (2016) llama la democratización de la imagen, y que Bernoff y Li (2008) denominan *groundswell* para referirse a la democratización social que ha traído el uso del internet, no es más que un claro ejemplo de la masificación de la información por medio de imágenes, información de interés general o personal, pero que de cualquier modo, se convierte en divulgación de información que puede interesar a públicos particulares o a grandes masas.

El consumo de información se ha transformado con la aparición de diferentes métodos que permiten obtenerla, no solo desde los medios, también desde los hábitos con los que se consume esa información. Según Salvador y Gutiérrez (2010), los medios de comunicación tradicionales deben entrar a competir con internet o bien integrarlo a sus estrategias de difusión y comunicación.

Los medios de comunicación tradicionales dejaron de ser la fuente principal de información, Pantoja (2011), dice que las redes sociales son ahora una mejora posibilidad para brindar equilibrio entre las necesidades de comunicación y los medios de la comunicación; es

decir que, las redes sociales además de abrir la posibilidad a la comunicación de forma instantánea, también permiten inmediatez en otros ámbitos como la difusión de la información, supliendo así la brecha temporal que se tenía décadas atrás y que convertía a los medios de comunicación tradicionales en la única forma de obtener información verídica.

Hütt (2012), menciona que las redes sociales han dividido la historia actual relacionado con la difusión de la información y los métodos masivos con el mismo objetivo, gracias a su magnitud y el impacto que tiene en la cultura de las sociedades actuales, y esto se ha venido produciendo gracias a los nuevos usos que se le han otorgado, la abundancia de organizaciones difusoras de información, sumado a la cantidad de consumidores, ha obligado a los medios a migrar de plataformas tradicionales al uso complementario y casi fundamental del internet como medio principal de difusión. Es por esto que Arroyo, Baladrón y Martín (2013), mencionan que las grandes organizaciones valoran los espacios en los que pueden sensibilizar e informar a los receptores a la vez que estos participan a través de preguntas, propuestas u opiniones. De esta forma resaltan que los nuevos *mass media* o redes sociales son mucho más útiles al momento de comunicarse con sus públicos e incentivar una comunicación bilateral participativa.

Eso significa que las redes sociales no son solo un medio de difusión de la información inmediato, sino que brindan un espacio de reflexión, retroalimentación, opinión y/o participación; en donde el consumidor se convierte en productor, en *prosumer*, ya que, al obtener la información y generar opinión en torno a ella, hace que tome un papel importante en la cadena informativa y de difusión.

7.3 La fotografía como principal exponente actual de cultura visual

El término de cultura visual no es solo un conjunto de análisis, es por sí mismo un campo de estudio donde convergen diferentes disciplinas, la sociología, la historia del arte, los estudios culturales, las artes visuales, la semiótica, la semiología, entre muchas otras. Por ejemplo,

Bermúdez (2010), dice que la cultura visual es un mensaje enviado de manera masiva desde grupos sociales élite con un objetivo o interés particular hacia un grupo específico, es decir que, la cultura visual es un reflejo de las necesidades que ha generado la crisis y sobrecarga de la imagen en la actualidad, es una búsqueda constante de métodos más efectivos para la investigación e inmediatez que exige la nueva realidad relacionada con la virtualidad y los medios digitales de comunicación.

La imagen es actualmente una de las manifestaciones más significativas de la cultura puesto que cumple con diferentes roles en el desarrollo económico, político y social de una comunidad, visto claramente desde la mirada publicitaria. Se ha asociado directamente con la cotidianidad de los seres humanos, desde las pinturas antiguas en donde se representaban las labores diarias, hasta la actualidad en la que el primer paso de un niño es digno de una representación visual: una fotografía.

7.3.1 El valor de la imagen visto desde las representaciones sociales

Las reflexiones en torno al papel de la imagen, son un estudio considerablemente reciente, más aún cuando se toma en cuenta su impacto e importancia en la sociedad actual. Según Lugo (2014), para referirse a la imagen, se debe primero hacer alusión a los signos configurados y validados socialmente mediante una serie de interacciones simbólicas. De esta forma la imagen fotográfica es una construcción simbólica de la realidad y no la realidad por sí misma; esto permite inferir que la imagen no es solo una representación visual de la realidad, es, además, la representación de una situación cargada de significados ubicados en el contexto propio de quién esté involucrado. Es un mensaje que representa la realidad y puede provocar que su receptor reaccione de diferentes formas, de nuevo dependiendo del contexto.

En este sentido, la imagen cobra un valor simbólico proveniente de su uso, es decir, es un bien material que dependiendo de las circunstancias, cambia de significado en su uso o consumo. Según Lugo, “La foto se produce y se reproduce, se intercambia y se consume

simbólicamente. Dentro de su renovación, la foto encuentra su convalidación práctica; es decir, la foto se encuentra avalada, técnica, social y culturalmente en su funcionalidad práctica.” (2014, p. 128).

La fotografía particularmente, ha sido la forma más efectiva para representar la realidad en el mundo de la comunicación visual. Durante el proceso de elaboración de las imágenes o fotografías, encontramos lo que Martín define cómo “ la relación de la mente del fotógrafo con la cámara que utiliza, y por extensión con la técnica.” (2005, p. 2), dejando en claro que la fotografía no es más que una forma de manipular la imagen a gusto de quien la compone, o lo que define Cartier-Bresson (2003) como el *instante decisivo*, donde el resultado final es la conjunción de los intereses del compositor, en este caso, el fotógrafo. Es por esto que no se debe confundir el valor documental de la fotografía con el valor testimonial, Fontcuberta (2004), lo describe como el medio para permitir que las tendencias actuales de creación visual, se sitúen en el ámbito de la realidad o el reportaje y no solo en el de la ficción.

8. Capítulo 2. Análisis de algunos factores educativos que impulsan la implementación de herramientas gráficas de calidad en ambientes formales y no formales

8.1 Las comunidades virtuales, una forma de entender la enseñanza y adaptarla a las necesidades de sus receptores

La actual emergencia sanitaria por Covid-19 ha puesto en tela de juicio la continuación de las instituciones académicas tradicionales, sin embargo, la adaptación de los ejercicios académicos y la virtualidad, han abierto una oportunidad para que el sector educativo continúe operando. Según el último estudio realizado por la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) y la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la

Cultura), 32 de los 33 países de América Latina habían suspendido las clases presenciales para mayo de 2020.

Esta situación forzó a migrar las comunidades de la presencialidad a la virtualidad, según Mamaqi Kapllani & Mamaqi,

Los espacios de ocio digital lejos de instaurarse como meras herramientas y espacios virtuales de comunicación, socialización, entretenimiento y diversión pueden constituirse al mismo tiempo como entornos de aprendizaje, de desarrollo humano y de mejora de la calidad de vida individual y social. (2020, p. 67).

Es decir, la concepción generalizada que se tenía del uso de la virtualidad, solo con propósitos de entretenimiento y socialización se transformó cuando el entorno personal se vio forzado a transformarse también en un espacio de aprendizaje y desarrollo cognitivo para la mayoría de la población. Matín Barbero menciona que,

La escuela ha dejado de ser el único lugar de legitimación del saber, pues hay una multiplicidad de saberes que circulan por otros canales y no le piden permiso a la escuela para expandirse socialmente. Esta diversificación y difusión del saber, por fuera de la escuela, es uno de los retos más fuertes que el mundo de la comunicación le plantea al sistema educativo. (2020, p. 6).

Afianzando esta idea, Ligarretto (2020), menciona que la tecnología no debe ser una forma meramente instrumental dentro del ejercicio de enseñanza, es aquí donde se deben buscar y crear nuevos ritmos de aprendizaje, cambiar el rol del docente en el aula y trabajar sobre las nuevas tendencias de educación para aplicar las mediaciones tecnológicas para flexibilizar uno de los factores más importantes: la evaluación. Esto permite entender que los espacios que antes de la crisis sanitaria por Covid-19 se dictaban de manera presencial, deben ajustarse y modificarse a las necesidades actuales permitiendo así, que las actividades educativas mediadas por la virtualidad, también sean de provecho para los estudiantes teniendo en cuenta las diversas formas de aprendizaje, ahora desde otros espacios.

8.1.1 Enseñar a nativos digitales desde la virtualidad

El término *nativo digital* es propuesto inicialmente por Prensky (2001), donde menciona que los estudiantes del presente son una generación formada en medio de avances y desarrollos tecnológicos a los que ya están acoplados gracias a que desde sus primeras experiencias se encuentran rodeados de diferentes artículos tecnológicos y herramientas afines.

Es por eso que se aplica el término para definirlos. No obstante, es importante tener en cuenta cómo la aparición de los *nativos digitales* compone un desafío para la educación actual, según García, Portillo, Romo y Benito (2009), afirman que los estudiantes de la actualidad, los nativos digitales no son para quienes fueron diseñados los procesos y los métodos educativos, es decir que no solo se deben adaptar los procesos y las formas, sino que quienes están a cargo de la enseñanza deben también acoplarse a sus estudiantes para aportar herramientas de aprendizaje que se ajusten a sus necesidades y se relacionen con situaciones adversas como la actual emergencia sanitaria por Covid-19. De esta manera, se permite adaptar los modelos educativos a las situaciones y prevenir la deserción de estudiantes mientras se asegura una educación de calidad.

En la actualidad, la comunidad estudiantil se ha formado en un entorno casi completamente virtual, desde la enseñanza en las aulas de manera presencial y ahora mediado por la virtualidad. Es evidente cómo, de una generación a otra, se desenvuelven naturalmente con los medios digitales. De acuerdo con García, Portillo, Romo y Benito (2009), los nativos digitales, desde su infancia construyen sus propios conceptos relacionados con el espacio, el tiempo, el número, las casualidades, la identidad, la memoria, entre otras. Todo esto desde los objetos digitales y tecnológicos que le rodean. Esto demuestra cómo los ambientes virtuales se han configurado como los referentes de la realidad y la cotidianidad, es decir, los nativos digitales son seres humanos educativamente autónomos con un cerebro inclinado hacia la

virtualidad, donde necesitan del entorno digital, la tecnología y la conectividad para un desarrollo completo.

Esto permite pensar en la brecha educativa que se puede estar generando debido a las diferencias entre quienes enseñan y quienes aprenden, puesto que, cómo lo menciona García, Portillo, Romo y Benito (2009), los nativos digitales están siendo educados de formas que no son interesantes para ellos; la educación tradicional o analógica no los prepara óptimamente para el futuro ya que no los identifica como generación o colectivo.

Es por eso que el espacio que se abrió para los *nativos digitales* durante el confinamiento derivado de la crisis sanitaria por Covid-19, es un espacio propicio para encontrar técnicas de enseñanza que se ajusten a sus intereses y permitan que las formas de educación tradicional se adapten a las necesidades de la actualidad.

8.1.2 Adaptar los modelos educativos de los inmigrantes digitales, una respuesta a las necesidades de los estudiantes

Al igual que el término *nativos digitales*, el término *inmigrantes digitales* también es propuesto por primera vez en el texto “*Digital natives, digital immigrants*” de Prensky (2011), donde denomina *inmigrantes digitales* a quienes por edad, no vivieron de forma tan intensa la llegada de la tecnología, pero, influenciados por la necesidad de adaptarse a la misma, deben poco a poco migrar de lo análogo a lo digital, conservando con el pasado una conexión significativa.

Son los *inmigrantes digitales* quienes están educando a los *nativos digitales* y es allí donde se encuentran diferencias y brechas entre cómo se está educando y a quién se está educando. Los *inmigrantes digitales*, como menciona Micaletto, Albort y Leal (2017), han tenido que buscar la mejor forma de adaptarse a nuevos métodos en los que se hace uso de la tecnología y los nuevos *mass media*, todo esto con el fin de mejorar los procesos educativos y teniendo presente que quienes están en las aulas son *nativos digitales*.

Los *inmigrantes digitales* a su vez, tienen un reto en la actualidad y resulta necesario que se sumerjan las ventajas y características que un mundo digital y tecnológico puede ofrecer, adaptando también los espacios educativos, permitiendo así, la intervención de ambientes digitales y tecnológicos para motivar y promover a los alumnos y mejorar la calidad educativa. Según Micaletto, Albort y Leal (2017), los docentes que en su mayoría son inmigrantes digitales deben adaptar sus competencias educativas a un mundo digital, cambiante y globalizado que se caracteriza principalmente por el uso de tecnologías para las relaciones sociales y autónomas. Además de incentivar el desarrollo de capacidades de construcción de conocimiento.

Los *inmigrantes digitales* se esfuerzan diariamente por enseñar a *nativos digitales*, la dificultad viene cuando es evidente que hacen uso de metodologías tradicionales o como Prensky (2001) las denomina: pre-digitales, en una generación que habla un lenguaje completamente diferente.

8.1.3 Aprovechar el potencial comunicacional, una forma para entender las nuevas generaciones y estimularlos en el aula

Dadas las condiciones actuales y gracias a la aparición de la tecnología y los medios de comunicación digitales (redes sociales, específicamente), se han desarrollado diferentes tipos de actores en la transmisión de la información en la virtualidad, haciendo relevantes para esta investigación los *prosumers* y los *emirecs*, conceptos que se han analizado desde diferentes áreas como los medios, el marketing y la participación social. Aparici y García (2018), afirman que las nociones relacionadas con el concepto de *prosumidor* se relacionan de manera cercana con la economía y el sector mercantil, mientras que el concepto de *emirec* está directamente relacionado con el campo de la comunicación.

8.1.3.1 Emirecs

El término *emirec* fue inicialmente acuñado por Cloutier (1973), y dice que todos los participantes del proceso comunicativo tienen la posibilidad de ser emisores, donde afianza modelos de comunicación alternos que incluyen nuevas conexiones entre los participantes de la comunicación haciendo énfasis en las audiencias y los medios, considerando la relación entre ellos como una relación horizontal y que posteriormente incluiría gracias a Vallet (1977), Porcher (1976) y Gutierrez (1976) a los medios de comunicación como una herramienta paralela a los sistemas de educación autónomos y en búsqueda de un lenguaje global (antecedente de las narrativas transmedia). La palabra *emirec* proviene de términos en francés: *emi* por *émetteur* (emisor) y *rec* por *récepteur* (receptor), que de igual forma, serían las mismas siglas para el idioma español.

Para los *emirecs* no existe un punto de valoración por calidad o cantidad, por el contrario, son usuarios sentimentales y sensibles, valoran aquello con aporte significativo a su conocimiento y vida, lo que les gusta y les genera emociones. Lo que Aparici y García (2018), denominan cómo la instauración de métodos de negociación donde las formas de aplicar el uso de los medios, su identidad, calidad y estética son debatidos por usuarios pasivos y activos.

Los *emirecs* no solo son consumidores de contenido sensible, sino que además se apropian de este, y como mencionan Aparici y García (2018), son creadores de contenido dentro de las áreas de conocimiento que dominan construyendo desde sí mismos nuevas fuentes de conocimiento que pueden usarse en diferentes contextos, permitiendo así que las dinámicas de difusión de la información planteadas y establecidas por los *Mass Media* se quiebren drásticamente, proponiendo una relación diferente entre los medios de comunicación tradicionales y los productores independientes de información.

8.1.3.2 Prosumidor

El término de *prosumer* o *prosumidor* fue usado por primera vez en 1980 por el teórico Alvin Toffler en su libro *The Third Wave*. Según Toffler (1980), el *prosumer* es el individuo que

en sus labores como consumidor de contenido también se involucra por voluntad propia o por influencias del entorno en la producción de contenido, sin apartar su rol como consumidor, de allí el término *prosumer*: *pro*, por el término en inglés *producer* (productor) y *sumer* por su término en inglés *consumer* (consumidor).

Para Toffler (1980), el *prosumer* no es un término relacionado con la actualidad, sino más bien la reconstrucción del término asociado al hombre desde el inicio de su historia, donde cazaba y cultivaba para tener su propio alimento. Un concepto que con la evolución del hombre ha venido modificándose, pero manteniendo el mismo significado; desde la edad en las cavernas, la industrialización de los procesos, y los cambios en los *Mass Media*.

Para Lastra (2015), los *prosumers* deben ser observados como sujetos individuales con una edad e influencias recíprocas que deben mantener una relación crítica y analítica con los medios de comunicación actuales, es decir, los *prosumers* no deben ser solo agentes de transmisión de mensajes ya constituidos, sino que deben construir un mensaje crítico complementario al mensaje original que permita que los nuevos consumidores obtengan alguna ventaja al respecto del mismo.

Según Tapscott (1995), el prosumidor 2.0 tiene 4 características básicas antes de la compra o prueba de un producto: libertad, customización, escrutinio y comparación. Esto permite que haga parte de la búsqueda del producto, la construcción y conceptualización, y el diseño visual del mismo; donde sus objetivos principales son satisfacer la demanda, el entretenimiento y la innovación. Convirtiendo así a los *prosumers* en un elemento clave para el desarrollo del mercado en el siglo XXI, estableciendo los parámetros para la transición de los productos/servicios a las experiencias.

Finalmente, como lo expresa Aparici y García (2018), el *prosumer* digital no es un individuo autónomo sino que por el contrario está relacionado con labores pagas necesarias para el mercado no pago, esto permite inferir que el *prosumer* cumple labores publicitarias y de difusión que antiguamente eran realizadas por los medios de comunicación tradicionales, sin

obtener ninguna remuneración y de manera espontánea, permitiéndose a sí mismo ser parte de la cadena productora de mensajes y consumidora de mensajes, y a su vez, abrir el camino a la influencia y participación activa en la creación concreta de mensajes.

8.2 Alfabetización visual enfocada al valor estético de la imagen

Durante los últimos años, el interés por la educación artística ha ido en aumento, según La Dirección de Infancia y Juventud y El Ministerio de Cultura de Colombia, en su estudio realizado durante la Conferencia Regional de América Latina y el Caribe sobre Educación Artística el pasado 2019, comparado con el último estudio similar realizado en 2016 (y publicado en 2017) por la IFACCA (Federación Internacional de Consejos de Arte y Agencias para las Artes), los indicadores habían incrementado entre un 2% y un 5% para todas las áreas relacionadas, entre los que destacan las horas dedicadas a la educación artística, las áreas impartidas (música, pintura, dibujo, teatro, danza y literatura), las áreas de énfasis, el perfil de los educadores artísticos, el número de estudiantes que reciben educación artística, las políticas y objetivos de educación artística, y la financiación destinada a estas áreas.

A pesar de que los niveles educativos artísticos han aumentado en América Latina durante los últimos años, el analfabetismo visual sigue siendo una dificultad al momento de la correcta interpretación de los mensajes transmitidos por la imagen. Según Burset (2017), la educación en artes visuales se encasilla en diferentes contextos de la historia marcados por diferentes valores y creencias. Esto permite que el análisis, estudio y cuestión de la relevancia de la educación artística en los pensums o diferentes perspectivas, se asocie con el valor que cada uno de estos momentos le haya o le ha brindado al arte y sus diferentes expresiones.

Es decir que, es casi innecesario saber qué áreas de educación artística se imparten, si estas no estimulan adecuadamente los procesos de aprendizaje en comunicación visual y tampoco se apoyan en los contextos actuales brindados por la sociedad, la política o situaciones inesperadas como la crisis sanitaria por Covid-19. Además, como menciona Mondaca, Moraga y

Villarroel, “La enseñanza de la imagen no puede restringirse únicamente a la educación artística, ya que este conocimiento puede extenderse para facilitar otros saberes.” (2019, p. 70). Esto nos permite concluir que alfabetizar visualmente a una comunidad no depende solo de educación artística, sino de una educación cultural, contextual y sobre todo de lenguaje visual.

8.3 La educomunicación como solución inicial al problema de analfabetismo visual estético

El término educomunicación abarca un campo de estudios teóricos y prácticos entre la educación y la comunicación. Para Álvarez (2009), el concepto de educomunicación va desde diferentes conceptos políticos, hasta varias concepciones epistemológicas, pasando claramente, por la tecnología. En ese sentido y como lo menciona Varela (2016), la educomunicación, entre otras cosas, busca fuera del aula, hacer un apropiado y crítico uso de los medios de comunicación, y convertirlos en herramientas funcionales y fáciles para el uso de procesos educativos desde la construcción de nuevos métodos.

Hay que conocer los códigos que maneja el lenguaje visual dentro de estos medios virtuales para poder usar sus singularidades a favor de los procesos de educación con dos objetivos primordiales, construir nuevo conocimiento y analizar los mensajes visuales en los medios de comunicación. Según Aparici (2016), las prácticas actuales de educación están dominadas por lo que él mismo denomina: cánones pregutenbergianos. Aquí alumnos y docentes continúan usando métodos de comunicación tradicionales, en su mayoría de manera mecánica, con papel y lápiz, usando sistemas de reproducción masiva de información manual, en donde muy pocos aplican técnicas o recursos digitales.

Desde este punto de vista, se puede decir que la educación enfocada a la comunicación no es solo la enseñanza de la correcta lectura de las imágenes y cómo estas se relacionan con la realidad compartida, sino que también, es la relación que esta tiene con los medios por los que la

imagen y el mensaje se transmiten, entender los medios como parte del proceso educativo y no solo como parte del proceso informativo.

En este sentido, Freire (1969) y más tarde Kaplún (1998) hacen evidente cómo los métodos educativos son cada vez más obsoletos ya que se relacionan directamente con la educación basada en el libro, es decir que todo el conocimiento viene de lo que está en los textos y esta es la principal fuente de información descartando el debate, el diálogo y el aprendizaje conjunto; de esta forma demuestra cómo desde un modelo educativo sencillo y muy rígido, se educa y se es educado desde hace ya varias décadas.

Tabla 1. La pedagogía de educación desde Freire y Kaplún.

El educador	El educando
- Es quien enseña. - Habla. - Pone reglas. - Es quien sabe. - Es sujeto de la educación.	- Es quien aprende. - Escucha. - Sigue reglas. - Es quien aprende. - Es objeto de la educación.

Soriano y Gonzalez (2008), dicen que la educomunicación es la mejor forma de estudiar, aprender y enseñar, en los diferentes niveles y circunstancias, la historia, la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación como artes funcionales y técnicas, es decir que la educomunicación no solo enseña sobre la comunicación como un término singular y referido a los códigos, sino que también sobre el impacto que tiene la comunicación a través de los medios y en el mundo actual, a través de las redes sociales.

Para Arango y Henao, la educomunicación se ha convertido en una estrategia para llegar a diferentes comunidades y modificar los métodos de educación para impartir conocimientos basados en los nuevos *mass media* e infundir un pensamiento analítico y crítico desde los mismos, esto permite inferir que la educomunicación no es un campo de estudio y de enseñanza que permanezca estático, es de hecho un área que está en constante cambio y desarrollo, más

aún con el crecimiento de la tecnología y los nuevos medios de comunicación. Es aquí donde estos estudios cumplen un papel fundamental, enseñar a comunidades enteras el uso de estos nuevos avances y desde estos mismos.

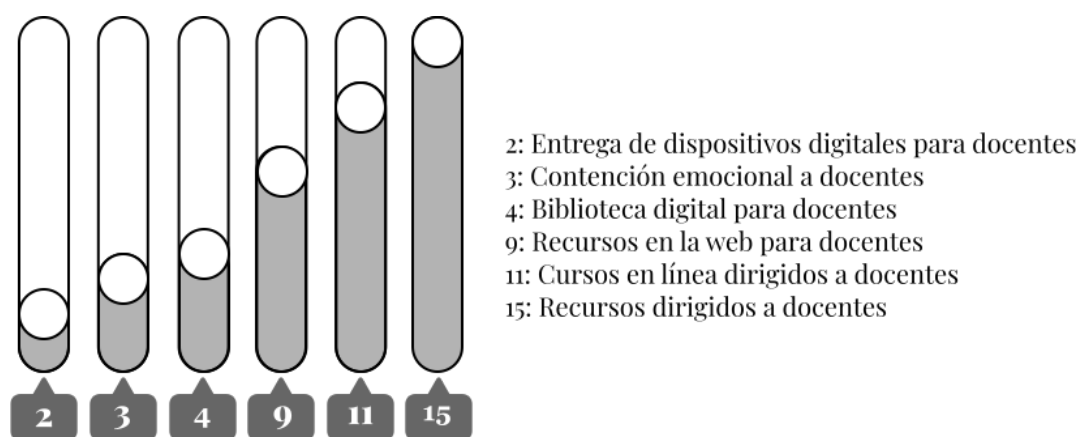
Desafortunadamente, la educomunicación no se ha convertido aún en un campo de mucha exploración, sobre todo en las aulas de clase a pesar que permite incluir diferentes recursos en los procesos de enseñanza. Celestine Freinet, durante la invención de la imprenta y los grandes avances que permitió esta nueva tecnología, incluyó en sus dinámicas educativas un proceso interdisciplinar que a través del uso de la imprenta motivaba a sus estudiantes a redactar, investigar y difundir información. Varela (2016), describe este mismo proceso diciendo que no fue únicamente la transmisión de la información a través de medios impresos, sino que por el contrario, el proceso de aprendizaje incluyó la formación para la redacción, la investigación, la obtención de información a través de medios confiables, la publicación de la información y compartirla en los entornos sociales. De esta forma se permitió que las clases se convirtieran en un espacio de participación y de colectividad.:

Este proceso de enseñanza se ve replicado en la educación actual pero con las redes sociales, más aún teniendo en cuenta la crisis sanitaria generada por Covid-19 y en ese sentido cada educador (emisor) decide cómo aplicar diferentes técnicas para motivar a sus estudiantes (receptores). Según Varela (2016), existen diferentes agentes que se deben tener en cuenta al momento de realizar procesos de educomunicación principalmente en medios digitales (videoconferencias), entre los que están las audiencias, la forma en la que estas se atraen y construyen un mensaje apropiado aplicando y codificando correctamente el lenguaje, especialmente el que se aplica a espacios audiovisuales, donde la interacción y la intención sin factores y recursos usados comúnmente para dominar y construir los mensajes dentro de un contexto y espacio sociocultural de participación y colaboración. Esto indica que, para enseñar dentro de procesos de educomunicación, se debe tener un vasto conocimiento comunicación, y para este caso específico en lenguaje y comunicación visual.

9. Capítulo 3. Implementación de infografías y demás herramientas gráficas en entornos digitales y mass media

Durante la última década gracias al crecimiento tecnológico se ha visto a los recursos virtuales visuales como la mejor herramienta para la enseñanza y durante 2020, gracias al confinamiento por Covid-19, el uso de estas herramientas en el aula aumentó significativamente gracias al apoyo gubernamental dado a los docentes para capacitarse en temas de TIC's, según estudios realizados por la CEPAL y la UNESCO en 2020, entre 9 y 11 países de América Latina tienen acceso a recursos en línea y web para docentes, y entre 2 y 4 países tienen acceso a bibliotecas digitales, contención emocional y entrega de dispositivos tecnológicos para el desarrollo óptimo de sus clases (Figura 6).

Figura 6: Iniciativas de capacitación y apoyo a docentes durante la crisis sanitaria por Covid-19.



Nota. Adaptado de *La educación en tiempos de la pandemia de COVID-19*, (p. 12)

[Gráfica], por La Comisión Económica para América Latina y el Caribe y La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2020, Informe COVID-19. CEPAL y UNESCO.

Partiendo de esta afirmación y teniendo en cuenta que el objetivo principal de ILATE es acercarse a comunidades sin acceso a educación formal durante el confinamiento, se decide crear y evolucionar la imagen de marca para el grupo de investigación y de proyección social. A raíz de este proceso comienza un ciclo de producción de información, en el que ILATE es la base y luego los receptores del mensaje replican la información a través de diferentes mecanismos como compartir la información que se pone en los perfiles de redes sociales o simplemente siendo partícipes de los retos ILATE, en los que la participación es también una forma de responder a lo aprendido durante los procesos educativos no formales.

9.1 Creación y evolución de imagen de marca

Con el objetivo de maximizar el alcance y la experiencia de ILATE se diseñan parámetros básicos de composición para el uso de la imagen de marca del grupo; esto como parte de la dirección estratégica y la gestión del proyecto, teniendo en cuenta los conocimientos obtenidos por todos los miembros del equipo que incluye estudiantes de 5° hasta 8° semestre, y dos maestros de la facultad, Oscar Cubillos y Jhon Umba, en donde Edwin Fonseca, Sergio García y Laura Garzón, se consolidan como los líderes del equipo y quienes en conjunto con los demás integrantes deben generar el contenido gráfico para el proyecto. Partiendo de este concepto se hace la construcción de herramientas que apoyadas en los elementos del diseño ya revisados en el capítulo 1 de este documento, que proveen un punto de partida para la creación de todo el material que, en términos visuales, soporta el proyecto ILATE; desde de un logo inicial, con una paleta de colores establecida por el Departamento de Proyección Social de la USTA, que atiende a las necesidades iniciales del proyecto, hasta la estructuración y creación de las infografías; y a medida que este avanza, evoluciona también su imagen.

9.1.1 Logotipo

Para el desarrollo del imagotipo de ILATE se hace una recopilación de significados y objetivos que tiene el proyecto desde sus bases, donde se incluyen conceptos claves como fotografía, uso de dispositivos móviles, composición, construcción de imagen, apoyo, educación no formal, democratización, actualidad, realidad y territorio; desde aquí se hace la construcción del imagotipo primario de ILATE (Figura 7), donde se condensan dos de los conceptos que el equipo concluye que son los más importantes: fotografía y uso de dispositivos móviles, haciendo uso del acrónimo del proyecto Imágenes Latentes del Territorio (ILATE).

Figura 7: Isotipo e imagotipo ILATE



De este modo el imagotipo es la representación de los conceptos principales de ILATE, donde el color azul hace referencia a la participación del proyecto dentro del Departamento de Proyección Social de la USTA, y las letras en caja alta hacen referencia al acrónimo pero se usan para dar un equilibrio visual entre el isotipo y el logotipo.

Gracias al impacto y crecimiento del proyecto como equipo se obtuvo la oportunidad de hacer una publicación editorial que estuviera compuesta en un 100% por las decisiones de diseño del equipo y todas las piezas infográficas desarrolladas durante la ejecución del proyecto, es así como se inicia un proceso de rediseño para el logo en donde se tienen en cuenta nuevos aspectos como la facilidad de manejo, la practicidad y la simplicidad del imagotipo, es por esto que se decide modificar y se crea un isotipo (Figura 8).

Figura 8: Rediseño del isologo.



En este nuevo diseño para la imagen de ILATE se atienden las mismas necesidades y conceptos principales, pero dando influencia de tendencias más recientes relacionadas con la creación de logos como lo es en *lineart* y el *minimalismo*. Aquí, el recuadro principal que comienza por la “I” hace referencia al formato de impresión de una cámara instantánea que recorre el logo en forma de espiral para dar también forma a la letra “L” y a partir de allí formar el resto del acrónimo, mientras que la circunferencia ubicada en la parte inferior central del logo hace referencia al obturador digital que se observa en los dispositivos móviles al hacer uso de la cámara del mismo.

9.1.2 Tipografías y colorimetría

Desde el equipo de ILATE se hizo una cuidadosa selección tipográfica que, en un primer momento, cumpliera con los parámetros mínimos para la creación de piezas para redes sociales e infografías a usar en las sesiones de IGLive por Instagram. Dados los parámetros iniciales por la universidad se tomaron las siguientes decisiones sobre el uso de tipografías:

Para las piezas de redes sociales se usaría *Fashion Fetish* en caja alta y negrilla, en contornos o rellenas para títulos; en caja alta y baja, regular, para textos largos; y en caja alta y baja, itálica, para realizar énfasis (Figura 9). Esto con el objetivo de mantener un estilo visual

pero siempre teniendo en cuenta la construcción de las piezas basadas en la jerarquía de los textos.



Figura 9: Ejemplo de uso de tipografías para piezas en redes sociales.



Nota. Tomado del Instagram @ilate_usta, (agosto 19, 2020) [Piezas Informativas], por Imágenes Latentes del Territorio, ILATE.

Así también se hace la selección inicial de tipografías que responden a las necesidades estructurales de las infografías. Inicialmente se hace uso de *Aquawax* para títulos y subtítulos en las piezas y uso de *HelveticaNeueLT Std Light Regular* y *HelveticaNeueLT Std Light Itálica*, para textos corridos (Figura 10).

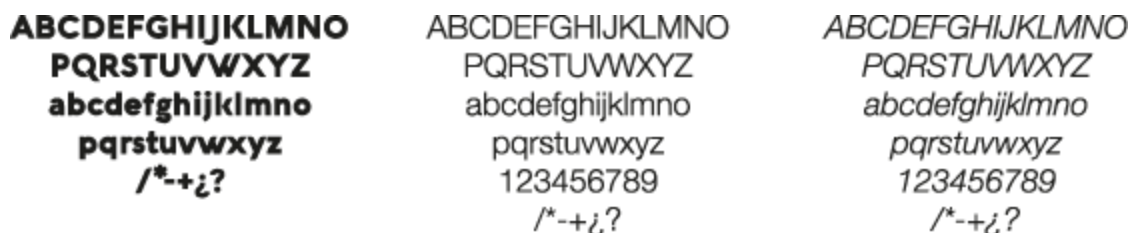


Figura 10: Ejemplo de uso de tipografías para infografías.



Al hacer la implementación de las 55 infografías y demás herramientas visuales con este discurso gráfico, se identifican varias falencias relacionadas con la legibilidad y las jerarquías del diseño. En ese orden de ideas y teniendo en cuenta que las infografías serán parte de una publicación impresa para Ediciones USTA, se comienza a trabajar en el rediseño de estas piezas teniendo en cuenta los fallos ya mencionados y se crea un nuevo formato que se adapta a la

longitud del tema a exponer y permite que este se adecuado para impresión en cuanto a sus dimensiones y tintas (Figura 11).

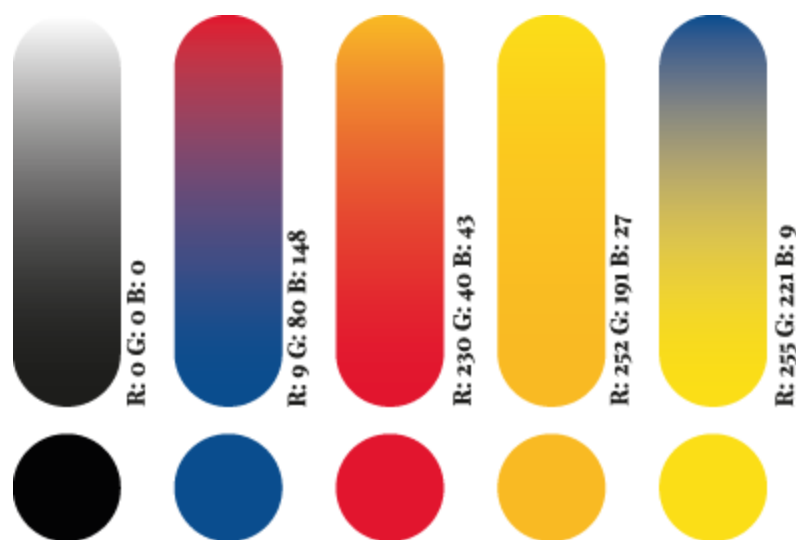
Figura 11: Nuevo diseño para infografías.



Este nuevo formato en el diseño de las infografías, que aún están en fase de construcción por parte del equipo, permite enfatizar en la jerarquización de los elementos, removiendo elementos del diseño anterior que pasan a un segundo plano al hacer la migración para un producto editorial. Se implementa también el uso de tipografías apropiadas para impresión sin perder el contraste inicial de las composiciones.

Así también, se busca entonces enriquecer el estilo visual desde la colorimetría que, si bien se asignó en directa relación con los colores institucionales de la Universidad Santo Tomás (Figura 11), da uniformidad y ayuda a que el espectador relacione automáticamente los colores con la institución y el Departamento de Proyección Social.

Figura 12: Colorimetría establecida por el Departamento de Proyección Social



Nota. Adaptado del *Manual de Imagen Institucional, Universidad Santo Tomás*, (p. 30) [Gráfica], por Departamento de Diseño y Comunicaciones de la Universidad Santo Tomás.

Desde este punto de vista, estas exploraciones visuales relacionadas con las necesidades del proyecto y la Unidad de Proyección Social de la USTA, dan cuenta de un proceso de diseño desarrollado en equipo y dirigido por los estudiantes de semestres superiores, en donde se aplican los conceptos básicos de diseño y comunicación profundizados en el capítulo 1 de este documento.

9.1.3 Personaje

La creación de un personaje que aporte a la construcción de los mensajes es la base del storytelling en una organización, para ILATE, el personaje construido no es solo el reflejo de la personalidad del grupo de investigación sino que a su vez es la consolidación de los valores que busca infundir el proyecto a sus receptores, también es importante destacar que dicho personaje desea generar un primer impacto de enganche en los futuros educandos más jóvenes principalmente.

En un primer momento se sintetizó la propuesta en un boceto de arte final recreado particularmente desde la colorimetría planteada en la sección anterior de este capítulo. A partir

de allí se crea el primer personaje (Figura 13) que conserva detalles relacionados con los conceptos principales de creación en ILATE.

Figura 13: Muestra del personaje definido para las primeras versiones de infografías y uso en redes sociales.



Con la implementación de este personaje en la mayoría de piezas se da no solo un aporte significativo al mensaje sino que se le da un rostro a la marca en la mente de los receptores, esto ayuda a reforzar la imagen de marca y dar más énfasis al tono de voz que se maneja de forma interna. De cualquier manera, al hacer la evolución de los demás elementos que componen la gráfica del proyecto, se evoluciona también el persona para de esta forma también incluir otros conceptos relacionados con la fotografía como el color, el nombre y reforzar los conceptos básicos de ILATE con un nuevo diseño (Figura 14).

Figura 14: Rediseño de personaje ILATE.



10. Capítulo 4. Análisis de experiencias de educación virtual a través de matrices DOFA.

8.1 Matriz DOFA como herramienta para el análisis de la situación interna y externa en términos de implementación infográfica y fotografía

8.1.1 Análisis externo (MEFE)

El análisis MEFE (Matriz de Evaluación de los Factores Externos) enriquece el análisis estratégico evaluando los factores externos que inciden directamente en el proyecto. Este análisis permite evaluar la media respecto a si el proyecto se encuentra por encima o por debajo de las estrategias relacionadas con otros proyectos similares y, de esta forma, dar cuenta si se están cumpliendo las expectativas básicas del receptor. Así mismo permite identificar si el ambiente de desarrollo del proyecto le favorece o no, de esta forma y al hacer la comparación final con los resultados del estudio MEFI, se puede concluir si el proyecto está cumpliendo con sus objetivos o no.

8.1.1.1 Oportunidades

Tabla 2. Oportunidades desde la perspectiva de la implementación de infografías

Oportunidades desde la perspectiva de la implementación de infografías				
General	Específicos	Peso	Calificación	Ponderado
Desarrollar herramientas de diseño para los actuales parámetros educativos, de esa forma se piensa no solo en quién enseña sino también en quien está aprendiendo.	Fortalecer la autonomía durante el proceso de aprendizaje digital.	0.12	3	0.36
	Implementa métodos de creación de contenido de calidad y atractivo para el público.	0.18	4	0.72
	Implementa destrezas de escritura y capacidad de síntesis.	0.21	4	0.84
	Incentivar el trabajo en equipo multicultural y global, haciendo uso de tecnologías de comunicación.	0.15	3	0.45
0.66				2.37

Tabla 3. Oportunidades desde la perspectiva de los resultados fotográficos

Oportunidades desde la perspectiva de los resultados fotográficos				
General	Específicos	Peso	Calificación	Ponderado
Expandir los conocimientos básicos de fotografía y composición como herramienta para el correcto uso de nuevas tecnologías y métodos de aprendizaje.	Enseñar conceptos básicos de comunicación visual para estimular la construcción de la imagen con un objetivo particular.	0.14	3	0.42
	Hallar en el espacio personal y recurrente una oportunidad y estímulo para el aprendizaje fotográfico no formal.	0.18	3	0.54

Estimular el aprendizaje visual desde técnicas de desarrollo fotográfico.	0.23	4	0.92
Brindar un espacio de aprendizaje que estimule el uso de TIC en el aula.	0.1	4	0.4
	0.65		2.28

8.1.1.2 Amenazas

Tabla 4. Amenazas desde la perspectiva de la implementación de infografías

Amenazas desde la perspectiva de la implementación de infografías				
General	Específicos	Peso	Calificación	Ponderado
La dependencia a las TIC y a la conectividad a internet 24/7 limita el acceso generalizado de los estudiantes quienes regularmente tendrían acceso durante una clase 100% presencial y no presencial mediada por tecnologías.	La ausencia de material educativo y recursos tecnológicos y económicos que permitan un mayor uso de TIC en el aula.	0.08	1	0.08
	El acceso limitado a tecnología e internet desde los hogares por diferentes motivos (economía, ubicación).	0.05	1	0.05
	No hay una correcta adaptación de modelos educativos que permita la apropiada inclusión de TIC durante el proceso compartido de enseñanza y aprendizaje.	0.09	2	0.18
	Resistencia a la adaptación del método educativo a la tecnología haciendo que los medios digitales se adapten al modelo educativo	0.12	2	0.24

tradicional.
0.34
0.55

Tabla 5. Amenazas desde la perspectiva de los resultados fotográficos

Amenazas desde la perspectiva de los resultados fotográficos				
General	Específicos	Peso	Calificación	Ponderado
Deserción de estudiantes conforme avanza el curso, esto debido a la monotonía, la baja interacción de alumnos y docentes, y la pérdida de interés sumada a los principios de autoaprendizaje que no retienen al estudiante a las dinámicas propuestas.	Pérdida de interés de los estudiantes gracias a la monotonía que presenta el modelo de enseñanza virtual en encuentros sincrónicos (IG-Lives).	0.1	2	0.2
	Poca interacción debido a las limitadas formas de comunicación bilateral durante encuentros en vivo y por chat.	0.05	1	0.05
	Opciones de encuentros de diferente tipo en plataformas de enseñanza formal (Platzi, Cerehana, etc.) que ofrecen espacios de aprendizaje similares y con libertad de horario y tiempo.	0.07	1	0.07
	Apego al estereotipo fotográfico en el que esta labor solo se logra desde dispositivos (cámaras, luces, equipo de edición) de alta gama.	0.13	2	0.26
		0.35		0.58

8.1.2 Análisis interno (MEFI)

El análisis MEFI (Matriz de Evaluación de los Factores Internos) tiene como objetivo principal aportar información de calidad relacionada a si las estrategias internas del proyecto realmente están cumpliendo con una función estable y aporta características que lo hacen más competitivo con respecto a los factores externos que puedan afectar directa o indirectamente.

8.1.2.1 Fortalezas

Tabla 6. Fortalezas desde la perspectiva de la implementación de infografías

Fortalezas desde la perspectiva de la implementación de infografías				
General	Específicos	Peso	Calificación	Ponderado
Acceso masivo, rápido y en cantidad, a recursos tecnológicos visuales que complementan la educación y los demás recursos bibliográficos ofrecidos por el docente.	Promueve el aprendizaje autónomo que complementa y profundiza los temas de clase.	0.18	4	0.72
	Permite que tanto estudiantes como docentes sean afines con los avances de la tecnología y desarrollen habilidades que van a la par con el crecimiento digital.	0.09	3	0.27
	Disminuye gastos en material análogo como libros y fotocopias ya que el material suele encontrarse de forma gratuita en internet y se comparte a través de correos electrónicos o mensajería instantánea.	0.13	3	0.39
	Estimula la capacitación en medios virtuales por parte de	0.24	4	0.96

inmigrantes digitales, de esta forma se disminuye la brecha educativa que genera la reducida capacitación en el área de parte del cuerpo docente.		
	0.64	2.34

Tabla 7. Fortalezas desde la perspectiva de los resultados fotográficos

Fortalezas desde la perspectiva de los resultados fotográficos				
General	Específicos	Peso	Calificación	Ponderado
Propone una actividad creativa y estimulante que acerca al participante a salirse del modelo de educación convencional y lo impulsa a ser partícipe de la realidad paradigmática en la que se desenvuelve.	Permite a los estudiantes interesados acercarse más a técnicas nuevas desde los elementos que se pueden encontrar en casa.	0.2	4	0.8
	Estimula la creatividad y la recursividad para la creación de escenarios fotográficos que aportan al conocimiento y la versatilidad fotográfica.	0.24	4	0.96
	A partir del uso de plataformas usuales de los nativos digitales como Instagram, acerca al público objetivo y permite que este crezca y se interese por el tema desde la pluralidad, el alcance y el coloquialismo aplicado a aulas virtuales.	0.18	3	0.54
	Anima a los estudiantes a ser activos partícipes	0.15	3	0.45

de las dinámicas propuestas a través de retos semanales que impulsan y retan a hacer uso de los aprendizajes obtenidos con temas específicos.	
	0.77
	2.75

8.1.2.2 Debilidades

Tabla 8. Debilidades desde la perspectiva de la implementación de infografías

Debilidades desde la perspectiva de la implementación de infografías				
General	Específicos	Peso	Calificación	Ponderado
Baja o limitada interacción social, esto aumenta el tiempo muerto entre maestro y alumno, además de promover una educación individualizada, mecanizada y despersonalizada.	Deteriora la educación en términos de calidad y acompañamiento.	0.06	1	0.06
	Se limita la interacción del alumno para que comparta e interactúe con otros alumnos y su maestro.	0.1	2	0.2
	Falta de disciplina por parte de estudiantes con horarios de autoaprendizaje debido a los paradigmas del modelo educativo convencional.	0.13	2	0.26
	Poca preparación por parte de la mayoría de docentes para la implementación de plataformas y herramientas digitales en la educación.	0.07	1	0.07
		0.36		0.59

Tabla 9. Debilidades desde la perspectiva de los resultados fotográficos

Debilidades desde la perspectiva de los resultados fotográficos				
General	Específicos	Peso	Calificación	Ponderado
Limita al estudiante a una sola forma de expresión visual que lo reprime de acercarse a otras formas de composición visual que también pueden dar cuenta de la realidad y ser parte de procesos fotográficos.	Permite que el estudiante se encapsule en una sola forma de composición de la imagen debido a lo limitado de los espacios fotográficos construido a través de los estigmas.	0.04	1	0.04
	Impide que el estudiante obtenga una correcta y amplia retroalimentación basada en sus resultados.	0.08	2	0.16
	Por las limitaciones dada la crisis sanitaria por Covid-19 se observan resultados compositivos similares en diferentes estudiantes, eso limita la pluralidad y diversidad de resultados.	0.05	1	0.05
	El método de enseñanza limita la precisión y comprensión de la aplicación de retoque y edición.	0.06	2	0.12
		0.23		0.37

8.1.3 Integración de resultados de análisis DOFA y términos generales.

Tabla 10. Integración de resultados de análisis desde la perspectiva de la implementación de infografías.

Integración de resultados de análisis desde la perspectiva de la implementación de infografías

MEFI				MEFE			
Fortalezas		Debilidades		Oportunidades		Amenazas	
Acceso masivo, rápido y en cantidad, a recursos tecnológicos visuales que complementan la educación y los demás recursos bibliográficos ofrecidos por el docente.		Baja o limitada interacción social, esto aumenta el tiempo muerto entre maestro y alumno, además de promover una educación individualizada, mecanizada y despersonalizada.		Desarrollar herramientas de diseño para los actuales parámetros educativos, de esa forma se piensa no solo en quién enseña sino también en quien está aprendiendo.		La dependencia a las TIC y a la conectividad a internet 24/7 limita el acceso generalizado de los estudiantes quienes regularmente tendrían acceso durante una clase 100% presencial y no presencial mediada por tecnologías.	
Peso	Ponderado	Peso	Ponderado	Peso	Ponderado	Peso	Ponderado
0.64	2.34	0.36	0.59	0.66	2.37	0.34	0.55

Tabla 11. Integración de resultados de análisis desde la perspectiva de los resultados fotográficos

Integración de resultados de análisis desde la perspectiva de los resultados fotográficos							
MEFI				MEFE			
Fortalezas		Debilidades		Oportunidades		Amenazas	
Propone una actividad creativa y estimulante que acerca al participante a salirse del modelo de educación convencional y lo impulsa a ser partícipe de la realidad paradigmática en la que se desenvuelve.		Limita al estudiante a una sola forma de expresión visual que lo reprime de acercarse a otras formas de composición visual que también pueden dar cuenta de la realidad y ser parte de procesos fotográficos.		Expandir los conocimientos básicos de fotografía y composición como herramienta para el correcto uso de nuevas tecnologías y métodos de aprendizaje.		Deserción de estudiantes conforme avanza el curso, esto gracias a la monotonía, la baja interacción de alumnos y docentes, y la pérdida de interés sumada a los principios de autoaprendizaje que no retienen al estudiante a las dinámicas propuestas.	
Peso	Ponderado	Peso	Ponderado	Peso	Ponderado	Peso	Ponderado
0.77	2.75	0.23	0.37	0.65	2.28	0.35	0.58

Desde las tablas presentadas anteriormente, es evidente que tanto en los aspectos internos como en los externos, el análisis de las Oportunidades y las Fortalezas, o análisis FO, es el aspecto más relevante de los datos obtenidos, esto permite evidenciar que desde lo interno (fortalezas) existen fundamentos sólidos que permiten un correcto desarrollo del proyecto, y por otro lado desde lo externo (oportunidades) se puede ver un buen ambiente de desarrollo y un campo de acción viable. Desde aquí es evidente que las acciones tomadas en el proyecto aportan aspectos positivos al campo y permiten que tanto la educación como la fotografía se adapten a la virtualidad y apliquen nuevas técnicas, que brindan a los estudiantes mejores espacios para acoplarse a modelos educativos en los que se incluyan técnicas que se apoyen y/o fundamenten en aspectos tecnológicos y virtuales.

Ahora bien, desde los aspectos internos y externos evidenciados desde el análisis de las Amenazas y las Debilidades, o análisis DA, es importante mencionar que si bien el proyecto está fuertemente fundamentado y tiene un terreno amplio y con oportunidades de desarrollo, no es perfecto desde ningún aspecto. Internamente se debe buscar una solución viable para poder proveer a los estudiantes mejores oportunidades de retroalimentación, de educación y de desarrollo a profundidad de los temas planteados, y también se debe tener en cuenta los aspectos que dentro del espacio de desarrollo del proyecto afectan directamente a las formas y los métodos del mismo. De esta forma desde las oportunidades se debe buscar la mejor forma de atacar las debilidades y desde las fortalezas aplicar nuevos métodos para disminuir las amenazas, todo esto desde un proceso colectivo en donde no solo se toma en cuenta el proyecto como una singularidad, sino que se tiene en cuenta el campo de desarrollo general (trabajo, educación básica, educación profesional, educación formal e informal) y desde allí se generan estrategias de cambio y desarrollo colectivo y competitivo sano que aporten de manera significativa a las amenazas externas del medio.

11. Capítulo 5: Propuesta de entorno web como repositorio de infografías para futuras consultas por parte de docentes y estudiantes formales y no formales

Desde el equipo ILATE y durante el proceso de creación y ajuste de las infografías nace la necesidad de tener un repositorio oficial en el cual los receptores y asistentes pudiesen tener acceso a los objetos de educación como apoyo a procesos individuales de aprendizajes. De esta forma se plantea el siguiente prototipo de media fidelidad (mockup) como solución a esta situación. (Figuras 15 - 18)

Figura 15: Bienvenida a usuario del repositorio ILATE.



Figura 16: Selección de usuario para enrutar la búsqueda.



Figura 17: Lista de infografías disponibles por módulo.



Figura 18: Visualización de infografía.



12. Conclusiones

Es evidente que aunque hay un camino largo por recorrer desde la aceptación de nuevos métodos en la educación, poco a poco se avanza hacia un desarrollo de técnicas que buscan influenciar de manera positiva y efectiva a las nuevas generaciones.

En ese sentido, Ilate como propuesta de enseñanza no formal demuestra ser un método de educación virtual que desde el diseño, apoya procesos que resultan atractivos e interesantes para las nuevas generaciones de nativos digitales; permitiendo además que prácticas como la fotografía tengan un mayor alcance, no solo de manera formal para las personas que tienen acceso a recursos fotográficos de alta gama, sino también para grupos específicos en los que si bien el acceso puede no ser limitado aún están en un proceso inicial de aprendizaje.

El estudio de los componentes lingüísticos de la comunicación visual de manera intrínseca durante los talleres de Ilate, es una forma poco agresiva pero con influencia significativa en quienes hicieron parte del proceso y los talleres durante el periodo de 2020-1, cuenta de esto es no solo el apoyo, que fue incrementando progresivamente a lo largo de los talleres, sino también de la calidad fotográfica evidenciada desde el primer taller hasta el último, en donde la influencia del material educativo de apoyo impartido en las redes sociales de Ilate y

sus infografías, es evidente y de alto impacto. Es así como de forma implícita Ilate aporta a la disminución del analfabetismo visual estético, aportando factores que le permiten al participante tener una mirada crítica y analítica de lo que ve.

Desde las perspectivas edu-comunicativas se puede concluir que, desde los fundamentos de comunicación visual y de fotografía básica, se han apoyado y usado diferentes técnicas que han disminuido el analfabetismo visual estético en personas de todas las edades, influenciando a educadores y alumnos a hacer uso de otras plataformas educativas que están fuera de los cánones tradicionales de enseñanza. De esta forma se ha asegurado que los participantes de las sesiones en vivo ofrezcan e identifiquen desde diferentes perspectivas el valor semántico y semiótico de la imagen, con un sentido crítico y analítico del contexto en el que estas son expuestas.

De esta forma, las tablas de análisis DOFA permiten tener un acercamiento claro y cuantitativo al método y su efectividad, relacionando los resultados directamente con factores internos y externos que determinan si el proyecto está encaminado a una sociedad que crece, se desarrolla y se adapta a través de los nuevos medios de comunicación y difusión de la información, guiando los nuevos métodos a una modificación que realmente modifique el modelo a los medios y no los medios al modelo.

La educación tradicional ha perdido fuerza en las últimas décadas, la tecnología y la virtualidad han traído nuevos métodos de enseñanza, entre ellos la educación a distancia, que ya era una opción antes de la crisis sanitaria por Covid-19. Es por eso que las generaciones de inmigrantes digitales deben adaptarse a la tecnología y la virtualidad, llevar el uso de estas herramientas a un nuevo nivel en el que la educación realmente es un factor que entre a competir dentro del desarrollo de TIC's y metodologías de educación virtual, en las que el apoyo gráfico y visual es una herramienta con mucho poder.

La crisis sanitaria por Covid-19 sigue siendo una oportunidad perfecta para encontrar mejores métodos para ajustar la enseñanza a las nuevas generaciones, es una oportunidad para

encontrar la forma ideal de aplicar todos los conocimientos de la mano del desarrollo digital, es el momento de explorar nuevos espacios que adapten el modelo educativo a la digitalidad, la tecnología y la virtualidad, y no seguir adaptando estas herramientas al método tradicional.

Ilate ha demostrado que ser un proyecto creado en primera instancia para la presencialidad, no presenta un obstáculo para adaptarlo rápidamente a los medios digitales sin perder la esencia y los objetivos, aprovechar las herramientas que brinda la globalización para brindar espacios seguros y llamativos es primordial en esta era, no solo por el impacto que ha significado la crisis sanitaria por Covid-19, sino porque es evidente que el desarrollo tecnológico sigue creciendo y avanzando, el cambio es inminente. Aprovechar estos medios especialmente en estudios visuales, audiovisuales, lingüísticos, artísticos, entre muchos otros es la mejor manera de mantener a los alumnos conectados con el conocimiento y a los docentes conectados con los avances, ambos lados del aula en constante crecimiento educativo y con una constante posibilidad de retroalimentación.

Es por esto que el placer de estar frente a una imagen o un estímulo visual, es la razón fundamental para modificar los métodos tradicionales para educar niños, jóvenes y adultos, de esta forma se aporta en gran manera a la cultura visual, permitiendo que sean ellos quienes desde la realidad propia de las situaciones que afectan colectivamente hablen con factores críticos y analíticos, basado en lo que interpretan de la imagen y los diferentes estímulos visuales que los ayudan durante los procesos educativos.

13. Referencias

- Alonzo, R. (2019). Sobre el uso de los conceptos prosumer y emirec para estudios sobre comunicación mediada por internet. *Sphera Pública. Revista de ciencias sociales y de la comunicación*. 19 (1). 2-23. Recuperado de:
<http://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/361>
- Álvarez, L. (2009). Estilos de conocimiento en los estudios de la comunicación

mediática en Colombia: años 1962 a 1990. *Popayán: Universidad del Cauca*.

Aparici, R. (2010). *Educomunicación: Más allá del 2.0*. España. Gedisa Editorial.

Recuperado de:

https://amsafe.org.ar/wp-content/uploads/Aparici-Educomunicacion_Mas_Alla_del_2-o.pdf

Arango, P. y Henao, R. (2020). Procesos de educomunicación: acercarse a la fotografía, experiencias del colectivo de la Asociación de Viejitas Chéveres, de San Antonio de Pereira. Cátedra UNESCO de comunicación. Universidad Católica de Oriente.

Recuperado de:

https://www.javeriana.edu.co/unesco/humanidadesDigitales/ponencias/pdf/IV_71.pdf

Arroyo, I. Baladrón, A. y Martín, R. (2013). La comunicación en redes sociales: percepciones y usos de las Ong españolas. Cuadernos Info, 32. 77-88. Recuperado de:

<https://scielo.conicyt.cl/pdf/cinfo/n32/arto8.pdf>

Barbas, A. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de Educación*, 14. 147-175. Recuperado de:

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4184243.pdf>

Bianchetti, A. (2019). El necesario vínculo entre lo visual y la investigación cualitativa.

Cuadrenos de pesquisa, 49. Recuperado de:

https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-15742019000300344&script=sci_arttext

Bracamonte, R. (2015). La observación participante como técnica de recolección de información de la investigación etnográfica. *Revista Arjé*, 132 - 139. Recuperado de:

<http://www.arje.bc.uc.edu.ve/arj17/art11.pdf>

Cabra, F. y Marciales, G. (2009). Mitos, realidades y preguntas de investigación sobre los ‘nativos digitales’: una revisión. Recuperado de:

<http://www.scielo.org.co/pdf/rups/v8n2/v8n2a03.pdf>

Cabra, F. y Marciales, G. (2009). Nativos Digitales: ¿Ocultamiento de factores generadores de

- fracaso escolar?. *Revista Iberoamericana de investigación*. 50, 113-130. Recuperado de:
<https://rieoei.org/historico/documentos/rie50a06.pdf>
- Castillo, G. (2015). La fotografía como registro antropológico. Aproximaciones, alcances y limitaciones de la imagen fotográfica como fuente y representación de la otredad. *Margen77*. Recuperado de: <https://www.margen.org/suscri/margen77/castillo77.pdf>
- Cloutier, J. (1973). La communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self média. *Audio-Visuel*, 8, 75-92. Recuperado de:
https://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1973_num_19_1_4033
- Fiske, J. (1982). *Introducción al estudio de la comunicación*. Inglaterra. Methuen & Co. Ltd.
- Fontcuberta, J. (2004). La fotografía será narrativa o no será. *El Cultural*. Recuperado de:
<https://elcultural.com/La-fotografia-sera-narrativa-o-no-sera-por-Joan-Fontcuberta>
- Frascara, J. (2006). *El poder de la imagen. Reflexiones sobre comunicación visual*. Argentina. Ediciones Infinito.
- García, F., Portillo, J., Romo, J., y Benito, M. (2009). Nativos digitales y modelos de aprendizaje. Recuperado de: <http://ceur-ws.org/Vol-318/Garcia.pdf>
- Hernández, O. (1998). La fotografía como técnica de registro etnográfico. *Cuicuilco*, 13. 31-51. Recuperado de:
http://sgpwe.izt.uam.mx/pages/egt/Cursos/MetodoLicIII/21_Hernandez_Fototec.pdf
- Hernansen, P., Fernández, R. (2018). *La foto-etnografía como metodología de investigación para el estudio de manifestaciones conmemorativas contestatarias en el espacio público*. [Tesis de doctorado, Universidad de Chile] Recuperado de:
<http://www.scielo.org.co/pdf/unih/n86/0120-4807-unih-86-167.pdf>
- Hütt, H. (2012). Las Redes Sociales: Una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones* 91 (2). 121-128. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- Lasta, A. (2015). El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la

- producción audiovisual transmedia. *Icono 14*. 14. 71-94. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5334098.pdf>
- Ligarretto, R. (2020). Educación virtual: realidad o ficción en tiempos de pandemia. *Pesquisa Javeriana*. Recuperado de:
<https://www.javeriana.edu.co/pesquisa/educacion-virtual-realidad-o-ficcion-en-tiempos-de-pandemia/>
- Lugo, M. (2014). El valor de la fotografía. *Oficios Terrestres*, 1(31). 124-135. Recuperado de:
https://perio.unlp.edu.ar/sistemas/biblioteca/files/EL_VALOR_DE_LA_FOTOGRAFIA.pdf
- Martín-Barbero, J. (1996). Heredando el futuro. Pensar la educación desde la comunicación. *Nómaditas*. 5. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1051/105118998002.pdf>
- Martín-Barbero, J. (2003). Jóvenes: comunicación e identidad. Recuperado de:
https://plataformaeducativa.santafe.edu.ar/moodle/pluginfile.php/474368/mod_folder/content/0/Mart%C3%ADn-Barbero%20J%C3%B3venes%20comunicaci%C3%B3n.pdf?forcedownload=1
- Martínez, M. (2012). *Los Grupos Focales de Discusión como Método de Investigación*. Recuperado de: <http://miguelmartinezm.atspace.com/gruposfocales.html>
- McLuhan, M. y Barrington, N. (1972). *Take today: The executive as dropout*. Nueva York, Roy Publishers.
- Mondaca, B., Moraga, I., y Villarroel, M. (2019). *Alfabetización visual como propuesta metodológica para la creación de material didáctico*. [Seminario para grado en educación, Universidad de Concepción] Repositorio institucional digital - Univerisdad de Concepción. Recuperado de:
http://repositorio.udec.cl/bitstream/11594/3624/6/Tesis_Alfabetizacion_visual.Image.Marked.pdf
- Morales, M. (2020). La mirada fotográfica del primer confinamiento. *El País*. Recuperado de:

- <https://elpais.com/cultura/2020-11-04/la-mirada-fotografica-del-primer-confinamiento.html>
- Muñoz, G. (1996). El sujeto de la comunicación. *Revista Nómadas*, (5). 146-158. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/268052496_El_sujeto_de_la_educacion
- Muñoz, G. (2010). La comunicación en los mundos de vida juveniles. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*. 3, 299-323. Recuperado de: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>
- Pantoja, A. (2011). Los nuevos medios de comunicación social: las redes sociales. *Tejuelo*, 12. 218-226. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3737961.pdf>
- Prensky, M. (2001). Nativos e Inmigrantes digitales. *On the horizon*. 9 (6). Recuperado de: [https://marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](https://marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)
- Ramon, A. (22 de junio de 2015). *Analfabetismo Visual*. Artur Ramon Art. Recuperado de: <https://www.arturamon.com/analfabetismo-visual/>
- Sánchez, A. (2020). Analfabetismo visual y falta de creatividad por falta de artes en educación básica. *NotiPress*. Recuperado de: <https://notipress.mx/vida/analfabetismo-visual-falta-creatividad-falta-artes-educacion-basica-4195>
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona. Gedisa Editorial. Recuperado de: <https://tmduces.files.wordpress.com/2014/01/scolari-carlos-hipermediaciones.pdf>
- Soriano, E., y González, A. (2008). Ciudadanía, democracia y participación. Almería: Universidad Almería.
- Tapscott, D. (1995). *Digital Economy*. McGraw-Hill.
- Umba Rodríguez, J. (2021-04-15). *VITADI: Una alternativa de formación artística desde el enfoque educocomunicativo*. Universidad Nacional de Colombia.

- Valenzuela, C. (2011). Reseña de "EDUCOMUNICACIÓN: MÁS ALLÁ DEL 2.0" de Roberto Aparici. *Nómaditas (Col)*, 35, 264-266. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/pdf/1051/105122653019.pdf>
- Villar, M. (2013). El valor simbólico de la imagen representada. *Revista Legado de Arquitectura y Diseño*, 16. 51-64. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/pdf/4779/477947304004.pdf>
- Yuni, J. y Urbano, C. (2015). Mapas y herramientas para conocer la escuela. Investigación etnográfica, Investigación – Acción. *Editorial Brujas*.