



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

Tecnologías emergentes aplicadas a las metodologías activas en la era de la inteligencia artificial

Coords.

Carmen Romero García

Olga Buzón García

Dykinson, S.L.

TECNOLOGÍAS EMERGENTES APLICADAS
A LAS METODOLOGÍAS ACTIVAS EN LA ERA
DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

TECNOLOGÍAS EMERGENTES APLICADAS
A LAS METODOLOGÍAS ACTIVAS EN LA ERA
DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Coords.

CARMEN ROMERO GARCÍA
OLGA BUZÓN GARCÍA

Dykinson, S.L.

2023

TECNOLOGÍAS EMERGENTES APLICADAS A LAS METODOLOGÍAS ACTIVAS EN LA ERA
DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Diseño de cubierta y maquetación: Francisco Anaya Benítez

© de los textos: los autores

© de la presente edición: Dykinson S.L.

Madrid - 2023

N.º 156 de la colección Conocimiento Contemporáneo

1ª edición, 2023

ISBN: 978-84-1170-579-0

NOTA EDITORIAL: Los puntos de vista, opiniones y contenidos expresados en esta obra son de exclusiva responsabilidad de sus respectivos autores. Dichas posturas y contenidos no reflejan necesariamente los puntos de vista de Dykinson S.L., ni de los editores o coordinadores de la obra. Los autores asumen la responsabilidad total y absoluta de garantizar que todo el contenido que aportan a la obra es original, no ha sido plagiado y no infringe los derechos de autor de terceros. Es responsabilidad de los autores obtener los permisos adecuados para incluir material previamente publicado en otro lugar. Dykinson S.L. no asume ninguna responsabilidad por posibles infracciones a los derechos de autor, actos de plagio u otras formas de responsabilidad relacionadas con los contenidos de la obra. En caso de disputas legales que surjan debido a dichas infracciones, los autores serán los únicos responsables.

IMAGEN REMIX Y MEMES DE INTERNET EN EDUCACIÓN ARTÍSTICA UNIVERSITARIA

NURIA REY SOMOZA

Departamento de Artes y Humanidades. Universidad Rey Juan Carlos

1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación parte de la interrelación de tres ámbitos de estudio: las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en relación con la cultura digital, la educación en artes y la formación universitaria. Se concentra, concretamente, en el estudio de la cultura e imagen digital como ecosistema de vivencias, integradas en la experiencia cotidiana, y centrándose en el meme de Internet como artefacto remix con potenciales usos para el proceso de enseñanza-aprendizaje. En este sentido, se parte de las posibilidades de los nuevos medios de información, comunicación y expresión como canales de aproximación a los lenguajes contemporáneos de interacción socio digital.

Frente a modelos asociados a periodos anteriores (e identificados como eras web 1.0 o 2.0), las opciones contemporáneas tienden hacia ambientes de vida y de presencia digital online impulsados por la sociedad red (Castells, 2006). Si bien existe una diferencia, incluso cronológica, entre los dos primeros periodos de web 1.0 y 2.0, las posteriores (como 3.0 o 4.0) coinciden en la mayoría de sus características, pues sus aspectos más significativos se van entremezclando de manera continua en las dinámicas de vivir el online (tabla 1). Así, las etapas 3.0 y 4.0 responden a prácticas y entornos donde los modos de interacción permiten a la persona adelantarse a sus necesidades cotidianas (Latorre, 2018), sin obviar que ese proceso de personalización conlleva un recorrido de huella y control digital de los datos: una dataficación y “procesamiento algorítmico de la vida” (Martín-Prada, 2016, p. 5).

TABLA 1. Diferencias entre fases web

	Web 1.0 > computacional <	Web 2.0 > social <	Web 3.0 y 4.0 > personalizada <
Dimensión prioritaria	Económica	Social	Social - Personalizado
Modelo de comunicación	Unidireccional – Centralizada	Multidireccional – Descentralizada	Red - Nube
Presentación de la información	Estática	Dinámica	Dinámica - Personalizada
Producción de contenidos	Por expertos	Interactiva - Multidireccional	Interactiva - Multidireccional
Dispositivo de acceso	Ordenador (ámbitos especializado o doméstico)	Dispositivos portátiles	Dispositivos portátiles (móvil o red de dispositivos vinculados)
Actualización de contenidos	Poca frecuencia	Actualización constante	Actualización constante
Alcance	Especializaciones	Global	Global

Fuente: elaboración propia

Castells (2006) es quien propone el término de sociedad red, una sociedad que integra las innovaciones de Internet y de las TIC desde una perspectiva global donde el conocimiento y la información son el primer factor de productividad económica y social. Implica, en este sentido, que “todo el mundo se ve afectado por los procesos que tienen lugar en las redes globales de esta estructura social” (Castells, 2009, p. 51), incluso cuando no participan activamente de ellas. Y, además de la afección por los procesos digitales que señala el autor, se colocan en el mismo nivel de importancia los medios y los contenidos (Colorado, 2011) que construyen todo el entorno online.

La cultura de la sociedad red es una cultura de protocolos de comunicación entre todas las culturas del mundo, desarrollada sobre la base de una creencia común en el poder de las redes y de la sinergia obtenida al dar y recibir de los demás. (Castells, 2009, p. 67)

1.1. MARCO DE PERTINENCIA

El uso de estrategias digitales novedosas o con potencias para usos innovadores es una línea ampliamente abordada en favor de metodologías educativas acordes a las características de la sociedad contemporánea. En este recorrido de introducción de las tecnologías en el sistema y el

proceso educativo, Muñoz (2008) señala cómo, en los años 80, se instaló el término NNTT (Nuevas Tecnologías) en las primeras etapas de incorporación de ordenadores domésticos en contexto educativo. En décadas posteriores se han utilizado otros como NTIC (Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación) o TICs (englobando en plural el conjunto de tecnologías). Afianzándose, después, el término TIC como concepto paraguas para referirse a todas ellas, respondiendo a las características de la sociedad de la información y la comunicación frente a la anterior sociedad industrial (Laraque, 2010).

Una de las problemáticas detectadas con mayor reconocimiento en la literatura es el empleo de las tecnologías educativas cuya finalidad es trasladar el proceso tradicional de enseñanza a la esfera digital. Es decir, poner en marcha procesos de digitalización o virtualización desde un enfoque eficientista o de apoyo logístico, sin abordar las posibles explotaciones de los recursos en un sentido metodológico para el aprendizaje. Estas implementaciones se alejarán de prácticas motivadoras al distanciarse de los espacios, materiales, lenguajes y dispositivos cotidianos de los estudiantes de la educación superior.

Por sofisticadas que nos parezcan y por mucha capacidad que tengan las TIC (...) parece difícil considerarlas como tecnologías del aprendizaje y el conocimiento si no se enmarcan en un contexto educativo, con unas finalidades y un sistema de seguimiento que nos permite pronunciarnos sobre el valor educativo de las experiencias (Sancho, 2008, p. 27)

Por ello, cabe discriminar de entre todas las posibles TIC aquellas que fomenten o posibiliten estrategias enfocadas en las competencias y los modos de aprendizaje. En este sentido, se ha determinado el término TAC (Tecnologías del Aprendizaje y el Conocimiento) para denominar las que son facilitadoras de estos procesos (Moya, 2013; Vera, 2016). De esta manera, las tecnologías y nuevos medios destinados a la acción educativa que pretendan mejoras en el proceso de enseñanza-aprendizaje, en relación con la creatividad y la experiencia, deben ser consideradas en este grupo más concreto. Así, todas las TAC pertenecen al marco de las TIC, pero no todas las TIC son recursos que pueden funcionar como TAC.

1.2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Proponiendo, pues, una investigación donde localizar recursos TAC acordes a las dinámicas de actualidad, el tema que se presenta aquí se concentra en el uso del meme de Internet como herramienta para la enseñanza universitaria en diversas disciplinas desde las artes y el diseño gráfico. Para comprender los marcos y particularidades de estos memes de Internet, a continuación, se abordan temáticas como la teoría memética, la imagen digital y sus implicaciones contemporáneas, así como la relación entre la educación artística y los nuevos medios digitales de comunicación, conocimiento y expresión.

1.2.1. Concepto *meme*

El término es establecido en un primer momento por Dawkins (1993) desde la teoría memética, relacionada con las teorías de la evolución y la selección natural genética. Esta teoría contrapone el gen (*gene*), que es el replicador a nivel biológico en la evolución, con el meme, que sería el elemento de transmisión evolutiva de información cultural. Se acuña por su similitud fonética con el gen, y a su vez para relacionarse de manera simbólica con atributos como la mimesis y la memoria. Este transmisor se asienta, según los autores, por asimilación o imitación, de generación en generación y dentro de una comunidad o ambiente determinado (Dennett, 1995; Santibáñez, 2007; Castaño, 2013).

Las investigaciones recientes que abordan el meme de Internet se apoyan en esta teoría memética, tomándola como punto de partida para profundizar en definiciones y matices. Con ello, estos desarrollos aúnan los planteamientos de la memética con la evolución de los procesos de virtualización y viralización en relación con los cambios culturales, los comportamientos en Internet y las formas de transmisión online. Procesos desde la hipermediación que, como señala Scolarì (2008) implican diferentes “hibridaciones y contaminaciones” digitales (p.113) tanto para la producción como para el consumo y la interacción en red.

Los principales autores que asocian el meme (en su concepción original) con los memes online de Internet son Knobel y Lankshear (2007). Es decir, asocian la teoría memética y su capacidad de impregnación con

los nuevos medios de comunicación. Así, analizan el meme de Internet según sus características clave para considerarse unidades de réplica o reinterpretación cultural y digital, siendo estas: longevidad, fidelidad y fecundidad. Estos tres aspectos se relacionan con el éxito que el meme de Internet puede alcanzar en el espacio online: “aquella información que se reproduce en mayor cantidad, fidelidad y longevidad es la que se encuentra en la sociedad” (Guzmán y Vélez, 2012).

Además, se han ofrecido otros términos para diferenciar los memes digitales de los originalmente propuestos en la teoría memética, como *imeme* (Vélez, 2013; Gómez, 2014).

Por su estrecha relación con el término original, un meme de Internet, según Davison (2012), es “un fragmento de cultura, normalmente un chiste, que gana influencia a través de la transmisión en línea” (p. 122). En palabras de Castaño (2013):

Un meme de Internet es una unidad de información (idea, concepto o creencia), que se replica a través de Internet (e-mail, chat, foro, redes sociales, etc.) en forma de hiper-link, video, imagen o frase. Puede pasar como una copia exacta o puede cambiar y evolucionar. La mutación en la réplica puede ser por significado, manteniendo la estructura del meme, o viceversa. Esta mutación ocurre por oportunidad, adición o parodia (...) Su movilidad, almacenamiento y alcance se basan en la web (disco duro, teléfonos móviles, servidores, nube, etc.) (Castaño, 2013, p.97).

1.2.2. La imagen digital

La necesidad de incorporar estrategias, metodologías acordes a la contemporaneidad de la vida cotidiana en la acción educativa conduce a la experimentación con formatos o herramientas que puedan responder a las demandas de la sociedad actual. Así, desde la introducción de determinadas TAC, estas prácticas se fundamentarán en gran medida en las condiciones y características propias de la cultura digital. Esta cultura digital, o cibercultura, puede entenderse como “la versión digital del patrimonio cultural” (Colorado, 2011, p. 104, apoyado en el *The Digi-CULT Report* de la Comisión Europea de 2002). Abordando la complejidad que la sitúa como espacio de convivencia, agrupador de dinámicas y códigos socio comunicativos, Regil (2014) la entiende como “un dispositivo por medio del cual configuramos lo real en lo virtual” (p. 29).

Por tanto, en la experiencia actual, de manera paralela y entrelazada con la realidad física, la cultura digital será el conjunto de espacios y vivencias configurado por los modos de intercambio entre sujetos-usuarios en el ambiente digital, en uso de los lenguajes, códigos, formas de representación y procesamiento de la información y las relaciones sociales que proporciona la tecnología habitada.

En este sentido, es clave resaltar una de las características más importantes de este entorno: su carácter hipervisual. Todos los espacios de la red digital-social se conforman mediante imágenes, es decir, a través de formas de interacción y recorridos donde predomina lo visual, sea cual sea su finalidad (expresiva, informativa, publicitaria, artística, etc.). Esta forma de convivir y habitar el Internet y la cultura digital, siendo además un recurso o espacio de acceso masivo (global), potencia la cantidad de público que ejerce como consumidor y productor (o prosumidor). Así, la imagen digital (o *e-image*, como indica Brea, 2010) ocupará una posición protagónica a la hora de analizar y comprender las dinámicas de la vida online.

Fontcuberta (2016) inserta las particularidades de la imagen digital en un contexto postfotográfico: son consecuencia de la abundancia visual, donde el creador o creadora se convierte en una figura constructora de sentido. Por ello, estas imágenes adquieren nuevas connotaciones que las sitúan como productos visuales, pero también como dispositivos con agencia mediadora del orden estético-visual de hoy. Además de sus condiciones principales (la inmaterialidad, la disponibilidad y el aporte en el entorno de saberes comunicativos, según Fontcuberta), la imagen digital supone, pues, la oportunidad de inventar o replantear las relaciones con el mundo y los materiales que lo conforman (Martínez-Luna, 2016, p. 108).

1.2.3. Educación artística y creatividad en Internet

Por su condición hipervisual, fundamentada en las lógicas de la imagen digital y un ciberespacio construido desde lo visual, la didáctica de las artes se presenta como un contexto apropiado para abordar las cuestiones y reflexiones sobre cómo la sociedad se relaciona con el mundo digital desde lo funcional, lo comunicativo, lo estético y lo creativo. Del mismo modo, la educación artística puede ser el contexto desde el que

reflexionar sobre la creación o creatividad distribuida que sucede en Internet, donde la sociedad red practica procesos de “socialización de las prácticas creativas” (Martín-Prada, 2008, p. 69).

Los modos de deslocalización de la práctica visual y creativa ocurren debido a que las imágenes digitales duran mientras están aconteciendo; la imagen digital sucede en constante producción y en presente (Brea, 2007, 2010; Martín-Prada, 2008; Fontcuberta, 2016), de la misma manera que sostienen la experiencia del usuario en un presente continuo. En esta constante retroalimentación entre prácticas o creaciones visuales se establecen mecanismos con tendencia a la automatización de la estética (Manovich, 2017): el acceso masivo a las herramientas y la homogeneización de opciones para el tratamiento de imágenes ofrecen patrones determinados desde distintas fuentes. Así, las imágenes y los modos de visualidad son dispositivos reutilizables y editables, siguiendo unas lógicas de reciclaje (como nombra Fontcuberta, 2016) o filosofías del *copy-paste* (Alcalá-Mellado, 2014): la imagen digital se caracteriza, en este sentido, por su capacidad de reinterpretación, apropiación y remix.

Además de estas particularidades, las imágenes digitales y los artefactos visuales serán los que actúen como entradas al ecosistema online. Los objetos y espacios digitales (también visuales) son habitados desde las dinámicas del mundo-imagen (Zafra, 2017), donde la imagen actúa como canal de conexión hibridando lo artificial y lo natural (Alonso, 2014). Por ello, su sentido como dispositivo o como instrumento con capacidad mediadora tendrá que ver con sus formas de funcionar como ventana e interfaz al entorno virtual.

2. OBJETIVOS

El objetivo general, con estos puntos teóricos de partida, se concreta en analizar las estrategias implementadas en el contexto de la educación artística universitaria a partir de las potencias del meme de Internet como artefacto de la sociedad digital. A nivel específico, la investigación aborda el análisis y reflexión en torno a tres ejes:

- Su capacidad para el aprendizaje desde la síntesis, análisis de contenidos y capacidad de expresión.
- Las potencias para el aprendizaje desde los fenómenos y opiniones en su creación.
- Sus características como recurso TAC.

Así, se puede preguntar: ¿qué estrategias educativas, desde el meme de Internet como TAC, son posibles y potencian el aprendizaje en educación artística? Desde esta cuestión y ejes de estudio se desprenderán unos resultados, posteriormente discutidos, y unas conclusiones que atenderán a las posibilidades del meme de Internet como recurso educativo en este contexto.

3. METODOLOGÍA

El estudio se establece desde un planteamiento mixto, que se nutre de la experiencia práctica para explorar resultados de carácter cualitativo y artístico (*cuali-arte*). De esta manera, y a la vez que se utilizan estrategias asociadas al enfoque cualitativo, se permite el margen de interpretar la experiencia desde parámetros de las artes visuales y su didáctica, flexibilizando los procesos para que puedan permear las propias acciones y dinámicas de los procesos educativos. El método que se plantea es inductivo, partiendo de lo general a lo particular, de modo que la experiencia práctica y sus acciones arrojan información que puede concretarse en conclusiones enumeradas. Así, se establecen procesos que se van solapados y respondiendo, permitiendo la exploración, descripción, el descubrimiento y, con ello, la formulación de perspectivas teóricas (Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista, 2014; Izcara, 2014).

Los ámbitos generales que conviven para plantear el estudio son:

- El área educativa desde el contexto de educación artística, que supone el área disciplinaria de la investigación y del contexto de implementación. Es, también, el medio para desarrollar a nivel práctico y conceptual los materiales visuales a analizar.

- La formación universitaria. Como entorno físico y reglado de enseñanza y donde se inscribe la población de la investigación, que actúan como estudiantes prosumidores desde el punto de vista creativo, visual y gráfico. En este marco, también, se inserta el equipo docente del área de diseño gráfico.
- Las TIC como recursos clave en el desarrollo de la actividad. Funcionando como herramientas de gestión de la información, de representación visual de productos creativos y de resultados y como TAC en el proceso educativo.

FIGURA 1. Relación de ámbitos de estudio



Fuente: elaboración propia

La parte práctica mencionada se sostiene por la siguiente triangulación de técnicas:

1. La observación participante, desde la posición de docente.
2. El diario, con anotaciones relevantes extraídas de la acción didáctica.

3. El archivo, como sistema de organización y categorización de los materiales y resultados.

El contexto donde se desarrolla la investigación es la Pontificia Universidad Católica de Ecuador Sede Esmeraldas (Ecuador), desde la carrera de Diseño Gráfico. Los objetos de estudio que la componen son los memes realizados por los estudiantes, dentro de la asignatura Teoría e Historia del Diseño en el segundo y cuarto curso del grado, donde se estudian contenidos relacionados con los contextos sociales, políticos y culturales de la producción artística en diseño.

De entre las actividades prácticas, se presentan en los resultados dos de ellas, que agrupan actividades de análisis de las capacidades, actitudes y aspectos experienciales que el meme de Internet es capaz de fomentar en el contexto de educación artística. Las dos prácticas son: “re-Memora MIP” y “Experimentando el REMIX”. Se analizan, en total, una cantidad de 36 memes de Internet producidos en estas implementaciones didácticas, entendidos como objetos de estudio para detectar datos relevantes.

4. RESULTADOS

Con el fin de localizar varias potencias del meme de Internet como recurso educativo desde un sentido metodológico, se exponen a continuación los resultados de las dos prácticas realizadas.

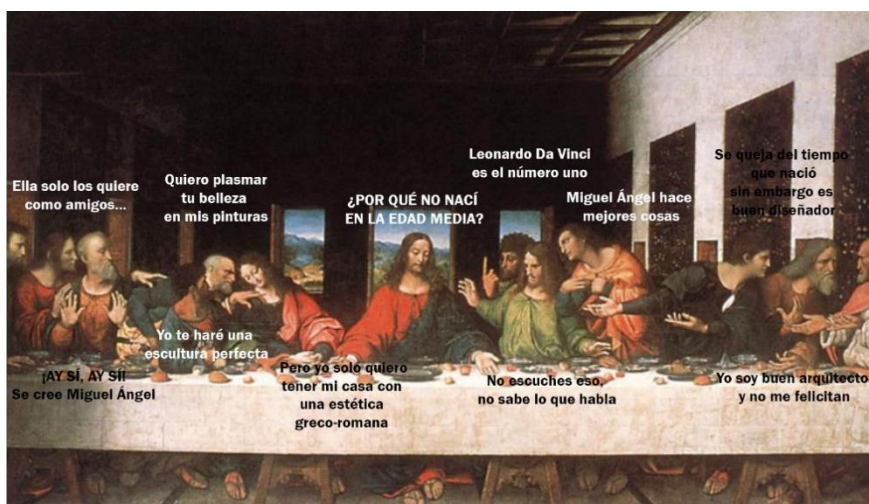
Desde “re-Memora MIP” se cuenta con el análisis de 5 memes de Internet, enfocando el estudio en valorar las capacidades de síntesis y análisis crítico de los contenidos de la asignatura demostrado en la producción de estos materiales digitales. Las observaciones de equipo docente destacan los siguientes datos:

- Los memes producidos por los estudiantes demuestran, según las valoraciones docentes, habilidades para distinguir, jerarquizar y problematizar la información de la asignatura; por lo tanto, se desarrollan **capacidades para el análisis** de los contenidos.
- Estos materiales también muestran habilidades para representar y unificar temas abordados desde la asignatura, por lo que

reflejan una **alta capacidad de síntesis** de contenidos desde la curación o filtro de modos de representación de la información.

- El equipo docente manifiesta que los memes de Internet pueden funcionar tanto desde el plano digital como físico, **adaptable** a diferentes fases del proceso didáctico. Aunque apuntan, por otro lado, que los memes de Internet adquieren su pleno sentido cuando requieren del medio online y la interacción o intención viral. Así, deben **contemplarse canales de difusión** y socialización de estos materiales fuera de la actividad individual en el aula.
- Se advierte, por otro lado, que deben estar integrados **como recurso metodológico** para no convertirse solamente en un elemento anecdótico que pueda provocar distracciones. Es decir, contemplarse como una opción educativa-lúdica estructurada.

FIGURA 2. Meme de Internet producido desde el contexto



Fuente: resultado de Teoría e Historia del Diseño. Elaborado por Micaela Lavayen

Desde la segunda práctica, “Experimentando el REMIX”, se analizan 31 memes de Internet producidos por los estudiantes. Parte del planteamiento de reinterpretar La Mona Lisa hacia lenguajes digitales contemporáneos, desde un enfoque libre.

FIGURA 3. Reinterpretación desde el meme de Internet de La Mona Lisa I



Fuente: Elaborado por Jhon Torres

FIGURA 4. Reinterpretación desde el meme de Internet de La Mona Lisa II



Fuente: Elaborado por Inés Gracia

Las observaciones más significativas de esta actividad son:

- Existe un **alto grado de experimentación** desde las lógicas del remix, centrándose en transformaciones con figuras de la cultura popular (reales y ficticias), con la cultura nacional y con las formas de comunicación digital.
- Fomenta el desarrollo de capacidades para formar **narrativas transmedia** (conjunto en red de significados socioculturales desde diversos medios, dispositivos y formatos), lo que ensalza el rol de estudiante-prosumidor, capaz de aportar reinterpretaciones al entorno creativo y comunicativo.
- Permiten el fomento o refuerzo, a su vez, del desarrollo de **habilidades de edición digital**, mediante estrategias como la construcción de plantillas, filtros de imagen, configuración de opciones y parámetros compositivos, etc. En definitiva, conocimiento para el tratamiento y reconstrucción de elementos visuales.
- El trabajo en aula con formatos de la cotidianidad permite la integración del imaginario popular en la praxis académica. De esta manera, permite acercar formas y medios de **entretenimiento a los contextos de formación**. Los materiales y procesos desde el ocio y el juego proponen fórmulas que ponen en valor lo cotidiano y experiencial dentro del contexto universitario. Es por ello que se manifiestan experiencias como la motivación, el interés o la sorpresa.

5. DISCUSIÓN

Junto con los resultados expuestos y las consideraciones relacionadas en el estado de la cuestión, se abordan en esta discusión las posibles potencias del uso del meme de Internet como herramienta educativa, contraponiendo los aspectos más destacados en la investigación para poder establecer unas pautas o categorizaciones en las conclusiones.

En primer lugar, se pueden exponer las posibilidades para el desarrollo de diferentes habilidades útiles para los procesos de aprendizaje y

transmisión o asimilación de conocimientos. Desde esta investigación destaca la opción de trabajar la capacidad de síntesis y análisis de contenidos mediante el meme de Internet. Coincide, en este sentido, con los textos de Arango (2015), donde indica que con ellos es posible fomentar o afianzar habilidades como la búsqueda, selección y edición de materiales en red, de la misma manera que permite trabajar habilidades como la observación, el análisis crítico y la reflexión en torno a diferentes temáticas. Señala, también, que su uso en el proceso educativo puede potenciar actitudes como la creatividad, la curiosidad y el pensamiento crítico. Adicionalmente, y en contextos de educación artística en diseño gráfico, el meme fomenta el aprendizaje de fórmulas para la economía formal y visual; esto es, la eficiencia para la transmisión de mensajes claros y sintetizados mediante creaciones visuales (construidos con pocos elementos).

La construcción de estos mensajes visuales estará determinada por las lógicas contemporáneas tendentes al remix digital: formas creativas y/o comunicativas que se fundamentan en el reciclaje, la reinterpretación o el collage. Modos de experimentación conceptual y visual fundamentadas en “formas creativas de absorción, de asimilación, a través de un sin fin de acciones basadas en la reelaboración de material visual preexistente: mezclar, integrar, fusionar, derivar, filtrar, alterar, etc.” (Martín-Prada, 2010, p. 49)”. Así, el meme de Internet se consolida como uno de los exponentes más claros para la construcción de la visualidad y los modos de ver en el online y, por ello, se entiende como un artefacto de gran aporte en la enseñanza de las artes visuales y gráficas.

Con estas posibilidades expuestas, y en coherencia con las lógicas contemporáneas de comunicación, se suman las opciones que permiten incluir en el proceso educativo la producción transmedia (narración que atraviesa distintos dispositivos y plataformas; Scolari, 2014). El trabajo con la imagen digital y las distintas TIC posicionan al estudiante como prosumidor (productor + consumidor, término propuesto por Toffler en 1980). Un rol prosumidor que permite que el estudiante se inserte e identifique como potencial creador de elementos visuales culturales dentro del ecosistema del folclore digital (Shifman, 2013; Rowan, 2015; Cortázar, 2014). Al desdibujarse el rol tradicional del estudiante debido a

estas nuevas dinámicas, se amplían los sistemas de identificación con otros roles asociados, también tradicionalmente, a la acción fuera del aula. Formarán parte, pues, de la ciudadanía creadora participante (Martín-Prada, 2008; Alcalá-Mellado, 2014; Castañeda, 2015; Fontcuberta, 2016) del entorno visual-digital. En este sentido, y con la producción creativa relacionada con los lenguajes y visualidades del entorno digital, el estudiante de arte y diseño puede proyectar su experiencia personal y profesional cuando realiza estos materiales. Así, y en palabras de Arango (2014), el estudiante es capaz de “asumirse bajo ciertas características” (p. 18) para visualizarse y comprenderse como futuro profesional de la comunicación y la expresión.

Por último, destaca en los resultados la potencia del uso de memes de Internet en procesos educativos como recurso lúdico motivador. Esa motivación o estímulo es posible gracias a diversos mecanismos que puedan incluirse en el aula. Uno de ellos es el humor y la risa, que promueve conexiones sociales en sí mismas (Vélez, 2015). Otro sería el uso de fórmulas atractivas, y a la vez comprensibles, acordes a la realidad cotidiana del estudiante (Arango, 2014). Todo ello puede considerarse como base estratégica para un aprendizaje motivado, que puede ser prolongado en el tiempo o, por otro lado, funcionar como gancho puntual (Rico, 2017) para generar sorpresa o interés. El meme de Internet, como artefacto del folclore y la cultura digital con estas potencias, es capaz de establecer sensaciones afectivas de conexión con las personas y los medios, por lo que se puede considerar un recurso de unión entre la enseñanza y el ocio digital (Viñals, Abad y Aguilar, 2014). De esta manera, este material funciona como elemento de conexión entre lo que sucede dentro y fuera del aula, y por ello es un canal entre la formación, el entretenimiento y la cotidianidad.

6. CONCLUSIONES

Se concluye que las estrategias de la cultura digital centradas en el meme de Internet son técnicas motivadoras para la asimilación de contenidos y fomento de capacidades en contexto de educación universitaria en artes y diseño gráfico. Por ello, el meme funciona como TAC cuando se

contempla desde una perspectiva metodológica como material didáctico para la adquisición de distintas habilidades, conocimientos y competencias.

Para responder al objetivo general de analizar las estrategias implementadas en contexto educativo a partir del meme de Internet, se determina la siguiente lista de habilidades, actitudes y experiencias que este recurso puede promover:

- Posibilidades para el desarrollo de habilidades cognitivas como: asociación de ideas, jerarquización y fragmentación de la información, lectura o pensamiento crítico.
- Potencias para el desarrollo de habilidades digitales como: búsqueda y navegación online, edición de materiales multimedia, difusión digital (software o aplicaciones de transformación de imágenes).
- Posibilidades para la expresión personal: representación de experiencias, fomento del ejercicio creativo, conexión entre ambientes formales y cotidianos, inclusión de elementos atractivos en la acción didáctica, procesos de identificación con el futuro profesional.
- Posibilidades para el desarrollo de actitudes como: la curiosidad, la imaginación, la participación e interacción transmedia, el humor, el aprendizaje motivado y la sorpresa o ruptura de situaciones formativas monótonas.

De este modo, y recogiendo los resultados y discusión de la investigación, se establecen tres grandes bloques que funcionan como pautas amplias y transversales para posibles implementaciones y adaptaciones sobre el uso del meme de Internet en procesos de enseñanza y aprendizaje:

1. Potencias como medio para el encuentro de subjetividades, a partir de procesos de identificación como futuro profesional, de expresión emocional o de fórmulas de espectacularización de lo cotidiano.

2. Potencias para el desarrollo de habilidades como la co-creación, la participación transmedia y de economía del mensaje o el conocimiento de lenguajes y estéticas de la comunicación visual mediática.
3. Potencias para el fomento de actitudes como la creatividad, la imaginación, la problematización de contenidos visuales o la apertura de las opciones creativas y transversales en entorno online-digital.

7. AGRADECIMIENTOS

A Rut Martín, por haber acompañado y asesorado todo el proceso de esta investigación. De la misma manera, a los compañeros y compañeras de la Escuela de Diseño Gráfico de la Pontificia Universidad Católica de Ecuador Sede Esmeraldas, en especial a Cristina Marmolejo, quien ha colaborado de manera activa en proyectos que han nutrido significativamente la investigación. A la propia PUCESE, por financiar mediante la aprobación de dos proyectos de investigación (“El meme en la enseñanza del diseño como ejercicio de síntesis y análisis crítico” (2017-2018) y “Viralizar la Educación: red de experiencias en torno al meme de Internet” (2018-2019) parte de la investigación.

8. REFERENCIAS

- Alcalá-Mellado, J. R. (2014). La condición de la imagen digital. Estudios iconográficos para su análisis y clasificación. *ICONO14*, 12, 113-140. Asociación ICONO14. 10.7195/ri14.v12i2.679
- Alonso, L. (2014). Un acercamiento a interfaces húmedos. En A. Fernández-Polanco (Ed.), *Pensar la imagen/pensar con las imágenes* (pp. 93-112). Delirio
- Arango, L. G. (2015). Una aproximación al fenómeno de los memes de Internet: claves para su comprensión y su posible integración pedagógica. *Comunicação. Mídia e Consumo*, 12 (33), 110-132. Escola Superior de Propaganda e Marketing. <https://doi.org/10.18568/cmc.v12i33.677>
- Arango, L. G. (2014, 12-14 de noviembre). Experiencias en el uso de los memes como estrategia didáctica en el aula [ponencia] Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación. Organización de Estados Iberoamericanos

- Brea, J. L. (2010). *Las tres eras de la imagen. Imagen-materia, film, e-image*. Akal
- Brea, J. L. (2007). *Cultura_RAM. Mutaciones de la cultura en la era de la distribución electrónica*. Gedisa
- Castañeda, W. (2015). Los memes y el diseño: contraste entre mensajes verbales y estetizantes. *KEPES*, 12 (11), 9-33. Universidad de Caldas. 10.17151/kepes.2015.12.11.2
- Castaño, C. M. (2013). Defining and characterizing the concept of Internet Meme. *Revista CES Psicología*, 6 (2), 82-104. Universidad CES de Medellín
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial
- Castells, M. (2006). *La sociedad red*. Alianza Editorial
- Colorado, A. (2011). Perspectivas de la cultura digital. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, 15 (28), 103-115. Universidad del País Vasco. <https://doi.org/10.1387/zer.2350>
- Comisión Europea (2002). *The DigiCULT Report. Technological Landscapes for tomorrow's cultural economy. Unlocking the value of cultural heritage*. Office for Official Publications of the European Communities
- Cortázar, F. J. (2014). Imágenes rumorales, memes y selfies: elementos comunes y significados. *Itzapalapa. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 77, 191-214. Universidad Autónoma Metropolitana. <http://dx.doi.org/10.28928/ri/772014/aot3/cortazarrodriguezjf>
- Davison, P. (2012). The language of Internet Memes. En M. Mandiberg (Ed.), *The Social Media Reader* (pp. 129-134). New York University Press
- Dawkins, R. (1993). *El gen egoísta. Las bases biológicas de nuestra conducta*. Salvat Editores
- Dennett, D. (1995). *Darwins dangerous idea*. The Penguin Press
- Fontcuberta, J. (2016). *La furia de las imágenes. Notas sobre postfotografía*. Galaxia Gutenberg
- Gómez, I. (2014). Del meme al imeme, trascendiendo la dimensión lúdica. *Entretextos*, 5(15), 1-9. Universidad Iberoamericana León
- Guzmán, R. y Vélez, J. I. (2012). La ciencia a la luz de los memes. Los memes a la luz de la ciencia. *Apuntes filosóficos*, 21 (41). Universidad Central de Venezuela. http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_af/article/view/3617
- Hernández-Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill Education
- Izcara, S. P. (2014). *Manual de investigación cualitativa*. Editorial Fontamara

- Knobel, M. y Lankshear, C. (2007). Online memes, affinities, and cultural production. En M. Knobel y C. Lankshear (Eds.), *A New Literacies Sampler* (pp. 199- 227). Peter Lang
- Laraque, C. L. (2010, 13-15 de septiembre). ¿Sociedad de la información o sociedad del conocimiento? [ponencia] TIC y Educación. Congreso Iberoamericano de Educación METAS 2021. Organización de Estados Iberoamericanos
- Latorre, M. (2018, 28 de marzo). Historia de las webs 1.0, 2.0, 3.0, 4.0. Universidad Marcelino Champagnat. bit.ly/3ORLLM6
- Manovich, L. (2017). Automating Aesthetics: Artificial Intelligence and Image Culture. Manovich.net. <http://manovich.net/index.php/projects/automating-aesthetics-artificialintelligence-and-image-culture>
- Martín-Prada, J. (2016). Nuevas ecologías mediáticas. Re-visiones, 6, 1-8. Universidad Complutense de Madrid. <http://www.re-visiones.net/index.php/RE-VISIONES/article/view/59>
- Martín-Prada, J. (2010). La condición de la imagen digital. En Universidad de Extremadura (Ed.), *Catálogo Lúmen_ex 2010* (pp. 42-53). Universidad de Extremadura
- Martín-Prada, J. (2008). La creatividad de la multitud conectada y el sentido del arte en el contexto de la Web 2.0. *Estudios visuales: Ensayo, teoría y crítica de la cultura visual y el arte contemporáneo*, 5, 66-79. Asociación Acción Paralela
- Martínez-Luna, S. (2016). La cultura visual contemporánea y la cuestión de la materialidad. Imágenes, mediaciones, figuralidad. *Escritura e imagen*, 12, 93-111. Universidad Complutense de Madrid. <https://doi.org/10.5209/ESIM.54032>
- Moya, M. (2013). De las TICs a las TACs: la importancia de crear contenidos educativos digitales. *Didáctica, Innovación y Multimedia DIM*, 27, 1-15. Universidad Autónoma de Barcelona. <https://raco.cat/index.php/DIM/article/view/275963>
- Muñoz, J. M. (2008). NNT, TIC, NTIC, TAC... en educación ¿pero esto qué es? *Quaderns Digitals. Revista de Nuevas Tecnologías y Sociedad*, 51
- Regil, L. (2014). *Cultura Digital Universitaria* [Tesis doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona]. Dipòsit digital de documents de la UAB. <https://ddd.uab.cat/record/127606>
- Rico, A. B. (2017). Evaluación del uso de apps que abordan los procesos creativos en la educación artística formal [Tesis doctoral, Universidad de Valladolid, Valladolid]. Repositorio documental UVAdoc. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/22663>

- Rowan, J. (2015). Memes. Inteligencia idiota, política rara y folclore digital. Capitán Swing Libros
- Sancho, J. M. (2008). De TIC a TAC, el difícil tránsito de una vocal. Investigación en la Escuela, 64, 19-30. Universidad de Sevilla. <https://doi.org/10.12795/IE.2008.i64.02>
- Santibáñez, C. (2007). ¿Es el lenguaje un logro memético? Ludus Vitalis, XV (27), 165-179. Universidad Autónoma Metropolitana. https://www.ludus-vitalis.org/html/textos/27/27-10_santibanez.pdf
- Scolari, C. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. En J. Celaya (Dir.), Anuario AC/E de cultura digital. Focus 2014: uso de las nuevas tecnologías en las artes escénicas (pp. 71-81). Acción Cultural Española
- Scolari, C. (2008). Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Gedisa
- Shifman, L. (2013). Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. Journal of Computer-Mediated Communication, 18 (3), 362-377. Oxford Academic. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12013>
- Toffler, A. (1980). The Third Wave. Bantam
- Vélez, J. I. (2015). Influyendo en el ciberespacio con humor. Versión. Estudios de Comunicación y Política, 35, 130-146. Universidad Autónoma Metropolitana. <https://versionojs.xoc.uam.mx/index.php/version/article/view/602>
- Vélez, J. I. (2013). Memética como herramienta científica para el estudio de las memes de Internet [Tesis doctoral, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey]
- Vera, E. (2016). El meme como nexo entre el sistema educativo y el nativo digital: tres propuestas para la enseñanza de Lenguaje y Comunicación. Educación y Tecnología, 9, 1-15. Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación. <http://revistas.umce.cl/index.php/edytec/article/view/525>
- Viñals, A., Abad, M. y Aguilar, E. (2014). Jóvenes conectados: una aproximación al ocio digital de los jóvenes españoles. Communication papers: media literacy and gender studies, 3 (4), 52-68. Universitat de Girona. https://doi.org/10.33115/udg_bib/cp.v3i04.22125
- Zafra, R. (2017). Itinerarios del yo en un cuarto propio conectado. En F. Cruces (Dir.), ¿Cómo leemos la sociedad digital? Lectores, booktubers y prosumidores (pp. 81-106). Ariel, Fundación Telefónica