

# RESIGNIFICANDO IMÁGENES: IMPLEMENTACIÓN DE CRÍTICA A LA CULTURA VISUAL Y USO DE IA PARA LA CREACIÓN VISUAL EN EDUCACIÓN PRIMARIA

---

SANDRA PATRICIA BAUTISTA  
*Universidad de Huelva*

NURIA PAZOS GÓMEZ  
*Universidad de Huelva*

## 1. INTRODUCCIÓN

Actualmente, es conocido que la educación plástica y visual es un área muy integral que abarca procesos como: la apreciación y comprensión de las manifestaciones culturales, la libre expresión de ideas, la creación y producción de propuestas artísticas originales que a su vez fortalecen el plano inter e intrapersonal del alumnado.

Dentro de los distintos modelos educativos que han surgido en este campo, especialmente desde mediados del siglo XX, el de crítica a la cultura visual, es uno de los que ha ido tomando más fuerza. Debido a que, por medio del análisis de las representaciones visuales, lleva a las aulas la posibilidad de generar espacios de reflexión crítica, aportando notablemente en la expansión de las capacidades creativas y comunicativas de los alumnos, abriendo posibilidad a la inclusión de nuevas formas de pensar y de hacer, las cuales van de la mano de avances tecnológicos, como el surgimiento de la Inteligencia Artificial (IA).

En consonancia a lo expuesto, se hace necesario que el futuro profesorado de etapas educativas básicas como la educación primaria, durante su formación docente, tenga la oportunidad no solo de conocer y explorar estos modelos educativos, sino que pueda indagar y experimentar el

uso de nuevas herramientas para la creación visual tales como, programas de IA entre los que destaca Midjourney.

Partiendo de esta idea, el estudio, que se presenta en esta ocasión, plantea una reflexión sobre cómo hacer uso de estos nuevos recursos tecnológicos en el entorno educativo dentro del área de educación plástica y visual, con relación a los modelos educativos antes citados, especialmente al de crítica de cultura visual a través del que analizarán semióticamente productos visuales que forman parte de su cotidianidad (anuncios publicitarios, dibujos animados, etc.)

## 1.1. MODELO EDUCATIVO DE CRÍTICA DE LA CULTURA VISUAL

### 1.1.1. Definición del modelo

El mundo visual en el que se desenvuelven hoy los alumnos de educación primaria está afectado directamente con los siguientes aspectos “Desarrollo de la técnica, Espectacularización de los mensajes visuales, Desarrollo del hiperconsumo” (Acaso, 2009, p.27) y es precisamente en este contexto donde se cimienta el modelo educativo denominado como crítica de la cultura visual.

En cuanto al desarrollo técnico, es necesario hacer referencia al ciberespacio, la adquisición temprana de tecnología móvil y el acceso a las redes sociales. Estas nuevas condiciones han producido que niños y niñas estén expuestas a un alto nivel de hiperestimulación visual, en la que reciben masivamente, mensajes creados por la sociedad del hiperconsumo.

Estos mensajes desde las estrategias comunicativas del espectáculo como la idealización reproducen modas, cánones, estereotipos y modelos fijados con objetivos comerciales que llegan masivamente, a las nuevas generaciones.

Por otra parte, en la escuela asignaturas asociadas a la imagen como plástica parecen funcionar distantes de esta realidad, ya que, a pesar del desarrollo teórico del campo de la educación artística, como lo ha indicado (Acaso, 2009) sigue siendo habitual que sean enfocadas en un modelo educativo basado en las manualidades, donde la actividad artística

parece ser interpretada como una producción meramente manual y no de tipo intelectual.

En esta perspectiva, la educación artística sesga las posibilidades del arte a un valor meramente decorativo, limitado, incluso negando las capacidades reflexivas, analíticas, creativas, expresivas y transformadoras que tienen lugar en los procesos de creación artística.

Los alumnos que se forman en este tradicional modelo, en la escuela, continúan abocados a ser receptores pasivos de instrucciones para la realización de trabajos manuales, mientras que fuera de ella también actúan como receptores pasivos de los productos visuales creados por el hiperconsumo, a los que se enfrentan sin poseer herramientas críticas y conceptuales para discernir sus mensajes. Además, tengamos en cuenta que en palabras de (Hernández, 2000):

El universo de lo visual es en la actualidad, como lo ha sido siempre, mediador de valores culturales, pues no olvidemos, como nos recuerda Janett Wolff que las referencias estéticas y artísticas están construidas socialmente. Pero lo visual es más plural, omnipresente y persuasivo que nunca. Las relaciones de los individuos, de manera especial los niños, las niñas, los adolescentes, con ese universo no conocen de límites disciplinares e institucionales” (p.11)

Por este motivo, como plantea (Duncum, 2011) “La educación artística precisa cambiar para poder abordar los efectos sociales de la proliferación sin precedentes de la imaginería comercial, que actualmente satura la vida cotidiana en varios lugares del mundo” (p.7)

El educador en esta área “no debería olvidar que el arte es una categoría que se redefine de manera constante y en múltiples direcciones” (Hernández, 2000, p. 11) que su evolución y desarrollo no se reduce a una actividad meramente manual e imitativa, sino que como todo proceso creativo “es una habilidad del ser humano que aúna los planos sensoriales, intelectuales y emocionales y que permite generar soluciones novedosas, distintas y valiosas” (Larraz Rábanos 2013, p. 155)

Bajo esta perspectiva también es relevante señalar que la creación artística ha pasado de ser asumida no solo como un fin, sino como un medio para el fomento de la expresión, el autoconocimiento y el pensamiento crítico- reflexivo. Por medio del cual, el creador puede analizar

e interpretar aspectos del mundo que le rodea y así mismo, plantear su posición crítica frente a ellos y generar sus propias versiones a través de sus creaciones.

Igualmente, vale la pena recordar, que la crítica a la cultura visual en el ámbito de las artes ha sido conocida a raíz de movimientos artísticos como el pop art, en el que famosos artistas como Hamilton, evidenciaron la existencia de un imaginario ficcional, altamente estereotipado por la cultura del espectáculo y difundido a través de los medios masivos. Por ejemplo, en su famosa obra *¿Just What Is It That Makes Today's Homes So Different, So Appealing?* (1956) denota de forma crítica las características de un estilo de vida consumista, transmitido por medio del lenguaje publicitario, abriendo así un lugar en el medio artístico, para la creación de contradiscursos.

Si bien, los artistas han ganado terreno en la apropiación crítica del lenguaje visual, resulta llamativo pensar que la educación artística impartida habitualmente, continúe sin abordar esta faceta de la creación artística. En relación a esto, María Acaso (2009) sostiene que, en consonancia a la situación actual de hiperestimulación visual, la escuela debería considerar como tres pilares fundamentales en la educación artística “el lenguaje visual, la pedagogía y las artes y la cultura visual” (p.23) por lo que en los objetivos curriculares de esta área se deberían incluir la comprensión de la cultura visual como un medio efectivo para el impulso de su pensamiento crítico-reflexivo.

### 1.1.2. ¿Cómo implementar el modelo de cultura visual en la escuela?

A partir de aquí, para poder ahondar en su implementación se hará referencia a tres etapas que se pueden llevar a cabo en su aplicación en la escuela:

#### Alfabetización visual

Esta etapa es la base de este modelo, destinado a potenciar en el alumnado, la comprensión de elementos que conforman la imagen. Para ello es necesario partir de la noción que la imagen es un sistema simbólico que sirve para comunicar un mensaje, el cual según (Durand, 1971)

contiene información que llega a ser percibida por el receptor, tanto de forma directa como indirecta.

Por ejemplo, un mensaje visual creado con fines comerciales comunica, por un lado, las características del producto y, por otro lado, todo un estilo de vida asociado a él y, además, a través de este, representa una serie de objetivos que transmiten al receptor (potencial consumidor) el alcance de sus metas y necesidades.

Tradicionalmente, un receptor que carece de alfabetización visual solo capta el mensaje directo emitido por la marca y su slogan, pero no es consciente que la funcionalidad comercial de la imagen, la cual, le lleva “a codificar una gran cantidad de significados en poco espacio y poco tiempo” (Pineda, 2019, p.248), sobre los que no puede establecer una actitud reflexiva y de análisis.

Por su parte, aquel que posee formación en este campo adquiere la capacidad de identificar los significados indirectos que transmite la imagen. Un ejemplo de ello ha sido expuesto por (Tubío, 2012) quien desarrolló una experiencia sobre alfabetización visual dirigida a un alumnado de fotografía. A través de esta comprobó que “Cuando los estudiantes pueden alejarse de este pre-concepto de la imagen (...) como representación de lo real y logran ver la imagen como lo que realmente es, una imagen, entonces comienzan a estar capacitados para cuestionarla” (Tubío, 2012, p.139). También aclaró qué:

El cuestionamiento implica casi siempre análisis y el análisis lleva casi necesariamente a la interpretación y la reflexión. La interpretación de una imagen, la capacidad de entender —o al menos de elaborar hipótesis sobre— qué es lo que un autor intentó comunicar, es el primer paso necesario para comprender la forma en que las imágenes se construyen, se dotan de significado (Tubío, 2012, p.139)

### Crítica de la cultura visual

Una vez se ha llevado el proceso de alfabetización, se pasa a la etapa de crítica, para poder comprender su importancia es necesario ahondar sobre este concepto. Para (Tourinho, Martins, Oliveira de Oliveira, Tourinho, & Vicci, 2011) se puede comprender como: “Comentario, observación, análisis, evaluación o juicio donde el emisor actúa como

lector y adquiere la oportunidad de “definir o tomar posición sobre el tema en cuestión” (p. 28)

En el contexto educativo la incursión de la crítica como un enfoque metodológico de la educación artística, proporciona diversos beneficios como el fomento de capacidades de pensamiento crítico de los estudiantes, que les permite identificar una posición propia como receptores y lectores de las imágenes. Así, a través del desarrollo de estas, descubren que “ver no significa creer en lo que se ve, sino que hay que interpretarlo” (García de la Cruz, 2018, p.11)

Para autores como (Aznárez López, 2018) uno de los principales aportes de este modelo es que da voz a los estudiantes, experimentado un proceso integral donde educar sirve para “buscar, analizar y manejar desde una perspectiva crítica fuentes de información variadas y para construir propuestas a la vez plurales –diferentes- y bien fundamentadas” (p.25)

Un ejemplo de ello, lo ha presentado (Acaso, 2009) al hacer referencia a los resultados de la aplicación de la crítica a la cultura visual en estudiantes universitarios, quienes tendrán la responsabilidad de la impartición del área plástica en el futuro alumnado de educación primaria y secundaria, esta autora ha señalado que los estudiantes “Tras analizar el impacto que las imágenes tienen en sus vidas y en las de los demás” han logrado “diseñar y poner en práctica acciones educativas para amortiguar este impacto” (Acaso, 2009, p. 18)

En las que a partir de esta perspectiva se posibilita al alumno pueda reflexionar y explicar su realidad a través de sus propias narrativas visuales.

Creación de un contradiscurso visual.

Una vez llevadas a cabo las dos etapas anteriores, en este momento del proceso se lleva a la aplicación los elementos críticos y visuales adquiridos a la creación de una propuesta visual que contrarreste el mensaje identificado de forma crítica en el producto visual analizado.

Esta etapa es de relevancia, ya que, se otorga al estudiante la posibilidad de crear un propio discurso visual desde cimientos críticos y conceptuales. Frente a esto, es significativo señalar que como lo ha sostenido (Aznárez López, 2018) “construir una narrativa o una representación es un modo de explicar y dar sentido a lo real” (p.25). Este autor ha señalado que la pertinencia de llevar a la escuela de hoy esta modelo radica en que:

En una sociedad que construye sus interpretaciones de la realidad principalmente a través de medios visuales, es preciso ser capaz de de-construir y re-construir las narrativas visuales imperantes y las naturalizadas superando así una educación académica que habitualmente se limita a copiar y reproducir. Niños y jóvenes también deben ser capaces de narrar, crear propuestas y construir conocimiento mediante sus propias imágenes y recursos visuales, utilizando técnicas tradicionales y también especialmente abordando las nuevas tecnologías de la imagen (p.25)

## 1.2. USO DE LA IA PARA LA CREACIÓN VISUAL

### 1.2.1. Definición de IA

En la contemporaneidad somos testigos de los frutos positivos que la inteligencia artificial (IA) tiene en nuestras vidas. Este fenómeno se manifiesta a través de nuestras interacciones más cotidianas, como las búsquedas en la web, en plataformas de redes sociales, que nos anuncian aquello que más nos interesa, incluso en la automatización y clasificación de correos electrónicos. Desde una perspectiva histórica y sociocultural hemos mantenido, sin embargo, una actitud reservada ante la integración de las máquinas, particularmente aquellas que ostentan la pretensión de poseer inteligencia (Rodríguez, 2020, p 34). Resulta paradójico que las Inteligencias Artificiales sean un tema tan controversial actualmente, ya que los ejemplos anteriormente dispuestos revelan una clara integración de estas en nuestras tareas diarias desde un tiempo atrás considerable.

Las herramientas denominadas IA para generar nuevas imágenes utilizan algoritmos y sistemas de aprendizaje automático, denominados machine learning y deep learning, (Peñaherrera Acurio, Cunuhay Cuchiye, Nata Castro, & Moreira Zamora, 2022, p.1) con el fin de llevar a cabo

un análisis, interpretación, procesamiento y generación de nuevas piezas visuales. Este proceso sigue un enfoque análogo a los procesos cognitivos humanos (Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia Gobierno de España, 2023, p.4) asociados a la percepción visual. Gracias a las nuevas plataformas que han surgido, crear imágenes a partir de prompts, o lo que es lo mismo a través de un texto con palabras clave, ha permitido a creadores, diseñadores y otros artistas, utilizar dichos recursos para crear imágenes novedosas.

Las plataformas anteriormente mencionadas han sido previamente entrenadas con millones de imágenes, creando imágenes con un proceso asociado a los CLIP.

Un modelo de red neuronal, para aprender a conectar fotos y textos vinculados a un mismo objeto. Lo que hace CLIP es, primero, codificar la imagen – texto para buscar coincidencias. Por ejemplo, para “una foto de un perro” CLIP recopilará todas las fotografías (solo las mejores) en las que este animal se encuentre. Segundo, CLIP funciona como preentrenamiento para las plataformas que emplean algoritmos que crean imágenes. Por lo que calculará la similitud y también los pares incorrectos de la codificación imagen – texto con el objetivo de minimizar los errores. Una vez se complete el proceso, CLIP ya dará paso a Dall-E o Stable Diffusion para que realicen la búsqueda de imágenes y les ofrezcan las mejores opciones a los usuarios. (Delgado, 2022, p.4)

De este modo son capaces de originar lo que cualquier usuario a través del escrito pueda desear o al menos acercarse a dicho deseo.

### 1.2.2. IA y arte visual

En el campo de la creación visual contemporánea se viene observando una marcada tendencia, sobre todo en los últimos tiempos, a la incorporación de sistemas de inteligencia artificial en el proceso de creación. Este fenómeno ha ganado importancia tanto en las artes visuales clásicas como en el mundo del diseño. Lo que comporta una clara intersección innovadora entre la creatividad humana y las capacidades cada día más avanzadas de las distintas IA.

El uso de este tipo de métodos de creación ofrece a los artistas nuevas herramientas para poder explorar los límites de la expresión plástica. La capacidad que tienen las inteligencias artificiales de analizar

patrones, interpretar datos y generar resultados novedosos ha abierto un horizonte de posibilidades en la materialización de los proyectos creativos y conceptos visuales.

Un artista que modela este enfoque es Mario Klingemann, quien muestra un profundo interés en la percepción humana del arte y la creatividad (Klingemann, s.f.). Investiga sistemas en los que las máquinas pueden emular los procesos creativos y ha sido reconocido como pionero en el campo de las redes neuronales artificiales y el aprendizaje automático para generar piezas artísticas con IA.

Klingemann posee una exitosa carrera en el mundo del arte contemporáneo en que ha recibido numerosos premios y piezas de prestigio. Entre la que se encuentra la instalación titulada *Memories of Passersby I*, que fue en 2019 la primera pieza artística realizada con IA subastada con éxito en Sotheby's. La pieza usa un complejo sistema de redes para generar diferentes e ilimitados retratos de hombres y mujeres creados por inteligencia artificial (Sotheby's., 2019).

**FIGURA 1.** Mario Klingemann, *Memories of Passersby I*.



Fuente: Sotheby's.com (2019), Recuperado de [<https://lc.cx/X3VMEo>]

El artista ha comentado en entrevistas su postura hacia este paradigma, aclarando que las IA pueden ampliar nuestros procesos creativos y abrir soluciones no imaginadas anteriormente, pero que actualmente dependen de los datos introducidos por el humano para que la producción adquiera sentido. “La máquina puede producir muchas cosas, pero aún no puede dilucidar cuáles tienen sentido y cuáles no, así que seguimos siendo nosotros quienes debemos encontrar, de todo este output infinito, lo que tiene sentido para nosotros” (López, 2020, p.1)

Diego Berro es otro ejemplo de artista, fotógrafo y creador digital que utiliza como recurso creativo la inteligencia artificial. (Berro.D, s.f) Crea un lenguaje propio en el que las imágenes resultantes cuentan historias, expresan actitudes, exploran universos nuevos e imaginarios de manera fascinante.

**FIGURA 2.** Diego Berro, (s.f) Campaña de Alimentos de España. Aquí no se tira nada. Agencia el ruso de Rocky.



Fuente: diegoberro.com Recuperado de [<https://lc.cx/QeLGmU>]

Los dispositivos por tanto son capaces de acompañar a los artistas durante su proceso creativo, sin embargo, aún no están capacitados para superar la frontera de la creatividad humana.

### 1.2.3. Midjourney, una herramienta para su aplicación

La IA ha venido para quedarse y contiene un potencial que como docentes debemos considerar para el uso didáctico en la educación. Midjourney, es una herramienta online que utiliza una vasta base de imágenes para generar nuevas imágenes creadas a través de un conjunto de palabras clave, denominadas prompts.

Esta herramienta resulta especialmente valiosa para promover un lenguaje inclusivo en el aula, al transformar imágenes que puedan desafiar estereotipos y lenguajes sexistas, presentes en los medios de comunicación y en nuestro alrededor. A través del uso de la IA, anteriormente nombrada, se fomenta el pensamiento crítico, al ofrecer la oportunidad de abordar cuestiones de igualdad y diversidad cultural. También ayuda a que los alumnos adquieran la iniciativa creadora y se impulse la colaboración en el aula, ya que se puede trabajar conjuntamente para llegar al resultado deseado. Se estimula y educa en el uso responsable de herramientas tecnológicas emergentes en las nuevas generaciones además de ayudar a superar barreras socioeconómicas que puedan surgir en la educación (UNESCO, 2019, p 7). Queremos mencionar que para currículum bilingüe también es una elección acertada pues, permite trabajar tanto en español como en inglés, lo que enriquece el vocabulario en ambos idiomas.

Cada inteligencia artificial adquiere un determinado estilo al que suelen recurrir con más frecuencia en la creación de imágenes, siendo en este caso imágenes tendentes al realismo. No obstante, es posible demandar resultados con una estética concreta del mundo visual siempre que se especifique a través del prompt, lo que la convierte en un instrumento docente muy flexible. Si bien reconocemos que esta herramienta plantea preguntas sin respuestas definitivas debido a su novedad, se puede observar de manera general con la utilización de la IA un impacto positivo en el alumnado.

La entrada de herramientas como Midjourney en la educación añade una amplia gama de recursos que, de otra manera, sería difícil de ofrecer. Transformando la docencia, haciéndola más versátil, personificada a las necesidades y motivaciones de los alumnos (Gobierno de España, 2023, p 2). Con la IA el alumno puede confeccionar su propio lenguaje y mensaje visual, tras realizar un análisis de las imágenes propuestas previamente, procedentes de medios de comunicación. A través de este ejercicio se estimula el pensamiento crítico, ofrece una autonomía creadora y conceptualización visual difícil de adquirir a esas edades por otros medios más convencionales.

## 2. OBJETIVOS

- Reflexionar como el programa de IA para creación visual: Midjourney, puede funcionar como herramienta aplicable en el enriquecimiento de la experiencia educativa en el campo de las artes
- Analizar la relevancia que la alfabetización visual en la era digital proporciona en el desarrollo de la comprensión y comunicación efectiva en los futuros docentes y su alumnado.
- Examinar como por medio de la vinculación paralela de análisis visual y el uso creativo de las IA, se aumenta la capacidad de generar nuevos discursos visuales.

## 3. METODOLOGÍA

En esta investigación se propone la unión de dos métodos de investigación: estudio de caso (de la aplicación experiencia con el alumnado de educación primaria de la Universidad de Huelva) y revisión bibliográfica (para obtención de referencias teóricas y artísticas). En la tabla que se presenta a continuación se describe la aplicación de esto respecto a los ámbitos tratados.

**TABLA 1.** Descripción de métodos de investigación utilizados en el estudio

<b>Estudio de caso</b>	Análisis de la implementación del modelo educativo crítica a la cultura visual en 3 cursos de la asignatura didáctica de la creación artística en educación primaria de la Universidad de Huelva
<b>Revisión bibliográfica</b>	Con el objetivo de indagar el desarrollo del campo de estudio acerca de la vinculación de los programas de IA a los procesos de creación artística.

Fuente: elaboración propia

Es importante aclarar que la metodología de estudio de caso es de carácter cualitativo y resulta muy adecuada a la hora de analizar procesos. En este estudio, basado en el análisis de imágenes y la creación artística, resulta útil para poder determinar el proceso evolutivo debido a que “el método utiliza la experiencia para la transmisión del conocimiento” (Yacuzzi, 2005) su estructura funciona como “una mezcla de retórica, diálogo, inducción, intuición y razonamiento” (p.3)

Por su parte, la otra metodología utilizada es la revisión bibliográfica, que sirve para ampliar el marco teórico sobre las dos vías conceptuales abordadas: crítica a la cultura visual, la aplicación de programas de IA para la creación artística.

A continuación, se hace breve mención de las etapas que forman parte de este proceso:

- 1. Identificación de aspectos relevantes de la investigación:** aquí se fija el tema de investigación y las preguntas claves para llevarla a cabo. A continuación, se hace alusión a las preguntas desarrolladas en ambos ejes temáticos:

**TABLA 2.** Preguntas de investigación, según cada eje temático.

Crítica a la cultura visual	La aplicación de programas de IA para la creación artística
¿Qué se conoce sobre el modelo educativo-crítica de la cultura visual?	¿Qué se ha dicho acerca de la relación entre arte y IA?
¿Ejemplos sobre su aplicación?	¿Qué artistas se han vinculado en estas áreas?
¿Qué características tiene la implementación?	¿Qué características tienen sus producciones?

Fuente: elaboración propia

2. **Búsqueda de información:** se utilizan bases de datos de alto impacto, en este caso, las consultadas fueron: Scopus, Dialnet Plus y Google Académico.  
En esta fase, también se fijan los descriptores de la búsqueda, en este estudio, son los siguientes: “Cultura visual”, “Crítica a la cultura visual”, “Inteligencia Artificial”, “IA y creación artística”
3. **Selección de información:** Una vez recopiladas las fuentes se realiza una lectura del resumen y posteriormente se eligen aquellas que aportan respuesta a las preguntas de investigación fijadas para cada eje temático.
4. **Análisis:** se procede a desarrollar las interrogantes planteadas y dar profundidad a cada uno de los aspectos que conforman el estudio.
5. **Discusión:** Se ponen en común los aspectos desarrollados en el análisis para determinar los puntos de encuentro y desencuentro, entre ellos.
6. **Conclusiones:** En esta etapa se presenta el cierre y balance final del proceso investigativo.

## 4. RESULTADOS

### 4.1. LA APLICACIÓN DEL MODELO DE CRÍTICA DE LA CULTURA VISUAL EN EDUCACIÓN PRIMARIA

A continuación, se presentan resultados de la aplicación de esta metodología dirigida a estudiantes de segundo año en educación primaria, desarrollada en la asignatura didáctica de la expresión plástica durante los cursos 2022 y 2023 en la Universidad de Huelva.

En este caso, se desarrolló en tres etapas:

1. **Alfabetización visual:** En esta fase se introdujo a los estudiantes a conceptos claves de lenguaje visual (signo, símbolo, icono e índice), posibilitando en estos, la comprensión de la imagen como discurso.

2. **Crítica de la cultura visual:** Después de adquirir bases sobre la lectura simbólica de las imágenes, los alumnos procedieron a realizar la selección y posterior análisis de los productos visuales. En este caso se les propuso trabajar con videoclips musicales, se aclara que se optó por esta opción debido a que los productos audiovisuales creados por la industria musical son de consumo habitual para las jóvenes generaciones. Una vez elegido, el videoclip, seleccionaron dos fotogramas, identificando en ellos, los siguientes elementos de comunicación visual: emisor, receptor, canal, mensaje comercial, mensaje con mirada crítica. Igualmente, determinaron símbolos relevantes de las imágenes elegidas y analizaron los mensajes directos e indirectos que estas transmiten.
3. **Creación de contradiscurso visual:** en este punto se les planteó a los alumnos, crear una imagen interviniendo los elementos visuales y los sentidos de la original, planteando así un discurso que contrarresta el sentido del original.

Como ejemplo se va a citar el resultado de un colectivo de cinco estudiantes que eligió el videoclip *Bon Appétit* de Katy Perry, en este caso eligieron un fotograma en el que la cantante aparece envuelta en plástico y manipulada por manos que disponen de su cuerpo de forma similar a un producto alimenticio.

Si bien los alumnos detectaron que, aunque el mensaje comercial aparenta dar una versión de emancipación femenina por parte de la cantante, que al final del video es quien devora y domina a los consumidores. La forma en que ella misma se presenta, desde su rol de símbolo sexual, revela como a pesar de este mensaje, sigue siendo devorada por la misma industria, que visualmente la lleva a recurrir a la exhibición estereotipada y a la objetualización como forma de inclusión en este medio y además fomenta la repetición y proliferación de estos valores iconográficos en la construcción imaginaria de la feminidad.

Otro aspecto identificado es que el estilo visual propuesto en este y otros videos de la cantante, desde el uso de elementos coloridos y festivos que camuflan parte del contenido de las imágenes, tal es el caso, de la aparición de las iniciales NSFW en luces neón al comenzar el

video, el que pasa prácticamente desapercibido frente a los demás elementos incluidos, aunque tiene la intención de comunicar que este video tiene imágenes de contenidos que pueden ser clasificados como ofensivos, sangrientos, sexuales y violentos.

En la parte de creación, los estudiantes se concentraron denunciar la objetualización, eligiendo dos fotogramas cuya intervención se ve en la figura 3, en la imagen izquierda aparece un hombre vendado confrontado con una frase insertada por los estudiantes que afirma: ¡Que ignores el problema no significa que deje de existir!, la que busca denotar que la misma cultura del espectáculo, que denuncia el problema del uso objetual de la imagen femenina, paradójicamente se nutre de ella. Ya que la construcción iconográfica que se ha generado de la misma cantante basa su poder de atracción en la objetualización, que se hace visible en el fotograma de la derecha.

**FIGURA 3.** *Contradiscurso visual creado por los estudiantes de segundo año de didáctica de la expresión plástica de la Universidad de Huelva*



Fuente: Recursos visuales creados en clase

#### 4.2. EL USO DE MIDJOURNEY COMO HERRAMIENTA DE CREACIÓN

El ejercicio propuesto para la educación primaria se aborda en dos partes; una primera dónde se fomenta la crítica de la cultura visual en la Educación Primaria y una segunda parte en la que dicho análisis se aplica a la creación de imágenes con un nuevo mensaje y lenguaje visual.

En esta primera parte se analizará un anuncio de realización reciente en el que haya un lenguaje o contenido inadecuado, caracterizado en nuestra propuesta, por la estereotipación en y el papel pasivo de la mujer.

En el anuncio escogido la modelo y presentadora Diletta Leotta se encuentra tranquila en su casa con su pequeño perro, el cual maneja como si fuese casi un complemento, cuando llaman a la puerta aparece un hombre uniformado con ropa “U power” que se trata del motivo del anuncio. Uno tras otro, llaman hombres muy apuestos que vienen a arreglar todo lo que puedan encontrar mal en su casa: fontanería, electricidad, albañilería, etc. Ella bastante confundida pregunta sobre qué hacen en su casa y ellos contestan que ella era la que buscaba al hombre “U power”. Haciendo un claro símil con los posibles anhelos estereotipados de la mujer que busca “al hombre de su vida” que pueda arreglarle todo en la casa.

Además de la clara exposición de los roles de género en cuanto a este tipo de trabajos, se añade la ropa que ambas partes llevan. El atuendo que tiene la figura femenina “para estar por casa” es una camiseta de tirantas con escote, pantalón ceñido, tacones altos, peinada y maquillada. Mientras que los hombres son los únicos que llevan ropa de trabajo.

**FIGURA 4.** Captura de pantalla de un video de YouTube (“U power” Facua. 2022)



Fuente: URL [ <https://lc.cx/1E-qDp> ]

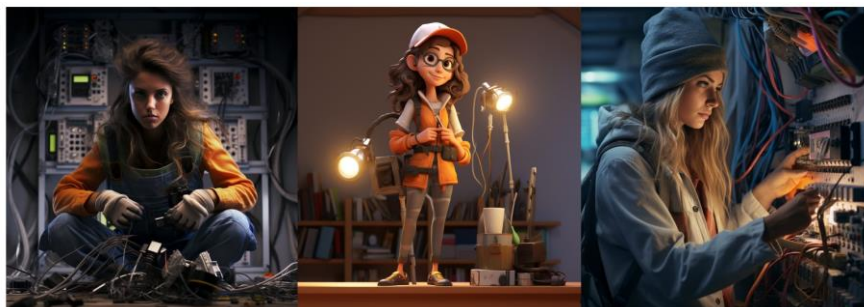
El ejercicio busca evidenciar las persistentes disparidades de género presente en los medios de comunicación, subrayando la importancia de cultivar la conciencia y el pensamiento crítico, especialmente en alumnos de primaria que son más susceptibles a este tipo de mensajes. La actividad implica una reflexión sobre el lenguaje visual del anuncio,

seguida de un debate en clase que analizará su mensaje, contenido formal y visual. En la segunda parte es cuando se introduce la herramienta de inteligencia artificial que será un recurso colaborativo entre profesor y alumno para reinterpretar creativamente el mensaje.

Después del análisis crítico del anuncio en clase, se iniciará un debate para identificar las palabras clave que posteriormente se utilizarán para la creación del texto utilizado por Midjourney como guía en la reinterpretación del anuncio. Estas palabras clave unidas a un estilo visual escogido creará el prompt o texto para que la aplicación pueda ofrecer diversos resultados. Permitiendo distintos recursos estilísticos que puedan visualmente acercarse más a la ilustración, animación o al realismo.

En consecuencia, el ejercicio no solo ayuda a crear un pensamiento crítico, sino que enriquece el vocabulario visual del alumnado, fomenta la construcción de lenguajes plásticos y visuales, además de estimular en el aula el debate sobre la representación que tienen estos lenguajes en los medios circundantes. Utilizando la Inteligencia artificial se acerca de manera segura y responsable a los estudiantes a una herramienta que probablemente encuentren y utilicen en su futuro. Más aun considerando la presencia cada vez mayor de estas herramientas en la vida cotidiana y en el ámbito laboral.

**FIGURA 5.** *Imágenes generadas mediante inteligencia artificial con diferentes estilos visuales, realista, de animación e hiperrealista (Nuria Pazos Gómez, 2023)*



Fuente: Creación propia

## 5. DISCUSIÓN

A lo largo del texto se ha podido evidenciar la importancia de vincular los dos campos de exploración referidos: la crítica a la cultura visual como modelo educativo y la IA como herramienta de creación.

En este apartado se hace alusión a la relevancia de plantear su relación en el ámbito educativo. Destacando que, en primer lugar, actualmente, es necesario que los estudiantes sean conscientes de su capacidad de interpretar críticamente las imágenes que reciben cotidianamente y en segundo lugar, que tengan acceso a las herramientas que el desarrollo tecnológico pone a su alcance para la creación de sus propias e ideas y discursos visuales.

Así mismo, se considera importante la vinculación de la inteligencia artificial en la creación artística en la escuela, pero no abordándola desde su mera capacidad reproductiva e imitativa de modelos convencionales e incluso basados en funciones ornamentales. Si no como una herramienta ligada a procesos de reflexión crítica donde los estudiantes pueden cimentar una posición argumentada y profunda de la realidad que les rodea, a través de sus propios mensajes visuales.

Además, al hacerse conscientes de los elementos que forman parte de la construcción retórica de las imágenes que consumen, pueden crear no solo nuevas interpretaciones de estas, sino generar nuevas propuestas de creación de imágenes que subvierten sus intenciones originales.

## 6. CONCLUSIONES

Para finalizar y con base a la información y resultados expuestos, se presentan las siguientes consideraciones:

En primera instancia que en este tipo de experiencias el estudiante se convierte en el centro del proceso de enseñanza y aprendizaje, donde la experimentación creativa y la reflexión crítica van de la mano. Lo que aumenta su grado de motivación, participación y además le ayuda a ampliar su concepción sobre la expresión artística, más allá de la noción de manualidad.

Igualmente, se ha podido comprobar la relevancia que tiene la alfabetización visual en el futuro profesorado de educación primaria, que es el que se va a encargar de transmitir estos modelos educativos basados en la reflexión crítica al futuro alumnado.

Por otra parte, se ha evidenciado como el uso de programa de IA para creación visual como Midjourney, constituye una vía muy interesante de ampliación y enriquecimiento de las prácticas creativas en la escuela.

En términos generales, se pudo corroborar la pertinencia de la integración del análisis visual y el uso creativo de las IA. Haciendo del aula de artes un lugar abierto a la creación reflexiva y el uso de nuevos avances tecnológicos.

## 8. REFERENCIAS

Barragán Caro, A., Plazas Cepeda, N., & Guillermo Alfonso, R. (2016). Reading images: a tool for critical thinking. *Educación y ciencia*(19), 1-19.

García de la Cruz, Ó. (2018). La cultura visual y su influencia en el alumnado de educación primaria. *TFG*. Universidad de Valladolid.

Peñaherrera Acurio, W., Cunuhay Cuchiye, W., Nata Castro, D., & Moreira Zamora, L. (2022). Implementación de la Inteligencia Artificial (IA) como Recurso Educativo.,. *RECIMUNDO*, 6(2), 402-413. Obtenido de [https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(2\).abr.2022.4](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(2).abr.2022.4)

Tourinho, I., Martins, R., Oliveira de Oliveira, M., Tourinho, I., & Vicci, G. (2011). Circunstancias e injerencias de la cultura visual. Colección educación de la cultura visual 1. En R. Martins, & F. Miranda, *Educación de la Cultura Visual: conceptos y contextos*. (págs. 21-37). Montevideo.

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

Aznárez López, J. (2018). La necesidad de educar en artes visuales. 18 (2018). 18. *Arte y movimiento*(18).

Berro.D. (s.f). *Diego Berro*.. Obtenido de <https://lc.cx/rsr9dD>

Delgado, S. (14 de 10 de 2022). *Algoritmos que crean imágenes: cómo funcionan*. Obtenido de [MuyComputerPro.com](https://www.muycomputerpro.com)

- Duncum, P. (2011). Por qué la educación artística necesita cambiar y qué podemos hacer. En M. Raimundo, F. Miranda, O. Marilda, I. Tourinho, & G. Vicci, *Educación de la Cultura Visual: conceptos y contextos* (Vol. 1, págs. 7-20).
- Durand, G. (1971). *La imaginación simbólica*. Buenos Aires:: Amorrortu.
- Gobierno de España. (2023). *Inteligencia artificial y educación (I)*. Biblioteca Central del Ministerio de Educación y Formación Profesional.
- Hernández, F. (2000). *Educación y cultura visual*. Barcelona: Octaedro.
- Hishochy, D., Torres, Y., & Alonso, M. (2020). Educación crítica de las artes visuales en estudiantes de diseño gráfico. Relaciones de aprendizaje en torno a la cultura visual. *EARI Educación Artística Revista de Investigación*, 71-96.
- Klingemann, M. ((s.f.)). *Perfil de Mario Klingemann*. Obtenido de Proyección.<https://lc.cx/-ZZtab>
- López, I. (18 de 06 de 2020). Las máquinas no podrán crear arte hasta que no tengan una motivación. Ellas no se mueren. *El País*. Obtenido de [https://elpais.com/elpais/2020/06/18/icon\\_design/1592470092\\_292809.html](https://elpais.com/elpais/2020/06/18/icon_design/1592470092_292809.html)
- Paoli, A. (1983). Comunicación e información. En *Perspectivas teóricas*. (págs. 11-17). México: Trillas.
- Pineda, A. (2019). Análisis del mensaje publicitario. *ámbitos. Revista internacional de comunicación*(44), 248-251.
- Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia Gobierno de España. (2023). *¿Qué es inteligencia artificial (IA)?*. Obtenido de URL: <https://planderrecuperacion.gob.es/noticias/que-es-inteligencia-artificial-ia-prtr>
- Rodríguez, N. (2020). Inteligencia artificial y campo del arte. *Revista científica dominio de la ciencias*, 6(3). Obtenido de <https://lc.cx/qBOT-Y>.
- Sotheby's. (2019). Obtenido de <https://bit.ly/47y8C6B>
- Tubío, D. (2012). Reflexiones sobre la educación visual. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*(39), 131-143.
- UNESCO. (2019). *Beijing Consensus on Artificial Intelligence and Education*. Obtenido de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368303>
- Yacuzzi, E. (2005). El estudio de caso como metodología de investigación: teoría, mecanismos causales, validación... *Serie Documentos de Trabajo*(296).