

**UNIVERSIDAD DE NAVARRA
MÁSTER EN PROFESORADO (MUP)**

TRABAJO DE FIN DE MÁSTER

*La educación visual en el Bachillerato Internacional:
redes sociales, fotografía y autogestión de la propia imagen*

SANDRA URRA URDIAIN

**DIRECTORA: Zuriñe Lafón Los Arcos
PAMPLONA, 2021**

Resumen

El artículo propone una reflexión acerca del vacío en la educación visual en el Programa del Diploma del Bachillerato Internacional. El Programa ofrece asignaturas relacionadas con la Cultura Visual pero únicamente de carácter opcional. El análisis aborda en primer lugar la importancia de la educación visual en el mundo contemporáneo, con especial énfasis en la fotografía y las redes sociales. También se analiza la importancia de llevarla a cabo con perspectiva de género. En segundo lugar, se realiza un estudio cualitativo a través de focus groups con adolescentes de bachiller para conocer sus actitudes respecto a las imágenes, las redes sociales, la representación de la mujer y la propia educación visual. Tanto el análisis como la literatura han permitido arrojar luz sobre la urgencia de establecer contenidos obligatorios de Cultura Visual en el programa del IB.

Palabras clave

Educación visual, Bachillerato Internacional, artes visuales, redes sociales, adolescencia, autopercepción, fotografía

Abstract

This study proposes a reflection on the existing gap in visual education at the International Baccalaureate Diploma Programme. Said programme offers classes related to Visual Culture but only available as non mandatory electives. First, this analysis approaches the importance of visual education in our contemporary society, putting an emphasis in photography and social media. The key importance of doing so from a gender perspective is also analyzed. Then, a qualitative study is done, setting up focus groups with students from the baccalaureate to recognize their attitudes towards images, social media, the representation of women and visual education itself. Both the analysis and the literature revised have enabled the possibility to bring light to the urgency of establishing Visual Culture contents in the IB program.

Keywords

Visual Education, International Baccalaureate, visual arts, social media, teenage hood, self-awareness, photography

Introducción	4
A. La asignatura Artes Visuales del Bachiller Internacional	4
B. Objetivos	9
C. Hipótesis	9
Revisión de literatura	10
A. Relación entre adolescencia, redes sociales e imágenes	10
B. Alfabetización visual, fotografía y espectador	15
C. Imágenes y perspectiva de género	19
Diseño de estudio o investigación	24
A. Análisis de los datos	24
B. Resultados	28
C. Discusión	43
D. Limitaciones	49
Conclusiones	50
Bibliografía	55
Anexos	57

Introducción

Este artículo académico pretende explorar la relación existente entre fotografía, redes sociales y autogestión de la propia imagen en el contexto de la educación secundaria, específicamente en el Programa de Diploma del Bachillerato Internacional y en la asignatura de Artes Visuales.

La situación del área de conocimiento donde se inserta esta asignatura -área de conocimiento de Artes- es una excepción en el programa, y puede no ser cursada por el alumno del IB. En esta introducción se pretende analizar la importancia de la educación visual en la actualidad para reflexionar acerca de esta situación tan particular de las materias artísticas del IB y si resulta conveniente dicha excepcionalidad.

A. La asignatura Artes Visuales del Bachiller Internacional

La Organización del Bachillerato Internacional (en adelante OBI) es una fundación educativa internacional que ofrece cuatro programas dirigidos a estudiantes desde los 3 hasta los 19 años. Fue fundada en el año 1968 en Ginebra con la intención de ofrecer un currículo aceptado universalmente por las instituciones de educación superior que facilitara la formación de los estudiantes con movilidad internacional. En las primeras décadas de funcionamiento, la mayoría de colegios que ofertaban el Bachillerato Internacional (en adelante IB) eran privados, pero actualmente la cantidad de colegios públicos que oferta estos programas ha aumentado, hasta superar el número de centros privados a nivel mundial¹.

La OBI trabaja con colegios y educadores de todo el mundo, y cuenta con sedes centrales distribuidas en tres regiones: IB Américas, IB África, Europa y Medio Oriente y IB Asia-Pacífico. En febrero de 2021, se ofrecían más de 7.300 programas en más de 5.400 colegios de 158 países, situándose más de la mitad de ellos en el continente americano.

¹ Actualmente hay un total de 5486 centros educativos que forman parte de la OBI en el mundo, de los cuales 2689 son colegios privados y 2797 colegios públicos. En España, sin embargo, son 110 colegios privados, frente a 53 públicos los que ofertan el IB, siendo un total de 163 centros (International Baccalaureate Organization [IBO], 2021).

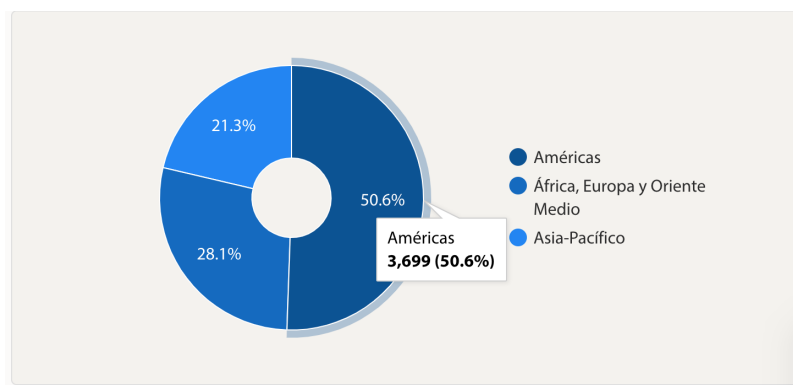


Diagrama del porcentaje de programas del IB que se ofrecen en las tres regiones (IBO,2021)

Desde su fundación, la OBI ha destacado su objetivo de enseñar con la convicción del poder de la educación (IBO, 2021):

La filosofía educativa del IB tiene como meta formar jóvenes solidarios, informados, ávidos de conocimiento y con mentalidad internacional, capaces de contribuir a crear un mundo mejor y más pacífico, en el marco del entendimiento mutuo y el respeto intercultural.

Por eso es habitual que, entre los atributos del perfil de los alumnos, la OBI busque formar “personas indagadoras, informadas, instruidas, pensadoras, comunicadoras, íntegras, de mentalidad abierta, solidarios, audaces, equilibrados y reflexivos”. Los enfoques de enseñanza-aprendizaje están basados en la investigación educativa contemporánea, y sirven para guiar y centrar el trabajo de educadores y alumnos en los Colegios del Mundo del IB tratando de mantener una cohesión en sus principios pedagógicos (IBO, 2021). Por este motivo, en todos los programas del IB, la enseñanza se sustenta en los mismos seis enfoques de enseñanza² y en las mismo cinco habilidades³.

Es importante para el objeto de estudio comprender correctamente cómo se enmarca la asignatura de Artes Visuales dentro de los programas de la OBI.

Aunque generalmente se utilice “Bachillerato Internacional” para nombrar a la OBI o cualquiera de sus programas, este tan solo hace referencia a uno de los cuatro programas que la organización ofrece, precisamente al Programa del Diploma. La oferta de los cuatro

² Los seis enfoques expuestos por la OBI son: enseñanza basada en la indagación, centrada en la comprensión conceptual, desarrollada en contextos locales y globales, la enseñanza centrada en el trabajo en equipo y la colaboración eficaces, la enseñanza diferenciada para satisfacer las necesidades de todos los alumnos y la enseñanza guiada por la evaluación.

³ Las cinco habilidades expuestas por la OBI son: de pensamiento, de investigación, de comunicación, sociales y de autogestión.

programas permite una educación continua y global en el marco de la organización desde los 3 a los 19 años. Los cuatro programas educativos que ofrece la OBI son los siguientes y corresponden a diferentes etapas en el aprendizaje:

- Programa de Escuela Primaria (PEP), dirigido a estudiantes entre los 3 y 12 años.
- Programa de Años Intermedios (PAI), dirigido a estudiantes entre los 11 y 16 años.
- Programa del Diploma (PD), dirigido a estudiantes entre los 16 y 19 años interesados en recibir una formación universitaria.
- Programa de Orientación Profesional (POP), dirigido a estudiantes entre los 16 y 19 años interesados en recibir una formación profesional.



Datos de los programas ofertados en España (IBO, 2021)

Sin embargo, el Programa del Diploma (PD) del Bachillerato Internacional -aquél en el que se enmarca la asignatura objeto de estudio- tiene una duración de dos años y fue el primer programa ofrecido por el IB. La superación de este bachillerato permite el acceso a universidades de todo el mundo afiliadas al programa, en la mayoría de los casos, sin necesidad de un examen de admisión. En España, algunos alumnos del Diploma siguen únicamente el currículo del IB, pero muchos otros siguen el currículo del IB y el currículo nacional al mismo tiempo.

El currículo del Programa del Diploma (Anexo I) tiene tres componentes troncales que todos los alumnos deben cursar: Creatividad, Actividad y Servicio (CAS), Teoría del Conocimiento (TdC) y Monografía. El resto de asignaturas se estructuran en base a 6 áreas de conocimiento:

Estudios de Lengua y Literatura, Adquisición de Lenguas, Individuos y Sociedades, Ciencias, Matemáticas y Artes. Esta última es el marco educativo donde se encuentra la asignatura de Artes Visuales. Cada una de estas áreas contiene dentro de sí varias asignaturas, por ejemplo, el área de Individuos y Sociedades, ofrece asignaturas como Historia, Economía o Filosofía. El área de Ciencias ofrece Ciencias del Deporte, Ejercicio y Salud, Química o Informática, entre otras. En el área de Artes, los alumnos pueden optar por cursar cualquiera de las siguientes asignaturas, siempre que el colegio las ofrezca: Danza, Cine, Literatura y Representación Teatral, Música, Teatro y Artes Visuales.

Antes de debatir el tema principal del estudio, conviene explicar en qué consiste la asignatura de Artes Visuales. Las asignaturas del Diploma son evaluadas de dos maneras: evaluaciones internas (realizadas por el profesor que imparte la materia) y evaluaciones externas (realizadas por examinadores de la comunidad IB). Cada materia se organiza de un modo diferente. En el caso de Artes Visuales, no existe un examen al cual los alumnos deban enfrentarse, ya que esta es enfocada de forma práctica. Los alumnos deben entregar, al finalizar el 2º curso, entre siete y nueve obras artísticas de su propia creación (cuadros, fotografías, videos, esculturas) y tres trabajos redactados que argumenten el trabajo realizado (una carpeta de proceso, un estudio comparativo y una exposición). Como se puede apreciar, la tendencia de esta asignatura es su realización en clave práctica, con el objetivo de poder interpretar sus propias obras poniéndolas en relación con otros artistas y contextos. Sin embargo, no se lleva a cabo un estudio de la materia de forma teórica cómo se realiza en los programas convencionales.

Una vez explicada la dinámica de la asignatura, resulta interesante retomar su posición dentro del programa. Es en este punto donde cabe destacar la excepcionalidad del área de conocimiento de Artes y que afecta y tiene consecuencias sobre la asignatura de Artes Visuales. Los alumnos de este programa pueden elegir libremente la asignatura que más les interese de las primeras cinco áreas de conocimiento. Sin embargo, la sexta asignatura, puede ser -de nuevo- una segunda materia de cualquiera de las primeras 5 áreas, o una asignatura del área de conocimiento de Artes.

Este sistema de elección de asignaturas ofrece amplios beneficios y en general permite una educación más personalizada adaptada a los intereses particulares de los alumnos. Sin embargo, bajo esta metodología de elección de asignaturas que el IB planteada se detectan dos graves problemas que afectan a los conocimientos artísticos de manera directa.

- A) Por un lado, nótese que Artes es el único área de conocimiento que los alumnos pueden elegir no cursar, siendo esto algo excepcional, ya que que no ocurre con ninguna otra área. Dicho de otro modo, la educación artística y visual queda relegada a un segundo plano donde se considera un conocimiento no indispensable -a adquirir solo de manera opcional-.
- B) Por otro lado, Artes es también el único área de conocimiento en la cual no se permite cursar más de una asignatura. De esta manera, los alumnos que deseen encaminar su carrera académica en cualquier forma de expresión artística y tengan interés en especializarse en el área de Artes, se encuentran con un inconveniente que no tienen los demás con interés en otras áreas: la imposibilidad de cursar dos asignaturas del área de Artes, como por ejemplo, Artes Visuales y Cine. Existe la posibilidad de que haya alumnos de 16 años con vocación artística, que deseen cursar el Bachillerato Internacional por las ventajas que ofrece en cuanto al modelo educativo y la mentalidad internacional, y, sin embargo, se vean en la situación de tener que elegir entre el IB y el Bachillerato Artístico Nacional, ya que este segundo les permite cursar asignaturas adaptadas a sus necesidades e intereses académicos.

El problema, sin embargo, no reside en el Programa del Diploma del IB en sí, sino al insertar este en el contexto cultural y social actual: un mundo visual. El siglo XXI es por excelencia el siglo de las nuevas tecnologías, internet, la comunicación y las imágenes. Es comúnmente aceptado que son una urgencia y una prioridad como materias educativas. Sin embargo, con este modelo educativo, nos encontramos ante adolescentes que pueden cursar el Programa del Diploma sin haber recibido educación visual, es decir, herramientas visuales para interpretar y enfrentarse a la infinidad de imágenes que reciben y generan a diario y que, por tanto, construyen su identidad.

Así como el lenguaje verbal es una prioridad educativa que permite desarrollar las capacidades y habilidades comunicativas necesarias para desenvolverse en sociedad, es también necesaria una alfabetización visual que otorgue las herramientas necesarias a los alumnos para enfrentarse al mundo hipervisual en el que viven. Teniendo en cuenta el contexto social, es necesaria una reflexión sobre el vacío que presenta el programa respecto a la educación sobre las imágenes.

B. Objetivos

Existe, por lo tanto, un vacío en la educación secundaria respecto a el estudio del acontecimiento visual y la autogestión de la propia imagen en redes sociales. Este estudio pretende, por un lado, explorar e indagar el problema que se percibe desde la pedagogía y la teoría de las imágenes a través de la revisión de literatura de diversos autores. Además pretende contextualizar el problema a abordar, en el marco del programa del Diploma del Bachillerato Internacional, en el cual se perciben carencias respecto a la asignatura de Artes Visuales.

Por otro lado, este estudio tiene como objetivo conocer de qué manera los adolescentes de hoy en día se relacionan con las redes sociales, la fotografía y con la autopercepción de su propia imagen. Qué opinan al respecto (cuáles son sus inquietudes, dinámicas y hábitos), conocer además su percepción respecto a la educación recibida (tanto en el ámbito familiar como en el ámbito escolar) y recoger sus necesidades educativas actuales para afrontar la falta de herramientas para gestionar las imágenes.

En definitiva, este estudio pretende esbozar un primer marco de reflexión que ayude a comprender la dimensión del problema y la posibilidad de abordarlo a través de la indagación teórica y práctica. Además, pretende obtener pistas que ayuden a dibujar de qué manera sería posible implementar la educación visual contextualizada en el mundo contemporáneo en el actual currículo del programa del IB. El objetivo final de este estudio es brindar a los adolescentes la oportunidad de adquirir herramientas y conocimientos de la cultura visual, para que a través del desarrollo del pensamiento crítico, puedan elegir consumir y generar imágenes en redes sociales con sabiduría, consciencia y libertad.

C. Hipótesis

Este estudio parte de cuatro hipótesis que ponen en relación la educación visual, los adolescentes y las imágenes.

Hipótesis 1: La educación visual ayuda a los adolescentes a construir su identidad en el mundo visual, ya que previene problemas de autoestima y salud emocional provocados por una mala autogestión de la propia imagen.

Hipótesis 2: La educación visual es necesaria para el conocimiento de los adolescentes sobre el acto performativo que conllevan las imágenes fotográficas en las redes sociales y que alteran la realidad que representan.

Hipótesis 3: La educación visual debe ser impartida con perspectiva de género, ya que históricamente las imágenes han posicionado a la mujer como objeto pasivo y esto afecta especialmente a las adolescentes.

Hipótesis 4: La educación visual es percibida de manera positiva por parte de los adolescentes para hacer frente a la recepción y emisión de imágenes.

Revisión de literatura

A. Relación entre adolescencia, redes sociales e imágenes

La adolescencia es el periodo de la vida que sigue a la niñez y precede a la juventud, y existe un consenso acerca de señalar esta etapa como aquella que tiene que ver, principalmente, con la formación de la identidad y la reconstrucción constante de la propia personalidad, en un intento de dejar de ser niños o niñas para convertirse en adultos (Palacios, 1993; Weissmann, 2012). A pesar de que este proceso es diferente en cada persona, se pueden establecer unas características comunes, que permite hablar de la adolescencia como un proceso.

Autores como Izco (2007) consideran esta etapa vital como un proceso de cinco retos a los que el adolescente se enfrenta: (a) el desarrollo físico, (b) el descubrimiento de la identidad, (c) el desarrollo de la identidad, (d) la conquista de la autonomía personal y (e) el desarrollo de la conciencia moral. Establece que los cambios corporales que acarrea la pubertad tienen principalmente tres tipos de repercusiones psicológicas (Izco, 2007, p.61):

En primer lugar, cambia la imagen que el adolescente tiene de sí mismo. Por otro lado, cambia la imagen que tiene de otras personas. Y, finalmente, cambia la imagen que los demás tienen de él. El mencionado triple cambio de imagen es responsable de que el cuerpo adquiera tanta importancia para el púber, que lo escruta frente al espejo, lo compara con los de sus compañeros... Además, la percepción que tiene de su aspecto físico puede traer consecuencias sobre la confianza que tiene en sí mismo. Ya no se trata simplemente de una cuestión de imagen, sino que entra en juego el importante componente de la autopercepción, de cómo el adolescente se ve a sí mismo.

Lo relevante es que cada adolescente lleva estos retos a través de cuatro ámbitos esenciales de relación, estos son, la familia, los amigos, la escuela y, esencial para tener en cuenta en

este estudio, los medios de comunicación: “Se erigen en una vía de socialización que enseña pautas, roles, valores y modelos de conducta, además de propiciar nuevas formas de relación social” (Gomez, 1996).

El estudio del público infantil y adolescente como usuario de los medios de comunicación y tecnologías ha generado el interés de los investigadores desde las primeras décadas del siglo XX (Tolsá, 2009). Sin embargo, desde el comienzo de estos estudios, a los medios de comunicación tradicionales como la televisión, la radio o las revistas, se han unido otros conocidos como las nuevas tecnologías, entre ellos, los videojuegos, los ordenadores, Internet y los dispositivos móviles. Tal y como señala el autor, esta situación hace imprescindible una especial protección y guía en el caso de las adolescentes, por tratarse de personas menores de edad, bajo la tutela de los padres y, sobre todo, en pleno proceso de desarrollo. Para Tolsá, tanto el entorno familiar como la escuela desempeñan un papel decisivo en este proceso de desarrollo: “padres y educadores son un elemento clave en múltiples facetas de la vida de niños y adolescentes, y una de estas facetas es su consumo de pantallas”.

Esto establece una relación entre el adolescente y sus progenitores como guías en el proceso, pero la aparición de las nuevas tecnologías ha causado una brecha generacional profunda que afecta a dicha educación. Los adolescentes, como nativos digitales, han nacido rodeados de ellas y desde los primeros años de vida están habituados a utilizarlas, son algo natural de la misma manera que lo es la lengua materna, mientras que los padres, como inmigrantes digitales, han tenido que aprender, lo que hace que no lo dominen del todo y sea para ellos como una lengua extranjera y en ocasiones muestren “cierto acento” (Prensky, 2001, p.6).

Por tanto, se establece una compleja relación de enseñanza cuando en este caso la experiencia del progenitor no permite esta educación, lo que supone que esta responsabilidad es asumida por el otro pilar fundamental de este proceso educativo: la escuela. Es por este motivo que el mundo académico aborda este tema en sus investigaciones, para conocer no sólo los usos que hacen de estos dispositivos, sino también sus riesgos y oportunidades, y poder adoptar así las medidas de protección necesarias. El objetivo de estas medidas (gubernamentales, familiares, escolares, etc.) tienen como objetivo salvaguardar la integridad física y psicológica del menor, que puede verse afectada por el uso de estas nuevas tecnologías. Es lo que en el ámbito anglosajón se ha denominado como *media literacy*, es decir, la habilidad de una persona para acceder, analizar, evaluar y producir medios impresos y electrónicos (Aufderheide, 1992). Aunque no existe una traducción directa al castellano, se puede afirmar

que es una educación relacionada con los medios y con la comunicación que tiene por objetivo alfabetizar al alumno en este campo. Este nuevo interés ha generado, por ejemplo, materias docentes relacionadas con las TIC en los colegios.

De esta manera, parece evidente que la tecnología es una de las protagonistas de nuestra cultura, pero no la única. Vivimos, también, en la sociedad de la imagen: “La nuestra es una época visual. Se nos bombardea con imágenes de la noche a la mañana” (Gombrich, 1982, p.41). Parece clave comprender, además, que tanto tecnología como imágenes aparecen de la mano. La democratización de los medios de comunicación ha favorecido el acceso a las nuevas tecnologías, y con ello, ha aumentado la posibilidad de emitir y recibir imágenes, especialmente a través de las redes sociales. Sería peligroso limitar en este sentido el campo que aborda la propia educación. La tecnología en sí -como medio- debe ser objeto de estudio para los adolescentes. Comprender, como se ha explicado, sus riesgos y beneficios es clave para ayudar a los alumnos en el proceso. Pero los medios de comunicación, sobre todo internet y las redes sociales, también han transformado su propia comunicación y la manera de hacer llegar sus mensajes, y lo que antes era principalmente hablado o escrito ahora es básicamente visual. Nos comunicamos a través de imágenes.

Según Zafra (2020), quién ha denominado a este nuevo paradigma la Cultura-Red, se establece una relación básica y fundamental entre mundo digital, sujeto e imágenes, donde lo visual cobra verdadero protagonismo en nuestra cultura:

La imposibilidad de reunir las imágenes y los fragmentos del mundo digital que producimos en nuestros días conectados habla de una nueva cultura excedentaria en lo visual. Y hacia el excedente de imágenes, que son excedente y son contingencia, derivan los ojos hoy, fascinados por la adicción del ver y poder ser vistos mientras el cuerpo descansa al otro lado, generando un exceso de cosas que entretienen, interesan o seducen. Y son cosas, en apariencia sobrantes y prescindibles, pero que el ojo aprende a sentir necesarias. Entregados al exceso del habitar en red, pareciera que hoy el sistema se pervierte poniendo en juego dos ganancias sustanciales: el poder sobre la gestión tecnológica de la visibilidad como garantía de existencia y valor, y la autoimplicación en lo que entregamos en las redes de manera más o menos consciente para nuestra propia dominación.

Esta relación entre sujeto, redes sociales e imágenes plantea una nueva necesidad. Las materias propias de las TIC son necesarias pero no suficientes para abordar el problema que se plantea. Es necesaria, además de esta *media literacy*, una *visual literacy*. Esto es, una alfabetización visual que aborde expresamente el sistema de percepción de las imágenes para

ofrecer a los adolescentes herramientas adecuadas tanto para su recepción como su emisión a través de las redes sociales.

Esto es de suma importancia en el estudio que nos ocupa, porque al sistema que forman las tecnologías y las imágenes se añade un tercer factor, que es la etapa de desarrollo en la que se encuentran los adolescentes. De hecho, se ha demostrado que existe una relación directa entre esta problemática y la adolescencia, puesto que en la construcción de la identidad, los adolescentes ven y publican fotografías en las redes sociales como herramienta para construirla (Peris, Maganto, Kortabarria, 2013). Autores como Orihuela explican que esta relación es propia de nuestra cultura contemporánea: “El mundo que habitamos ya no es solo un globo estático. Es también una red dinámica que crece con la innovación de las conexiones. En este nuevo Escenario-Red todos exploramos con nuevos ojos nuestra identidad” (2015, p.17).

Este proceso es posible gracias a dos factores:

- (a) La realización de la propia fotografía. Por su ontología, que será explicada en este artículo más adelante, la fotografía es un medio idóneo para que los adolescentes puedan trabajar a través de su propia imagen de manera proyectiva: no solo conocerla sino comunicarla a los demás. Como explica Sontag, la fotografía puede entenderse como una expresión aguda del yo individualizado, la identidad privada, o como medio de encontrar un lugar en el mundo (1981, p.129). Es decir, la fotografía es una herramienta para la exploración de la identidad y la personalidad. Autores como Mayayo han profundizado en esta capacidad de la fotografía combinada con lo que se ha denominado como “pose”, algo que afecta especialmente a las mujeres (Mayayo, 2014). Para la autora parece lógico puesto que históricamente “las mujeres se habían visto relegadas en la imagen del pintor y la modelo”. De esta manera, las mujeres convierten la pose (el papel aparentemente pasivo al que se les había relegado en ese esquema del pintor y la modelo) en un ejercicio performativo. Ese ejercicio performativo, que en el caso de las mujeres artistas permite la construcción de un proyecto del yo artístico, se puede comparar con el proceso de la construcción del yo que experimentan los adolescentes en esta etapa. En este sentido podríamos hablar de la pose como los intentos por proyectar su personalidad e identidad.

- (b) La validación social del proceso mediante la valoración positiva. La inmediatez y el carácter social de la fotografía han sido las características de este medio que la han hecho idónea para ser compartida a través de las redes sociales. Este hecho hace que la fotografía quede inserta en un nuevo contexto, la publicación, y por tanto quede sujeta a las nuevas formas de reconocimiento y aceptación social. Es decir, la interacción y los likes. Para conseguir este reconocimiento, los adolescentes tratan de transmitir una visión de sí mismos lo más parecida posible a la de sus modelos de referencia.

Tanto la fotografía como las redes sociales se convierten en dos herramientas para los adolescentes tan poderosas como peligrosas, pues dan la posibilidad de crear una identidad online que no necesariamente corresponde con la real. Esto puede suponer un riesgo para los jóvenes que están en pleno desarrollo de su personalidad, si no se ofrecen herramientas para recibir las imágenes y para poder construir coherentemente la suya propia. La desinformación y la falta de habilidades para interpretar imágenes pueden derivar en diversos problemas de autoestima y bienestar emocional.

Según Zafra las redes sociales han convertido a las personas en productoras de contenido, por las propias lógicas de exceso y celeridad que promueve la vida en la red (2020). Según la autora, este exceso favorece otras lógicas propias de nuestra época como la precariedad de pensamiento o la ansiedad. Como productores, se vive en un presente continuo que supone estar respondiendo a lo nos que interpela constantemente. La persona -o productor de contenido- trabaja constantemente para la máquina y sus algoritmos de éxito (likes, comentarios, intersecciones). La máquina sí proyecta la identidad del sujeto, pero lo hace de manera aditiva, no narrativa, lo cual lleva a un pensamiento sin tiempo (Zafra, 2020). Que el adolescente forme parte de estas nuevas dinámicas de comunicación pertenecientes a las redes sociales sin guía que le ayude en el proceso no parece la opción más razonable en su etapa de construcción de la identidad.

B. Alfabetización visual, fotografía y espectador

Tal y como explica Metz, suelen distinguirse, en la problemática que produce las relaciones entre imagen y enseñanza, dos aspectos diferentes: la enseñanza *de* la imagen, por ejemplo, una clase sobre cine, y la enseñanza *mediante* la imagen, por ejemplo, proyectar un documental para hacer más sencilla una materia (1973, p.205). Sobre este segundo caso, hay

multitud de artículos, debido a que los propios docentes universitarios y académicos se han interesado por los beneficios pedagógicos que ofrece la imagen. Sin embargo, en este artículo, se pondrá en relación imagen y enseñanza para hablar de la educación *de* la imagen misma.

Metz, en este sentido, realiza una reflexión interesante. Explica que la enseñanza, que habitualmente es una enseñanza icónica, puede dividirse en articulaciones concretas que presentan una naturaleza evidente. Es por este motivo, que tanto en la escuela como en las universidades, puede enseñarse la imagen desde compartimentos como el cine o la fotografía. Pero esta división también presenta problemas: “Estas articulaciones (...) son poco aptas para permitir una reflexión más fundamental acerca de la pedagogía de la imagen” (1973, p.208). Para Metz, es importante que los alumnos tengan un conocimiento acerca de las configuraciones icónicas, incluso también de los símbolos culturales, pero sobre todo, “brindarle una explicación del sentido mismo del procedimiento” (p.209). Esto significa que el alumno, además de poder clasificar las imágenes y reconocer en ellas la simbología que le es propia, debe también conocer los procesos de percepción visual que ha permitido que, por un lado, la clasifique y, por otro, la reconozca. Los estudiantes ya han recibido espontáneamente una educación visual. Metz (1973) explica que ya han sido sometidos a una educación “salvaje”, pero a su manera eficaz, por el medio social cotidiano, la exposición a los mass media, etc.

Esta visión global que ofrece al alumno las herramientas para enfrentarse al mundo visual es lo que se ha denominado, concepto ya adelantado en el epígrafe anterior, como Visual Literacy. La expresión alfabetización visual o Visual Literacy ha sido comúnmente utilizada para referirse a la enseñanza en la educación básica. Explica Elkins (2003) que en los años 70 esta expresión fue asociada con las teorías de Arnheim y las teorías pictóricas sobre la composición y el color, y ha sido después que, muchos programas universitarios, por inercia, se han denominado también de la misma manera. Sin embargo, existe un problema en la denominación de los estudios de cultura visual desde la perspectiva de la alfabetización. Christian Metz explica que uno de los primeros malentendidos cuando se aborda la cuestión sobre imágenes y pedagogía es que “se plantea el problema como si fuera evidente que la imagen puede enseñarse del mismo modo en que se enseña la lengua” (1973, p.206). La lengua, explica el autor, se enseña en su totalidad y a partir de sus más pequeñas unidades, los fonemas. El alumno debe aprender a realizar e identificar los problemas de su propia lengua,

ya que la lengua es un objeto cultural en su totalidad. Y aunque es cierto que la percepción sensorial es también un hecho cultural, varía menos radicalmente de una cultura a otra, por lo que su análisis debe centrarse más en constantes antropológicas. Los estudios sobre la imagen, entonces, deben tener su punto de partida en la percepción visual (Metz, 1973, p.207):

Es deseable, si se quiere “enseñar la imagen”, regresar -es decir, para el caso, progresar- tan profundamente como sea posible en dirección a los mecanismos perceptivos que se consideran demasiado rápidamente como evidentes de por sí, y en los que, en realidad, se ocultan toda una cultura y una sociedad.

La enseñanza de estos procedimientos del sistema perceptivo ayudaría a los estudiantes a hacer frente a la recepción de imágenes en nuestro mundo visual y dentro de nuestra Cultura-Red planteada por Zafra (2020). Este problema, además, queda agravado en cuanto que la fotografía se hace cada vez más presente en este contexto. Sontag, en su libro precisamente *Sobre la fotografía*, ya alertaba sobre esta cuestión, anunciando que la fotografía es el pilar fundamental de nuestra información visual (1981, p.33):

La necesidad de confirmar la realidad y dilatar la experiencia mediante fotografías es un consumismo estético al que hoy todos son adictos. Las sociedades industriales transforman a sus ciudadanos en yonquis a las imágenes; es la forma más irresistible de contaminación mental.

Actualizando, entonces, las afirmaciones de Metz, parece que sería conveniente que la enseñanza de esos procedimientos tuvieran su foco en la fotografía, es decir, la imagen más contemporánea para quien recibe esta educación. En este punto, la educación sobre la imagen se vuelve más compleja, puesto que la fotografía, considerada en palabras de Berger (1997, p.85) como *otra manera de contar*, presenta una ambigüedad en su ontología que no tienen otros lenguajes visuales como por ejemplo la pintura. Para Berger, aceptar esta ambigüedad es el único camino posible para considerar la fotografía como una nueva forma de contar propia de nuestro tiempo, de nuestra cultura visual. El autor continúa explicando que una fotografía no tiene la capacidad de aportar un significado, es por este motivo que también afirma que una fotografía no puede mentir ni decir la verdad. Es una imagen que tan solo transporta las apariencias (luz y tiempo), pero nunca podrá aportar el significado de estas. Solo aquello que se narra permite comprender, porque nos permite aportar un pasado y un futuro de los acontecimientos. Ahí reside la provocación de esta nueva manera de contar.

A esta ambigüedad se une la paradoja interna que encierra la fotografía, que complica más este proceso de recepción de las imágenes. Sontag (1981) explica que la fotografía tiene la virtud de unir dos atributos que en principio son contradictorios: “Eran el registro de lo real -incontrovertible, como no podía llegar a ser relato verbal alguno pese a su imparcialidad- puesto que una máquina estaba registrándolo. Y ofrecían testimonio de lo real, puesto que una persona había estado allí para hacerlas”. Es decir, una misma imagen ofrece la objetividad de la huella de la realidad, y la subjetividad del punto de vista de quien toma la imagen.

Estas dos cuestiones ontológicas de la fotografía, la ambigüedad descrita por Berger y la paradoja descrita por Sontag, hacen de las imágenes fotográficas un material visual vulnerable a los usos y manipulaciones que podrían hacerse de ellas. Estas manipulaciones funcionan y consisten en hacer confundir el uso y con el significado de las fotografías en la mente del espectador. Berger alerta del peligro de hacer acompañar imágenes con texto, por ejemplo, acompañando la imagen de una noticia o un pie de foto, puesto que una fotografía, de suyo ambigua, de pronto parece convertirse en un dogma, en una pregunta respondida (2016, p. 28). Ese texto, por absolutamente preciso que resulte, sólo será necesariamente una interpretación sobre la imagen que acompaña. Sin embargo, el espectador recibe un supuesto significado de la fotografía (que ni el texto ni la fotografía serían capaces de ofrecer).

Este problema afecta también al espectador de las imágenes, porque forma parte del proceso que completa el sistema perceptivo: “El espectador construye la imagen, la imagen construye al espectador” (Aumont, 1992, p.86). Este enfoque propuesto por Aumont consiste en considerar al espectador como un participante emocional y cognitivamente activo en la imagen, siguiendo las teorías antes propuestas por Gombrich. Esto supone que el espectador recibe la imagen y, al ocurrir los procesos lógicos del sistema perceptivo, se ha aprehendido dicha imagen, con todo lo que esto supone. Gombrich (1982, p.29) afirmaba, en este sentido, que la mirada del espectador no era inocente, pues implica un sistema de expectativas: al recibir la imagen, se activa la verificación o invalidación de una hipótesis. Este sistema de expectativas funciona gracias a nuestro conocimiento previo del mundo y de las imágenes. Además, el papel del espectador es proyectivo, tendemos a identificar cualquier cosa en una imagen, con el riesgo de que esta tendencia proyectiva sea excesiva y desemboque en una interpretación errónea o abusiva de la imagen. (Aumont, 1992, p.94-95). Esto significa, que el espectador es capaz de inventar su significado.

Es decir, que la fotografía, que carece de significado, puede ser manipulada en su uso (aportando un falso significado) y además ser sobre interpretada por el espectador (inventando un significado nuevo). Parece no solo necesario, sino urgente, que en el mundo visual en el que la fotografía es el pilar de nuestra información, se dote a los espectadores -extremadamente activos en este proceso perceptivo- de una educación sobre los procesos, tal y como explicaba Aumont. Este proceso, además, se acelera en el tiempo. Incluso si el proceso es correcto, no hay manipulación ni sobreinterpretación, es necesaria una reeducación: “Consumimos tal cantidad de imágenes y disponemos de tan poco tiempo para cada una que aplicamos un nivel de lectura muy superficial basado en lo emocional, lo que nos mantiene en un grado muy básico de entendimiento, más animal y menos racional” (Dominguez, 2021, p.69).

Existen, en este sentido, dos procedimientos que se deben tener en cuenta en la educación visual para respetar la vulnerabilidad de las imágenes y del espectador. Alertar sobre ellas podría proteger a ambas partes del sistema perceptivo.

(a) La primera de ellas es la ilusión representativa. La ilusión, explica Aumont (p.101-195), estrictamente hablando, es un error de percepción. Una confusión del espectador entre la imagen y algo diferente a lo que es la imagen -por ejemplo, un trampantojo-. Durante la historia del arte, los artistas han gustado mucho de estos juegos visuales y durante el Renacimiento se generó todo un sistema de perspectiva que afinó esta ilusión: las pinturas ya no eran superficies bidimensionales, sino que suponían espacios tridimensionales. Las ilusiones dejaron de ser casos excepcionales y comenzaron a ser objetos deseables en las representaciones y consentidos por un espectador consciente de este juego. Aumont explica que la ilusión es todavía más eficaz si se realiza bajo formas de imágenes socialmente admitidas (como la ilusión de movimiento que provoca hoy la imagen cinematográfica).

(b) La segunda es la representación. Para Aumont, este procedimiento visual puede formularse en una pregunta: “¿en qué medida pretende la representación ser confundida con lo que representa?” (1992, p.108). Para el autor, es difícil dar una definición única y universal, pero sí argumenta que está apoyada en la existencia de convenciones socializadas y que cualquier individuo puede aprender fácilmente estas

convenciones, incluso a veces ni siquiera necesitan ser aprendidas. Este procedimiento de representación podría denominarse, también, como efecto de lo real. Para Oudart, el espectador asigna a las figuras de la representación un referente en lo real. Es decir, que el espectador no cree que lo visto en la imagen sea lo real, sino que aquello que ve en la imagen ha existido o ha podido existir en lo real.

Tras comprender, al menos superficialmente, qué suponen estos procedimientos, se puede comprender por qué Aumont (1992) hace hincapié en la idea de una educación visual desde los procedimientos mismos y no desde áreas compartimentadas, como el cine, la fotografía o la pintura. La educación recibida sobre estas materias presenta carencias acerca de la enseñanza de herramientas que les permitan enfrentarse al infinito caudal de imágenes que se reciben y se generan en la vida cotidiana. El problema, entonces, no es el número de imágenes que recibimos. Existe en la era contemporánea una verdadera fascinación por lo visual que no puede obviarse. Si el siglo XIX quedó representado a través de la prensa y la novela, la cultura fragmentada que denominamos posmoderna entiende e imagina mejor a través de lo visual (Mirzoeff, 2003). Y, por lo tanto, parece coherente atenderla desde la educación.

C. Imágenes y perspectiva de género

Como se ha explicado anteriormente, los adolescentes construyen su identidad a través de varios agentes, entre los que se encuentran las redes sociales y en concreto las imágenes que se difunden y se reciben en ellas. En este punto, cabe plantear la pregunta de si estas imágenes en las redes sociales afectan de igual manera en los hombres y en las mujeres. Y de no ser así, qué ocurre y por qué.

El tema de las mujeres y las imágenes se ha puesto en relación gracias a la aplicación de la perspectiva de género en diferentes ámbitos académicos, como la historia del arte, el cine o la fotografía. En el año 1989, el grupo de las Guerrilla Girls empapeló las calles de Nueva York con el siguiente mensaje: “¿Tienen que estar las mujeres desnudas para entrar en el Metropolitan? Menos del 5% de los artistas de la sección de arte moderno son mujeres, pero el 85% de los desnudos son femeninos”. Este cartel evidenciaba cuantitativamente esta relación entre mujeres e imágenes. Tal y como explica Mayayo (2003, p.21), mostraba:

Una de las paradojas más inquietantes de la relación entre las mujeres y la creación artística en la cultura occidental: la hipervisibilidad de la mujer como objeto de la representación y su invisibilidad persistente como sujeto creador

Sin entrar aquí en el tema de la mujer como artista, sí que parece conveniente detenerse en la otra parte de la paradoja anunciada por Mayayo: la hipervisibilidad de la mujer como objeto en las imágenes. La mujer aparece constantemente en los medios de comunicación, redes sociales o imágenes publicitarias como objeto de contemplación, acompañando productos o mensajes, pero nunca como sujeto activo. Cabe preguntarse, entonces, los orígenes de este hecho.

Berger explica que las actitudes y valores que expresan hoy estas mujeres ya se conformaron en la tradición de la pintura al óleo en el Renacimiento. Afirma que el modo esencial de ver a las mujeres no ha cambiado y sigue siendo el mismo: “Las mujeres son representadas de un modo completamente distinto a los hombres, y no porque lo femenino sea diferente a lo masculino, sino porque siempre se supone que el espectador “ideal” es varón y la imagen de la mujer está destinada a adularle” (2016, p.64). Parece entonces que la mirada masculina es la que ha propiciado el desequilibrio en las imágenes y presenta a la mujer como objeto en prensa, publicidad y televisión. Seguramente, Berger no pudo imaginar hasta qué punto este hecho iba a potenciarse en el nuevo medio de Internet y las redes sociales.

Así que también la fotografía, el medio visual de información pilar de nuestra cultura visual, hereda directamente patrones y estructuras profundas de la pintura al óleo del renacimiento occidental, en la cual los pintores y compradores de los cuadros, siempre varones, conformaron una figura femenina retratada por y para la mirada masculina.

También Sontag (1981) parece reafirmar esta herencia visual, pues explica que existen modas en la mirada para que las cosas parezcan interesantes, y para ello, se realiza un reciclaje constante de los gustos del pasado. De esta forma, resulta comprensible cómo las formas de representar a la mujer en el arte son, todavía hoy en día recicladas, a través de la reproducción de antiguos clichés, convertidos en meta clichés (p.184).

Este desequilibrio también ha sido tratado por Aumont, quien apoyado en las teorías de Laura Mulvey sobre la mirada masculina, afirma que esto es así a tal nivel que incluso se puede realizar una asimilación entre espectador de una imagen y espectador masculino (Aumont, 1992, p.132-133):

La disimetría entre personajes masculinos dotados del poder de mirar y personajes femeninos hechos para ser mirados (...) entre la mujer como imagen y el hombre como portador de la mirada, incluso en el sentido en que, por delegación, es el portador de la mirada del espectador; neutralizando el peligro potencial que encierra la imagen de la mujer; como espectáculo tendente a congelar el flujo de la acción para provocar la contemplación erótica

Esta idea de Aumont puede dar luz sobre la idea de la existencia de una única mirada válida en la historia de las imágenes occidentales. No es que no existan otras, sino que no son consideradas. En este sentido, las ideas de Domínguez apoyan esta teoría y explican qué supone la existencia de una jerarquía de las miradas (2021, pp.78-79) :

Tener en cuenta que nuestra historia visual (que es la historia del arte occidental) es una perspectiva del todo subjetiva realizada por una mirada muy concreta, la del hombre blanco heterosexual que retrata el mundo según sus intereses y creencias, ayuda a incluir en la imagen una especie de “coeficiente de variación” que nos informa de su distorsión. Incluir este dato es muy útil a la hora de hacer una interpretación más completa de las imágenes. No es que la mirada masculina, blanca y heterosexual tenga nada de mala, su perspectiva es tan válida como la de cualquier otra persona, el problema es la falta de otras. No disponer de diversidad de miradas provoca que exista un modelo único de pensamiento, de conducta, y de moral, y sean rechazadas, incluso castigadas, todas las opciones que se salgan de ese molde.

Esta mirada masculina hegemónica es la que ha planteado una tipología de imágenes sobre la representación de la mujer. La asimilación de esta mirada crea una situación específica para la mujer, ya que tiene como consecuencia que esta se presente como objeto para ser mirado y el hombre como sujeto que mira. Sin embargo, y pese a la sencillez del planteamiento, esta situación está arraigada de manera compleja en nuestro sistema de imágenes. Es más, Berger explica que la estructura actual ha sido construida para que sean las propias mujeres las que perpetúen este sistema visual de representación de la mujer como objeto para ser mirado (2016, p.46):

Se ha producido a costa de que su ser se haya partido en dos. Una mujer debe contemplarse continuamente. Casi siempre va acompañada por la imagen que tiene de sí misma. Cuando atraviesa una estancia o llora por la muerte de su padre, a duras penas puede evitar imaginarse a sí misma caminando o llorando. Desde su más temprana infancia se le ha enseñado y convencido de que debe examinarse en todo momento

Berger ha denominado a estas “dos partes” en las que queda dividida la mujer como la examinadora y la examinada, que conforman los dos elementos constituyentes de su identidad. La examinadora debe examinar todo lo que ella es y hace, porque como aparezca ante los demás será como aparezca ante los hombres, y de ello depende su éxito en la vida. Esta división es la que no solo permite sino perpetúa el sistema de imágenes (2016, p.47) :

“Los hombres miran a las mujeres. Las mujeres se miran a sí mismas siendo miradas. Esto determina no solo la mayoría de las relaciones entre hombres y mujeres, sino también la relación de las mujeres consigo mismas. La supervisora que la mujer lleva dentro de sí es masculina; la supervisada, femenina. De este modo se convierte a sí misma en un objeto, en particular un objeto visual, una visión”

No es el lugar en este artículo plantear a través de qué temas recurrentes este sistema ha sido construido, pero parece interesante hablar sobre algunos ejemplos que Berger analiza sobre la representación de la mujer que pueden aportar luz al objeto de estudio. Para el autor es importante poner foco en todos aquellos temas que traten del desnudo de la mujer, puesto que cualquier tema mitológico que recaiga sobre ellos no ha sido sino la excusa para poder representarlo.

Es el caso, por ejemplo, del Juicio de París, tema que representa un grupo de hombres decidiendo quién es la mujer más bella de París, quien será premiada con una manzana. Este hecho juzga la belleza, de manera que las mujeres que no han recibido el premio no son bellas, ligando el concepto de belleza al concepto de competición entre las mujeres. Berger también señala el tema clásico de la Vanidad, tema que representa a una mujer desnuda contemplándose en el espejo. Para el autor, el espejo fue utilizado a menudo como símbolo de la vanidad en la mujer, “sin embargo, hay una hipocresía esencial en esta actitud moralizante” (Berger, 1972, p.51). Esta hipocresía propuesta por Berger descansa en la idea de que el objetivo real era pintar a la mujer desnuda, porque el hombre disfruta mirándola así, y que ese espejo era la manera de condenar a la mujer moralmente cuya desnudez, sin embargo, se había retratado para el placer propio. La mujer se trata a sí misma como una visión, como un espectáculo.

Puede aparecer la idea de que estas obras, pinturas clásicas, se encuentran alejadas en el tiempo de nuestra propia cultura visual. Sin embargo, el propio autor remarca cómo esas convenciones pictóricas pueden encontrarse en nuestras imágenes contemporáneas. Esto es debido a la división entre pintura y mimesis que se produce en las vanguardias del arte contemporáneo. Los artistas, con el deseo de dejar de copiar la realidad en sus imágenes, delegan esta tarea en el nuevo invento de la modernidad: la cámara. De esta manera, son la fotografía y el cine los medios que heredan esas convenciones, en concreto, el cine, la televisión, la publicidad e internet.

Desde la perspectiva actual, esta idea de la tarea mimética de la fotografía ya ha sido descartada. Es más, tal y como explica Sontag, las fotografías no son un mero registro del

mundo, sino una evaluación del mundo, ya que nadie retrata lo mismo de la misma manera (1981 p.98). La fotografía siempre está cargada de subjetividades, tanto del fotógrafo que toma la imagen -selección, perspectiva, luz, encuadre, ángulo-, como del espectador que la observa -como un participante emocional y cognitivamente activo de la imagen y como un organismo psíquico sobre el cual actúa la imagen- (Aumont, 1992).

Este cambio de perspectiva y de visión sobre el medio ha creado una confusión que puede resultar peligrosa. En el consumo diario de imágenes, el espectador considera que las imágenes que observa no están dotadas de subjetividad, que captan la realidad tal cual es, debido a esa capacidad de registro de la fotografía. Esta cuestión se encuentra en la raíz de muchas problemáticas de cuestiones de género en las imágenes, como es el caso de la percepción de la propia imagen en el caso, principalmente, de las mujeres.

El problema surge cuando la autopercepción se ve influida por los estándares de belleza reproducidos en las fotografías. Las mujeres se comparan, no con la imagen que tienen de sí mismas, si no con la imagen idealizada y aprehendida de cómo deberían verse. En su capacidad de mostrarse como veraces, estos modelos que representan se consideran y se idealizan, y este juego forma parte de nuestra cultura visual, tal y como explica Sontag (1981, p.79) :

Las fotografías son: literalmente, artefactos. Pero seducen porque en un mundo abarrotado de reliquias fotográficas también parecen tener la categoría de "objets trouvés", involuntarios fragmentos del mundo. Así, trafican simultáneamente con el prestigio del arte y la magia de lo real. Son nubes de fantasía y cápsulas de información. La fotografía se ha transformado en el arte por excelencia de las sociedades opulentas, derrochonas, inquietas, una herramienta indispensable de la nueva cultura masiva

Este poder de seducción de la fotografía se presenta, entonces, como un arma de doble filo y su conocimiento ayudaría a evitar los riesgos e interpretaciones erróneas que este supone. De la misma manera, se percibe como condición necesaria el conocimiento de los modos de representación de la mujer en otros medios anteriores a nuestra cultura visual para poder comprender las imágenes actuales, ya que no se produce una ruptura, sino que la fotografía y el cine heredan dichos modos de representación.

Diseño de estudio o investigación

Una vez planteado el estado de la cuestión y definido el problema a abordar de forma teórica, resultó necesario comprobar las ideas en la realidad educativa. El objetivo de este trabajo es explorar los puntos de vista y las necesidades de los alumnos de bachillerato en relación al objeto de estudio. Para proponer innovaciones apropiadas, e implementar de forma adecuada el estudio sobre el acontecimiento visual en redes sociales, en relación con la fotografía y la autopercepción de la propia imagen en Artes Visuales, es importante conocer la percepción que tienen los estudiantes y comprobar el vacío educativo en alfabetización visual en las aulas.

A. Análisis de los datos

Para ello, se realizó un estudio cualitativo basado en los Grupos Focales (FG), que tuvo lugar durante el curso 2020/2021 en tres centros educativos de Navarra (España): Colegio Nuestra Señora del Huerto, I.E.S Tierra Estella y Colegio Jesuitinas Pamplona. Un Grupo Focal es una técnica de investigación que permite conocer y estudiar las opiniones y actitudes de un público en relación a un tema en concreto a través de preguntas abiertas realizadas por un moderador. Se eligió esta metodología por la libertad de respuesta que otorgaba a los participantes del estudio, pues el objetivo era conocer de la manera menos sesgada posible sus reflexiones sobre el objeto de investigación.

Se crearon doce FG con alumnos de 16 a 18 años matriculados en 1º y 2º de Bachillerato, siendo una muestra total de 60 estudiantes. Se utilizó una muestra semi-aleatoria de alumnos. Después de contactar con el director de cada colegio, los adolescentes fueron seleccionados por profesores o por el propio director, mientras que otros alumnos quisieron participar de manera voluntaria. Todos ellos fueron informados sobre el propósito del estudio, y firmaron un documento de consentimiento (Anexo II). Además se les informó de que el sonido de las sesiones sería grabado, y solo sería accesible para el equipo de investigación, siendo todas sus intervenciones y aportaciones completamente anónimas. Los profesores solo estuvieron presentes durante la selección de los participantes.

Características generales de la muestra

Variables Género			Nivel Educativo				
	FG***:12	(n=60)	1° Bachillerato		2° Bachillerato		
Masculino	6	30 (50%)	FG:6	3	15 (25%)	FG:6 3	15 (25%)
Femenino	6	30 (50%)	3	15 (25%)	3	15 (25%)	

Tabla 1: Características de los alumnos participantes en los grupos focales

Los FG se organizaron en base al centro educativo, el año académico y el género. Se realizaron cuatro FG de cinco alumnos en cada colegio: dos grupos de 1° bachiller y dos grupos de 2° de bachiller. Considerando las diferencias de género, y con la intención de generar un espacio seguro y sin juicio, los grupos fueron intencionadamente no mixtos.

Antes de realizar los FG, se envió un cuestionario a través de Google Forms (Anexo III) a los alumnos participantes, con el objetivo de recabar información específica y concreta sobre hábitos de consumo y frecuencia de uso de redes sociales y fotografía, referentes, percepción de su propia imagen, influencia del uso de RRSS en su estado de ánimo, etc. Esto permitió moderar cada reunión según los hábitos de los alumnos en particular.

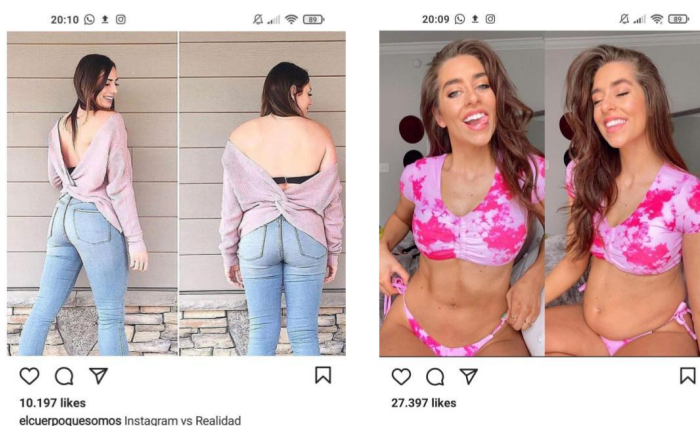
Las sesiones de FG tuvieron una duración de una hora y fueron moderadas por las investigadoras Zuriñe Lafón y Sandra Urrea, quienes guiaron la discusión hasta que fueron resueltas las cuestiones y preguntas. Las sesiones fueron registradas mediante audios como prueba de las mismas y como herramienta de investigación. El procedimiento fue el mismo en todos los grupos, aunque la profundización en cada pregunta varió en función de las respuestas en el cuestionario previo, que marcó decisivamente el interés y la participación de los alumnos en cada una de ellas.

De esta manera, las sesiones se dividieron en la proyección de tres diapositivas diferentes y cada una de ellas plantea una hipótesis acerca del objeto de estudio de este trabajo de investigación. A través del método de la comparativa de imágenes, los alumnos pudieron comentar que les sugería dichas relaciones visuales. A continuación se detalla cada una de ellas y la pregunta que se planteaba.

A) Diapositiva 1. Cuestión: usos y significado de las imágenes. En este caso, se mostraban dos portadas de periódicos de la abdicación del monarca Juan Carlos I de El Periódico y de La Vanguardia. El objetivo era conocer si son conscientes, y en qué grado, de que los usos de las imágenes pueden cambiar el significado de las imágenes. Durante la conversación se hacían explícitas dos cuestiones: la primera de ellas, que la imagen era de recurso al menos en uno de los medios, puesto que la vestimenta era diferente (a pesar de hacer referencia al mismo momento) y, la segunda, que en las dos se mostraba una actitud del protagonista opuesta a la del otro medio de comunicación. Esto permitía el debate en grupo y se avivó la reflexión sobre la pregunta principal.



B) Diapositiva 2. Cuestión: acto performativo de las fotografías. ¿Son conscientes los alumnos de la existencia de la performance en la preparación de las imágenes que reciben? ¿Llevan a cabo los alumnos estas preparaciones previas para la creación de sus propias imágenes, en qué casos y por qué?



- C) Diapositiva 3. Cuestión: presencia de la mujer en el arte y herencia visual de poses. En este caso, la diapositiva de comparativa primero se presenta incompleta, es decir, se muestra a los alumnos la obra *La maja vestida*, de Goya. Se describe la obra y se pregunta: ¿os parece provocativa, sensual, sexual, esta imagen? ¿Os provoca?. En un segundo momento, se completa la diapositiva, mostrando a los alumnos la comparativa. En este caso, *La maja vestida* de Goya aparece acompañada de una influencer que replica la pose heredada de la mujer en la historia de la pintura occidental. Las preguntas fueron: ¿encontráis similitudes y/o diferencias?, ¿os provoca menos, igual o más?



B. Resultados

Para analizar los resultados obtenidos en las sesiones de FG, se han empleado unas tablas que recogen los testimonios e impresiones de los participantes registrados mediante los audios (Anexo IV). La información obtenida se ha clasificado en base a el género de los participantes y ha sido dividida en bloques según las diapositivas que fueron mostradas. Con el objetivo de facilitar la comunicación, se utiliza “mujeres”, “hombres”, “chicos” y “chicas” como términos genéricos que agrupan dentro de sí a todas las personas que se identifican con ese sexo.

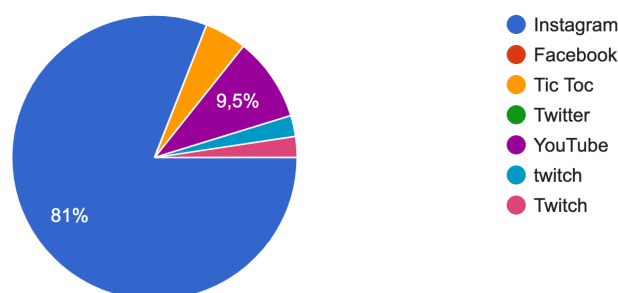
Aunque 43 de los 60 participantes respondieron a preguntas sobre el uso que hacen de las redes sociales en el cuestionario previo realizado mediante Google Forms (Anexo III), antes de comenzar con la primera diapositiva, se les preguntó además sobre sus hábitos concretos en las RRSS como forma de propiciar la participación de los alumnos, generar un clima relajado y conocer las inquietudes de los participantes para una mejor guía de la conversación. En esta parte introductoria, los doce grupos apuntaron pistas relevantes sobre su relación con las redes sociales y las imágenes, entre las más destacadas:

- Los adolescentes se presentaron como consumidores pasivos de otros perfiles. La creación de cuentas y perfiles se realiza con el objetivo de poder visualizar el contenido de otros perfiles.
- En el caso de las mujeres participantes, en muchos casos se repitió la existencia de la creación de dos cuentas en la misma plataforma. Una que llamaban “cuenta candado”, cuyo contenido solo puede ser visualizado por perfiles seleccionados, y otra “cuenta pública”. Esto marcaba su privacidad. El contenido que comparten en la cuenta privada es más personal y espontáneo. Pero además, en el caso de Instagram y la cuenta privada, todavía confesaban restringir el contenido a un círculo más cerrado de “mejores amigos”.
- Se expresa abiertamente que no se aporta contenido o de manera muy puntual. Y que, en muchas ocasiones, el contenido es borrado cuando no se recibe con el apoyo social (comentarios y likes) que se esperaba.
- Los dos objetivos repetidos fueron consumir información y el humor.

También se indicó que la red social más popular entre los participantes es Instagram. Youtube, TikTok y Twitch son otras de las redes sociales que consumen, pero en menor medida. Según las impresiones de uno de los grupos de chicos, son las mujeres quienes generan la mayoría del contenido en TikTok, aunque este es consumido de igual manera por ambos géneros. Facebook, sin embargo, es considerada una red social poco atractiva y ajena para todos ellos.

¿Cuales son las redes sociales que más usas?

42 respuestas

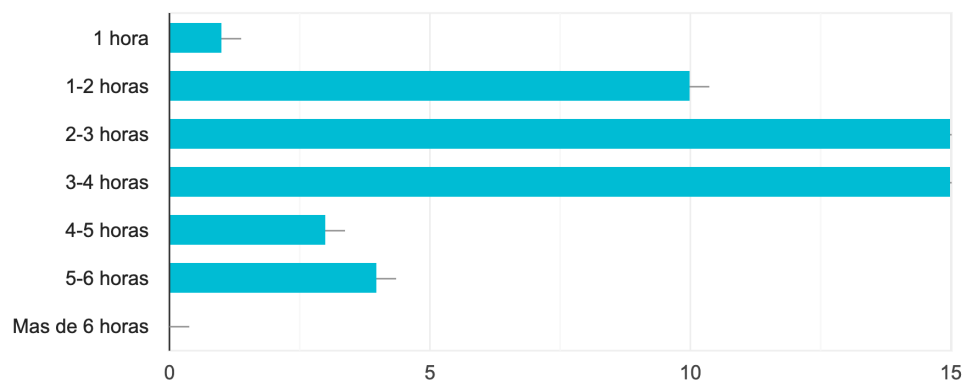


Formulario previo al Focus Group - Google Forms (Anexo III)

Según las respuestas que dieron en el formulario inicial, la mayoría de ellos invierte entre dos y cuatro horas al día consumiendo o generando contenido en las redes sociales.

¿Cuanto tiempo inviertes al día en redes sociales?

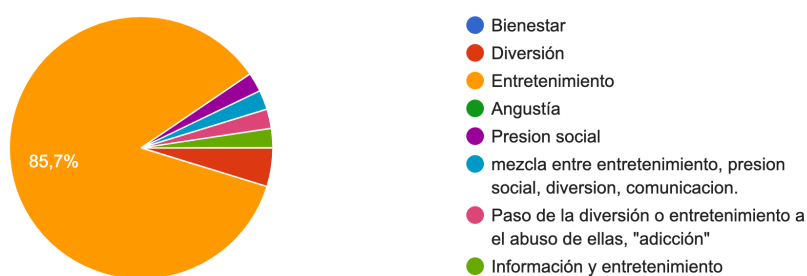
42 respuestas



Formulario previo al Focus Group - Google Forms (Anexo III)

Aunque el motivo de consumo de redes sociales se basa principalmente en el entretenimiento, algunos de ellos confiesan sufrir adicción a estas plataformas. En cuanto a sus referentes y el motivo por el cual eligen seguirlos, son abundantes las respuestas que dicen divertirlos, entretenerlos, admirar su forma de ser y aprender con el contenido que generan (deporte, moda, estudios y feminismo son los intereses que más se repiten en el formulario).

El uso de las redes sociales me causa...
42 respuestas



Formulario previo al Focus Group - Google Forms (Anexo III)

Diapositiva 1: uso y significado de las imágenes

Una vez realizadas las preguntas introductorias relacionadas con los hábitos de uso de las redes sociales, se comenzó con la primera diapositiva, con el objetivo de plantear cuestiones acerca del uso de las imágenes. En este primer bloque, -ante la pregunta “¿Puede una imagen mentir?, ¿por qué?”- en su gran mayoría los alumnos afirmaron la imposibilidad de mentir de una fotografía. Es decir, por lo general, existía en los debates la conciencia de división entre imagen y contexto.

Las explicaciones fueron variadas, pero existía un denominador común entre ellas: la idea repetida de que lo que miente o engaña no es la imagen en sí, sino la forma en que estas imágenes son usadas por los medios de comunicación. Los alumnos afirmaban de manera taxativa que era el contexto que acompaña a las imágenes, como los pies de foto o los titulares, los que dotan de un nuevo significado a las imágenes, y que la percepción e interpretación del espectador juega un papel activo en la significación de las imágenes.

La mayoría de los grupos desarrolló las respuestas de manera autónoma, al menos tres grupos se mostraron más dubitativos respecto a esta pregunta y solicitaban ayuda en sus respuestas.

Cabe señalar que precisamente dichos grupos estaban compuestos por mujeres. Algunas de ellas, por ejemplo, afirmaron que las imágenes no pueden mentir, pero no supieron explicar el porqué, y otras llegaron a dichas conclusiones pero con ayuda de las dinamizadoras.

Sin embargo, todos los participantes (incluidos estos tres grupos más dubitativos) respondieron con rapidez que, a pesar de ilustrar la misma noticia, las portadas expresan hechos contradictorios entre sí a través de las imágenes seleccionadas. En este aspecto, los alumnos coincidieron en las descripciones de ambas portadas sin dudas: una de ellas muestra a un monarca “contento” y “orgulloso”, la otra, uno “arrepentido” y “humillado”. Además de eso, cuatro de los grupos masculinos señalaron que las fotos parecían de días diferentes (apuntaron el diferente color de las corbatas o la diferencia en la cantidad de canas).

Unos pocos chicos señalaron que no se sentirían engañados por estos periódicos, ya que al observar las portadas dan por hecho que las fotos son de diferentes momentos y que han sido seleccionadas según las conveniencia de cada periódico. Señalaron que es importante leer el contenido de la noticia y contrastar información tomando en cuenta los intereses y la línea editorial de cada periódico, con el objetivo de complacer a sus lectores con la imagen que mejor ilustre y reafirme la perspectiva sobre los hechos ocurridos, y así conseguir más ventas. Uno de los grupos de chicos afirmó que son los intereses políticos en los medios de comunicación los que perpetúan este uso manipulativo de las imágenes (en contraposición a las ideas tan claras que algunos alumnos mostraron, unas pocas chicas expresaron tener dudas a la hora de identificar a qué línea ideológica respondía cada portada del periódico).

De esta manera, los participantes mostraron comprender que existe un uso manipulativo de las imágenes en los medios de comunicación.

Tras comentar las portadas, la conversación se recondujo hacia las redes sociales. En respuesta a la pregunta “¿*Creéis que ocurre esto mismo en las redes sociales?*” la mayoría respondió afirmativamente, y algunos grupos explicaron que incluso de manera más acusada que en los medios de información. Dieron varios argumentos al respecto, como por ejemplo, el uso abierto y reiterado de filtros para las imágenes, para alterar los colores o alterar la apariencia física. Para los participantes, la edición de la fotografía era también una manera de manipular la verdad. Otro de los ejemplos repetidos en el uso interesado de las imágenes se daba en el caso de la plataforma de Youtube, en la cual, según algunos de los participantes,

algunos Youtubers utilizaban una imagen para la miniatura de su video que no aparecía en el contenido para atraer tráfico a su canal y más visitas.

Sin embargo, también expresaron no tener la costumbre de cuestionar el uso que se hace de las imágenes que observan en su cotidianidad, precisamente, en las redes sociales y no tanto en los medios de comunicación. Solo dos de los participantes dijeron tener la costumbre de observar de forma crítica las imágenes y contrastar la información de las noticias.

Pero el uso manipulativo de las imágenes, no solo ocurre, como se mencionó anteriormente, mediante el uso de filtros, sino también con la elección interesada de las imágenes que se comparten en redes sociales. Tomar fotos en momentos determinados de bienestar y felicidad, y compartirlas en otro momento en el que no se encuentran de esa manera para aparentar estar bien es una práctica habitual en los adolescentes, y algunos de los participantes admitieron realizar dicha práctica, que también la conciben como manipulación o mentira.

Diapositiva 2: acto performativo de las fotografías

En este segundo bloque relacionado con la autogestión de la propia imagen, se les mostraron imágenes de mujeres con diferentes poses que alteran la percepción de su figura. Ante la pregunta “¿*Qué ocurre en estas imágenes?*” todos coincidieron en que las fotos de la derecha muestran una visión más cercana a la realidad frente a lo que se muestra y es aceptado socialmente en las fotos de la izquierda. Algunos participantes percibieron que las fotos de la izquierda estaban editadas con Photoshop, sin embargo, la mayoría explicó que la diferencia entre unas imágenes y otras se basaba en las diferentes poses y posturas de las chicas retratadas, o del ángulo y perspectiva de la cámara de fotos, que influyen alterando la percepción de un mismo cuerpo. Algunos expresaron que lo que se muestra en las redes sociales no es la realidad, y que estas promueven la reproducción de estereotipos y de cánones de belleza. No obstante, otros participantes hombres expresaron que ambas imágenes son verdaderas, y que no hay nada de malo en ninguna de ellas ya que en ambas fotos la mujer en bikini se muestra feliz, y por lo tanto segura de sí misma.

Los participantes afirmaron que cada vez es más habitual encontrar este tipo de imágenes comparativas en las redes sociales, y que se está normalizando el mostrar la cara oculta detrás de las fotos que acostumbramos a ver. Consideran positivamente que se visibilice este tipo de imágenes, ya que tienen un efecto positivo y evita complejos en los consumidores de dichas fotografías. Sin embargo, al hilo de esta cuestión, se les preguntó “¿*Que expectativas tenéis*

respecto a las fotos que consumís en redes sociales?” y la totalidad de los participantes, aunque no se admitió de manera automática ni inmediata, respondieron que en las cuentas que siguen como inspiración esperan ver fotos que siguen estos cánones (fotografía izquierda), ya que inconscientemente tienen esa predisposición. Los chicos explicaron que prefieren mirar ese tipo de imágenes (izquierda) ya que son más agradables de ver, aunque dijeron que no tienen ningún problema en que las chicas publiquen el otro tipo de fotografías, aunque cuando las encuentran, les sorprende. Según explican, no esperan ver fotos como las de la derecha, no porque no quieran verlas, si no porque creen que las mujeres no quieren mostrar esa parte y se termina repitiendo el mismo patrón. Explican que si socialmente estuviesen acostumbrados a ver ese otro tipo de imágenes, no tendrían ningún problema en recibirlas.

A continuación, se debatió sobre esta diferencia no tanto en la contemplación de estas imágenes sino en la realización de las mismas. Se les preguntó, “*¿Lleváis a cabo esta práctica? y ¿por qué?*”, y todos afirmaron hacerlo en mayor o menor medida, y admitieron que las imágenes que suben a redes se parecen más a las imágenes de la izquierda. Los doce grupos dijeron que es una práctica habitual buscar la mejor pose y ángulo para parecerse lo máximo posible a los estándares de belleza admitidos socialmente. Algunas mujeres dijeron conocer las poses que más les favorecen y admitieron aprovecharlas. Otras explicaron que además de la pose, acostumbran a usar filtros, y habitualmente recortan las fotos para eliminar partes de su cuerpo que no les agradan. Una de las chicas expresó que solo publica fotos cuando está maquillada, mientras que uno de los chicos admitió que aprovecha para hacerse fotos y mostrarse con mejor apariencia cuando acude al gimnasio y su cuerpo se encuentra más hinchado. A todos les parecía obvio y lógico que en redes sociales se compartan las fotos en las que mejor apariencia se tiene, incluso les parecía extraño que les dinamizadoras preguntaran los motivos, ya que entre ellos resultaba evidente. Expresaron que es habitual no querer compartir fotos en las que son visibles pequeños defectos de uno mismo, y que no lo hacen por vergüenza. Una participante declaraba que siempre trata de disimular su inseguridad intentando mostrar algo que no es, pero expresó su deseo de dejar de hacerlo.

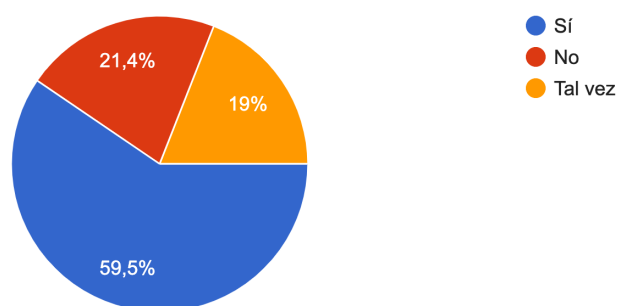
Tanto hombres como mujeres se mostraron de acuerdo en que la recompensa que se obtiene al generar contenido que encaja con las expectativas es la aprobación y la aceptación social. Los halagos que obtienen hacen que se sientan bien, pero algunos expresaron que es un falso

bienestar, ya que generar contenido de ese tipo es una falsa motivación que llevan a cabo para complacer la mirada externa. Unas alumnas explicaron que si publican fotos mostrando su cuerpo real (como la imagen izquierda), son castigadas con comentarios y actitudes tóxicas, mientras que si suben fotos siguiendo el canon de belleza (derecha), reciben atención positiva y likes. Según la perspectiva de los chicos, las chicas buscan parecerse al tipo de imágenes de la izquierda por diversos motivos. Un alumno consideró que todas las fotos que comparten las chicas son muy parecidas y que le gustaría comprender el porqué. Otro alumno añadió que se tratan de imágenes meditadas en las que imitan lo que ellas ven en otros perfiles. También mencionaron que perciben miedo a la crítica y competitividad entre ellas, y que estos pueden ser unos de los motivos por los que son tan exigentes consigo mismas.

Uno de los hechos más reiterados que se explicó en todos los FG fue la repetición de la toma hasta dar con una foto adecuada para compartir en redes sociales. Todas las chicas, y aproximadamente la mitad de los chicos participantes, afirmaron repetir hasta 20 o 30 veces una misma fotografía. Los participantes explicaron que el estado de ánimo influye en la cantidad de fotos que necesitan para conformarse con una, o con el entusiasmo que ponen en tomarse fotos. Algunos de los chicos dijeron que es un plan habitual quedar con su grupo de amigos para divertirse, y entre tanto hacerse sesiones de fotos con el objetivo de obtener material para compartir posteriormente en redes sociales. Además, en los grupos de chicas salió a la luz que después de muchos intentos buscando una foto de su gusto, tal y como se observa en el gráfico, es muy común que decidan no compartir ninguna, por diversos motivos que serán expuestos posteriormente.

¿Alguna vez te has echado atrás cuando ibas publicar una foto tuya?

42 respuestas



La mayoría de las chicas explicaron que han borrado alguna vez fotografías publicadas en una red social en las que aparecen. Incluso una de las alumnas expresó que acostumbraba a eliminar las fotos ya publicadas que no conseguían mas *likes* que la foto anterior. Ante estos hechos reiterados que todos los participantes explicaron, se les preguntó “*¿Qué es lo que no os gusta en esas fotos que no publicais, o que, una vez publicadas decidís eliminar?*”. Las respuestas fueron diversas, pero generalmente, se repetía el argumento de la búsqueda de defectos: observan durante mucho tiempo las fotografías en las que aparecen, y cuanto más tiempo las miran, más defectos encuentran en ellas. Por este motivo, una fotografía que al publicarla les agradaba terminaba no haciéndolo por la cantidad de tiempo que dedicaban a observarla. En ocasiones, lo que no les motiva es la apariencia general de la fotografía, mientras que las chicas explicaron que la mayoría de las veces, se trata de pequeños detalles. También expresaron que a pesar de que les guste su rostro en una fotografía, la descartan si en ella se muestran partes del cuerpo que no les gustan. En el caso de los chicos, explicaron que es común que eliminen fotografías por arrepentimiento, tras haber publicado contenido en estado de embriaguez, pero no tanto por estética como lo hacen sus compañeras, si no por el sentido del ridículo.

Los factores que influyen en este tipo de conductas son variados, entre ellos, es remarcable el peso de la opinión externa sobre la apariencia en las fotos que se toman de sí mismos. Algunos chicos y la mayoría de las chicas explicaron que habitualmente se encuentran con el dilema de tener que elegir una foto entre varias, y que ante la duda piden consejo u opinión a sus amigos o familiares. Algunas chicas dijeron que envían las fotos al grupo de Whatsapp de su círculo cercano para solicitar ayuda. Sin embargo, explicaron que solicitar la opinión de alguien más parece confundir y generar más dudas, ya que normalmente su opinión no coincide con la recibida. En ese caso, la perspectiva que tienen de sus propias fotos cambia, llegando a obsesionarse con los pequeños defectos. La fotografía que les gustaba deja de hacerlo, generando inseguridad.

Algunas chicas piden más opinión a los amigos chicos, porque creen que la perspectiva y la forma de observar las fotografías cambia según el género, pues cada uno se fija en cosas diferentes. La mujer, explican, se fija tanto en la composición de la foto en general como en los detalles (un ojo más cerrado que otro o la sonrisa, pero también el fondo, los colores, el encuadre, etc). Algunas participantes añadieron que el nivel para considerar una foto “buena” es mucho más alto para ellas que para ellos. Los chicos perciben que ellas están sometidas a

una presión mayor, y por lo tanto son más inseguras y exigentes. Explican que a las mujeres se les mira de otra manera en comparación con los hombres, y se les juzga más, ya que los comentarios que los chicos hacen sobre ellas son “poco discretos”. Además de eso, otras participantes señalaron que otro motivo podría ser el alto interés que los chicos tienen en el contenido que ellas generan en las redes sociales. Ellas, sin embargo, expresan que buscan en los chicos otras cosas, más allá de fotos mostrando el cuerpo.

Las expectativas sobre las fotografías de los hombres explican que es más básica, y que ellos no se fijan tanto en los detalles y tienden a conformarse más con las fotografías. Además, las mujeres explican que cuando piden la opinión de los hombres respecto a una foto en la que aparecen ellas, son mucho más directos que las chicas y, sus consejos, más básicos, como simplemente proponerles “que sonrían”. Por ejemplo, cuando la foto que les muestran no les gusta, dicen sin rodeos cosas tales como “tienes fotos mejores”. Aunque los chicos también admiten que buscan su mejor pose cuando se hacen fotos, explican que no lo hacen con tanta obsesión como ellas. En definitiva, los participantes consideran que entre hombres existe menos exposición a las críticas, y por lo tanto menos presión.

Otro de los factores que influye en que los adolescentes lleven a cabo las conductas anteriormente mencionadas (hacerse varias fotos para elegir una, decidir no publicar ninguna, o eliminar fotos publicadas), es el miedo a no gustar. Las chicas de algunos FG explican que se comparan con influencers o con personas que muestran seguridad en sí mismas, perciben que se muestran perfectas en redes, pero que no se sienten identificadas con ellas. Además, admiten que siempre perciben más virtudes en otras mujeres que en ellas mismas. Consideran que esto afecta mucho a la autoestima y genera problemas de salud mental, porque se comparan con personas que no conocen realmente y lo que ven de ellas en redes sociales saben que no es del todo real, pero no dejan de cometer esta práctica de comparación. Creen que si existiese más consciencia de que lo publicado en redes sociales no reflejan del todo la realidad, les ayudaría a no sentirse tan mal al respecto. Perciben una competitividad entre ellas que se mide con *likes* y cantidad de seguidores.

Una pequeña sección de las mujeres participantes expresó que no generan apenas contenido en las redes sociales debido a su inseguridad. La mayoría de las chicas relacionaron estrechamente el nivel de seguridad y el estado de ánimo que tienen en diferentes épocas de su vida con la cantidad de fotografías que se realizan y publican. Algunas de ellas expresaron que a menudo se sienten forzadas a publicar un tipo determinado de imágenes estereotipadas

en las redes sociales, porque perciben que todas las personas a su alrededor lo hacen mostrándose siempre “seguras” y “felices” en las fotografías. De no ser así, reciben odio (“hate”) y comentarios “tóxicos”. Consideran que afecta psicológicamente tanto a mujeres como a hombres. Señalan que conocen que este tipo de dinámicas desarrollan problemas de salud como los TCAs, anorexia o bulimia, pero que el conocimiento no evita que suceda. Solo un chico aceptó que esta presión por conseguir fotos aceptables para la opinión pública le afectase, pero las chicas perciben que ellos no están exentos en este juego. Consideran que cada vez son más los casos de vigorexia en chicos generada por la moda de acudir al gimnasio, y que tampoco encuentran imágenes en las que los chicos se muestran sin camiseta si no tienen un físico definido.

Un grupo de chicas expresó que con los años han evolucionado y mejorado su relación con las fotografías y redes sociales. Explican que se puede trabajar, y que hay varias formas de hacerlo. Por un lado, recalcan la importancia del refuerzo positivo, del amor propio y de hablarse a sí mismas con bondad, consideran que hablarse y mirarse a sí mismas con desprecio las destruye. Por otro lado, explican que hablar del tema con sus amigas las ha ayudado mucho, y subrayan la necesidad de comprender que lo que les ocurre no son casos aislados, sino que se trata de algo sistemático que también ocurre al resto de mujeres. Aun y todo, admiten que no pueden liberarse completamente de la mirada externa y que les sigue importando, mientras trabajan su vulnerabilidad. Expresan que con 13 y 14 años “criticaban muchísimo”, sin embargo, ahora no se sienten cómodas cuando critican a otras mujeres, sienten rechazo por ese tipo de actitudes. Una alumna explica que cuando se trata mal a otras personas suele ser por el complejo de inferioridad. Considera que en la sociedad existe la tendencia a quedar siempre por encima de los demás, y es algo que se reproduce en las relaciones a través de sistemas jerárquicos de superioridad. Esto promueve la competitividad, y propone el trabajo personal como herramienta para deconstruir estas creencias que afectan directamente a cómo nos miramos y mostramos mediante fotografías en redes sociales. Aunque algunas alumnas comparten sus preocupaciones con sus amistades y llegan a las reflexiones aquí mencionadas, hay muchas otras alumnas que admiten guardar sus complejos e inseguridades para sí mismas, y luchar sus propias batallas internas de forma aislada.

Para finalizar con esta diapositiva, se les preguntó específicamente a los FG de chicos por el tipo de interacción que realizan con las fotos que publican las chicas en Instagram. Por lo general, la mayoría de chicos explicó que si la foto pertenece a una amiga, las comentan o les

dan un like, pero que si no las conocen o la foto no les gusta, simplemente no hacen nada, consumen la imagen pero no participan de ninguna manera. También explicaron que cuando una amiga sube una foto que se sale de la norma, o que no les parece apropiada ni atractiva para compartirla públicamente, le dan su opinión pero de forma privada. No lo hacen en un comentario público, ya que consideran que lo que les afecta a su amigas no es el comentario en sí, sino la exposición pública de dicha opinión. Si es una amiga cercana quien ha subido una foto que les incomoda, o que no les agrada, le dan consejos, a modo de crítica constructiva, tales como “a mi esa foto no me gusta, yo que tu la eliminaría, pero haz lo que quieras” con intención de ayudarla. Un alumno explicó que si una amiga cercana se mostrara sin la parte superior del traje de baño en una foto, él le advertiría de los peligros que supone exponerse así en redes sociales. Según explicó, le daría consejo pero no le diría lo que debe de hacer.

Por otro lado, uno de los FG de chicos explicó la dinámica de juego que tienen con sus compañeras de clase en relación a las fotos que publican en Instagram. Es habitual que cuestionen las fotos que han subido y que les hagan comentarios despectivos en relación a pequeños detalles de su aspecto físico, pero según explican, siempre desde el humor (por ejemplo, “tienes una uña rota”, aunque ni siquiera se hayan fijado en ello, simplemente con la intención de bromear). Explican que lo hacen porque tienen confianza entre ellos, y que la dinámica de juego es mutua, por lo que no consideran que sus comentarios afecten de manera negativa a sus compañeras.

Los chicos creen que a sus amigas les afecta más los comentarios negativos de personas desconocidas, pero al mismo tiempo, explican que es muy habitual que sus amigas les pidan opinión de sus fotos. A las chicas se les preguntó al respecto, pero se mostraron opiniones diferentes: algunas participantes expresaron que les afectan especialmente los comentarios de personas cercanas, a otras los comentarios de personas más lejanas, y unas pocas sin embargo niegan que les importe la opinión de nadie al respecto de su cuerpo.

Diapositiva 3: presencia de la mujer en el arte y herencia visual de poses.

En la última diapositiva se les mostró primero el cuadro de “La maja vestida” de Goya, y posteriormente la comparación con una foto actual de una influencer en Instagram llamada Paloma. Al mostrar la primera imagen de la pintura al óleo se les preguntó “*¿Por qué creéis que proyectamos esta imagen?, ¿qué relación puede tener con el tema de debate?*”. Muchos

de los participantes consideraron que el motivo de mostrarles dicha imagen se debe a querer conversar en torno a los cánones de belleza en las diferentes épocas, como si las pinturas al óleo fuesen equivalentes a las redes sociales de hoy en día, ya que se pintaba a las mujeres tal y como eran consideradas bellas. Otros participantes pensaron que se mostraba por la pose. Conversando al respecto, algunos alumnos expresaron que en la pintura influye el factor de la veracidad, ya que se puede retocar la apariencia de la modelo al gusto, pero señalaron que ocurre exactamente lo mismo con Photoshop y la edición de fotos hoy en día. Ambos medios (concluyeron tras el debate por lo general en todos los grupos) son igual de subjetivos.

Posteriormente, una vez mostradas ambas imágenes se les preguntó “¿*Que percibís en estas mujeres? ¿Éxito, fracaso, felicidad?*” Los FG de chicos perciben con facilidad que la mujer de la obra “La Maja” está posando y consideran la posibilidad de que fuese ella la que decidió colocarse en esa postura. Perciben que los mira, que quiere llamar la atención y mostrar su cuerpo. Discrepan sobre si se encuentra cómoda o no. Un alumno señala que las mujeres siempre aparecen en esa pose en ese tipo de cuadros, tumbadas y mirando al espectador, (también dice no comprender porqué posan de esa manera). Algunos alumnos perciben que la mujer está retratada como un objeto o un paisaje, y expresan que no hay cuadros semejantes de hombres, pues a ellos siempre se les muestra montando un caballo, pero “nunca desnudos”.

Sin embargo, en el debate sobre estas imágenes, sí hubo diferencias notables entre los FG de mujeres y los FG de hombres.

En cuanto fotografía de la influencer, los chicos consideraron que posa de esa manera por elección propia, pero son conscientes de que elige la postura para resaltar la cadera, ya que “no es una foto espontánea”, ni es la “forma natural” de viajar en un coche, y que seguramente se haya tomado “muchísimas fotos” hasta dar con la que observan. Hablan también del ego y de que parece una artista que quiere “mostrar éxito”, no obstante, señalan que el coche quizá sea un taxi, y lo perciben como una forma de manipulación. Por otro lado, la perciben “confiada”, “cómoda” ante la cámara y “abierta”, y expresan que parece que quiere algo del espectador. Discrepan sobre si es segura o no, pero todos dicen que no se puede juzgar tal aspecto a partir de una foto sin conocerla personalmente. Algunos alumnos consideran que la fotografía tiene algo de falsedad, no saben si está editada o realizada con filtros. La única diferencia entre las dos imágenes, según señalan algunos participantes, es el tipo de soporte: fotografía y pintura. Ven la relación entre ambas imágenes en la pose que las

dos mujeres emplean y en la persuasión de las mismas, algún chico señala que se ha trasladado a las redes sociales lo que antiguamente se hacía en la pintura al óleo.

Los FG de chicas también expresaron que la mujer de la pintura está colocada en una postura “antinatural”, con el objetivo de que su cuerpo se vea más estilizado y resalten las caderas. Una de las alumnas observó que el foco de luz está puesto sobre los pechos de la mujer con la intención de que la mirada del espectador sea conducida hacia ellos antes que al rostro. La perciben “pasiva”, “sumisa” y sobre todo, “incómoda”. El gesto de la cara, la mirada apagada o la postura tensa son signos de que no se encuentra cómoda. Perciben el tono sexual de la imagen, y que la mujer está “insinuando” o “provocando”. También dicen que al ser una obra de arte, no parece que todo lo anteriormente mencionado sea tan raro.

En cuanto a la mujer de la fotografía, algunas participantes expresaron que se muestra segura, pero que puede simplemente estar aparentando. Mientras que otras la perciben realmente segura de sí misma, “empoderada”, y que se gusta mucho a sí misma. No obstante, también observan que la postura en la que está colocada no es la natural, y perciben con facilidad el “postureo” en la fotografía, mientras que en la pintura les cuesta más verlo. Es decir, ven la relación existente entre ambas imágenes, ya que ambas mujeres se encuentran posando de forma antinatural, con el objetivo de que su cuerpo se muestre de una forma determinada para el espectador, que ambas imágenes no son honestas con la realidad.

En esta última diapositiva, se realizaron algunas preguntas específicas en base al género de los FG.

A los hombres se les preguntó respecto a cada imagen “¿Esta mujer os seduce? y posteriormente ¿Cuál de las dos imágenes preferís mirar?, ¿por qué?”. Respecto a la pintura de “La Maja” todos, excepto un alumno, negaron que los sedujera, incluso les resultó una pregunta extraña e incómoda. Respecto a la fotografía, la gran mayoría, aunque con reparo, admitió que la influencer les resulta mucho más atractiva y que los seduce, aunque hubo algunos pocos alumnos que lo negaron. Sin embargo, todos los participantes afirmaron que prefieren mirar la fotografía antes que la pintura, por el mero hecho de ser una fotografía, porque se trata de una mujer real, y porque es más bella que la mujer del cuadro.

A las mujeres, sin embargo, tras mostrarles la diapositiva completa con las dos imágenes se les preguntó específicamente “¿Con cuál de las dos mujeres os identificas más?, ¿por qué?”. La mayoría de ellas dijo no sentirse identificada con ninguna de las dos, pero se sintieron más

cercanas a la influencer por el mero hecho de tratarse de una fotografía actual. No se comparan con una pintura, pero sí con una fotografía. Aun así, expresan que su realidad y la realidad de esa mujer no tienen puntos en común, y que la perciben “muy lejana” y “casi perfecta”. Varias alumnas recalcan que no se sienten identificadas por la pose de las mujeres, pero en cambio admiten que sí que posan en sus fotos. En ese momento, las participantes afirmaron que existen diferentes grados de poses, y se vislumbra la paradoja existente de posar en las fotos, pero sin que se note demasiado. Las chicas explicaron que la cantidad de seguidores y de *likes* que una persona tiene en redes sociales es el indicador que permite mostrarse más o menos segura de sí misma y posar de forma más exagerada en redes sociales. Explicaron que una chica con muchos seguidores tiene la aprobación de más gente, y eso da el derecho a subir lo que quiera. Mientras que una chica con un número de seguidores menor se siente más insegura y no tiene el mismo derecho a posar de forma exagerada, porque si lo hace es castigada por la opinión pública tachandola de “ridícula” o “creída”. Las alumnas dicen que a pesar de que a veces admiran a las mujeres que posan de esa manera, no se atreven a imitarlas, porque siempre tratan de disimular esa pose que ellas mismas juzgan en otras mujeres. Son conscientes de la paradoja que, al ponerla en palabras, expresan sentir vergüenza.

Debate final: alfabetización visual

Al terminar con el bloque de preguntas relacionadas directamente con las diapositivas, y para finalizar las sesiones de FG, se les preguntó a los alumnos “¿Habéis recibido algún tipo de educación que brinde herramientas para enfrentarse a las fotografías en redes sociales?” y en todos los grupos hubo una respuesta unánime: no. Explican que han crecido a la vez que las redes sociales, y que ellos mismos han aprendido de forma autónoma a interpretar las imágenes a su manera. La única formación relacionada a redes sociales que han recibido en un centro educativo han sido charlas sobre *ciberbullying*, privacidad y seguridad ofertadas por los cuerpos policiales. Los alumnos consideran que estas charlas han sido superficiales, de poco interés y poca utilidad. Incluso algunos participantes sienten que este tipo de formación propulsa el miedo, pero no brinda información. Por otro lado, explican que sus progenitores tienen menos conocimientos que ellos sobre RRSS y por lo tanto les advierten de los peligros que estas pueden tener, pero no tienen los conocimientos para explicar el porqué, y por lo tanto, los ignoran. Explican que ocurre lo mismo con los profesores.

A continuación se les preguntó “¿Os gustaría que se implementará el estudio de las imágenes, la fotografía y las redes sociales en los centros escolares?”, y aunque hubo diversidad de opiniones respecto a cómo hacerlo, la gran mayoría respondió que sí que les gustaría. En el caso de las mujeres, expresaron que es “necesario”. Los participantes argumentan que invierten mucho tiempo consumiendo imágenes y que las redes sociales forman parte de su presente y futuro, y sin embargo se encuentran desprovistos ante ellas. Algunos señalaron que les gustaría trabajarlos como una asignatura, otros que sería interesante hacerlo de forma multidisciplinar, desde diferentes asignaturas y puntos de vista. Detallan que les gustaría aprender a gestionar las críticas que reciben cuando publican fotografías, comprender las consecuencias que provocan los comentarios que realizan sobre otras personas o identificar la manipulación que se esconde tras muchas las imágenes.

Los FG de mujeres expresaron preocupaciones propias de su género. Explican que les gustaría comprender por qué reciben más presión que sus compañeros. Les gustaría trabajar temas relacionados con la salud emocional, la competitividad existente con el resto de mujeres o informarse sobre los cánones de belleza y los estereotipos en los medios de comunicación. Recalcaron que para ellas la educación visual sobre imágenes en redes sociales es necesaria, pero aún lo es más para niñas más pequeñas. Explican que al inicio de la ESO, con 13 o 14 años, su objetivo era conseguir la mayor cantidad de seguidores, y eran mucho más vulnerables que ahora a la opinión externa sobre sus fotos. Con esa edad comparaban su cuerpo con el de niñas de 17 años, y ni siquiera hablaban de los efectos que ello tenía con sus amigas. Compartieron su preocupación de que cada vez hay niñas más pequeñas que comienzan a usar TikTok con tan solo ocho años, y que consideran un peligro que se expongan en redes desde tan pequeñas sin ningún tipo de recurso. En ese sentido, proponen que sería muy útil la existencia de una figura de orientadora especializada en el tema en los colegios. Comparten que conocen casos cercanos de niñas con problemas con las RRSS y que cuando eso ocurre las niñas no tienen a quién recurrir, ya que la policía parece no ayudarlas en lo que necesitan. Proponen que tener una persona de confianza y apoyo educativo les hubiese ayudado mucho con los problemas de autoestima generados por el tema en cuestión.

En uno de los FG de hombres, sin embargo, los participantes expresaron preocupaciones de carácter distinto, tales como el peligro que perciben en que la asignatura propuesta fuese moralista. Consideran que en este momento social, el foco de atención se está poniendo sobre

las problemáticas que sufren las mujeres, y reclamaron atención para los hombres también (uno de los participantes expresó que acude al psicólogo por problemas de autoestima).

C. Discusión

El objetivo principal de los FG es explorar las percepciones que los adolescentes tienen sobre la educación visual que han recibido, conocer el uso que hacen de las imágenes a través de redes sociales y cómo gestionan su propia imagen teniendo en cuenta las diferencias de género. Una vez recabada toda la información de los resultados obtenidos en la investigación, esta se contrasta con la revisión de la literatura para comprobar si las teorías planteadas tienen o no alguna relación con la realidad expresada por los participantes de los FG.

1. Uso y significado de las imágenes

Respecto a la cuestión del uso y el significado de las imágenes, se observa a través de los resultados obtenidos en los FG que los adolescentes tienen consciencia de la ontología de la imagen, es decir, entienden tal y como explica Berger, que una imagen por sí sola no puede significar, esto es, ni mentir ni tener verdad. Además, comprenden que las imágenes pueden ser manipuladas, sin embargo, no tienen muy claro mediante qué procesos se llevan a cabo, y no alcanzan a discernir formas de manipulación más allá de la edición o el uso interesado de fotografías.

Como explicaba Berger, estas manipulaciones funcionan porque la imagen es cambiada de contexto y esto le aporta un nuevo significado como si fuera el suyo propio. Los alumnos aceptan con naturalidad este hecho, por ejemplo, que los medios de comunicación usen de forma interesada imágenes que argumentan su línea editorial. Y no se cuestionan el uso ni significado de las imágenes que consumen. Si bien se muestran algo más críticos cuando observan imágenes relacionadas con temas políticos en prensa, no aplican el mismo criterio con las imágenes que consumen en redes sociales.

Este aspecto presenta algunos inconvenientes. Según Berger, si acompañar imágenes con texto sería el arma más peligrosa -puesto que la imagen parece una pregunta respondida-, sería una materia necesaria para tratar con los adolescentes. Estos conocen superficialmente la manipulación a la que las imágenes son sometidas, pero desconocen sus formas más comprometidas. Vista la carencia de conocimientos que los participantes tienen respecto a los usos y significados de las imágenes, parece necesario educar sobre las múltiples y diversas

formas de manipulación que existen en las imágenes que consumen en prensa, televisión, publicidad, cine o redes sociales, ya que dicha educación visual podría prevenir problemas mayores derivados de la falta de conocimiento, como la desinformación, los problemas de autoestima, la adicción a las pantallas o la publicidad engañosa, entre otras cosas.

2. Acto performativo de las fotografías

En cuanto al acto performativo de las fotografías, los alumnos perciben con gran facilidad la existencia de la *pose*, la cual llaman “postureo” en lenguaje coloquial, en las fotos publicadas en redes sociales. Consideran que la pose es una manera de potenciar las virtudes de cada uno y que es natural llevarlo a cabo. No perciben la pose como un tipo de manipulación, y además, son conscientes de que las poses que llevan a cabo, reproducen e imitan los cánones de belleza. Efectivamente, como explica Berger, las imágenes publicitarias toman el relevo de las actitudes y valores que las mujeres presentaban en los cuadros desde el Renacimiento: no ha cambiado el modo de ver, ni el modo en que las mujeres se muestran y son mostradas en la actual cultura visual (debido al traslado de estas actitudes de la pintura a la publicidad, y de la publicidad a las redes sociales).

Además, parece comprobarse la idea del autor sobre la especificidad de esta actitud: son colocadas sin que nada tenga que ver con la escena donde se presentan y su cuerpo se exhibe lo mejor posible ante el espectador que mira. La imagen está pensada para la sensualidad del espectador y no para la de ella. El rostro de estas mujeres suele presentar ese encanto calculado, según Berger, al hombre que ella imagina que está mirando, aunque no le conozca. Las alumnas perpetúan el sistema de representación de los cánones de belleza, ya que todas admiten que las fotos que publican en redes sociales tratan de imitar estos estereotipos estéticos, que como ya se ha explicado anteriormente, son heredados de la tradición de la pintura occidental.

Por otro lado, los chicos admiten que tienen expectativas de encontrar imágenes performativas en redes sociales. Efectivamente, y gracias a las explicaciones de Gombrich sobre el sistema perceptivo y su función a través de un sistema de expectativas, conocemos que, en este caso los adolescentes, al ver la imagen, niegan o validan una hipótesis anterior. Este sistema de expectativas visuales también está presente cuando acceden a las imágenes en redes sociales, y es por ello que los alumnos prefieren mirar las imágenes de mujeres que se

asemejan y reproducen los cánones de belleza establecidos, antes que fotografías de mujeres que subvierten las normas estéticas.

Como explica Zafra el sistema sigue funcionando, así que “la máquina” recompensa a las mujeres que generan contenido acorde con lo que se espera de ellas con aceptación social, traducida en likes, seguidores y visibilización. Este hecho se asemeja al análisis que Berger hace sobre el tema mitológico clásico del “Juicio de París”, en el cual los hombres de París juzgan la belleza de un grupo de mujeres desnudas, premiando a la más bella con una manzana. La belleza se convierte así en algo competitivo entre las mujeres. Ocurre algo similar en las redes sociales, donde las mujeres que son juzgadas como bellas, son premiadas con aceptación social, mientras que las que no se consideran bellas, como en el juicio de París, simplemente no lo son. Existe una dinámica entre los adolescentes de comentar y criticar los aspectos del físico de las mujeres en las fotos, que ellos consideran parte de un juego de entretenimiento con las mujeres, en el que ellas también participan. Este juego que en apariencia parece insignificante y lo perciben como no dañino, pero una forma de perpetuar y reforzar la idea de que los cánones de belleza deben ser cumplidos y/o castigados en su defecto. Los adolescentes no parecen conscientes de que la dinámica que consideran divertida obliga a sus compañeras a no salirse del camino establecido, siendo una forma de violencia sutil que provoca efectos negativos en la autoestima y autopercepción de su imagen.

Por otro lado, las adolescentes muestran de forma interiorizada la performatividad de la imagen, en lo que ellas denominan como “repetición de la toma” hasta que sea “aceptable”. Efectivamente, como explica Mayayo, esta repetición de pose es el acto performativo que se lleva a cabo para crear un personaje, incluso Sontag afirma que se trata de un proceso natural en el ser humano. Por otro lado, el hecho de eliminar las fotos que no han recibido suficiente aceptación, puede considerarse una forma más de trabajar para la máquina como expresa Zafra. Parece evidenciarse, además, la división de la figura de la mujer en la examinadora y la examinada, como afirma Berger, como una división de la identidad de las adolescentes, quienes desean trabajar para frenar y poner límites a esa búsqueda constante y obsesiva de defectos.

La cuestión de la existencia de la mirada masculina propuesta por autores como Mulvey o Aumont parece dar luz a muchas de las actitudes que los adolescentes presentan. Aparece la búsqueda de opinión externa sobre sus propias imágenes, pero además se comprueba que las mujeres piden más opinión sobre sus fotos a los hombres que a otras mujeres, lo cual

evidenciaría que son conscientes de la existencia de una mirada masculina diferente y superior en la jerarquía de la aceptación social.

Por otro lado, cabe destacar la problemática paradoja que ocurre en la recepción de imágenes de las mujeres sobre otras imágenes de mujeres en redes sociales, sobre todo en los casos en los que sus cuerpos y vidas se presentan como socialmente modélicas, deseables de alcanzar. Las adolescentes no sienten una identificación con dichas imágenes ni con las mujeres que en ellas aparecen, pero no pueden evitar la comparación. Este hecho contradictorio les genera malestar y otros problemas de autoestima y salud emocional. Los procedimientos de ilusión y representación que Aumont y Gombrich explican dan sentido a lo que provoca dicha paradoja. Si Aumont se preguntaba “¿en qué medida la representación pretende ser confundida con lo que representa?”, la respuesta la encontramos en la realidad de las adolescentes: no es tanto lo que la representación pretende, sino lo que las mujeres, como espectadoras, no pueden evitar confundir. Aumont apoyándose en las ideas de Oudart, explica que el espectador no cree que lo visto en la imagen sea lo real, es decir, no creen que las mujeres representadas sean reales, sino que aquello que ve en la imagen ha existido o podría existir en lo real, es decir, que ellas -las mujeres representadas- también se encontrarían en la búsqueda de esa idea de mujer socialmente aceptada y validada. De esta manera, cuando las adolescentes observan fotografías de influencers que reproducen los cánones de belleza, y a pesar de ser conscientes de que aquello que ven no es real, no pueden evitar compararse y juzgarse a sí mismas al comprobar que se encuentran lejos de ese modelo. El papel del espectador, como alertaba Gombrich, es proyectivo, y esa tendencia proyectiva es muchas veces excesiva, desembocando en una interpretación errónea de las imágenes, vinculada a la distorsión de la autopercepción. Las participantes explican que comprenden la ilusión en las imágenes que consumen y conocen el problema, pero eso no evita que suceda, y provoca en las chicas problemas graves como los TCAs, anorexia, bulimia, o problemas de salud emocional y baja autoestima.

Por último, se observa que existe una cuestión de género interesante en cuanto a la interacción con las fotografías en redes sociales. Los chicos interactúan con las imágenes de chicas que muestran su cuerpo, solo en los casos en los que las mujeres sean sus amigas o conocidas. En estos casos, la tendencia es el premio, generalmente, con un like. En el caso de las mujeres desconocidas que siguen sus perfiles, se consume la imagen pero no se interactúa. Este hecho comprueba que no solo la mujer perpetúa el sistema de representación de la mujer

en las imágenes, sino que los hombres participan de este juego, confirmando a su vez la existencia de la mirada masculina, creyendo que todo está a su disposición en las imágenes.

3. Presencia de la mujer en el arte y herencia visual de poses.

En cuanto a los valores percibidos en las representaciones de mujeres en las imágenes, existe una diferencia entre la percepción de hombres y mujeres.

El hombre adolescente percibe a las mujeres de la pintura y la fotografía como empoderadas, cómodas, con confianza y considera que posan de esa manera por elección propia. Este hecho, de nuevo, reafirma la existencia de la mirada masculina (Aumont, Mulvey) porque es esa mirada masculina la que comprende esa pose como normal y natural. La mujer adolescente, sin embargo, percibe que las mujeres están en una postura antinatural, sumisas, pasivas y, sobre todo, incómodas. Son capaces de detectar estos signos en detalles como la tensión en los gestos y la mirada y, además, perciben el tono sensual de la imagen, que, según Berger, estaría presente en las fotografías para complacer la mirada masculina.

Es interesante también la diferencia de recepción ante los diferentes medios como la pintura y la fotografía. Los hombres niegan sentir realidad en las mujeres cuando son representadas en medios clásicos, como la pintura. Perciben más realidad en medios contemporáneos como la fotografía o el cine. La imagen fotográfica tiene una capacidad persuasiva más intensa en los adolescentes. Este hecho se confirma también en el caso de las mujeres, aunque con motivaciones diferentes, puesto que para ellas este efecto de realidad no consigue una mayor atracción para ellas, sino una fuente mayor de comparación con el modelo que se debe cumplir. Tal y como explica Sontag, la fotografía es el tipo de imagen que más conecta con nuestra cultura visual.

En este punto cabe considerar una tercera mirada: aquella que las mujeres tienen sobre otras mujeres, que activa la crítica entre ellas. Las adolescentes también valoran las actitudes de pose de las demás mujeres, considerando que existen grados y derechos en cuanto a la pose. A más aceptación social (likes y seguidores), la mujer puede exagerar y evidenciar su experimentación con la pose. A menos aceptación (menos likes y seguidores), la mujer debe realizar la pose -para poder conseguir likes y seguidores- sin que esta sea evidente, sino será criticada como exagerada o inapropiada. Este hecho puede verse a la luz de otro de los temas clásicos en la pintura, como es la Vanidad. Para Berger, el hecho de colocar un espejo en la mano de la mujer representada es colocar la culpa y la responsabilidad sobre ella de su propia

vanidad, a pesar de que su actitud no es llevada a cabo para su propio gozo, sino para el de la mirada masculina. De nuevo, el propio sistema perpetúa sus propias normas.

4. Alfabetización visual

Los adolescentes creen que la educación visual es necesaria en el ámbito educativo, tal y como alertan Arnheim y Mirzoeff, quienes argumentan que vivimos en un mundo visual y defienden la necesidad urgente de la alfabetización visual. Además, los adolescentes son conscientes de la educación visual salvaje recibida (explicada por Metz), puesto que los educadores de su entorno, como la familia, no les ayuda lo suficiente, puesto que se presenta excesivamente ligada a cuestiones de cyberbullying y seguridad. Esta educación es necesaria pero incompleta, puesto que se estaría mostrando una realidad desde el miedo y el peligro, sin mostrar también los beneficios que tienen para ellos y la construcción de su identidad. Resulta por lo tanto pertinente reflexionar sobre una educación visual que no limite a los adolescentes en su toma de decisiones en el medio digital, sino ofrecer una educación que brinde herramientas y conocimientos que ayuden en la construcción de su yo de forma positiva.

Para concluir, puede añadirse en este punto una cuestión de género. Las mujeres, además de sentir como necesaria la educación visual, creen que debe hacerse con urgencia. No solo con la existencia de asignaturas sobre la materia, sino de manera transversal en el programa educativo, sino con la existencia de una orientadora especializada en el tema en el centro, lo cual confirma la necesidad del educador visual no solo como generador de conocimiento y teoría, sino como guía en sus acciones cotidianas respecto a las imágenes. Esa guía y orientación les permitiría comprender su propia realidad que les es desconocida. Las mujeres desean comprender porque ellas están sometidas a mayor presión que los hombres, y les preocupan los cánones de belleza y la salud emocional. Los hombres, sin embargo, muestran preocupaciones diferentes relacionadas con la seguridad en internet, obviando el problema existente que existe sobre la vulnerabilidad de las mujeres. Esto demuestra nuevamente que la perspectiva de género en el estudio del acontecimiento visual es necesaria.

D. Limitaciones

Uno de los objetivos principales de este estudio es conocer de la forma más realista y fiel posible la percepción que los adolescentes entre 16 y 18 años tienen sobre el uso de las fotografías en redes sociales y la autopercepción de su propia imagen en relación con la educación visual recibida. Sin embargo, son varias las limitaciones a las que se enfrenta el estudio.

Por un lado, las respuestas sobre la primera diapositiva han podido verse limitadas. Al tratarse de la primera imagen proyectada ante los participantes, y a pesar de haber realizado previamente una conversación de contacto, los adolescentes se sentían todavía tímidos en sus respuestas. La participación fue más menor en el inicio de cada sesión, y aumentó conforme las sesiones avanzaron. No obstante, hablar en público y frente a dos dinamizadoras desconocidas, también pudo condicionar a los alumnos a la hora de expresarse y compartir sus creencias y pensamientos de forma libre. Incluso existe la posibilidad de que, al tratarse de un estudio realizado en grupo, la opinión del resto condicionase la opinión individual.

En cuanto a la muestra del estudio, se detectan limitaciones en dos sentidos. Por un lado, el tamaño de la muestra es reducido para asentar unas conclusiones generalizadas, no obstante, se considera suficiente para realizar un primer testeo sobre la situación actual de los adolescentes en relación al tema. Por otro lado, haber realizado el estudio se ha llevado a cabo con alumnos de bachillerato nacional para un estudio centrado en el currículo del Bachillerato Internacional se comprende como otra limitación del estudio. Sin embargo, esto no invalida las conclusiones, puesto que en ambas situaciones aparece la existencia de alumnos que han completado el programa sin recibir asignaturas de educación visual, debido a que en el IB estas asignaturas son optativas y por tanto ambos modelos son equiparables para las cuestiones planteadas en este estudio.

Conclusiones

Este estudio tiene como objetivo plantear una reflexión acerca del vacío educativo que presenta el Programa del Diploma de la OBI sobre Cultura Visual. Parece que en la actualidad se siguen comprendiendo las materias artísticas como un *hobby*, y no como un área de conocimiento necesario (y no con carácter optativo) que haya que abordar en el ámbito educativo. Cincuenta años después, las afirmaciones de Arnheim todavía tienen aplicación,

puesto que sigue estando presente un sistema educativo basado en el estudio de las palabras y de los números.

La educación visual necesita urgentemente ser revalorizada, y comprender el lenguaje visual conjuntamente con el lenguaje verbal y el lenguaje numérico, sin crear jerarquías entre ellos y formando parte de un mismo sistema de conocimiento y percepción del mundo.

Resulta muy pertinente educar la mirada crítica hacia la gran cantidad de imágenes que consumimos y generamos a diario. Los adolescentes se encuentran desprovistos de herramientas que les ayuden a interpretar las imágenes que reciben y emiten. Cuando además la propia imagen entra en juego, el problema se agrava y se convierte en algo más complejo de abordar, pero también más urgente.

Es por este motivo que resulta muy oportuno revisar la metodología de elección de asignaturas en el currículo del Programa del Diploma del IB, incidiendo especialmente en la asignatura de Artes Visuales y las oportunidades que la misma ofrece. La educación visual permite desarrollar herramientas clave como la autogestión, el autoconocimiento y la autoafirmación de nuestro lugar en el mundo, y además es útil y necesaria para enfrentarse a la actual sociedad de la información, la tecnología y las imágenes.

Conclusión 1. La hipótesis 1 de este estudio se confirma: la educación visual ayuda a los adolescentes a construir su identidad en el mundo visual, ya que previene problemas de autoestima y salud emocional provocados por una mala autogestión de la propia imagen.

Es un hecho que el proceso ya lo hacen por su propia cuenta, lo mejor sería acompañarlos en ese proceso. Los adolescentes se encuentran en una etapa en la que no han construido su identidad. Si como dice Gombrich el papel del espectador es proyectivo, es posible que las imágenes recibidas a través de las redes sociales construyan su identidad por ellos. El proceso de autodescubrimiento a través de fotografiarse a sí mismos, se da de forma natural, no obstante, sería conveniente si este fuese guiado por docentes y facilitadores, siempre que los mismos tengan los conocimientos y la capacidad para impartirlo. Un conocimiento a medias sobre la materia, podría no solo no ayudar, sino entorpecer el proceso.

Utilidades para la realidad educativa derivados de la primera conclusión:

- Eliminar las jerarquías entre áreas de conocimiento en el currículo del IB. Se propone que el área de conocimiento de artes deje de ser opcional en el itinerario educativo y que, además, se priorice en este área la asignatura de Artes Visuales, convirtiéndose en materia obligatoria para el alumno.
- Orientar la materia de Artes Visuales, no solo a la práctica creativa, sino también a el estudio teórico de la cultura visual, de la misma manera que ocurre en otras materias como las matemáticas o la Historia.
- Establecer conexiones entre asignaturas de otras áreas de conocimiento del programa, es decir, que la educación visual se imparta explícitamente en la asignatura de Artes Visuales, pero exista la posibilidad de trabajarlo de manera transversal en el Programa del Diploma. Teoría del Conocimiento, Lengua y Literatura o Historia son materias favorables para hacerlo.

Conclusión 2. La hipótesis 2 de este estudio se confirma: la educación visual es necesaria para el conocimiento de los adolescentes sobre el acto performativo que conllevan las imágenes fotográficas en las redes sociales y que alteran la realidad que representan.

Los adolescentes saben e identifican el acto performativo de la pose, pero no conocen los procedimientos y tampoco sus beneficios. Los alumnos perciben el acto performativo como algo negativo que hay que evitar, pero sí esconder. Sería importante mostrar a los alumnos los beneficios de la práctica de la pose para la construcción de su identidad y personalidad, incluso de su autodescubrimiento.

Utilidades para la realidad educativa derivados de la segunda conclusión:

- Mostrar ejemplos de artistas que experimentan con su propia imagen y que hayan utilizado la pose como construcción de un proyecto artístico personal, como el caso de Van Gogh, Frida Kalo, Vivian Mayer o Picasso.
- Mostrar ejemplos de artistas que utilizan el autorretrato como terapia y plantear ejercicios sencillos, como por ejemplo un selfie, para que los alumnos pierdan el miedo a la cámara. Se propone realizar al menos una de las obras artísticas de artes visuales relacionada con la autopercepción de su propia imagen.
- Realizar ejercicios reflexivos que trabajen sus ideas preconcebidas sobre la belleza. Por ejemplo, el alumno toma lo que él considera su peor y su mejor foto, y es después en una puesta en común con sus compañeros que comparando esas imágenes puede

tomar conciencia de los cánones de belleza que le han sido impuestos a través de la publicidad y redes sociales.

Conclusión 3. La hipótesis 3 de este estudio se confirma: la educación visual debe ser impartida con perspectiva de género, ya que históricamente las imágenes han posicionado a la mujer como objeto pasivo y esto afecta especialmente a las adolescentes.

En el estudio se ha observado que la mayoría de los adolescentes creen que tanto hombres como mujeres se ven afectados por estas cuestiones, la educación con perspectiva de género sería necesario para que comprendan que no recae la problemática por igual sobre ambos géneros, si no que es la mujer quien aparece como sujeto vulnerable. De esta manera ellos serían conscientes de que tienen la posibilidad de no continuar perpetuando este sistema, y ellas tomarían conciencia de la dimensión social del problema disminuyendo la creencia de que son responsables de sus emociones negativas.

Utilidades para la realidad educativa derivados de la tercera conclusión:

- Incluir en los programas artísticos referentes femeninos, para que las alumnas puedan tener modelos con los que identificarse y desarrollar su identidad. Eliminar al mismo tiempo el concepto de musa como el único pasaporte para formar parte de la historia del arte.
- Proponer a los alumnos la relectura de imágenes artísticas del pasado a la luz de las nuevas perspectivas.
- Realizar actividades que pongan en relación imágenes del pasado como pinturas, con imágenes del presente, como fotografías. Por ejemplo: en grupos, poner en relación imágenes aportadas por el docente, con imágenes actuales que ellos encuentren en prensa o medios digitales, realizando un mural visual a través del collage.

Conclusión 4. La hipótesis 4 de este estudio se desmiente por dos motivos: por un lado, la educación visual es percibida de manera positiva para hacer frente a la recepción y emisión de imágenes, pero únicamente por parte de las mujeres; y por otro, no es suficiente la implantación de la educación visual en bachillerato, ya que los problemas planteados en este estudio aparecen en la etapa educativa anterior (E.S.O).

Cabe señalar que las mujeres perciben la educación visual como positiva, ya que les brindaría herramientas para hacer frente a la problemática planteada en este estudio, mientras que los

hombres advierten que la implantación de la educación visual puede derivar en un adoctrinamiento moral.

Utilidades para la realidad educativa derivados de la cuarta conclusión:

- Realizar ejercicios que evidencien los procedimientos del sistema perceptivo como el papel proyectivo del espectador y el proceso de reconocimiento con las imágenes recibidas. Estos ejercicios les brindarán conocimiento teórico sólido que les ayude a comprender hasta qué punto pueden verse inevitablemente afectados por una imagen.
- Establecer dinámicas de debate de grupo que favorezca la idea entre los chicos de la existencia de un pensamiento libre y no de una imposición de las ideas.
- Realizar el ejercicio de escritura anónima sobre las percepciones que tienen respecto a las diferencias de género en relación con la problemática concreta a elección del docente, y los depositen en una caja, de modo que posteriormente se realice una puesta en común, favoreciendo un debate constructivo.

Bibliografía

Arnheim, R. (1969). *El pensamiento visual*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Aufderheide, P. (7-9 diciembre 1992). *Aspen Media Literacy Conference Report-Part II: Proceedings and Next Steps*. Queenstown: Center for Media Literacy. Disponible en: http://www.medialit.org/reading_room/article356.html (Accedido el 7 de septiembre de 2009)

Aumont, J. (1992). *La imagen*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

Berger, J. (2016). *Modos de ver*. Basado en la serie de la televisión BBC en colaboración con John Berger. Barcelona: Gustavo Gili.

Berger, J., Mohr, J., Philibert, N. (1997). *Otra manera de contar*. Barcelona: Gustavo Gili.

BBC. (1972). *Ways of Seeing / Modos de ver (Ep. 3)*. [video]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=DHuaEoF5LPc> (Accedido el 22 de diciembre de 2020)

Dominguez, Y. (2021). *Maldito estereotipo*. Barcelona: Penguin libros.

Elkins, J. (2003). *Visual Studies. A Skeptical Introduction*. New York: Routledge.

Gombrich, E. (1982). *La imagen y el ojo*. Madrid: Alianza Editorial.

Gomez, L. (1996). *Psicología evolutiva: características psicológicas de las distintas etapas de la vida*. Logroño: Mogar.

IBO. (2021). Educación internacional. International Baccalaureate. [web] <https://ibo.org/es/> (Accedido el 3 de febrero de 2021).

Izco, E. (2007). *Los adolescentes como personas*. En: Los adolescentes en la planificación de medios. Segmentación y conocimiento del target. Premios Injuve para tesis doctorales 2007. Universidad de Navarra.

Mayayo, P. (2003). *Historia de mujeres, historias del arte*. Madrid: Catedra.

Mayayo, P. (2014). *Fabulaciones femeninas: autoficción y reescrituras artísticas del Yo en el siglo XX*. [video]. En: <https://www.youtube.com/watch?v=Y39olqZgyF8> (Accedido el 13 de marzo de 2021).

Metz, C. (1973). *Imágenes y pedagogía*. En: Christian Metz, Umberto Eco, Jacques Durand et al, *Análisis de las imágenes*. (pp. 205-214). Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo.

Mirzoeff, N. (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós.

Orihuela, J. (2015) *Los medios después de internet*. Barcelona: Editorial UOC.

Palacios, J. (1993). *Introducción conceptual a la psicología evolutiva*. En C. Triadú (Coord.) *Psicología evolutiva*. UB, UAB, (pp. 21-22). Barcelona: Eumo.

Peris, M., Maganto C., Kortabarria, L. (2013) *Autoestima corporal, publicaciones virtuales en las redes sociales y sexualidad en adolescentes*. EJIHPE: European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4519140>.

Prensky, M. (octubre 2001). *Digital Natives, Digital Immigrants*. On the Horizon. NCB University Press 9.

Sontag, S. (1981). *Sobre la fotografía*. Barcelona: Edhasa.

Tolsá, J. (2009) *Niños y adolescentes ante las pantallas*. En: La generación interactiva en España. Fundación Telefónica.

Weissmann, P. (2012). *Adolescencia*. Revista Iberoamericana de Educación. Disponible en: <https://rieoei.org/historico/deloslectores/898Weissmann.PDF> [Accedido el 30 de abril de 2021].

Zafra, R., Peirano, M. (2020). *¿Qué retos y oportunidades abren las tecnologías en el mundo Covid-19?*. Caixa Forum. [video]. En: <https://www.youtube.com/watch?v=136adaaKjkc> [Accedido el 14 de mayo de 2021]

Anexos

Anexo I

Programa del Diploma

PROGRAMA DEL DIPLOMA DEL IB

ADQUISICIÓN DE LENGUAS

ESTUDIOS DE LENGUA Y LITERATURA

INDIVIDUOS Y SOCIEDADES

MONOGRAFÍA

MATEMÁTICAS

ARTES

CIENCIAS

TEORÍA DEL CONOCIMIENTO

ENFOQUES DE LA ENSEÑANZA

ENFOQUES DEL APRENDIZAJE

PERFIL DE LA COMUNIDAD DE APRENDIZAJE DEL IB

CREATIVIDAD, ACTIVIDAD Y SERVICIO

MENTALIDAD INTERNACIONAL

El Programa del Diploma

Una excelente preparación para la educación superior y la participación activa en una sociedad global

ib International Baccalaureate®
Baccalauréat International
Bachillerato Internacional

www.ibo.org

© International Baccalaureate Organization 2013. International Baccalaureate® | Baccalauréat International® | Bachillerato Internacional® | Diploma International®

Anexo II

HOJA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Las personas que abajo figuran afirman haber sido informad@s de la investigación que Sandra Urra Urdiain con DNI 44647871H, alumna del *“Master en Profesorado de educación secundaria, bachillerato y FP”* esta llevando a cabo en torno a la educación sobre redes sociales y autogestión de la imagen en adolescentes.

La información obtenida en las sesiones será utilizada para llevar a cabo el Trabajo de Fin de Master de Sandra en la Universidad de Navarra. Una vez terminado, el resultado de dicho trabajo será compartido con el centro educativo. Se mantendrá el anonimato de todas las personas participantes, y las grabaciones de audio de las sesiones tan solo serán utilizadas para transcribir la información, pero nunca serán publicadas.

Nombre y apellidos _____

DNI _____ Firma:

Nombre y apellidos _____

DNI _____ Firma:

Nombre y apellidos _____

DNI _____ Firma:

Nombre y apellidos _____

DNI _____ Firma:

Nombre y apellidos _____

DNI _____ Firma:

En _____, a ____ de marzo de 2021

Anexo III

Sección 1 de 3

Formulario previo al Focus Group

– Fotografía, Redes Sociales y Autogestión de la Propia Imagen –
Este formulario es completamente anónimo.
Te invito a que lo hagas desde la sinceridad y honestidad contigo mism@.

¿Cual es tu género? *

Femenino

Masculino

No binario

¿Cual es tu instituto? *

Texto de respuesta corta
.....

¿Cuales son las redes sociales que más usas? *

Instagram

Facebook

Tic Toc

Twitter

YouTube

Otra...

¿Cuanto tiempo inviertes al día en redes sociales? *

1 hora

1-2 horas

2-3 horas

3-4 horas

4-5 horas

5-6 horas

Mas de 6 horas

Referentes en redes sociales



Descripción (opcional)

Nombra al menos 3 cuentas de referentes, influencers o personas que admiras que sigas en RRSS *

Texto de respuesta larga

¿Por qué son referentes para ti? ¿Por qué los admiras o los sigues? *

Texto de respuesta larga

¿Te ves cercano a ellos/as, o lejano? *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Muy lejano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy cercano

¿Aspiras de alguna manera, a parecerte a ellos/as ? ¿En qué aspecto? *

Texto de respuesta larga

Tus redes sociales



Descripción (opcional)

Mi papel en las redes sociales es: *

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

PASIVO: Las uso para ver contenido de otras personas

PASIVO: Las uso para ver contenido de otras personas

¿Qué porcentaje de tus publicaciones en redes sociales contienen imágenes en las que apareces tu? *

10% 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 100%

¿Influyen tu estado emocional y autoestima en cómo usas las redes sociales? *

- Sí
- No
- Tal vez

¿Alguna vez te has echado atrás cuando ibas publicar una foto tuya? *

- Sí
- No
- Tal vez

¿Influyen tu estado emocional y autoestima en cómo usas las redes sociales? *

- Sí
- No
- Tal vez

¿Alguna vez te has echado atrás cuando ibas publicar una foto tuya? *

- Sí
- No
- Tal vez

Si respondiste que sí en la anterior pregunta... ¿Por qué? ¿Cuales crees que fueron los motivos? *

Texto de respuesta larga

.....

Del 1 al 10 ¿Cuanto piensas-meditas antes de subir una fotos a tus redes sociales? *

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nada, subo lo que me apetece sin preguntármelo demasido

Muchisimo, le doy muchas vueltas antes de subir una foto

Del 1 al 10 ¿Que importancia le das a los likes y comentarios que obtienen tus fotos? *

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ninguna

Mucha

El uso de las redes sociales me causa... *

- Bienestar
- Diversión
- Entretenimiento
- Angustia
- Presion social
- Otra...

Del 1 al 10 ¿Qué relación tienes con las redes sociales? *

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Tóxica y dependiente

Muy sana

RESULTADOS FG

GRUPOS DE GÉNERO MASCULINO		
Bloque	Grupo	Respuestas
INTRODUCCIÓN <i>¿Usais redes sociales?</i> <i>¿Cuales?</i>	Huerto 1º	Consumen más que publican. TikTok tiene público femenino. Generan más contenido las mujeres, pero se consume por igual. Lo que más te encuentras es estética y humor.
	Huerto 2º	Uno de ellos no le ve sentido a subir fotos. En general no suben casi nada. Consumen para informarse, o ver videos graciosos. En general solo tienen una cuenta, no tienen doble candado. Les gusta mas la privada de la gente porque es más real, están menos preparadas las fotos Piensan que a las chicas les gusta que vean lo que hacen. A ellos les parece innecesario subir fotos. Las RRSS están relacionadas con la vida real. Instagram sirve para corroborar lo que eres en la vida real. Hay gente que crea un personaje, otros se muestran reales. La diferencia a veces es muy evidente, otras no tanto.
<i>¿Generais contenido y lo consumís por igual?</i> <i>¿Cada cuanto publicais fotos?</i> <i>¿Apareceís en las fotos que mostrais?</i>	Estella 1º	Usan: Youtube, Instagram, TikTok. Solo consumen, pero no generan contenido. Uno de ellos no tiene ni una foto en su feed. Otro, no tiene cuenta de Instagram, por la educación recibida en su familia y porque no le atrae, tampoco siente necesidad de hacerse una cuenta, y aunque le dicen que se haga, no piensa hacerlo. Suben historias al Instagram más o menos cada dos semanas. Las fotos que publican son con amigos, o en el monte si les saca su padre. El que no tiene Instagram tampoco le importa salir en las fotos de sus amigos. Otro de ellos, casi no sale en las fotos que sube, como mucho con amigos.

	Estrella 2º	<p>Usan: Youtube, Instagram, Whatsapp. Principalemente tienen perfiles para poder ver. Suben muy poco contenido: una foto cada dos meses, o una foto al año. Ninguno tiene más de una cuenta. Por lo general las fotos que suben son acompañados. Siguen a deportistas, amigos, cuentas de humor.</p>
	Jesuit. 1º	<p>Usan: Instagram, Twitch, Pinterest, Youtube, Twitter. Solo consumen. Suben, si eso, historias, pero posts no. Salen con sus amigos en las fotos. Solo tienen una cuenta.</p>
	Jesuit. 2º	<p>Uno de ellos no tiene ninguna red social porque no le interesa. El resto usan: Youtube, Instagram. Sobre todo consumen, suben una foto cada mucho tiempo. Cada 1-2 meses, o 2 veces fotos al año. Alguno tiene 3 cuentas (privada, cuenta fútbol con un amigo, publica) Uno de ellos a veces borra las fotos que ha subido porque de tanto mirartas luego no le gustan. La mayoría de fotos que suben al feed son preparadas. Las casuales las suben a las historias.</p>
<p>1 DIAPOSITIVA Uso y significado de las imágenes <i>¿Creéis que una fotografía puede mentir?</i> <i>¿Por qué?</i></p>	Huerto 1º	<p>Una foto puede mentir. Si Depende de su uso, según la ideología política de los dos periódicos habrán usado una imagen u otra depende de sus intereses. Pueden usar una imagen de otro momento. Cuando ven imágenes no se paran a pensar en el uso que se hace de esas imágenes. Son conscientes de la manipulación que hay en el uso. Las imágenes no mienten.</p>
	Huerto 2º	<p>La imagen de la izquierda busca corroborar la idea de que deja España pero no como en la derecha, arrepentido, humillado, que lo hace como un héroe.</p>

<p><i>¿Qué está ocurriendo?</i></p> <p><i>¿Creéis que las fotos presentadas nos mienten?</i></p> <p><i>¿Por qué?</i></p> <p><i>¿Ocurre esto mismo en las redes sociales?</i></p>		<p>Las fotos cambian de significado cuando les pones un pie de foto. El contexto afecta (lo ven claro). Los intereses políticos en los medios de comunicación son lo que generan este uso manipulativo de las imágenes. Pasa lo mismo en hombres que en mujeres, no hay diferencia en la pose y en el mostrarse. Las personas que enseñan su cuerpo en redes, lo hacen porque no tienen nada mejor que enseñar.</p>
	<p>Estrella 1º</p>	<p>Las noticias dicen cosas diferentes. Orgullo vs. pena. Los que mienten son los periodistas, sacando de contexto las fotos. Quieren que veamos lo que a ellos les conviene. La foto puede ser perfectamente de otro día. Está claro que puedes usar una foto por tu conveniencia. La mentira no está en la imagen, sino en la relación titular-fotografía. Por lo general no se paran a pensar en esta manipulación cuando consumen medios.</p>
	<p>Estrella 2º</p>	<p>No mienten, doy por hecho que las fotos no son del mismo día (no participan mucho). Engañado no me sentiría, me informaría del sentido político del periódico para entender que hacen, necesitaría contrastar información. Las imágenes pueden ser usadas para mentir. Es una interpretación más que engaño, habría que leer las noticias.</p> <p>En redes sociales también pasa, por ejemplo, algunos youtubers ponen de portada de video una imagen que no sale en el video para atraer más visitas. Yo si que hago el ejercicio de mirar las imágenes de forma crítica. (El resto no dice nada).</p>
	<p>Jesuit. 1º</p>	<p>Tiene diferente corbata, no puede ser el mismo día. En una decepcionado, en la otra el periódico quiere reflejar que no le preocupa la situación. Cambia el sentido totalmente. Es más real la de derecha que la izquierda, la otra sería de un entierro, no es el mismo día. Tiene el pelo más canoso, será más vieja. Puede ser el mismo día, pero diferentes contextos.</p> <p>Las imágenes pueden mentir, una imagen te atrae mas que otra, el periódico lo usa para tener más audiencia, y eligen las imágenes en base a su lectores.</p>

	<p>Es que una foto no puede mentir, es lo que tú percibes. El que miente es la percepción del espectador. Miente el contexto.</p> <p>En RRSS, pasa mucho más que en el periodico. Ya solo con editar las fotos, con los filtros, el color... Una foto con filtros miente, es una manera de tapar la verdad. Parece que la foto es perfecta, pero no lo es. Por ejemplo efecto moreno, si estás blanco en cuarentena. Haces lo que más le gusta a tu audiencia. Pasa con los Youtubers. Si un juego se pone de moda, todos lo hacen, y dejan de hacer lo que más les gusta para ofrecer contenido que interese a la audiencia. Diferencian las personas que crean contenido, por negocio y dinero, y los que hacen por placer, lo notan bastante.</p>
<p>Jesuit. 2º</p>	<p>El contexto es el mismo, pero las portadas no dicen lo mismo. La foto es un tanto irónica. No expresan lo mismo. Dependiendo de la ideología del periodico se expresan de diferente forma, a través de los titulares y de las fotos, una es de chulería y en la otra lo defiende como si tuviese motivos para irse. Las fotos igual no mienten, pero cambian la realidad. Depende de cómo la uses, puedes usarla para algo malo o no. (Ven claro que el uso que se hace de las imágenes cambia la percepción de la noticia)</p> <p>En redes sociales también ocurre. Por ejemplo he visto a gente, y yo también lo he hecho, de subir una foto de un día que estaba contento y en ese momento estar de otra manera. Cuando la gente publica solo fotos felices, pero aparenta, realmente no está siempre feliz, lo hace para emitir una imagen que no es la verdadera en ese momento Uno de ellos dice que habitualmente guarda fotos para usar posteriormente, neutrales, sin mostrar ningún sentimiento. En momentos concretos elijo una frase o canción con una foto para subirla, y ya esta, pero sin intención de mostrar ningún sentimiento. Una foto es una foto, es neutral sea como sea, estés triste o no. Cuando se hacen fotos con los amigos, es de forma lúdica. Las fotos no son el objetivo de la quedada, sino algo que ocurre mientras disfrutan juntos haciendo el tonto. El estado de ánimo dicen que no influye directamente. Cuando no te sientes bien ni siquiera te apetece salir con tus amigos, por lo tanto hacerte fotos tampoco.</p>

<p>2 DIAPOSITIVA</p> <p>Acto performativo de las fotografías</p> <p><i>¿Qué ocurre en estas imágenes?</i></p> <p><i>¿Hacéis esta práctica?</i></p> <p><i>¿Por qué?</i></p> <p><i>¿Por qué consideráis que las mujeres hacen esta práctica?</i></p> <p><i>¿De qué manera interactuáis con las imágenes que las mujeres publican mostrando su cuerpo?</i></p> <p><i>¿Tenéis alguna expectativa en las fotos que aparecen en vuestro feed?</i></p>	<p>Huerto 1º</p>	<p>En RRSS se busca las fotos en las que mejor se sale, la que más favorece. Hay manipulación de photoshop.</p> <p>Es una práctica habitual.</p> <p>En menor medida que esta gente, pero ellos también lo hacen.</p> <p>Alguna vez primero se ven bien, pero después no les gusta tanto.</p> <p>El qué dirán, en su punto les importa.</p> <p>Los likes les importan. Suben más fotos con amigos que solos.</p> <p>Las redes sociales han impulsado los estereotipos y cánones de belleza.</p> <p>Lo que se muestra en las RRSS, no es del todo real.</p> <p>No ves chicos sin camiseta sin que estén definidos.</p> <p>Ellos también lo hacen, a todos les afecta algo, o les condiciona lo que digan los demás.</p> <p>Hay muchos casos de vigorexia o anorexia.</p> <p>Algunos amigos suyos lo han sufrido, les pasa más a las chicas anorexia, chicos cada vez más vigorexia con la moda del gimnasio.</p> <p>Consigues aprobación social, aceptación, y sentirte bien contigo mismo.</p> <p>Pero al final es falso, no te motiva realmente, lo haces por lo demás.</p> <p>Las empresas se aprovechan de esto.</p>
	<p>Huerto 2º</p>	<p>La gente no sube fotos en las que sale mal.</p> <p>Todo el mundo busca la foto en la que mejor sale, refleje o no su realidad, busca aparentar.</p> <p>Solo creo contenido de fiesta.</p> <p>Siempre busco la imagen en la que mejor salgo, mejor una sonriente, que amargado, o serio.</p>
	<p>Estrella 1º</p>	<p>He visto de los dos tipos bastantes.</p> <p>Una mujer con obesidad no suele subirlo, pero mujeres más delgadas si suben esas fotos.</p> <p>Preferen ver las de la izquierda, porque son más íntimas.</p> <p>Son imágenes pensadas, que han copiado porque las han visto en otros perfiles.</p> <p>Si ven fotos de amigas, les comentan o dan like, pero si no las conocen, consumen pero no participan.</p>

<p><i>¿Alguna vez os habéis echado atrás al publicar una foto vuestra?</i></p> <p><i>¿Por qué?</i></p> <p><i>¿Qué tipo de imágenes preferís mirar? ¿Por que?</i></p>		<p>Realmente sí que tienen unas expectativas de ver fotos del tipo izquierda en el feed, aunque les cuesta admitirlo. Si una amiga sube una foto que se sale de la norma, sí que lo comentan entre sus amigos. Sorprende.</p> <p>Las imágenes que las chicas se sacan, creen que las hacen porque les apetece, no para ellos explícitamente. Uno de ellos no entiende porque, pero dice que todas las fotos de las chicas son iguales. Que se copian, para ser como las demás, y no salirse de la norma.</p> <p>Dicen que no les ha pasado, de echarse atrás de subir una foto, pero porque salen con mala cara jugando a fútbol. Pero sí que han borrado, si han subido algo borrachos y por el ridículo, pero no por estética.</p> <p>Preferen mirar las fotos de la izquierda.</p> <p>Las fotos que se hacen nuestras amigas se parecen más a las de la izquierda, o algo entre medio. Lo hacen por dar una mejor imagen a la gente que las sigue, por estética.</p> <p>Interactúan con likes, no les sale comentar</p> <p>Son conscientes de que ellos forman parte de esos “demás” para los que las chicas suben las fotos. Pero cuando ven esas fotos, o una foto provocativa, se sienten indiferentes.</p> <p>Si una chica subiera una foto como las de la derecha, les impactaría, pero no interactuarían con ella. Solo lo comentarían con sus amigos si ven la foto estando juntos.</p>
<p><i>¿Os haceis muchas fotos hasta dar con una que os guste?</i></p>	<p>Jesuit. 1º</p>	<p>Eso es lo que pasa, siempre pasa lo de la izquierda.</p> <p>Es completamente diferente, es lo que más le gusta a la persona y la que elige para que le guste a los demás.</p> <p>Igual te gusta enseñar tu cuerpo, y subes la de la derecha, puede recibir hate, toxicidad, más en tías que en tios.</p> <p>Si subes como la de la izquierda, es posible que ganas más atención y likes.</p> <p>Las chicas se centran más en salir bien, a los chicos nos importa todo menos, más pasotas.</p> <p>También hay hate, pero no es lo mismo</p> <p>Las chicas se centran más en eso, porque hay muchos chicos interesados en lo que suben.</p> <p>Pero las chicas buscan otra cosa en los chicos, no fotos enseñando el cuerpo.</p> <p>Pocas chicas ves con fotos haciendo deporte.</p> <p>Sin embargo los chicos suben un montón de fotos haciendo deporte, sin importar que salgan con “caretos”.</p> <p>Los chicos es muy raro que suban una foto con poca ropa, en las chicas es mucho más común.</p> <p>A nosotros no nos pasa tanto.</p>

		<p>Bueno si. Si tengo 20 elijo la que más me gusta, inconscientemente, pero no es ese punto de posar como las chicas. Buscas la mejor para ti, no para los demás.</p> <p>A las chicas esto no les hace nada bien, les mete presión, les hace sentirse mal consigo mismas e inseguras, pueden llegar a recibir odio o toxicidad si se ven como no le gusta a la gente.</p> <p>Entonces por las RRS se ven forzadas a hacerse fotos de una manera.</p> <p>Es algo que se sabe, son conscientes de ello.</p> <p>Interactúan con las fotos de las chicas dándoles like, si no les gustan, no les dicen nada.</p> <p>Quizá si han hecho comentarios que les hayan sentado mal a las chicas.</p> <p>Solo lo hacen en persona con las amigas de confianza, no en un comentario público que todo el mundo puede ver.</p> <p>A las chicas, no les afecta el comentario en sí, les afecta que la gente vea el comentario que han puesto sobre ellas.</p> <p>Les decimos de todo, broma. <i>¿Esa foto? ¿a que está bien? No.</i></p> <p>Pero es para vacilar, para picarla. <i>¿Porque no está bien? ¿Pero te has visto ese ojo?</i></p> <p>Meten cizaña, pero como un juego mutuo. (Lo que para ellos es un juego a ellas les afecta).</p> <p>Son conscientes de que generan el contenido en gran parte para ellos.</p> <p>Pero saben que tienen confianza, entonces no creen que les afecte lo que ellos dicen de broma.</p> <p>Le dices que tiene la uña rota, aunque no le hayas ni visto la uña.</p> <p>Gracioso. Ellas también lo hacen para ellos.</p> <p>No creen que tenga consecuencias negativas.</p> <p>Solo si no tienes confianza con la persona.</p> <p>A ellos no les afectan estos comentarios, cada uno tiene sus defectos.</p> <p>Tienen la dinámica de juego muy integrada entre la clase.</p> <p>Tres amigas suyas les han dicho que se van a poner a hacer ejercicio para verano.</p> <p>Depende de la fortaleza mental de cada uno si te afecta.</p> <p>Pero, a las chicas se les mira de otra manera, se las juzga más. Los tíos hablan de las tías menos discretos.</p> <p>Las chicas tienen más movidas que los tíos, y si, están relacionadas con la belleza.</p> <p>Las movidas de tíos son un calentón y ya.</p>
	<p>Jesuit. 2º</p>	<p>Hay photoshop.</p> <p>Están posando. La diferencia es la tripa.</p> <p>En las dos se le ve feliz, así que no hay problema en que suba las dos (en referencia a la chica en bikini).</p>

Las fotos de la izquierda son más agradables de ver, pero si veo la derecha no pasa nada. Vas con una predisposición en redes de que quieres ver cosas, como la de la izquierda. Yo cuando entro a Instagram no espero ver la de la derecha, pero no porque no quiera verlas o me causan algo, si no porque la gente no quiere mostrar la parte de la derecha que es la verdad. Queremos ver más las de la izquierda, porque siempre se enseñan fotos de ese tipo. Si hubiese sido al revés, estaríamos ya acostumbrados a ver ese tipo de imágenes.

Ellos si, también hacen lo mismo.

Yo cuando voy al gimnasio aprovecho y me hago una foto mas hinchado.

Con tu cara pasa lo mismo, te haces varias, y eliges la que mejor sales.

Es como ir a quedar para hacer fotos en plan serio, para que salga algo bien.

Por ejemplo haces 30 fotos, y te quedas con las de tipo izquierda.

En general, todo el mundo prefiere, por como puede verte la gente que no te conoce, pero te sigue.

Eliges las que más te gustan a ti y las que les gustan a otros.

Uno de ellos cuenta el dilema de que a veces a él le gusta una foto y a sus amigos otra, la última vez subió las dos, y ya está.

Con un par de fotos me vale,

Depende del día, la luz, el estado de ánimo... necesitas hacerte mas o menos.

Si van a hacerse fotos para subirlas siempre suben alguna, otros dejan de subir.

A mi me gustan todas.

No sienten necesidad de subir contenido, pero les gusta.

Las chicas viven diferente estas cosas, por lo general.

Pero depende de cada persona. Pero si que es diferente entre chicos y chicas.

Es más común que una chica le saque más defectos a una foto.

Yo me hago dos fotos con mi amigo y nos gustan las dos o una.

Con una amiga por lo menos tengo que repetirla 5-6 veces, son más exigentes.

Si no salen muy guapas no suben, tienen más presión para salir muy bien.

Mucha más autocrítica, hasta que no sacan una buena no paran.

El nivel de lo que es una foto buena para nosotros y para ellas esta mas alto (lo ven muy claro).

		<p><i>¿Esa autoexigencia de donde viene?</i></p> <p>En parte autoimpuesta, y en parte desde fuera, lo que esperas ver en insta, la sociedad exige más, sino recibes críticas. A las chicas les afecta más una crítica. Igual hay mucha competitividad entre ellas. Hay mucho miedo a la crítica, porque ven muchos ejemplos cercanos y lejanos. Sobre todo la gente con muchos seguidores recibe más críticas.</p> <p>Si una amiga sube una foto que les incomoda, no le comentarían públicamente, pero en persona le dirían “<i>cuidado, yo que tu, no haría eso</i>”. Por qué se puede exponer (ejemplos de fotos con el pecho descubierto). No le dices que hacer, solo le das consejo. Aceptan que si una de clase que está muy gorda sube una foto en ropa interior lo comentarían entre ellos. Y si pasa lo mismo con una tía buena de clase, se comenta entre ellos, aún más. Podría llegar a sus oídos...si. Si es conocida le dan like (fotos provocativas)</p> <p>Por un lado creen que a sus amigas les importa más un mal comentario externo, de alguien desconocido, que el de ellos. Pero al mismo tiempo dicen que les preguntan por sus fotos y que si les importa su opinión.</p>
<p>3 DIAPOSITIVA</p> <p><i>Presencia de la mujer en el arte y herencia visual de poses</i></p> <p><i>¿Os seduce “la maja”?</i></p> <p><i>¿Y la influencer?</i></p> <p><i>¿Cuál preferís mirar?</i></p>	<p>Huerto 1º</p>	<p>La maja está posando, si sale mejor así, ella cree que es mejor que la pinten así. Igual la decisión no ha sido suya. Desde la antigüedad ya se escogía un tipo de pintura ante otro porque va a gustar más. Te está mirando.</p> <p><i>Siglo XXI.</i> Creen que hay chicas que se ponen en poses porque así van a tener mas likes. Prefieren mirar la foto, porque atrae más que la pintura y es una foto moderna. La chica es mas guapa.</p> <p>Aparentan ser exitosas y ser empoderadas. Pero luego, a saber si realmente son así. Con una foto no puedes saber como es una persona. Se nota que está posando para aparentar. Normalmente no nos paramos a pensar en si pasa eso o no, solo si es una noticia, o algo polémico.</p>

<p><i>¿Por qué?</i> <i>¿Qué percibes en estas mujeres?</i> <i>¿Éxito, fracaso, felicidad....?</i></p>	<p>Huerto 2º</p>	<p>Artísticamente prefieren mirar el cuadro (risas) Claramente, prefieren la foto. Porque, dentro de que es una pose, es fotografía y es más real. Los colores de la foto son más atractivos. En ellas ven seguridad, muestran su cuerpo tal y como es. Perciben el ego de la artista (influencer). Posan para la audiencia, no para la cámara. Quiere mostrar éxito. En TIKTok, ves bailes de chicas y los comentarios son totalmente diferentes en base a su cuerpo. Y las chicas que reciben malos comentarios dejan de subir videos. Nunca comento, pero si he visto que algunos videos tienen muchos comentarios despectivos, y esos comentarios son los que más likes tienen.</p>
	<p>Estrella 1º</p>	<p>Antes se dibujaban las mujeres desnudas en los cuadros, y ahora se hace lo mismo en RRSS. No las excita nada. Parece que está agusto, pechos grandes y cadera grande, quizá esté editada. La foto les excita más, porque es una mujer real, que igual está editada. Esa imagen algo tiene de falso, la ha retocado igual, le ha puesto filtro, pero el cuerpo no se... (influencer) Me transmite poco, parece abierta, segura de sí misma, muy cómoda ante la cámara, le da igual salir en cualquier sitio. Quiere algo de nosotros. Seguro que se ha hecho 80 fotos para conseguir esa, parece un poco teatral, pero no les incomoda.</p>
	<p>Estrella 2º</p>	<p>Transmite incomodidad. No los atrae ni excita. La de la foto sí que les atrae más, porque es más real. Tienen en común la pose, si...no... (no lo ven claro.) Está así para enfatizar su cadera, para salir mejor, buscan la mejor pose para excitar...(pero no lo ven muy claro) (Influencer) No es una imagen espontánea, la postura no es natural.</p>

		<p>No saben si es segura, dicen que habría que conocerla. No puedo decir si es insegura o no a partir de una foto. Todos tenemos inseguridades.</p> <p>Nuestras amigas no posan tan exageradas. Dicen que sentirían indiferencia si una chica de clase posa así en una publicación. A las chicas les sabe peor salir mal en una foto, yo sin embargo, me conformo con la primera foto que hacemos, está relacionado con lo que la sociedad espera de ti. Crean que hay poco prejuicio por su parte, sienten que son neutrales y casi no tienen expectativas de las fotos que las chicas suben.</p>
	<p>Jesuit. 1º</p>	<p>Siempre aparecen en esa pose, tumbadas, mirando... es un poco rara, no se porque posan así. Quieren... enseñar el cuerpo. Quieren llamar la atención. No les atrae, ni les seduce. Tampoco rechazo, pero es como ver un paisaje. Ven claro mujer-objeto.No es lo mismo que un hombre tumbado. No, así no cuadros de hombres, habrá a caballo, pero no desnudos.</p> <p>(Influencer) Perciben... que esta ahí por que quiere. No está obligada, está cómoda y agusto. Segura de sí misma. Está posando para dar su mejor versión. No las excita, así puesta no, es una foto más en un coche y ya está. Se ha sacado 300 fotos hasta hacerse esa. Parece famosa, como si estuviese por encima de los demás. No está improvisada, es teatralizada.</p> <p>Ven la relación entre la foto y el cuadro en la pose y la intención. No, la imagen no tiene intención, son pixeles, es como un estuche, un objeto, no dice nada, es cosa del espectador (discrepan). Que si, tiene intención: Atraer, a los seguidores, más chicos. Muchas influencers buscan buenos outfits para sus seguidoras chicas.</p>
	<p>Jesuit. 2º</p>	<p>El canon de belleza ha cambiado. Tienen claro que representa el canon de belleza de la época. Discrepan si el canon actual es el mismo o ha cambiado, tienen diferentes opiniones.</p>

		<p>Dicen que no les excita, porque es un cuadro, a uno de ellos si. Se la ve confiada, cómoda...Las pose es para que se marque la cadera y se vea más delgada.</p> <p>Relación con RRSS: si. Para destacar más partes de su cuerpo, las chicas posan así. Posan para los que vayan a ver el cuadro, que son hombres o mujeres lesbianas.</p> <p>Es un cuadro pintado muy antiguo, la foto es más cercana, les gusta más. Ve las dos iguales, parecidas. La única diferencia es que es real y la al ser un dibujo... pero transmiten lo mismo. Las dos posan, así no te sientas en el coche. Si tu ves la foto en el feed, no te paras a pensar en si hay pose o no, está normalizado. Está segura de sí misma, es cantante e incluso provoca con sus cara.</p>
<p>DEBATE FINAL Alfabetización visual</p>	<p>Huerto 1º</p>	<p>La policía, te dice que no tienes que hacer cosas lógicas, pero nada más. La familia tiene poca idea. Les gustaría trabajar como una asignatura, o verlo desde diferentes asignaturas y distintos puntos. Les gustaría que vuelva la educación ciudadana. Y que se renueve el contenido en arte, de tan antiguo a más moderno. Aprender cómo han ido evolucionando las obras, las repercusiones.</p>
<p>¿Habéis recibido formación respecto al tema? ¿Os gustaría recibirla?</p>	<p>Huerto 2º</p>	<p>Nada de educación. Cada uno interpreta a su manera. No muestran mucho interés en implementar la educación visual (en general, en la sesión poco participativos). Puede estar bien para comprender a otros y porque se hacen las cosas. Yo creo que no es un contenido lectivo, empoderar. Sería ilógico e immoral dentro del sistema educativo, imponer que expresa cada imagen (confusión)</p>
<p>¿De qué manera?</p>	<p>Estrella 1º</p>	<p>Creen que sería muy necesario. Pero sobre todo sobre seguridad en redes: pagos, contraseñas. Sobre precaución a la hora de subir fotos a redes. Y aprender a gestionar las críticas que recibas cuando subes fotos. Enseñar que provoca los comentarios que haces, las consecuencias que puede tener.</p>

	<p>Jesuit. 1º</p>	<p>Solo han recibido charlas policiales, sobre ciberseguridad.</p> <p>Ahora mismo si les gustaría recibir esa formación, es necesario, más que religión. Te pueden enseñar cosas valiosas.</p> <p>Sigo pensando que una imagen es una imagen, y lo que te haga sentir es cosa tuya, totalmente subjetivo. Una imagen no te dice nada, pero el objetivo del que lo ha hecho es claro. Siempre hay un objetivo.</p> <p>En la hipotética asignatura: identificar engaños, manipulación de atracción de las imágenes, leyes de redes sociales, publicidad engañosa... Les gustaría que estuviera regulado legalmente. Para tener propio pensamiento crítico.</p>
	<p>Jesuit. 2º</p>	<p>No ven el problema en que la gente muestre su cuerpo si quiere hacerlo (Lo ven como un problema aislado, no sistemático).</p> <p>En el colegio no han recibido nada, solo información sobre cyberbullying, privacidad, cosas más graves... En la familia nada.</p> <p>¡Si les gustaría!</p> <p>Porque las redes sociales son el futuro.</p> <p>Como llevar una cuenta de instagram, es algo que a todo el mundo le vendría bien saber, porque yo soy muy influenciable y a mi mismo me afectan los likes, lo que digan de mis fotos... Intento no cambiar por lo que diga la gente, pero me afecta.</p> <p>Si una persona te ayuda a concienciar, sería positivo. Creen que es necesario.</p> <p>Me da la impresión, de que igual no se daría del todo bien. Hay un peligro de que si se diese clase de eso se podría caer hacia un lado de la balanza. Creo que se atacaría mucho al hombre sin pensar en cómo nos afecta a nosotros.</p> <p>Yo siendo sincero, estoy yendo al psicólogo, y tengo problemas con esto, y no conozco ninguna chica con problemas. En este momento parece que los hombres somos ignorados, porque el problema se centra mucho en las mujeres, y se podría hacer algo por todos.</p> <p>Se acentúa y polariza el problema, porque se sienten invisibilizados, porque solo se habla de la opresión de las mujeres. Creen que ahora las mujeres no estamos en tan mala situación, se sienten atacados por el movimiento feminista. Les molesta la generalización.</p>

		<p><i>Referentes, ¿Por qué los seguís?</i></p> <p>Siguen por la moda, inspiración o por trends.</p> <p>A chicas que promueven la naturalidad (estriás, bigote, poses...)</p> <p>Estilo de vida, Youtubers, reflexiones, humor.</p> <p>Madres que cuentan la vida de sus hijas, vida día a día.</p> <p>Cada vez hay más cuentas de personas que muestran la realidad. Y les gustan, interesan y siguen.</p> <p>La naturalidad se ha vuelto artificial, ahora todo el mundo intenta ser natural.</p> <p>Subir fotos sin filtro, con luz natural... Como lo hace todo el mundo, se vuelve lo perfecto y un nuevo estereotipo que se crea en las rrss.</p> <p>Se puede usar para convencerte a ti mismo de que eso que muestras está bien.</p> <p>Buscas respuesta de que estás guapa.</p> <p>Doble moralidad. División entre la gente que se puede quejar y la que no.</p> <p>Una flaca no, una gorda si.</p> <p>Si una chica muestra complejo por su cuerpo, se le dice que no pasa nada, pero aun así, si se muestra, luego se le critica.</p> <p>Dinámicas tóxicas.</p>
	<p>Estella 1º</p>	<p>Suben pocas fotos. Dias especiales, si van al monte.</p> <p>Una de ellas sube historias todos los días, sobre todo videos bailando en TikTok.</p> <p>Ninguna genera contenido propio.</p> <p>Todas tienen entre 2 y 3 cuentas. Algunas solo 1.</p> <p>Todas han hecho limpieza de seguidores en algún momento.</p> <p>La tengo privada por miedo a los comentarios o lo que puedan pensar de mi personas desconocidas.</p>
	<p>Estella 2º</p>	<p>Tienen cuentas privadas y públicas.</p> <p>En las privadas 700- 900 seguidores, antes 700 ahora 300.</p> <p>Todas han hecho limpieza alguna vez.</p> <p>Consumimos más que creamos fotografías, mayoritariamente por entretenimiento.</p>
	<p>Jesuit. 1º</p>	<p>1040 seguidores en la privada.</p> <p>A TikTok no suben, aunque graban.</p>

		<p>Las fotos que suben son de ellas, solas y con amigas. Tengo solo 4 o 5 fotos, he ido borrando (x2). Porque cuando las subió le gustaban, pero luego ya no les gustaba como quedaba en el feed. Todas han borrado fotos que han subido, por ejemplo una de cuando tenían 15 años. Son más críticas con ellas mismas, que con el perfil de otras amigas-chicas.</p>
	Jesuit. 2º	<p>Suben muy poco contenido, cada 1 o 2 meses. Una de ellas más seguido.</p> <p><i>Referentes, ¿Por qué los seguís?</i> Siguen a personas que les gusta su rollo, forma de vestir. O siguen a influencers. A una le crispera muchísimo los dramas y las peleas que se generan entre influencers, por copiarse la tipografía por ejemplo. Le da rabia, y esconde algunas historias pero les sigue. No le gusta que las personas suban historias llorando, porque cree que eso está fuera de lugar. Además, se nota cuando alguien llora de verdad, y cuando lo hace por llamar la atención. Lo que le irrita son las tonterías por las que lloran. Otra sigue rutinas de deporte. No le gustan los cotilleos. Los perfiles de los influencers, le hacen plantearse su propia vida-estilo de vida, y luego esos perfiles tampoco son del todo reales. A dos de ellas le es indiferente lo que suban, dicen no comparar su estado de ánimo con el de las influencers. Se sienten ancladas en su propio estado de ánimo.</p>
1 DIAPOSITIVA	Huerto 1º	<p>Se nota cierto punto de subjetividad, en una se le ve feliz, en la otra no.</p>
<i>Uso y significado de las imágenes</i>		<p>En redes sociales: Quizá la gente cuando me conozca se dará cuenta de que no soy realmente así. Me gusta dar una buena imagen, para mostrar seguridad. A veces, subo una foto en la que salgo mal, acompañada de un texto “todos tenemos imperfecciones”. Me gusta hacer eso, porque siento que así soy más real, y transmitir más seguridad ante los demás. Soy consciente de que si pudiese un texto pesimista cambiaría el sentido de la foto. Ella se siente segura realmente.</p>
<i>¿Creéis que una fotografía puede mentir?</i> <i>¿Por qué?</i>	Huerto	<p>Socialmente buscamos mostrar una buena imagen de nosotros.</p> <p>Las imágenes pueden cambiar la percepción de la noticia, irá acorde con la ideología del periódico.</p>

<p><i>¿Qué está ocurriendo?</i></p> <p><i>¿Creeis que las fotos presentadas nos mienten?</i></p> <p><i>¿Por qué?</i></p> <p><i>¿Ocurre esto mismo en las redes sociales?</i></p>	<p>2º</p>	<p>Las imágenes no mienten, cada una está enfocada a unos intereses. Noticia irrelevante vs. noticia con más peso. No le importa vs. le importa, arrepentido, resentido. Bueno vs. víctima.</p>
	<p>Estrella 1º</p>	<p>Las fotos si mienten. Los medios de comunicación publican imágenes para llamar la atención (no participan mucho). Afirman que las fotografías mienten pero no saben explicar porque. En una refleja que está avergonzado de lo que ha hecho, y en otra orgulloso. Quien mente no es la imagen, si no el periódico, o la persona que publica en rrs.</p>
	<p>Estrella 2º</p>	<p>La ideología del periódico determina. Una imagen sin contexto no puede mentir. Si por ejemplo sales de fiesta, y te sacan una foto no pasándose lo bien, pero tu subes historias haciendo que te lo pasas bien, estás mintiendo.</p>
	<p>Jesuit. 1º</p>	<p>No mienten, pero el periódico tiene intencion de vender mas y por eso elige las imágenes que convienen. Cada periódico quiere enseñar cosas diferentes y para eso elige la imagen que más le conviene.</p> <p>En RRRS también pasa, puedes estar mal y mostrar lo contrario. Si que lo hacemos.</p> <p>Un día malo puedes subir una foto de un día en que estabas feliz, por no querer contar a la gente como estas realmente, para no preocupar a los demás.</p> <p>Si estoy mal, no subo nada, no tengo ganas. El estado anímico si afecta.</p> <p>Cuando estas mal consumir Instagram te ayuda porque te distrae y entretiene. Son conscientes del uso interesado de las imágenes en redes. No hablan mucho de ello entre amigas.</p>
	<p>Jesuit 2º</p>	<p>Las dos noticias no cuentan lo mismo. Hay muchas formas de contar la verdad. Una imagen si puede mentir. Puede engañar, mentir como tal no lo hace.</p>

		<p>Cada noticia dice una cosa diferente.</p> <p>En RRSS también. Exageran, tergiversan, crean cualquier cosa para hacer polémica (no participan demasiado).</p>
<p>2 DIAPOSITIVA</p> <p>Acto performativo de las fotografías</p> <p><i>¿Qué ocurre en estas imágenes?</i></p> <p><i>¿Hacéis esta práctica?</i></p> <p><i>¿Por qué?</i></p> <p><i>¿Alguna vez os habéis echado atrás al publicar una foto vuestra?</i></p> <p><i>¿Por qué?</i></p> <p><i>¿Habéis eliminado fotos ya publicadas?</i></p> <p><i>¿Por qué?</i></p>	<p>Huerto 1º</p>	<p>Cada noticia dice una cosa diferente.</p> <p>En RRSS también. Exageran, tergiversan, crean cualquier cosa para hacer polémica (no participan demasiado).</p> <p>Las dos son reales, todo depende del ángulo en el que se toma la foto, y de la pose.</p> <p>La expresión de la cara influye mucho en lo que transmite la chica de la foto, como sonrío transmite seguridad.</p> <p>Nosotras si, también lo hacemos.</p> <p>Con filtros, para hacer la foto en general más bonita.</p> <p>A veces para tapar algunas cosas, recortas. Pero tampoco cambias tanto en cada foto.</p> <p>Me gusta posar de diferentes maneras, pero también me gusta sacarme fotos de realidad, para recordarme a mí misma.</p> <p>Porque muchas veces, veo fotos antiguas, me comparo y no me veo igual, pero porque me sacaba fotos posando. Ahora me saco fotos más espontáneas y divertidas para mí, para que cuando las vea en el futuro sea consciente de que siempre he tenido imperfecciones.</p> <p>En general, tanto el mundo de influencers, como en la gente corriente hay de todo: gente realista y gente que intenta aparentar lo que no es. Hasta yo misma siempre busco tapar mi inseguridad, e intentó mostrar una cosa que no soy, es algo que me gustaría cambiar.</p> <p>La competencia con las demás niñas me afecta, si una foto mía no alcanza mas likes que la anterior la quito. pero eso no afectaría tanto si no hubiese una amiga que tiene mas likes que yo. Te da satisfacción conseguir likes.</p> <p>Dos chicas apenas suben nada, solo consumen. En épocas cuando se sienten mejor con más seguridad suben más, cuando están peor, con menos seguridad, suben menos fotos.</p> <p>En épocas bajas ver las RRSS me da bajón, si ves algo mejor, te afecta, es una cosa que tu te creas. Porque siento la necesidad de cumplir los requisitos que esa persona tiene.</p> <p>Si todo el mundo está feliz subiendo fotos, yo también debería hacerlo... subir contenido por presión.</p> <p>Entre más real seas en RRSS, mejor. Me gusta enseñar lo que hago en mi día a día.</p> <p>Algunas tienen dos cuentas: amigos y abierta.</p> <p>Una de ellas se la abrió, porque solo tenía una amiga, y esa única amiga suya estaba mucho en RRSS, me presionó para tener una cuenta y estar en contacto con esas personas por redes. Ahora no la usa porque no le interesa. Ahora ya no</p>

		siente presión, porque tiene nuevas amigas que no pasan tanto tiempo en redes. Pero sintió muchísima presión.
Huerto 2º	<p>Diferentes poses y perspectivas de cada persona. Depende de la postura ves un físico completamente diferente. Ángulo, poses.</p> <p>Es una práctica habitual. Todas lo hacen, y son conscientes. No van a subir una foto en la que se ven "mal", conocen las poses que les favorecen más y aprovechan. No suben fotos así, porque tienen inseguridades, y si tu no te ves bien, no quieres que te vean así. No está mal hacerlo pero ellas no podrían subir esas fotos. También es por la inseguridad que les crea la propia red social, se conoce la parte perfecta de cada cosa, pero luego todo el mundo tiene problemas, todo el mundo aparenta ser perfecto, y no es fácil salirse de la norma.</p> <p>A todas les ha pasado que se han echado atrás al subir una foto. O suben una foto, y de tanto mirarla, luego la borran. Mucho. Se comparan con influencers, con personas que tienen seguridad y se muestran perfectas en redes. Afecta mucho a la autoestima. Porque te comparas con alguien que no conoces bien, con algo que no es del todo real, te creas tu propio problema mental Si no sabes que lo que ves no es real, te puede afectar más.</p> <p><i>¿A los chicos?</i> También les pasa, pero no igual. Las chicas queremos ponernos mas culo, parecer que tengamos mas tetas, ellos con más músculo... cada uno quiere destacar sus cosas pero es lo mismo en los dos. A ellos también les afecta, pero no lo muestran. A veces hablan de ello con sus amigos. Las redes sociales no son la vida real, cada uno muestra lo que quiere. Vidas perfectas, lo que quieres mostrar. Lo tienen muy claro. Aun y sabiéndolo, te comparas con lo que ves en RRSS. Estando en casa con el pijama y el moño y con la tripa hinchada, ves chicas perfectas, y dices "yo no soy así", aunque sepas que esa chica cuando llegue a casa estará igual (no se identifican con lo que ven pero se comparan).</p>	
Estella		Nosotras no hemos hecho eso, en plan photoshop.

	<p>1°</p> <p>En una posa para salir bien, y en la otra está natural. Pero lo que publican se parece más a las de la izquierda.</p> <p>Todas hacen muchas fotos hasta que una les gusta. Y también les ha pasado, que han decidido no subir nada después de muchos intentos. Por desgracia en el fondo, a mi me afectan mucho los comentarios de la gente (x2). Yo si me saco una foto no suelo pensar en lo que piensen los demás, si te gusta a ti pues ya está (x2) Tengo mi propio criterio Mis amigas se mandan entre ellas “¿cual subo?”.</p> <p>Por el miedo a no gustar, a veces no públicas. O a veces te pasas mucho tiempo mirando la foto, y vas viendo defectos, y al revés. Los intentos para sacar una buena foto son entre 20 y 30 fotos. A parte de encontrar defectos en las fotos después de mirartas mucho, a veces encuentras cosas bonitas. Depende del estado emocional. Se suelen hacer más fotos los días que se sienten empoderadas.</p>
<p>Estrella 2°</p>	<p>Si es una práctica habitual. No publican casi post, pero no pasan un mes sin hacer una story. Todas hacen muchas fotos hasta que les gusta una. Ahora no me pongo a hacer fotos exclusivas para Instagram, me hago fotos y si me gusta alguna, la subo. El estado de ánimo influye en las ganas de hacerse fotos</p> <p><i>¿Creéis que afecta psicológicamente el hecho de hacerse “mil” fotos y que ninguna te convenza?</i> Si. Es algo que se puede trabajar, y en lo que han mejorado estos años. Pero no pueden liberarse completamente de la mirada externa.</p> <p><i>¿Cómo habéis conseguido que os afecte menos?</i> Con refuerzo positivo. Si te dices a ti misma cosas feas eso te destruye. Han mejorado, pero les sigue afectando la opinión externa y el hecho de hacerse mil fotos y q no te guste ninguna, saben que afecta negativamente a tu bienestar emocional. Ha mejorado con los años,</p>

	<p>Para ello, es importante hablarle con amor y decirte cosas bonitas a ti misma en vez de cosas feas. Cuando eres más pequeña le das mucha más importancia a lo que el resto dicen. Pero cuando creces vas ganando seguridad.</p> <p>En realidad nos importa, pero no tanto como antes, con 13-14 eran años más vulnerables. También ayuda darte cuenta de que no eres la única a la que le pasa eso.</p> <p>También están pendientes de likes y feedback cuando publican nuevas fotos, pero no tanto como antes. En general han evolucionado en todo. Pero si que están pendientes (x2)</p> <p>Todas borran fotos una vez subidas, porque buscaban defectos de tanto mirarse. Hay un proceso activo de buscar defectos inconscientemente.</p> <p>A otras mujeres no las miran así, son mucho más autoexigentes con ellas mismas.</p> <p><i>Criticas</i></p> <p>Cuando una mujer se muestra segura en una foto, tiene más predisposición a ser criticada por ello. No se sienten cómodas criticando a otra mujeres.</p> <p>Nunca les ha gustado hacerlo, pero cuando eran más niñas, en 1ºESO, criticaban mucho a todo el mundo, ahora solo de pensarlo me echa para atrás.</p> <p>Ahora, si escucho a alguien criticar a otra persona, lo rechazó, no me gusta nada.</p> <p>Cuando tratamos mal a otras personas, suele ser por nuestro complejo de inferioridad, en sí en este mundo nos basamos en quedar todo el rato por encima de los demás, y es algo que se reproduce en las relaciones, porque existe un sistema jerárquico de ser superior al resto, hay una competición.</p> <p>En otras mujeres perciben más virtudes que en ellas mismas.</p> <p>A los chicos también les pasa esto, pero en menor medida, porque a nosotros se nos exige más.</p> <p>Ellos no lo muestran ni lo hablan con nadie, ni con sus amigos, de cómo se sienten.</p> <p>Yo si que hablo con mis amigas sobre eso.</p> <p>La presión que ellos sienten viene por nuestra parte, como nuestra presión viene por parte de ellos.</p> <p>Buscamos la aprobación de los demás sin importar el género, hablando de gente heterosexual, ellos buscan la de las chicas, y viceversa.</p> <p>Pero, nuestra inseguridad no es solo por los hombres, cuando subo una foto me da cosa lo que piensen tanto hombres como mujeres.</p>
--	---

	<p>Cuando una imagen se muestra automáticamente puede ser juzgada, de una manera u otra. Cuando lo que publicas se sale de lo que es normal, a mi me puede gustar, pero no me atrevo a publicarlo, porque no es lo que la gente publica (x2).</p> <p>Por ejemplo: una foto en la playa sin la parte de arriba del bikini, te da más miedo, te sientes más expuesta.</p> <p>Alguna vez todas han hecho una foto que no sea de cuerpo entero para dejar fuera cosas que no quieren mostrar.</p> <p>Aunque nos sintamos más seguras, la necesidad de aprobación de otras personas la tenemos muy interiorizada y seguimos publicando.</p>
<p>Jesuit. 1º</p>	<p>Lo que eres, la realidad vs. lo que muestras, lo aceptado.</p> <p>Todo está bien.</p> <p>Ellas también hacen estas prácticas.</p> <p>Buscan la foto en la que mejor salen, es normal.</p> <p>Mejor en la que yo me veo bien, y coincide con el canon de belleza.</p> <p>Descarto una foto si no me gusta mi cuerpo, aunque me guste la cara.</p> <p>Hay muchas críticas, subas lo que subas te van a criticar, así que subo la que me gusta a mi y punto.</p> <p>Sobre todo se les critica más a los famosos.</p> <p>Si no te gusta como sale una amiga cercana, le dices por privado <i>“no me gusta, haz lo que veas, si te gusta subela”</i>.</p> <p>Lo haces por ayudarla, crítica constructiva, para que salga mas guapa.</p> <p>Siempre intentas salir lo mejor posible.</p> <p>Cuando subes una foto que encaja, te sientes mejor, si te halagan</p> <p>Los comentarios de tus amigos te cambia la perspectiva, si a ti te gustaba, y un amigo te dice algo malo de la foto, ya igual no te gusta la foto, se te baja un poco, si no le gusta...será por algo.</p> <p>Pide más opinión a los chicos amigos que a las chicas.</p> <p>Porque la perspectiva chicos-chicas es diferente. Se fijan en otras cosas</p> <p>La figura femenina se fija más en la foto general. detalles, el ojo más cerrado, la sonrisa, detalles, fondo, color ...</p> <p><i>“me gusta más así, de esta manera...”</i></p> <p>Ellos son más básicos. Se fijan en como sales en general y como sales tu.</p> <p><i>“Sonríe y ya”</i> te dicen, <i>“tienes mejores”</i>, <i>“sales guapa”</i>.</p> <p>Chicos se conforman antes, directos.</p> <p>Las chicas mas tiquismiquis, inseguras.</p>

	<p>Se la enseñan a su padre, hermana, amiga....</p> <p>Al principio te gustaba, pero tantas cosas que te dicen todos, y ya te obsesionas con el pequeño defecto y ya no te gusta, y no la subes.</p> <p>Likes y comentarios no les importan. Les importa más lo que diga fuera de insta, la reputación de la foto, tu fama.</p> <p>Siempre se comenta más lo que sale de la norma.</p> <p>Cada vez hay más gente que sube fotos reales y eso está muy bien para evitar complejos.</p> <p>La gente va quitando miedo, y se va visibilizando y normalizando.</p>
<p>Jesuit. 2º</p>	<p>Depende como te pongas, no es lo mismo. Las dos son ciertas.</p> <p>Se identifican más con las poses de la izquierda.</p> <p>No vas a subir una foto en la que salgas mal, otra vez, ejemplo del ojo vizzo.</p> <p>Porque te da vergüenza.</p> <p>Una chica: las fotos que sube son de cuando se maquilla, pero casi nunca sube. Solo tiene una foto, sobre todo historias, y siempre maquillada. No sube fotos sin maquillar porque no le gusta.</p> <p>Todas han borrado fotos del perfil una vez subidas, porque no se ven bien.</p> <p>Suelen ser detalles de las foto (ojos) o en general la foto</p> <p>Cuando estaban en 2º de la ESO le daban mucha más importancia al feedback (likes y comentarios).</p> <p>Ahora dicen que no, que si les gusta a ellas les da igual.</p> <p>Solo sube fotos en historias, no en el perfil. Porque se va con el tiempo. Se pasa más rápido, y se ven más las historias que las publicaciones. Resulta menos importante una historia que un post.</p> <p>Los amigos de clase les comentan mucho las fotos ("<i>tienes el ojo pocho</i>").</p> <p>Es un vacile entre amigos.</p> <p>Si no conozco a una chica, no le digo nada. P</p> <p>Pero si es una amiga cercana le criticó la ropa por ejemplo, me manda a la mierda y ya.</p> <p>Si te dice alguien que no conoces tanto te afecta mucho más.</p> <p>Otra dice que no le importa nada lo que digan los demás. Ella dice que tampoco le importa si comentan su cuerpo.</p> <p>A los chicos no les afecta tanto, porque son más pasotas.</p> <p>Depende de la seguridad de cada persona, no importa el género.</p> <p>A la gente que le afecta más, sube menos fotos.</p>

		<p>Los chicos que conocen no suben a penas fotos, borraron todas de su perfil. Los que suben, les afecta depende del día.</p>
<p>3 DIAPOSITIVA <i>Presencia de la mujer en el arte y herencia visual de poses</i></p> <p><i>¿Que relación puede tener este cuadro de Goya con el tema que estamos tratando?</i></p> <p><i>¿Qué percibis en estas mujeres?</i></p> <p><i>¿Éxito, fracaso, felicidad....?</i></p> <p><i>¿Con cual de las dos os identificais más?</i></p> <p><i>¿Por que?</i></p> <p><i>¿Percibis algún tipo de relación entre las dos imágenes?</i></p>	<p>Huerto 1º</p>	<p>Estándar de belleza, pose. En la pintura está el factor de no veracidad. Pero no, porque ahora con Photoshop también puedes retocar las fotos, y pasa lo mismo que en la pintura. Te alisa la piel, te quita la celulitis, resalta colores... entonces cambia. Son igual de subjetivas. Tu no te comparas con una pintura, pero sí con una foto. No se identifican con ninguna, o con la foto. Aunque sepas que igual tiene Photoshop, es más cercana a nuestra realidad, y parece más realista. La realidad de esa chica no tiene que ver con la nuestra. Pero no se identifican, la ven perfecta, como wow. (influencer) Se muestra segura, pero luego puede estar sintiendo otra cosa.</p>
	<p>Huerto 2º</p>	<p>Canon de cuerpos. Como si eso fuesen las redes sociales de antes, se pintaban a las mujeres como se consideraba bello entonces. La postura no es natural, insinúa algo. Cómo es arte, no parece raro, pero al ser una pintura, no se hace tan raro. No se sienten nada identificadas con el cuadro. Con la foto...(rien, no dicen nada). No son lo mismo. Lo que más me incomoda son los brazos que están en postura raro Pero transmiten lo mismo, insinuación Las dos son posturas raras, antinaturales. Postureo, la de la foto más. En el cuadro cuesta verlo, pero sería postureo de la época Provocación en las dos, forzadas. Dos chicas no lo ven provocación. Igual se ve empoderada, con actitud. Se siente bien, pero con toque sexual. Segura de sí misma, se siente bien con ella misma. Lo hace por ella misma. Seguridad transmite, dudan de por quien lo hace. Se encanta, la sube pa q los demás la vean. Las fotos que se suben son para los demás, si fuese para ella no le haría falta publicarla. A todos nos gusta gustar, a ella ya todos.</p>

	<p>No hay diferencia entre géneros. Depende de las personas subir más o menos fotos. Cada vez más chicos se animan a subir fotos de su cuerpo, en el gimnasio. Cuando te sientes bien contigo misma y te ves guapa, publicas más. Cuando te ves peor, es cuando te quieres mostrar mejor, para sentirte reforzada por la opinión de la gente que te quiere.</p> <p><i>¿Os afectan los cánones de belleza?</i></p> <p>Antes en 1º-2º ESO me afectaba, mis fotos eran muy forzadas. Pero hoy en día ya no, he evolucionado. Pero no estoy totalmente liberada de la percepción que el resto de mi. A mi si que me afecta personalmente, y ya había pensado en esto. La sociedad te propone algo, que tienes que alcanzar. Crea inseguridades, por carencias de no cumplir con eso.</p> <p><i>¿Hablais de ello con vuestro círculo cercano de amigas?</i></p> <p>Yo llevo una batalla interna, me lo guardo y me machaco a mi misma. Cada quien lleva lo suyo, yo misma voy a intentar igualarlo y llegar a eso. Quieres que te vean bien.</p>
Estrella 1º	<p>No se sienten nada identificadas con la Maja.</p> <p>No ven mucha conexión</p> <p>En su momento sería la mujer perfecta y a lo que las mujeres aspiraban. Parece incómoda por la postura, insegura, tensa, encogida. (maja)</p> <p>Si estas agusto, estás más relajada.</p> <p>Está en esa postura para que se vea más estirada y resaltar las curvas. Tiene la mirada apagada.</p> <p>Ofrece su cuerpo</p> <p>Buscamos la pose que más nos favorece.</p>
Estrella 2º	<p>Canon de belleza de antes.</p> <p>La perciben pasiva, sumisa, está exponiéndose, incómoda, postura, tensa, gesto de la cara (maja). Está posando. Percibo que la parte del pecho está con más luz, para que capte tu atención más que la cara. No se sienten identificadas con ella.</p> <p>Hay una relación entre las dos: pose antinatural, esta para que le quede el cuerpo de determinada forma. Imagen que no es honesta, nos miente.</p> <p>Se la ve segura de sí misma, pero está posando para lucir el cuerpo lo máximo posible. No se sienten identificadas en esa pose.</p>

	<p>Hay grados de poses.</p> <p>Ninguna se atrevería a publicar una foto con esa pose, porque no se sentirían ni identificadas ni cómodas.</p> <p>Yo cuando hago una foto, se que estoy posando, pero no quiero que se me note que estoy posando.</p> <p>Cuando ves una chica posando exagerado pienso “<i>que ridicula</i>”, pero luego pienso “<i>yo tambien</i>” (rien)</p> <p>Si tienes muchos seguidores tienes derecho a subir fotos más posadas, pero si eres una persona normal no tienes ese derecho, “<i>no te creas tanto</i>”.</p> <p>Tener mas seguidores te da derecho a mostrar esas seguridad sin ningún tipo de tapujo.</p> <p>Si tienes muchos seguidores tienes también la obligación de mostrarte siempre bien, siempre guapa.</p> <p>Tener más seguidores, es como que vales más, tienes la aprobación de mucha más gente, puedes subir lo que te dé la gana. Si tienes menos te sientes más insegura.</p> <p>Cuando Llegue a la ESO mi objetivo era conseguir muchos seguidores en instagram, eso le pasa a todo el mundo, para que te conozcan.</p> <p>Yo me he dado cuenta de que tengo amigos en redes sociales que no se que pintan en mi vida...</p>
	<p>Jesuit. 2º</p> <p>Muestra seguridad. Se gusta a sí misma.</p> <p>Esta como que no puede respirar, tensa.</p> <p>No está cómoda, se nota en su cara. Está en esa postura porque le ha dicho el pintor</p> <p>Intenta seducir al pintor, y al espectador (Llegan a esta idea con ayuda).</p> <p>Si hay relación entre el cuadro y la foto.</p> <p>En el cuadro ella está puesta así, por la cintura, por estar estirada, por que se le vea mejor.</p> <p>Y ahora también pasa lo mismo en redes sociales.</p> <p>La postura casi es la misma.</p> <p>No se identifican con ninguna de las dos.</p> <p>La foto es más mentira, está queriendo aparentar seguridad.</p> <p>Paloma parece que tiene seguridad. (Influencer)</p> <p>Ellas posan cuando hacen fotos, pero no tan exageradas, no se ven así.</p> <p>No se pondrían en esa pose porque no es su estilo, no sería yo, no estarían cómodas.</p> <p>Con las poses que hacen si se sienten cómodas.</p> <p><i>Grados de poses.</i></p>

		<p>Si yo subo una foto con esa pose, me diran “<i>a donde vas</i>”, pero a ella le aplauden, le darían menos importancia. Si ves a una chica con esa pose dices, que guay que bien le ha quedado, pero tu no haces fotos así, va a recibir opinión no muy buena (crítica).</p>
<p>DEBATE FINAL Alfabetización visual <i>¿Habéis recibido formación respecto al tema?</i> <i>¿Os gustaría recibirla?</i> <i>¿De qué manera?</i></p>	<p>Huerto 1º</p>	<p>Talleres de bullying y ciber seguridad en redes sociales. Pero nada sobre la imagen. Los padres no usan tanto RRSS, seríamos nosotras las que podríamos enseñarles a ellos.</p> <p>Ahora lo hablo con mis amigas, sobre no compararnos. Pero en la ESO nadie hablaba de ello, cada uno lo llevaba por su cuenta, y no estábamos preparadas para ello. Te comparabas con niñas de 17 y era imposible que nuestros cuerpos se parecieran.</p> <p>Estaría bien porque se ahorrarian problemas de autoestima</p> <p>Estaría bien hablar sobre el tema porque siempre se puede aprender algo nuevo.</p> <p>Los profesores no nos educan sobre esto, porque tampoco saben cómo hacerlo, ni tienen los conocimientos.</p> <p>Solo les decían “<i>no hables con desconocidos, no mandes fotos comprometidas</i>”.</p> <p>Sería útil, porque yo lo aprendí sola. Yo le tuve que enseñar a mi hermana, porque ella tuvo un mal uso de las RRSS. No sabía cómo tenía que utilizarlas bien porque nadie le enseñó cómo gestionar y usar bien las RRSS, y le causó muchos problemas personales y con la familia.</p>
	<p>Huerto 2º</p>	<p>No nos han educado. Nunca. Solo cyberbullying. Cómo te pueden afectar las imágenes, o lo peligroso de las redes, nada. Te meten miedo, pero no te informan. Manipulación de los medios, pero nada de imágenes.</p> <p>¡Es que es necesario!, es más importante.</p> <p>Insisten en que leamos periódicos, y estemos informados. Pero las imágenes nos afectan más.</p> <p>Informar sobre estereotipos y cánones en rrss, aparentar....</p> <p>Cada vez hay niñas más pequeñas que se hacen TikTok con 8 años y no tienen ni idea.</p> <p>Es un peligro, que se expongan tan pequeñas sin información.</p> <p>Para nosotras es necesario, pero más en niñas pequeñas.</p>
	<p>Estrella 1º</p>	<p>Tuvieron una charla en la ikastola de más o menos de lo que estamos hablando.</p> <p>Sí rotundo a una asignatura de artes visuales, cine, publicidad.</p>

		<p>Quieren entender porque hay más presión sobre las mujeres que sobre los hombres.</p>
Estrella 2º		<p>No tenemos suficiente información, conocimiento y educación sobre cómo puede afectarnos el uso de las RRSS. Ibas a lo loco, nadie te decía ten cuidado por lo que puede sentir, o te puede pasar. Hemos crecido a la vez que las RRSS, a lo salvaje. Creemos que lo sabemos todo, pero hay muchas cosas que no sabemos. Mis padres me advertían de los peligros, pero no hacía caso. Mis padres tienen menos idea que yo de las RRSS, entonces tienen miedo pero no conocimientos para explicarme porque hay que tener cuidado (x2)</p>
Jesuit. 1º		<p>A todas les gustaría que existiese una asignatura sobre imágenes, ayudaría a muchas personas. Sobre todo en la ESO, nos importa mucho más lo que diga el resto de nosotras en redes, que te expliquen, que eres tu misma la que gestiona esas críticas y nos hubiese ayudado a estar mejor con nosotras mismas. Sí que sentimos necesidad de formación sobre el mundo audiovisual. Y esta materia que proponéis nos interesa. Tratar la seguridad de cada una, para competir y compararnos menos. Mundo de las imágenes en relación con la salud mental. Porque al final estamos todo el día viendo imágenes.</p>
Jesuit. 2º		<p>Te dicen lo básico, que no tengas perfil público. Luego la policía no te ayuda. A una chica le habían hecho una cuenta con sus fotos. Estaría bien, pero igual una asignatura no. Sino una persona en el colegio con la que puedas hablar sobre redes sociales y trabajar la estabilidad emocional. Como una orientadora pero con este tema. Porque hay mucha gente que tiene problemas con las redes, que mandan su fotos, y no saben a quién recurrir, necesitan una persona de confianza.</p>
Jesuit. 2º		<p>En educación nada. Entre amigas tampoco lo hablan. Si que les gustaría (no ponen mucho empeño). Te enseñan algo que puedes poner en práctica en tu vida. Puede haber cosas más importantes que incluir.</p>