

**Arte digital: diseño de actividades para el aula****Clase 1. Imágenes y educación****Introducción**

En la sociedad contemporánea, digital, hipervisible y basada en el tiempo real de la transmisión de datos, la ausencia de una definición unificada o monolítica sobre qué es y qué significa la imagen produce una inestabilidad conceptual que afecta la credibilidad cultural de la mayoría de los mensajes comunicacionales, incluyendo los producidos como discursos pedagógicos desde el campo de la educación.

En este contexto donde las imágenes dejan de ser objetos tangibles para constituirse en entidades virtuales podemos cuestionarnos ¿qué es verdad o real en una imagen y que no lo es?, interrogante que abre las puertas a un nuevo debate sobre las relaciones entre imagen, discurso visual y realidad.

En la educación formal, acostumbrada a trabajar sobre certezas y definiciones absolutas, basada en sistemas de aprendizaje anticuados, y donde las transformaciones metodológicas son lentas, los efectos de los cambios culturales producidos por los medios masivos de comunicación (desde la prensa y la radio hasta internet y los móviles) traen como consecuencia una serie de cuestionamientos a todo el sistema.

En esta clase planteamos una serie de consideraciones sobre la imagen única, las imágenes técnicas y la sociedad de redes. Y en una segunda parte, un análisis sobre cómo interactúa la educación con el contexto sociocultural contemporáneo, haciendo foco en qué tipo de relaciones se pueden establecer entre educación y medios que se compatibilicen con los recursos escolares vigentes.

Imágenes originales y reproducciones

Podemos imaginar que la Venus de Dolní Věstonice o la de Brassempouy¹ fueron objetos de culto, sus formas remiten a la femineidad y posiblemente se crearon como ejercicio de imitación del poder de reproducción de la naturaleza y por lo tanto de la vida. Podemos también pensar que su factura se debe a una cierta inquietud por conocer lo desconocido y por lo tanto son primitivos estudios anatómicos.

¹ Venus de Dolní Věstonice, estatuilla de terracota, figura femenina, datada entre el 29.000 y 25.000 a. C encontrada en la Rep. Checa. Venus de Brassempouy, fragmento de estatuilla de marfil, rostro femenino, datada en el 22.000 a. C encontrada en Francia. Dos de las más antiguas representaciones del cuerpo y rostro humanos.



Para visitar el sitio

“Venus de Dolní Věstonice” en Wikipedia:

http://es.wikipedia.org/wiki/Venus_de_Doln%C3%AD_V%C4%9Bstonice

“Venus de Brassempouy” en Wikipedia :

http://es.wikipedia.org/wiki/Venus_de_Brassempouy

Sin pretender entrar en el campo de la arqueología o de la antropología podemos afirmar que en estas estatuillas de cerámica o de marfil se manifiestan una serie de funcionalidades que se repiten en las imágenes contemporáneas. Las imágenes son objeto de culto y veneradas, son educativas y transmiten información, son fruto de la expresión artística, son decorativas, son huella de una cultura e instrumentos de comunicación social, son réplica de lo real y a la vez fruto de la imaginación, son, como todas las imágenes, polifuncionales y contienen una variedad de significaciones que irán variando con el paso del tiempo y con las transformaciones que se producen en nuestros comportamientos sociales y culturales y, por lo tanto, en la percepción y las formas de interpretarlas.

Pero a pesar de sus funcionalidades rituales originales y sus presentes museísticos, de la inmensa cantidad de años que nos separan de ellas, y posiblemente condicionados por el misterio y la curiosidad cultural que intenta develar su significado y, a la vez, cómo eran y cómo vivían su creador y su comunidad, una sensación de placer nos acompaña al observarlas. Se mantiene intacto su poder de seducción y emanan un halo, una especie de déjà vu cultural indescriptible. Nos vemos reflejados en ellas como seres humanos y como sociedad.



Sobre imágenes originales y reproducciones

Este poder de encanto y atracción que trasciende toda dimensión temporal se debe a la natural e intrínseca fascinación que generan las imágenes, y sin dudas, a los seres humanos nos gustan las imágenes, tanto que desde hace más de 300 siglos nos dedicamos sin descanso a crearlas, reproducirlas, observarlas y adoptarlas como instrumento de comunicación. Permanentemente creamos templos y museos para albergarlas y hacemos todo lo posible para cobijarlas y

perpetuarlas.

Las imágenes tienen cualidades que no tenemos los seres vivos. Pueden “detener el tiempo” y a la vez mantenerse activas y vigentes durante toda su existencia, pueden ocultarse durante años y siglos bajo ruinas arqueológicas, en archivos o desvanes y volverse a mostrar reapareciendo rejuvenecidas.

El filósofo alemán Walter Benjamin establece que las imágenes artísticas originales portan un aura especial que las caracteriza; su descripción sobre el efecto cautivante

que se produce al enfrentarnos a una obra de arte nos ayuda a entender por qué las Venus de la Antigüedad mantienen su seducción intacta.

En la introducción al libro *La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica* (1936), Benjamin lo explica de forma clara:

La unicidad de la obra de arte se identifica con su ensamblamiento en el contexto de la tradición. Esa tradición es desde luego algo muy vivo, algo extraordinariamente cambiante. Una estatua antigua de Venus, por ejemplo, estaba en un contexto tradicional entre los griegos, que hacían de ella objeto de culto, y en otro entre los clérigos medievales que la miraban como un ídolo maléfico. Pero a unos y a otros se les enfrentaba de igual modo su unicidad, o dicho con otro término: su aura.



Interrogante para la reflexión

Pero ¿qué sucede cuando las imágenes dejan de ser objetos únicos?

Benjamin afirma que desde la utilización de los sistemas de reproducción, desde la xilografía a la fotografía y el cine, el aura de las imágenes, ligada originalmente a la acción ritual, se multiplica y se establece también como herramienta de expresión y comunicación popular. En el mismo libro dice: “En lugar de su fundamentación en un ritual aparece su fundamentación en una praxis distinta, a saber, en la política”.

Surge aquí una nueva definición para la imagen donde adquiere otras propiedades que se agregan a las que históricamente podemos reconocer en sus usos religiosos, artísticos, educativos y como medio de convencimiento ideológico y de dominación político económica.



Para tener en cuenta

El uso de las imágenes, aplicado desde Antigüedad hasta el Renacimiento para reproducir sólo imágenes de y desde el poder y las elites políticas (imágenes de dioses, retratos de gobernantes y sus familias, monedas, decretos y principios religiosos e institucionales) comienza a expandirse y, desde la Ilustración y la Revolución Francesa y con más fuerza desde la Segunda Revolución Industrial, se instala como instrumento de comunicación masiva.

En el mismo libro Benjamin cita un texto del poeta francés Paul Valéry² escrito en 1928, es decir en pleno auge de la prensa, la radio, la fotografía y el cine. Valéry, agudo observador social, describe los cambios perceptivos que se producen en el inicio de la modernidad de la siguiente forma: “En todas las artes hay una parte física que no puede ser tratada como antaño, que no puede sustraerse a la acometividad

² Paul Valéry (1871 – 1945) Escritor, poeta y ensayista francés.

del conocimiento y la fuerza modernos. Ni la materia, ni el espacio, ni el tiempo son, desde hace veinte años, lo que han venido siendo desde siempre”.³

Una visión panorámica sobre las transformaciones del universo visual y audiovisual de los primeros 10 años del siglo XXI nos muestra que hoy esas ideas siguen vigentes. La creación, a partir finales del siglo XX, de nuevos sistemas y materialidades para la producción, reproducción y transmisión de textos, imágenes y sonidos ha modificado radicalmente el paisaje mediático. La “parte física” de las artes indicada por Valéry se está desmaterializando, aprendimos a vivir una temporalidad signada por la velocidad y la virtualización y a utilizar la electricidad y el aire como conductores de energía e información.

El concepto de tiempo real abarca todas estas cualidades y se asocia a la forma y el método utilizado actualmente para intercambiar datos y mensajes. Gran parte de las comunicaciones personales y comunitarias se resuelven asistidas por tecnologías que operan en tiempo real. Entre algunas de las operaciones posibles podemos enumerar las transacciones e intercambios culturales, educativos y económicos, la recepción y envío de información de todo tipo y de múltiples fuentes, la elección de gobernantes y la toma de decisiones y posicionamientos políticos, y últimamente, también en tiempo real, se reproducen recorridos por sistemas GPS.

Con el desarrollo del sistema Morse, inventado en 1833 para codificar y decodificar mensajes enviados por energía eléctrica, se inicia una etapa en la historia del desarrollo tecnológico que hoy nos encuentra conviviendo con sofisticados sistemas de redes que interconectan nuestras computadoras y aparatos móviles, posibilitando infinidad de acciones comunicacionales simultáneas.

Sobre imágenes originales y reproducciones



Las imágenes técnicas, definidas por el crítico brasileiro Arlindo Machado como “toda representación pictórica enunciada por o a través de algún dispositivo técnico”, desarrollan nuevas pautas culturales. Posibilitan el acceso a nuevos usuarios y productores de imágenes que trascienden el espacio de la cultura institucional encerrada en templos, museos y galerías, para conformar un universo exterior, el de la comunicación masiva.

En su análisis sobre la influencia de los medios masivos en la sociedad y la cultura y el surgimiento de los estudios culturales, Graciela Uequín presenta como referencia los estudios comparativos entre las posiciones de la escuela de Frankfurt y las de Benjamin que plantea Ana María Zubieta en su libro *Cultura popular y cultura de masas*. Uequín afirma que mientras Adorno expresaba que el individuo literalmente queda atrapado en las redes de los sistemas mediáticos, produciéndose “alienación, atrofia de la imaginación y la espontaneidad”, Benjamin en cambio entenderá esta nueva situación como una oportunidad de liberación de la imagen de sus ancestrales encorsetamientos.⁴

Zubieta sintetiza esta postura de la siguiente forma:

³ Texto original en francés: Paul Valéry, “Pièces sur l’art” (1928). Ed. du Tambourinaire, Paris, 1928.
http://classiques.uqac.ca/classiques/Valery_paul/valery_paul.html

⁴ Graciela Uequín, *Una aproximación al estudio de la cultura de masas*, Buenos Aires, FLACSO, 2009

La reproducción técnica libera al arte de la categoría de autenticidad y de tradición, por lo tanto se hace posible que el espectador se apropie de objetos culturales ya que estos son sustraídos por los nuevos medios técnicos de producción del espacio de culto y sacralidad en que los había colocado el Romanticismo. Este cambio de la sensibilidad y la percepción redundará en la constitución de nuevos objetos de estudio, como la vida cotidiana.⁵

Como siempre ha ocurrido en la historia de la humanidad y de la comunicación, las transformaciones son constantes y nada hace predecir que el cambio haya llegado a su fin. Así como Marshal McLuhan visualizó en la década del 60 una evolución de los medios a través de la utilización de la electricidad, entendiéndola como un desarrollo natural de los medios anteriores y una extensión de las posibilidades comunicacionales, las tecnologías de reproducción de imágenes seguirán desarrollándose y es probable que dentro de 20 años sigamos valorizando como vigentes los escritos de Paul Valéry.

Imágenes, hibridaciones e hipermedios

Siguiendo el pensamiento de Benjamin podemos afirmar que hoy el “aura” de las imágenes se encuentra en su posibilidad de producir múltiples discursos en una sociedad hipermediatizada y, según las palabras de Marshall McLuhan, enmarcada en “una cultura visual y altamente letrada”.⁶

La reproductibilidad, la ausencia de materialidades corpóreas concretas y la omnipresencia mediática son las características físicas más notorias de las imágenes actuales producidas por las “máquinas de visión” que Paul Virilio describe como productoras de la “automatización de la percepción, la delegación a una máquina del análisis de la realidad objetiva” y como parte de una “nueva industrialización de la visión”.⁷



Sobre imágenes, hibridaciones e hipermedios

Así, el acto de mirar el mundo a través de sus representaciones visuales virtuales se presenta como un desafío perceptivo constante y plantea nuevos puntos de vista sobre la comprensión y la credibilidad de esos mensajes. Virilio lo propone en términos de objetivación de la imagen donde ya no se plantea en función de su “soporte-superficie”, o sea en un espacio material, sino “con relación al tiempo, a ese tiempo de exposición que deja ser o que ya no permite ser”.

En el texto “Migración digital, cultura y nuevas tecnologías”, Luis Alberto Quevedo plantea, siguiendo los pasos de McLuhan, una continuidad en la evolución de los medios hasta llegar a la actual “portabilidad del tiempo” que se instala en los medios masivos de comunicación, para concluir que “a medida que la tecnología se va

⁵ Ana María Zubieta, *Cultura popular y cultura de masas*, Buenos Aires, Paidós, 2000.

⁶ Marshal McLuhan, *La comprensión de los medios*, México, Diana, 1969, pág. 57.

⁷ Paul Virilio, *La máquina de visión*, Madrid, Cátedra, 1989, pág. 77

achicando, abaratando y concentrando, las personas llevan consigo aparatos que expresan de manera más radical la convergencia digital”⁸.

Quevedo describe y analiza la apropiación de esos recursos de comunicación por parte de los jóvenes. Para ejemplificarlo cita las investigaciones de Mizuko Ito⁹ y transcribe: “*Los portátiles colonizan los espacios intermedios de la vida cotidiana, y proporcionan una atención parcial continua*”.

Situándose en estos espacios intermedios y fronterizos, pero refiriéndose al cine digital, Raymond Bellour plantea un nuevo sistema de comunicación audiovisual, contenedor de todos los existentes y ubicado en los límites de las imágenes¹⁰.

Sobre el libro *Entre imágenes*, de Bellour, Adriana Vettier dice: “Bellour aborda -e inaugura como concepto-, el entre-imágenes, instancia casi inapreciable, espacio físico y mental que reside en cada una de las zonas de pasaje que la dispersión multimediática actual habilita: pasajes entre lo analógico y lo digital, entre lo fílmico y lo televisivo, entre diversos espesores de la materia visual, entre dos velocidades, dos fotogramas. Una fisura que, cuando realmente actúa, produce un efecto concreto e inconfundible: el de aportar un plus de significación a la imagen”.¹¹

Los espacios intermedios planteados por Ito, producto de la convergencia tecnológica móvil, y las ideas de entre imágenes propuestas por Bellour tienen puntos en común y se complementan. En general las producciones con y para tecnologías portátiles se establecen en esas fronteras abiertas entre medios, con la particularidad de ser realizadas con recursos que en simultáneo son fragmentarios e incluyentes.



Importante

Espacios “entre” e “intermedios” que se constituyen básicamente por la utilización del movimiento y por lo tanto del tiempo.

En base al contexto tecnológico contemporáneo de personas permanentemente conectadas a sus aparatos móviles, Manuel Castells describe a los medios digitales como instrumentos de comunicación que construyen redes globales donde los individuos, en una operatoria binaria, se conectan y desconectan de acuerdo a sus posibilidades de respuesta a las demandas del mercado, estableciendo una “posición bipolar entre la red y yo”, situación que, en palabras de Castells plantea una “condición de esquizofrenia estructural entre función y significado, las pautas de comunicación social cada vez se someten a una tensión mayor”.



Sobre imágenes, hibridaciones e hipermedios

Quevedo, *Migración digital, cultura y nuevas tecnologías*, Buenos Aires, FLACSO, 2010.
Ito, Mizuko (1968), antropóloga cultural. Estudia la influencia de los medios digitales en las relaciones y en las identidades individuales y colectivas.

¹⁰ Raymond Bellour, *Entre imágenes*, Buenos Aires, Colihue, 2008.

¹¹ Adriana Vettier, revista *ADN Cultura*, Buenos Aires, 14-11-2009

La sociedad de redes puede ser impersonal y excluyente, donde solo se integran tecnológicamente los grupos sociales económicamente privilegiados e ideológicamente individualistas. En respuesta a esta situación creada en un mundo tecnocrático y globalizado, Castells propone iniciar un proceso de cambio revolucionario basado en la identidad colectiva: Al respecto dice: “la búsqueda de identidad es un cambio tan poderoso como la transformación tecnoeconómica en el curso de la nueva historia”.

Frente a una realidad económica mundial caracterizada por permanentes desajustes económicos e injusticias sociales, y en respuesta a las políticas monopólicas que sustentan la acción de los medios masivos y de las industrias tecnológicas, Martín Barbero y Néstor García Canclini, en sintonía con la formulación de espacios de identidad cultural en el entramado digital que postula de Castells, plantearán alternativas proponiendo, desde el análisis de los estudios culturales, sistemas de mediación entre los sectores populares y los medios masivos y de hibridación y multiculturalismo de las prácticas y las políticas culturales globalizadas.¹²

Hacia una cultura de los medios

Después de la Segunda Guerra Mundial es cuando se manifiesta con mayor intensidad la influencia que ejercerán los medios masivos de comunicación electrónicos en la esfera pública y privada. Entre los años 1950 y 1970 se instalan en la mayoría de los países del mundo canales públicos y privados de transmisiones de televisión. Los aparatos de recepción de TV son parte de la oferta general de electrodomésticos y en la década de 1980 en la mayoría de los hogares hay uno.

La normalización de las transmisiones de televisión generará por primera vez audiencias que se miden por cientos de millones. El fácil acceso a la información, por el bajo costo de los aparatos de recepción y por la gratuidad del sistema de TV por aire, sumado a la fascinación que produce sobre el público el espectáculo visual en directo, producirá una aceptación creciente en el consumo masivo. **Desde la década del 70 es posible hablar de “cultura televisiva” globalizada.**

La identificación del público con los medios es directa e incondicional, el investigador colombiano Omar Rincón lo explica de esta forma:

*“La televisión ha triunfado como medio más popular y como narrativa central de nuestras vidas porque ha sabido responder a la temporalidad hogareña, ha promovido relaciones afectivas con sus audiencias e identificaciones con sus públicos, se ha adaptado al tono de la conversación diaria, sirve de compañía en los quehaceres cotidianos, no exige mucho del televidente y le promete mucho: entretenimiento permanente”.*¹³

En el estudio “Historia del audiovisual magnético televisivo: Televisión, TV, video” (1980), Joaquín Dols Rusiñol establece a la vez una diferenciación entre TV (televisor) como sistema y televisión como medio, para afirmar que “el ciudadano medio de hoy, en un salto conceptual de peligrosas consecuencias, identifica sin más al televisor con la televisión. Lo indudable es que la TV se ha convertido en el único hecho inmediato y tangible para millones de personas: él constituye la ventana

¹² Graciela Uequín, op. cit.

¹³ Omar Rincón, *Narrativas mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*, Barcelona, Gedisa, 2006.

al mundo, la quinta pared, el espejo mágico. Todo lo demás les resulta un misterio ignoto”.¹⁴

Para tener en cuenta



La frase “el medio es el mensaje”, acuñada por McLuhan, sintetiza esta idea por comprender a los medios desde sus estrategias discursivas y viceversa, es decir como una unidad y por lo tanto como un recurso expresivo. En la medida en que las grandes audiencias entienden cómo funcionan los sistemas de producción de contenidos, es decir, esta unidad entre medio y mensaje, se abren infinitas posibilidades de ampliar los espacios de participación.

Las tecnologías digitales se asentarán sobre la base cultural formada por el teléfono, la radio, el cine y la televisión, absorbiendo a todas las tecnologías que las precedieron. El gran salto comunicacional radica en la conformación de redes permanentemente interconectadas de transmisión bidireccional de información textual, visual y audiovisual.

Para describir la red conformada por internet, Mirta Varela aplica el término flujo, usualmente utilizado en relación a la emisión televisiva continua. Dice textualmente: “Desde que la computadora generalizó su uso, lo hizo mediante un tipo de conexión fluida. Internet es el flujo perfecto”.¹⁵

Interrogantes para la reflexión



Una vez que las tecnologías digitales, con su capacidad integradora de medios y de personas, se han instalado en el quehacer cotidiano conformando redes de interconexión, y se han masificado los sistemas de recepción, producción y difusión de mensajes, las preguntas que emergen son ¿cómo aplicar todo este repertorio de posibilidades expresivas y comunicacionales al servicio de una mayor integración cultural?, ¿cómo se manifiesta la cultura y la identidad a través de los medios digitales? y, ¿qué cambios se producen en la relación entre las personas y las instituciones y los medios?

Nada se ha inventado en la historia de la humanidad que no haya surgido de una necesidad social o cultural y, como aclara Varela, toda nueva tecnología tiene un período de adaptación hasta hacerse cotidiana, indicando que “las primeras formas de uso de una técnica siempre son rituales y discontinuas (se organiza un evento especial para su uso novedoso) pero rápidamente adquieren otro tipo de utilización”.

¹⁶

¹⁴ Joaquín Dols Rusiñol, “Historia del audiovisual magnético televisivo: Televisión, TV, video”, pág. 75. El estudio completo, que abarca el período 1817–1978 dividido en cuatro etapas cronológicas con notas y comentarios ampliatorios, está publicado en el libro *En torno al video*, Barcelona, G. Gill, 1980.

¹⁵ Mirta Varela, “La dinámica del cambio en los medios. El miraba televisión, you tube”. FLACSO. 2010

¹⁶ Op. cit.



Para tener en cuenta

En el caso de las tecnologías digitales móviles esta reutilización o resignificación se manifiesta, como antes lo habían hecho la fotografía y el video, en la posibilidad de la autoexpresión de individuos y comunidades, pero ahora adquiere mayor relevancia porque habilita la participación popular en el campo de la producción de mensajes masivos, adquiriendo millones de personas la posibilidad de abandonar el lugar de simples receptores para pasar a ser receptores-emisores de mensajes mediatizados.

Con mayor lentitud pero de manera constante, este panorama se visualiza también en las áreas más pobres de la sociedad urbana y en los espacios rurales más alejados. A finales de la primera década del siglo XXI ya casi no quedan sectores sociales y lugares en el mundo que no estén de alguna forma “conectados”, o que lo estarán en el futuro cercano. Las generaciones de “nativos digitales” ya están llegando a la mayoría de edad y a los que han nacido antes no les quedan muchas más posibilidades que integrarse a este universo y modificar una parte importante de sus hábitos y consumos culturales.

Los dispositivos visuales digitales amplían el universo comunicacional pero a la vez exponen, como decíamos más arriba, una mayor ambivalencia hacia la veracidad de las imágenes. Diego Levis plantea que **“de algún modo, toda imagen reproducida en una pantalla es un espejismo”**, pero, a pesar de esta ambigüedad en cuanto a su verosimilitud, las imágenes son omnipresentes y condicionan e “influyen sobre aquello que consideramos la realidad”.

Remitiéndose, como vimos en otros autores, a la asociación entre imagen y rito, Levis dice: “En muchas ocasiones atribuimos a las imágenes un carácter casi mágico que hace que las percibamos e incluso también las utilizemos como sustituto de la experiencia directa”.¹⁷



Acerca de una cultura de los medios

Imaginemos entonces la influencia social y cultural de estas nuevas vivencias virtualizadas en una sociedad que produce millones de imágenes por minuto y que se comunica, manifiesta y expresa en un contexto donde las pantallas conectadas en redes ocupan cada vez mayor y preponderante espacio social y cultural.

Bibliografía

Abramowski, Ana, ¿Cómo mirar, mostrar, sentir y enseñar en un mundo que mira, muestra y siente demasiado, FLACSO, 2010

Barthes, Roland, “Retórica de la imagen” (1964), en Lo obvio y lo obtuso, Paidós, Barcelona, 1986.

¹⁷ Diego Levis, *Pantallas ubicuas: Televisores, computadoras, celulares*, buenos Aires, FLACSO, 2010

- Bellour, Raymond, Entre imágenes. Buenos Aires, Colihue, 2008.
- Belting, Hans, “Semejanza y presencia. Una introducción a las imágenes antes de la era del arte”, revista Artes, Año 5, volumen 3, Buenos Aires, 2003.
- Benjamin, Walter, “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica” (1936), en Discursos interrumpidos 1, Buenos Aires, Taurus, 1989.
- Buckingham, David, “Repensar el aprendizaje en la era de la cultura digital”, revista El Monitor de la Educación, 5.ta época, N° 18, Buenos Aires, 2008
- Castells, Manuel, “El surgimiento de la sociedad de redes en la era de la información”, Vol. I., México, Siglo XXI, 2002.
- Dols Rusiñol, Joaquim, En torno al video, Barcelona, G. Gilli, 1980.
- Dussel, Inés, La escuela como tecnología y las tecnologías de la escuela: Notas sobre el estado de un problema, FLACSO, 2009.
- Dussel, Inés, Escuela y cultura de la imagen: los nuevos desafíos, FLACSO, 2010.
- Dussel, Inés, Entrevista a Antonio Viñao Frago: “Las innovaciones surgen donde el control es más débil”, revista El Monitor de la Educación, 5.ta época, N° 14, Buenos Aires, 2007.
- Efron, Gustavo, Jóvenes: entre las culturas cibernéticas y la cultura letrada, FLACSO, 2010.
- Foucault, Michel, Tecnologías del yo, Barcelona, Paidós, 2008.
- Hall, Stuart, “Estudios culturales: dos paradigmas”, revista Causas y azares, N° 1, Buenos Aires, 1994.
- Levis, Diego, Pantallas ubicuas: Televisores, computadoras, celulares, FLACSO, 2010.
- Machado, Arlindo, “La imagen técnica de la fotografía a la síntesis numérica”, en El paisaje mediático, Buenos Aires, Libros del Rojas, 2000.
- McLuhan, Marshall, La comprensión de los medios como extensiones del hombre, México, Diana, 1969.
- Martín Barbero, Jesús, “Transformaciones comunicativas y tecnológicas de lo público”, Metapolítica, Vol. 5, N° 17. México, 2001.
- Martín Barbero, Jesús. “Jóvenes: comunicación e identidad”, revista Pensar Iberoamérica N° 10, Madrid, OEI, Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2002.
- Nóbile, Nicolás, Transformaciones de la escritura en la era digital, FLACSO. 2010.
- Papert, Seymour, La máquina de los niños. Replantearse la educación en la era de los ordenadores, Ed. Barcelona, 1995.
- Quevedo, Luis Alberto, Migración digital, cultura y nuevas tecnologías, FLACSO, 2010.
- Reguillo, Rossana, “Pensar lo público. Un debate necesario”, en Biblioteca Virtual de Ciencias Sociales, Lima (www.cholonautas.edu.pe).
- Rincón, Omar, Narrativas mediáticas, o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento, Barcelona, Gedisa, 2006.

Sontag, Susan, Sobre la fotografía (1973), Buenos Aires, Sudamericana, 1980.

Sztajnszrajber, Darío, Posmodernidad y estatización de la existencia, FLACSO, 2009.

Graciela Uequín, Una aproximación al estudio de la cultura de masas, FLACSO, Buenos Aires, 2009.

Varela, Mirta, La dinámica del cambio en los medios. Él miraba televisión, youtube, FLACSO, 2010.

Vettier, Adriana, revista ADN Cultura, Buenos Aires, 14-11-2009.

Virilio, Paul, La máquina de visión, Madrid, Cátedra, 1989.

Virilio, Paul, El arte del motor. Aceleración y realidad virtual, Buenos Aires, Manantial, 1996.

Zubieta, Ana María, Cultura popular y cultura de masas, Buenos Aires, Paidós, 2000.

Autor: Carlos Trilnick

Cómo citar este texto:

Trilnick, Carlos (2012), "Clase 1: Imágenes y educación", Módulo Temático I. Arte digital: diseño de actividades para el aula. *Especialización docente de nivel superior en educación y TIC*, Buenos Aires, Ministerio de Educación de la Nación.



ARGENTINA
UN PAIS CON BUENA GENTE



Instituto Nacional
de Formación Docente
Ministerio de Educación
Presidencia de la Nación

conectar igualdad
www.conectarigualdad.gob.ar

educar