



INSTAGRAM Y YOUTUBE, CULTURA VISUAL Y EDUCACIÓN UNIVERSITARIA: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA

Instagram and Youtube, visual culture and university education

BEATRIZ PEÑA-ACUÑA¹ Y JOSÉ FRANCISCO ALFONSO JARAMILLO¹

¹ University of Huelva, Spain

PALABRAS CLAVE

*Aprendizaje visual
Cultura Visual
Educación superior
Impacto educativo
Instagram
Redes Sociales
Youtube*

RESUMEN

En la era tecnológica, la educación universitaria se halla en una encrucijada demandando la redefinición de paradigmas pedagógicos. El análisis se centra en la incorporación de Instagram y YouTube como herramientas didácticas para la cultura visual. La convergencia entre cultura visual y redes sociales plantea desafíos ante la saturación mediática. La revisión sistemática respalda el potencial transformador de estas plataformas en la educación superior. La formación docente continua y estrategias pedagógicas innovadoras son cruciales para maximizar su impacto. La visión del aula como espacio donde cultura visual y métodos activos convergen revela un horizonte educativo prometedor para la enseñanza superior.

Recibido: 07/ 01 / 2024
Aceptado: 02 / 03 / 2024

1. Introducción

En el siglo XXI el entorno académico universitario se ve inmerso en un escenario de profundos cambios marcados por la omnipresencia de la cultura visual y la irrupción de las tecnologías, (Andión, 2019) en donde estas últimas se erigen como una herramienta sistemática de producción y reproducción visual, siendo los dispositivos contemporáneos, como el omnipresente teléfono móvil, ejemplos paradigmáticos de esta transformación (Miranda y Vicci, 2021).

La saturación mediática generada por la ubicuidad de las pantallas en los entornos modernos plantea un desafío adicional: la dificultad para crear momentos de reflexividad y análisis crítico frente a la constante marea de imágenes que nos rodea diariamente (Head et al., 2020; Yilmaz et al., 2019). La obsesión comunicativa y la necesidad de conexión permanente no solo transforman la dinámica social, sino que también señalan la emergencia de una lógica de la conexión, la cual, según Turke et al. (2021), demanda una renovación constante a través de la disponibilidad total de cada individuo.

La universidad, lejos de permanecer ajena a esta influencia, se encuentra inmersa en un proceso dinámico en el cual las tecnologías impactan directamente en las metodologías de investigación, las formas de transmisión del conocimiento y, en última instancia, en el papel que desempeña en la sociedad, (Ortega et al., 2021; Alcibar et al., 2018). En este contexto, abordar la compleja interrelación entre la educación superior, la cultura visual y la constante evolución tecnológica se vuelve crucial, pues como lo exponen Flores y Paredes (2021), “la cultura visual es un aspecto esencial en el comportamiento humano, ya que favorece el proceso de toma de decisiones” (p.121).

Este contexto de transformación social y tecnológica plantean dos interrogantes centrales para la educación universitaria. Primera, ¿cómo son utilizadas las redes sociales, Instagram y Youtube, tomadas como instrumentos educativos en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes universitarios para fomento de la cultura visual? Segunda, ¿de qué otra forma se promueve la cultura visual a nivel universitario?

1.1. *Instagram y Youtube utilizadas en el ámbito educativo universitario*

En la era digital actual, Instagram y Youtube han emergido como poderosas plataformas que trascienden su papel inicial como medios de entretenimiento para convertirse en herramientas educativas de considerable relevancia, (Zhu et al., 2020). El reconocimiento de que los estudiantes se desenvuelven con destreza en estas redes sociales plantea un desafío y, al mismo tiempo, una oportunidad fundamental en la educación universitaria.

Siguiendo el dictamen de Zhu et al. (2020), se ha confirmado que las redes sociales, en particular Instagram y Youtube, ofrecen un entorno propicio para mejorar la comunicación en el proceso docente, estimular la atención de los estudiantes, fomentar aprendizajes significativos y optimizar los esfuerzos de todos los involucrados. La reflexión de Laurencia et al. (2018) resalta la importancia de utilizar estas plataformas con un criterio educativo, enfocándose en su utilidad para la difusión y profundización de contenidos académicos.

En esta línea, se destaca la capacidad de aprovechar las ventajas inherentes de Instagram y Youtube, así como las competencias transmedia de los estudiantes, para enriquecer la experiencia educativa. La participación del profesorado que utiliza estas redes sociales como canales de comunicación con los estudiantes, no solo refuerza la credibilidad del docente, sino que también demuestra su adaptabilidad a las herramientas modernas de aprendizaje (Amici y Taddeo, 2018). La afirmación de Amici y Taddeo (2018) sobre el impacto positivo en la relación profesor-estudiante al comprender la cultura contemporánea refuerza la importancia de una integración consciente de estas plataformas en el ámbito educativo. Otros estudios, como los de Barfi et al. (2021), Agbo et al. (2020) y Santoveña-Casal y Bernal-Bravo (2019), evidencian la percepción positiva de las redes sociales por parte de los estudiantes, considerándolas recursos motivadores y herramientas educativas esenciales.

1.2. *Cultura Visual en el Contexto Educativo Universitario: Más Allá de la Estética superficial*

La cultura visual, en su expresión más amplia, es inherentemente interdisciplinaria, como señala Mascarell (2020). Comúnmente definida como el conjunto de prácticas, significados y expresiones manifestadas a través de imágenes, símbolos y representaciones visuales en una sociedad,

comprendidos en su momento histórico, social y político. Su alcance trasciende la mera apreciación estética de las imágenes, que abarca un entramado complejo de elementos desplegados mediante la representación visual.

En el ámbito educativo universitario, la cultura visual se revela como un tapiz intrincado, en el que las Artes Visuales no se limitan a ser una disciplina aislada. Más bien, se entrecruzan con otras materias, presentándose como un puente que facilita la conexión y comprensión del universo visual que trasciende el entorno educativo convencional (Mascarell, 2020), como es la inclusión de una técnica audio visual para la producción de mini vídeos, el Chroma Key, en el aula universitaria (Peña-Acuña y Cislowska, 2023). En este sentido, por ejemplo, el consumo de formatos visuales como los video juegos (Orta y Peña-Acuña, 2022; Rubio et al., 2023) o las series de televisión (Peña-Acuña y Crismán-Pérez, 2023) en horario de ocio se encuentra extendido por parte de universitarios.

La investigación de Ligarretto (2020) presenta el meme educativo como una herramienta didáctica innovadora que enriquece la práctica docente. La participación activa de los estudiantes en la creación de memes demuestra el potencial del humor y la cultura visual para abordar la enseñanza en entornos digitales, destacando la conexión entre el aprendizaje y la diversidad de opiniones generadas en las redes sociales.

En este contexto, la cultura visual abarca desde las veneradas obras de arte tradicionales hasta la influyente presencia contemporánea de los medios digitales, marcando un camino innovador para la exploración de diversas formas de expresión visual (Gil-Glazer, 2020). Desde la majestuosidad de un óleo del Renacimiento, pasando por los recursos visuales de la tecnología inmersiva, hasta la efímera, pero poderosa imagen compartida en una plataforma de redes sociales. Estos recursos permiten adaptarse a la esfera contemporánea mediante un enfoque integrador, en el que se reconoce la adaptación de la expresión visual en una sociedad en constante evolución (Hoffmann y Cassino, 2020).

1.3. Uso de Instagram y Youtube en ámbito educativo universitario para enseñanza-aprendizaje de la cultura visual

En la actualidad, la intersección entre cultura visual, redes sociales y educación emerge como un ámbito esencial de reflexión. El imparable flujo de información visual a través de plataformas digitales redefine la dinámica educativa y plantea preguntas cruciales sobre cómo aprovechar estas herramientas tomadas como didácticas y multimodales en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las redes sociales, como canales prominentes de comunicación visual, ofrecen un vasto repertorio de posibilidades para enriquecer la experiencia educativa (Gil-Glazer, 2020). Estas plataformas, como Instagram y YouTube, se convierten en espacios donde la cultura visual se entrelaza con la narrativa educativa. Los estudiantes, inmersos en la era digital, pueden acceder a información tanto textual como visual, transformando la manera en que absorben y procesan el conocimiento.

Instagram, conocida por su énfasis en la imagen y la narrativa visual, se ha convertido en un instrumento valioso para la enseñanza y el aprendizaje de la cultura visual en entornos educativos, (Piragua y Ñañez, 2021). Los profesores y estudiantes pueden aprovechar la naturaleza visualmente centrada de Instagram para compartir contenido que va más allá de la mera representación estética. La creación de perfiles educativos y el uso estratégico de hashtags específicos permiten la organización y búsqueda eficiente de contenido relevante (Angelone, 2023) creando una red virtual de aprendizaje.

En este contexto, Instagram no solo se limita a ser una galería visual, sino que se convierte en un espacio interactivo donde estudiantes pueden explorar obras de arte, fotografías históricas y manifestaciones culturales contemporáneas. La función de historias, por otro lado, ofrece una plataforma para la narración visual, permitiendo a profesores y estudiantes presentar conceptos complejos de manera accesible y envolvente (Saribas et al., 2023). Esta interactividad y accesibilidad convierten a Instagram en una herramienta didáctica versátil y estimulante.

YouTube, como plataforma líder en contenido de video, sobresale como un recurso valioso para el aprendizaje en el ámbito educativo, según lo establecido por autores como (Cihangir y Çoklar, 2021; İftikhar et al., 2019) y (Toluzhan et al., 2023). Los profesores pueden crear y compartir contenido educativo en formato de video que aborde diversos temas (Alves y Botelho, 2023), como en el caso del área de la cultura visual, en la que las teorías artísticas, análisis de obras importantes y ejemplos visuales enriquecedores, podrían llevarse a cabo a través una presentación visual más dinámica y cautivadora, lo que facilitaría la comprensión de conceptos complejos.

Además, los estudiantes pueden utilizar YouTube como un medio para presentar proyectos visuales, documentales o análisis de obras de arte, fomentando la creatividad y la participación. La posibilidad de comentar y compartir videos en la plataforma facilita el diálogo y la colaboración entre estudiantes y profesores, que enriquece aún más el proceso de aprendizaje (Montes de Oca-Fiol, 2020)

2. Metodología

El presente estudio se concibe como una revisión sistemática documental con el objetivo general de comprender cómo Instagram y YouTube pueden ser eficazmente empleadas como herramientas educativas en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la cultura visual. Este enfoque busca consolidar y analizar la evidencia científica existente, proporcionando una visión integral y actualizada de la contribución de estas plataformas en el ámbito educativo universitario.

2.1. Diseño de la Revisión

La revisión sistemática se lleva a cabo en cuatro bases de datos reconocidas, cada una seleccionada estratégicamente para garantizar una amplia cobertura y representatividad en el ámbito educativo y científico. La base de datos especializada en Educación, ERIC, se incluye para capturar estudios específicos en este campo, mientras que Dialnet, Wos y Scopus, tres bases generalistas, aportan una perspectiva más amplia y diversa.

2.2. Criterios de Inclusión y Exclusión

Se establecen criterios de inclusión rigurosos para garantizar la pertinencia y calidad de los estudios seleccionados. Se considerarán exclusivamente como tipo de publicación los artículos científicos publicados en los últimos cinco años (2018-2023). De este modo, se asegura la actualidad y relevancia de la información recopilada. Cualquier otra forma de publicación, como libros, capítulos, artículos de revistas de difusión no avalada por pares, e informes, será excluida de la muestra final documental, ya que se busca centrar la revisión en la evidencia científica específica y evitar la inclusión de información menos rigurosa.

2.3 Proceso de Búsqueda y Selección

La estrategia de búsqueda se desarrolla de manera sistemática y estructurada, utilizando términos clave relacionados con Instagram, YouTube, educación, cultura visual y sus combinaciones. Estos términos se adaptan a los requisitos y características específicas de cada base de datos. Se aplican filtros de fecha para limitar la búsqueda a estudios publicados en el periodo establecido, así como el uso del conector "AND" para realizar las combinaciones pertinentes.

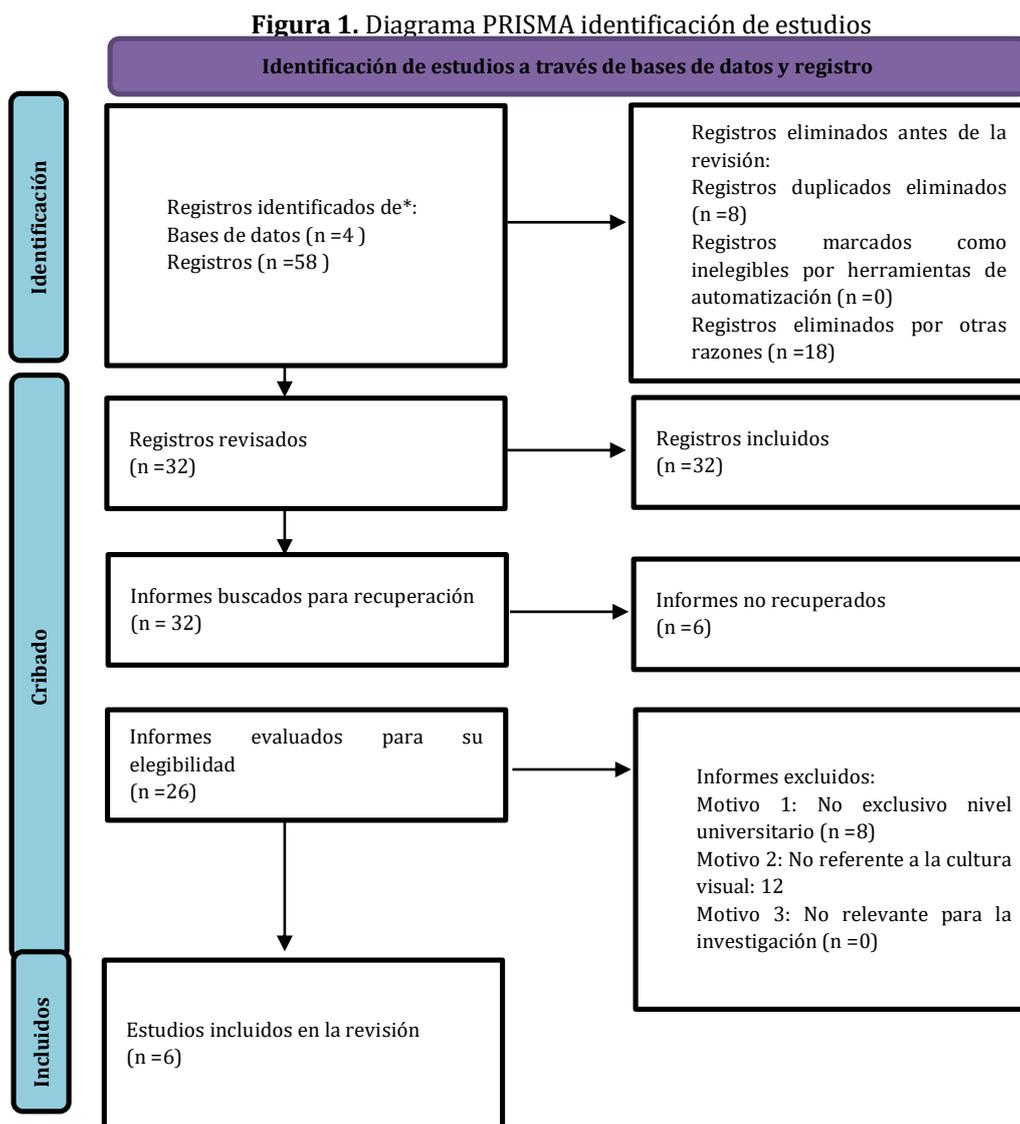
La selección de estudios se realiza en dos fases: una primera evaluación basada en los títulos y resúmenes de los artículos identificados durante la búsqueda, seguida de una revisión exhaustiva de los textos completos de los artículos seleccionados en la fase inicial.

2.4 Evaluación de la Calidad y Síntesis de la Información

La calidad metodológica de los estudios seleccionados se evalúa utilizando criterios predefinidos, considerando aspectos como el diseño del estudio, la metodología empleada y la validez de los resultados. Esta evaluación se realiza de manera sistemática y transparente, permitiendo la identificación y la ponderación de posibles sesgos.

La información extraída de los estudios incluidos se sintetiza de manera coherente y estructurada, destacando patrones, tendencias y resultados recurrentes. Se busca comprender tanto los beneficios como los desafíos asociados al uso de Instagram y YouTube en el contexto educativo universitario para la enseñanza-aprendizaje de la cultura visual.

En el contexto de la metodología se adopta el enfoque PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) (Figura 1), con el propósito de estructurar de manera transparente y sistemática el proceso de selección de estudios (Haddaway et al., 2022). Dicho diagrama, proporciona un marco reconocido internacionalmente para la elaboración de revisiones sistemáticas, destacando la importancia de la claridad y la nitidez en cada etapa del proceso. Desde la identificación inicial de registros hasta la inclusión final de estudios seleccionados, este diagrama establece pautas claras y criterios específicos que garantizan la coherencia y la validez del análisis.



Fuente: Elaboración propia

El proceso inicia con la identificación de un total de 58 registros a través de las bases de datos ERIC, Dialnet, Wos y Scopus, siguiendo la estrategia de búsqueda estructurada y específica con términos claves como Instagram, Youtube, Educación superior, Cultura Visual, Redes Sociales, Impacto educativo, Aprendizaje visual; así como su traducción al inglés: Instagram, YouTube, Higher Education, Visual Culture, Social Media, Educational Impact, Visual Learning.

El proceso sigue un procedimiento sistemático de filtrado, lo que permite llegar a una muestra final de 6 estudios que cumplen con los criterios de calidad metodológica, relevancia y actualidad.

3. Resultados

Los resultados se presentan por orden decreciente de año de publicación. El estudio realizado por Salehudin (2021), titulado "The Users' Experiences in Processing Visual Media for Creative and Online," tuvo como objetivo analizar el impacto del aprendizaje creativo en línea a través de Instagram en la capacidad de los participantes para generar nuevos productos en el contexto del curso de Tecnología y Medios de Aprendizaje. Además, buscó determinar el nivel de experiencia de los usuarios al procesar medios visuales mediante la aplicación Canva en dispositivos Android.

La investigación adoptó un enfoque cuantitativo y empleó un modelo cuasi-experimental con la participación de 58 estudiantes distribuidos en clases experimentales y de control. Se utilizaron dos instrumentos de evaluación: un cuestionario sobre resultados de aprendizaje cognitivo para evaluar la

capacidad de los estudiantes en la creación de nuevos productos, y un instrumento para medir la experiencia de los usuarios en el procesamiento de medios visuales.

Los resultados, analizados mediante ANOVA unidireccional, revelaron un efecto significativo del aprendizaje creativo en línea a través de Instagram en la capacidad de los participantes para crear productos innovadores. Además, la experiencia de los usuarios al procesar la aplicación Canva en dispositivos Android demostró un fuerte estímulo creativo, evidenciado en la habilidad para crear y publicar diseños visuales digitales en Instagram.

El estudio realizado por Guler (2021) expone que, en el contexto de la educación superior, específicamente en la formación de maestros de arte, la necesidad de incorporar la cultura visual en el plan de estudios se vuelve evidente. Los cursos tradicionales de métodos de enseñanza especial (STM) deben evolucionar para abordar no solo la enseñanza de las artes, sino también las competencias y habilidades necesarias para aplicar eficazmente un currículo basado en la cultura visual. La actualización de los programas de formación docente refleja la importancia de desarrollar habilidades del siglo XXI, como el pensamiento crítico, la resolución de problemas y la comunicación efectiva, a través de enfoques interdisciplinarios basados en la cultura visual.

La investigación, que abarcó un total de 8 semanas a futuros profesores de artes visuales, reveló que estos impartieron clases basadas en muestras de planes de cursos sobre cultura visual, previamente desarrollados durante su práctica pre-servicio en escuelas primarias y secundarias. La recopilación de datos se realizó a través de entrevistas semiestructuradas, revisión de documentos y reflexiones escritas, los cuales fueron analizados utilizando métodos descriptivos.

Los resultados de esta pesquisa indican que los futuros profesores de artes visuales observaron que los estudiantes, al ser expuestos al plan de estudios de cultura visual, identificaron beneficios en competencias cognitivas y comunicativas. Puesto que estos adquirieron una perspectiva crítica, aumentaron su conciencia sobre los problemas cotidianos, mejoraron sus habilidades de expresión y perfeccionaron sus capacidades de investigación. Además, la aplicación del plan de estudios de cultura visual proporcionó a los profesores en formación diversas experiencias y habilidades profesionales, en las que se subraya la eficacia de este enfoque pedagógico en el desarrollo integral de los estudiantes y en el crecimiento profesional de los futuros educadores de artes visuales.

Sakr (2020) parte de la pedagogía crítica y plantea una intervención donde los alumnos utilizan fotografías para compartir en Instagram y además se combina con la técnica de la discusión cara a cara. Esta intervención pretende trabajar reflexivamente la temática de la inclusión y la equidad en Educación en un módulo de Sociología. La intervención acomete incidir en las habilidades críticas en un aprendizaje en situación acerca de conceptos complejos a través del método de foto-voz (*photovoice*). El alumnado debía escoger una imagen para representar estos conceptos complejos y luego se debatía en el aula sobre ellos y sobre la propia experiencia educativa. La parte de discusión servía para evitar ambigüedades y simplificar la complejidad de la representación visual fotográfica. Sakr escoge este método de foto-voz en Instagram porque cruza los límites de la educación formal y no formal, el aprendizaje académico y el aprendizaje para la vida. La técnica de investigación fue mixta sobre una muestra de 60 individuos. Se realizó una encuesta, se entrevistaron a 10 alumnos y se tomaron notas de observación durante la intervención.

El artículo de Ligarretto (2020) se enfoca en explorar el uso del meme educativo como herramienta didáctica para la mediación de la práctica docente, específicamente en la asignatura "Cibercultura y ciudadanías" en la Pontificia Universidad Javeriana. El método empleado sigue un enfoque mixto, combinando elementos cualitativos y cuantitativos. Se articulan fuentes bibliográficas, observación participante y cuestionarios para abordar el objetivo principal de la experiencia educativa: el uso e interpretación del meme como herramienta didáctica. El autor destaca al meme como una forma cultural específica que enriquece la dinámica de la enseñanza y el aprendizaje.

La condición de unidad cultural del meme implica que no solo transmite información visual, sino que también encapsula significados, valores y referencias compartidas dentro de ciertos grupos sociales. Incorporar el meme en los procesos educativos se presenta como una estrategia para aprovechar esta forma de expresión cultural en la comprensión y participación de los estudiantes en la materia.

Los resultados resaltan la participación activa de los estudiantes en la creación de memes, la predominancia de ciertos tipos, como Rage o Paint comic y el meme fotografía, y la importancia del humor como medio para abordar la enseñanza en contextos digitales. Además, se evidencia la conexión entre el aprendizaje y la diversidad de opiniones generadas en las redes sociales, respaldando principios

del conectivismo. La experiencia confirma que reflexionar sobre la imagen y su potencial pedagógico abre un camino para la mediación tecnológica en la enseñanza. Esto sugiere que la cultura visual, desde la perspectiva de la tecnología y la educación, supera la apreciación estética al incentivar a estudiantes y profesores a participar en un análisis crítico de las imágenes, desentrañando sus contextos históricos, sociales y culturales (Gil-Glazer, 2020), (Kremen, 2020).

El estudio de Davies et al. (2019) se centra en el uso de Instagram en la educación superior, con especial énfasis en el análisis crítico de los métodos visuales. Se destaca la importancia de estos en la práctica y pedagogía geográfica. La investigación informa sobre la implementación innovadora de Instagram en excursiones educativas de nivel superior, en el que se aboga por más investigaciones en este ámbito. A través de diarios reflexivos y entrevistas, se encontró que los estudiantes evaluaron positivamente sus experiencias de aprendizaje al utilizar Instagram. Sin embargo, se enfatiza la necesidad de un uso constructivo y crítico de los métodos visuales instantáneos en el aprendizaje en el campo.

En actividades como 'Rephotography', Instagram permitió a los estudiantes observar detalles de su entorno urbano, conectando su conocimiento geográfico conceptual con ejemplos del mundo real. En el proyecto 'Hashtag Geography', Instagram facilitó interacciones en tiempo real y discusiones profundas sobre temas relevantes, promoviendo el aprendizaje activo a través del medio visual.

Contrariamente a los estudios previamente mencionados que abogan por un uso óptimo de Instagram en el proceso de enseñanza-aprendizaje, se destaca el estudio de Sakr (2020). Este estudio aborda la intención de utilizar redes sociales basadas en imágenes, específicamente Instagram, para desarrollar la capacidad crítica de los estudiantes en conceptos como igualdad y diversidad. El proyecto, que involucró a 60 estudiantes de segundo año de educación universitaria en un módulo de sociología con un enfoque pedagógico crítico, permitió la conexión entre las experiencias diarias de los estudiantes y conceptos abstractos.

El análisis temático de las entrevistas revela que, aunque el proyecto facilitó la conexión entre la vida cotidiana y conceptos abstractos, la criticidad de los estudiantes se vio obstaculizada por la percepción de la tarea como una de "capturar" representaciones inequívocas de conceptos. Se enfatiza la necesidad de apoyar a los estudiantes en el uso del modo visual como parte de la teorización liberadora al incorporar redes sociales basadas en imágenes en enfoques pedagógicos críticos. En consecuencia, se concluye con la importancia de repensar la conceptualización de las tareas visuales, fomentar la discusión en clase para profundizar la comprensión y reconocer las limitaciones y desafíos al integrar estas prácticas en la enseñanza.

Moghavvemi et al. (2018) exploran el patrón de uso y el propósito de utilizar YouTube entre estudiantes universitarios. La investigación desarrolla una escala para medir el aprendizaje académico como determinante del uso de videos de YouTube. Los resultados de este estudio revelaron que los estudiantes utilizan YouTube con fines de entretenimiento, búsqueda de información y aprendizaje académico a través del aprendizaje visual que potencia el aprendizaje significativo y el rendimiento. Se destaca que las plataformas de redes sociales, como YouTube, pueden utilizarse como herramientas complementarias para la enseñanza y el aprendizaje. Como aplicación práctica, se sugiere que los instructores integren recursos de YouTube en los materiales y actividades del curso.

Los seis estudios en los que se ha profundizado y que se han descrito en este apartado, se recogen en esta tabla 1 de forma cronológica descendente.

Tabla 1. Estudios recientes acerca de Instagram y Youtube y/o Cultura visual

Autores	Año	Temática	Tipo de investigación
Salehudin	2021	Instagram. Impacto de aprendizaje creativo con Canva en Educación	Método cuantitativo. Test inferencial (ANOVA).
Guler	2021	Didáctica del Arte y Cultura visual	Método mixto y observación participante
Ligarretto	2020	Meme como medio expresivo incluido en la Cultura visual	Método mixto
Sakr	2020	Instagram con enfoque crítico en Sociología	Método cualitativo.

Autores	Año	Temática	Tipo de investigación
Davies et al.	2019	Instagram con enfoque crítico en Geografía	Método cualitativo
Moghavvemi et al.	2018	Youtube. Uso de vídeos para el aprendizaje visual de contenidos en Estudios de Gerencia	Método mixto.

Fuente: elaboración propia

Se concluye que se han encontrado algunos estudios concretos referidos acerca de evaluaciones con intervenciones para universitarios en las que se ha utilizado Instagram y YouTube respecto a promoción de la Cultura visual. Asimismo, en las intervenciones se han incluido otros formatos, como el meme, y otros planteamientos didácticos para promover la cultura visual. En otro orden, se han utilizado métodos y pruebas eficaces para muestras representativas para profundizar en este campo.

4. Discusión

La revisión sistemática de estudios seleccionados proporciona una visión integral y actualizada sobre el uso de Instagram y YouTube como herramientas educativas en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la cultura visual en la educación universitaria. Este análisis aborda la intersección de la cultura visual, las redes sociales y la constante evolución tecnológica, en el que se enfatizan tanto beneficios significativos como desafíos considerables. Estos resultados contestan a ambas preguntas de investigación.

Entre los beneficios y oportunidades presentados en los resultados de la investigación se encuentran:

- El impacto positivo en la experiencia creativa y el aprendizaje visual a través del estudio de Salehudin (2021), en el cual destaca el impacto positivo de Instagram en la capacidad creativa de los estudiantes, evidenciando la eficacia de la plataforma para fomentar la creación de productos innovadores (Casaló et al., 2021). Además, la experiencia positiva de los usuarios al procesar medios visuales a través de la referida red social subraya la capacidad de estas para estimular la creatividad y mejorar la experiencia de aprendizaje.
- El estudio de Davies et al. (2019) resalta el papel de Instagram en excursiones educativas superiores, permitiendo a los estudiantes una interacción activa con su entorno a través de la fotografía y el análisis crítico. La utilización de hashtags y la participación en proyectos específicos en Instagram facilitaron discusiones en tiempo real, promoviendo el aprendizaje activo a través del medio visual.
- La investigación de Guler (2021), coincidiendo con Ligaretto (2020), subraya la importancia de incorporar la cultura visual en la formación de maestros de arte. La aplicación del plan de estudios de cultura visual demostró mejoras significativas en la perspectiva crítica, conciencia de problemas cotidianos y habilidades de expresión de los estudiantes, respaldando la eficacia de este enfoque pedagógico, coincidiendo con lo expuesto por Flores y Paredes (2021) y Amici y Taddeo (2018)

A su vez se denota en el proceso investigativo algunos desafíos y consideraciones:

1. Necesidad de un uso constructivo y crítico de las redes sociales basadas en imágenes, evidenciándose esto en el estudio de Sakr (2020), como lo expone a su vez Gil-Glazer (2020) y Kremen (2020). La percepción de los estudiantes sobre la tarea de "capturar" representaciones inequívocas de conceptos indica la necesidad de repensar la conceptualización de las tareas visuales y fomentar la discusión en clase para profundizar la comprensión.
2. Moghavvemi et al. (2018) investigaron el uso de YouTube por parte de estudiantes universitarios, centrándose en su patrón y propósito. Subrayaron que las redes sociales, como YouTube, pueden complementar la enseñanza y el aprendizaje. Recomiendan a los instructores planificar la incorporación recursos de YouTube en los materiales y actividades del curso, destacando la utilidad práctica de la plataforma en la educación universitaria.

3. Diversidad de plataformas y contenidos presentes en Instagram y YouTube plantea desafíos en la selección y organización eficiente del material educativo. El uso estratégico de perfiles educativos, hashtags específicos y funciones como las historias en Instagram, así como la creación y compartición de contenido en formato de video en YouTube, son cruciales para maximizar el impacto educativo.
4. Limitaciones de la integración en enfoques pedagógicos críticos al integrar prácticas visuales, como lo expone el estudio de Sakr (2020). La tarea de equilibrar la creatividad visual con la crítica reflexiva y la necesidad de apoyar a los estudiantes en la teorización liberadora sugiere la complejidad de incorporar estas prácticas en la enseñanza.

En resumen, la revisión destaca el impacto positivo de Instagram en la creatividad y aprendizaje visual universitario, promoviendo interacción activa en excursiones educativas. La integración de la cultura visual en la formación de maestros mejora habilidades y perspectivas. No obstante, se señalan desafíos, como la necesidad de un uso constructivo de redes sociales basadas en imágenes y la diversidad de plataformas en Instagram y YouTube, requiriendo estrategias para una organización eficiente. La integración de YouTube se sugiere como herramienta complementaria para el aprendizaje académico, pero se destaca la complejidad de equilibrar la creatividad visual con la crítica reflexiva en enfoques pedagógicos.

5. Conclusiones

El ámbito académico universitario en el siglo XXI se encuentra en una encrucijada que requiere redefinir los paradigmas tradicionales de la educación superior. Esto desencadena transformaciones significativas en las metodologías de investigación, la transmisión del conocimiento y el papel de la universidad en la sociedad contemporánea (Andión, 2019; Ortega et al., 2021; Alcibar et al., 2018).

El entrelazamiento entre la cultura visual y las redes sociales se manifiesta como un aspecto esencial en la dinámica educativa actual (Flores y Paredes, 2021). La proliferación de imágenes y la omnipresencia de pantallas, especialmente a través de dispositivos contemporáneos como los teléfonos móviles, generan una saturación mediática que presenta desafíos significativos. La constante exposición a un flujo ininterrumpido de imágenes dificulta la creación de momentos de reflexión y análisis crítico frente a esta marea visual cotidiana (Yilmaz et al., 2019). En este contexto, la influencia de la lógica de la conexión, que demanda una disponibilidad constante según Turke et al. (2021), permea no solo la dinámica social sino también la esencia misma de la educación superior.

La integración de Instagram y YouTube en el ámbito educativo universitario se revela como una respuesta innovadora a este panorama desafiante, ya que estas plataformas, inicialmente diseñadas como medios de entretenimiento, han evolucionado para convertirse en herramientas educativas de considerable relevancia (Zhu et al., 2020). Aun así, por los hallazgos la representatividad es todavía escasa, por tanto, entendemos que se trata todavía de un campo novedoso en expansión, pero que suscita interés entre los académicos por el nivel de profundización científica que se ha realizado en estas indagaciones acerca de intervenciones implementadas.

La revisión sistemática documental se llevó a cabo con el propósito de comprender cómo Instagram y YouTube pueden ser eficazmente empleados como herramientas educativas en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la cultura visual. El análisis de la literatura existente revela una diversidad de enfoques y experiencias que destacan el potencial transformador de estas plataformas en el ámbito educativo universitario.

Instagram, con su énfasis en la imagen y la narrativa visual, se erige como un espacio interactivo donde la cultura visual se integra con la narrativa educativa (Piragua y Ñañez, 2021). La capacidad de explorar y compartir obras de arte, fotografías históricas y manifestaciones culturales contemporáneas a través de perfiles educativos y el uso estratégico de hashtags específicos resalta su versatilidad y estimulación (Amici y Taddeo, 2018). La participación activa del profesorado no solo refuerza la credibilidad del docente, sino que también demuestra su adaptabilidad a las herramientas modernas de aprendizaje.

El análisis crítico de métodos visuales en YouTube destaca su valor como recurso educativo enriquecedor (Cihangir y Çoklar, 2021). La posibilidad de crear y compartir contenido educativo en formato de video ofrece una plataforma dinámica y cautivadora para abordar diversos temas

relacionados con la cultura visual. La capacidad de los estudiantes para utilizar YouTube como medio para presentar proyectos visuales, documentales o análisis de obras de arte fomenta la creatividad y la participación en el proceso de aprendizaje (Montes de Oca-Fiol, 2020).

Los resultados extraídos de los estudios seleccionados respaldan la noción de que Instagram y YouTube son herramientas valiosas que pueden potenciar significativamente el proceso de enseñanza-aprendizaje de la cultura visual en la educación universitaria. El estudio de Salehudin (2021), centrado en el impacto del aprendizaje creativo en línea a través de Instagram, destaca la influencia positiva en la capacidad de los participantes para generar productos innovadores. La investigación de Ligarretto (2020) que exploró la utilización de YouTube en la enseñanza universitaria de arte, resalta cómo esta plataforma puede facilitar la comprensión de conceptos complejos mediante presentaciones visuales y narrativas. Los estudiantes, a su vez, percibieron estas experiencias como más atractivas y efectivas en comparación con métodos tradicionales.

Sin embargo, este análisis también destaca desafíos significativos que deben abordarse para maximizar el impacto educativo de Instagram y YouTube en la educación superior. La conceptualización de tareas visuales es un tema recurrente en los estudios revisados (Gil-Glazer, 2020; Kremen, 2020). La necesidad de establecer pautas claras y objetivos específicos para las asignaciones visuales, así como la evaluación efectiva de los resultados, constituye un aspecto crítico para garantizar la calidad y coherencia en la aplicación de estas plataformas.

Además, la formación docente continua surge como un elemento esencial para aprovechar plenamente el potencial educativo de Instagram y YouTube. Los educadores necesitan no solo comprender las funcionalidades técnicas de estas plataformas, sino también desarrollar estrategias pedagógicas innovadoras que integren de manera efectiva la cultura visual en el proceso educativo (Unwin y Yandel, 2016). La capacidad de utilizar estas herramientas como vehículos para fomentar la alfabetización visual y la participación crítica en la sociedad contemporánea requiere una formación sólida y continua.

A pesar de estos desafíos, las conclusiones extraídas de esta revisión sistemática apuntan a un panorama prometedor. Instagram y YouTube, cuando se utilizan de manera reflexiva y estratégica, ofrecen un camino innovador y efectivo para integrar la cultura visual en el entorno académico universitario. La versatilidad de estas plataformas, combinada con estrategias pedagógicas cuidadosamente diseñadas, proporciona un terreno fértil para el desarrollo de habilidades críticas y creativas entre los estudiantes.

En este contexto, es esencial destacar que la integración de Instagram y YouTube en la educación superior no implica simplemente una transposición de métodos tradicionales a un entorno digital, sino más bien una reconceptualización profunda de la pedagogía visual. La visualidad contemporánea, impulsada por la dinámica de las redes sociales, exige enfoques educativos que no solo aborden la estética visual, sino que también fomenten la comprensión crítica de la construcción y difusión de significados a través de las imágenes.

La educación universitaria debe asumir el desafío de preparar a los estudiantes para desenvolverse de manera competente en este entorno saturado de imágenes, donde la capacidad de interpretar, cuestionar y crear visualmente se vuelve tan crucial como la alfabetización textual. Instagram y YouTube, como plataformas que encapsulan la esencia misma de la comunicación visual en la era digital, ofrecen un terreno propicio para la consecución de estos objetivos.

En este sentido, la necesidad de estrategias pedagógicas que fomenten la participación de los estudiantes en la creación y análisis de contenido visual se manifiesta como un elemento central. La creación de comunidades educativas en línea, donde estudiantes y profesores puedan compartir y discutir ideas visualmente, emerge como una práctica valiosa. El aprendizaje colaborativo en un entorno digital no solo potencia la comprensión colectiva de la cultura visual, sino que también refleja las dinámicas colaborativas inherentes a las redes sociales.

No obstante, para maximizar su impacto educativo, es imperativo abordar desafíos como la conceptualización de tareas visuales y la formación docente continua. La versatilidad de Instagram y YouTube, combinada con estrategias pedagógicas innovadoras, ofrece un camino prometedor para integrar la cultura visual de manera efectiva en la educación universitaria. Sin embargo, esta integración exitosa requiere un compromiso constante con la reflexión y la adaptación a medida que evolucionan las dinámicas tecnológicas y sociales.

Como aplicación práctica de este estudio, se sugiere que la educación superior no solo debe abrazar estas herramientas como simples adiciones a su arsenal pedagógico, sino como catalizadores de un profundo replanteamiento de la enseñanza y el aprendizaje visual. La capacidad de interpretar, cuestionar y crear significados a través de imágenes se convierte en una habilidad fundamental en un mundo saturado de información visual. Instagram y YouTube, con su alcance masivo y su capacidad de facilitar la interacción visual, se presentan como aliados cruciales en el desarrollo de estas competencias entre los estudiantes universitarios.

En última instancia, la integración de Instagram y YouTube en la educación superior no solo enriquece la experiencia de aprendizaje, sino que también prepara a los estudiantes para comprender y participar de manera crítica en el complejo entramado visual de la sociedad contemporánea. Este análisis deja claro que, si bien existen desafíos, el potencial transformador de estas plataformas en la cultura visual universitaria es innegable. La visión del aula como un espacio donde la cultura visual y la pedagogía convergen arroja luz sobre un horizonte educativo vibrante y lleno de posibilidades, donde la tecnología y la visualidad se entrelazan para moldear el futuro de la enseñanza superior.

En conclusión, el siglo XXI, la educación universitaria enfrenta una encrucijada, exigiendo la redefinición de paradigmas. La interacción entre la cultura visual y las redes sociales es esencial, pero la saturación mediática plantea desafíos. Instagram y YouTube emergen como respuestas innovadoras, evolucionando de entretenimiento a herramientas educativas relevantes. Aunque la representatividad en la investigación es limitada, se reconoce su potencial transformador. Estas plataformas ofrecen un terreno fértil para el desarrollo de habilidades críticas y creativas, pero enfrentan desafíos como la conceptualización de tareas visuales y la necesidad de formación docente continua. A pesar de los desafíos, la integración reflexiva y estratégica de Instagram y YouTube promete enriquecer la educación superior, preparando a los estudiantes para la sociedad visual contemporánea.

6. Agradecimientos

Esta investigación se debe a la investigación de la tesis doctoral en progreso de José Francisco Alfonso Jaramillo en el Programa de Doctorado de Ciencias Sociales y de la Educación supervisada por Beatriz Peña-Acuña en la Universidad de Huelva. Esta indagación fue financiada por el proyecto de I+D+I Multiliteracies for adult at-risk learners of additional languages [Multialfabetizaciones para estudiantes adultos en riesgo de idiomas adicionales] (MultiLits), REF. PID2020-113460RB-I00, financiado por institución española: Ministerio de Innovación y Ciencias, Agencia Estatal de Investigación MCIN/AEI/10.13039/501100011033.

Referencias

- Agbo, F. J., Olawumi, O., Oyelere, S. S., Kolog, E. A., Olaleye, S. A., Agjei, R. O. & Mogaji, E. (2020). Social Media Usage for Computing Education: The Effect of Tie Strength and Group Communication on Perceived Learning Outcome. *International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology*, 16(1), 5-26. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2020050725658>
- Alcibar, M., Monroy, A., y Jiménez, M. (2018). Impacto y Aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la Educación Superior. *Información tecnológica*, 29(5), 101-110. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642018000500101>
- Alonso, N., y Terol, R. (2020). Alfabetización Transmedia Y Redes Sociales: Instagram Como Herramienta Docente En El Aula Universitaria. *Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 18(2), 38-61. <https://doi.org/10.7195/ri14.v18i2.1518>
- Alves, j., & Botelho, P. (2023). O lugar do Youtube no ensino de História: possibilidades para o uso do YouTube em sala de aula. *Outros Tempos: Pesquisa Em Foco - História*, 20(36), 317-334. <https://doi.org/10.18817/ot.v20i36.1003>
- Amici, S., y Taddeo, G. (2018). Aprovechando en el aula las competencias transmedia. Un programa de acción. En C. Scolari (Ed.) *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula* (págs. 125-135). Universitat Pompeu Fabra.
- Andión, M. (2019). *Universidad nodo: modelo para la formación de comunicadores en la era digital. Universidad Autónoma Metropolitana*. <https://biblioteca.clacso.edu.ar/Mexico/dcsh-uam-x/20201029031330/Universidad-nodo.pdf>
- Angelone, L. (2023). The "Perfect" Teacher: Discursive Formations of #teachersofinstagram. *Academy for Educational Studies*, 14(2), 107-119. <https://doi.org/http://academyforeducationalstudies.or>
- Barfi, K.A., Bervell, B. & Arkorful, V. (2021). Integration of social media for smart pedagogy: initial perceptions of senior high school students in Ghana. *Education and Information Technologies*, 26, 3033-3055. <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10405-y>
- Basak, R. (2021). Teacher Opinions and Perspectives of Visual Culture Theory and Material Culture Studies in Art Education. *Journal of Education in Black Sea Region*, 6(6), 186-211. <https://doi.org/https://eric.ed.gov/?id=ED618016>.
- Belanche, D., Lozano, N., & Pérez-Rueda, A. (2019). Instagram como herramienta de aprendizaje en el aula universitaria. *Congreso In-Red 2019*. Universitat Politècnica de València. <https://doi.org/10.4995/INRED2019.2019.10371>
- Casaló, L., Flavian, C., & Ibáñez-Sánchez, S. (2021). Be creative, my friend! Engaging users on Instagram by promoting positive emotions. *Journal of Business Research*, 130, 416-425. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.014>
- Cihangir, H. H., & Çoklar, A. N. (2021). Using YouTube as an Education Environment: Examining Follower Views. *International Technology and Education Journal*, 5(1), 50-60. <https://doi.org/http://itejournal.com/>
- Davies, T., Lorne, C., & Sealy-Huggins, L. (2019). Instagram photography and the geography field course: snapshots from Berlin. *Journal of Geography in Higher Education*, 43(3), 362-383. <https://doi.org/10.1080/03098265.2019.1608428>
- Flores, H., & Paredes, V. (2021). Herramientas automatizadas de aprendizaje en el desarrollo de una cultura visual contemporánea en estudiantes de carreras de humanidades en la educación superior. *Serie Científica de la Universidad de las Ciencias Informáticas*, 14(11), 121-134. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8590572>
- García, M. (2020). El uso de Instagram en la formación del alumnado de arte como complemento a la docencia presencial y a la docencia en red universitaria. *Congreso In-Red 2020*. Universitat Politècnica de València. <https://doi.org/10.4995/INRED2020.2020.12015>
- Gil-Glazer, Y. (2020). Visual Culture and Critical Pedagogy: From Theory to Practice. *Critical Studies in Education*, 6(1), 66-85. <https://doi.org/10.1080/17508487.2017.1292298>

- Guler, E. (2021). Visual Culture as a Teaching Practice in Visual Arts Education in Turkey: Practitioner Inquiry. *Australian Journal of Teacher Education*, 46(7). <https://doi.org/10.14221/ajte.2021v46n7.2>
- Haddaway, N. R., Page, M. J., Pritchard, C. C., & McGuinness, L. A. (2022). An R package and Shiny app for producing PRISMA 2020-compliant flow diagrams, with interactivity for optimised digital transparency and Open Synthesis. *Campbell Systematic Reviews*. <https://doi.org/10.1002/cl2.1230>
- Head, A., Fister, B., & MacMillan, M. (2020). *Information Literacy in the Age of Algorithms: Student Experiences with News and Information, and the Need for Change*. Project Information Literacy. https://projectinfolit.org/pubs/algorithm-study/pil_algorithm-study_2020-01-15.pdf
- Hoffmann, A., & Cassino, H. (2020). Childhood, visual culture, and education. *Childhood and Philosophy*, 16. <https://doi.org/10.12957/childphilo.2020.48432>
- Iftikhar, M., Riaz, S., & Yousaf, Z. (2019). Impact of YouTube Tutorials in Skill Development among University Students of Lahore. *Journal of Distance and Online Learning*, 5(2), 125-138. <https://ojs.aiou.edu.pk/index.php/pjdl/article/view/271>
- Kremen, V. (2020). Distance education in the context of visibility: pro and contra. *Interdisciplinary studies of Complex Systems* (17), 14-20. <https://doi.org/10.31392/iscs.2020.17.014>
- Laurencia, K., Pardo, M., e Izquierdo, J. (2018). Reflexión acerca del empleo de las redes sociales, con fines educativos, en la Educación Superior. *Opuntia Brava*, 10(3), 263-273. <https://doi.org/https://opuntiabrava.ult.edu.cu/index.php/opuntiabrava/article/view/557>
- Ligarretto, R. (2020). Meme educativo: experiencia para una pedagogía de la cultura visual. *Revista Educación y Ciudad* (39), 131-145. <https://doi.org/10.36737/01230425.n39.2020.2341>
- Lozano-Blasco, R., Mira-Aladren, M., & Gil-Lamata, M. (2023). Social media influence on young people and children: Analysis on Instagram, Twitter and YouTube. *Comunicar*, 31(74), 125-137. <https://doi.org/10.3916/C74-2023-10>
- Mascarell Palau, D. (2020). Comprender la cultura visual en las aulas a través del currículo posmoderno. Las tic como mediadores en el proceso productivo. *Revista de Ciencias Sociales Ambos Mundos* (1), 41-54. <https://doi.org/10.14198/ambos.2020.1.4>
- Medina, F. (2020). Instagram como recurso didáctico para desarrollar la escritura creativa. Caso micro relato. *Cuaderno de Pedagogía Universitaria*, 17(33), 84-93. <https://doi.org/10.29197/cpu.v17i33.380>
- Miranda Somma, F., & Vicci Gianotti, G. (2021). Pandemia, imágenes y educación: desafíos latentes. Voces de la educación, 104-116. <https://www.revista.vocesdelaeducacion.com.mx/index.php/voces/article/view/454>
- Montes de Oca-Fiol, C. (2020). Difusión de la historia del arte desde Youtube. Observación participante para el análisis de la repercusión de los prosumidores en la cultura digital. *Communiars. Revista de Imagen, Artes y Educación Crítica y Social*, 3, 95-144. <https://doi.org/10.12795/Communiars.2020.i03.06>
- Moghavvemi, S., Sulaiman, A., Jaafar, N. I., & Kasem, N. (2018). Social media as a complementary learning tool for teaching and learning: The case of YouTube. *The International journal of management education*, 16(1), 37-42. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2017.12.001>
- Ñáñez Rodríguez, J., y Piragua, C. (2021). Instagram, de red social a ambiente virtual de aprendizaje: una experiencia con resultados inesperados. *Encuentros*, 19(1), 203-218. <http://ojs.uac.edu.co/index.php/encuentros/article/view/2485>
- Orta Casado, J., & Peña-Acuña, B. (2022). Video games lexicon included in Spanish language: a multiple case study. *Linguo Didáctica*, 1, 15-35. <https://doi.org/10.33776/linguodidactica.v1.7428>
- Ortega, J., Pérez, J., & González, R. (2021). El impacto de los recursos educativos abiertos en la socialización del conocimiento en el sistema educativo ecuatoriano. *Serie Científica de la Universidad de las Ciencias Informáticas*, 14(6), 59-71. <https://publicaciones.uci.cu/index.php/serie/article/view/890>
- Peña-Acuña, B., & Cislowska, A. I. (2023). The chroma key perceived as a multimodal and multiliteracies teaching tool. *European Journal of Language Policy*, 15(2), 273-297. <https://doi.org/10.3828/ejlp.2023.1>

- Peña-Acuña, B., & Crismán Pérez, R. (2022). Lectura proyectada versus consumo real de formatos narrativos en lengua española en universitarios de español como L1. *Investigaciones Sobre Lectura*, 17(2). <https://doi.org/10.24310/isl.vi18.14308>
- Peña-Froment, F. (2020). Comunicación profesor-alumno a través de las redes sociales. Percepciones de los estudiantes sobre la credibilidad docente en Twitter. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=259367>
- Piragua, C., & Ñañez, J. (2021). Instagram, das redes sociais ao ambiente virtual de aprendizagem: uma experiência com resultados inesperados. *Encuentros*, 19(1), 203-218. <https://doi.org/https://orcid.org/0000-0002-1221-7050>
- Rahman, S., Ramakrishnan, T., & Ngamassi, L. (2020). Impact of social media use on student satisfaction in Higher Education, 74(3), 304-319. <https://doi.org/10.1111/hequ.12228>
- Rubio Alcalá, F., Hadjistassou, S., & Ferrero-Rodríguez, M. (2023). Study of English self-learning perceptions throughout video games of narrative and fantasy. *Linguo Didáctica*, 2, 89-104. <https://doi.org/10.33776/linguodidactica.v2.7734>
- Sakr, M. (2020). It just opened my eyes a bit more: Student engagement with Instagram to develop understanding of complex concepts. *Teaching in Higher Education*, 25(7), 858-871. <https://doi.org/10.1080/13562517.2019.1613356>
- Salehudin, M. N. (2021). The Users' Experiences in Processing Visual Media for Creative and Online Learning Using Instagram. *European Journal of Educational Research*, 10(4), 1669-1682. <https://doi.org/10.12973/eu-jer.10.4.1669>
- Santoveña-Casal, S., & Bernal-Bravo, C. (2019). Explorando la influencia del docente: Participación social en Twitter y percepción académica. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 58, (1), 75-84. <https://doi.org/10.3916/C58-2019-07>
- Saribas, S., Coskun, N., & Mamur, N. (2023). Teaching Visual Culture in the Context of Visual Arts Teacher Education. *Pedagogies: An International Journal*, 18(2), 221-248. <https://doi.org/10.1080/1554480X.2021.1975543>
- Toleuzhan, A., Sarzhanova, G., Romanenko, S., Uteubayeva, E., & Karbozova, G. (2023). The Educational Use of YouTube Videos in Communication Fluency Development in English: Digital Learning and Oral Skills in Secondary Education. *International Journal of Education in Mathematics, Science and Technology*, 11(1), 198-221. <https://doi.org/10.46328/ijemst.2983>
- Turke, S., Liu, E., & Oxtoby, D. (2021). Empathy and Our Future. *Bulletin of the American Academy of Arts and Sciences*, 74(4), 12-23. <https://doi.org/https://www.jstor.org/stable/27204504>
- Unwin, A., & Yandell, J. (2016). *No Nonsense Rethinking Education: Whose knowledge is it anyway?* New Internationalist.
- Uzun, Y. (2023). Visual Culture Approaches to the Selfie. *Art Style*, 12(12), 169-286. <https://doi.org/10.4324/9780367206109-4>
- Yilmaz, M., Yilmaz, U., & Demir-Yimaz, E. (2019). The Relation between Social Learning and Visual Culture. *International Electronic Journal of Elementary Education*, 11(4), 421-427. <https://doi.org/10.26822/iejee.2019450837>
- Zhu, S., Yang, H., Xu, S., & MacLeod, J. (2020). Understanding Social Media Competence in Higher Education: Development and Validation of an Instrument. *Journal of Education Computing Research*, 57, 1935-1955. <https://doi.org/10.1177/0735633118820631>