

BUAP

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Facultad de Artes Plásticas y Audiovisuales

Licenciatura en Artes Plásticas

Arte sin contemplación: La experiencia estética y el arte plástico en la era de la viralidad

Diciembre 2025

TESIS para obtener el título de Licenciada en Artes Plásticas

PRESENTA

Estefanía Nepomuceno Torres

Matrícula: 202049082

DIRECTORA DE TESIS

Mtra. Martha Erika Mateos Genis



Arte sin Contemplación
la Experiencia Estética y el Arte Plástico en la era de la Viralidad

Estefania N. Torres

Resumen

Esta investigación examina la transformación de la experiencia estética del arte plástico en el contexto de la red social digital Instagram, atendiendo a los cambios en la percepción, la atención y la contemplación que introduce la mediación digital. A partir de un marco teórico que articula los fundamentos filosóficos de la estética con aportes sobre cultura visual e hipermedia, se problematiza la noción tradicional de experiencia estética basada en la presencia material y el tiempo prolongado de contemplación.

Desde un enfoque cualitativo, se analizan diez publicaciones de artistas plásticos (emergentes y consolidados) realizadas durante el año 2025, mediante fichas de análisis que consideran formatos, configuraciones visuales y métricas de interacción. Los resultados muestran que Instagram no elimina la experiencia estética, pero la reconfigura en experiencias fragmentadas, *de impacto visual inmediato y atención breve, condicionadas por la lógica del scroll y el algoritmo*; asimismo, la plataforma puede funcionar como un medio de aproximación al arte material, aunque sin sustituir la experiencia física de la obra. En conjunto, el estudio aporta una reflexión crítica sobre la relación objeto-espectador y la sensibilidad estética en la cultura visual contemporánea.

Índice

Agradecimientos 4

Introducción 6

Capítulo I: Protocolo de investigación 9

1.1 Planteamiento del problema 9

1.2 Objetivos de la investigación 12

1.2.1 General 12

1.2.2 Específicos 13

1.3 Pregunta de investigación 13

1.4 Hipótesis 14

1.5 Justificación 14

Capítulo II: Marco teórico y estado del arte 16

2.1 La estética: fundamentos filosóficos 16

2.2 Experiencia estética 21

2.2.1 Experiencia estética en el arte contemporáneo 24

2.3 Redes sociales y Cultura Visual 29

2.4 El arte y los medios 36

2.5 Algoritmo y fenómeno de la viralidad 40

2.6 Antecedentes de investigación 43

2.6.1 Primer Antecedente 43

2.6.2 Segundo Antecedente 44

2.6.3 Tercer Antecedente 46

Capítulo III: Marco metodológico 47

3.1 Enfoque de investigación 47

3.2 Tipo y diseño de investigación 48

3.3 Universo, población y muestra 48

3.3.2 Población 48

3.3.3 Muestra 49

3.4 Técnicas de recolección de información....50

3.4.1 Análisis visual....50

3.4.2 Métricas e interacciones....51

3.5 Procedimiento 51

3.6 Criterios de análisis 52

3.7 Consideraciones éticas 53

3.8 Limitaciones de la investigación 53

Capítulo IV: Instagram como espacio de circulación del arte....54

4.1 Dinámica del algoritmo y la viralidad en Instagram 55

4.2 El arte plástico en Instagram 59

Capítulo V: La experiencia estética en Instagram....61

5.1 Transformación de la experiencia estética en el entorno digital....61

5.2 La interfaz como mediación: scroll, viralidad y atención 64

5.3 Análisis de casos: artistas emergentes y consolidados 67

5.4 Configuraciones estéticas resultantes 94

5.5 Comparación entre experiencia estética tradicional y digital....99

5.6 Resultados del análisis....101

Capítulo VI: Conclusiones 104

Referencias....109

Agradecimientos

Este proyecto ha sido un camino en el que no solo he aprendido sobre la investigación y la redacción, sino que también me ha enseñado el valor del compromiso, la disciplina y la constancia; además, me ha demostrado de lo que soy capaz cuando confío en mí, incluso con dudas y obstáculos.

Muchas gracias a mis profesoras y profesores, quienes me acompañaron durante este proceso, brindándome herramientas y conocimientos en momentos clave; sobre todo, a mi asesora de tesis, la Mtra. Martha Erika Mateos Genis, quien me guio con paciencia, claridad y firmeza para alcanzar esta gran meta; a la Dra. Amanda Rosa Pérez Morales, por compartir su apoyo, su conocimiento y por confiar en mí al involucrarme en proyectos que me han permitido crecer académica y profesionalmente; y muchas gracias a mi tutora, la Mtra. Nidia Guiochin Sotomayor, por su apoyo constante, su empatía y el cariño que me ofreció en distintas etapas de este camino. Sin duda, ustedes han sido pilares fundamentales en mi formación, brindándome una mirada amplia y mostrándome que el amor a la docencia define a grandes personas.

Gracias a todas y todos quienes me acompañaron durante la carrera, quienes me brindaron amor, ternura y compañía; quienes me cuidaron y me permitieron cuidarles. Gracias a las amistades que siguen presentes, a las que apenas llegaron y a las que se fueron, pues cada una contribuyó a mi crecimiento personal, permitiéndome ver la vida desde diversas perspectivas y aprender a ser mejor persona.

Muchas gracias a mi novio Bryan, quien no solo me ha soportado y acompañado durante tantos años, sino que ha sido un gran pilar en mi camino personal y profesional, siendo testigo directo de mi desarrollo en los momentos buenos y en los más difíciles.

Y, sobre todo, muchas gracias a mi familia, que ha realizado un gran esfuerzo para que yo llegara hasta este punto, sacrificando recursos y momentos para que pudiera concluir mi carrera. Gracias por confiar en mí incluso cuando yo dudaba, por alentarme a seguir y por permitirme cumplir esta meta que es tan mía como suya. ¡Lo logramos!

Espero de corazón que estén orgullosos de este logro, que representa no solo un final, sino también el inicio de nuevas metas.

Introducción

Desde la filosofía, la experiencia estética se concibe como un modo particular de relación sensible y reflexiva con el objeto artístico, donde el espectador se dispone a una percepción caracterizada por la atención sostenida y apertura a la significación; en este sentido, la contemplación no implica pasividad, sino una forma activa de atención prolongada, donde la obra y el espectador comparten un tiempo definido por el impacto de la obra en un espacio determinado por el autor.

Sin embargo, esta definición se ha visto alterada en el contexto contemporáneo, pues las condiciones materiales y tecnológicas han cambiado de manera sustancial; en este marco, las redes sociales no se centran como la causa principal de la transformación de la experiencia estética, pero sí como uno de los factores más determinantes en la atención y el tiempo perceptivo, ya que, plataformas digitales de interacción social como Instagram introducen un régimen visual basado en la circulación constante de imágenes, el desplazamiento continuo y la fragmentación del encuentro con la obra, lo que dificulta la suspensión temporal asociada tradicionalmente a la contemplación.

La obra plástica, al inscribirse en la lógica del *feed*[1], ya no aparece como un objeto que solicita una pausa o una detención, si no como un fragmento más dentro de un flujo incesante de estímulos que compiten agresivamente por la mirada. En este entorno, la experiencia estética se ve *tensionada* por métricas que orientan la interacción inmediata; frente a este paisaje visual saturado, la pregunta sobre qué significa *experimentar estéticamente* una obra

[1] Esta palabra en español se usa principalmente para referirse a un flujo de contenido que se actualiza constantemente, como en redes sociales.

en un medio diseñado para la circulación veloz se vuelve indispensable para la filosofía del arte.

El problema que da origen a esta investigación surge de esa tensión entre el régimen de la contemplación y el de la data: ¿qué ocurre con la experiencia estética cuando la obra plástica se convierte en un elemento susceptible de ser desplazado rápidamente?, ¿qué tipo de relación se configura entre espectador, imagen y plataforma cuando la atención es administrada por un algoritmo? La relevancia de este cuestionamiento no reside únicamente en constatar el desgaste del proceso contemplativo que proporcionan los espacios digitales de divulgación de arte, sino en examinar filosóficamente la reconfiguración de la experiencia misma: la manera en que *se ve, se interpreta, se recuerda y se valora la obra* cuando el medio digital impone condiciones perceptivas y lógicas de *engagement* específicas.

Anteriormente, la experiencia estética era validada por la presencia momentánea de esta; ahora, los algoritmos que administran el funcionamiento de redes sociales como Instagram, condicionan la visibilidad del contenido, privilegiando aquello que genera mayor interacción. De este modo, las obras plásticas se transforman en imágenes diseñadas para captar la atención inmediata, dejando de lado la contemplación y el diálogo, todo para obtener aprobación social. Como expresa Gadamer (2003): "En la experiencia estética lo que importa no es lo que el sujeto hace del objeto, sino lo que el objeto hace con el sujeto" (pág. 135).

Este fenómeno no solo repercute en la divulgación del arte, sino también en su misma producción, ya que los artistas se ven obligados a adaptar su lenguaje visual y mensaje, mientras que el espectador *hipermediatizado*[2] ya no se enfrenta a la obra para interpretarla,

[2] Se entiende como una condición propia del entorno digital en la que el medio se hace constantemente visible a través de múltiples estímulos, formatos e indicadores de interacción, fragmentando la atención del espectador.

sino como un usuario que valida o descarta con un gesto mínimo. Ciertamente, las redes sociales han democratizado el acceso al arte, pero también han suscitado una profunda tensión entre lo estético y lo viral. Por lo tanto, el objeto de estudio es la experiencia estética del espectador frente a publicaciones de arte plástico en Instagram, y la investigación se guía por la pregunta: ¿Cuál ha sido la transformación de la experiencia estética del espectador de arte plástico en el mundo viral de las redes sociales, específicamente Instagram?

A pesar de la propagación de Instagram y su evidente impacto en la distribución artística, existe un vacío crítico y metodológico que esta investigación busca abordar, ya que es escasa la literatura que integre de manera empírica el análisis filosófico de la experiencia estética con el estudio del ecosistema algorítmico de una plataforma específica, especialmente utilizando el arte plástico como objeto de estudio; por lo que esta investigación es imperativa, ya que trasciende el análisis funcional, evaluando cómo la interfaz y el algoritmo están estructurando la percepción del espectador y modificando el juicio de valor del arte. Además, al centrarse en el arte plástico poblano y en un periodo delimitado, ofrece un análisis cualitativo situado y contemporáneo sobre cómo la lógica global del contenido viral se manifiesta en contextos artísticos específicos.

Finalmente, el estudio es necesario, porque sienta las bases para comprender la emergencia de un nuevo régimen estético dominado por la inmediatez, proporcionando herramientas conceptuales para futuros análisis *sobre la tensión irreconciliable entre la eficacia algorítmica y la profundidad contemplativa,* lo que actualiza el campo de la estética y la filosofía del arte a la realidad del siglo XXI.

Para responder la pregunta planteada, se adopta un enfoque cualitativo de carácter intensivo, ya que, se seleccionaron diez publicaciones de artistas plásticos poblanos (cinco

emergentes y cinco consolidados) publicadas en Instagram durante 2025. Esta selección equitativa es metodológicamente suficiente dentro del enfoque cualitativo adoptado, pues la investigación prioriza la comprensión profunda del fenómeno antes que la representatividad estadística, además, la división comparativa de la muestra garantiza la variabilidad y el equilibrio necesario para contrastar estrategias y modos de recepción en contextos de visibilidad distintos, tal como lo sustentan antecedentes metodológicos del área.

El documento se organiza por capítulos para desarrollar la argumentación. El primer capítulo presenta el protocolo de proyecto, partes fundamentales como el planteamiento del problema. Los siguientes capítulos comprenden los marcos referenciales teórico, histórico y el estado de la cuestión, articulando los aportes filosóficos, visuales y mediáticos necesarios para abordar el fenómeno. Posteriormente se presenta la metodología donde se aborda la característica de proyecto y también los métodos, instrumentos y herramientas para estudiar algunos casos que representan el objeto de estudio. Se analiza y examina las condiciones de visibilidad y circulación del arte plástico en Instagram. Finalmente, se presentan los análisis de caso y discute la transformación de la experiencia estética observada, además, se integran hallazgos, conclusiones y líneas de investigación futuras.

Capítulo I: Protocolo de investigación

1.1 Planteamiento del problema

Desde hace unos años, las redes sociales digitales se han convertido en espacios predominantes para la producción, divulgación y consumo de imágenes, transformando no solo nuestra comunicación, sino también la naturaleza de nuestra experiencia estética cotidiana. La explosión de estas plataformas ha detonado un consumo masivo y vertiginoso,

a menudo descrito como una *inundación visual*, donde la cantidad y la velocidad priman sobre la profundidad de la contemplación, abarcando desde elementos sintéticos generados por Inteligencia Artificial (que fascinan por su hiperrealismo ilimitado) hasta la reproducción digital de obras de arte plástico reales.

Plataformas como Instagram han desplazado los lugares tradicionales de apreciación de arte como los museos; ahora, con un solo *click* puedes tener acceso a miles de imágenes sin tener que salir de casa, pero esta accesibilidad viene con la condición del formato efímero de presentación, ya que el contenido se ofrece en un flujo constante o en narrativas cortas que exigen una atención superficial y la toma instantánea de decisiones como dar *like*[3] o seguir deslizando; esta lógica del *scroll*[4] despoja a la imagen de su contexto material, reduciendo la obra a un simple estímulo sensorial fugaz que se consume rápidamente para ser reemplazado de inmediato por el siguiente.

Antes, el arte era un medio exclusivo para el que asistiera a un museo, una galería o comprara un libro impreso, alineándose a un protocolo que rige estas instituciones y pagar sumas elevadas, sin embargo, esto configuraba una experiencia estética: pararse frente la obra y contemplarla, teniendo un diálogo directo con el espectador y generar un espacio de concentración y juicio. Esta experiencia validada por teóricos, estetas y filósofos, consideraban imprescindible la relación objeto de arte y espectador en una presencialidad en un solo momento, identificando el *aura* del objeto. Ahora esta otra relación con el arte donde se exhibe en redes sociales hace que el algoritmo que administra el funcionamiento de estas,

[3] Acción de tocar el ícono del corazón (o dar doble *tap* a la pantalla) debajo de una publicación en cualquier formato para indicar que te gusta el contenido

[4] Acción de deslizar el dedo para mover el contenido de una pantalla (generalmente hacia arriba o abajo), permitiendo al usuario explorar de forma continua el *feed* de noticias o publicaciones.

como es el caso de Instagram, condicione la visibilidad del contenido, privilegiando aquello que genera mayor interacción. De este modo, las obras plásticas se transforman en imágenes diseñadas para *captar la atención inmediata* o en videos altamente estimulados mostrando el proceso de creación a través de formatos de video corto (*reels*), dejando de lado el impacto estético de la obra, el diálogo con el espectador y, sobre todo, la contemplación, todo para obtener aprobación social y, en consecuencia, más viralidad. En 2003 Gadamer expresó "En la experiencia estética lo que importa no es lo que el sujeto hace del objeto, sino lo que el objeto hace con el sujeto." (pág 135) Sin embargo, se está transformando en todo lo contrario, el sujeto decide rápidamente lo que hace con el objeto; guardarlo, compartirlo, darle *like* o simplemente, seguir *scrolleando.*

Este fenómeno no solo repercute en la divulgación del arte, sino también en su misma producción, ya que los artistas se ven obligados a adaptar su lenguaje visual, mensaje y contexto a las nuevas actualizaciones del algoritmo de las redes sociales, la atención se centra más en qué hacer para que el *post* se comparta, corriendo el riesgo de caer en una *homogeneización* de estilo, en la pérdida de sentido simbólico o crítico y en la subordinación de la creación a la propia efectividad digital. El espectador *hipermediatizado* ya no se enfrenta a la obra como una persona que la interpreta o, de una cierta manera, la convierte en un objeto simbólico, sino como un usuario que valida o descarta con un gesto mínimo y después, posteriormente, olvida.

A pesar del evidente impacto de Instagram en la distribución artística, existe un vacío crítico y metodológico que esta investigación busca abordar, ya que, si bien abundan los estudios de *marketing* que analizan la viralidad con fines comerciales y los estudios de cultura visual que describen la sobrecarga informativa, es escasa la literatura que integre el análisis

filosófico de la experiencia estética con el estudio de las condiciones algorítmicas de una plataforma específica, especialmente utilizando el arte plástico como objeto de estudio. La mayoría de las investigaciones en estética se han mantenido ancladas a los espacios tradicionales (museos y galerías), mientras que los estudios de las plataformas digitales a menudo omiten la reflexión profunda sobre la fenomenología del consumo visual en el contexto del *scroll*. Por lo tanto, esta investigación es imperativa porque trasciende el análisis funcional, evaluando cómo la interfaz y el algoritmo están estructurando la percepción del espectador y modificando el juicio de valor del arte; además, al centrarse en el arte plástico poblano y en un periodo delimitado, ofrece un análisis cualitativo situado y contemporáneo sobre cómo la lógica global de lo viral se manifiesta en contextos artísticos específicos.

Y es que si bien, las redes sociales han democratizado el acceso al arte y ofrecido nuevas oportunidades a los creadores, también han suscitado una profunda tensión entre estética y viralidad. Es por lo que la pregunta que emerge a partir de aquí es si aún es posible una experiencia estética en un contexto donde los numerosos datos y métricas parecen determinar el valor de la obra, por lo que esta investigación parte de esta problemática y busca explorar cómo se configura hoy por hoy la relación entre el espectador, la obra plástica y la plataforma digital, qué implicaciones tiene el nuevo régimen visual y cómo afecta este régimen a la experiencia estética.

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 General

Analizar cómo en el contexto del contenido viral en redes sociales como Instagram han transformado la experiencia estética del consumidor de arte plástico, mediante un enfoque cualitativo que combine el análisis visual de publicaciones de artistas emergentes y

consolidados poblanos contemporáneos en un periodo de un año con el sustento teórico de autores especializados en estética y cultura visual.

1.2.2 Específicos

1. Analizar autores que señalen y reinterpreten la experiencia estética a un contexto más contemporáneo para evaluar si este ha cambiado en el mundo postmoderno rodeado de la digitalidad (redes sociales digitales).
2. Distinguir la dinámica del algoritmo en la red social digital Instagram e interpretar la misma por medio de obras plásticas que se han publicado en 2025.
3. Seleccionar obras pictóricas de artistas emergentes y consolidados cuyas obras estén publicadas en el periodo del año 2025 para su análisis visual y de interacción.
4. Interpretar el contenido e interacciones de las obras en las redes sociales por parte de los usuarios para valorar si la experiencia estética del espectador ha sido modificada respecto a los conceptos analizados de los diferentes autores revisados.

1.3 Pregunta de investigación

La visualización de las imágenes a través de redes sociales como Instagram ha marcado un nuevo modelo de consumo de la imagen al grado que las obras de arte plásticas que se comparten deben circular bajo normas condicionadas a la viralidad. Así, este nuevo entorno está propiciando una mutación de la experiencia estética tal y como la entendemos al situarnos ante una obra plástica ya que ha pasado de ser *algo* que conlleva una cierta contemplación, a ser un consumo visual efímero, cuantificable y regido por métricas. De este modo, la pregunta que empieza a surgir es si más bien la obra plástica no queda convertida en la forma de contenido para el espectador-usuario, que en la que fue considerada el objeto de interpretación crítica-simbólica.

La tensión entre lo disruptivo del arte en sí con el entorno digital mediado; entre el juicio estético frente la aprobación social, empieza a canalizar un asunto central de la filosofía del arte contemporáneo: ¿Qué queda de la experiencia estética en un ecosistema digital que prioriza la inmediatez, la visibilidad y el entretenimiento? Kant pensó el juicio estético como desinteresado. Sin embargo, los algoritmos podrían estar entreviendo la reconstrucción de la relación entre la obra y el espectador o su experiencia en forma de una fragmentaria y fugaz. Así mismo, la pregunta inicial que guía la investigación es la siguiente: ***¿Cuál ha sido la transformación de la experiencia estética del espectador de arte plástico en el mundo viral de las redes sociales especialmente en Instagram?***

1.4 Hipótesis

Hi: "Se anticipa que las dinámicas algorítmicas de Instagram influyen en la forma en que el espectador experimenta las obras plásticas, favoreciendo interacciones rápidas y sociales sobre procesos contemplativos. En este contexto, las obras plásticas dejan de ser punto central y se convierten en un estímulo visual efímero, moldeado para los *likes* más que para la sensibilidad estética.

1.5 Justificación

La presente investigación resulta importante en un contexto donde las plataformas digitales, han transformado radicalmente las formas de producción, circulación y percepción del arte plástico. Las dinámicas de estas plataformas, gobernadas por métricas de interacción han instaurado un nuevo régimen visual donde el contenido viral se impone sobre el juicio crítico y la contemplación estética. Esta transformación afecta tanto a los artistas, que tiene que recurrir a diversos formatos para mostrar su proceso de creación; como a los espectadores,

cuya experiencia estética se ve cada vez más reducida a compartir la obra que te gustó o seguir navegando en el mar de imágenes que la aplicación te muestra.

El autor Pedro Moreno García, ha escrito un artículo para la revista de Estudios en Sociedad, Artes y Gestión cultural en 2023 redactando lo siguiente:

> El consumidor de arte está sobre estimulado, día tras día es avasallado en las redes sociales con nuevas creaciones, además, el tiempo de disfrute de estas creaciones es mínimo, estamos abocados hacia la observación pasiva del arte borrando así, la capacidad de autorreflexión. En el caso del artista, este ha de producir de una forma casi industrial… (García, 2023)

Por ello, resulta urgente repensar qué tipo de experiencia estética (o no) es aún posible en este nuevo ecosistema digital y qué consecuencias tiene esta transformación para la creación y divulgación artística junto con la sensibilidad del espectador.

La relevancia social de este estudio radica en que permite problematizar la función del arte en la era de la imagen viral, así como los criterios con los que se valora una obra en la actualidad. Además, tiene valor académico al contribuir a los estudios interdisciplinarios entre estética, filosofía del arte, comunicación digital y cultura visual, integrando la bibliografía existente (aunque muy reducida) sobre el arte en las redes sociales.

Finalmente, esta investigación busca abrir un espacio de reflexión sobre el lugar del arte y la sensibilidad en un entorno dominado por el entretenimiento inmediato y la viralidad. Preguntarse si la experiencia estética puede sobrevivir en un mundo tan fugaz y sobre estimulado no solo interpela al mundo del arte, sino también a las formas en que nos relacionamos con las imágenes, con el tiempo, con los otros y con nosotros mismos

Capítulo II: Marco teórico y estado del arte

2.1 La estética: fundamentos filosóficos

En el mundo del arte y la filosofía, uno de los conceptos más importantes es la estética, por lo que es primordial entender este término y su evolución. Según la Real Academia Española, "la estética es una disciplina que estudia la belleza y los fundamentos filosóficos del arte" (Real Academia Española), siendo la belleza la reunión de diversas cualidades de algo o alguien cuya contemplación produce placer sensorial, intelectual e incluso espiritual. Este concepto y todo lo que en este circunda solo es apreciado por la humanidad, es decir, al igual que el arte, solo las personas somos capaces de racionalmente establecer lo que es estético o no.

Desde los inicios de la humanidad, las ideas estéticas se manifestaron, comprendiéndose como una filosofía y delimitando a las sensaciones como una fuente primordial del saber, filósofos como Heráclito y Demócrito reflejaban lo sensible como un medio para conocer el mundo; Platón y Aristóteles, posteriormente, otorgaron a la experiencia estética un lugar central en la reflexión filosófica, primero asociándola con la mímesis y la búsqueda de lo ideal, y segundo, vinculándola al placer, la percepción y la catarsis. Así, la estética comenzó a configurarse como un ámbito que no sólo indagaba en la belleza, sino también en la manera en que el ser humano interpreta y construye su relación con la realidad a través de los sentidos.

El desarrollo de las ideas estéticas se enfrentó a una regresión en la Edad Media por la influencia del dogma eclesiástico, donde prevaleció el interés por difundir el catolicismo antes que la imitación de la naturaleza. Sin embargo, esto cambió en el Renacimiento, donde se volvió fundamental el mundo circundante, siendo para ellos el arte una forma de ciencia,

relacionándolo altamente con las ciencias exactas y estudiando la naturaleza de forma exhaustiva. Esta idea se extendió con fuerza en la Ilustración, donde se rendía culto a la razón, y se proclamó al hombre como libre y racional, pasando por pensadores importantes como Rousseau, Voltaire o Diderot.

Durante el siglo XIX, la filosofía alemana comenzó a avanzar, y con esta gran ola de pensadores, apareció una figura muy importante para la estética: Kant, sosteniendo que la satisfacción estética es puramente contemplativa, lo que expone en su obra *Crítica del Juicio (1790)*, donde define el juicio estético como desinteresado y universalizable. A esta reflexión se unió *Hegel* que, en su libro llamado *Lecciones sobre estética (1989)*, afirma que el arte es una forma del espíritu total; viendo la obra como señal de libertad y un paso importante en la evolución histórica de la autoconciencia. Así, mientras que Kant pone el arte en la parte de sensación personal y opinión, Hegel lo mete en un sistema más grande donde el arte junto con la religión y filosofía hacen parte de lograr el espíritu humano.

A pesar de que estos autores son primordiales y el concepto de estética fue enriquecido por distintos filósofos de distintas etapas históricas hasta llegar a la modernidad, la realidad es que "hoy en día el término "Estética" no es sino una palabra imprecisa, últimamente aplicada en círculos académicos a todo lo que tiene que ver con objetos de arte o con el sentido de la belleza" (Guzmán, 2006), puesto que en la actualidad el término se ha expandido hacia múltiples disciplinas, desde la filosofía y la teoría del arte hasta la antropología, la comunicación y los estudios culturales; la estética contemporánea no sólo reflexiona sobre la belleza o el gusto, sino también sobre la experiencia, la percepción, la sensibilidad y la forma en que los sujetos interpretan el mundo en contextos diversos.

Desde la mímesis platónica y aristotélica[5], hasta el juicio desinteresado de Kant[6] y la manifestación del espíritu de Hegel[7], la estética se ha redefinido y ha cambiado constantemente su objeto de estudio. Sin embargo, a pesar de la complejidad lograda por el Idealismo Alemán, que parecía haber llevado la reflexión estética a su punto cúlmine al integrarla en un sistema filosófico total, la propia modernidad y las dinámicas sociales del siglo XIX prepararon el terreno para una radical distorsión de estos cimientos.

El quiebre más significativo en el siglo XIX contra el sistema racionalista hegeliano y la estética moralizante kantiana provino de *Friedrich Nietzsche*. Para este pensador, la estética no podía reducirse a la mera contemplación desinteresada del objeto bello, ni ser simplemente una etapa en el desarrollo del Espíritu, por el contrario, la estética es un reflejo de la *Voluntad de Poder* y una afirmación de la vida en su totalidad, incluyendo sus aspectos más dolorosos y caóticos. En su obra llamada, *El nacimiento de la tragedia en el espíritu de la música (1872),* Nietzsche introduce la dialéctica fundacional de lo estético: lo *apolíneo* y lo *dionisíaco*. Lo *apolíneo* representa la belleza formal, el orden, la racionalidad y el sueño, elementos que Platón y Kant valoraron, mientras tanto, lo *dionisíaco* encarna el caos, la embriaguez, el impulso vital desbordado y la disolución del individuo en la unidad primordial. Nietzsche sostiene que la gran tragedia griega, la cumbre del arte, reside en la

[5] En Platón, la reflexión sobre el arte se articula en torno a la noción de mímesis como imitación de la realidad sensible, dado que esta realidad es, a su vez, una copia del *Mundo de las Ideas*, donde la obra artística se sitúa en un tercer nivel ontológico, lo que la aleja de la verdad (Platón, 380 a.c.). Por otro lado, Aristóteles, aunque mantiene la idea de mímesis, introduce una valoración distinta, ya que considera que la imitación artística no reproduce simplemente lo visible, sino que revela lo universal a través de la forma. Así, otorga al arte una función cognitiva y catártica que legitima su lugar dentro de la experiencia humana (Aristóteles, 335 a.c.).

[6] Con Kant, la estética se desplaza hacia la experiencia del sujeto, pues el juicio estético se define como un juicio reflexionante y desinteresado, donde el placer no depende de conceptos ni de fines prácticos, sino de la libre armonía entre imaginación y entendimiento (Kant, 1790).

[7] Para Hegel, el arte adquiere una dimensión histórica y espiritual, ya que se concibe como una manifestación sensible del espíritu absoluto, capaz de expresar las ideas de una época determinada; sin embargo, esta concepción también anticipa el carácter mutable del arte, al situarlo dentro de un devenir histórico en el que sus formas y funciones se transforman conforme cambian las condiciones culturales y sociales (Hegel, 1829).

fusión de ambos impulsos, este enfoque no busca la belleza como armonía, sino como la experiencia intensa que afirma la vida incluso en su dimensión más trágica, así, el valor estético se desplaza del objeto a la fuerza creativa y vital que lo engendra y a la capacidad del arte de ser un consuelo metafísico ante la absurdidad de la existencia. "Solo como fenómeno estético se justifica eternamente la existencia y el mundo." (Nietzsche, 1872)

Mientras Nietzsche buscaba en la estética una metafísica de la voluntad, otras corrientes se movían en dirección completamente opuesta, buscando la total autonomía del arte respecto a la filosofía, la moral y la política. Surgió así el *Formalismo*[8], que tuvo una gran resonancia a principios del siglo XX con pensadores como Heinrich Wölfflin convirtiéndose en los padres de la historia del arte moderno, defendiendo el estudio de la obra basado en el estilo y la forma misma, sin recurrir a consideraciones externas.

Wölfflin, en su obra *Conceptos fundamentales de la Historia del Arte (1915),* aplica un método comparativo para definir estilos a partir de diferencias estructurales inherentes (Wölfflin, 2013). Para el formalismo, el valor estético reside en la organización interna de la obra: sus líneas, colores, ritmos y composiciones. Esta corriente, al rechazar la estética romántica hegeliana, se acerca al Neokantismo al centrarse en la forma y en la percepción como estructuras fundamentales, pero limitando el estudio estético meramente al arte, confiriéndole una autonomía disciplinar, una estética sin fundamento metafísico o moral.

Por otro lado, el siglo XX trajo consigo no solo nuevos estilos artísticos, sino también la crisis de las promesas de la Ilustración, manifestadas en las guerras mundiales y la

[8] El Formalismo es una doctrina que prioriza la forma sobre el contenido, ya sea en el arte, la ley, la filosofía o la vida cotidiana, además se orienta en la aplicación de normas externas y en los aspectos puramente visuales o estructurales, desestimando la importancia del significado, el contexto o la intención.

industrialización, sin embargo, bajo este contexto, surgió la *Escuela de Fráncfort* [9] que realizó una de las críticas más incisivas a la estética moderna, para Theodor W. Adorno, la estética no podía ser ni la belleza formal ni la afirmación vital, sino que debía ser el estudio de la verdad contenida en el sufrimiento no resuelto de la obra de arte. En su obra titulada *Teoría Estética (1970),* Adorno ve el arte auténtico como una negación de la realidad social instrumentalizada y fetichizada por el capitalismo; el arte no debe ofrecer consuelo ni placer sencillo, sino exponer las contradicciones del mundo, su validez estética radica en su capacidad de resistencia y en su carácter de enigma, de algo que se niega a ser comprendido inmediatamente. Adorno insistió en que el arte debe ser la conciencia crítica de una sociedad enferma, afirmando: "El arte es la antítesis social de la sociedad y no puede afirmarse de forma inmediata en ella" (Adorno T. W., 2004, pág. 16). Esta postura se complementa con la crítica de Max Horkheimer, otro pilar de la Escuela, pues ve cómo la razón instrumental ha transformado la cultura en una industria que vende entretenimiento y conformidad, en lugar de impulsar el pensamiento crítico: "La industria cultural no sublima; más bien reprime (...) Al exponer siempre de nuevo el mismo bien cultural, no mantiene la promesa de la felicidad, sino que degrada al individuo a mero material de la producción y de la administración" (Adorno M. H., 1994, págs. 95-142) .Para estos pensadores, la verdadera experiencia estética es un acto de resistencia intelectual contra la hegemonía de la industria cultural y su promesa falsa de placer.

Así mismo, los fundamentos filosóficos de la estética se diversificaron, pasando de la búsqueda del ideal a la afirmación del impulso vital de la contemplación a la autonomía

[9] La Escuela de Fráncfort es un grupo de teóricos asociados al Instituto de Investigación Social de la Universidad de Fráncfort del Meno, con su propósito de analizar y criticar las sociedades industriales y la cultura de masas, además, se enfocaron en comprender las estructuras de poder y la manipulación social en la modernidad.

formal y finalmente, a la crítica social y la negación de la ideología; la estética contemporánea, entonces, hereda esta pluralidad de enfoques, entendiendo que su campo de estudio no es un objeto único y fijo, sino una red de interacciones entre la forma, el sentimiento, la cultura y el poder.

2.2 Experiencia estética

Antes del quiebre moderno, la experiencia estética fue formalizada por Kant, ya que definió a la experiencia estética como un juicio de gusto desinteresado y universal. Para este pensador, el valor estético no reside en el objeto mismo ni en la sensación meramente placentera que provoca, sino en el libre juego de las facultades de la imaginación y el entendimiento en el sujeto. La experiencia estética es, por naturaleza, "sin concepto" y "sin interés"; no está ligada a la utilidad, la moral o la existencia real (Kant, Edición de 2007).Esta visión estableció el carácter autónomo de lo estético, separándolo de la moral y la ciencia, pero lo confinó a la contemplación reflexiva, distanciada de la vida práctica y emocional.

La estética filosófica, al fragmentarse en el siglo XX, reveló una insuficiencia en centrar su análisis exclusivamente en el objeto artístico (la forma, la técnica o el concepto). La crítica de Nietzsche que afirmaba la vida y el desafío de Adorno al objeto reificado abrieron una brecha que exigía redirigir la reflexión hacia el polo descuidado de la relación estética: el sujeto perceptor y el acto mismo de percibir; si el arte, en la modernidad tardía, ya no podía garantizar un ideal de belleza ni una verdad absoluta, su valor debía residir en el modo en que impacta, transforma y otorga sentido a la vida individual. La preocupación no es ya qué es lo bello o qué significa la obra, sino cómo se vive el encuentro con lo estético, abandonando la perspectiva kantiana del juicio contemplativo y desinteresado para adoptar una visión que reintegra la sensibilidad, la emoción y la acción en el proceso estético.

Sin embargo, es importante reconocer que el concepto de *experiencia estética* como categoría filosófica autónoma es una invención moderna, en la Antigüedad y la Edad Media, lo que hoy denominamos experiencia estética estaba relacionado en categorías éticas, metafísicas o teológicas. Por ejemplo, en el platonismo clásico, la experiencia estética se entendía primariamente como un momento de reminiscencia intelectual (*anámnēsis*), un reconocimiento de la Belleza como idea trascendente, la sensibilidad era el escalón que permitía al alma ascender hacia la verdad metafísica, siendo la experiencia fundamentalmente cognitiva y purificadora. En contraste, el aristotelismo enfocaba la vivencia en el placer desinteresado que surge de la mímesis y la catarsis que se lograba al presenciar una tragedia, siendo un goce mediado por la razón y la percepción de la estructura y la finalidad (Aristóteles, 2011/335a.c). Posteriormente, en la estética cristiana medieval, la experiencia se integró en la contemplación de la manifestación de Dios en el mundo. La belleza de la luz, la proporción y los símbolos se entendía como un símbolo de lo divino y una vía de ascenso a lo invisible, cuyo fin último era la elevación del espíritu hacia el creador. En todas estas concepciones pre-modernas, la experiencia estética siempre funcionó como un medio para alcanzar un fin superior (verdad, la virtud o Dios), y nunca como un fin en sí mismo.

La modernidad tardía, en contraste, exige una definición de la experiencia estética que sea autónoma e intrínseca, una visión donde el encuentro con lo estético es valioso por su propia cualidad. Es el filósofo pragmatista estadounidense John Dewey quien, en su seminal obra de 1934, *Art as Experience* establece la distinción crucial al definir la Experiencia Estética como aquella experiencia que ha sido llevada a su consumación, ya sea satisfactoria, completa o unificada. Es un evento vital que posee su propia cualidad distintiva, un patrón

rítmico que va desde un inicio y un desarrollo hasta su culminación. La clave de Dewey es naturalizar el arte, demostrando que la sensibilidad y el arte no están separados de los procesos biológicos de la vida: la experiencia estética es, para él, la experiencia vital elevada a su máxima coherencia y plenitud (Dewey, 1934).Este enfoque establece que el arte no es un objeto aislado en un pedestal, sino la cualidad consumada y unificada de una interacción entre un ser vivo y su entorno, sentando las bases filosóficas para la comprensión del Arte Contemporáneo, donde la obra a menudo busca deliberadamente ser un catalizador o un marco para la experiencia activa, participativa y corporal del espectador, más que un objeto de mera observación formal.

Contemporáneamente, esta definición se ha expandido para abarcar campos más allá de la contemplación artística tradicional, actualmente, la experiencia estética es percibida como un fenómeno interesado, corporal y a menudo participativo. Autores influenciados por la fenomenología, como Maurice Merleau-Ponty, la entienden como la encarnación de la conciencia en el mundo, donde la obra de arte es un *lugar* en el que el cuerpo percibe, y es percibido, activando un circuito sensible (Merleau-Ponty, 1945). Se reconoce que esta vivencia puede surgir en lo cotidiano y que implica una elevación emocional que motiva el interés por la experiencia solo porque sí, liberando momentáneamente al sujeto de los pensamientos prácticos utilitarios, incluso en el ámbito digital, el *aesthetic* en redes sociales se manifiesta como una experiencia visual coherente que busca generar una respuesta emocional y asociativa en el usuario, a menudo desvinculándolo del tiempo y el espacio real a favor de una métrica particular de lo digital.

Después de este amplio análisis de este concepto como fenómeno indispensablemente humano, en la presente investigación, la experiencia estética se entenderá, desde una

perspectiva contemporánea y expandida, como la activación sensorial, emocional y cognitiva del sujeto frente a un evento, objeto o interfaz, cuya validez reside en la intensidad y la autorreflexividad de la vivencia en sí misma. Esta definición concibe la estética no solo como la apreciación del arte tradicional, como lo planteó Kant, sino como un modo de interacción comprometida con el entorno que genera una cualidad unitaria de sentido, sin estar subordinada a fines prácticos. En este sentido, la experiencia estética abarca desde el encuentro corporal con una instalación artística hasta la inmersión en una interfaz digital performativa como las redes sociales, donde el usuario participa activamente en la construcción de sentido. Esta aproximación es fundamental para entender cómo el arte contemporáneo, al rechazar a menudo los cánones de belleza y la unicidad del objeto, se centra precisamente en la provocación de una experiencia que exige la presencia y la respuesta del espectador. Por ello, es preciso profundizar en el contexto del arte reciente para establecer los parámetros de esta interacción.

2.2.1 Experiencia estética en el arte contemporáneo

Una experiencia estética expandida que prioriza la intensidad de la interacción, la conciencia plena y la generación de sentido por encima de la utilidad, se vuelve indispensable para abordar el Arte Contemporáneo, puesto que, históricamente, el arte se ha alejado del objeto de contemplación desinteresado defendido por Kant y de la negatividad dialéctica postulada por Adorno para enfocarse en la activación del sujeto, a partir de las vanguardias del siglo XX, muchas obras ya no buscan la belleza formal ni ser *antítesis social* en el sentido tradicional, sino que se manifiestan como performances, instalaciones y happenings que exigen la participación física y la respuesta inmediata del espectador. El arte se convirtió en una situación o un marco de experiencia que desafía la pasividad, obligando al público a

encarnar la obra y a asumir la responsabilidad de su significado. Es en este contexto que la estética contemporánea se fusiona con la *fenomenología de la percepción*[10], donde la obra no es un objeto que se mira, sino un entorno en el que se vive y se siente, preparando el terreno conceptual para entender cómo la interacción estética se ha trasladado, incluso, a las interfaces digitales.

Se ha transformado entonces en un marco de experiencia que desafía la pasividad, obligando al público a encarnar la obra y a asumir la responsabilidad de su significado. Esta postura resuena con la fenomenología, donde la obra no es un objeto que se mira, sino un entorno en el que se vive y se siente. Como señaló Maurice Merleau-Ponty, la percepción y, por extensión, la experiencia estética, es fundamentalmente un acto corporal: "La experiencia estética no es una cuestión de juicio racional, sino la de un cuerpo sensible que habita el mundo" (Merleau-Ponty, 1945, p. 215). El arte participativo no solo exige la presencia física, sino que busca superar la distancia entre el sujeto y el objeto. El filósofo pragmatista Richard Shusterman enfatiza esta integración, afirmando que el arte debe ser una experiencia vital elevada: "La experiencia estética es una experiencia vivida, una intensificación y una unificación de la experiencia ordinaria" (Shusterman, 2000, p. 24), alineando el valor del arte con la cualidad de la vivencia misma. El arte contemporáneo, al rechazar los cánones establecidos, se centra en la provocación de una experiencia que exige la presencia y la respuesta activa del espectador, redefiniendo el museo y el espacio de exhibición como un laboratorio de interacción corporal y sensorial.

[10] Obra del filósofo francés Maurice Merleau-Ponty, publicada en 1945, propone la idea de la percepción como una experiencia encarnada y en el mundo a través del cuerpo-sujeto, en lugar de ser un pensamiento puro o la suma de sensaciones aisladas.

El desplazamiento del foco del objeto artístico al sujeto perceptor ha sido crucial en la estética contemporánea, puesto que la obra deja de ser una entidad autónoma para convertirse en un detonador de la experiencia, donde el significado surge de la interacción física y la interpretación situacional del público. Esto se evidencia en prácticas como el *Arte Relacional* de Nicolas Bourriaud, que se enfoca en la creación de contextos sociales donde las interacciones humanas son la obra en sí (Bourriaud, 2002). La validez estética no se encuentra en la forma o la belleza, sino en la calidad de la relación que se establece entre los participantes y el entorno. Por lo tanto, la experiencia estética en el arte contemporáneo implica un compromiso que es, a la vez, fenomenológico y social, transformando al espectador pasivo en un agente activo cuya presencia y acción son constitutivas de la pieza. Este giro subraya que el arte ya no busca representar la realidad, sino crear realidad a través de la vivencia compartida y efímera.

Este énfasis en la vivencia efímera y la participación activa también obliga a considerar la dimensión temporal de la experiencia, a diferencia de la contemplación kantiana, que idealiza un momento reflexivo atemporal, el arte contemporáneo, especialmente en sus formatos de performance o instalación inmersiva, se vincula íntimamente con el tiempo vivido y la memoria inmediata. La experiencia estética se consume mientras ocurre, siendo un evento más que un objeto. Para Grant H. Kester, la obra no es el producto final, sino el proceso de diálogo y colaboración que media entre el artista y el público, a menudo abordando temas sociales y políticos de manera directa (Kester, 2004). En este sentido, la experiencia estética se entiende como un acto de mediación crítica que utiliza el encuentro sensorial para catalizar la reflexión sobre las estructuras sociales y el espacio público. Así, el

arte establece una estética donde la verdad de la obra se revela en el hacer y en el recuerdo de lo vivido, no en la mera observación de lo ya hecho.

El análisis de la experiencia estética en el arte contemporáneo, aunque se ha centrado en lo participativo y la instalación, debe integrar también la redefinición de la pintura contemporánea, un medio que, a pesar de su tradición, ha absorbido la crisis de la representación y la demanda de una experiencia más intensa. La pintura ya no busca ser una *ventana* a la realidad o un objeto de veneración aurática; más bien, se presenta como un campo de batalla conceptual y material. Artistas como Gerhard Richter utilizan la abstracción y la figuración, a menudo empleando técnicas de borrado, raspado y squeegee, para negar la perfección y la narrativa simple. La experiencia estética frente a estas obras radica en la incertidumbre de la percepción, donde el espectador es invitado a rastrear la historia del proceso de la pintura más que a contemplar un resultado final. La pintura se convierte en un registro de la acción y el tiempo, en lugar de una imagen estática.

Este enfoque material y procesual se aleja de la contemplación pasiva. El observador no solo mira la superficie, sino que se involucra en una dialéctica entre la inmediatez de la mancha y la profundidad del material. La gran escala, habitual en la pintura contemporánea, busca rodear e involucrar físicamente al espectador, como lo haría una instalación. Al llenar el campo visual, la obra obliga a una experiencia encarnada similar a la que exige el performance, donde el cuerpo del observador es esencial para captar la monumentalidad y la textura. Así, la pintura, lejos de ser un medio obsoleto, ha evolucionado para alinearse con la estética contemporánea, ofreciendo una experiencia que es al mismo tiempo sensorial, temporal y reflexiva, demostrando que la activación del sujeto no está reservada únicamente para el arte participativo, sino que es una característica definitoria del arte actual.

Con el fin de sintetizar los elementos más relevantes expuestos en este subtema, a continuación, se encuentra una tabla que reúne los aportes fundamentales señalados, así como la naturaleza de la experiencia estética derivada de cada posición teórica, permitiendo visualizar la evolución del concepto y las tensiones que la atraviesan.

Tabla 1

Dimensiones y características de la experiencia estética

Dimensión	Descripción	Autor
Concepción clásica	La experiencia estética está subordinada a fines superiores (verdad, virtud o Dios), no es autónoma y funciona como medio para ascender a lo trascendente.	Platón (380 a. C.) y Aristóteles (335 a. C.)
Juicio desinteresado	Se formaliza como un juicio de gusto desinteresado, universal y sin concepto, desligado de utilidad o moralidad.	Kant, *Crítica del juicio* (1790)
Autonomía moderna	El valor estético reside en la vivencia misma; la experiencia estética se entiende como un proceso consumado y unificado.	Dewey, *Art as Experience* (1934)
Corporalidad perceptiva	La percepción estética es un acto corporal; la obra se vive como entorno y no como objeto distante.	Merleau-Ponty, *Fenomenología de la percepción* (1945)
Participación activa	El espectador deja de ser pasivo, pues la experiencia surge de la interacción situacional con la obra.	Bourriaud (2002) y Kester (2004)
Crítica a la contemplación	Se desplaza el foco del objeto hacia el sujeto y su vivencia; el juicio deja de ser puramente contemplativo.	Nietzsche (1872) y Adorno (2004)
Condicionamiento del medio	La experiencia está mediada por el entorno tecnológico; el medio estructura la percepción.	McLuhan & Fiore (1967/2008)
Definición contemporánea en la tesis	Se concibe como activación sensorial, emocional y cognitiva entre sujeto e imagen, mediada por condiciones perceptivas y temporales.	Definición propia de la investigación

Nota. La tabla resume los conceptos principales trabajados en este subtema, basándose en los autores citados.

2.3 Redes sociales y Cultura Visual

La evolución de Internet y las redes sociales, sin duda alguna, han marcado significativamente la historia de la comunicación y la cultura global. Aunque los foros en línea y las comunidades virtuales como *4chan*[11] existían desde la década de los 90, la era moderna de las redes sociales y el cómo nos comunicamos visualmente comenzó a principios de la década de los 2000 con páginas centradas en la creación de una identidad, además de la conexión personal y parasocial con personas de todo el mundo. *MySpace*[12], lanzada en 2003 y, sobre todo, *Facebook*[13] nacida en 2004, fueron cruciales al introducir la creación de un perfil personal, donde podías compartir tu día a día y tener una red de amigos conectados desde cualquier parte del mundo. Sin embargo, la evolución hacia la cultura y el consumo de lo visual se consolidó con el surgimiento de plataformas enfocadas en la imagen y el video, como *Instagram*, creada en 2010 por Kevin Systrom y Mike Krieger, siendo este un acontecimiento social muy

Figura 1
Perfil de Mark Zuckerberg en Facebook



Nota. Diseño de Facebook en 2008 (Perfil público)

[11] Foro web de habla inglesa basado en *imageboards*, donde los usuarios publican imágenes y comentarios sobre cualquier tema, destacando por su anonimato total que fomenta la libertad de expresión, pero también la controversia.

[12] Una de las primeras y más populares redes sociales, pionera en permitir a los usuarios crear perfiles altamente personalizables.

[13] Red social gratuita fundada por Mark Zuckerberg que conecta personas en todo el mundo, permitiendo compartir textos, fotos, videos y noticias con amigos, familiares y conocidos, así como interactuar con empresas y marcas.

importante, ya que simplificó y estetizó la práctica de compartir momentos cotidianos efímeros a través de filtros y formatos visualmente agradables, trasladando el foco de la palabra y la expresión escrita (como *Twitter* en esta década) a la imagen y el video. Esta red social no solo facilitó la subida de fotos, sino que impuso el formato cuadrado estandarizado y ofreció filtros que otorgaban un toque *artístico* inmediato a las fotos de tu teléfono, elevando lo ordinario a lo estético. Su crecimiento fue inmediato y muy mediático, ya que fue lanzada en octubre de 2010 y, gracias a la publicidad de figuras públicas importantes de la época como *Kylie Jenner,* alcanzó el millón de usuarios registrados en solo dos meses; posteriormente, en abril de 2012, cuando fue adquirida por *Facebook* (Actualmente *Meta*) por mil millones de dólares, la plataforma ya contaba con cerca de 30 millones de usuarios.

La mención de figuras como *Kylie* en el ascenso de la plataforma no es casualidad, pues, fue el primer paso a una migración estructural y masiva de la industria del entretenimiento hacia los medios digitales. Esto porque diversas celebridades dependían directamente de los medios tradicionales para promover visibilidad a sus proyectos, sin embargo, con Instagram, no solo podían generar su propia publicidad, sino que todavía brindaban cercanía y una autenticidad que la radio o la televisión no podían transmitir, transformando la relación con su audiencia en una interacción parasocial más íntima y personal. Artistas, actores y músicos comprendieron rápidamente que su valor de marca no residía solo en su arte, sino en su capital de *engagement*; por lo tanto, la creación y gestión de contenido visual en Instagram se convirtió en una herramienta profesional indispensable para mantener la relevancia, promoviendo sus proyectos y sosteniendo el interés de sus fans en un flujo continuo de estímulos visuales y narrativas estéticas personales. Esta afluencia de contenido de alta producción y atractivo estético por parte de la industria estableció los

primeros estándares visuales y la lógica del *influencer*[14] que dominaría la plataforma en la década siguiente.

La introducción de las *Stories*[15] en 2016, imitando el formato efímero y vertical de *Snapchat*[16], aceleró la migración hacia el video corto, una estrategia que, como mencionó el New York Times "el *scroll* vertical y rápido es el futuro de la atención" (O'Neill, 2017) transformó significativamente la capacidad de retención y la manera en la que consumimos per se, ayudando a la plataforma y logrando superar la barrera de los mil millones de usuarios activos mensuales para 2018; esta rápida evolución demandó una adaptación radical de los contenidos al medio que domina la industria, el *smartphone*.

La experiencia estética y comunicativa fue completamente reestructurada en torno a la pantalla vertical y de pequeño formato, lo que obligó a los creadores priorizar el encuadre cerrado, los textos superpuestos legibles al instante y la información condensada para su consumo en movimiento; el diseño de la imagen y el video se optimizó para la visualización táctil y breve, donde cada elemento debe ser inmediatamente perceptible, maximizando el impacto antes de que el usuario deslice a la siguiente pieza. Finalmente, en 2017 fue lanzada la aplicación *TikTok*, antes llamada *Musical.ly*, que revolucionó el consumo mediante algoritmos que buscan priorizar el impacto efímero y el video corto vertical, generando una red de contenido basado en publicidad, estímulos constantes y la creación de nuevas necesidades consumistas.

---

[14] Persona con una audiencia leal en redes sociales que tiene la capacidad de influir en las decisiones, opiniones y comportamientos de sus seguidores en temas específicos. Utilizan su plataforma para crear contenido y son clave en el marketing digital para promocionar productos o servicios, conectando marcas con consumidores de forma más auténtica.

[15] Son publicaciones temporales que aparecen en la parte superior del *feed* y desaparecen después de 24 horas, a menos que se guarden como *Historias Destacadas* en el perfil.

[16] Aplicación móvil de mensajería y redes sociales centrada en compartir fotos y videos efímeros.

Estas plataformas se convirtieron en un fenómeno que generó un efecto profundo en la cultura y el desarrollo de las nuevas generaciones, no solo facilitaron la conectividad transnacional, sino que también homogenizaron y fragmentaron simultáneamente la cultura, creando espacios donde la identidad se negocia constantemente a través de la representación digital (van Dijck, 2013). La vida social, política e incluso económica se mediatiza a través de estos canales, moldeando las expectativas de interacción, participación y consumo; puesto que estas están intrínsecamente ligadas a la representación visual, pues el individuo se siente impulsado a participar creando o *likeando* para validar su propia identidad dentro de la comunidad, buscando la retroalimentación positiva que la interfaz ofrece, mientras que las expectativas de consumo, se bifurcan entre lo real, como la información verificable y lo ficticio o idealizado, como la vida perfecta del *influencer* y los filtros de belleza, lo cual es consumido con igual avidez. Esta mezcla constante de lo genuino y lo fabricado eleva los estándares de vida estética a niveles a menudo inalcanzables, generando una presión social para el consumo de productos y experiencias que imiten la ficción digital.

Este fenómeno de consumo y participación masiva no es accidental, sino que está impulsado por un modelo de negocio diseñado para explotar la atención del usuario. Empresas como *Meta*, operan bajo un modelo de ***capitalismo de vigilancia***, donde el producto principal no es la red social en sí, sino la información y el comportamiento predictivo del usuario que se recopila; esta data es transformada en publicidad *ultra-dirigida*, constituyendo su principal fuente de ingresos; en consecuencia, el consumo estético y la participación social se convierten en una producción constante de valor económico para la plataforma. El filósofo Byung-Chul Han resume esta dinámica, señalando que el sujeto se autoexplota bajo la ilusión de la libertad, lo cual se extiende al entorno digital: "El sujeto del

rendimiento se explota a sí mismo y lo hace bajo la ilusión de ser un sujeto libre" (Han, 2010, pág. 57); de esta manera, el usuario, al consumir y producir contenido, está activamente alimentando la maquinaria que lo mantiene perpetuamente enganchado.

Estas redes, al igual que la cultura se ha transformado radicalmente, pasando de ser herramientas de conexión, educación y acceso a la información, a ser máquinas de estímulo constante, ya que el algoritmo de plataformas como Instagram y *TikTok* prioriza la retención del usuario mediante la entrega constante y personalizada de contenido, lo que inevitablemente genera una sobrecarga de elementos visuales, y en consecuencia, una fuerte adicción a ellas; la velocidad con la que las imágenes son consumidas ha acortado drásticamente el ciclo de atención, haciendo que la inmediatez prevalezca sobre la profundidad; estos drásticos cambios en el consumo han afectado profundamente a la cultura en todos sus aspectos.

Por otra parte, la cultura visual, entendida como un área de estudio entrelazada por varias disciplinas enfocada en el análisis de figuras artísticas, se ocupa en cómo el *ver* ha sido un evento social y culturalmente intermediado, viendo cómo y por qué observamos de manera específica y cómo estas formas de observar moldean nuestra identidad. Este enfoque trasciende la mera catalogación de imágenes para adentrarse en la estructura misma de la percepción en la sociedad contemporánea. W.J.T. Mitchell (2005), una de las figuras fundacionales de la teoría de la cultura visual, lo articula de manera extensiva:

> La cultura visual es una expresión que es inherentemente auto-reflexiva. No es simplemente el estudio de la visión o de las imágenes, sino el estudio de las prácticas de la visión que no son naturales, sino aprendidas y cultivadas. La cultura visual es el terreno donde se negocian las relaciones de poder a través de la producción, la

> circulación y la recepción de imágenes. La tarea no es definir la cultura visual, sino mapear sus trayectorias, sus formaciones históricas y sus relaciones con otros campos, revelando cómo las imágenes nos dicen qué ver, pero también cómo nosotros les decimos a las imágenes qué queremos (pág. 23).

Esta conceptualización establece que la cultura visual no es estática, sino un campo dinámico donde la mirada está siempre mediada por contextos sociales, políticos y, actualmente, tecnológicos.

Esta idea se expandió en la segunda parte del siglo XX incluyendo cualquier modo de comunicación e interacción mediada por lo visible, desde la propaganda hasta el cine, y este incremento fue muy importante porque movió el valor de lo bello hacia un juicio interesado y común que se une con vida diaria y lo perfecta que parece ser. Con la digitalización, este movimiento se aceleró, integrando el arte y la estética directamente en la cotidianidad a través de los *smartphones*. Ahora, el arte ya no reside únicamente en galerías, sino en el flujo constante de contenido que el usuario *scrollea* en su pantalla, lo que fuerza a los medios y a los creadores a buscar un punto de accesibilidad total con el usuario, esté informado o no, puesto que el éxito de una obra o una imagen digital se mide por su capacidad para ser entendida y validada de forma instantánea y emocional, democratizando superficialmente la apreciación estética a cambio de diluir su profundidad en lo efímero.

Por otra parte, describiendo entorno digital en el que toda esta cultura se desarrolla, el autor Derrick de Kerckhove (1999) en su obra *La piel de la cultura* define cómo el *ciberespacio* opera como una extensión del sistema nervioso humano; esta conectividad constante tiene implicaciones directas en la percepción, particularmente a través de la sobreestimulación de los sentidos, principalmente el visual y el auditivo, que caracterizan a

este tipo de plataformas. Además, dentro de la misma obra literaria, De Kerckhove menciona el término *arte volcánico* para referirse a la producción cultural que emana de este entorno saturado, siendo este una manifestación espontánea, masiva y a menudo efímera que surge de la necesidad de expresión en un medio de alta velocidad, este arte generado por y para la red, se caracteriza por su brevedad e intensidad, resonando perfectamente con la lógica del video corto vertical, pues, *esta sobrecarga sensorial no es un efecto secundario, sino el corazón del modelo de negocio de las redes sociales*. Al mantener al usuario en un estado de alerta perceptiva constante con estímulos nuevos y veloces, las plataformas aseguran el tiempo de permanencia y recogen datos de comportamiento esenciales, por lo que el consumo constante y la rapidez del contenido visual son la mercancía que se vende a los anunciantes, convirtiendo la búsqueda de entretenimiento y la participación social del usuario en una ininterrumpida producción de valor económico.

W.J.T. Mitchell argumenta que "la cultura visual no es una disciplina, sino un terreno de batalla donde se negocian las relaciones de poder a través de la producción, circulación y recepción de imágenes" (2005), analizando esta cita en un contexto contemporáneo, esta cultura se ha centrado en su *dimensión estética*, entendida como la presencia constante de la imagen en la vida cotidiana y su papel en la construcción de la identidad, impulsada por la el internet que ha convertido la vida diaria en un proyecto estético constante, buscando la belleza no en el museo, sino en la producción y consumo de lo ordinario, como el outfit del día o la comida de la mañana, en un fenómeno impulsado por el *self-branding*[17]. Esta saturación de la imagen ha creado una experiencia perceptiva de sobrecarga de estímulos,

[17] Estrategia que busca crear y administrar la imagen que dejas en los demás, controlando la percepción que tienen de ti al aplicar técnicas de marketing a tu propia identidad, gestionando de manera consiente la reputación personal con el objetivo de diferenciarse, ser reconocido profesionalmente y alcanzar metas personales o laborales.

donde el valor de una imagen reside en su impacto inmediato más que en su contenido profundo, y donde la cultura visual se caracteriza por el flujo y la provisionalidad, desafiando la noción tradicional de la imagen como artefacto estable que se vuelve dinámico pero efímero. En el ámbito de las redes sociales, esta cultura visual se transforma en una práctica performativa y participativa, donde la imagen se concibe como una acción comunicativa cuya validez se mide por la respuesta social que genera, como *likes*, comentarios o compartidos, lo que subraya un giro hacia lo interactivo y lo desechable.

2.4 El arte y los medios

La relevancia del concepto de *medio* se amplifica al considerarlo no solo como el canal, sino como una extensión sensorial y cognitiva que reestructura el arte mismo, una idea que resuena con la Escuela de Fráncfort y sus sucesores. La cultura visual que, al trasladarse del espacio físico del museo a la interfaz digital del internet y las redes sociales como Instagram, impone un nuevo conjunto de posibilidades que alinean y alienan la experiencia estética de raíz, puesto que el medio es mucho más que el simple canal físico o tecnológico; es el entorno que estructura la percepción y, por ende, la experiencia, esta concepción se remonta a la tesis de Marshall McLuhan, quien afirmó que "el medio es el mensaje" (McLuhan & Fiore, 2008, p. 7), lo que implica que la naturaleza del soporte tecnológico determina y condiciona el contenido y el impacto social y estético de la comunicación.

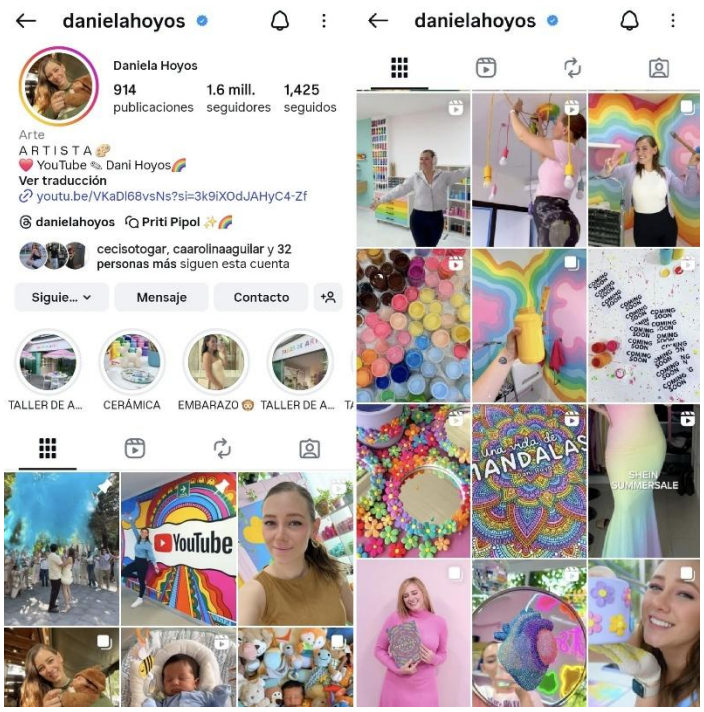
Asimismo, McLuhan profundizó esta intuición en su obra *El medio es el masaje* (1967), concebida como una sátira y, al mismo tiempo, como una extensión lúdica de su tesis original. En esta obra, el autor sostuvo que los medios no solo transmiten información y la estructuran, sino que *masajean* al sujeto, modelan sus patrones cognitivos y reconfiguran sus modos de percepción al actuar directamente sobre el sistema nervioso y la sensibilidad colectiva. En

este caso, el medio no es únicamente mensaje, sino también *masaje*: una fuerza que presiona, moldea y ajusta la experiencia humana a las lógicas de cada entorno tecnomediado (McLuhan & Fiore, 1967).

El medio, en este contexto digital, se entiende como un conjunto integrado de elementos técnicos, algorítmicos y discursivos como la interfaz, el *feed*, el *scroll* y lo viral, propio a la red social Instagram, que decide el modo en que el arte plástico se muestra y se consume. Esta idea se conecta con la estética, puesto que, un cambio en el medio significa un gran cambio en la forma en que vivimos la experiencia estética, por lo que es fundamental no confundir este cambio con la cultura visual, ya que, este es el amplio campo de estudio sociológico y cultural que analiza cómo vemos e interpretamos las imágenes en la sociedad y cómo estas moldean la identidad y el poder (Mitchell, 2005), mientras que la experiencia estética es el fenómeno subjetivo e íntimo, la cualidad unitaria de la vivencia que se activa sensorial, emocional y cognitivamente en el sujeto frente a una imagen o interacción. Es decir, la cultura visual establece el marco social y tecnológico de la mirada, pero la experiencia estética es el acto de sentir y darle sentido a esa mirada en un momento dado.

Centrándome en la red social Instagram, el medio se caracteriza por el algoritmo que actúa como un ***curador invisible*** determinando qué obras artísticas alcanzan más viralidad y cuáles permanecen ocultas, resaltando la priorización algorítmica del *engagement*, como los *likes*, los comentarios y los compartidos; todo lo antes mencionado sobre *la cualidad intrínseca o el valor reflexivo de la obra, introduce un criterio estético perverso y distorsionado, ya que, la eficacia comunicativa es inmediata;* esta dinámica transforma la imagen de arte de ser un objeto de contemplación a ser una unidad de información diseñada para la respuesta rápida. El artista, consciente de este nuevo medio, puede verse obligado a adaptar sus obras a formatos que favorezcan el algoritmo, como imágenes brillantes, composiciones simples o formatos de video corto, lo que mediatiza el proceso creativo mismo.

Figura 2
Feed de Instagram de @danielahoyos



Nota. Captura de pantalla del perfil de Instagram, tomada el 11 de noviembre de 2025. (Perfil público)

Ejemplificando lo anterior, la creadora de contenido Daniela Hoyos (**Figura 1**) muestra un *feed* que no solo resalta por sus colores brillantes y sus composiciones simples, sino que, muestra el proceso creativo pragmáticamente adaptado a la misma red social, buscando la mayor cantidad de interacciones y consecuentemente, nuevos seguidores. A

pesar de que su carrera comenzó en YouTube, es un buen ejemplo de cómo los artistas buscan cada vez nuevas formas de compartir su arte, sin embargo, este debe atenerse a las reglas que el algoritmo de la red social plantea para que tu contenido sea aceptado y altamente consumido.

Como ha señalado el teórico de los medios Lev Manovich (2001), la cultura digital se basa en la ***base de datos*** y la ***interfaz*** (pág. 218). En Instagram, la obra de arte plástico se despoja de su aura y se convierte en un grano de arena dentro de una base de datos global, regido por una interfaz que incentiva el *scroll* constante, esto tiene consecuencias directas en la percepción del tiempo en la experiencia estética, ya que, el tiempo del *feed* es un tiempo de la fugacidad y acumulación de estímulos, radicalmente opuesto al tiempo lento y reflexivo que demanda la textura, escala y presencia de una obra plástica real, contemplada en una galería, por ejemplo. El algoritmo, por ende, es la expresión más pura de cómo el medio se ha convertido en el sujeto de la experiencia estética, dictando los términos bajo los cuales el arte será validado, vivido y consumido en este entorno.

Para el arte plástico, la adaptación a este medio digital implica que su valor estético a menudo depende de su capacidad de *translación* a la pantalla, ya que, la obra plástica que exige una presencia corporal para ser plenamente apreciada se reduce en Instagram a una representación plana, iluminada y enmarcada que debe competir con miles de otros estímulos visuales como publicidad o memes. Esta reducción del objeto material a la imagen digital conlleva la pérdida de la escala, la textura y el aura de la obra original, transformando el encuentro *contemplativo* en un consumo visual rápido. Dicha transformación no es aleatoria; está codificada y dirigida por una ***fuerza invisible*** que determina qué representaciones son visibles y por cuánto tiempo, este poder reside en el sistema fundamental de la plataforma,

el algoritmo, que regula el flujo de contenido, imponiendo la lógica del *scroll* constante y el *engagement* social, lo que nos lleva a analizar en detalle cómo ***el fenómeno de la viralidad determina la experiencia estética del arte y la capacidad de atención.***

2.5 Algoritmo y fenómeno de la viralidad

El estudio de la experiencia estética del arte en el entorno digital demanda una comprensión precisa de los mecanismos de distribución que rigen plataformas como Instagram. Desde la perspectiva del *marketing* y la comunicación digital, estos mecanismos se centran en el algoritmo y su resultado más buscado: la viralidad.

En términos propiamente adjudicados por la empresa que administra Instagram llamada *Meta,* el algoritmo es un conjunto de procesos diseñados para personalizar la experiencia de cada usuario, determinando qué contenido debe aparecer en su *feed*, *Stories* y, especialmente, en la pestaña *Explorar* y *Reels*. El objetivo primordial del algoritmo no es mostrar contenido en orden cronológico, sino priorizar aquello que se considera más relevante para ese usuario específico, maximizando así el tiempo de permanencia en la aplicación y el *engagement* (Instagram, 2023).

La plataforma no solo se basa en la popularidad de las publicaciones como la cantidad de *likes* que reciban y la información del creador, sino que también toma en cuenta la actividad del usuario, como a quién sigue, qué ha guardado y su historial de interacciones. Todo esto se utiliza para predecir si el usuario querrá ver una publicación o publicidad específica. Esta lógica crea un marco estético funcional, donde la efectividad de una imagen se mide por su capacidad para generar *engagement* inmediato, transformando la apreciación artística en un acto de validación mediado por el *software*.

El término *viralidad*, desde la perspectiva de las redes sociales, se define como la propagación rápida y exponencial de un contenido que va más allá del círculo de seguidores inmediatos del creador; pues, un contenido se vuelve viral cuando el algoritmo lo detecta como excepcionalmente interesante y decide mostrarlo a audiencias masivas. Para que una imagen de arte plástico se vuelva viral en Instagram, la plataforma busca que se cumplan condiciones esenciales para el éxito algorítmico (Instagram, 2023; Meta, 2024), donde la métrica clave no es solo el *like*, sino el *guardado* y el *compartido*, ya que estos indican que el contenido es valioso o útil para el usuario, específicamente en *Reels*, el algoritmo prioriza el contenido que logra un alto tiempo de visualización (*Watch Time*), haciendo que el usuario lo vea hasta el final o en bucle, lo que influye en cómo se presenta el arte plástico, además, se da un *empujón* inicial al contenido original y novedoso que utiliza las herramientas y tendencias actuales de la plataforma. En este ecosistema, la viralidad transforma la experiencia estética, desplazando el valor de la obra de su autenticidad material a su potencial de circulación, imponiendo una estética basada en la legibilidad inmediata y la capacidad de la imagen para funcionar como un meme o un *hook visual*.

Para un artista plástico, esta lógica se traduce en una serie de exigencias estéticas y funcionales que determinan cuán visible puede ser su trabajo, ya que, el algoritmo favorece formatos que capturan la atención, especialmente los videos cortos en vertical, llamados *Reels*. Por eso, el artista no solo debe documentar su obra con una calidad técnica impecable, sino que también debe usar el formato de video corto y altamente estimulado para mostrar no solo el resultado final, sino todo el proceso creativo. Esto crea una *brecha de información* o un gancho que motiva al usuario a ver el video completo; además, la métrica más valiosa no es solo el *like*, sino también el guardar o compartir la publicación. Por lo tanto, el artista

necesita humanizar su obra, compartiendo historias personales e inspiracionales, y debe interactuar activamente con sus seguidores para construir una comunidad fiel y constante en sus interacciones. Sin embargo, este sistema también premia la consistencia en las publicaciones y el uso de elementos de tendencia, como lo son audios, filtros o *trends*, lo que obliga al arte plástico a adaptarse a narrativas efímeras y a ciclos culturales que pasan rápidamente.

La interacción entre el arte plástico y el entorno algorítmico de Instagram provoca una transformación profunda en la experiencia estética, puesto que se genera una tensión constante entre la materialidad de la obra y la inmaterialidad de la interfaz y el medio. Tradicionalmente, la obra plástica requiere que el espectador esté presente físicamente y contemple con calma para apreciar la textura, la escala y la composición, dando espacio a la contemplación y el análisis crítico; sin embargo, en Instagram, esta obra se reduce a una representación digital plana, iluminada y enmarcada, que debe competir por unos pocos segundos de atención en un océano visual repleto de contenidos, memes y publicidad. Para que el arte plástico logre volverse viral, el artista se ve obligado a adoptar una estética funcional que el algoritmo demanda, ya que, como he explicado anteriormente, debe enfocarse en formatos como los videos cortos en formato vertical, documentando el proceso creativo en videos de alta calidad técnica y saturado de estímulos para crear un *gancho* que maximice el tiempo de visualización. En este contexto, la efectividad comunicativa inmediata se superpone al valor reflexivo de la obra, ya que el algoritmo evalúa la calidad no por la profundidad estética, sino por la interacción que esta ha generado, dando un gran peso a los comentarios, los guardados y compartidos, transformando la apreciación del arte en un acto de validación social mediada. Así, la experiencia estética en Instagram se convierte en

una ***micro-interacción fugaz***, donde el valor del arte se disuelve en su potencial de circulación, y el espectador consume la obra no como un original único, sino como una variación replicable dentro de la estética viral.

2.6 Antecedentes de investigación

2.6.1 Primer Antecedente

Alejandra Lodoño González (2021), realizó una tesis titulada "El arte en la época de las redes sociales" de la Universidad Pontificia Bolivariana en Medellín, Colombia; cuyo objetivo fue observar cómo las redes sociales (Instagram y Facebook específicamente), al ser impulsadas por la cultura capitalista, han transformado el concepto del arte. Además de reflexionar la necesidad de un *arte emancipatorio*, que colabore a fomentar el sentido crítico y la sensibilidad estética.

Esta investigación utilizó una metodología cualitativa, analizando la evolución de la estética y el arte como concepto desde la época clásica, pasando por Aristóteles con la mímesis, el subjetivismo en la modernidad y recapitulando autores como Kant y Hegel; trasladando estos conceptos a la época digital, donde el capitalismo absorbe las nuevas tecnologías para usarlas a beneficio propio, modificando así, el concepto del arte, ahora transformado en producto, consumiéndose y produciéndose de manera casi industrial.

Después de analizar el objeto de estudio que fue una entrevista hacia dos artistas 3D cuyos nicknames en Instagram son: @realimposter y @jaredpike.art, se concluyó que el *arte emancipatorio* es una elección personal, sin embargo, en un sistema controlado por el capitalismo y las redes sociales, es cada vez más difícil que se promueva la cultura del

pensamiento crítico y la contemplación; mencionando que “el arte debe partir de las emociones del individuo para que comience una educación estética” (González, 2021)

La contribución que aporta a la presente investigación es que se puede establecer un diálogo entre la evolución conceptual del arte en las redes sociales, y la transformación de la experiencia estética del espectador que es el objeto de estudio central de esta tesis. Si bien Lodoño González (2021) se centra en la forma en que el capitalismo y las plataformas digitales crean un producto masificado del arte, esta investigación se adentrará en la evolución de la experiencia estética en el mundo digital, siendo fuertemente influida por el sistema de la viralidad y el contenido fugaz, que aleja al espectador del pensamiento crítico y el análisis visual. De este modo, el antecedente nutre la base teórica de esta investigación y permite abrir el análisis de cómo las variables socioeconómicas y de la digitalidad perfilan la sensibilidad estética en la era hipermediatizada.

2.6.2 Segundo Antecedente

Lilian Contreras Fajardo (2019), redactó su tesis de maestría titulada “Instagram como herramienta de exhibición y difusión para los artistas plásticos. ¿Cómo usan los artistas plásticos la red social Instagram?” para la Facultad de Ciencias Sociales, Departamento de Humanidades en la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Colombia; cuyo objetivo fue analizar el uso de la red social por medio de las interacciones, publicaciones y entrevistas a tres artistas plásticos activos, para examinar el alcance en la comunicación de su obra y su proceso.

La metodología utilizada en esta investigación es cualitativa, ya que abre paso al reflexión de estos tres artistas en sus diferentes contextos, uno de ellos es un artista

consolidado con un número alto de seguidores, el segundo está en ascenso y el tercero está comenzando su carrera artística en redes sociales, teniendo menos de diez años de experiencia; utilizando la observación de sus perfiles, interacciones de sus seguidores y una entrevista a cada artista como técnicas adjuntas a la investigación para entender las estrategias y dinámicas que el artista aplica a la establecida red social para obtener más visibilidad y su arte sea más reconocido.

Posterior al análisis documental de las muestras que nos plantea la investigación, el resultado indica que cada artista utiliza Instagram de forma distinta, utilizan el tiempo de diferente manera, la frecuencia de las publicaciones es desigual entre cada artista y sus publicaciones varían por la disciplina en la que se especializa cada autor. Sin embargo, todos utilizan Instagram como red principal para mostrar su arte, convirtiendo la plataforma en una herramienta comunicativa altamente efectiva para la difusión del arte, porque, no solo ayuda a compartir su trabajo de manera internacional (logrando tener seguidores fuera de Colombia) sino que también ha ayudado a crear un portafolio de obra, que es muy importante en la época contemporánea.

La aportación para esta investigación radica en que este antecedente otorga una mirada precisa sobre cómo los artistas plásticos utilizan Instagram como herramienta estratégica de divulgación o de posicionamiento, lo que significa que permite observar las dinámicas de visibilidad y comunicación que regulan la circulación del arte en la digitalidad, además, se ocupa de cómo utilizan las plataformas los artistas. En este sentido, este antecedente sirve para reforzar el análisis metodológico al demostrar que la lógica de la difusión también incide en la percepción y en cómo el espectador se acerca a la obra plástica en un ambiente determinado por la viralidad.

2.6.3 Tercer Antecedente

Pedro Ernesto Moreno García (2023), de la Universidad de Jaén escribió el artículo titulado "Redes Sociales y Creación Artística: conectados con la desolación" para la Revista de Estudios en Sociedad, Artes y Gestión Cultural de la editorial *Tercio Creciente*; con el objetivo de reflexionar cómo el arte se ha transformado al interactuar con el mundo de las redes sociales, partiendo de dos puntos de vista, por un lado, la mirada de las redes sociales como gran fuente de divulgación de arte y por otro, el arte en decadencia por la gran vinculación del artista con el internet.

Para el siguiente artículo, la metodología utilizada fue la relectura y el análisis de bibliografía existente sobre el uso de las redes sociales en el mundo del arte, así como la meditación de experiencias empíricas de artistas españoles vigentes y su proceso artístico dentro de un entorno mayormente controlado por la sobreestimulación, afectando pilares importantes como la concentración, la paciencia, la contemplación, entre otros; y por último la autorreflexión empírica, siendo este último vital para generar las conclusiones pertinentes.

Después de una profunda observación de las dificultades que el artista debe enfrentar en el mundo digital, el autor ha concluido que la creación artística es un proceso altamente ligado al contexto en el que el artista se desarrolla, por ende, el arte actual también ha tenido que adaptarse a una nueva realidad, donde los códigos han cambiado drásticamente. Actualmente, las redes sociales son una ventana donde el arte puede llegar fácilmente al espectador, por lo que es necesario su uso; sin embargo, se enfatiza la fuerte necesidad de que el artista no solo sepa estar conectado, sino que también es vital que sepa desconectarse

de la digitalidad; afirmando que, para el proceso creativo es importante la conexión con la realidad tangible y para eso, las redes sociales deben estar en un segundo plano.

El aporte para la presente investigación es comprender cómo el entorno digital, caracterizado por la sobresaturación, incide en la capacidad de contemplar y en el proceso creativo del artista, ambos aspectos muy ligados con la experiencia estética. Si bien Moreno García (2023) se sirve de la problemática a la que se enfrentan los creadores para poder sostener su práctica en un medio donde la inmediatez y el ruido digital ganan protagonismo, su reflexión establece un planteamiento crítico que recoge la presente tesis para poner en relación el extremo opuesto, el espectador. Esta investigación no pretende valorar un proceso creativo sino observar cómo la saturación visual, y cada vez en mayor grado la exigencia de estímulos, modifican la forma en la que el público percibe, intuye y evalúa la obra plástica publicada en Instagram. De este modo, estas consideraciones antecedidas también hacen aportaciones para fundamentar la idea de que el contexto hipermediatizado condiciona la producción artística y la sensibilidad estética del espectador.

Capítulo III: Marco metodológico

3.1 Enfoque de investigación

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque cualitativo, ya que busca comprender, interpretar y describir la transformación de la experiencia estética en el contexto de las redes sociales, particularmente Instagram, a partir del análisis visual, discursivo y contextual de publicaciones de arte plástico contemporáneo.

Este enfoque resulta pertinente ya que permite observar la percepción, la construcción de significado y la relación entre usuario–obra en entornos digitales. Asimismo, posibilita

explorar categorías emergentes que surgen del propio material visual, como la fragmentación de la experiencia, los patrones de interacción, la estetización del proceso creativo, el contenido viral y las estrategias performativas del artista en plataformas digitales.

3.2 Tipo y diseño de investigación

El presente estudio se enmarca dentro de una investigación documental con análisis de casos, combinando la revisión teórica, basada en autores clásicos y contemporáneos de la estética y la cultura visual como Kant, Heidegger, Dewey, Adorno, McLuhan, Mitchell, Mirzoeff, Crary, Manovich, entre otros, con el análisis visual cualitativo, aplicado a publicaciones de Instagram de artistas plásticos emergentes y consolidados; además, incluyendo el análisis de contenido, enfocado en las interacciones que generan las obras, como los comentarios, la cantidad de likes, guardados, compartidos y visualizaciones. Esta tesis tiene un diseño no experimental, de carácter transversal, pues analiza las publicaciones en un periodo específico sin manipular deliberadamente las variables.

3.3 Universo, población y muestra

3.3.1 Universo

El universo está constituido por publicaciones de arte plástico difundidas en Instagram por artistas contemporáneos mexicanos activos en la plataforma.

3.3.2 Población

La población considerada incluye artistas plásticos poblanos, emergentes y consolidados, que producen y comparten obra plástica bidimensional en perfiles públicos de Instagram durante el año 2025.

3.3.3 Muestra

La muestra de esta investigación está conformada por diez publicaciones de la red social Instagram, seleccionadas mediante muestreo intencional y no probabilístico, dado que el objetivo primordial de esta investigación es la comprensión profunda de las transformaciones de la experiencia estética en el entorno digital, más que la generalización estadística. Las publicaciones elegidas corresponden a obras plásticas producidas por artistas poblanos dentro de un período delimitado en el año 2025, lo cual permite observar las tendencias recientes en la interacción usuario–obra–plataforma.

Para generar un contraste efectivo en el análisis, se definieron dos categorías de artistas basadas en el número de seguidores:

Artistas consolidados: Perfiles con más de >1,000 seguidores, que permiten examinar estrategias visuales y narrativas asociadas a una presencia digital ya establecida y visible.

Artistas emergentes: Perfiles con menos de <1,000 seguidores, cuyas prácticas ofrecen perspectivas menos condicionadas por las exigencias algorítmicas o expectativas comerciales.

Se seleccionaron cinco publicaciones de cada categoría, presentadas en formato imagen fija (presentada en carrusel o no) o *reel*. Todas las publicaciones elegidas cumplen con tres criterios esenciales: corresponden a obras plásticas completas, se encuentran disponibles públicamente y presentan interacción suficiente para permitir el análisis de métricas visibles. Esta delimitación asegura la coherencia con los objetivos del estudio, que buscan identificar cómo la viralidad, el algoritmo y el diseño de la plataforma afectan tanto la producción de las obras como su consumo e interpretación.

La selección de diez publicaciones, divididas equitativamente es metodológicamente suficiente dentro del enfoque cualitativo adoptado, pues la investigación prioriza la comprensión profunda del fenómeno antes que la representatividad estadística. Cada publicación funciona como una unidad analítica que combina la composición visual, las estrategias narrativas y los indicadores algorítmicos, lo que permite que diez casos sean suficientes para alcanzar la saturación teórica, ya que las lógicas de Instagram son altamente estandarizadas. La división comparativa de la muestra en dos grupos garantiza la variabilidad y el equilibrio necesario para contrastar estrategias y modos de recepción en contextos de visibilidad distintos, tal como lo sustentan antecedentes metodológicos del área, donde la relevancia se centra en la intensidad interpretativa de los microprocesos estéticos y no en la generalización poblacional.

3.4 Técnicas de recolección de información

3.4.1 Análisis visual

- Estos datos se recolectarán a través de observación directa de cada publicación, mediante una ficha de análisis generada para esta investigación.
- Datos generales de la publicación (fecha, tipo de contenido, seguidores del artista).
- Descripción formal de la obra (técnica, escala aparente, plano).
- Elementos de edición digital (filtros, texto añadido, velocidad del reel, efectos visuales).
- Contexto de la publicación (hashtags, descripciones, tono del discurso).
- Enfatización del proceso creativo (si aplica).

3.4.2 Métricas e interacciones

De cada publicación se registran las siguientes métricas visibles:

- Número de *likes:* Entendido como el número de veces que los usuarios han marcado el ícono de corazón en la publicación.
- Número de comentarios: Entendido como las veces que los usuarios han escrito una opinión dentro de la publicación en el ícono de globo de texto.
- Número de guardados (cuando la plataforma lo muestra): Entendido como las veces en la que los usuarios han dado *tap* o *click* al ícono de marcador para guardar la publicación.
- Número de compartidos (si es visible): Entendido como el número de veces donde los usuarios han marcado el ícono de las dos flechas para compartir la publicación.
- Número de reproducciones (en caso de reels): Entendido como el número que aparece en el *feed* de *reels* indicando las veces que este se ha reproducido.

Asimismo, se realizará un análisis cualitativo de los comentarios, clasificándolos según su naturaleza:

- Emotivos o de admiración.
- Valorativos (“qué bonito”, “me encanta”).
- Críticos o interpretativos.
- Irrelevantes o automatizados (spam).

3.5 Procedimiento

Este proceso metodológico se consiste en las siguientes etapas:

1. Selección del corpus visual, aplicando los criterios previamente definidos.

2. Captura y registro de cada publicación, incluyendo URL, fecha exacta, métricas e imagen.
3. Rellenado de la ficha de análisis visual, considerando los elementos formales y contextuales.
4. Codificación de los comentarios, asignando categorías descriptivas.
5. Comparación entre perfiles emergentes y consolidados, para observar diferencias en viralidad, presentación visual y recepción del público.
6. Análisis interpretativo, relacionando las observaciones con la teoría estética y con conceptos de cultura visual, digitalidad y algoritmo.
7. Integración de resultados, mostrando coincidencias, tensiones y contrastes entre la experiencia estética tradicional y la experiencia mediada por la plataforma.

3.6 Criterios de análisis

3.6.1 Estético

Considera si la obra invita a contemplación, si genera juicio estético, si posee profundidad simbólica o si su presentación está orientada a captar atención inmediata.

3.6.2 Digital

Observa la influencia del algoritmo y los formatos de Instagram sobre la obra, como el diseño para retención del público, optimización para lograr viralidad, uso de tendencias.

3.6.3 Participativo

Examina la interacción del público; el tipo de comentarios, las métricas predominantes e indicadores de recepción superficial o profunda dependiendo el caso.

3.7 Consideraciones éticas

Todas las obras seleccionadas provienen de perfiles públicos de Instagram. No se divulgarán datos personales sensibles y, en caso de reproducir imágenes dentro de la tesis, se incluirán los datos pertinentes del crédito al artista. No se realizarán intervenciones directas en los perfiles ni interacciones que puedan alterar las métricas reales de las publicaciones.

3.8 Limitaciones de la investigación

Como toda investigación cualitativa circunscrita a un contexto específico, este estudio presenta ciertas limitaciones metodológicas y de alcance que deben ser reconocidas.

En primer lugar, el análisis se restringe a un número reducido de artistas plásticos poblanos y a un periodo delimitado, lo que impide alcanzar una generalización estadística sobre el comportamiento estético del arte digital en Instagram, esta restricción se complementa con la naturaleza cambiante de la plataforma, que modifica continuamente sus algoritmos y criterios de visibilidad, afectando la replicabilidad exacta del estudio en el tiempo. Asimismo, el análisis depende de los datos visibles y públicos que ofrece Instagram, limitando la profundización en métricas internas cruciales para la estética del engagement, como el tiempo de visualización exacto o el porcentaje de retención del contenido; finalmente, la experiencia estética, al ser un fenómeno intrínsecamente subjetivo, no puede reducirse completamente a categorías sistematizables, estando siempre influida por los marcos culturales y perceptivos particulares del espectador.

No obstante, estas limitaciones no demeritan la pertinencia ni la importancia de esta investigación, al contrario, realzan su valor al ofrecer un análisis cualitativo profundo y situado que revela fenómenos que los enfoques cuantitativos difícilmente captarían. La

investigación se enfoca en la tensión entre la contemplación y el consumo acelerado, la adaptación del artista a los lenguajes algorítmicos y la reorganización de la percepción, dimensiones fundamentales para comprender la circulación y experiencia de las imágenes artísticas en el ecosistema digital actual.

El carácter localizado del estudio permite observar con detalle procesos globales, proporcionando una vista crítica del estado del arte digital en un momento específico, de esta forma, la investigación no solo describe un fenómeno, sino que contribuye a la construcción de un marco de comprensión crítica en el campo de la estética contemporánea, la comunicación y la cultura visual, llevando el análisis estético hacia los territorios digitales donde hoy se produce una parte significativa de la cultura.

Capítulo IV: Instagram como espacio de circulación del arte

Como he mencionado anteriormente, Instagram ocupa un espacio muy importante en el mundo digital, ya que, según el DataReportal (2025).

> Instagram tenía al menos 1740 millones de usuarios en todo el mundo en enero de 2025. Esta cifra sugiere que el 26,9 % de todas las personas de 13 años o más en todo el mundo usaban Instagram en el momento de la elaboración del informe.

Siendo esta una de las redes sociales más utilizada y con gran alcance, resulta conveniente ejercer la publicidad adecuada a tu trabajo, no solamente a nivel artístico, ya que muchos usuarios abren cuentas para publicitar su negocio o emprendimiento, pues la misma plataforma te sugiere herramientas para agilizar los procesos de compra-venta, esta masividad transforma la plataforma en un mercado visual global donde la competencia por la atención es feroz. Para el arte plástico, Instagram ha pasado de ser un mero portafolio

digital a convertirse en un canal de venta y promoción directo que minimiza la dependencia de los intermediarios tradicionales como las galerías y curadores, ya que el valor estético de la obra se hibrida con su valor de marca personal; la experiencia estética del usuario se convierte en un primer paso hacia la intención de compra.

En este ecosistema, el arte se inserta plenamente en la economía del *influencer* y la viralidad, puesto que la plataforma facilita la monetización del arte plástico a través de diversas herramientas como la inclusión de etiquetas de compra (*shopping tags*) directamente en las publicaciones de Instagram que permite a los artistas enlazar sus obras a tiendas virtuales externas como *Etsy* o páginas propias, acortando drásticamente el ciclo de compra. Asimismo, la funcionalidad de mensajes directos (*DMs*) se convierte en el canal principal para la negociación de comisiones y ventas privadas, reemplazando las reuniones formales de galería.

Este modelo exige que el artista se convierta en un *emprendedor visual* y para lograr el éxito comercial, no basta con la calidad intrínseca de la obra; el artista debe ser competente en la producción constante de contenido de *marketing* que cumpla con los requisitos del algoritmo y construya una narrativa personal coherente, ya que, ahora la obra se consume no solo por su belleza, sino por la historia del artista que la plataforma ayuda a construir. Por lo tanto, el éxito de la circulación y la venta de la obra plástica en Instagram está directamente ligado a la capacidad del artista de navegar por el contenido viral y capitalizar las reglas del algoritmo.

4.1 Dinámica del algoritmo y la viralidad en Instagram

La plataforma constantemente actualiza sus términos para optimizar el consumo, esto para que el contenido sea altamente específico al usuario utilizando diversos algoritmos, clasificadores y procesos, cada uno de ellos para un fin determinado. Cada parte de la aplicación usa un algoritmo distinto que se adapta al gusto y las necesidades del usuario; mientras que en *stories* o el *feed* se muestran las publicaciones recientes de las personas que sigues, los *reels* o la sección *explorar* muestra contenido nuevo adaptado específicamente al gusto personal del consumidor.

La clasificación del *Feed* y las *Stories* define todas las publicaciones recientes que las personas que sigues han compartido, exceptuando los anuncios; posteriormente, se recopilan los datos sobre cada publicación por orden de importancia, pasando por la información de la publicación, como la información de la persona que la realizó, la interacción y la actividad de la persona que interactuó.

Los algoritmos de la pestaña *Explorar* y los *Reels*, en cambio, funcionan bajo una lógica de descubrimiento más agresiva que el *feed* principal, priorizando el contenido de cuentas que el usuario aún no sigue (Meta, 2024). En *explorar*, el objetivo es la expansión de intereses, identificando publicaciones populares relacionadas con temas que el usuario ya ha manifestado interés y clasificándolas, basándose en la probabilidad de que el usuario las guarde o comparta, siendo el guardado la señal más fuerte. El algoritmo del *reel* está enfocado en el entretenimiento y el tiempo de visualización, priorizando si el usuario ve el video hasta el final y si lo ve en bucle, clasificando también la publicación según la probabilidad de que el usuario acceda a la página del audio o a la del creador (Instagram, 2023).

El fenómeno de lo *viral* es el resultado directo de esta optimización algorítmica y ocurre cuando una publicación tiene un rendimiento excepcionalmente alto en las señales clave del

algoritmo de descubrimiento. Para que el contenido sea considerado viral, y por ende se distribuya a un público masivo, un creador debe enfocarse en conseguir una alta tasa de recompensa, priorizando las acciones que indican que el contenido es valioso, como los *guardados* y *compartidos*, por encima de solo *likes*. Asimismo, es crucial lograr el tiempo de retención máximo, especialmente en *reels*, capturando la atención en los primeros segundos para mantener al espectador hasta el final, lo que exige el uso de ganchos visuales o narrativos rápidos. Finalmente, el sistema premia la adopción de formatos y audios tendencia, así como la calidad y originalidad percibida del contenido, dándole una ventaja inicial a las publicaciones que utilizan los elementos populares de la plataforma y demuestran una alta calidad técnica (Meta, 2024). En esencia, para que el arte plástico sea viral en Instagram, debe transformarse en un vehículo de datos sociales eficiente que cumpla con las exigencias del tiempo de visualización y el *shareability*[18].

La comprensión del algoritmo de Instagram que revela las exigencias operacionales que debe asumir el individuo que aspira a la viralidad y al establecimiento como un creador de contenido rentable. Para trascender la visibilidad local e irrumpir en el fenómeno viral, los creadores deben de superar la mera calidad intrínseca de su trabajo y adoptar una estrategia de contenido y marca personal diseñada para masas amplias y sobre estimuladas, esto exige una consistencia rigurosa en la publicación para mantener activo el sistema de recomendación, la optimización minuciosa de los primeros segundos de los reels con ganchos visuales que inhiban el *scroll*, y una interacción proactiva con la audiencia, respondiendo

[18] Capacidad de un contenido o mensaje para ser fácilmente compartido a través de plataformas digitales, lo que aumenta su alcance y visibilidad.

comentarios y mensajes directos, lo que fomenta el *engagement* y convence al algoritmo de la relevancia social del perfil.

El éxito en la acumulación de seguidores no constituye un fin en sí mismo, sino el fundamento para un modelo de negocio rentable que se enmarca en la *creator economy*, esta rentabilidad se sustenta en la capacidad de monetizar la atención y la confianza de la audiencia, capital social que ha sido meticulosamente construido gracias a la eficacia algorítmica, puesto que el creador de contenido con alta viralidad y una base de seguidores sólida genera ingresos a través de diversas vertientes (Taplin, 2017). Primeramente, mediante la publicidad directa y los patrocinios (*Branded Content*), donde las marcas remuneran al creador para que incorpore sus productos o servicios en su contenido, aprovechando la influencia y la autenticidad percibida del artista para alcanzar a su público, ya que, cuanto mayor el nivel de interacción, más elevada será la tarifa por patrocinio. En segundo lugar, se establece la venta directa de productos y servicios, abarcando la obra plástica original, impresiones, *merchandising* o cursos en línea, ya que esta red social funciona como el principal punto de venta, suprimiendo intermediarios y optimizando el margen de ganancia del usuario. Finalmente, existen las herramientas de monetización interna de la plataforma, como las *Insignias* (*Badges*) o los pagos por rendimiento en *reels*, lo que motiva a los creadores a producir contenido constantemente alineado con las directrices algorítmicas.

Instagram facilita activamente esta monetización y circulación no solo a través de la integración de etiquetas de compra o los canales de mensajes directos para negociaciones, sino también mediante el fomento del uso estratégico de sus funcionalidades nativas. Para maximizar la difusión y el rendimiento, la división *Instagram Creators* aconseja a los usuarios centrarse en la creación de contenido que sea original y que aporte valor intrínseco,

mientras simultáneamente se capitalizan las funcionalidades de la aplicación; esto implica utilizar la música de la librería de Meta, incorporar texto en pantalla para aumentar la accesibilidad y el tiempo de visibilidad; y emplear los filtros y efectos de realidad aumentada propios de la interfaz. Adicionalmente, se recomienda enfáticamente la publicación consistente de reels, pues es el formato preferencial del algoritmo de descubrimiento, e insistir en la interacción con la audiencia a través de preguntas en *stories* o llamados a la acción en las descripciones, garantizando que el perfil se mantenga activo. En definitiva, la plataforma proporciona las herramientas, pero exige al usuario la adaptación total de su proceso comunicativo a las condiciones de legibilidad y performance del medio digital.

4.2 El arte plástico en Instagram

La incursión del arte plástico en Instagram ha redefinido el rol del artista, transformándolo en un *emprendedor visual* que gestiona su marca y sus ventas directamente en la plataforma, las cuentas de artista no solo sirven como portafolios digitales, sino que funcionan como galerías efímeras y puntos de encuentro comercial, estas cuentas operan bajo una lógica de transparencia controlada, donde la presentación estética de la obra es inseparable del proceso comercial. Para lograr la venta, los artistas implementan estrategias que capitalizan las funcionalidades de la plataforma, como los *DMs,* la herramienta de comercio más inmediata, donde el artista utiliza las descripciones de las publicaciones para indicar que la obra está disponible y anima a los interesados a iniciar una conversación privada, eliminando así las comisiones de las galerías. Simultáneamente, para integrar la venta de manera fluida, muchos artistas configuran sus cuentas como tiendas, lo que les permite utilizar etiquetas y enlazar sus obras directamente a tiendas virtuales externas, lo que convierte la imagen estética en una unidad de información comercial que facilita la compra impulsiva. Es importante que el

artista emplee una narrativa (*Storytelling*), utilizando las *stories* y *reels* para mostrar el proceso de creación y la inspiración, ya que esto "humaniza la obra, construye una conexión emocional (parasocial) con el espectador y justifica el precio, elevando el valor de la obra a partir de su historia" (Malvestida, 2021).

La visibilidad es la moneda de cambio en Instagram, por ello, la generación de contenido viral es una prioridad estratégica para el artista, centrada en las exigencias del algoritmo de descubrimiento. Esto implica el dominio del video corto, priorizando el video vertical y dinámico sobre la imagen estática y utilizando los *reels* para generar expectativa o mostrar el proceso, asegurando el tiempo de retención del usuario y capitalizando el uso de audios en tendencia, lo que aumenta exponencialmente las posibilidades de ser distribuido a audiencias no seguidoras (Meta, 2024). Para lograr el *engagement*, la métrica más valiosa para el arte es el *guardado* y el *compartido*, por lo que el contenido debe ser visto como útil o inspirador, ofreciendo tutoriales rápidos o simplemente creando un impacto visual tan fuerte que el usuario lo guarde para referencia futura. Finalmente, la consistencia y el *nicho estético* son fundamentales; la publicación regular mantiene el perfil activo ante el algoritmo, y la identidad visual del artista debe ser consistente para que los usuarios puedan reconocer fácilmente el contenido, lo que refuerza la marca y fideliza a la audiencia de nicho. La conjugación de estas estrategias evidencia que la circulación del arte plástico en Instagram depende de una compleja adaptación a las condiciones de la interfaz, donde el talento artístico debe ser gestionado a través de la lógica de un modelo de negocio digital, además, las dinámicas descritas sobre el algoritmo y las estrategias de marketing se manifiestan de manera diversa en la práctica, por lo que el siguiente capítulo profundizará este análisis a través de la evaluación detallada de casos concretos de artistas plásticos poblanos

contemporáneos, contrastando su producción visual en Instagram con las exigencias de viralidad y la teoría estética, a fin de comprender cómo se negocia la experiencia artística en este nuevo régimen de visibilidad.

Capítulo V: La experiencia estética en Instagram

5.1 Transformación de la experiencia estética en el entorno digital

La experiencia estética, que históricamente se concibió como una forma singular de apertura sensible que exige atención, cuerpo y disponibilidad, se encuentra intensamente alterada por las condiciones inherentes al entorno digital.

La estética trascendental de Kant situaba la posibilidad de un juicio desinteresado (una suspensión de intereses prácticos que permitía al sujeto entregarse a la forma), no obstante, actualmente se interpone el ritmo acelerado del *scroll*, que comprime el tiempo contemplativo y orienta la atención hacia lo inmediato. De manera similar, Dewey concebía la experiencia estética como la culminación de un proceso integrado, donde percepción, emoción y pensamiento se articulan en continuidad; sin embargo, esta unidad se fragmenta constantemente cuando la secuencia de imágenes es interrumpida sin cesar por un flujo que solicita respuestas instantáneas. A su vez, la fenomenología de Merleau-Ponty nos recuerda que toda percepción es encarnada, y que el cuerpo, al rodear la obra, construye el sentido de lo visible; no obstante, la miniaturización, el aplanamiento y la retroiluminación de las imágenes en la pantalla debilitan la presencia, reduciéndola a un gesto táctil que apenas roza la superficie del dispositivo.

Estas tres dimensiones esenciales (tiempo, unidad y corporalidad) convergen en un entorno que revuelve por completo la manera en que la sensibilidad se organiza frente a las obras, especialmente en plataformas de consumo masivo como Instagram.

El juicio estético kantiano exige la posibilidad de detenerse y atender a la forma sin finalidad externa; pero la temporalidad de la plataforma genera una tensión entre esta exigencia y la lógica de desplazamiento continuo, lo que deteriora el tiempo necesario para que se establezca la experiencia profunda. Dewey profundiza en esta problemática al señalar que *una experiencia* no es un simple acontecimiento agradable, sino un proceso que avanza hacia un cierre significativo, y que sin esa continuidad "no hay experiencia, sino meras sucesiones" (Dewey, 1934/2008, pág. 52). En el entorno digital, aunque puedan emerger *microimpactos* estéticos, estos rara vez se consolidan en una unidad coherente, puesto que, en términos fenomenológicos, la intuición de Merleau-Ponty resulta igualmente crucial: el cuerpo no solo ve, sino que habita lo que ve. Al reducir la obra a una imagen manipulable con un dedo, la plataforma reorganiza la espacialidad de la percepción; la escala, la textura, la profundidad y la iluminación se vuelven estandarizadas, perdiendo la densidad sensible que sostenía gran parte de la experiencia plástica tradicional.

A esta dimensión perceptiva se suma la lectura crítica de Adorno, quien problematiza la subordinación de la obra a las lógicas de reproducción masiva. En Instagram, la visibilidad depende de métricas cuantificables como las visualizaciones, interacciones y guardados que operan sobre criterios técnicos predefinidos y que empujan a la obra hacia la estandarización formal. La sensibilidad, entonces, se acomoda progresivamente a lo que el algoritmo privilegia: formatos breves, colores saturados y ritmos narrativos acelerados, ya que, como señala Adorno:

> En el mundo administrado, la percepción queda moldeada por las formas mismas de la producción cultural; aquello que el sujeto cree experimentar como propio ya ha sido anticipado por los mecanismos que regulan su acceso a los objetos. Lo que se presenta como libertad en la elección es, en realidad, la adaptación a una oferta previamente estandarizada (Adorno, 2004, p. 152).

Esta afirmación no implica que la experiencia estética desaparezca en el entorno digital, sino que adopta disposiciones distintas, muchas veces intermitentes, ya que, la temporalidad breve no anula por completo la posibilidad del encuentro sensible, pero lo transforma en un tipo de experiencia que conmueve de inmediato y se extingue con similar rapidez; una estética que opera en destellos y que apela a una atención móvil, influida tanto por preferencias personales como por criterios algorítmicos. Aun así, es necesario reconocer que el entorno digital también abre otras posibilidades, como mayor accesibilidad a obras y artistas, circulación expandida, nuevas formas de interacción visual, y condiciones en que ciertos trabajos encuentran audiencias que de otro modo serían inalcanzables.

Considerando esta compleja interacción entre la tradición filosófica y la realidad tecnológica, se define la experiencia estética para esta investigación no como un juicio desinteresado e inmutable, sino como un ***fenómeno relacional y dinámico que surge del encuentro entre el sujeto y la imagen, mediado por las condiciones perceptivas, temporales y algorítmicas de la interfaz de Instagram***. Esta definición es efectiva porque no busca negar la existencia de la experiencia estética, sino analizar su reconfiguración en el contexto del consumo acelerado, además, permite integrar las métricas de la plataforma como elementos estructurales que condicionan la sensibilidad, haciendo posible evaluar cómo la inmediatez técnica moldea la intensidad, la duración y el significado del encuentro con la obra plástica.

Este marco teórico, que articula tiempo, cuerpo y mediación socio-técnica, orienta el análisis que se desarrollará en los apartados siguientes, ya que, la tensión entre contemplación, aceleración y estandarización serán examinadas en las diez publicaciones seleccionadas, a partir de criterios formales y métricos que permitirán observar con precisión cómo la plataforma reorganiza la experiencia estética contemporánea. El objetivo final no es oponer lo digital a lo tradicional, sino mostrar cómo estas transformaciones producen nuevas configuraciones de sensibilidad y redefinen lo que hoy puede significar encontrarse con una obra en la rapidez del *feed.*

5.2 La interfaz como mediación: scroll, viralidad y atención

La experiencia estética en el entorno digital no depende sólo de las imágenes que circulan; depende, sobre todo, del modo en que la interfaz organiza la relación entre el espectador y aquello que percibe. Para evitar ambigüedades conviene precisar tres términos fundamentales: ***scroll*** refiere al desplazamiento continuo del *feed*; **algoritmo** al conjunto de señales y reglas (*engagement*, guardados, retención, duración de visualización) que determinan qué se muestra y en qué orden; y **viralidad** a la amplificación acelerada de un contenido cuando la interacción del usuario coincide con los parámetros que la plataforma considera valiosos. Estos elementos, ya discutidos en el marco teórico y en el capítulo dedicado a la plataforma, constituyen el núcleo de la mediación técnica que reestructura la percepción contemporánea.

Instagram actúa como agente activo, ya que selecciona, ordena y temporiza la aparición de los contenidos; su diseño introduce un ritmo perceptivo que condiciona la experiencia estética. Sin embargo, el *scroll* se convierte en un régimen perceptivo completamente nuevo puesto que el usuario ya no se coloca frente a una obra de manera prolongada, sino que

participa de un flujo constante en el que la mirada apenas se fija. Donde la tradición estética buscaba duración, la interfaz impone una secuencia breve y fragmentada que exige captar la mirada en intervalos mínimos; esta reorganización del tiempo altera la relación entre sensación y significado, ya que la obra digital, reducida a segundos, debe volverse eficaz en captar la atención inmediata del espectador.

Los datos recientes sobre consumo digital confirman esta dinámica acelerada. Diversos informes señalan que el contenido en formato de video corto (incluidos Reels, TikTok y YouTube Shorts) domina una proporción creciente del consumo mediático global en 2025, consolidándose como uno de los principales motores de atención en redes sociales (SQ Magazine, 2025). De forma complementaria, estudios sobre redes sociales en 2025 muestran que los videos cortos concentran las tasas de *engagement* más altas frente al contenido estático (Metricool, 2025), lo que explica su centralidad dentro de los *feeds* algorítmicos contemporáneos.

A ello se suma la escala global de plataformas de redes sociales cuyos usuarios activos, así como la alta frecuencia de interacción, amplifican cualquier proceso de viralidad, haciendo de la atención un recurso disputado. Reportes de métricas digitales de 2025 demuestran que la exposición prolongada a formatos breves aumenta la competencia por la atención y establece dinámicas perceptivas aceleradas que influyen directamente en el modo de ver (SimpleBeen, 2025). Todo ello permite sostener que la atención se ha convertido en el recurso central del ecosistema visual digital.

Desde la teoría de los medios, esta situación puede leerse desde la perspectiva anteriormente mencionada de Marshall McLuhan: *el medio es el mensaje*, y, en consecuencia, la interfaz no es un canal neutro sino un entorno que moldea la percepción y la experiencia

(McLuhan, 1967/2008). Para este autor, toda tecnología mediática reorganiza la sensibilidad colectiva; en el caso de Instagram, esa reorganización se manifiesta en la temporalidad fragmentada, la simultaneidad de estímulos y la prioridad del impacto inmediato. A su vez, Lev Manovich complementa esta lectura al afirmar que en entornos digitales el contenido ya no es independiente de la interfaz que lo presenta; interfaz y medio técnico se vuelven parte constitutiva de lo que se ve y cómo se lo ve (Manovich, 2001).

El algoritmo profundiza esta reorganización perceptiva al priorizar lo que genera acción inmediata y penalizar lo que para este mismo no es llamativo. En los videos cortos, la métrica clave suele ser la duración de visualización, que la plataforma interpreta como señal de relevancia, de esta manera, las formas visuales que logran mayor visibilidad tienden a adaptarse a estas exigencias de composiciones directas, contrastes marcados, primeros planos y secuencias de alta legibilidad. El paisaje estético resultante tiende hacia la homogeneidad no porque las obras tengan la misma intención o calidad, sino porque adoptan formatos que el diseño de la plataforma premia.

Esta tendencia no es meramente una impresión crítica, pues se sostiene sobre datos empíricos recientes sobre formatos audiovisuales digitales. Investigaciones y reportes de 2024–2025 indican que el uso intensivo de video corto y *scroll* ininterrumpido se relaciona con transformaciones en los patrones atencionales, la memoria perceptiva y la disposición para contemplar objetos durante periodos prolongados.

A pesar de estas tensiones, la mediación digital no debe interpretarse únicamente en clave negativa, ya que esa estructura técnica que impone ritmos de lectura también abre posibilidades inéditas, como artistas emergentes logrando visibilidad global; obras que circulan más allá de los circuitos tradicionales; comunidades visuales que se forman, discuten

e interpretan trabajos; y formatos audiovisuales breves como videos de proceso, *close-ups* y secuencias fragmentadas que permiten explorar nuevas formas de estética mediada. En efecto, algunos creadores adaptan su producción al diseño de la interfaz sin renunciar a densidad expresiva, agregando elementos como variaciones de encuadre, textura pictórica o montaje visual que se integran como parte de una estrategia estética que usa la mediación técnica no como limitación, sino como condición.

Desde la metodología de esta inevstigación, estas hipótesis teóricas serán sometidas a contraste empírico mediante publicaciones de la muestra, ya que este análisis combina categorías formales como escala simulada, encuadre, textura visual, presencia de proceso; con métricas observables como *likes*, comentarios, guardados, formato y duración para identificar patrones que revelen con qué intensidad la interfaz regula la experiencia estética del espectador. Así se busca trazar una cartografía situada de los efectos de la mediación técnica sobre la sensibilidad contemporánea, distinguible entre riesgos (homogeneización, pérdida de profundidad contemplativa) y oportunidades (difusión, innovación formal, comunidad), según cada caso específico de la muestra.

5.3 Análisis de casos: artistas emergentes y consolidados

El análisis del corpus de esta investigación, conformado por diez publicaciones de Instagram hechas por artistas plásticos durante 2025, se fundamenta en un proceso de recolección de datos realizado de forma sistemática y transparente. Siguiendo la metodología planteada en el capítulo III, se procedió a capturar cada publicación mediante capturas archivadas con su fecha, tipo de formato y métricas visibles, tales como *likes*, comentarios visibles en la publicación, reproducciones en *reels* junto con su tiempo de duración (en caso de publicaciones estáticas, el tiempo no aplica) y, en algunos casos, guardados y compartidos

(si es que se encuentran visibles). Posteriormente, cada caso se registró en una ficha estandarizada que reúne información formal como la técnica, el encuadre, composición y paleta cromática (colores destacados en la publicación), además de datos cuantitativos como seguidores; y elementos discursivos como el *caption* (descripción de la publicación), hashtags y un análisis cualitativo de los comentarios. Este procedimiento permitió asegurar la trazabilidad de los datos y generar una base empírica homogénea para comparar de manera rigurosa las dinámicas de recepción y visibilidad entre artistas emergentes y consolidados.

Los datos anteriormente mencionados, se registraron en el siguiente instrumento con el propósito de facilitar su lectura y análisis:

Perfil:	**Fecha de publicación:**
URL:	
Fecha de registro:	**Tipo de contenido:**
Seguidores del artista:	**Formato:**
***Likes*:**	**Comentarios:**
Compartidos:	**Reproducciones:**
Técnica representada:	**Escala aparente:**
Encuadre:	**Paleta cromática:**
Textura:	**Predominancia estética:**
Edición:	**Tiempo:**
Descripción:	**Hashtags:**
Indicio de diseño para algoritmo:	
Análisis de interacción:	
Análisis de experiencia estética:	

La selección de cinco perfiles emergentes y cinco consolidados no buscó evaluar calidad artística, sino observar cómo la plataforma condiciona el encuentro estético bajo

parámetros de atención breve, desplazamiento continuo y circulación constante de imágenes.

A continuación, se encuentran las fichas de cada publicación seleccionada para posteriormente, comenzar con el análisis de casos:

Figura A2
Publicación de Instagram de @fatimasolanart



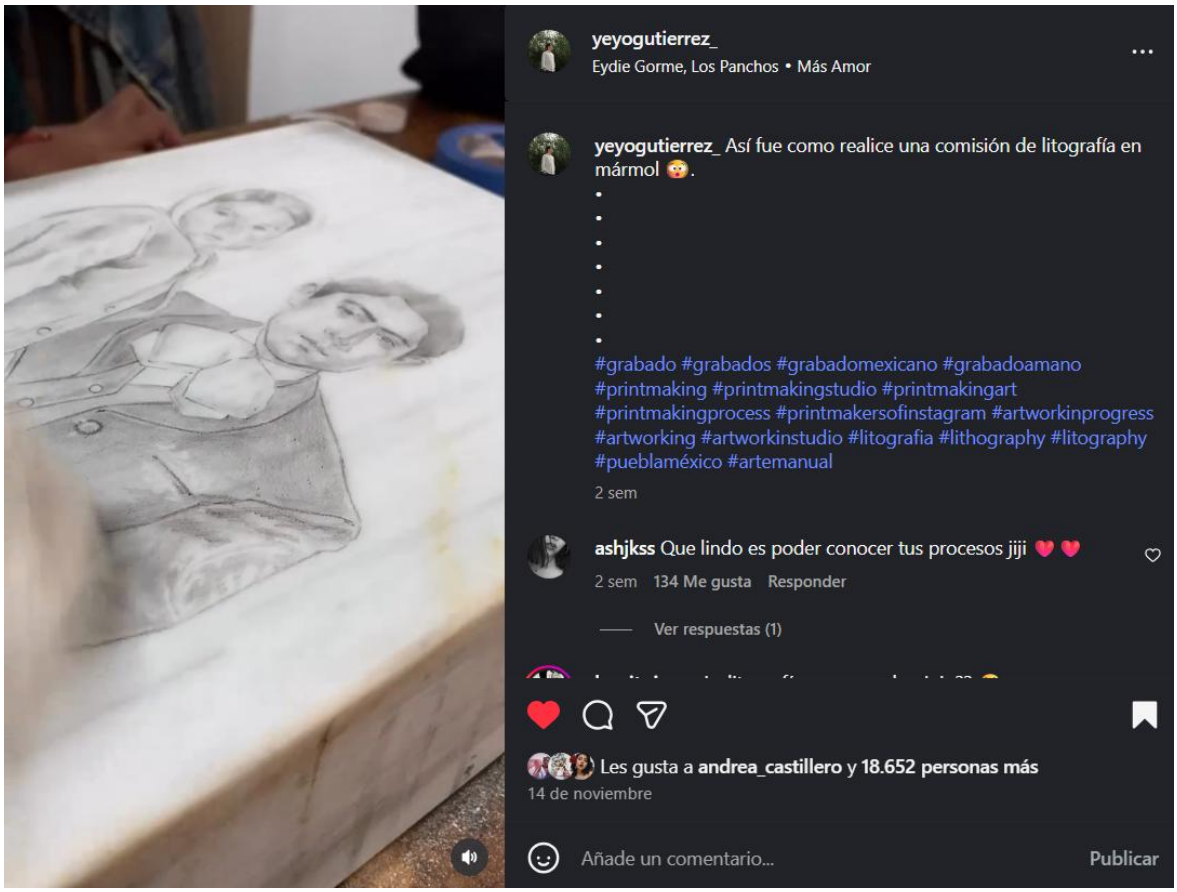
Nota. Captura de pantalla del perfil de Instagram, tomada el 01 de diciembre de 2025. (Perfil público)

Perfil: @fatimasolanart	**Fecha de publicación:** 19 de noviembre de 2025
URL:https://www.instagram.com/fatimasolanart?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==	
Fecha de registro: 01 de diciembre de 2025	**Tipo de contenido:** Carrusel

Seguidores del artista: 174,000	**Formato:** 1:1
***Likes*:** No visibles	**Comentarios:** 42
Compartidos: 106	**Reproducciones:** No aplica
Técnica representada: Mixta	**Escala aparente:** 160cm x 140cm
Encuadre: Primer plano y *close-up*	**Paleta cromática:** Dominante, complementaria, fría
Textura: Se aprecia textura se pintura y materiales secos	**Predominancia estética:** impacto inmediato mostrando como primer imagen, la obra completa
Edición: No aplica	**Tiempo:** No aplica
Descripción: "¿La virtud de la ignorancia?" Técnica Mixta sobre lienzo (160cm x 140cm)	**Hashtags:** #art #arte #paint #paintings #oilpaintingartist #oilpastels #artemexico #artista
Indicio de diseño para algoritmo: Uso del formato carrusel	
Análisis de interacción Dentro de los comentarios en esta publicación, la gran mayoría de estos muestran emoción y agrado a la obra publicada, incluyendo comentarios como el de @sentirlever "ºmira la expresión, es fantastica y hermosa 👐 ❤️ ", además, algunos de estos generaban el diálogo sobre la interpretación de la obra publicada, como el de @juanrpo17 "Me encanta como el cerdo parece juzgar a los niños por jugar en su lodo, me gusta mucho la inocencia de la infancia", sin embargo, a pesar del notable interés por los usuarios, el autor no respondió ni dio *like* a algún comentario.	
Análisis de experiencia estética: Esta obra produce un micro-impacto visual, puesto que esta publicación muestra la obra completa y algunos detalles de ella a manera de close-up, además, esta obra contiene más compartidos que comentarios, por lo que esta obra recurre a ser visualmente impactante para funcionar. Sin embargo, es primordial aclarar que esta obra publicada viene acompañada de un reel donde la artista nos comparte el proceso completo de la obra hasta mostrar el resultado final, este video tiene 227mil reproducciones y 28.5 mil likes al momento de su registro,	

lo que muestra que, los videos mostrando el proceso de elaboración suele ser más llamativo que la obra terminada dentro de la plataforma.

Figura A2
*Publicación de Instagram de @yeyogutierrez_*



Nota. Captura de pantalla del perfil de Instagram, tomada el 01 de diciembre de 2025. (Perfil público)

Perfil: @yeyogutierrez_	**Fecha de publicación:** 14 de noviembre de 2025
URL:https://www.instagram.com/reel/DRDm1MkkbUJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	
Fecha de registro: 01 de diciembre de 2025	**Tipo de contenido:** *reel*
Seguidores del artista: 25,500	**Formato:** 9:16
***Likes*:** 18,600	**Comentarios:** 98
Compartidos: 1,556	**Reproducciones:** 178,000

Encuadre: Primer plano, *close-up*, picado, contrapicado	**Paleta cromática:** Sutil, neutra
Textura: Se aprecia textura se pintura y solventes	**Edición:** Planos y tomas diferentes cada segundo, sin filtro, a buena calidad
Tiempo: 57 segundos	**Escala aparente:** A4
Descripción: Así fue como realice una comisión de litografía en mármol 😳.	**Hashtags:** #grabado #grabados #grabadomexicano #grabadoamano #printmaking #printmakingstudio #printmakingart #printmakingprocess #printmakersofinstagram #artworkinprogress #artworking #artworkinstudio #litografia #lithography #litography #pueblaméxico #artemanual
Predominancia estética: Muestra del proceso completo de la elaboración de una comisión	**Indicio de diseño para algoritmo:** Uso del formato de video corto con tomas diferentes constantes para llamar la atención del espectador
Análisis de interacción Dentro de los comentarios en esta publicación, la gran mayoría de estos muestran agrado hacia la obra a la forma de mostrar el proceso del artista, inclusive estas interacciones fomentan el diálogo del uso del material tan inusual que está usando para la elaboración de su oba, como el comentario de @artgabysanjurjo “Que interesante en mármol!! esto es nuevo para mí , en Paraguay no tenemos acceso a las piedras de litografía , y esta podría ser una buena opción . Es con químicos también. Me encantará ver tu explicación de proceso 🔆”. Además, muchas de estos comentarios hacen preguntas al artista sobre el uso de los materiales, la técnica o talleres donde este tipo de estampa se puede aprender, como el usuario @chico.planta “Para cuando otro curso de litografía en Puebla”. Este artista responde la gran mayoría de los comentarios con palabras de agradecimiento, además de brindar tips, e información que sus seguidores le preguntan, alentando así el *engagement.*	
Análisis de experiencia estética:	

Esta publicación produce una experiencia estética procesual, donde la obra (en este caso una comisión) pasa a ser el personaje secundario ante el acompañamiento del artista al crear la litografía, al tener tantos saltos de tomas y ángulos en menos de un minuto, resulta altamente estimulado para los usuarios, además, mostrar el resultado al final del video atrapa al espectador, generando la necesidad de no abandonar el video para poder ver el resultado final.

Figura A3

Publicación de Instagram de @oxhcar



Nota. Captura de pantalla del perfil de Instagram, tomada el 01 de diciembre de 2025. (Perfil público)

Perfil: @oxhcar	**Fecha de publicación:** 28 de octubre de 2025
URL:https://www.instagram.com/reel/DQX_M9fkRv5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	

Fecha de registro: 01 de diciembre de 2025	**Tipo de contenido:** *reel*
Seguidores del artista: 13,100	**Formato:** 9:16
Likes: 559	**Comentarios:** 8
Compartidos: 23	**Reproducciones:** 6,546
Técnica representada: Pintura	**Escala aparente:** 30cm x 40cm
Encuadre: Primer plano, *close-up*	**Paleta cromática:** Colorida, complementaria
Textura: Se aprecia textura se pintura	**Edición:** Planos y tomas diferentes cada segundo, sin filtro, canción viral de fondo (Luther - Kendrick Lamar y Sza)
Tiempo: 20 segundos	**Predominancia estética:** Proceso acelerado y fragmentado de la elaboración de la pintura
Descripción: Pintemos una mariposa 🦋 en mi estilo favorito 🍄. Me encanta reinterpretar la naturaleza con este estilo, el cual se caracteriza por la descomposición de la perspectiva mediante curvas y geometría orgánica para otorgar un estímulo visual único ⭐. ¿Qué te gustaría que pinte con este estilo? Y ¿qué colores te gustaría que utilice? 🍄 Nos leemos en los comentarios 💔	**Hashtags:** No utilizó
Indicio de diseño para algoritmo: Uso del formato de video corto con tomas diferentes constantes para llamar la atención del espectador.	
Análisis de interacción Dentro de los comentarios en esta pintura, todos mencionan el gusto que les generó la obra, como el del usuario @laura_islas “Aaaa me gusta mucho tu técnica! Se antoja experimentar 😳”. A pesar de los pocos comentarios en esta publicación, el artista no duda en comentar todos, mostrando su agradecimiento al apoyo de la cuenta y la	

publicación. Además, el artista añade un llamado a la acción realizando las preguntas "¿Qué te gustaría que pinte con este estilo? Y ¿qué colores te gustaría que utilice?" para alentar a su comunidad a generar interacción y, por consecuente, más viralidad.
Análisis de experiencia estética: Esta publicación produce una experiencia estética procesual efímera, ya que este reel dura menos de un minuto y muestra fragmentos del proceso de elaboración de la obra. Incluye *close-ups* a detalles que el artista realiza acompañado de una narración íntima que complementa con subtítulos en tiempo real para posteriormente, mostrar el resultado final. En el inicio, planteó un *hook* sobre el tema de su obra para atrapar al espectador; además, es importante agregar que, observando su *feed*, la gran mayoría de sus publicaciones son en formato de video corto más que carruseles o imágenes estáticas, lo que indica que este artista implementa las recomendaciones algorítmicas que plantea la plataforma para mejorar las visitas a su contenido.

Figura A4

Publicación de Instagram de @campillomarquez



Nota. Captura de pantalla del perfil de Instagram, tomada el 01 de diciembre de 2025. (Perfil público)

Perfil: @campillomarquez	**Fecha de publicación:** 18 de septiembre de 2025
URL:https://www.instagram.com/p/DOwYLl9kSFn/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	
Fecha de registro: 01 de diciembre de 2025	**Tipo de contenido:** publicación
Seguidores del artista: 3,595	**Formato:** 4:5
Likes: 8	**Comentarios:** 0
Compartidos: 0	**Reproducciones:** No aplica
Técnica representada: Pintura	**Escala aparente:** 44cm x 60cm
Encuadre: Primer plano	**Paleta cromática:** Contrastante
Textura: Se aprecia textura de pintura	**Edición:** No aplica
Tiempo: No aplica	**Predominancia estética:** Primer plano de la obra terminada
Descripción: Colección tres vidas "ESTRUCTURA " 1 MIXTA sobre papel. 44x60cm Obra disponible. Envíos a todo el mundo.	**Hashtags:** #yotengouncampillo #arte #puebla #tresvidas
Indicio de diseño para algoritmo: No promocionó, no utilizó los formatos con mayor alcance, no utilizó audios ni hizo llamada a la acción	
Análisis de interacción A pesar de la gran cantidad de seguidores que tiene este artista, esta publicación cuenta con un número bastante reducido de *likes* y nulos comentarios. Se intuye que esto se generó por la falta de aplicación de reglas algorítmicas que empujan la publicación a más personas, como el uso del formato carrusel o audios en tendencia.	
Análisis de experiencia estética: Esta publicación produce una experiencia estética que alienta a la contemplación tradicional, pues es la obra estática en primer plano sobre un fondo neutro, realmente, esta obra presentada en una galería o un museo, de esta manera garantizaría una experiencia totalmente contemplativa. Sin embargo, dentro de este ecosistema, se observa una imagen estática que no cuenta una historia lo suficientemente interesante los	

primeros segundos para atrapar al usuario hiperestimulado, por lo que no resulta muy relevante para el que navega por los mares del *scroll* y, en consecuencia, obtiene pocas interacciones a pesar de la extensa cantidad se seguidore

Figura A5
Publicación de Instagram de @jarettaramis



Nota. Captura de pantalla del perfil de Instagram, tomada el 01 de diciembre de 2025. (Perfil público)

Perfil: @jarettaramis	**Fecha de publicación:** 20 de septiembre de 2025
URL:https://www.instagram.com/p/DO13rarAW01/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	
Fecha de registro: 01 de diciembre de 2025	**Tipo de contenido:** Carrusel
Seguidores del artista: 3,360	**Formato:** 4:5
***Likes*:** 246	**Comentarios:** 74
Compartidos: 16	**Reproducciones:** No aplica
Técnica representada: Pintura	**Escala aparente:** 98cm x 70cm

<table>
<tr><td>Encuadre: Primer plano, close-ups</td><td>Paleta cromática: fría, análoga</td></tr>
<tr><td>Textura: Se aprecia textura de pintura</td><td>Predominancia estética: Primer plano de la obra terminada</td></tr>
<tr><td>Edición: No aplica</td><td>Tiempo: No aplica</td></tr>
<tr><td colspan="2">Descripción: “Frames de un usuario” parte de un ejercicio de observación. Tomé dos frames —dos capturas de pantalla— de un video y decidí pintarlos. La intención es estudiar las minuciosas variaciones de luz en los dos frames.
El único foco de luz en la composición es la computadora y en los pequeños cambios de iluminación (casi imperceptibles) radica el interés: apreciar cómo, de un frame a otro, la luz se transforma sutilmente. 👨‍💻 💡
En el siglo XIX los impresionistas emprendían estudios de luz natural al pintar el mismo motivo en distintos momentos del día, para documentar cómo variaba la iluminación y, con ella, la percepción del color, la sombra y el reflejo. El claro ejemplo de esto es la serie “Catedral de Rouen” de Claude Monet, en la que documentó cómo cambiaban los colores en diferentes horarios. 🌞 🌥️ 🔦 💡
Siguiendo esa misma premisa, elegí pintar dos frames de un video para observar las minuciosas variaciones. Mi interés se centra en cómo la luz emitida por la pantalla —y el mínimo movimiento del personaje o del propio dispositivo— altera de manera casi imperceptible el tono, la atmósfera y la percepción espacial de la escena.
Frames de un usuario
Óleo sobre lienzo
98 x 70 cm
2025</td></tr>
<tr><td>Hashtags: No utiliza</td><td>Indicio de diseño para algoritmo: Uso del formato carrusel, incluir fotografías del proceso de creación</td></tr>
<tr><td colspan="2">Análisis de interacción
En esta publicación, la gran mayoría de los comentarios muestran aprobación y gusto por la obra, como el usuario @is_desposorio “Increibleee 🐢”, otros muestran comprensión y agrado al tener una explicación larga del significado y perspectiva del artista hacia su</td></tr>
</table>

propia creación, como el comentario del usuario @axelreyescoatl_ “Todo tiene sentido en la descripción ⬆️TOP”. El artista responde todos los comentarios hacia su publicación, mostrando profundo interés en mantener su comunidad activa y favorecer las interacciones para más alcance.
Análisis de experiencia estética: La experiencia que esta publicación nos permite generar es una contemplación limitada, pues, a pesar de las diversas fotografías que nos revelan detalles de la obra, el medio en el que se difunde no permite una apreciación completa. Además, este carrusel muestra diversos momentos del proceso de elaboración, lo que nos plantea momentáneamente en una experiencia procesual.

Figura A6

Publicación de Instagram de @daniel_alvarado.danrtp



Nota. Captura de pantalla del perfil de Instagram, tomada el 01 de diciembre de 2025. (Perfil público)

Perfil: @daniel_alvarado.danrtp	**Fecha de publicación:** 05 de septiembre de 2025
URL:https://www.instagram.com/p/DOP59tVjuO4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	

Fecha de registro: 01 de diciembre de 2025	**Tipo de contenido:** Carrusel
Seguidores del artista: 956	**Formato:** 4:5
***Likes*:** 33	**Comentarios:** 2
Compartidos: 2	**Técnica representada:** Pintura
Escala aparente: 60cm x 80cm	**Encuadre:** Primer plano
Paleta cromática: Cálida, neutra	**Textura:** Se aprecia textura de pintura
Descripción: Obra bajo encargo , disfrute mucho haciendo a este perrito con cara de ángel. Algunos piensan que estos animalitos son malos, pero no es asi , es la forma en que los críes y les des amor, como a este pitbull con cara de bbe. Gracias por la confianza seguimos trabajando mejor que antes	**Hashtags:** #pitbullsofinstagram #pitbulls #arte #artemexicano #artecontemporanea #artemoderna #pintura #pinturamoderna #pinturacontemporanea #painting #paint #perros #perrosdeinstagram #pinturamexicana #artgallery
Predominancia estética: Primer plano de la obra terminada	**Indicio de diseño para algoritmo:** Uso de hashtags y el formato carrusel
Análisis de interacción Esta publicación tiene muy poca interacción, solo tiene dos comentarios, donde muestran gusto por la obra presentada, el artista no contestó ningún comentario ni lo compartió.	
Análisis de experiencia estética: La experiencia que esta publicación nos permite generar un micro-impacto visual, ya que es un primer plano de la obra completa, sin embargo, no utilizó audios en tendencia y la cantidad de hashtags utilizados es excesiva para los que se muestra. A pesar de que el formato carrusel ayuda a obtener más vistas, este resulta poco relevante en este caso, pues solo hace ligeros close-ups y utiliza la misma imagen de la obra más de una vez en la misma publicación.	

Figura A7

Publicación de Instagram de @miguelacevedo.art



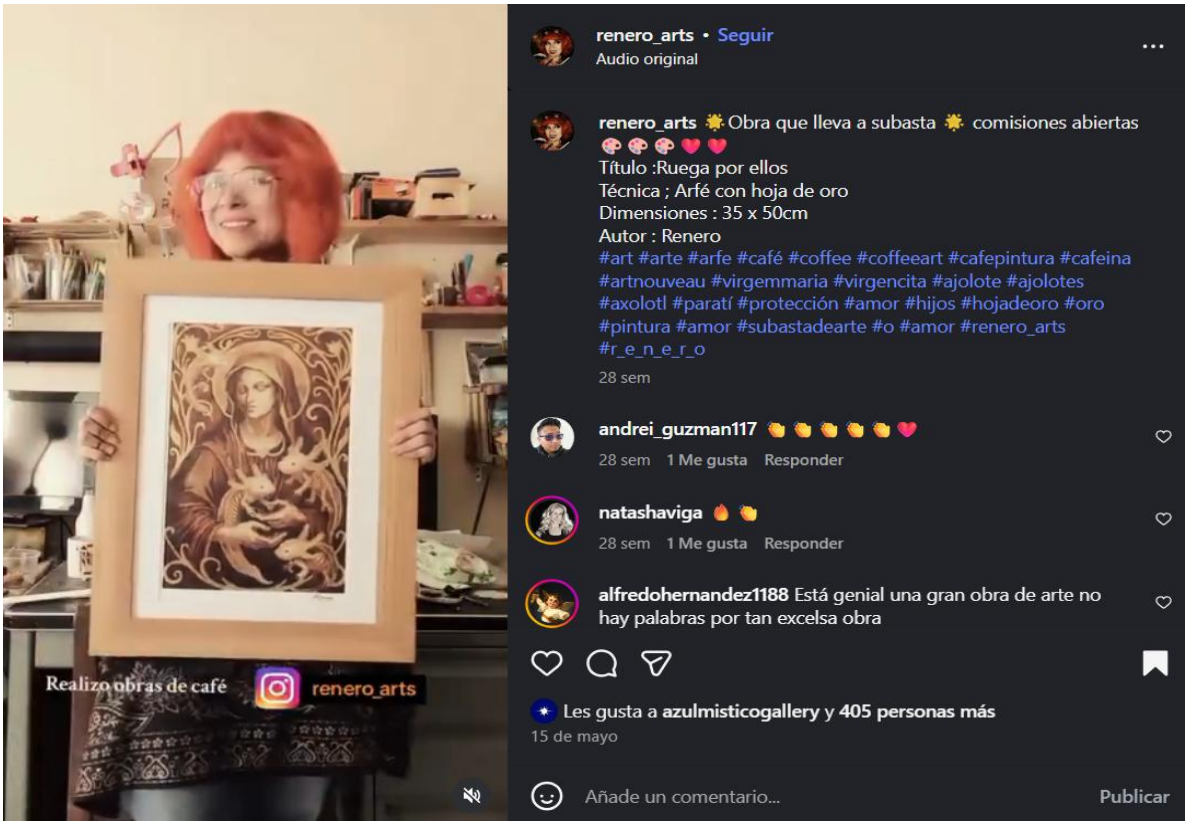
Nota. Captura de pantalla del perfil de Instagram, tomada el 01 de diciembre de 2025. (Perfil público)

Perfil: @miguelacevedo.art	**Fecha de publicación:** 13 de septiembre de 2025
URL:https://www.instagram.com/p/DOjVImLkaIM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	
Fecha de registro: 01 de diciembre de 2025	**Tipo de contenido:** publicación
Seguidores del artista: 505	**Formato:** 1:1
***Likes*:** 24	**Comentarios:** 2
Compartidos: 1	**Reproducciones:** No aplica
Técnica representada: Pintura	**Escala aparente:** 70cm x 70cm
Encuadre: Primer plano	**Paleta cromática:** Complementaria
Textura: Se aprecia textura de pintura	**Predominancia estética:** Primer plano de la obra terminada
Edición: No aplica	**Tiempo:** No aplica
Descripción: Estudio para la Serie " Bingo " - Mixta sobre Tela 70x70	**Hashtags:** #artwork #acrylicpainting #oilpaintingoncanvas #vipart

MIGUEL ACEVEDO Info DM	#contemporaryart #modernart #dollar #artecontemporáneo #lifestyle #artlife #cuernavaca #puebla
Indicio de diseño para algoritmo: Uso de hashtags.	
Análisis de interacción Esta publicación tiene muy poca interacción por el formato tiene dos comentarios de cuentas spam que se dedican a divulgar arte en sus cuentas de Instagram por un precio determinado, por lo que el artista optó por no responder estos comentarios per dejarlos en la publicación.	
Análisis de experiencia estética: La experiencia que esta publicación nos permite generar un micro-impacto visual, ya que es un primer plano de la obra completa, sin embargo, no utilizó audios en tendencia, no realizó una llamada a la acción ni promocionó la publicación; por lo que resulta difícil captar la atención del consumidor por un momento para contemplar la obra.	

Figura A8

Publicación de Instagram de @renero_arts



Nota. Captura de pantalla del perfil de Instagram, tomada el 01 de diciembre de 2025. (Perfil público)

Perfil: @renero_arts	**Fecha de publicación:** 15 de mayo de 2025
URL:https://www.instagram.com/reel/DJrNODXuSs4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	
Fecha de registro: 01 de diciembre de 2025	**Tipo de contenido:** *Reel*
Seguidores del artista: 972	**Formato:** 9:16
***Likes*:** 406	**Comentarios:** 7
Compartidos: 5	**Reproducciones:** 6,898
Técnica representada: Pintura	**Escala aparente:** 50cm x 34.9cm
Encuadre: Primer plano	**Paleta cromática:** Monocromática
Textura: Se aprecia textura de pintura	**Edición:** Sencilla con audio en tendencia
Tiempo: 15 segundos	**Predominancia estética:** Mostrar una obra terminada con un audio en tendencia
Descripción: 🌟 Obra que lleva a subasta 🌟 comisiones abiertas 🎨 🎨 🎨 ❤️ ❤️ Título :Ruega por ellos Técnica ; Arfé con hoja de oro Dimensiones : 35 x 50cm Autor : Renero	**Hashtags usados:** #art #arte #arfe #café #coffee #coffeeart #cafepintura #cafeina #artnouveau #virgemmaria #virgencita #ajolote #ajolotes #axolotl #paratí #protección #amor #hijos #hojadeoro
Indicio de diseño para algoritmo: Uso de hashtags, el formato *reel* y audio en tendencia	
Análisis de interacción Dentro de la caja de comentarios de esta publicación, todos se centran en alabar el trabajo de la artista y su técnica, como el del usuario @alfredohernandez1188 “Está genial una gran obra de arte no hay palabras por tan excelente obra”. La artista suele dar *like* a comentarios que sean de agrado hacia su trabajo, igualmente, comenta algunos, pero no todos.	

Análisis de experiencia estética:
La experiencia que esta publicación nos permite generar un micro-impacto visual, ya que este video corto solo nos muestra la obra terminada, sin embargo, por la mala calidad del video, no es posible apreciar detalles, y la fugacidad de este no permite contemplar la obra en su totalidad.

Figura A9

Publicación de Instagram de @paufranpa



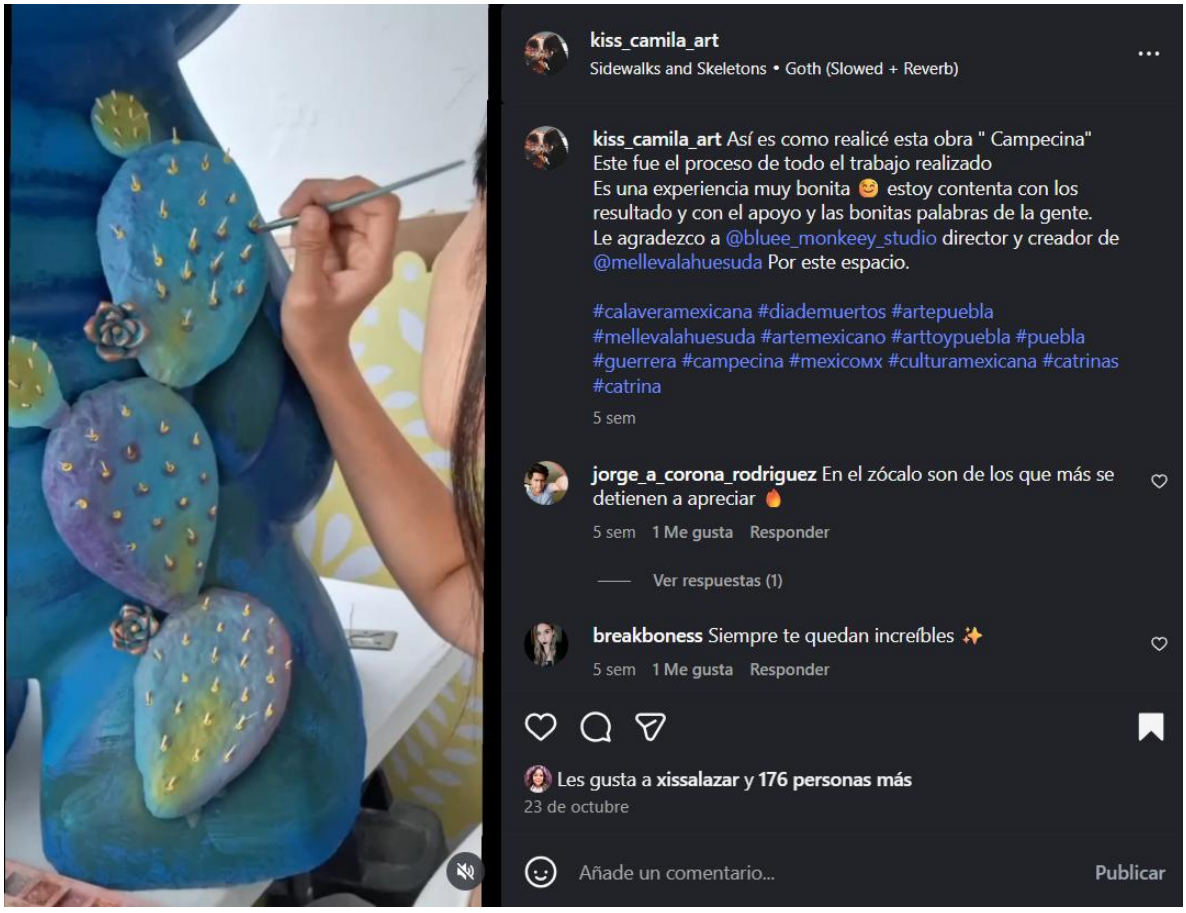
Nota. Captura de pantalla del perfil de Instagram, tomada el 01 de diciembre de 2025. (Perfil público)

Perfil: @paufranpa	**Fecha de publicación:** 19 de septiembre de 2025
URL:https://www.instagram.com/p/DOzOlSLD6N3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	
Fecha de registro: 01 de diciembre de 2025	**Tipo de contenido:** Carrusel
Seguidores del artista: 972	**Formato:** 1:1
***Likes*:** 31	**Comentarios:** 0
Compartidos: 0	**Reproducciones:** No aplica

Técnica representada: Dibujo	**Escala aparente:** 50cm x 40cm
Encuadre: Primer plano	**Paleta cromática:** Monocromática
Textura: Se aprecia textura de lápiz	**Predominancia estética:** Primer plano de obra terminada
Edición: No aplica	**Tiempo:** No aplica
Descripción: Retratos de lapiz sobre papel calidad media , pedido rápido , un pequeño respiro a las obras religiosas que más me piden jaja	**Hashtags usados:** #retrato #dibujosalápiz #parlamiart #parlamiartteca #puebla #lapiz
Indicio de diseño para algoritmo: Uso de hashtags y el formato carrusel.	
Análisis de interacción Esta publicación tiene poca interacción por el tipo de formato empleado, solo se puede apreciar los *likes,* La artista no hace un llamado a la acción ni compartió su obra.	
Análisis de experiencia estética: La experiencia que esta publicación nos permite generar un micro-impacto visual efímero, ya que el carrusel publicado no tiene las suficientes imágenes que nos cuenten el proceso o detalles de la obra, esta publicación solo tiene acercamientos a los protagonistas de la obra, pero no mucho más. Lo que resulta poco llamativo para el usuario hipermediatizado.	

Figura A10

Publicación de Instagram de @kiss_camila_art



Nota. Captura de pantalla del perfil de Instagram, tomada el 01 de diciembre de 2025. (Perfil público)

Perfil: @kiss_camila_art	**Fecha de registro:** 01 de diciembre de 2025
URL:https://www.instagram.com/reel/DQKB3WHDn9Y/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	
Fecha de publicación: 23 de octubre de 2025	**Tipo de contenido:** Carrusel
Seguidores del artista: 877	**Formato:** 9:16
***Likes*:** 177	**Comentarios:** 22
Compartidos: 9	**Reproducciones:** 1,869
Técnica representada: Intervención escultórica	**Escala aparente:** 1m x 1.30m

<table>
<tr><td>Encuadre: Plano 360 de la obra</td><td>Paleta cromática: Colorida, complementaria</td></tr>
<tr><td>Textura: Se aprecia textura de los diversos elementos escultóricos</td><td>Edición: Diversos planos de la obra y su proceso con un audio en tendencia</td></tr>
<tr><td>Tiempo: 30 segundos</td><td>Predominancia estética: Video corto de proceso</td></tr>
<tr><td>Descripción: Así es como realicé esta obra "Campecina"
Este fue el proceso de todo el trabajo realizado
Es una experiencia muy bonita 😊 estoy contenta con los resultado y con el apoyo y las bonitas palabras de la gente.
Le agradezco a @bluee_monkeey_studio director y creador de @mellevalahuesuda
Por este espacio.</td><td>Hashtags: #calaveramexicana #diademuertos #artepuebla #mellevalahuesuda #artemexicano #arttoypuebla #puebla #guerrera #campecina #mexicoMX #culturamexicana #catrinas #catrina</td></tr>
<tr><td colspan="2">Indicio de diseño para algoritmo: Diferentes tomas en poco tiempo, formato de video corto y uso de hashtags.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Análisis de interacción
Este video tiene comentarios de agrado hacia el proceso y las obras, como estas se encontraron expuestas, muchos decían haberlas visto de manera presencial, como el usuario @jorge_a_corona_rodriguez “En el zócalo son de los que más se detienen a apreciar 🔥 ", la artista da like y comenta todos los comentarios de su publicación, o que indica un esfuerzo en generar interacciones en sus publicaciones.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Análisis de experiencia estética:
La experiencia que esta publicación nos permite generar una experiencia procesual, pues el propósito de este reel es mostrar el proceso de elaboración de dos obras ya expuestas de manera presencial. Esto nos abre un panorama distinto, pues, quien ha visto las obras de esta artista de manera presencial, puede experimentar sensibilidad de distinta manera</td></tr>
</table>

que, en sus redes, por lo que esta experiencia se ve complementada de ambas maneras, demostrando que esta plataforma funciona como un medio complementario a la experiencia misma.

Los casos correspondientes a los artistas consolidados muestran patrones coherentes con prácticas visuales que ya han logrado posicionarse dentro del ecosistema digital. La ficha de @fatimasolanart, por ejemplo, documenta una publicación en carrusel con una comunidad de 174,000 seguidores, 42 comentarios y 106 compartidos, donde la obra se presenta mediante un *close-up* que enfatiza textura y color (**Figura A1**). Este tipo de publicación responde claramente a lo que podríamos llamar una *estética de impacto,* ya que, el primer fotograma funciona como un ancla visual diseñada para detener el *scroll*, mientras los siguientes permiten una exploración mínima del detalle. Aunque los *likes* no son visibles en la captura, el volumen de interacción confirmable se alinea con la hipótesis de que las obras de artistas consolidados se benefician de una infraestructura previa de visibilidad. No obstante, el silencio del artista ante los comentarios limita la experiencia a un consumo esencialmente visual, inmediato, emocional, donde la obra opera como estímulo fugaz más que como objeto de contemplación profunda.

En cambio, el caso de @jarettaramis presenta una relación más matizada con la plataforma. Su carrusel no solo muestra la obra, sino fragmentos del proceso pictórico, acompañado de una descripción extensa que reflexiona sobre motivaciones y significados, y que ha generado un diálogo activo entre autor y audiencia (**Figura A5**). Aquí, la experiencia estética no se limita al impacto visual inicial, sino que se abre un espacio de interpretación guiada donde la dimensión textual complementa lo visual y permite al espectador involucrarse de manera más consciente con el proceso creativo. Si bien la temporalidad sigue siendo breve por la

naturaleza del formato, la combinación de proceso, texto y diálogo muestra cómo, incluso dentro de los límites de Instagram, es posible generar una experiencia *estético-reflexiva* más rica y menos fragmentaria.

El panorama cambia al examinar las publicaciones de artistas emergentes, donde la brecha de visibilidad condiciona directamente la recepción estética. Por ejemplo, la publicación de @daniel_alvarado.danrtp presenta un carrusel con variaciones mínimas del mismo retrato canino, acompañado de un *caption* emocional y una serie extensa de hashtags (**Figura A6**), sin embargo, a pesar de la claridad técnica de la obra, la publicación muestra métricas sencillas, 33 *likes* y 2 comentarios, además de una audiencia general más reducida. Esta situación evidencia cómo la experiencia estética generada en estos casos tiende a ser de tipo *micro-impacto*, pero debilitada por la saturación del *feed*, puesto que la repetición de imágenes similares no ofrece suficiente novedad visual para competir con el flujo algorítmico. Aquí se hace evidente una limitación señalada por estudios recientes en cultura visual digital, ya que, las plataformas premian la novedad perceptual antes que la profundidad técnica (Van Dijck, 2013).

Algo similar ocurre en la ficha de @miguelacevedo.art, cuya publicación en formato 1:1 presenta un retrato con buena definición, pero con encuadre estático y sin elementos adicionales que permitan retener la atención (**Figura A7**). Las métricas reflejan el desafío que enfrentan artistas emergentes que no incorporan elementos de proceso, edición dinámica o narrativas visuales que la plataforma prioriza, por lo tanto, el análisis cualitativo en su ficha identifica la recepción como un *micro-impacto visual* donde el espectador reconoce la habilidad técnica, pero no encuentra puntos adicionales de enganche perceptivo que prolonguen la experiencia.

Frente a estos patrones, los *reels* de proceso aparecen como un punto de convergencia especialmente significativo entre los casos analizados. La publicación de @yeyogutierrez_ destaca de manera contundente, pues, su *reel* acumula 178,000 reproducciones y 18,600 *likes*, cifras notablemente superiores a las que obtiene en publicaciones estáticas (**Figura A2**). Este fenómeno confirma una tendencia ampliamente documentada en estudios recientes, puesto que el formato de video corto, rápido y dinámico genera un tipo de atención que, aunque breve, resulta más efectiva dentro del ecosistema algorítmico de 2025 (Metricool, 2025). En términos estéticos, este tipo de contenido introduce una experiencia procesual que combina la percepción acelerada con la posibilidad de observar la transformación del material; y aunque la contemplación sigue siendo interrumpida por la lógica del *scroll*, la presencia del movimiento reconecta levemente al espectador con la dimensión temporal del acto creativo.

Un caso particularmente revelador es el de @oxhcar, cuya ficha muestra un *reel* editado con cortes rápidos y música viral en tendencia (**Figura A3**). Aquí, el análisis reconoce que la estética misma de la publicación está moldeada por el algoritmo y que no se trata solamente de presentar la obra, sino de presentarla bajo un ritmo, una sonoridad y una estructura narrativa que maximicen el alcance. La experiencia estética se vuelve inseparable del medio, confirmando la noción de McLuhan (2008) de que el medio no es un vehículo neutro, sino un ambiente que configura las formas sensibles del encuentro. En este caso, la obra no solo se ve; se consume dentro de unas reglas algorítmicas que definen cómo debe moverse, cuánto debe durar y qué debe sonar para llegar a una audiencia amplia.

Ahora bien, el análisis también revela limitaciones metodológicas que deben considerarse al interpretar estos resultados, puesto que algunas fichas, como la de @fatimasolanart, registran *likes no visibles*, lo que obliga a sustituir el análisis porcentual

por inferencias basadas en los datos sí disponibles; asimismo, pese a estas limitaciones, la comparación relativa entre formatos, estrategias narrativas y tipos de interacción mantiene su solidez interpretativa, pues descansa en patrones cualitativos consistentes y repetidos en las fichas.

En conjunto, el análisis confirma que la experiencia estética en Instagram se configura como un continuo entre el impacto visual inmediato, la experiencia del proceso y la interacción social. Los artistas consolidados tienden a dominar el primer ámbito; los emergentes navegan entre el segundo y el tercero según los recursos disponibles; y los *reels* introducen una modalidad híbrida que reacomoda la atención y reabre, aunque brevemente, la posibilidad de un encuentro más sensible. Sin embargo, estas observaciones no cierran la reflexión; más bien, abren un espacio necesario para profundizar en cómo estas prácticas configuran patrones estéticos compartidos y en qué medida permiten identificar configuraciones visuales recurrentes en la plataforma.

A diferencia de los casos ya analizados, las publicaciones correspondientes a @campillomarquez (**Figura A4**) y @miguelacevedo.art (**Figura A7**) permiten observar cómo la plataforma también habilita configuraciones estéticas que no responden estrictamente a la lógica del impacto ni al dinamismo procesual, sino a modos puntuales de presentación que articulan la imagen. En el caso de la ficha de **Figura A4** la publicación adopta un formato de imagen fija en proporción 4:5, cuya composición frontal y sobria genera un impacto moderado acompañado por solo 8 *likes*, esta cifra, aunque reducida, apunta a un fenómeno que se repite entre artistas emergentes y es que, cuando la imagen se sostiene únicamente en su composición plástica sin incorporar secuencialidad, detalle fragmentado o elementos narrativos adicionales, la recepción tiende a ser breve y lineal. Esto no implica

falta de calidad, sino un claro desajuste entre el formato estático y las expectativas algorítmicas de 2025, donde las publicaciones que carecen de estímulos dinámicos deben competir con un *feed* saturado de video, transiciones y procesos visibles. Desde la perspectiva estética, la publicación de **Figura A4** confirma que el formato estático obliga al espectador a decidir entre detenerse o seguir desplazándose, y que la ausencia de elementos complementarios reduce la posibilidad de generar un compromiso visual sostenido.

En un punto intermedio entre el impacto estático y la narrativa procesual se encuentra la publicación de @renero_arts (**Figura A8**), cuyo *reel* combina *close-ups* con la presentación de la obra completa, los 406 likes, 7 comentarios y 5 compartidos registrados en esta ficha muestran un nivel de interacción significativamente mayor al de las publicaciones emergentes estáticas, pero también revelan una estrategia estética bien definida: la obra se muestra primero en fragmentos, enfatizando la riqueza material, y después en su totalidad, lo que permite al espectador reconstruir mentalmente la relación entre detalle y conjunto. Este recurso, documentado claramente en la ficha, se alinea con lo que en el capítulo anterior se analizó como estética de proximidad material, pues aproxima visualmente texturas, pinceladas y superficies para compensar la falta de presencia física. A diferencia de @fatimasolanart, cuya estrategia de detalle opera desde un carrusel, @renero_arts utiliza el movimiento y los cortes del *reel* para dirigir la atención de forma secuencial, sugiriendo que la lógica del montaje digital puede funcionar como un sustituto de la exploración presencial del objeto artístico.

El caso de @paufranpa (**Figura A9**) aporta un matiz distinto, ya que su publicación combina formato de imagen y carrusel en torno a variaciones del mismo motivo, con 31 likes, su recepción visible se sitúa en niveles similares a los de otros artistas emergentes, aunque

su configuración estética pertenece a un registro más híbrido, un impacto moderado acompañado de exploración del detalle. La repetición del motivo, observada en la ficha, introduce un ritmo visual que, si bien no alcanza la complejidad narrativa de un proceso ni el dinamismo, sí promueve una lectura comparativa entre las variaciones presentadas. Este recurso ofrece una forma de micro-secuencialidad que intenta mantener la atención a través de diferencias sutiles, aunque su eficacia queda limitada por la propia naturaleza del carrusel cuando no incorpora una progresión narrativa clara ni nuevos estímulos que atrapen al usuario.

Finalmente, la publicación de @kiss_camila_art (**Figura A10**) constituye un ejemplo claro de cómo la edición fragmentada y los cortes diversos pueden configurar un tipo particular de *micro-impacto plástico* dentro del formato de *reel*, pues, con 177 likes, 9 compartidos y 22 comentarios, su ficha evidencia que incluso un perfil con menor alcance puede obtener niveles de interacción relativamente altos cuando incorpora movimiento y fragmentación en la edición. A diferencia de los *reels* de proceso más lineales, como los de @yeyogutierrez_ o @oxhcar_, este caso se construye a partir de cortes breves, cambios súbitos y un ritmo perceptivo que privilegia la inmediatez; estéticamente, esto produce un tipo de experiencia donde no se observa necesariamente el proceso ni la totalidad de la obra, sino una sucesión de fragmentos que funcionan como estímulos visuales autónomos. La obra aparece distribuida en segmentos que el espectador debe recomponer, lo cual se ajusta a la lógica contemporánea de consumo visual acelerado, pues lo esencial no es comprender la pieza completa, sino experimentar *micro-momentos* de color, textura o gesto pictórico que impacten en décimas de segundo.

Integradas al conjunto general, estas fichas confirman que la experiencia estética en Instagram no se define únicamente por el tipo de artista, sino por la relación que cada formato establece con el tiempo y la lógica algorítmica. Los casos aquí añadidos complementan la dinámica observada previamente, pues, mientras que las imágenes estáticas tienden a generar experiencias breves, los carruseles amplían la percepción mediante secuencias fragmentadas, y los *reels* incrementan la intensidad perceptual a través del ritmo y la edición. En todos estos casos, la plataforma condiciona los modos de ver y de interactuar, determinando no solo qué se observa primero, sino cómo se articula la duración, el recorrido y la densidad de la experiencia estética; con ello, la lectura de las fichas restantes refuerza la idea de que la estética digital contemporánea emerge del diálogo constante entre obra, formato y algoritmo, un diálogo cuya complejidad se seguirá desarrollando.

5.4 Configuraciones estéticas resultantes

El conjunto de publicaciones analizadas muestra que la circulación de obra plástica en esta plataforma está filtrada por innovaciones que no dependen únicamente de la intención del artista, sino también de las condiciones algorítmicas propias de Instagram. Al revisar las fichas (**A1–A10**), queda claro que las configuraciones estéticas observables en cada caso surgen del encuentro entre formato, decisiones compositivas, recursos narrativos y la manera en que la plataforma organiza la atención del espectador; esta combinación de factores permite comprender por qué ciertas obras producen impacto inmediato, por qué otras privilegian la fragmentación detallada, y cómo el proceso artístico se convierte en contenido visual cuando se incorpora en *reels* o carruseles. En este sentido, el análisis no se limita a identificar qué muestran los artistas, sino cómo la mediación digital reestructura la

experiencia estética en función de la temporalidad acelerada, el desplazamiento continuo y la interacción cuantificable.

Entre los perfiles consolidados, como @fatimasolanart (**Figura A1**), @yeyogutierrez_ (**Figura A2**) o @oxhcar_ (**Figura A3**), predomina una relación entre formato y visibilidad que evidencia el peso de la trayectoria digital previa. En la ficha de Figura A1, por ejemplo, la portada del carrusel funciona como un ancla visual que detiene el desplazamiento gracias a la intensidad cromática y a la proximidad del detalle; esta primera imagen es suficiente para generar 42 comentarios y 106 compartidos, aun cuando el número de *likes* no estaba visible en la captura. Por otra parte, el *reel* de **Figura A2**, con 178,000 reproducciones y 18,600 *likes*, el ritmo acelerado de edición y la claridad del proceso gráfico se ajustan directamente al tipo de contenido que Instagram prioriza en recomendación, lo que confirma que la estética procesual se ha convertido en un formato predilecto dentro del medio visual.

Situación similar ocurre con **Figura A3** cuyo *reel* presenta cortes rápidos y uso de audios en tendencia, estrategia que no solo expone el proceso artístico, sino que incorpora un patrón sonoro que incrementa la posibilidad de circulación. Este tipo de publicaciones hace evidente que el proceso creativo adquiere una estética propia dentro del entorno digital, una estética que se sostiene en la temporalidad comprimida y en la narración visual.

Por otra parte, entre los perfiles emergentes, como @daniel_alvarado.danrtp (**Figura A6**), @miguelacevedo.art (**Figura A7**) o @paufranpa (**Figura A9**), aparecen configuraciones estéticas vinculadas a lo que puede considerarse un *micro-impacto visual*, es decir, imágenes que buscan captar atención desde la composición frontal o desde la expresividad del retrato, aunque con niveles de interacción más modestos. En la ficha de **Figura A6** con 33 *likes* y 2 comentarios, la secuencialidad del carrusel presenta variaciones

mínimas de un mismo motivo pictórico, generando una narrativa fragmentada que se recorre horizontalmente; además, en la ficha de **Figura A7**, la imagen 1:1 adquiere un carácter íntimo y directo, pero su impacto queda limitado por la ausencia de recursos dinámicos, lo que produce una experiencia estética concentrada pero breve. Algo similar ocurre en la ficha de **Figura A9** donde la composición fija se apoya en el color y el encuadre frontal para generar presencia visual; sin embargo, la interacción reducida indica que la imagen está sujeta a los límites de circulación del algoritmo cuando no incorpora movimiento, secuencia o contexto adicional.

Un aspecto importante identificado en varios perfiles es la estética de proximidad material, observable en fichas de **Figura A8**, **Figura A1** o **Figura A10**, donde el *close-up* adquiere una función compensatoria que sustituye a la experiencia física de la obra. En la ficha de @kiss_camila_art (**Figura A10**) esta proximidad aparece combinada con la presentación de la obra completa al inicio del carrusel, lo que permite que el espectador reconstruya mentalmente la relación entre totalidad y detalle. Esta intimidad sugerida a través de texturas, superposiciones o pinceladas detalladas crea una ilusión sensorial que, si bien no reemplaza la presencia física, contribuye a que la obra adquiera densidad visual dentro del entorno digital.

El texto que acompaña cada publicación cumple un papel igualmente relevante en estas configuraciones estéticas, por ejemplo, en la ficha de @jarettaramis (**Figura A5**) el la descripción extensa añade un marco interpretativo que profundiza la relación entre obra y espectador, pues permite comprender el proceso, las decisiones técnicas y la intención expresiva; esto genera no solo interacción sino también un tipo de experiencia estética que combina observación y lectura.

En contraste, en perfiles como Figura A6 o Figura A7, donde el texto es breve y se sostiene mayormente en el uso extenso hashtags, la recepción se vuelve más inmediata y menos mediada, lo que limita la densidad interpretativa; a pesar de este ayuda a mayor alcance en las búsquedas, no presenta una ayuda significativa al *engagement* de la publicación. La variación entre textos extensos, funcionales o emotivos revela que el rol del lenguaje en Instagram no es accesorio, sino puede convertir la obra en un punto de diálogo, en un producto de circulación o en un gesto afectivo dirigido a una comunidad específica.

La interacción cuantitativa visible en las fichas también influye en la interpretación de estas configuraciones, ya que los *reels* muestran mayor alcance relativo, mientras que las imágenes fijas tienden a recibir menos interacción, a menos que la portada del carrusel actué como un estímulo contundente. Sin embargo, las fichas también evidencian limitaciones metodológicas, ya que algunas métricas no son visibles (como **Figura A1**) y otras cambian con el paso del tiempo, lo que obliga a interpretar los datos desde su contexto específico, sin extrapolaciones que excedan lo documentado, esto refuerza la necesidad de combinar datos cuantitativos con análisis cualitativo para evitar sobre-interpretaciones derivadas exclusivamente de números que dependen del funcionamiento inestable del algoritmo y de la temporalidad de la captura.

Todas estas observaciones se encuentran sintetizadas en la siguiente tabla:

Tabla 2

Comparación de las fichas A1–A10: datos documentales y categorías analíticas.

Figura	Usuario (Instagram)	Formato	Elementos visibles	Interacción visible	Configuración estética
A1	@fatimasolanart	Carrusel	Close-ups; textura; encuadre frontal	42 comentarios; 106 compartidos; *likes no visibles*	Impacto inicial + fragmentación material
A2	@yeyogutierrez_	*Reel*	Proceso acelerado; cortes fluidos	178,000 reproducciones; 18,600 *likes*	Estética procesual acelerada
A3	@oxhcar_	*Reel*	Cortes rápidos; audio en tendencia	6,546 reproducciones; 559 *likes*	Procesualidad estilizada
A4	@campillomarquez	Imagen 4:5	Imagen frontal	8 *likes*	Impacto moderado
A5	@jarettaramis	Carrusel	Progreso del proceso	246 *likes*, 16 compartidos y 74 comentarios	Procesualidad reflexiva
A6	@daniel_alvarado.danrtp	Carrusel	Variación del mismo motivo	33 *likes*; 2 comentarios	Narrativa fragmentada
A7	@miguelacevedo.art	Imagen 1:1	Retrato frontal	24 likes; 2 comentarios	Micro-impacto
A8	@renero_arts	*Reel*	Close-ups + obra completa	406 *likes*, 7 comentarios, 5 compartidos	Proximidad material
A9	@paufranpa	Carrusel	Variación del mismo motivo	31 *likes*	Impacto moderado + detalle
A10	@kiss_camila_art	*Reel*	Proceso cortado; cortes diversos	177 *likes*, 9 compartidos, 22 comentarios	Micro-impacto plástico

Nota. La tabla incluye datos visibles en las fichas y las categorías analíticas derivadas de la metodología.

Al revisarse en conjunto, estas configuraciones no solo describen la manera en que cada artista emplea los recursos del medio, sino que revelan la forma en que Instagram funciona como un entorno perceptual que transforma la experiencia estética. La proximidad

material, la estetización del proceso, la secuencialidad narrativa, el impacto de la primera imagen y la función interpretativa del texto se entrecruzan y producen un tipo de recepción que no se asemeja a la contemplación tradicional, sino que se define por la simultaneidad entre interrupción y continuidad, por la velocidad de la circulación y por la participación activa o pasiva de los usuarios.

Estas observaciones permiten abrir una reflexión más amplia sobre cómo estas configuraciones dialogan con los marcos teóricos propuestos y qué implicaciones tienen para la manera en que entendemos la experiencia estética en medios digitales.

5.5 Comparación entre experiencia estética tradicional y digital

La experiencia estética tradicional se ha desarrollado principalmente en espacios donde la presencia física de la obra condiciona la percepción, permitiendo un encuentro sostenido que favorece el juicio desinteresado y la contemplación prolongada; pues, según Kant, el gusto estético implica una relación libre de utilidad y orientada a la reflexión, sustentada en la coexistencia temporal entre obra y espectador dentro de un entorno institucional como el museo o la galería (Kant, 1790). Este marco permite atender a cualidades materiales como escala, textura o volumen, cuya percepción directa fortalece lo que Benjamin (1936) definió como el *aura* del objeto: su singularidad irrepetible en un aquí y ahora.

En contraste, la experiencia estética en Instagram altera estas condiciones, ya que desplaza el encuentro hacia un entorno mediado por formatos, pantallas y algoritmos que determinan tanto la visibilidad como la duración de la atención. Las fichas empíricas analizadas en esta investigación ilustran estas transformaciones, por ejemplo, el carrusel de @fatimasolanart (**Figura A1**), compuesto por *close-ups* y texturas, muestra cómo la obra pierde su escala real y se fragmenta en imágenes parciales; lo que en un museo podría

observarse en continuidad, aquí aparece distribuido en fotogramas sucesivos que el espectador recorre mediante el gesto de deslizamiento; a pesar de que este formato ayuda a observar detalles que tal vez de manera física no se podrían percibir de forma tan detallada, es una evidencia de cómo el medio impone una secuencialidad distinta.

Asimismo, el **reel** de @yeyogutierrez_ (**Figura A2**), con 178,000 reproducciones y cortes acelerados, ejemplifica la temporalidad comprimida que domina la experiencia digital; lejos del ritmo contemplativo asociado a la experiencia tradicional, el espectador se enfrenta a una narrativa visual condensada que responde a la lógica algorítmica de retención, característica del medio, puesto que la atención ya no se mantiene a través de la permanencia física frente a la obra, sino mediante estímulos continuos como velocidad, música y montaje, lo que confirma la tesis de McLuhan de que es el medio quien moldea la percepción (McLuhan & Fiore, 1967/2008).

Los casos de artistas emergentes permiten comparar no solo el cambio perceptivo, sino la dimensión social del encuentro estético, por ejemplo, la imagen de @campillomarquez (**Figura A4**), con apenas 8 *likes*, evidencia cómo la aceptación depende de métricas visibles, alterando el valor simbólico de la obra, ya que, *si el museo legitima por institución, ahora la red social legitima por interacción*, *lo que transforma la experiencia estética en una experiencia cuantificable.* A diferencia de la obra expuesta físicamente, cuyo valor no se mide en reacciones inmediatas, las publicaciones digitales como las de @daniel_alvarado.danrtp (**Figura A6**) y @miguelacevedo.art (**Figura A7**) muestran cómo la ausencia de interacción limita la circulación y afecta la percepción del espectador sobre el valor de la obra.

Sin embargo, el análisis empírico también revela que la experiencia estética digital no debe comprenderse únicamente en términos de pérdida, por ejemplo, en el *reel* de @renero_arts (**Figura A8**), que combina *close-ups* con una vista completa de la obra, demuestra cómo las plataformas posibilitan nuevas formas de proximidad material mediante el detalle. Del mismo modo, el carrusel de @jarettaramis (**Figura A5**), acompañado de reflexión textual y diálogo en comentarios, reintroduce dimensiones interpretativas y participativas, lo cual encuentra resonancia con la concepción de Dewey (1934) sobre la experiencia como proceso activo y socialmente situado.

Por tanto, la comparación entre experiencia estética tradicional y digital muestra que, si bien la segunda transforma radicalmente el modo de observar, también habilita formas alternativas de acceso, ampliación de audiencias y nuevas posibilidades discursivas. La pérdida del *aura* convive con la democratización del acceso; la fragmentación algorítmica coexiste con los procesos participativos; y la ausencia de escala real se compensa parcialmente con estrategias digitales que enfatizan detalle, proceso o montaje. La experiencia estética, en consecuencia, no desaparece, sino que se desplaza hacia un régimen perceptivo distinto, atravesado tanto por limitaciones como oportunidades, cuya comprensión exige considerar la obra, la interfaz y la audiencia como elementos inseparables en el ecosistema digital.

5.6 Resultados del análisis

El análisis empírico de las diez publicaciones seleccionadas demuestra que, si bien existe una experiencia estética en Instagram, esta se manifiesta bajo escenarios muy distintos en relación al paradigma tradicional, ya que, más que desaparecer, la experiencia estética se transforma, siendo condicionada por la interfaz, estímulos inmediatos, interacción social cuantificable y

temporalidad acelerada, lo que confirma que el encuentro con la obra no se anula, sino que se redefine en términos de percepción fragmentaria y sensorial. Como sugiere McLuhan (2008), el medio condiciona la percepción, y en Instagram la obra deja de ser un objeto autosuficiente para convertirse en un nodo dentro de un flujo algorítmico que privilegia lo inmediato sobre lo reflexivo. La publicación de @yeyogutierrez_, con 178,000 reproducciones en un *reel*, ejemplifica cómo el dinamismo de proceso logra activar una experiencia sensorial breve pero efectiva, centrada en el movimiento y el ritmo más que en la profundidad interpretativa, por tanto, se concluye en este análisis que la experiencia estética se desplaza hacia una modalidad centrada en la percepción rápida, la estimulación visual y la emocionalidad instantánea.

Asimismo, los resultados muestran que Instagram puede funcionar como un puente hacia el espacio físico, pero no garantiza su concreción, ya que la plataforma estimula la curiosidad mediante la visibilidad y el impacto inicial; sin embargo, el acceso al espacio de exhibición material no siempre está disponible para el espectador, en este sentido, aunque Instagram amplía el alcance de la obra y facilita su difusión, al mismo tiempo limita la experiencia completa del objeto artístico porque el usuario no necesariamente puede apreciarlo en su escala y materialidad reales. El caso de @fatimasolanart evidencia esta dinámica, su carrusel con *close-ups* enfatiza textura y color, pero dicha apreciación está mediada por la pantalla del dispositivo, lo que impide una percepción plena de la materialidad; así, se confirma que la red social actúa como un mediador accesible y eficaz para difundir obra, pero no sustituye la experiencia física del arte plástico, lo cual coincide con Manovich (2001), quien señala que la interfaz digital transforma el objeto material en una representación bidimensional.

La presente investigación también confirma que Instagram presenta una nueva forma de experimentar el arte, aunque no equivalente a la apreciación tradicional, sin embargo, en la mayoría de los casos, la experiencia estética en la plataforma depende de estrategias que potencian la visibilidad y el *engagement* más que la reflexión profunda. Esto sugiere que la experiencia estética digital es funcionalmente válida, pero condicionada por la inmediatez y la métrica, por lo tanto, la plataforma permite ver el arte, pero no asegura que el espectador lo aprecie en términos contemplativos o críticos, lo cual constituye un desplazamiento significativo respecto del modelo tradicional.

Además, los resultados revelan que la cultura visual contemporánea condiciona la relación espectador-obra al priorizar la circulación de imágenes por encima del encuentro corporal con el objeto artístico, pues, la mediación del algoritmo, al promover lo más atractivo o dinámico, orienta la atención hacia aspectos superficiales del contenido, como los *close-ups*, la saturación cromática o el proceso acelerado. El reel de @oxhcar_, con cortes rápidos y música viral, evidencia esta adaptación estética al entorno digital, confirmando la tesis de Bolter y Grusin (2000) sobre la hipermediación, donde el medio se hace visible y condiciona la experiencia; en este sentido, las redes sociales ya no ofrecen una relación directa con el objeto, sino un entorno donde la obra es un contenido que compite por atención, lo que plantea una experiencia estética centrada más en la eficacia visual que en la profundidad interpretativa.

Otros resultados relevantes se desprenden de las limitaciones observadas en los artistas emergentes del corpus, por ejemplo, las publicaciones de @daniel_alvarado.danrtp y @miguelacevedo.art que muestran cómo la baja interacción y la ausencia de elementos de proceso o edición dinámica condicionan la recepción, produciendo experiencias de micro-

impacto que, aunque estéticas, carecen del soporte algorítmico para lograr visibilidad sostenida. Esto confirma que la concentración del espectador se ve afectada por la lógica del *feed*, pues la brevedad y la saturación dificultan la permanencia en una sola obra, además, este análisis demuestra que la falta de estímulos audiovisuales o narrativos disminuye la retención del usuario, sobre todo en contextos emergentes con menor alcance.

Finalmente, el algoritmo se posiciona como un agente determinante en la experiencia estética digital, pues define qué obras alcanzan visibilidad y cuáles quedan relegadas, anulando la neutralidad del medio; ejemplos como @kiss_camila_art, cuya publicación combina *reel* de proceso con cortes diversos y logra interacción notable, evidencian que el algoritmo favorece formatos de video dinámicos frente a publicaciones estáticas. Lo anterior ratifica la hipótesis de la investigación, pues, el algoritmo no solo distribuye contenido, sino que condiciona la vivencia estética del espectador al promover estímulos inmediatos y medibles, de esta manera, la investigación demuestra que la estética digital está intrínsecamente vinculada a los parámetros algorítmicos, configurando un nuevo régimen perceptivo donde la experiencia se subordina a la viralidad.

Capítulo VI: Conclusiones

La presente investigación partió del interés por comprender cómo se transforma la experiencia estética cuando el encuentro con la obra artística ocurre dentro del entorno digital, el objetivo general consistió en analizar de qué manera la interfaz de Instagram condiciona la relación entre obra y espectador, reconfigurando las formas de atención, contemplación y recepción estética propias del arte plástico contemporáneo. A través del análisis de un corpus compuesto por diez publicaciones realizadas en 2025 por artistas

emergentes y consolidados, se buscó observar empíricamente estas transformaciones desde una perspectiva situada, apoyada en fundamentos filosóficos de la estética y en estudios de cultura visual digital.

Los hallazgos principales de la investigación confirman que la experiencia estética no desaparece en el entorno digital, pero sí se redefine bajo nuevas condiciones perceptivas; en armonía con lo planteado por Kant (1790) respecto a la contemplación desinteresada y con la noción de *aura* (Benjamin, 1936), los resultados muestran que Instagram no favorece una experiencia estética prolongada ni una relación directa con la materialidad de la obra, en su lugar, surge una experiencia fragmentada, breve y mediada por estímulos visuales que privilegian el impacto inicial, el movimiento y la novedad perceptual. Por ejemplo, casos como los *reels* de @yeyogutierrez_ y @oxhcar_ evidencian cómo el formato audiovisual y el ritmo acelerado producen una experiencia sensorial intensa pero efímera, donde la obra se integra al flujo del *feed* más que constituirse como objeto de contemplación autónomo.

Otro hallazgo relevante es la transformación de la relación objeto–espectador, pues, mientras que en la experiencia estética tradicional el cuerpo del espectador comparte un espacio con la obra, en Instagram esta relación se desplaza hacia una interacción mediada por la pantalla y cuantificada por métricas visibles, tal como propone Manovich (2001), la interfaz reduce la obra material a una representación bidimensional, lo que afecta la percepción de escala, textura y presencia. Sin embargo, el análisis también muestra que algunos artistas, como @jarettaramis o @renero_arts, logran ampliar la experiencia mediante estrategias de proceso, detalle y acompañamiento textual, introduciendo formas de reflexión y participación que reconfiguran, aunque parcialmente, la experiencia estética digital.

Desde esta perspectiva, la investigación identifica tanto puntos a favor como en contra del entorno digital, entre los aspectos favorables se encuentra la ampliación del acceso y la visibilidad de la obra artística, así como la posibilidad de generar comunidades y diálogos en torno al proceso creativo, en sintonía con la concepción experiencial propuesta por Dewey (1934), no obstante, entre las limitaciones se observa una clara reducción de la capacidad de concentración del espectador, condicionada por la saturación visual y la lógica del desplazamiento continuo. Asimismo, el algoritmo se posiciona como un agente activo que determina qué obras circulan y cuáles permanecen invisibles, confirmando la idea de McLuhan (2008) de que el medio no es neutro, sino un entorno que configura la percepción.

En términos de contribuciones, esta investigación aporta un análisis empírico situado que articula teoría estética y cultura visual digital, evidenciando cómo conceptos clásicos de la estética continúan siendo pertinentes para interpretar prácticas contemporáneas, aunque requieran ser actualizados.

En relación con los antecedentes de investigación desarrollados en el subtema 2.6, los resultados de esta tesis se inscriben en un diálogo directo y crítico con los tres estudios revisados, retomando sus aportaciones y ampliándolas desde un enfoque centrado en la experiencia estética del espectador. En el primer antecedente, Alejandra Lodoño González (2021) analiza cómo las redes sociales, insertas en una lógica capitalista, transforman el concepto de arte al convertirlo en un producto de consumo acelerado, señalando la dificultad creciente para sostener una cultura de contemplación y pensamiento crítico. La presente investigación coincide con este diagnóstico, pero desplaza el foco desde la producción artística hacia la recepción estética, mostrando empíricamente cómo dicha lógica de viralidad

y contenido fugaz quebranta en la forma en que el espectador percibe y se relaciona con la obra publicada en Instagram.

Por su parte, el segundo antecedente, desarrollado por Lilian Contreras Fajardo (2019), ofrece un análisis detallado de Instagram como herramienta de exhibición y difusión para artistas plásticos, destacando las estrategias de visibilidad, la frecuencia de publicación y la construcción de portafolios digitales. La presente investigación retoma ese enfoque metodológico en cuanto al análisis de perfiles y formatos, pero lo profundiza al vincular dichas estrategias comunicativas con sus efectos estéticos, evidenciando que las dinámicas de difusión no solo determinan el alcance de la obra, sino también el tipo de experiencia perceptiva que se activa en el espectador, particularmente en términos de impacto visual, atención breve y micro-experiencias estéticas.

Finalmente, el antecedente de Pedro Ernesto Moreno García (2023) reflexiona críticamente sobre los efectos de la sobresaturación digital en la creación artística, acentuando la pérdida de concentración, paciencia y contemplación en contextos dominados por la hiperconectividad; a pesar de que este estudio se centra principalmente en el proceso creativo del artista, la presente investigación retoma sus planteamientos para analizarlos desde el extremo opuesto del circuito artístico, el espectador. Los resultados confirman que la saturación visual y la exigencia constante de estímulos también afectan la experiencia estética del público, condicionando su capacidad de atención y reforzando una relación fragmentada con la obra, mediada por la interfaz y el algoritmo.

En conjunto, la comparación con estos antecedentes permite afirmar que esta investigación no solo confirma tendencias previamente identificadas, sino que aporta una contribución específica al situar dichas problemáticas en el análisis empírico de

publicaciones concretas en Instagram; de este modo, el estudio amplía el campo de reflexión al pronunciar la transformación de la experiencia estética del espectador con la cultura visual hipermediatizada, integrando teoría y práctica artística contemporánea dentro de un mismo marco analítico.

Entre las limitaciones del estudio se reconoce la dependencia de métricas visibles y la imposibilidad de medir con precisión la atención real del espectador, así como el carácter situado del corpus analizado, limitado a una plataforma específica y a un periodo determinado. Estas limitaciones no invalidan los resultados, pero invitan a interpretarlos como tendencias observables más que como conclusiones absolutas.

A partir de ello, se proponen como líneas de investigación futura el análisis comparativo entre distintas plataformas digitales, el estudio de la experiencia estética desde la perspectiva del espectador y la exploración de prácticas híbridas que compartan espacios físicos y digitales. Asimismo, resulta pertinente profundizar en cómo los artistas negocian conscientemente con el algoritmo y en qué medida estas estrategias influyen en la transformación de nuevas sensibilidades estéticas.

Como cierre interpretativo, esta investigación sugiere que la sensibilidad contemporánea se encuentra atravesada por una tensión constante entre contemplación y circulación, entre presencia material y visibilidad digital; Instagram no reemplaza la experiencia estética tradicional, pero sí la interpela, la fragmenta y la resignifica. En este sentido, la experiencia estética en la era digital no debe entenderse como una pérdida total, sino como una transformación que exige nuevas herramientas críticas para pensar el arte, la percepción y la relación con las imágenes en un contexto de hipermediación constante.

Referencias

Adorno, M. H. (1994). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos.* Editorial Trotta.

Adorno, T. W. (2004). *Teoría Estética.* Madrid: Akal.

Aristóteles. (2011/335a.c). *Poética (V. García Yebra, Trad.).* Gredos.

Bourriaud, N. (2002). *Relational Aesthetics.* Les presses du réel.

Clement, J. (2025). *Short-form video consumption and algorithmic visibility trends.* Statista.

Constine, J. (21 de Diciembre de 2010). *Instagram breaks 1 million users*. Facebook.

Dewey, J. (1934). *Art as Experience.* New York: Minton. Balch & Company.

Fajardo, L. C. (2019). *Instagram como Herramienta de Exhibición y Difusión para los Artistas Plásticos.* Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

Fiore, M. M. (2008). *El medio es el mensaje: Un inventario de efectos (M. F. E., Trad.).* Paidós. (Obra original publicada en inglés en 1967).

Frier, S. (2020). *No Filter: The Inside Story of Instagram.* Century.

Gadamer, H.-G. (1960). *Verdad y Método.* Salamanca: Ediciones Sígueme.

García, P. E. (2023). Redes Sociales y Creación Artística: Conectados con la Desolación. *Revista de Estudios en Sociedad, Artes y Gestión Cultural*(23), 143-152. https://doi.org/10.17561/rtc.23.6930.

Gil, A. M. (2006). La estética y la humanidad. *Acta Odontológica Venezolana, 44*(1), 139-141.http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0001-63652006000100024&lng=es&tlng=es

González, A. L. (2021). *El Arte en la Época de las Redes Sociales.* Universidad Pontificia Bolivariana.

Guzmán, G. S. (2006). *¿Qué es la Estética?* Revista de estética y teoría de las artes.

Hegel, G. W. (1829). *Lecciones Sobre La Estética.* Mestas Ediciones.

Historia de la estética: Siglo XX. (2009). Eternalistas (Blog): https://eternitaris.wordpress.com/2009/12/27/144/

Instagram. (2023). *Cómo funciona la distribución de contenido en Instagram.* Instagram Help Center.

Instagram Users, Stats, Data, Trends, and More. (2025). DataReportal: https://datareportal.com/essential-instagram-stats

Kant, I. (Edición de 2007). *Crítica del Juicio (1790).* Espasa Calpe.

Kerckhove, D. d. (1999). *La Piel de la Cultura.* Gedisa Editorial.

Kester, G. H. (2004). *Conversation Pieces: Community and Communication in Modern Art.* University of California Press.

Lister, M. (2013). *The photographic image in digital culture.* Routledge.

Magazine, S. (2025). *Social media marketing statistics 2025: Global trends and platform insights*. SQ Magazine: https://sqmagazine.co.uk/social-media-marketing-statistics-2025

Malvestida. (2021). *El algoritmo de Instagram y la presión por crear: 3 artistas comparten su experiencia.* Malvestida.

Manovich, L. (2001). *The language of new media.* The MIT Press.

Manovich, L. (2020). *Instagram y la Imagen Contemporánea.* Universidad Autónoma Metropolitana.

McLuhan, M. (2008). *El medio es el mensaje: Un inventario de efectos (M. F. E., Trad.).* Paidós. (Obra original publicada en inglés en 1967).

Merleau-Ponty, M. (1945). *Fenomenología de la percepción.*

Meta. (2024). *The Evolution of the Reels Algorithm.* Meta for Business.

Metricool. (2025). *Social Media Short Video Report 2025: Engagement, reach and performance metrics.* Metricool Research.

Mitchell, W. J. (2005). *What Do Pictures Want?: The Lives and Loves of Images.* University of Chicago Press.

Montalvo, B. (2012). *Arte y redes sociales: emergencia y participación.* Universidad de Málaga.

Nietzsche, F. (1872). *El nacimiento de la tragedia en el espíritu de la música.* Madrid: Alianza Editorial.

O'Neill, C. (2017). *Is There a Secret to Success on Instagram?* The New York Times.

Panofsky, E. (s.f.). *Teoría medieval del símbolo: Adorno y Santo Tomás de Aquino.* Estética y Símbolo en la Cultura Medieval.

Platón. (2008/380 a. C.). *La República (J. Calonge Ruiz, Trad.).* Gredos.

Real Academia Española. (s.f.). Diccionario de la Lengua Española: https://dle.rae.es/estético

Shaviro, S. (2007). *Connected, Or What It Means to Live in the Network Society.* University of Minnesota Press.

Shusterman, R. (2000). *Pragmatism aesthetics: Living beauty, rethinking art.* Rowman & Littlefield Publishers.

SimpleBeen. (2025). *Short form video statistics 2025 (usage, growth & reach)*. SimpleBeen: https://simplebeen.com/social-media-short-form-video-statistics/?utm_source=chatgpt.com

SocialBee. (2024). *Redes Sociales para Artistas: Cómo mostrar tu trabajo.* SocialBee.

Taplin, J. (2017). *Move Fast and Break Things: How Facebook, Google, and Amazon Cornered Culture and Undermined Democracy.* Little, Brown and Company.

Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media.* Oxford University Press.

Wölfflin, H. (2013). *Conceptos fundamentales de la historia del arte.* Madrid: Espasa Libros.