

Reseña, medios y ciudadanía digital

EL RETRATO DE DORIAN GRAY Y LAS REDES SOCIALES

I. E. MATER DEI (8.º)



OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

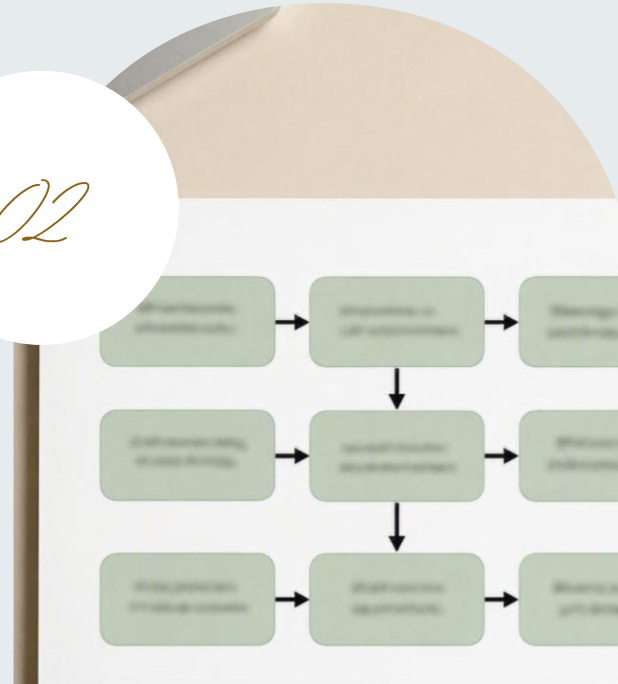
01



LECTURA Y ANÁLISIS CRÍTICO

Identificar los niveles de lectura literal, inferencial y crítico aplicados a textos literarios y publicitarios. Analizar la influencia de los medios y los estereotipos visuales en la percepción social.

02



ARGUMENTACIÓN Y LENGUAJE

Construir argumentos sólidos utilizando el modelo de Toulmin (tesis, evidencia, garantía). Distinguir entre adjetivación descriptiva y valorativa en reseñas y textos críticos.

03



CIUDADANÍA DIGITAL

Fomentar una ciudadanía digital crítica y responsable: reconocer hechos vs. opiniones, identificar promesas implícitas en anuncios y reflexionar sobre el impacto de las redes sociales.

Activación: adjetivación descriptiva

vs. valorativa

«SI TUVIERAN UN RETRATO
QUE ENVEJECIERA POR
USTEDES MIENTRAS SU
PERFIL DE INSTAGRAM SE
MANTIENE PERFECTO, ¿LO
ACEPTARÍAN?»



CONTEXTO LITERARIO

Oscar Wilde (1854–1900) fue un escritor, poeta y dramaturgo irlandés, figura central del esteticismo victoriano. Vivió en una época marcada por la rigidez moral y las apariencias sociales, contexto que impregna toda su obra.

Publicada en 1890, El retrato de Dorian Gray es su única novela. Narra la historia de un joven de extraordinaria belleza que, fascinado por la influencia del hedonista Lord Henry Wotton, desea que un retrato suyo envejezca en su lugar mientras él permanece eternamente joven.

Sin revelar el desenlace, la novela explora la vanidad, la corrupción moral y la doble vida: temas que resuenan con fuerza en la era de las redes sociales y la imagen digital.

CONTEXTO MEDIÁTICO

La publicidad digital moldea percepciones de belleza, éxito y pertenencia. En Colombia, el 87 % de los adolescentes entre 13 y 17 años usa redes sociales diariamente, con un promedio de 4,5 horas frente a pantallas.

El 72 % afirma haber visto anuncios de belleza o moda en el último día. Estas cifras revelan la exposición constante a imágenes retocadas y estilos de vida aspiracionales que configuran estándares difíciles de alcanzar.

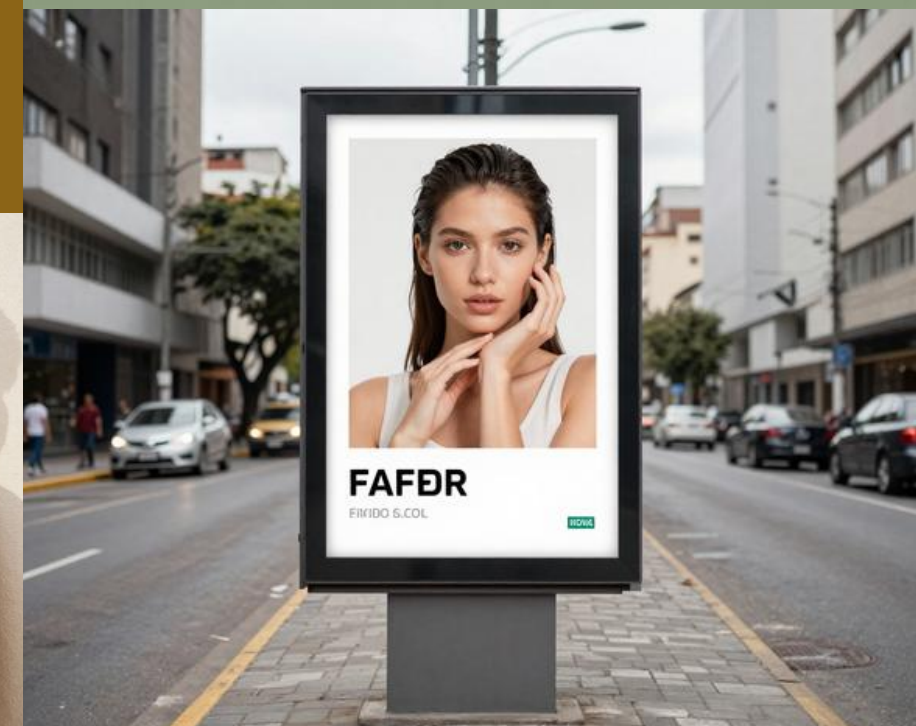
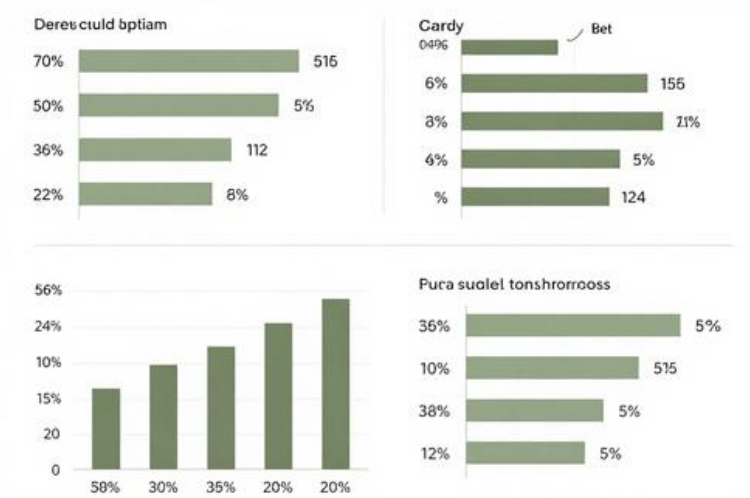
Analizaremos dos tipos de anuncios: productos de belleza con modelos digitalmente alterados y *smartphones* que proyectan un estilo de vida idealizado.



PUBLICIDAD
DIGITAL
ESTEREOTIPOS
MEDIOS



Adolescent Social Media usage





NIVELES DE LECTURA: LITERAL

«El pintor lo contempló durante mucho tiempo. Luego se acercó al lienzo y, cuando lo hubo examinado, comenzó a mezclar los colores. Dorian Gray le observaba con la misma expresión que solía usar con los que le admiraban.»

– Oscar Wilde, El retrato de Dorian Gray, capítulo II

¿Qué sucede en el texto?

En el nivel literal identificamos lo que el texto dice de forma explícita: los personajes presentes, las acciones que ocurren y la información directamente expresada. No interpretamos ni juzgamos; simplemente reconocemos los hechos narrados tal como aparecen en el fragmento.





NIVEL INFERENCIAL: ¿QUÉ SE PUEDE DEDUCIR?

Pregunta guía: ¿Qué se puede deducir del fragmento del capítulo II?

A partir del texto, podemos inferir que Lord Henry ejerce una influencia sutil, pero poderosa sobre Dorian, moldeando su percepción de la belleza y el tiempo. La admiración que Dorian siente ante su propio retrato no es vanidad espontánea, sino el resultado de un discurso que lo condiciona a valorar la juventud por encima de todo.

Ejemplos de inferencias:

- Si Dorian desea que el retrato envejezca en su lugar, se infiere que teme la pérdida de su imagen pública, tal como un usuario de redes sociales teme que sus fotos revelen el paso del tiempo.
- El silencio de Basil ante las palabras de Lord Henry sugiere una tensión ética: el arte como contemplación versus el arte como instrumento de poder.
- La obsesión por la apariencia perfecta anticipa una crítica a los estándares de belleza que hoy reproducen los filtros digitales y los anuncios retocados.





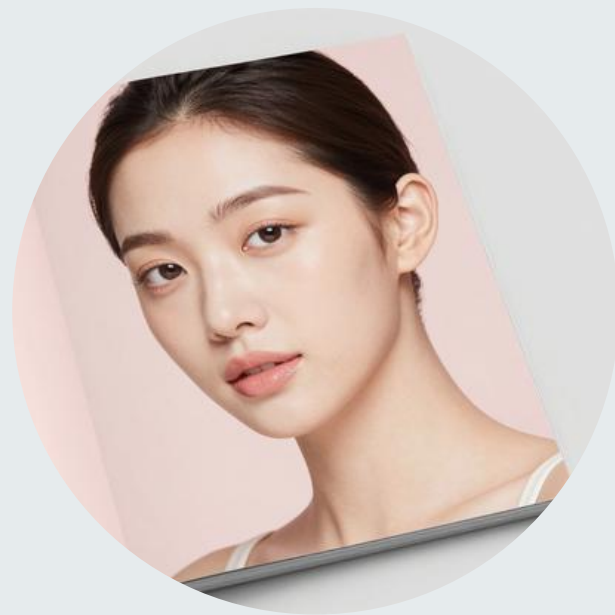
NIVELES DE LECTURA: CRÍTICO

¿Qué valores o críticas sociales aparecen en el texto?

«El retrato de Dorian Gray» cuestiona la obsesión victoriana por la apariencia y la juventud: Dorian sacrifica su alma para preservar una imagen perfecta, mientras su retrato acumula la corrupción moral que él niega. Wilde critica así una sociedad que valora la belleza superficial por encima de la integridad ética.

Esta crítica resuena con fuerza en las redes sociales actuales: los filtros, el retoque digital y la curaduría de perfiles construyen una «imagen pública» idealizada que oculta la realidad. Como Dorian, los usuarios proyectan una versión curada de sí mismos, generando comparación, ansiedad y pérdida de autenticidad. El texto de Wilde no solo refleja su época, sino que anticipa las dinámicas de identidad y apariencia propias de la era digital.





ANUNCIO 1: BELLEZA

Producto de belleza con modelo retocada digitalmente. Encuadre visual: primer plano, iluminación perfecta, piel sin imperfecciones. Promesa implícita: «Este producto te hará ver así». Estereotipos detectados: belleza inalcanzable, piel perfecta como norma social.



ANUNCIO 2: SMARTPHONE

Smartphone en entorno aspiracional: viajes, éxito y juventud. Encuadre visual: plano general, escenario lujoso, modelo sonriente. Promesa implícita: «Con este dispositivo tendrás esta vida». Estereotipos detectados: tecnología = estatus social y libertad.



ESTEREOTIPOS VISUALES Y PROMESAS IMPLÍCITAS

¿Qué es un estereotipo en medios?

Un estereotipo es una representación simplificada y generalizada de un grupo, producto o idea. En los medios, los estereotipos reducen la complejidad humana a imágenes fijas: la mujer perfecta, el hombre exitoso, la familia ideal. Estas representaciones se repiten hasta volverse «normales», condicionando cómo percibimos la realidad y a nosotros mismos.

Imágenes y expectativas implícitas

Las imágenes publicitarias no solo muestran productos: construyen promesas. Un anuncio de perfume no vende fragancia, vende seducción. Un anuncio de *smartphone* no vende tecnología, vende estatus. Estas promesas implícitas actúan sobre el deseo y la identidad, especialmente en adolescentes que construyen su autoimagen, a través de lo que consumen visualmente en redes sociales.

Ejercicio de identificación

Observa el anuncio proyectado y responde: ¿qué tipo de persona aparece?, ¿qué se promete implícitamente?, ¿qué grupo social queda excluido de esa imagen?, ¿qué adjetivos valorativos usa el anuncio? Anota tus respuestas y compártelas con un compañero. Usaremos el modelo de Toulmin para construir un argumento crítico sobre lo observado.

MODELO DE TOULMIN PARA ARGUMENTACIÓN CRÍTICA



T E S I S

La afirmación central que se defiende.

Es la posición del autor ante un tema.

«Las redes sociales afectan
negativamente la autoestima de los
adolescentes.»

afirmación



E V I D E N C I A

Los datos o hechos que respaldan la
tesis. Deben ser verificables y
concretos.

«Estudios de la APA (2023) muestran
que el 60% de adolescentes se siente
insatisfecho con su imagen tras usar
Instagram.»

datos y hechos



G A R A N T Í A

El principio que conecta la evidencia
con la tesis. Explica por qué los datos
apoyan la afirmación.

«La comparación social constante con
imágenes idealizadas distorsiona la
percepción de la propia imagen.»

principio conector



EJEMPLO COMPLETO 1: REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA

Tesis

Las redes sociales generan comparación constante entre los jóvenes, afectando negativamente su percepción de sí mismos y su nivel de autoestima.

Evidencia

Según estudios de la *Royal Society for Public Health* (2017), Instagram es la red social con mayor impacto negativo en la salud mental de adolescentes. El 70 % reporta sentirse peor consigo mismo tras navegar por sus *feeds*.

Garantía

La teoría de la comparación social (Festinger, 1954) indica que las personas evalúan su propio valor comparándose con otros. Las imágenes idealizadas en redes amplifican este efecto, distorsionando la autoimagen.



EJEMPLO 2: LORD HENRY Y LA TRANSFORMACIÓN DE DORIAN

Tesis (con cita textual)

«La influencia de Lord Henry moldea la identidad de Dorian al instalarle valores hedonistas y superficiales.»
Las palabras de Lord Henry actúan como un agente transformador que reemplaza la inocencia de Dorian por una obsesión con la belleza y el placer.

Evidencia (Capítulo II)

En el capítulo II, Lord Henry le dice a Dorian: «La única manera de deshacerse de una tentación es ceder a ella.» Dorian, fascinado, comienza a adoptar esta filosofía. El narrador describe cómo su expresión y actitud cambian progresivamente durante la conversación en el jardín.

Garantía (análisis literario)

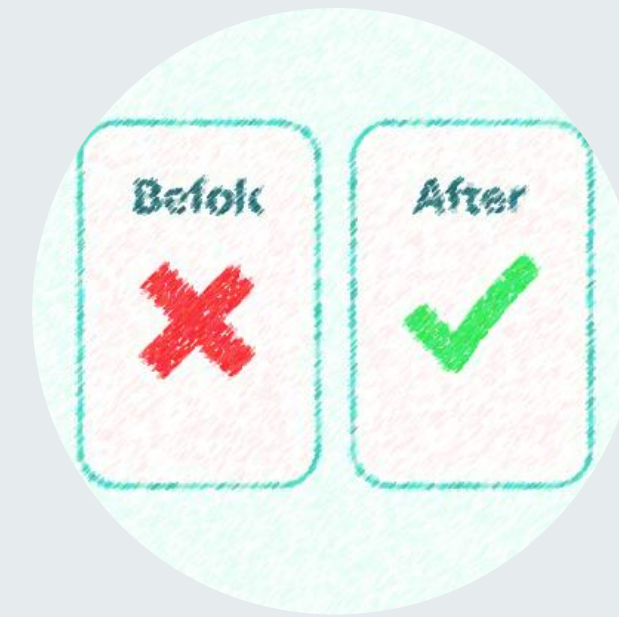
Cuando una figura de autoridad o admiración transmite un sistema de valores, el receptor tiende a internalizarlo. Lord Henry funciona como los medios digitales actuales: moldea percepciones mediante mensajes repetidos y seductores, tal como los algoritmos refuerzan estereotipos de belleza e imagen personal.



ARGUMENTO FUERTE

Las redes sociales permiten la conexión entre personas, sin embargo, también generan comparaciones constantes que afectan la autoestima adolescente. No obstante, con una educación digital crítica, los jóvenes pueden desarrollar un consumo más consciente y saludable de ellas, aunque hay que sopesar los riesgos.

Conectores usados: sin embargo · no obstante · aunque.



ARGUMENTO DÉBIL

× Débil: «Las redes sociales son malas porque todo el mundo las usa mal y nadie piensa.»

✓ Mejorado: «Aunque las redes sociales facilitan la comunicación, sin embargo, su uso sin reflexión crítica puede reforzar estereotipos visuales y afectar la percepción de la propia imagen.»

Mejora: argumento con evidencia y matiz.



LA TESIS

«Las redes sociales son las únicas responsables de la pérdida de privacidad de los usuarios.»

Esta posición señala a las plataformas digitales como agentes exclusivos que recopilan, comercializan y exponen datos personales sin consentimiento real ni transparencia suficiente.



EL CONTRAARGUMENTO

La responsabilidad es compartida: los usuarios también toman decisiones activas al publicar información personal, aceptar términos sin leerlos y compartir contenido de terceros. Las plataformas tienen obligaciones legales y éticas, pero la ciudadanía digital crítica implica corresponsabilidad en el cuidado de la privacidad propia y ajena.

DILEMAS ÉTICOS EN CIUDADANÍA DIGITAL

01



DILEMA 1: PRIVACIDAD

¿Está bien publicar fotos de amigos en redes sociales sin pedir su permiso? ¿Qué derechos se vulneran y qué responsabilidad asumimos?

02



DILEMA 2: IDENTIDAD

¿Es ético usar filtros que alteran radicalmente nuestra apariencia? ¿Qué imagen proyectamos y cómo afecta eso a nuestra identidad digital?

03



DILEMA 3: VERACIDAD

¿Qué consecuencias tiene compartir información sin verificar su veracidad? ¿Somos responsables del impacto de lo que difundimos en redes?



HECHOS

Datos verificables y comprobables mediante evidencia objetiva.

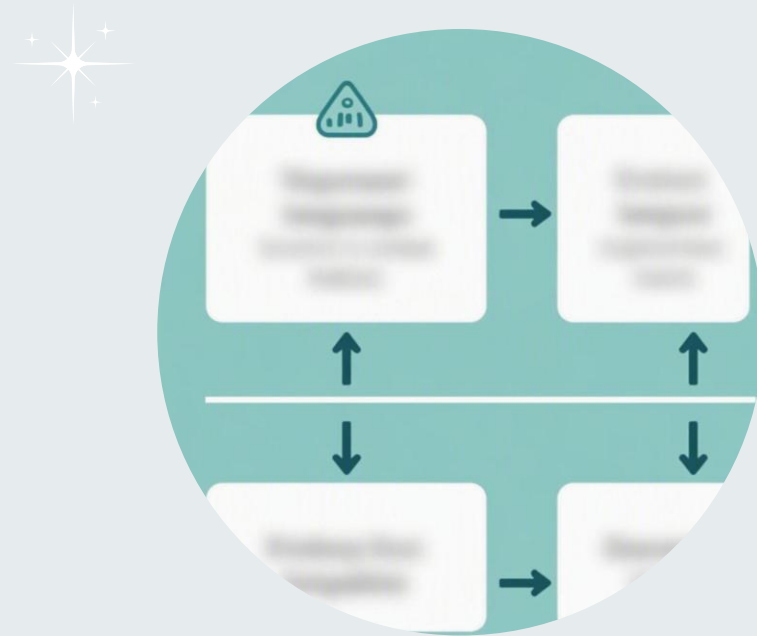
- El 85 % de adolescentes colombianos usa Instagram diariamente.
- El 60 % de jóvenes edita sus fotos antes de publicarlas.
- Instagram fue lanzado en 2010 y tiene más de 2.000 millones de usuarios.
- El tiempo promedio en redes es de 3 horas diarias.
- El 70 % de los anuncios digitales usan imágenes retocadas.



OPINIONES

Juicios, valoraciones o interpretaciones personales.

- «Instagram es la red social más dañina para los jóvenes.»
- «Los filtros hacen que la gente se vea mejor de lo que es.»
- «Las redes sociales destruyen la autoestima adolescente.»
- «Los *influencers* son modelos negativos para la sociedad.»
- «La publicidad digital es completamente manipuladora.»



ADJETIVACIÓN VALORATIVA

«La novela es aburrida.»

«El personaje es malo.»

«La publicidad es manipuladora.»

Estos juicios expresan una opinión subjetiva sin fundamentación. Califican sin explicar, y no permiten al lector comprender el porqué de la valoración.

ADJETIVACIÓN DESCRIPTIVA

«La novela presenta un ritmo lento en los primeros capítulos.»

«El personaje actúa de forma egoísta ante sus amigos.»

«La publicidad apela al miedo para condicionar la decisión del consumidor.»

Estos enunciados describen con precisión, ofrecen evidencia y permiten construir argumentos críticos sólidos.



CIUDADANÍA DIGITAL CRÍTICA

¿Qué es la ciudadanía digital crítica?

Un ciudadano digital crítico evalúa la información antes de compartirla, respeta la privacidad propia y ajena, reconoce estereotipos en los medios y actúa con ética en entornos virtuales. La ciudadanía digital implica derechos y responsabilidades.

Buenas y malas prácticas en redes

Buenas prácticas: verificar fuentes, pedir permiso antes de publicar fotos de otros, usar lenguaje respetuoso. Malas prácticas: compartir rumores, exponer datos personales, reproducir estereotipos visuales sin cuestionarlos en redes sociales.

Cotidianidad juvenil y responsabilidad

Los jóvenes interactúan a diario con contenidos que moldean su identidad y percepción del mundo. Reconocer la diferencia entre lo real y lo construido en redes sociales es clave para tomar decisiones informadas y construir una presencia digital responsable.

GLOSARIO DEL CRÍTICO DIGITAL

01



FOCALIZACIÓN Y DENOTACIÓN

Focalización: punto de vista desde el cual se narra o muestra algo. Denotación: significado literal y objetivo de una palabra o imagen, sin interpretaciones adicionales.

02



CONNOTACIÓN Y ESTEREOTIPO

Connotación: significado subjetivo o cultural asociado a una imagen o palabra. Estereotipo: imagen simplificada y generalizada de un grupo social, frecuente en medios y publicidad.

03



CIUDADANÍA DIGITAL

Ciudadanía digital: conjunto de derechos y responsabilidades al participar en entornos digitales. Implica uso ético, crítico y responsable de redes sociales e información en línea.

ACTIVIDAD PRÁCTICA: ANÁLISIS Y RESEÑA

1

ANÁLISIS COMPARATIVO

Selecciona un fragmento del capítulo II de *El retrato de Dorian Gray* y un anuncio publicitario digital. Identifica encuadre visual, adjetivación y estereotipos presentes en ambos textos.

Individual o en parejas

2

MODELO DE TOULMIN

Construye una reseña crítica usando los componentes de Toulmin: formula una tesis clara, aporta evidencia textual del fragmento y del anuncio, y establece la garantía que conecta ambos elementos.

Guiado por el docente

3

RÚBRICA DE EVALUACIÓN

Evalúa tu reseña con la rúbrica: coherencia argumentativa, uso de conectores de contraste, adjetivación descriptiva, identificación de estereotipos y ciudadanía digital crítica.

Entrega en clase



RESEÑA, MEDIOS Y
CIUDADANÍA DIGITAL

RESUMEN Y CIERRE

Conceptos clave revisados: lectura literal, inferencial y crítica · estereotipos visuales · modelo de Toulmin · adjetivación descriptiva y valorativa · ciudadanía digital crítica.

«¿Cómo influye lo que vemos en redes sociales en nuestra forma de pensar y actuar?»

Compartamos experiencias, preguntas y reflexiones. La mirada crítica que ejercitamos hoy nos acompaña cada vez que consumimos contenido digital.

¡Aquí comienza el Período Académico 3.º!