

Imagen y realidad

Un nuevo campo de conocimiento para la Educación Artística

Lellis Díaz | Maestra. Profesora de Lenguajes Artísticos, y de Educación Visual y Plástica del IFD de Salto.

La tecnología ha provocado el tránsito de las artes visuales hacia la cultura visual, lo que significa una gran transformación y ampliación del campo de conocimiento de la Educación Artística, abarcando todo tipo de **artefactos visuales** (edificios, vestimenta, coches y motos, peinado, mobiliario, obras de arte, objetos antiguos y arqueológicos, ambientes y espacios de diversos tipos) y de **representaciones** (imágenes en movimiento de la televisión, del cine, de los videojuegos, de la web; imágenes fijas de la publicidad, revistas, logotipos), cotidianos o no, de diferentes épocas y culturas, duraderos o efímeros, que no solo nos representan el mundo, sino que nos lo descubren, seleccionan, enjuician, a tal punto que para valorar nuestro cuerpo no recurrimos solo a la imagen del espejo, sino cada vez más a las que vemos en revistas, televisión, cine, internet. Por esa condición, hoy la función del conocimiento artístico es, además de imaginativa, emancipatoria, para no ser o hacer lo que otros quieren por seducción, sino lo que se quiere por elección, y solamente elige quien tiene opciones y las conoce; a eso llamamos libertad.

¿Cuál es entonces la consecuencia pedagógica

de este nuevo enfoque de la cultura visual? En la escuela hay que enseñar el lenguaje gráfico y analizar los artefactos y representaciones desde una perspectiva crítica, considerando el contexto cultural en el que fueron concebidos.

Según Marín Viadel, la especificidad de la Educación Artística se define a través de cinco ideas básicas.

- ▶ Los lenguajes y las artes visuales son un conocimiento instrumental, porque todas las personas deben ser capaces de comprender lo que ven a su alrededor y utilizar las imágenes para su formación personal, laboral y para su vida social.
- ▶ La comprensión y la creación de imágenes son dos caras de la misma moneda visual.
- ▶ El lenguaje artístico es específico, lo que se dice a través del arte no se puede decir en otro lenguaje.
- ▶ Todos tenemos derecho a conocer, reconocernos y ser reconocidos por nuestras propias señas de identidad visual.
- ▶ Dominar y usar los diferentes lenguajes visuales y procesos de creación de imágenes y artefactos requiere una formación adecuada que debe proporcionar la escuela.

Imagen y realidad

El primer ejercicio que debe plantearse una pedagogía de la imagen es la distinción entre imagen y realidad, percepción directa de las cosas y percepción directa de una representación de las cosas. La percepción de un objeto, el contacto directo con la realidad, produce una *imagen visual* en nuestro cerebro, sin filtros ajenos a nosotros y sin intermediarios. La percepción de una *imagen material* supone el contacto con una realidad que es copia, imitación o remedo de otra, pero nunca ella misma. Yo soy una realidad, mi fotografía es imagen.

La Real Academia Española define la imagen como “figura, representación, semejanza y apariencia de una cosa”, “representación viva y eficaz de una cosa, de una intuición o visión poética por medio del lenguaje”, en tanto Casares dice “representación mental de alguna cosa percibida por los sentidos”. La imagen es reproducción parcial de algo, se asemeja a ese algo; la realidad termina en sí misma, no hace referencia a nada fuera de sí porque contiene todo lo que ella es. Nuestro lenguaje nos traiciona cuando decimos “yo estoy en esa foto” porque, en realidad, yo estoy aquí, la de la foto es mi copia, es mi imagen material; a su vez, quienes me están viendo en persona, construyen primero una imagen visual, retiniana, que estimula el cerebro creando una *imagen mental primaria*; luego, cuando yo ya no esté y esas personas me recuerden, tendrán de mí una imagen evocada o *imagen mental secundaria* o derivada.

Pero la imagen no solo hace referencia a realidades materiales; los personajes de los dibujos animados o un monstruo que crea un niño al pintar son representaciones de “cosas” que existen en la imaginación de alguien y que se crean con información que se obtiene del mundo exterior, dado que no se crea de la nada. Shrek se inventó combinando de forma original, formas y actitudes humanas y animales.

Comparar una fotografía -imagen fija con alto grado de iconicidad- con el objeto que representa, es un buen ejercicio para realizar con los niños de todos los niveles escolares y poner en evidencia, cuando corresponda, los conceptos de escala (es más chico), espacio geométrico y físico (es plano, está en un papel, no

se mueve), giro (la imagen de la foto no es mi simétrica como cuando estoy frente al espejo), tiempo (se detiene el tiempo). Al incorporar la imagen en movimiento y con sonido -video, televisión, cine- surgen los verdaderos cuestionamientos, porque es lo más parecido a la realidad, pero nunca ella misma.

¿Qué vemos de los objetos?

Una tarea inevitable es la lectura de la realidad, enseñar a mirar el mundo con ojos analíticos corresponde a los docentes, si poco se entiende lo real, menos se comprende su representación.

Para la *Gestalt*, la *forma material* de un objeto está determinada por sus límites, bordes o superficies, y el objeto es percibido visualmente solamente ante la presencia de la luz, eso que se ve es la *forma perceptual*. La luz no atraviesa los cuerpos opacos, por lo que solo percibimos información de las formas externas, y como la luz viaja en línea recta, lo que vemos del objeto son las partes externas que se unen a los ojos por una línea recta; sabemos que un dado está limitado por seis caras cuadradas, pero nuestros ojos solo ven a la vez un máximo de tres caras, nunca más de eso si el cuerpo es opaco; por lo cual, la forma perceptual depende de nuestra posición con respecto al objeto y nunca es como el objeto mismo, aunque evoquemos las partes que no estamos viendo.

La forma que vemos viene determinada por todas las experiencias visuales que hayamos tenido con ese objeto en nuestra vida, sea en contacto directo o indirecto a través de fotos, videos, películas, etc.; para comprenderlo, tomemos la Torre de ANTEL como objeto visual.

La vista directa de la torre más conocida es como esta imagen en la que el objeto se ve influido por otros vecinos en el espacio: las construcciones que lo rodean, la vegetación y el propio cielo que se refleja haciendo que la mole enorme parezca parte de él.





Esta experiencia visual -angulación, contrapicado de la cámara al hacer la toma- la tienen quienes pasan muy cerca del edificio; este se hace más monumental y nos empequeñece, la mirada se centra en la materia que, desde ese ángulo, pasa a imperar sobre la forma global.

Si llegamos a conocer su interior -en una visita real o virtual- la forma externa que vemos a diario nos evocará estas otras formas aunque estén ausentes, y la torre nos parece distinta luego de este recorrido por dentro, tal como nos pasa luego de entrar a una casa a la que solo conocemos por fuera.

Pero todas estas imágenes aún no muestran el verdadero mundo que hay allí adentro, porque falta la gente, la razón de ser de los edificios; ver a los empleados trabajar, al público salir o entrar, o asistir a algún evento en su sala de actos, le dan la calidez que no aportan las visiones anteriores.

En <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=510092> (sitio de internet) se pueden ver excelentes imágenes de la torre desde diferentes enclaves que dan cuenta de la posición física de quien las produjo.

También se suma a la percepción, la información que tengamos sobre la corriente arquitectónica que se apoya en la Alta Tecnología, que la utiliza como un fin en sí con el afán por enseñar las estructuras, el acero, el concreto, el vidrio, y mostrarlos como parte estética de la edificación. Cuantas más experiencias tengamos con la realidad, más información y más conocimientos tendremos sobre ella para su lectura crítica y la de sus representaciones.

Función semiótica de la imagen

Las imágenes son representaciones codificadas de realidades externas a ellas, y su significación impone la necesidad de reflexionar sobre la exactitud o inexactitud de la representación y la intencionalidad de quien la produce; la imagen no es neutra, ya que no nos transmite



Y esta otra es una experiencia visual con la forma material muy poco frecuente para la mayoría de nosotros, pero el hecho de haber visto esta imagen nos hace decir “también la conozco desde arriba”, aunque haya sido la experiencia de otro y tengamos claro que la imagen no es la realidad.



solo datos, sino también sugerencias. Su efecto sobre nosotros -o función semiótica- se produce de acuerdo a las constantes de interpretación de la apariencia visual, conocidas como códigos; el estudio de la codificación visual es el que nos permite la comprensión del lenguaje de las imágenes.

Ante una imagen, lo primero que se pone en juego es el **código de reconocimiento de las formas**, vinculado a nuestro esquema perceptivo visual, y su origen cultural es lo que hace que una misma imagen produzca diferentes efectos según los lugares, épocas y culturas; los **códigos gráficos** y los de **organización compositiva** de las formas son específicos del lenguaje visual, los **códigos comunicativos generales** son los que se ponen en juego en nuestra relación directa y cotidiana con el entorno; todos estos códigos actúan a la vez, por lo que, al no tener incorporado alguno de ellos, perdemos criticidad ante la imagen.

Los **códigos gráficos** están vinculados directamente con los instrumentos técnicos con los que se elabora el mensaje visual y los recursos gráficos de cada uno pueden modificar el sentido total de las imágenes obtenidas. Una publicidad con características gráficas de la pintura o que utiliza una obra de arte lleva junto al mensaje una sugerencia de valor artístico, mientras que un mensaje con pautas correspondientes a la información -una fotografía- provocará sugerencias de fiabilidad.

LENTES IMPORTADOS D&G CON PROTECCIÓN UV



Si se publicita con una imagen artística es porque también el producto tiene las propiedades del arte.



El mensaje trata de incorporar veracidad al anuncio, utilizando una imagen fotográfica.

El código gráfico hace referencia también a los elementos que utiliza el lenguaje visual. Toda representación tiene en cuenta una organización figura-fondo, el tema principal está en un entorno y ambos pueden adquirir diferentes valoraciones; cuando la figura y el entorno son equiparables, titubeamos respecto a dónde centrar nuestra mirada, pero no sucede lo mismo cuando el tema se impone sobre el fondo.

Observar y dibujar este tipo de imágenes de doble visión por equiparación de los valores figura-fondo resulta, además de divertido, formativo, al tiempo que se incursiona en las transformaciones geométricas.

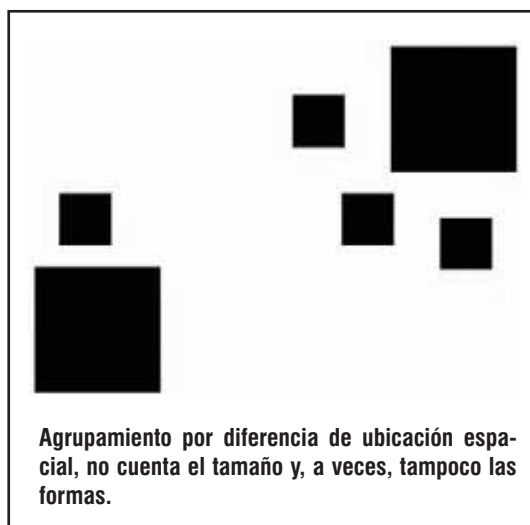
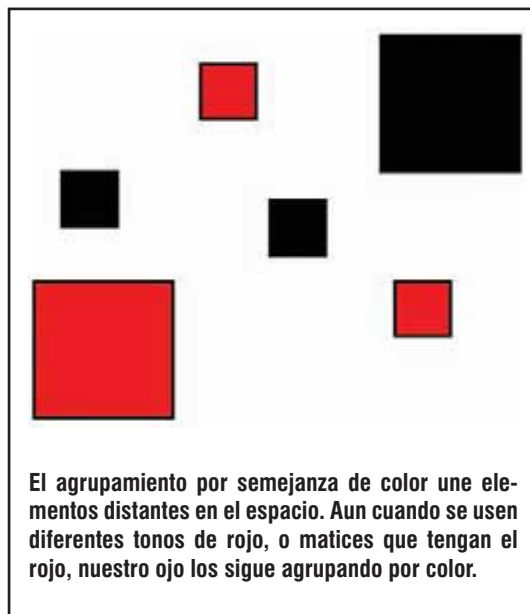
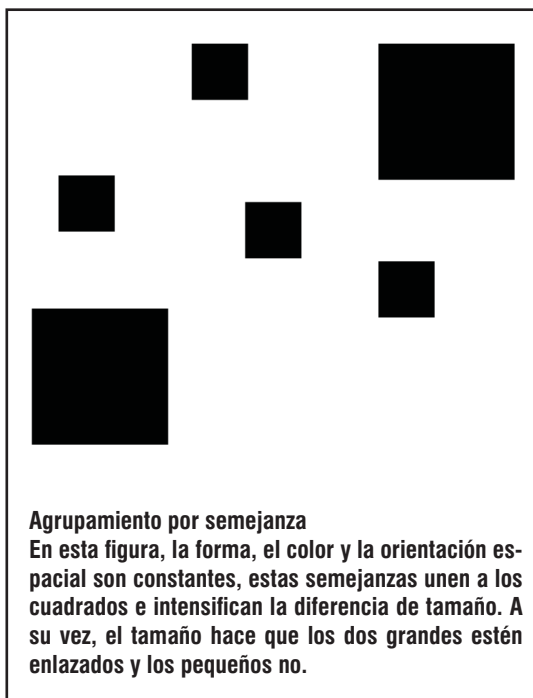


Valiéndose de las peculiaridades de la visión, Escher creó juegos ópticos alternando las formas en figura y fondo.

Solemos identificar lo vertical, horizontal o pequeño con el tema, y lo oblicuo, grande o irregular como fondo envolvente; la foto 3 de la Torre de ANTEL es un buen ejemplo, ya que no tenemos dudas de que lo que se quiere mostrar es la torre y no el paisaje urbano.

Según los teóricos de la *Gestalt*, simultáneamente con esos códigos gráficos actúan nuestros mecanismos perceptivos, como cuando agrupamos las figuras por semejanza referida a la forma, al tamaño, al color, o a la ubicación espacial, o como cuando completamos vacíos, caso de los emoticonos utilizados en el lenguaje SMS, por ejemplo, una cara sonriente :-) (aquí interviene también el código de reconocimiento de la forma, puesto que quienes no usan celulares no logran leer la imagen), o de las constelaciones formadas por grupos de estrellas cercanas.

Trabajando con figuras geométricas se puede ver cómo operan esos mecanismos perceptivos, posteriormente hay que aplicarlos en la lectura de imágenes para entender cómo las representaciones no son ingenuas y están cargadas de intencionalidad.



Los *códigos comunicativos* que relacionan expresión y contenido, forma y fondo, y que son utilizados por los creadores de imágenes, se pueden analizar distinguiendo algunas vías o factores de codificación que se desarrollarán a continuación.

El *código espacial* se relaciona con la parcela de realidad que se seleccione y el lugar desde donde se la capte, a esto lo llamamos *encuadre*. Quien produce la imagen nos transmite su visión de la realidad y lo hace con una intencionalidad: informar, distorsionar para engañar, convencer, recrear, o hacer explícita su postura ante un determinado hecho.

El *código gestual* se refiere a la representación de una actitud, estado de ánimo o intención; la alegría o tristeza, la quietud o el nerviosismo, la serenidad o el tormento, la benevolencia o el autoritarismo, son algunas actitudes que pueden expresarse por la composición gestual y que encontramos en todo tipo de representaciones visuales. Podríamos decir que los objetos también poseen su gestualidad cuando, desde su posición, dan sensación de soberbia (la Torre de ANTEL sobresaliendo en el paisaje), abandono (un árbol solitario en la inmensidad del campo). El periodismo recurre a este código estableciendo, a veces, paralelismos entre la posición de determinado personaje y su imagen, reforzando así su postura, o utilizando las imágenes para contraponer un determinado gesto y dejar en evidencia el doble discurso del personaje como, por ejemplo, una foto de la guerra en Irak en un artículo con el discurso del presidente de Estados Unidos hablando de la paz mundial.

El *código escenográfico* es el lenguaje de los signos externos y está formado por todos los elementos que se agregan para ambientar y adjetivar la presencia de algo o alguien. La vestimenta, el maquillaje, el ambiente y los objetos del entorno aportan datos sobre la personalidad del protagonista, su posición social, su mundo profesional o laboral. No es lo mismo hacer una entrevista a un escritor en el estudio del canal que en el lugar donde vive y escribe. Ver a Mario Benedetti en su casa, con un suéter y entre un mundo de objetos personales, es como estar allí con él aunque lo estemos viendo en la televisión -¡vaya el poder de la imagen!-, su ambiente hogareño junto a su aspecto refuerzan su personalidad sencilla y modesta que lo hace más carismático y querido.

La preocupación por la apariencia y no por la esencia de las cosas ha provocado que la escenografía preparada sea importante, hay que insistir en la lectura de la escenografía al analizar imágenes, puesto que son un fortísimo elemento en la construcción de mensajes; ignorarlo podría llevarnos a construir significados erróneos o a ser engañados con una simulación escenográfica como en la publicidad, en los trucajes y efectos especiales del cine, o en las manipulaciones electrónicas de la imagen. Indagar cómo se filmó la película “Titanic” o la

del simpático personaje Shrek puede transformarse en un interesante contenido para trabajar en la escuela.

El *código lumínico* tiene que ver con la incidencia de la luz sobre el objeto y se refiere al tipo de luz, natural o artificial, al lugar desde donde viene la luz, a la abertura del diafragma en la cámara, al proceso de revelado o impresión, al material del copiado. Según la relación del objeto con la luz, los efectos son diferentes: la luz de frente aplasta los objetos contra el fondo, y si la luz está atrás, el efecto es contrario; la luz lateral da la sensación de volumen, pero si se ilumina media cara solamente, la imagen puede ser inquietante, de la misma manera que si es iluminado desde arriba o desde abajo, caso de las películas de terror.

El color también está vinculado con este código, la significación psicológica de los colores no debe ser mantenida como algo inamovible porque depende de las diferentes culturas, pero sí es necesario conocer determinados protocolos o liturgias para poder interpretar las imágenes. Los colores también tienen temperatura y pueden ser cálidos o salientes (una figura roja parece que avanza hacia nosotros), fríos o entrantes (un cielo azul nos da la sensación de infinitud, de algo que se aleja). Invertir los colores de fondo y figura de una obra o cambiarlos por otros provoca un efecto tal que prácticamente no se la reconoce.

El *código simbólico* se refiere a las convenciones para decodificar las imágenes u otras figuras que representan gráficamente cosas inmateriales tales como conceptos, valores, creencias. La aceptación de estas convenciones puede ser grupal o universal, por lo que al analizar algún artefacto visual o su representación hay que tener en cuenta la cultura en la que fue creado. Si nos referimos al color, la alfombra roja, por ejemplo, tiene el mismo significado para todas las culturas; para los occidentales, el negro se asocia con la muerte y la maldad (aunque el diablo es rojo), pero en el mundo de la moda significa elegancia y sobriedad para ambos sexos. La relación entre los símbolos y aquello que simbolizan puede ser analógica (la calavera y la muerte), o pactada, o convencional (la paloma y la paz, el laurel y la victoria).

En esa tarea de hacer comprender a nuestros alumnos el proceso de abstracción de toda

comunicación simbólica, hay que analizar objetos de su vida cotidiana como los logotipos, las señales de tránsito, los escudos y colores de los clubes deportivos, su túnica con moño azul; y también sería interesante cambiar la mirada a nuestros símbolos nacionales, tratándolos como objetos visuales portadores de imágenes, figuras y colores con un significado simbólico que provoca determinados sentimientos e ideas solamente a los uruguayos. A todo esto podemos agregar, luego, la creación de íconos que identifiquen al grupo, a la escuela o algún concepto o valor.

Cómo leer esta imagen aplicando los conceptos desarrollados.



Detalle de la foto anterior, que muestra un cartel

Es un plano general, puesto que se ven las tres personas de cuerpo entero (tema) y el escenario en el que se desplazan: una calle con semáforos, un estacionamiento de motos frente a una escuela con gente que espera o se va, es hora de salida o de entrada, un hombre en una

esquina recostado a un árbol. La vestimenta de la gente nos informa sobre una temperatura agradable, y los árboles con follaje verde incipiente confirman una primavera en sus comienzos. Las tres figuras principales se pueden agrupar según un código espacial (dos en la vereda y uno en la calle) o según un código escenográfico (dos estudiantes que se reconocen por el uniforme, o dos ciclistas).

Luego de una minuciosa lectura recién se puede determinar la intencionalidad del mensaje: mostrar la infracción a las normas de tránsito de los dos ciclistas, uno que circula por la vereda y el otro contraflecha, la presencia de los semáforos no deja dudas de que la calle es flechada. 📸

Bibliografía

- ALONSO, Manuel; MATILLA, Luis (1997): *Imágenes en acción. Análisis y práctica de la expresión audiovisual en la escuela activa*. Madrid: Ed. Akal.
- ARNHEIM, Rudolf (1984): *El poder del centro. Estudio sobre la composición en las artes visuales*. Madrid: Alianza Editorial.
- ARNHEIM, Rudolf (1993): *Consideraciones sobre la educación artística*. Barcelona: Ed. Paidós.
- ARNHEIM, Rudolf (1998): *Arte y percepción visual*. Madrid: Alianza Editorial.
- EISNER, Elliot W. (1972): *Educación de la visión artística*. Barcelona: Ed. Paidós.
- GARDNER, Howard (1994): *Educación artística y desarrollo humano*. Barcelona: Ed. Paidós Educador.
- GOMBRICH, Ernst H.; HOCHBERG, Julian; BLACK, Max (1993): *Arte, percepción y realidad*. Barcelona: Ed. Paidós Comunicación.
- HERNÁNDEZ, Fernando (1997): *Cultura visual y educación*. Sevilla: Publicaciones MCEP.
- MARÍN VIADEL, Ricardo (2003): *Didáctica de la Educación Artística*. Madrid: Ed. Pearson Educación.

Imágenes disponibles en:

- homepages.mty.itesm.mx/al916880/ttc.html
- www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=254157
- elcorresponsal.blogia.com/2007/abril.php
- www.blackstoneuruguay.com/esp/productos.htm
- www.infobae.com/notas/nota.php?Idx=293599...
- http://mindwords.wordpress.com/...
- http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=510092
- http://articulo.mercadolibre.com.ve/MLV-7117837-lentes-importados-dg-con-proteccion-uv-_JM
- (sitios visitados en abril-mayo de 2008)