



SECRETARIA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL
(unidad ajusco)



TESINA

**“LA PEDAGOGÍA PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA
EDUCACIÓN BÁSICA”**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PEDAGOGÍA**

PRESENTA:

MARCO ANTONIO HERNÁNDEZ GÓMEZ

**DIRECTORA DE TESINA: PROFRA. MARÍA TERESA ESCUDERO
YERENA**

ACADEMIA DE PEDAGOGÍA

JUNIO DE 1997. MÉXICO, D.F.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO.1

¿Por qué una pedagogía para los medios de comunicación?

1.1.1 Los medios de comunicación y la escuela.....	1
1.1.2 La concepción de la comunicación en la pedagogía para los medios de comunicación.....	12
1.1.3 El desarrollo de la comunicación visual.....	16
1.1.4 La evolución del pensamiento infantil.....	18
1.1.5 La evolución del pensamiento infantil como marco teórico previo a la alfabetización audiovisual.....	22

CAPÍTULO. 2

La alfabetización audiovisual

2.1.1 La percepción de la realidad.....	24
2.1.2 Características básicas de la imagen.....	29
2.1.3 Imagen y significado.....	41

MCM 28/x/97

2.1.4 Los signos básicos de la imagen.....	44
2.1.5 La luz.....	50
2.1.6 El color.....	62
2.1.7 El encuadre.....	74
2.1.8 Organización del encuadre.....	90
2.1.9 El tiempo.....	97
2.2.1 El texto.....	104
2.2.2 La enseñanza del lenguaje sonoro.....	119

CAPÍTULO.3

Pedagogía con imágenes

3.1.1 La imagen en la enseñanza.....	124
3.1.2 Procedimientos para crear connotaciones.....	139
3.1.3 Ejercicio de lectura de una imagen.....	142
3.1.4 Actividades pedagógicas con los medios de comunicación.....	150
Conclusiones.....	162
Bibliografía.....	165

INTRODUCCIÓN

La pedagogía afronta, a la par del desarrollo de la humanidad, los cambios y transformaciones que se suscitan en el seno de una sociedad. Si bien es la sociedad quien primeramente resiente los efectos de tales cambios, la pedagogía como disciplina encargada de estudiar y realizar propuestas para la educación de los sujetos sociales, tampoco es ajena a estos cambios. Solamente que pasa un mayor tiempo para reconocerlos o, al menos, percatarse de que un fenómeno social le está planteando abierta y concretamente un nuevo reto en su práctica, en su forma de dirigirse y orientarse.

Esto es precisamente lo que está sucediendo con los cambios sociales que han introducido los medios de comunicación.

La existencia uso y contacto con los medios en la sociedad, está determinando la creación de una nueva cultura con dimensiones generalizadas, una cultura audiovisual.

Las instituciones educativas responsables de la educación seguramente ya se percataron de nuevo reto o problemática, pero no lo han reconocido de tal modo que hayan tomado una acción categórica y determinante para afrontar el reto y proponer alternativas que consideren esta nueva cultura en la formación de los sujetos.

Por lo tanto, el presente trabajo: La Pedagogía para los medios de comunicación en la Educación Básica, se estructura como una propuesta pedagógica alternativa, que pretende abordar un fenómeno social con implicaciones pedagógicas: los medios de comunicación.

Para elaborar este trabajo, aunque existen diversas metodologías de investigación para estudiar un fenómeno educativo, se hizo uso de la metodología de investigación bibliográfica y documental, debido a que sus características permiten un primer acercamiento y conocimiento al problema de investigación.

Por tanto, se recurrió a las siguientes fuentes de información: los libros de diversos autores que han realizado investigaciones sobre el tema planteado, de cuyo contenido se seleccionaron los planteamientos teóricos y metodológicos que sirvieron de fundamento y apoyo a este trabajo.

Se analizaron, de la misma manera, revistas especializadas sobre la comunicación educativa. Estas enriquecieron aun más el trabajo de investigación. Partiendo del conocimiento plasmado en los libros y revistas, de los diferentes autores que abordan este campo de estudio, se realizó una estructuración teórica sobre la temática.

Se analizaron diferentes propuestas sobre Pedagogía para los medios de comunicación o de Educación para los medios, realizadas por algunas instituciones educativas. Cabe señalar que existen diferentes propuestas en el

ámbito internacional sobre dicha temática. (Véase: La Educación para los medios de comunicación. Antología. UPN.1994).

Para el caso particular de este trabajo, se consultaron específicamente las propuestas de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED); del Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE); y de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), en virtud de que dichas instituciones son los referentes que se tienen al alcance.

Una vez revisados todos los materiales, se procedió a elaborar un trabajo descriptivo de la propuesta elaborada por la UNED, debido a que es una institución especializada en este campo de estudio, y sobre todo porque, desde el punto de vista particular de quien realiza este trabajo, resultó ser la propuesta más completa para el objetivo propio de esta investigación: la alfabetización audiovisual.

Esta propuesta resulta particularmente convincente y completa porque no se limita a reconocer el tema y estudiarlo, sino que propone alternativas pedagógicas que permitan que un maestro de Educación Básica pueda realizar en su práctica docente cotidiana, actividades que logren fomentar en sus alumnos actitudes críticas, analíticas y reflexivas ante los medios de comunicación.

La propuesta aborda los medios de comunicación desde dos puntos de vista consecuentes y, a la vez, convergentes.

En primer lugar, desde la pedagogía para los medios de comunicación, que consiste básicamente en el reconocimiento y estudio de los elementos y características de los medios de comunicación y sus lenguajes, es decir, en conocerlos como medios técnicos y como creadores de significados. Desde este punto de vista, y considerando que los medios de comunicación han creado en la sociedad moderna una cultura audiovisual, entonces lo que se plantea fundamentalmente es llevar a la práctica un proceso de alfabetización audiovisual en la Educación Básica.

En segundo lugar, desde la pedagogía con los medios de comunicación, que consiste en desarrollar la habilidad en la creación de mensajes audio-escrito-visuales, según los medios con que se cuente en el contexto escolar. Al desarrollar esta actividad, los alumnos ejercitan su creatividad por medio de la producción de mensajes.

Estas son las dos perspectivas que se adoptan en este trabajo y al aplicarlas en la Educación Básica, se consigue el desarrollo de un proceso continuo de alfabetización audiovisual, ofreciendo pautas de interpretación y de análisis crítico, y aparte, por ese motivo, este trabajo propone incorporar en la Educación Básica materias relacionadas con la comunicación educativa y la alfabetización audiovisual; en las instituciones formadoras de maestros, capacitándolos en la educación para los medios, ya sea con cursos completos o con materias específicas que aborden esta temática.

La escuela atiende su cometido de reproducir el saber y de perpetuar la cultura, sin embargo, se desfasa cuando tiene que educar para una cultura sensorial. Eso es lo que actualmente sucede. La escuela tiene que orientar sus planes y

programas de estudio en otra dirección, pues no está educando a sus alumnos para una cultura audiovisual. Es necesario fomentar una pedagogía para los medios de comunicación. Si bien esto es fácil decirlo, es muy difícil hacerlo, pues se tiene que luchar contra paradigmas profundamente arraigados en la educación, en las instituciones y en los maestros. Por eso, al fomentar esta educación se deben anticipar las más variadas resistencias. Lo importante es ganar espacios de aceptación poco a poco, sensibilizando a los actores educativos

Sin embargo, para cuando llegue el tiempo de su aceptación, como ha sucedido en otros casos, es necesario que existan diferentes planteamientos que fundamente una pedagogía para los medios de comunicación. Esto permitirá que se avance en la investigación, a la vez que el proceso se agiliza y se tienen los primeros resultados que pondrán de manifiesto los logros alcanzados.

Actualmente son pocas las investigaciones realizadas en torno a esta temática en el país, sin embargo, se precisa de una mayor investigación que permita llegar a un conocimiento más amplio y a una mejor comprensión. Este trabajo, de alguna forma, se justifica en el reconocimiento de dicha necesidad e intenta ser un acercamiento teórico, técnico y práctico a los medios de comunicación, a su reconocimiento y uso en la educación.

Este trabajo consta de tres capítulos que convergen en un solo objetivo: la alfabetización audiovisual como meta una meta educativa.

El primer capítulo: ¿Por qué una pedagogía para los medios de comunicación en la Educación Básica?, justifica por qué es necesario llevar a cabo una pedagogía para los medios de comunicación. Expone concretamente cuál es la relación que existe entre los medios de comunicación y la escuela.

Para llevar a efecto la propuesta, es necesario replantear los esquemas comunicativos tradicionales practicados en la escuela, donde el alumno (el receptor) mantiene pasividad hacia los mensajes recibidos. Lo que se plantea, más bien, es que los alumnos se conviertan en emisores de mensajes, dando lugar a una comunicación participativa.

Por eso es preciso conocer cómo ha sido el desarrollo de la comunicación visual. Conocer sus etapas para comprender mejor su utilización.

Cuando se trata de aprender cualquier cosa, se tiene que considerar cuál es el momento apropiado para hacerlo, es decir, conocer la evolución del pensamiento infantil. Este conocimiento permite desarrollar las actividades más adecuadas en cada caso, identificando las características específicas.

Una vez identificada la evolución del pensamiento infantil, se puede proceder al desarrollo de la alfabetización audiovisual.

El segundo capítulo: La alfabetización audiovisual, aborda precisamente dicha temática.

Primeramente se tienen que conocer los principios de la percepción, pues se capta la realidad por medios de la percepción. Esta desempeña un papel muy importante en la creación de imágenes. Aunque el cerebro recibe una gran cantidad de información, solamente procesa una pequeña parte, aquella que, de acuerdo a la percepción de la realidad, merece más atención.

Los creadores de imágenes conocen perfectamente lo anterior, y puesto que una imagen está conformada por diferentes características, entonces es posible lograr un juego infinito de posibilidades expresivas. El significado de cada imagen está pensado escrupulosamente por quien la utiliza. Para ello recurre a diferentes procedimientos, para dotar de significado a una imagen. Las características básicas de la imagen son: iconicidad-abstracción; simplicidad-complejidad; monosemia-polisemia; originalidad-redundancia; la redundancia da lugar al estereotipo y la quinta característica: denotación-connotación.

Existe una relación inseparable entre imagen y significado. Toda imagen transmite determinado significado. Solamente que, para descodificar el significado de una imagen de la manera correcta, debe existir un código común entre el comunicador y el receptor. Cada individuo le otorga un significado a una imagen en función del contexto, características y experiencias propias de un momento. Una imagen no tiene un solo significado. Cuando un individuo observa una imagen, aparecen en él percepciones, luego ideas, las cuales adquieren un significado.

El significado de una imagen tiene una intencionalidad. Por eso es necesario conocer las intenciones que pretende alcanzar el comunicador, realizando una lectura crítica de la imagen. En la creación de cualquier imagen, se toman en cuenta diferentes elementos que la conforman. Por lo tanto, es preciso conocerlos. En este capítulo se abordan los diferentes elementos de la imagen y cómo se estructuran en el mensaje para lograr la creación del mismo.

Por último, El tercer capítulo: Pedagogía con imágenes, considera la parte operativa de la propuesta, previene acerca de que los maestros tienen que conocer cuáles son las funciones de la imagen en la enseñanza, y por lo tanto debe planificar la utilización del medio y conocer las características de las imágenes didácticas.

En este capítulo se proponen actividades que permiten que los maestros, junto con los alumnos, sean creadores de imágenes y se exponen los procedimientos para crear connotaciones, para crear significados. Estos son: el trucaje, la pose, los objetos, la fotogenia, la estética y la sintaxis.

Por último, se incluyen otras actividades pedagógicas que el maestro puede realizar con sus alumnos para capacitarlo en el análisis crítico de los medios y en la creación de mensajes audio-escrito-visuales.

Capítulo I

¿POR QUÉ UNA PEDAGOGÍA PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?

CAP.I ¿POR QUÉ UNA PEDAGOGÍA PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?

1.1.1 Los medios de comunicación y la escuela.

Los medios de comunicación audiovisuales, poco a poco, van adquiriendo una aceptación positiva en los diferentes sectores de la sociedad. Cada vez tienen mayor presencia en la vida cotidiana de las personas; sobre todo, en la de los niños. Debido a la gran cobertura de los medios de comunicación audiovisuales y a que su difusión es masiva, en raras ocasiones la población general les llega a hacer algún tipo de crítica estructurada y, si acaso sucede, tal crítica es hecha por los especialistas y tiene poca difusión en la sociedad en general. De manera que, desde esta perspectiva, los medios se presentan como algo inofensivo y por qué no, inocuos.

Concretándose en el caso de la televisión, a este medio se le ve como una alternativa, como un instrumento para darle solución o al menos olvidar o despejar algún problema que presente la vida cotidiana. Dentro de los medios de comunicación audiovisuales, la televisión adquiere mayor notoriedad, pues es el medio que más audiencia tiene, además, es el medio que más incide en la vida de los niños, al que más están expuestos. Un niño está expuesto a la televisión desde sus primeros años de vida, desde los dos o tres años de edad. Esta exposición no se restringe a la vida infantil, puede abarcar hasta la adolescencia.

El tiempo de exposición a la televisión llega a ser de dos, cuatro o más horas diariamente, lo cual significa que la televisión absorbe un tiempo considerable dentro del tiempo libre de los niños. De hecho, "Un estudiante latinoamericano durante sus años de escolaridad pasa ante las pantallas de cine o televisión, quince mil quinientas horas, muchas más de las que pasa en el aula de clase".¹

Tanto el tiempo de exposición a la televisión y el tipo de programación, van a influir en la educación del individuo, en la conformación de su cultura y, lo que es más, en su aprendizaje. Los niños son los más susceptibles a la influencia de la televisión, pues son los que más se exponen ante ella y porque todavía no han llegado a conocer las técnicas que utiliza la TV. Desde luego, la influencia de la televisión en los niños no sólo obedece a las razones antes mencionadas, existen diferentes razones específicas que tienen que ver con la edad, posición social, económica, niveles culturales, localización geográfica, preferencias personales, etc..

¹ Estadística presentada en el Seminario de Medios de Comunicación Social y Educación, México, 1971, pág.21.

Generalmente los niños ven la televisión como un medio de entretenimiento o de diversión, y aunque existen programas con una definida intencionalidad educativa, los niños tienen un mayor interés por aquellos programas divertidos que no tienen una intencionalidad educativa, pero que sí le transmiten significados y formas de vida.

De esta manera, la televisión deja sentir su influencia dentro del proceso educativo de los niños y adolescentes, dicha influencia es significativa, porque los maestros al cumplir con su función docente tendrán que enfrentar este problema que los medios de comunicación audiovisuales les están planteando.

Sin embargo, aparte de los maestros, pocas son las personas que son conscientes de que la televisión es un medio alienante y masificante, o más bien, que conciben a la televisión como un problema. Un problema porque los medios de comunicación audiovisuales promueven valores consumistas que intentan uniformar las conductas de las personas. También, pocas son las personas que se dan cuenta de que los medios de comunicación han desarrollado en poco tiempo un lenguaje invariablemente complejo; un lenguaje con sus propias características y estructura, un lenguaje que no ha tenido una dimensión social amplia, universal.

Se puede decir que frente al lenguaje de los medios de comunicación audiovisual, "la mayor parte de la población es analfabeta"².

Quiere decir que existe un analfabetismo audiovisual, que no se sabe cómo, de manera más profunda, leer y escribir las imágenes y sonidos. Que los mensajes son transmitidos directamente, sin que por parte del receptor (el público) exista una decodificación que le lleve a interpretar dicho mensaje, a criticarlo, a descomponerlo para conocer su intención.

Esto no quiere decir que los mensajes transmitidos tengan una influencia directa o total sobre el público, pero si se menciona para hacer notar que en general existe una recepción pasiva de los mensajes de los medios de comunicación audiovisuales cuando no existe una alfabetización audiovisual, y en consecuencia, que tampoco es posible que el público pueda constituirse en emisor, es decir, ser un creador de mensajes audiovisuales.

Pero, así como una persona analfabeta, que no sabe leer ni escribir los signos lingüísticos, si tiene las posibilidades para lograrlo, puede llegar a aprender la lectura y la escritura mediante un proceso de instrucción constante y continuo matriculándose en una institución educativa, de la misma manera el analfabeta audiovisual tiene que incluirse en un proceso de aprendizaje para alfabetizarse audiovisualmente.

Al respecto, se menciona que al proceso de alfabetización audiovisual se le puede considerar como el aprendizaje de una segunda lengua, porque se tiene que comenzar desde los niveles básicos de aprendizaje, es decir, primero se tiene que aprender a leer

² VALLET, Antoine. El lenguaje total. Edelvives. Zaragoza. 1977. pág. 85.

y escribir una imagen, hasta llegar a la producción de imágenes, comunicándose a través de ellas. L. F. Menegazzo justifica la necesidad de desarrollar una alfabetización audiovisual, "así como la primera revolución industrial generó la necesidad de alfabetización popular para que el complejo industrial pudiera funcionar, hoy día resulta imprescindible la alfabetización visual para capacitar al niño y también al adulto a manejarse en una sociedad en la que la producción y el consumo de imágenes son cada vez mayores y donde la comunicación icónica es parte de la vida diaria.(...) Aunque no se explicita, cuando se habla de "alfabetización visual" se entiende que la imagen visual posee un lenguaje, ya que es un medio de comunicación que transmite mensajes de determinada manera. El problema consistiría, pues, en enseñar a un gran número de personas a "leer" este lenguaje visual que, contrariamente a lo que se cree, no es un lenguaje simple y directo, sino que necesita un aprendizaje. De esta manera resultaría que alfabetización y lenguaje visuales son términos conexos y recíprocamente dependientes. Se alfabetiza porque hay un lenguaje; porque hay un lenguaje es necesario alfabetizar".³

Todo este proceso de alfabetización audiovisual responde a lo siguiente: las imágenes son signos previamente elaborados, producidos con una intencionalidad de dar a conocer un determinado mensaje; los medios de comunicación audiovisuales utilizan un sistema de signos que no son cabalmente conocidos por la mayoría de los individuos y, aunque un individuo conozca perfectamente un sistema de signos, como puede ser su propia lengua, no tiene la capacidad para leer signos que sean los que no conoce. Cuando alguien se enfrenta a los medios de comunicación audiovisuales y no conoce el sistema de sus signos, se siente incapacitado para descodificarlos. Para cuando alguien ha pasado por el proceso de alfabetización audiovisual, tiene la capacidad sistematizada de lectura y producción de mensajes, consistente en la capacidad del individuo para analizar, descomponer, criticar, evaluar y comunicarse de diversas maneras.

Consecuentemente, los medios de comunicación audiovisuales han creado nuevas y diferentes formas o condiciones para la educación, para los maestros, para los mismos alumnos y para todos en general. Las nuevas condiciones consisten, en primer lugar, en reconocer que los medios de comunicación tienen una repercusión específica sobre la educación, condicionando a la educación y a todos los actores del proceso educativo, a que se tome en cuenta a estos medios al realizar dicha práctica. La escuela tiene que cambiar los métodos tradicionales que por mucho tiempo ha utilizado. La escuela concebida como tradicional, tiene que romper con el exclusivismo de la comunicación oral, "la situación actual pone el acento de forma casi exclusiva en los códigos verbales: lectura y escucha, escritura y expresión verbal, son ejes

³ MENEGAZZO, L. F. Didáctica de la imagen. Latina. Buenos Aires. 1977. pág. 25

fundamentales de la actividad didáctica. E incluso un contenido primordial de la enseñanza en sus niveles iniciales es el aprendizaje de estos códigos. Pero la existencia a nivel general de diferentes códigos para la transmisión de noticias, hace ver que un exclusivismo verbal no parece convincente".⁴

En segundo lugar, otra condición que han creado los medios de comunicación para la escuela, es que tiene que incorporarlos en lo planes y programas de estudio, pero como educación para los medios, incorporar la alfabetización audiovisual, para que los alumnos lleguen a conocer tanto sus lenguajes como los recursos expresivos que utilizan para comunicarse como las técnicas de los medios de comunicación y les saquen un provecho educativo. De ahí que sea importante llevar a cabo una revisión de la práctica educativa, partiendo de la problemática que plantean los medios de comunicación.

Ciertamente, es en el interior de una institución educativa, el lugar en donde se realiza un aprendizaje formal, el lugar en donde se construye el conocimiento y el saber, y es el lugar privilegiado donde debe incorporarse esta educación, para ayudar a los individuos a ser miembros útiles de la sociedad. Este proceso de educación formal va desde el nivel elemental, hasta los niveles de estudios superiores. De esta manera, dentro de la educación formal, se encuentra claramente definida una intensión formativa y educativa que se deja notar en los planes y programas de estudio de toda institución educativa.

Con los medios de comunicación audiovisuales, considerados como educadores informales, sucede lo contrario, e inclusive su función educativa es contradictoria a la educación formal. Pues los medios de comunicación no tienen (en su mayoría) una intencionalidad educativa. Pero sí logran captar la atención del niño, difunden y crean determinados valores y actitudes, promueven determinadas formas de conducta y difunden formas de construir el mundo y ver la realidad. Todo esto, desde luego, tiene una repercusión en la sociedad, pero de manera particular repercute en la vida de los niños.

Cuando un niño interactúa o tiene contacto con los medios de comunicación, desde ese momento comienza a desarrollarse un proceso de aprendizaje informal.

Los medios de comunicación como educadores informales tienen la característica de no sólo estar presentes durante la vida académica de un individuo, sino también durante toda su vida social, están presentes como un proceso continuo y permanente. Esto difiere claramente de la educación formal, brindada por una institución educativa, pues se permanece en ella durante un tiempo determinado. Los medios de comunicación audiovisuales, educadores informales, para lograr su objetivo u objetivos,

⁴RODRÍGUEZ DIÉGUEZ, J. L. Las funciones de la imagen en la enseñanza. Gustavo Gili. Barcelona. 1977. pág.18

trabajan a un nivel subjetivo en cada individuo, es decir, manipulan las emociones de manera inconsciente. La escuela, por el contrario, para cumplir con su función educativa de desarrollar el aprendizaje en los individuos, precisa de que el alumno haga uso de sus facultades tanto intelectuales como racionales, y no tanto de las emocionales.

De esta manera, los medios de comunicación audiovisuales tienen cada vez mayor presencia en el sistema escolar, dicha presencia es tan constante y permanente, que se han convertido en escuelas paralelas. Así, los medios de comunicación ya no cumplen solamente una función informativa o de entretenimiento, van más allá de todo esto, y dejan sentir su influencia y presencia de manera más directa en el ámbito de la educación. Todo lo cual está representando un reto importante para los maestros.

Por lo anterior, para el sistema educativo nacional es una necesidad urgente el que incorpore al curriculum de las instituciones formadoras de maestros, materias relacionadas con los medios de comunicación audiovisuales, puesto que cada vez tienen mayor participación en proceso educativo. Asimismo, tanto a los padres de familia como a los maestros es necesario sensibilizarlos sobre los efectos educativos que tienen y pueden tener los medios de comunicación audiovisuales.

Por esa razón, la pedagogía tiene que considerar y hacer frente a las condiciones que los medios de comunicación le están planteando. La pedagogía tendrá que, entre otras cosas, capacitar al individuo para hacer uso del lenguaje de los medios.

Dentro del lenguaje de los medios, la imagen juega un papel preponderante. En la situación actual del conocimiento de los medios de comunicación audiovisuales, la imagen se presenta como un campo de estudio complejo, no sólo porque sus características son poco conocidas, sino también, porque ha sido substancialmente estudiada desde años atrás y hay mucho que aprender acerca de ella.

La imagen frecuentemente va acompañada o completada por un texto y sonido. De este trinomio se desarrolla una forma de coexistencia que queda representada en un mensaje. El lenguaje de la imagen es muy rico y diverso, estimula la imaginación y, puesto que posee fuertes cargas connotativas, favorece las múltiples y diversas interpretaciones de las cosas.

El complejo lenguaje de los medios de comunicación integra una totalidad comunicativa, integra una imagen, sonido y un texto. Pero este lenguaje, del que se han apropiado los medios de comunicación, es en realidad un lenguaje propio de todos los seres humanos, es un lenguaje que ha sido denominado por varios autores, como el Lenguaje Total del hombre, "el Lenguaje Total es un hecho, una realidad. El hombre actual, gracias a los medios de comunicación de masas, dispone no solamente del lenguaje de la palabras para poder expresarse y comunicarse, sino de otro mucho más rico y mucho más complejo, el Lenguaje de las palabras, de los sonidos y de la imagen.

Lo que verdaderamente se impone, como fundamento de toda acción educativa, lo que ilumina y guía, es la conciencia previa de este hecho”.⁵

La Pedagogía para los medios de comunicación audiovisuales tendrá que ser lo suficientemente equilibrada como para formar a un individuo en el uso de este único lenguaje, “los lazos que unen el lenguaje de las palabras, el de las imágenes y el de los sonidos han llegado a ser tan estrechos y constantes en el día de hoy, que ya no es posible hablar de tres lenguajes diferentes y opuestos sino más bien de un solo y único lenguaje: el lenguaje total; que dispone de tres formas de expresión, de tres clases de signos diferentes: las palabras, las imágenes y los sonidos”.⁶

La escuela, principalmente, tiene que reconocer este lenguaje, porque existe una desvinculación entre este lenguaje total explotado por los medios de comunicación y el lenguaje casi exclusivamente oral y escrito que se utiliza en la escuela. El elemento de unión, de vinculación ante este desfase, es el aplicar una Pedagogía para los Medios de Comunicación Audiovisuales, pues la cultura moderna está haciendo cada vez un mayor uso de este lenguaje.

Puesto que las imágenes y los sonidos poseen un fuerte poder para captar la atención del espectador y de persuadirlo, así como un poder sugestivo y emotivo, la cultura moderna es “una cultura eminentemente sensorial -porque- del predominio de lo abstracto e intelectualista -consecuencia del lenguaje escrito- estamos pasando al predominio de lo sensorial y subjetivo, producto de la imagen”.⁷

En ese mismo sentido, también es necesario mencionar las investigaciones realizadas en torno al funcionamiento cerebral, las cuales confirman las afirmaciones antes mencionadas, de que la cultura moderna es una cultura sensorial. En dichas investigaciones con respecto a la especialización de control de cada uno de los dos hemisferios cerebrales, se ha observado que desempeñan un papel muy importante en la elaboración del pensamiento humano y en el comportamiento.

Los medios de comunicación están determinando en el ser humano el uso de un hemisferio cerebral en detrimento del otro hemisferio.

Cada hemisferio controla un lado del cuerpo, además, controla áreas específicas de los procesos mentales, “En el hemisferio izquierdo, que controla el lado derecho del cuerpo, radican las áreas específicas que rigen algunas funciones como la lectura, la escritura, el cálculo, la aritmética, la clasificación, la lógica. En general rige las funciones ligadas al lenguaje y la abstracción. Es el hemisferio con mayor sensibilidad para lo visual. Le corresponde el desarrollo lineal, lógico y racional del pensamiento, las

⁵ VALLET, Antoine.op. cit.pág.18.

⁶ GUTIÉRREZ P. Francisco. El Lenguaje Total. Una pedagogía de los medios de comunicación, Humanitas. Buenos Aires. 1975. pág.86.

⁷ GUTIÉRREZ P. Francisco.op. cit.pág.84.

operaciones de análisis y de sintáxis, la percepción de los esquemas significativos y la disposición ordenada de las secuencias. Es el hemisferio intelectual, analítico, dominante, activo. Por el contrario, en el hemisferio derecho del cerebro, que controla el lado izquierdo del cuerpo, radican las áreas específicas que rigen algunas funciones como el reconocimiento inmediato de los rostros, la distinción y el recuerdo de las formas, la discriminación de acordes musicales la reconstrucción mental de conjuntos a partir de sus fragmentos. En general rige las funciones espaciales no verbales. Es el hemisferio con mayor sensibilidad para lo acústico. Controla las dimensiones artísticas, simbólicas, holísticas, espaciales y musicales. Es el hemisferio emocional, intuitivo, creativo, sintético. Es el hemisferio secundario, del reposo, espiritual, receptivo".⁸

Los hemisferios cerebrales, derecho e izquierdo, tienen una función específica. De ahí que cuando reciben algún tipo de información, independientemente del medio que se trate, tratarán la información de una manera diferente.

El hemisferio izquierdo dará atención a la memoria, al conocimiento, al intelecto, al pensamiento analítico, la abstracción. Por el contrario, en el hemisferio derecho se desarrollan las emociones, las sensaciones, las intuiciones, la sensibilidad. Es el hemisferio sensorial.

En algunas culturas y en algún tiempo, el hemisferio izquierdo adquirió sucesivamente predominio sobre el hemisferio derecho, esto sucedió porque la información ya no se transmitía, en su mayoría, por medio del lenguaje hablado como principal medio de comunicación. Por medio de la adopción de la escritura, el lenguaje se enriqueció desarrollando lenguas particulares. El libro deja a un lado los sentimientos y privilegia la inteligencia, lo abstracto. Se da preferencia a la razón, más que al área emocional.

Sin embargo, en la actualidad, gradualmente el hemisferio derecho ha ido adquiriendo un mayor predominio, gracias a los medios de comunicación. La fotografía, el cine y la televisión bombardean de imágenes la vida de los individuos y de las colectividades. Debido a lo anterior, algunos autores han optado por llamar a la sociedad moderna 'la cultura del hemisferio derecho'. La razón en la cual se fundamentan consiste en que los medios de comunicación, como emisores de mensajes, no estimulan la acción del pensamiento analítico, crítico, reflexivo, más bien, estimulan las emociones de los receptores para conseguir algunos fines previamente determinados, en este caso, el hemisferio derecho es el que controla el área específica de las emociones.

Lo anterior supone una transformación en la vida del hombre. En la civilización de la imagen, se hace un llamado a la sensibilidad, a las sensaciones, porque la imagen

⁸ FERRÉZ, Joan, Video y Educación; Ed. Paidós; Madrid, 1992, p. 24.

provoca en el ser humano una respuesta emotiva antes que presentar un significado. En la civilización de la imagen, se modifica la manera como el hombre se relaciona con el mundo y con los hombres. La presencia de los medios de comunicación, en esta civilización, significa una transformación de la psicología humana y de la vida social. Ya no es un hombre aislado, antes bien, es un hombre contemporáneo de los sucesos.

Esto no quiere decir que el lenguaje, que en un tiempo fue el principal medio de comunicación, ni que la civilización del libro, han pasado a segundo plano, todo lo contrario, la comunicación es un proceso acumulativo, porque incorpora todo lo que la precede.

De hecho, la imagen está presente en el tiempo en que se privilegia al lenguaje y a la imprenta. Por eso es preferible hablar de un Lenguaje Total como integrador de todos los elementos: palabra, imagen y sonido. De dicho lenguaje se han apropiado los medios de comunicación audiovisuales.

Por esa razón, la escuela, se insiste, necesita capacitarse para esta cultura moderna (cultura sensorial) transmitida por los medios de comunicación.

A partir de este punto, la Pedagogía para los Medios de Comunicación Audiovisuales, tiene que estructurarse bajo un aprendizaje motivador, como un aprendizaje que produzca goce a los receptores, que genere participación, diálogo, crítica; logrando la toma de conciencia del individuo, "Por ese motivo esta Pedagogía pretende convertir a los medios de comunicación en instrumentos no solo de información, sino en verdaderos agentes de expresión y recreación de la realidad (...) equivale a lograr del educando participación, comprensión y diálogo a través de los medios de comunicación. En otras palabras, lo que se desea lograr es elevar al educando del status de simple receptor-espectador y por lo tanto pasivo, al de perceptor-creador, es decir, agente activo de su propia autorrealización".⁹

En ese mismo sentido, Nazareno Taddei justifica en los siguientes términos la necesidad de una capacitación específica en una Pedagogía para los Medios de Comunicación, en la cual se sustenta este trabajo:

"Por 'educación para la imagen y con la imagen' se entiende la actividad educativa tal como la exige la nueva realidad cultural de la sociedad contemporánea.

De hecho nuestra época se caracteriza por las nuevas técnicas de información y de comunicación.

Como raíz de todo ello está la imagen. Pero precisemos, desde luego, que se trata de la imagen técnica, es decir, la imagen -que en cuanto imagen- está hecha por la máquina, aunque la conduzca el ser humano.

Digamos ya que del uso de la imagen técnica nace uno nuevo y típico lenguaje; cabalmente el lenguaje de la imagen (técnica) o lenguaje 'por contornos'.

⁹GUTIÉRREZ P. Francisco.op. cit.pág.134.

Tal lenguaje no se confunde con el 'lenguaje de imágenes' (es decir imágenes figurativas o icónicas), como por ejemplo lo vemos en la llamada catequesis de las catedrales, en la tradicional ilustración de textos impresos u orales (por ejemplo, los carteles que se usan en las escuelas), en el hecho puro y simple de hacer percibir visualmente, antes que describir con palabras, una acción, una vicisitud, un suceso cualquiera.

El razonamiento va mucho más allá: a causa de la típica naturaleza de su lenguaje, los nuevos medios de comunicación (especialmente los destinados a la masa y llamados por eso mass-media) son masificantes, alienantes, desinformantes. Las aportaciones - a veces maravillosas- que pueden dar a la cultura, a la educación en la época contemporánea, se pueden apreciar solamente con determinadas condiciones; de otro modo, no sólo se pierde más o menos completamente toda la riqueza que ellos pudieran dar, sino que hasta pueden transformarse en factores contraproducentes.

Nace así el problema de la educación PARA la imagen.

EducAR PARA la imagen (y a ello se añade cada vez más de forma imprescindible el educAR CON la imagen), significa, de hecho, hoy, simplemente educar, puesto que educar para la imagen se presenta hoy como el único medio verdaderamente útil y eficaz para resolver el problema planteado tan violentamente en la época de los mass-media.

EducAR en el contexto de los mass-media significa, prácticamente, liberar de la masificación. Por consiguiente, las razones de la educación para la imagen (y con la imagen) se reducen a la necesidad que tiene el ser humano contemporáneo de ser libre -o liberado- de la masificación imperante de los mass-media; masificación que percibe siempre menos cuanto más crece aquella y le anula su verdadera personalidad. Y eso es tanto más grave cuanto que muchas personas cultas que disertan sobre estos medios - y a veces con notable inteligencia y preparación técnica y artística- ni siquiera se plantean descubrir las verdaderas razones por las que esos medios resultan masificantes.

Saben captar sus aspectos de consumo y deterioro, pero carecen de sensibilidad frente al punto crucial que es que se esconde tras la simplísima, banal y lapalissiana observación de que la imagen de una silla no es una silla.

EducAR para la imagen significa prácticamente educAR para 'leer' la imagen; es decir, para recoger no solo la información material (o narrativa) que contiene, sino también el pensamiento directo o indirecto (el trasfondo mental) del autor de la imagen.

Pero, conjuntamente, se destaca otro aspecto inmeditamente, no menos importante: la educación CON la imagen. El lenguaje de la imagen técnica, de hecho, ha introducido un nuevo modo de comunicación. Hasta el lenguaje verbal, en consecuencia, ha tomado una nueva dimensión, o dicho claramente: una nueva colocación semántica, incluso nuevas estructuras.

Por eso, un razonamiento verbal con base en una mentalidad verbalista o simbólica (predominante precisamente en la época en la que la comunicación se realizaba 'por conceptos' y no 'por contornos') ligada, por tanto, al tradicional modo de comunicarse, corre el riesgo de no ser comprendido en sus verdaderos valores semánticos por las personas habituadas (aunque inconcientemente) al nuevo lenguaje de la imagen.

Como si se hablase de un idioma extraño.

De ahí la necesidad, también, de educar CON la imagen. Es decir: la necesidad de adoptar, en tareas de instrucción y de información, el lenguaje de la imagen, si queremos ser entendidos por los que nos escuchan.

Por tanto, educar para la imagen consiste en la capacitación en la lectura de la imagen; mientras que educar con la imagen consiste en el uso de imágenes en los procesos didácticos.

Ahora bien, educar para la imagen consiste, primeramente, en educar para la lectura de la imagen. Por medio de la lectura se llega a comprender lo que el autor ha querido decir y lo que con ello ha expresado de sí mismo, aún inconcientemente, con independencia de la propia voluntad. Tenemos, pues, una lectura de la idea central (que lleva a captar la idea del autor) y una lectura global o del fondo (que lleva a captar los contenidos inconcientes o no atendidos por el autor).

La educación para la lectura comprende una parte nocional: el conocimiento de la naturaleza de las diversas imágenes, del fenómeno de la comunicación audiovisual, etcétera: pero, además, es necesario obrar de suerte que estas nociones conduzcan enseguida a una actitud operativamente crítica frente a la imagen, de manera que no sean las comunicaciones inadvertidas (mentalidad impuesta) sino las conscientes ideas captadas, las que guíen después al hombre en su conducta.

La alfabetización en la imagen debe servir, no como un fin en sí mismo, sino como un medio para conseguir un mejor conocimiento de la realidad por parte de las masas. Los medios de comunicación de masas no siempre relacionan a los receptores de mensajes con su entorno, casi nunca los hacen más participativos y no fomentan su creatividad. El descubrimiento de la pedagogía de la imagen debe servir para que el espectador, receptor de mensajes, pase a ser:

-Una persona alfabetizada en la imagen y, por tanto, crítica frente a los medios y frente a su propia realidad.

-Un receptor participativo y capaz de dar respuesta a los mensajes que recibe masivamente.

-Un creador-emisor de sus propios mensajes audiovisuales, que le va a permitir comunicarse mejor con otras personas, y conocer con mayor profundidad su propio entorno".¹⁰

Bajo estos planteamientos se fundamenta la propuesta de una Pedagogía para los Medios de comunicación.

¹⁰ TADDEI, Nazareno. Educar con la imagen. Morova. Madrid. 1979. pág.13-15.

1.1.2 La concepción de la Comunicación en la Pedagogía para los Medios de Comunicación.

Mario Kaplún realiza un análisis del término Comunicación. Menciona dos formas de explicar el término. Uno es Comunicar, como un acto de transmitir información. El otro es comunicarse, que consiste en el diálogo, la reciprocidad y la correspondencia.

Sin embargo, debido a la irrupción de los medios de comunicación el segundo término fue objeto de un desplazamiento, aunque en otro tiempo fue el más practicado.

Los medios de comunicación se convirtieron en un paradigma de la comunicación. Por ello, "para estudiarlos se contruyó toda una "teoría de la comunicación" que se centraba exclusivamente en la transmisión de señales y mensajes. Lo que ellos hacían era -transmitir-: eso era la comunicación. Así, en lugar de partir de las relaciones humanas, fueron la técnica, la ingeniería, la electrónica, -y las poderosas empresas propietarias de los medios- los que impusieron la forma de concebir la comunicación".¹¹

Desde esta perspectiva, la comunicación privilegió a la información y a la difusión, más que a una comunicación recíproca y participativa.

Kaplún explica que, para volver a recuperar el sentido original del concepto de comunicación, se debe partir básicamente de "una reivindicación humana; y sobre todo, una reivindicación de los sectores dominados, hasta ahora los grandes excluidos de las grandes redes transmisoras. La polémica tiene una dimensión social y política.

Los hombres y los pueblos de hoy se niegan a seguir siendo receptores pasivos y ejecutores de órdenes. Sienten la necesidad y exigen el derecho a participar, de ser actores, protagonistas, en la construcción de una sociedad auténticamente democrática...reclaman su derecho a la participación. Y, por lo tanto, a la comunicación.

Los sectores populares no quieren seguir siendo meros agentes; quieren hablar ellos también y ser escuchados. Pasar a ser interlocutores. Junto a la "comuni-cación" de los grandes medios, concentrada en manos de unos pocos grupos de poder, comienza a abrirse paso una comunicación de base, una comunicación popular, comunitaria, democrática.

Por eso, (...) la verdadera comunicación no está dada por un emisor que habla y un receptor que escucha, sino por dos a más seres o comunidades humanas que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos.

Aunque sea a distancia o a través de medios artificiales, es a través de ese proceso de intercambio como los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasa de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria".¹²

¹¹ KAPLÚN, Mario. El comunicador popular. CIESPAL. Col Intiyan. Quito. 1985. pág.64.

¹² KAPLÚN, Mario.op. cit.pág.67,68.

En otras palabras, lo que Kaplún plantea es que el hombre deje de ser un receptor pasivo de los mensajes emitidos por los medios de comunicación, más bien, a que se reconvierta en un emisor de mensajes, apoyándose con los medios de comunicación, para intercambiar y compartir experiencias, existiendo una verdadera comunicación, horizontal y participativa, al servicio de las mayorías.

Esta concepción está estrechamente relacionada con los planteamientos de Jean Cloutier quien, "con su teoría de EMEREC, transgrede las convenciones de los esquemas clásicos de comunicación en los que se viene a dar una cadena de transmisión de información y de respuesta entre emisor y receptor. Cloutier da por hecho que los nuevos medios permiten que cualquier usuario sea a la vez emisor y receptor de mensajes. Hablaríamos por tanto de un Emirec -si castellanizamos el término: emisor-receptor-, que, en unos casos, se convierte en emirec-emisor y, en otros, en emirec-receptor, según produzca o reciba, respectivamente, un mensaje o conjunto de mensajes".¹³

El emirec surge dentro de una nueva etapa caracterizada por la utilización individual de los medios de comunicación de masas. Ahora, emirec tiene acceso a los medios, lo que significa definitivamente una nueva forma de escritura audiovisual y una nueva forma de comunicación.

De hecho, Cloutier define las características de la nueva era de las comunicaciones: "la individualización es una de las características de la era Emirec. Esta noción se opone a la de masificación, es decir la integración de individuos en un conjunto desestructurado, despersonalizado y homogéneo (Jean Cazenueve, La Societe' de l'ubiqueté, Paris, Denoel-Gonhthier, "Mediations", 1972, pág.45) Sin embargo, no es necesario creer que la individualización no es más que el resultado de una más grande posibilidad de elección ahora ofrecida a emirec-receptor cara a cara con las fuentes de información y que, gracias a la multiplicidad tecnológica de medios, habrá llegado a ser un 'consumidor prevenido".¹⁴

Sin embargo, para reforzar este modelo de comunicación, y no caer en los esquemas estereotipados de los medios de comunicación, es necesario un proceso de 'prealimentación' que es el hilo rector de la comunicación que parte de las necesidades específicas de los destinatarios a quienes se van a dirigir los mensajes, "proponemos llamar prealimentación a esa búsqueda inicial que hacemos entre los destinatarios de nuestros medios de comunicación para que nuestros mensajes los representen y los reflejen. Por ahí comienza y debe comenzar un proceso de comunicación popular.

¹³ GARCIA MATILLA, Agustín. "Los medios para la comunicación educativa", en: La educación para los medios de comunicación. Antología. México. UPN. 1994. pág.50.

¹⁴ CLOUTIER, Jean. L'ere d'emerec (ou communication audio-scripto-visuelle a L'heure des self media) (2.'De), Le Presses de l'université de Montreal, 1975. pág.225.

Y al comenzar por ahí, estamos también cambiando el modelo de comunicación. El esquema clásico "emisor-mensaje-receptor" nos acostumbró a poner al emisor al inicio del proceso comunicativo, como el que determina los contenidos del mismo y las ideas que quiere comunicar; en tanto el destinatario está al final, como receptor, recibiendo el mensaje...si se desea comenzar un real proceso de comunicación en la comunidad, el primer paso debiera consistir en poner al destinatario, no al final del esquema, sino también al principio: originando los mensajes, inspirándolos como fuente de pre-alimentación".¹⁵

Con base en estos planteamientos y desde esta perspectiva, existe la necesidad de relacionar a la Comunicación y a la Educación, ya que cualquier situación educativa implica procesos de comunicación.

En un modelo tradicional de comunicación educativa interviene un emisor, un mensaje y un receptor. El maestro es el emisor quien transmite contenidos de aprendizaje a un grupo de receptores que son los alumnos, para lograr su aprendizaje dentro de una institución escolar.

Este modelo se basa en una transmisión unidireccional de información, donde los alumnos mantienen un papel pasivo. Este es un modelo de comunicación educativa vertical y autoritario. El rol de emisor y receptor están preestablecidos, no existe la posibilidad de intercambiar roles.

Diametralmente opuesto es un modelo de comunicación participativa, activa, donde la información circule entre emisor y receptor, logrando participación y retroalimentación en el caso de los alumnos. Se está hablando entonces de una comunicación horizontal y dialógica.

Aplicando un modelo de comunicación dialógica, se tiene que tomar en cuenta que una educación basada en el diálogo "no puede reducirse a un mero acto de depositar ideas de un sujeto en el otro, ni convertirse tampoco en un simple intercambio de opiniones e ideas. Esto es algo más profundo y más complejo. El diálogo, por tanto, deberá ser entendido como un procedimiento ordenado y sistematizado que permita la transmisión del sentido común -no crítico ni reflexivo-, a un conocimiento que implique reflexión, crítica y construcción del conocimiento.

Una educación basada en el diálogo requiere de un proceso de apropiación del lenguaje por parte de los interlocutores. Proceso que no significa solamente recuperar la voz, sino poder usarla con la suficiente coherencia como para poder hablar de uno mismo, de la sociedad y del mundo, para pensar y expresar la situación personal y social y, así, sentar las bases de su transformación".¹⁶

¹⁵ KAPLÚN, Mario. op. cit. pág. 101.

¹⁶ CHARLES, Mercedes. "Comunicación y procesos educativos", en: Tecnología y comunicación educativas. Octubre. 1992. pág. 80.

En ese mismo sentido, Francisco Gutiérrez menciona lo siguiente: "Imposible obtener la participación de bases (los alumnos) en el proceso de aprendizaje si no se llega a establecer una comunicación horizontal, prerequisite de la comunicación dialógica. Este tipo de comunicación implica admitir que el profesor ya no es el sabelotodo sino un co-investigador, co-aprendiz y corresponsable de la acción educativa. Ya no podrá 'tolerarse que el profesor continúe siendo el sabio por profesión y el joven ignorante por definición'.

Como quiera que la información le llega hoy al estudiante por la prensa, las revistas, la radio, el cine, y la televisión, ya el profesor dentro del aula no tiene la exclusiva como informador. Las aportaciones de todos los estudiantes puestas en común son el verdadero enriquecimiento del grupo. 'El profesor -informador y el alumno-oyente habrán sido reemplazados por el profesor-animador y por el alumno-investigador'.

En una pedagogía participada no cabe la lección magisterial y una información vertical o unilateral. Estamos plenamente seguros que sólo por medio de una comunicación dialógica y horizontal se hará posible la plena participación del educando".¹⁷

Esta es la concepción que se tiene sobre la Comunicación, desde la perspectiva de la Pedagogía para los Medios de Comunicación.

¹⁷ GUTIÉRREZ, Francisco.op. cit.pág.81.

1.1.3 El desarrollo de la comunicación visual.

Realizando un análisis de la historia de la comunicación humana, es posible darse cuenta de su evolución y de la manera como paulatinamente se fue complicando cada vez más su proceso.

-La primera etapa.

La comunicación por medio de la palabra.

Por medio de la expresión gestual y oral, el hombre se comunica. La comunicación a través del gesto y la palabra, precisa de la presencia de un interlocutor. Esto da lugar a la comunicación interpersonal, la cual privilegia las emociones, las actitudes y la motivación.

-La segunda etapa.

La comunicación por medio de la escritura.

El hombre ya no es el fundamento de la comunicación. No es necesaria la presencia del hombre para comunicar algo a otros. Las cosas, los instrumentos "sustituyen" al hombre como un elemento importante para la canalización de un mensaje. El hombre transforma los sonidos y las imágenes en símbolos gráficos. "La imagen ha comenzado por la figuración, cuando el hombre ha intentado retener, cristalizar a través del tiempo, un aspecto visual del mundo exterior. Quizás deba acluparse la primera imagen al hombre primitivo, el cual cogiendo un tronco de leño carbonizado del hogar trazó sobre el muro de la caverna el contorno de la sombra de su vecino".¹⁸

La comunicación gráfica va perfeccionándose continuamente, precisándose. Nace la escritura fonética, que es la transcripción visual de la palabra. Surge el lenguaje sonoro.

-La tercera etapa.

La comunicación por medio del libro.

Por medio de la imprenta, la escritura adquiere una nueva dimensión. Se tecnifica la escritura. Un mensaje puede ser difundido en distintos sitios, casi momentáneamente, por medio de la reproducción y distribución. La escritura fonética no es del dominio de todos. Una minoría de hombres, aquellos que dominan el lenguaje escrito, son los emisores. Los demás son los receptores o consumidores de mensajes. El libro se convierte en un medio masivo de comunicación. Nace la fotografía (1822); le sigue la prensa masiva (1833); con la fotografía nace la reproducción tipográfica (1844); surge la

¹⁸ MOLES, Abrahan. ¿Hacia una ecología de la imagen?, en: Imagen y Educación. Fernando Torres. Valencia. 1973. pág.47.

invención del heligrabado. Para 1895 aparece el cine y el 1928 incorpora la palabra. El cine revoluciona las técnicas de expresión y de arte de la comunicación. La radio como medio de amplificación tiene un gran alcance y su mensaje es eficaz. La televisión permite, con sus peculiares características, que el nuevo lenguaje penetre en los hogares y complemente la labor informativa de los periódicos y revistas. La televisión informa instantáneamente y a gran distancia por medio del audiovisual.

-La cuarta etapa.

La comunicación individual.

Los medios de comunicación de masas son utilizados individualmente, constituyendo nuevas formas de comunicación. Supone el acceso a aquellos medios que estaban destinados a una minoría. Ejemplo de ello es la fotografía que se convierte en un medio de registro de muchos aficionados. Otros son las cámaras de vídeo, cada vez más personas las manejan. El magnetófono como medio de registro de conversaciones, música. La reprografía permite la reproducción de documentos o mensajes.

1.1.4 La evolución del pensamiento infantil.

Ya se ha explicado porqué existe la necesidad de una Pedagogía para los Medios de Comunicación. Específicamente se consideró la importancia fundamental de enseñar la lectura de la imagen para, posteriormente, lograr enseñar a través de imágenes. Sin embargo, para alcanzar los dos objetivos anteriores, es necesario conocer la relación que existe entre el desarrollo o evolución del pensamiento de los sujetos de educación básica, con la enseñanza de la imagen en la escuela, abordándola desde una doble perspectiva: desde la pedagogía de la imagen y la pedagogía con imágenes.

Por lo cual es imprescindible hacer, por lo menos, una revisión somera de las características del pensamiento del niño, para poder integrarlo en un proceso de alfabetización audiovisual.

Esta revisión de las características del pensamiento infantil, se basan en una concepción psicológica constructivista del pensamiento, particularmente en los estudios realizados por Jean Piaget y la caracterización que este autor hace de las etapas del pensamiento.

El uso de imágenes en la escuela a nivel preescolar, primaria y secundaria pasa necesariamente por la evolución del pensamiento del niño. En cada uno de estos ciclos, se dan unas características específicas y su conocimiento va a permitir desarrollar las actividades más adecuadas en cada caso, tanto desde la perspectiva de la pedagogía de la imagen como de la pedagogía con imágenes.

La descripción de la evolución infantil se inicia desde el estadio sensorio motor, sin embargo, para el caso propio de este trabajo, esta descripción se considera a partir de los cuatro años, edad en la que muchos niños comienzan el preescolar.

Estadio preoperatorio (3-4 años, hasta 7-8 años)

En esta etapa el niño consigue un desarrollo importante en todas las áreas.

-A nivel intelectual, se pasa de una cuasalidad psicológica a un pensamiento prelógico. No basta la mera contemplación del entorno, el niño intenta descubrir cuál es el mecanismo que subyace en una realidad ajena a él. Es la edad de los "por qué", el niño tiene preguntas constantemente, porque quiere conocer las cosas que se presentan frente a él.

-En el área del lenguaje se produce un gran avance. Puede pronunciar ya algunas palabras, aumentando su vocabulario, ya puede construir frases largas y complejas.

-A nivel perceptivo, puede mantener por más tiempo la atención. Discrimina los colores y las formas, conoce la posición de los objetos, la distancia y su dirección.

-La percepción se vincula con la afectividad. Por eso, el aprendizaje será más efectivo si el maestro utiliza un tono emotivo, percepción y afectividad se perciben de forma conjunta.

-El niño demuestra un interés por el juego y la fantasía. El juego se relaciona con su imaginación desbordante. En este momento no se da una clara distinción entre fantasía y realidad.

-Comienza a tratar a los demás niños. Internaliza normas sociales e incrementa relaciones con los demás en la escuela o con otros compañeros. Necesita relacionarse con los otros y, a la vez, establecer su identidad, por eso frecuentemente existe rivalidad.

-Ha conseguido una organización motriz importante y comienza a valorar el espacio y las relaciones que puede establecer en él. Consigue un dominio corporal es capaz de representarse a sí mismo, coordina sus ojos con el movimiento, su percepción con su pensamiento, sus movimientos son voluntarios y con una finalidad, presididos con una intensión.

Estadio de las operaciones concretas (7-8 años, hasta 12 años aproximadamente).

-A nivel intelectual desarrolla un pensamiento lógico concreto, el cual le permite comprender porqué las cosas suceden de tal manera. Desarrolla un pensamiento abstracto y reflexivo. Comienza a desarrollar la memoria. Todas estas capacidades las desarrolla en el medio escolar, donde desarrolla la voluntad y el sentido del "deber".

-Socialmente, empieza a incorporar normas y valores sociales que presidirán sus relaciones con los demás. Ya no es un niño egocéntrico, porque necesita la aceptación y participación en el grupo. Forma equipos para el trabajo escolar y se somete a las normas impuestas por los mismos.

-Adquiere una idea real sobre el mundo. Su organización motriz le permite la manipulación de los objetos, desarrollando habilidades y destrezas. Sus movimientos se van perfeccionando.

-Cuenta con la capacidad de distinguir las cosas que le interesan y empieza una capacidad crítica que tendrá un fuerte desarrollo en la pubertad.

Estadio de las operaciones formales (A partir de los doce años aproximadamente)

-Consigue un desarrollo pleno en diferentes áreas de la inteligencia como: memoria, imaginación, atención, razonamiento lógico, capacidad de abstracción, percepción...Somete los aspectos de la realidad a revisión y crítica. Este planteamiento crítico trasciende al mundo de relación interpersonal y social.

Para una buena decodificación, las imágenes deben seleccionarse de acuerdo a la edad de los destinatarios.

Porque la cantidad de horas que un niño de cinco o seis años ve la televisión es básicamente igual a la de un niño de nueve o diez años, pero la forma en que cada uno va a recibir la información será totalmente diferente dependiendo de las características específicas del desarrollo del pensamiento infantil.

En la evolución del pensamiento infantil, el niño pasa por diferentes etapas o estadios, en cada uno de ellos el niño va a adquirir nuevas aptitudes, habilidades, destrezas, tanto en los aspectos cognoscitivos, como en los afectivos y sociales.

1.1.5 La evolución del pensamiento infantil como marco teórico previo a la alfabetización audiovisual.

Los tres estadios evolutivos del pensamiento infantil, analizados anteriormente, condicionan el desarrollo de prácticas de análisis y de producción de medios que faciliten la alfabetización audiovisual de los más jóvenes usuarios de la comunicación.

A partir de los cuatro años se puede iniciar en los niños el estudio de la imagen, graduando las actividades de acuerdo a su desarrollo evolutivo.

A partir de esta realidad se analizan tres estadios desde la concepción y características que le imprime Jean Piaget.

El preoperatorio, que iría de los cuatro a los siete años.

El de las operaciones concretas, de 7 a 11 ó 12 años, aproximadamente;

y el de las operaciones formales, a partir de los doce años.

-En el estadio preoperatorio los niños aprenden a través de la imagen a nombrar objetos, a diferenciar conceptos sencillos, como cerca, lejos, alto o bajo.

Su gran capacidad de fantasía les va a permitir imaginar historias realizadas a partir de formas abstractas, puntos, líneas o colores.

El maestro puede plantearle estímulos a partir de la proyección de diapositivas manuales, hechas con acetatos, pegamentos, cenizas, hilos, etc., que pueden ser proyectadas, aisladas o conjuntamente, en silencio o, con el acompañamiento de música.

-En el estadio de las operaciones concretas el niño está en condiciones de aprender a separar los conceptos de imagen y realidad ya que ha pasado de una concepción fantástica de las cosas a una idea más real sobre el mundo que le rodea.

Es preciso que el niño que se haya en este período de su desarrollo evolutivo, tenga contacto a través de la imagen, con formas estéticas variadas, películas de ritmo más pausado, programas de televisión que rompan con los estereotipos dominantes y que presenten figuras divergentes: héroe, antihéroe, etnias y grupos sociales diversos, o hábitats variados -campo, ciudad- etc.. De lo contrario, en este estadio evolutivo, el niño tenderá al prejuicio que propicia el estereotipo televisivo y correrá el riesgo de sufrir un empobrecimiento de su capacidad perceptiva si no se le presentan otros estímulos.

Puede ayudarse de los sentidos para palpar, oler, tocar, oír y ver la realidad y la imagen que sirve de referente de esa realidad.

Aunque no se dispone aún con la capacidad de atender a las connotaciones que las imágenes pueden aportar a jóvenes de edad superior sí puede comprender los principios perceptivos merced al juego.

También el niño a esta edad es capaz de enumerar algunas características de la imagen: monosemia-polisemia, iconicidad-abstracción, simplicidad-complejidad, y de agrupar repertorios de imágenes: brillantes, frías, cálidas, etc.. Estímulos más variados de los que recibe normalmente a través de los medios de comunicación convencionales.

Como práctica en medios más artesanales, se trata de una edad ideal para plantear la producción de collages en los que se mezclen elementos realistas y abstractos.

Es buen momento además para trabajar la creación de películas o videos sin cámara. A partir del planteamiento de una idea, los alumnos distribuirán las funciones correspondientes.

-En el tercer estadio, **el de las operaciones formales**, los jóvenes ya pueden analizar objetiva y subjetivamente la imagen y son capaces de atender a las connotaciones que les sugieren éstas, a pesar de su aún limitado mundo de experiencias.

Puede ser conveniente que el maestro fuerce la creatividad de los jóvenes. Por ejemplo, puede sugerirles que cuenten una historia a partir de algunos elementos previamente determinados, que analicen los pies de página de varios periódicos.

Es conveniente también incitarles a la elaboración de narraciones gráficas que se alejen del realismo de ultranza, propio de esta edad.

Al margen del análisis desmitificador de las imágenes habituales que rodean al joven, puede ser conveniente invitarle a que satirice y "manipule" la realidad que proponen los medios de comunicación de masas: la creación de fotonovelas, el cambio de la banda sonora de un noticiario de televisión, o el "redoblaje" de algunas series filmadas de televisión, puede ser un ejercicio gratificante, crítico y estimulador de la creatividad.

Capítulo II

LA ALFABETIZACIÓN AUDIOVISUAL

CAP. II LA ALFABETIZACIÓN AUDIOVISUAL.

Enseñar el lenguaje de las imágenes implica enseñar cómo se construyen las imágenes, cómo éstas son una representación de la realidad y cuáles son los elementos y características que hacen de la imagen un lenguaje, un modo de expresión diferente al lenguaje oral y escrito y que, por lo tanto, se percibe de otra manera y repercute también de forma diferente en los sujetos que aprenden a través de imágenes.

LA ENSEÑANZA DE LA IMAGEN

2.1.1 La percepción de la realidad.

Cuando se procede a la creación de una imagen, los principios de la percepción, desempeñan un papel muy importante en su creación.

Se capta la realidad por medio de la percepción. A cada momento el cerebro recibe una gran cantidad de información y solamente procesa una pequeña parte de ésta, aquella que merece más atención.

Los publicistas saben que el ojo no puede percibir más de cuatro elementos, por eso es que seleccionan tres o cuatro elementos estratégicos que destacan en su anuncio.

La percepción está determinada por las diferentes necesidades de la gente, sus motivaciones, actitudes, valores, contexto socio-cultural al que pertenece.

Dentro de la percepción existen dos elementos muy importantes que se deben tener en cuenta, estos son:

Figura y Fondo.

La **figura** es el estímulo principal, que sobresale o se destaca más en la imagen.

El **fondo** es lo que existe alrededor, lo que queda detrás de la figura. Se aprecia con menor definición.

Entre figura y fondo existe una alternancia de sus elementos.

Roberto Aparici retoma algunos autores de la psicología de la Gestalt y menciona algunos factores que distinguen la figura de su fondo:

1. "La intensidad de la luz y sus diferencias de brillo establecen la distinción entre objetos y superficies. Se perciben mejor los detalles de la forma con una iluminación fuerte cuando el objeto es negro y oscuro y se destaca de un fondo blanco o claro, y viceversa.

2. Una figura se percibe correctamente cuanto más simple sea la forma del objeto.

3. Un objeto es más fácilmente percibido si pertenece al campo de experiencias del observador.

4. Las formas se identifican y recuerdan con más precisión y seguridad que los colores²⁰.

En un anuncio publicitario el producto anunciado es colocado en una posición estratégica en relación con los demás elementos.

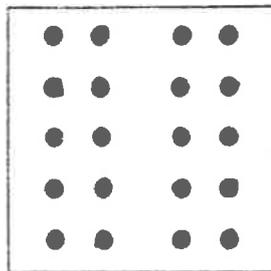
Los principios de la percepción no solamente son aplicados al campo visual. También se aplican a las percepciones sonoras, táctiles, gustativas, etc...

Un anuncio publicitario es más que la suma de sus elementos, porque la percepción es una totalidad organizada. Cuando faltan algunos elementos en un anuncio publicitario, son completados mentalmente, de acuerdo al campo de experiencias del observador.

A continuación se mencionan algunos de los principios básicos de la percepción, que son muy importantes para la alfabetización audiovisual.

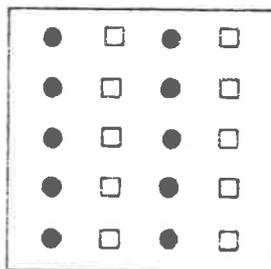
1. PROXIMIDAD.

Aquellos elementos colocados relativamente cerca, son captados como elementos de una misma figura.



2. SEMEJANZA.

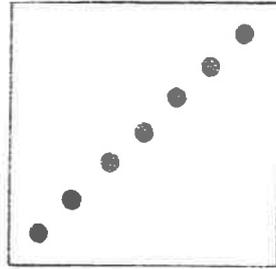
Los elementos con aspecto parecido se perciben como agrupaciones juntas.



²⁰ APARICI, R. VALDIVIA, M. Y GARCÍA MATILLA, A.. La imagen. Vol.I. UNED, Madrid, 1987. pág.34.

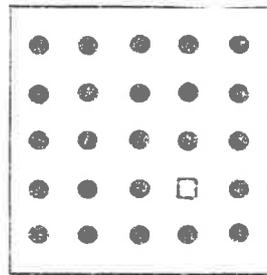
3. CONTINUIDAD.

Los elementos que tienen una determinada forma, son orientados en una dirección. Mas que observarse un elemento, se observa la forma.



4. CONTRASTE.

Dentro de varios elementos, existe alguno que se distingue por su singularidad, puede ser por su forma, color, tamaño, etc..



5. INCLUSIVIDAD.

Los elementos de la imagen, figura y fondo, se homogeneizan, provocando incertidumbre. Este principio obstaculiza la percepción de algo.



Los anuncios publicitarios tienen por objetivo atraer la atención de los espectadores. Cuando no lo consiguen es porque el estímulo perceptivo no ha variado, no ha cambiado.

Un mensaje tiene que repetirse las suficientes veces como para que aquellos que no lo hayan visto, lo capten. De lo contrario el mensaje puede saturarse, por un exceso de emisión.

La intensidad es un elemento utilizado para captar la atención, consiste en la cualidad de distinguir un anuncio de los demás. Para lograrlo, utilizan colores, música, o un lenguaje específico.

Otro elemento es el contraste, consiste en la diferenciación de otros mensajes, bajo la condición de mantener por más tiempo la atención del receptor.

La percepción consiste básicamente en la historia personal del individuo. Porque confronta un estímulo presente con un nexo del pasado. Es decir, cuando un individuo recibe un estímulo visual, verbal o audiovisual, lo relaciona con sus experiencias previas, de acuerdo a lo que se le esté presentando. A esto se le llama esquemas perceptivos.

Con respecto a la relación Percepción y Enseñanza, se debe tener en cuenta lo siguiente:

“Cuando se plantea la creación y utilización de los medios audiovisuales en el proceso de enseñanza-aprendizaje, deben tenerse en cuenta los factores de los que depende la percepción. Citamos solo algunos de ellos:

1. La atracción que ejerce el estímulo sobre uno o más de los sentidos. A la hora de planificar la utilización de un medio audiovisual, tenemos que tener presente qué estímulos serán los más adecuados para despertar la atención, es decir, cuáles son las experiencias perceptuales más adecuadas para el desarrollo de un determinado tema.

2. La preparación debida a experiencias previas. La utilización de los medios -en un determinado tema- va a estar estrechamente vinculada a los conocimientos previos sobre el propio tema y sobre la relación que hayan establecido los estudiantes con los medios en el campo didáctico.

3. La relación de estímulos simultáneos entre sí. La presentación de un medio audiovisual que implique a más de un sentido permite mantener y aumentar la atención si el educador establece una metodología de trabajo dinámica y participativa.

4. La repetición de un mismo estímulo. Este factor puede ser de interés si se plantea la posibilidad de revisar un tema para fijar ciertos conceptos. Si se le utiliza arbitrariamente provoca aburrimiento y desatención.

5. Las asociaciones emocionales que pretenden lograr los materiales didácticos. Los medios audiovisuales además de ofrecer información, permiten establecer un vínculo contextual si se desarrolla un trabajo activo en el aula. Todo medio audiovisual, como todo medio escrito, ofrece una determinada valoración al desarrollar un tema.

¿Qué actitudes pretenden fomentarse con la utilización de los medios, ser meros distractores de la atención o, por el contrario, usarlos para reflexionar sobre sí mismos y su contexto?

6. El nivel de sugestión del estímulo. Hay asignaturas que no permiten la utilización de imágenes abiertas, como pueden ser Física y Química. Pero la forma de presentación puede tener un alto nivel de sugestividad. Los discursos cerrados o lineales no permiten otra cosa que no sea la aceptación o rechazo de la información transmitida. Cuanto más sugestivos sean los materiales que se utilicen, mayor será la posibilidad de trabajo creativo.

A la hora de analizar los medios de comunicación, debe tenerse presente que toda percepción es una confrontación entre un conjunto de informaciones actuales y una serie de representaciones mentales con las cuales son comparadas estas informaciones".²¹

²¹ APARICI, Roberto.et. al.op.cit. Vol.1.pág.43.

2.1.2 Características básicas de la imagen.

Una imagen está conformada por diferentes características, lo que permite que con la imagen se logre un juego infinito de posibilidades expresivas; dichas posibilidades expresivas se pueden analizar y clasificar. Por medio de las imágenes una persona se puede expresar, comunicar, expresar sus inquietudes, etc., porque el significado de una imagen está pensado de antemano por quien la utiliza.

El creador de imágenes utiliza diferentes procedimientos, ya sea en fotografía o en vídeo, para dotar de un cierto significado a una imagen. Porque detrás de una imagen siempre existe una intensión con la cual es creada.

Las imágenes guardan ciertas características básicas que permiten comprender su significado; éstas son:

-Iconicidad-abstracción.

Una imagen es la representación de algo, sin embargo, existen imágenes que no son parecidas a los objetos que representan. Al grado de semejanza que existe entre el objeto real y su imagen se llama iconicidad. El mayor grado de iconicidad lo tiene el objeto mismo, por lo tanto, cuanto más se parezca el objeto en la imagen es más alto el grado de iconicidad de la imagen. Por el contrario, cuanto más abstracta sea una imagen con respecto al objeto que representa, cuanto menos semejante sea el objeto representado menos icónica es.

Una imagen es más icónica que otra en la medida en que tenga más propiedades comunes con el esquema perceptivo del propio objeto.

En la medida que una imagen deje de parecerse al objeto representado, se tendrán ciertas dificultades en su descodificación.

Los publicistas utilizan signos que tienen un sentido simbólico compartido por la mayoría de la población, por los receptores.

En el caso de los esquemas, los diagramas y los pictogramas (imágenes utilitarias) pierden el grado de iconicidad pero ganan una significación concreta.

Los medios audiovisuales proporcionan una representación de la realidad, sin ser la realidad misma. Por lo tanto, en el aula pueden hacerse ejercicios en los cuales se familiarice a los niños con las diferentes formas de representación, para que puedan reconocer o diferenciar la realidad, de la imagen. Se debe recordar que el nivel de desarrollo cognitivo del niño es el que permite el avance al reconocimiento del grado de iconicidad-abstracción de un objeto.

De hecho, los niños pequeños solo pueden comprender aquellas imágenes que tienen un alto grado de iconicidad.

A continuación se muestran algunos ejemplos de iconicidad-abstracción.



Otra característica básica de la imagen es su simplicidad o su complejidad.

-Simplicidad-complejidad.

Las imágenes simples son aquellas cuyos significados se pueden comprender fácilmente. Por otro lado, la complejidad de una imagen está determinada por la atención que requiera por parte del espectador para la comprensión de la misma. Se requiere, por tanto, más tiempo de dedicación para su análisis.

Esta características de la imagen es independiente del número de personas, animales, objetos y grafismos que se hallen en ella, es decir, una imagen simple puede tener varios de los elementos antes mencionados, pero la composición y las relaciones que guardan entre sí, expresan el mensaje de manera sencilla. Por el contrario, una imagen con pocos elementos pero con una determinada combinación hace de ésta una imagen compleja en su comprensión. Lo que quiere decir, que una imagen compleja no precisa de tener muchos elementos para adquirir dicha característica y, a la inversa, una imagen simple, no necesariamente tiene que tener pocos elementos.

Los siguientes son algunos de los elementos que determinan la simplicidad o complejidad de una imagen:

*-Grado de iconicidad.

-Sentido abierto o cerrado de la representación.

-Carácter histórico de la representación.

-Valor económico, social, político, cultural, etc., de los objetos que aparecen en la imagen.

-Relaciones de los elementos entre sí.

-Utilización de los elementos u objetos anacrónicos en una misma representación.

-El contexto.

-La organización perceptual".²²

En actividades relacionadas con la educación es aconsejable el utilizar imágenes sencillas, de fácil comprensión, que sean accesibles a los educandos.

En la medida de lo posible deben evitarse imágenes que ofrezcan mensajes ambiguos, a menos que se tenga una intención determinada para ello.



²² APARICI, Roberto.et.al.op.cit.vol.II.pág.19.

La tercera característica de la imagen es:
-Monosemia-polisemia.

Las imágenes que no ofrecen al espectador la posibilidad de descubrir otros sentidos distintos al que aparece representado, son las llamadas imágenes monosémicas. Las imágenes que tienen un sólo significado son monosémicas y su lectura es sencilla, su mensaje es comprendido con facilidad por todos y de la misma manera.

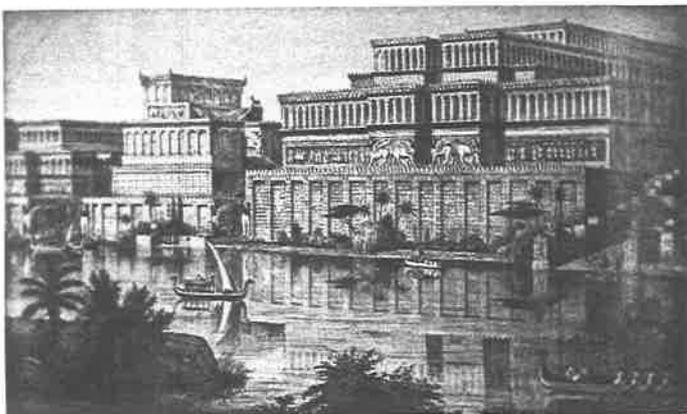
Por otra parte, cuando una imagen encierra varios significados y expresa muchas cosas, se le llama polisémica. Sus significados son ambiguos. Las imágenes polisémicas se prestan a diferentes interpretaciones, cada individuo que la contemple recurre a sus propias vivencias y significaciones para tener una comprensión de la misma.

Al realizar una imagen se pueden combinar diferentes elementos, los cuales provocarán en el receptor diferentes interpretaciones.

Al modificar un sólo elemento se altera el sentido de la totalidad.

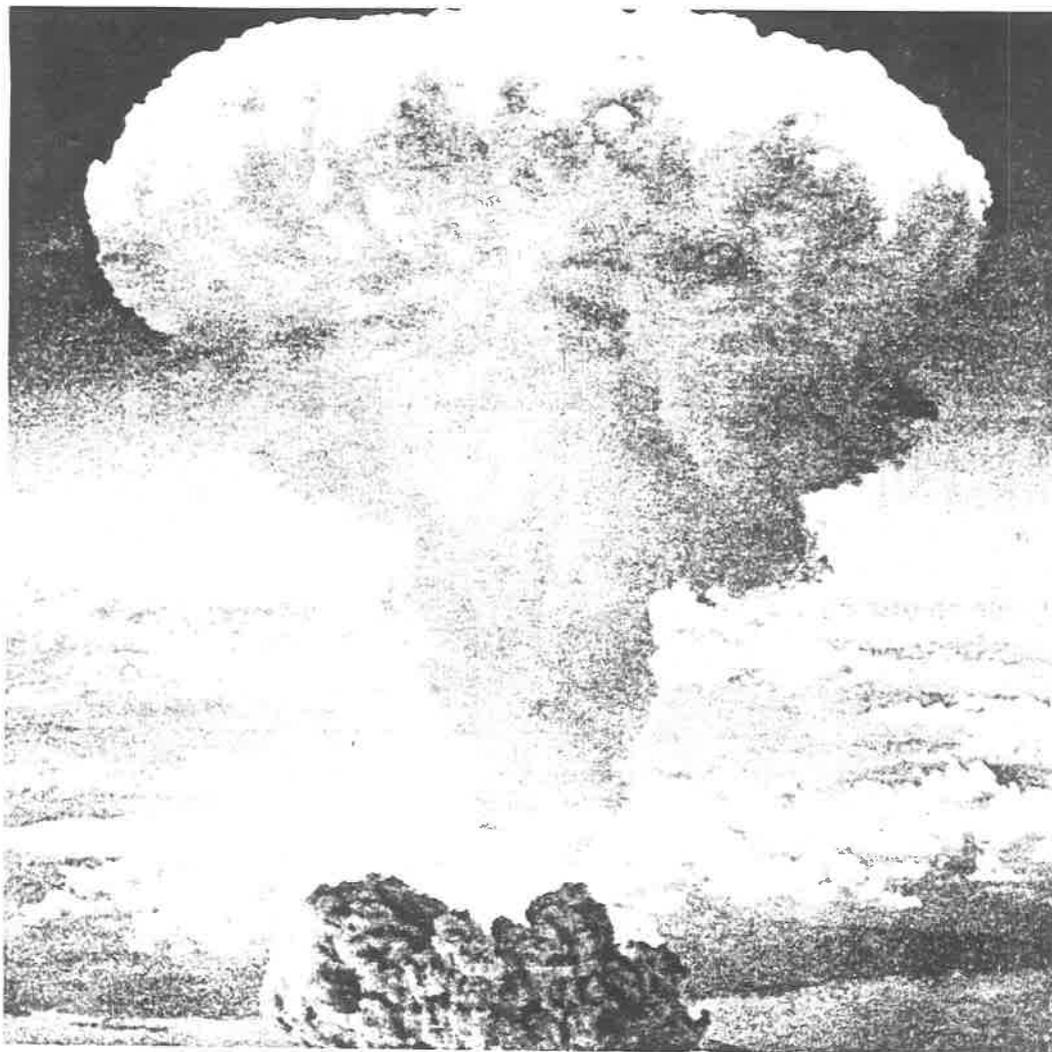
En una imagen los objetos establecen una relación con las diversas proyecciones que realiza el espectador, en función del valor social de los objetos y del contexto.

La publicidad generalmente recurre a las imágenes polisémicas estudiadas de antemano y que ofrecen distintas interpretaciones de acuerdo al grupo social que las recibe.



En el campo educativo es aconsejable reducir al máximo la incertidumbre que pueden tener las imágenes polisémicas, debido a que plantean múltiples interpretaciones. Es aconsejable presentar imágenes monosémicas que no se presten a confusión y puedan transmitir su contenido de una manera clara y concisa. La mayor presencia de imágenes monosémicas con significados únicos y concretos, ayuda a que el observador siga la secuencia de un programa audiovisual.

Sin embargo, se debe tomar en cuenta que si la intención es fomentar la libre asociación de ideas y la reflexión sobre algún tema, la representación de una imagen polisémica con varios niveles de interpretación puede ser de gran ayuda.



La cuarta característica de la imagen es la:

-Originalidad-redundancia.

Una imagen puede estar formada por elementos nuevos en el sentido de ser originales. Se trata de una producción única y creativa, donde su estética es utilizada desde un punto de vista innovador. En esto consiste la originalidad. Por otro lado, una imagen puede estar formada por elementos repetitivos y redundantes. La redundancia en una imagen se determina por la frecuencia con la que pueden hallarse imágenes parecidas a ella, es decir, con los mismos elementos que aparecen en muchas otras imágenes, y que por tanto ofrecen el mismo significado.

La originalidad se consigue al plantear imágenes que no corresponden a los tópicos ya establecidos.

Para realizar una imagen original, es necesario considerar los siguientes elementos:

“-Las características del destinatario.

-El grado de iconicidad. En ocasiones, un alto nivel de abstracción puede provocar ruido al no descodificarse correctamente el mensaje.

-El grado de contraste que se pretende alcanzar al comparar la imagen original con otras que abordan el mismo tema.

-La disposición espacial de los objetos dentro de la imagen organiza su interpretación.

-Los objetos en la imagen se presentan de una forma no esperada por el receptor.

-La utilización del color corresponde a criterios estéticos específicos.

-El punto de vista seleccionado ofrece una visión distinta de los objetos.

-La finalidad del mensaje.

-La creatividad de sus autores".²³

La publicidad utiliza elementos comunes o redundantes con el fin de presentar al espectador elementos con los que ya está familiarizado y con los que se identifica más.

La redundancia se utiliza para establecer modelos o formas de comportamiento fácilmente reconocible por el espectador y fáciles de asumir, surge pues, el estereotipo.



²³ APARICI, Roberto.et.al.op.cit.vol.II.pág.21.

Las imágenes redundantes utilizan el estereotipo. Esto es común en los anuncios publicitarios, en donde se presentan composiciones comunes, poco originales, usando frases trilladas.

Un estereotipo se entiende como un conjunto de características que se asignan a personas o situaciones por el sólo hecho de pertenecer a un grupo determinado. Existen diferentes estereotipos relacionados con la raza, el nivel socioeconómico, la condición sexual, etc., todo ello provoca una serie de prejuicios que cambian las actitudes de las personas al juzgarlas arbitrariamente.

Robyn Quin realiza una investigación sobre es estereotipo y menciona lo siguiente:

“Un estereotipo se define de la siguiente manera. Primero, un estereotipo es una representación repetida frecuentemente que convierte algo complejo en algo simple. Es un proceso reduccionista que suele causar a menudo, distorsión porque depende de la selección, categorización y generalización, haciendo énfasis en algunos atributos en detrimento de otros.

Segundo, los estereotipos son conceptos de un grupo, lo que un grupo piensa de otro. Son algo que comparte un grupo existiendo consenso acerca de su contenido. Dado que el estereotipo es un manera de categorizar y describir a un grupo, cualquier estereotipo es predominantemente evaluativo. La función del estereotipo es justificar la conducta del grupo que cree en él en relación al grupo que se valora. Esto explica la “naturalidad” de los estereotipos: parecen naturales y obvios por que casi todo el mundo comparte el conocimiento de su existencia.

Tercero, los estereotipos, a través de la simplificación y generalización nos permiten organizar información sobre el mundo. Sirven para establecer marcos de referencia y maneras de orientar nuestras percepciones. El estereotipo funciona a modo de sistema cognitivo selectivo para organizar nuestro pensamiento.

Cuarto, los estereotipos son a la vez ciertos y falsos. Las características que se seleccionan para categorizar a un grupo social no se inventan sino que se recogen de una inmensa lista de posibilidades. La selección en sí, se basa en una serie de prejuicios sobre el grupo. La veracidad del estereotipo yace en la selección de las características, su falsedad yace en la distorsión que resulta al seleccionar determinados rasgos característicos que se aceptan como rasgos representativos del grupo.

Muy a menudo, los estereotipos se crean como respuesta a una amenaza, una amenaza percibida, por lo menos, contra el grupo dominante social”.²⁴

²⁴ QUIN, Robyn. “Enfoques sobre es estudio de los medios de comunicación: La enseñanza de los temas de representación de estereotipos”.en: La educación para los medios de comunicación. Antología. México. UPN.1994.pág.79-80.

El estereotipo es un aspecto que reviste importancia para sugerir un programa de alfabetización audiovisual que contemple dentro de sus propósitos proporcionar a los niños herramientas para identificar este tipo de representaciones, y que se formen un juicio diferente ante los personajes y ofertas de los mensajes publicitarios.

La escuela es un lugar de importante para la desmitificación de muchos de los estereotipos, fomentando con ello la reflexión acerca de las diferencias socioeconómicas, las violaciones de los derechos humanos y la carga de prejuicios que se presentan en muchas producciones audiovisuales.



La quinta característica básica de la imagen es la:

-Denotación-connotación.

La denotación es lo que se percibe inmediatamente, lo que literalmente está representado en la imagen. La lectura de una imagen a nivel denotativo es lo más objetiva posible, porque no incluyen valoraciones personales. La imagen se enumera y describe de acuerdo a lo que aparece representado. Por tanto, un mensaje denotado es analógico a la realidad.

La connotación, por el contrario, es una descripción muy personalizada de lo que despierta la imagen en el observador. La connotación no es mostrada, tampoco se observa inmediata y directamente, ni la descripción es igual para todos los receptores. La connotación implica un nivel subjetivo de lectura, porque las valoraciones personales desempeñan un papel muy importante en la lectura de la imagen.

Existen imágenes que por su carácter abierto se prestan a las más variadas interpretaciones entre los destinatarios, en cambio, hay imágenes que pueden tener un solo sentido de interpretación para aquellos que la descodifiquen. "Los valores, las normas, las pautas sociales...entran en juego en este nivel de análisis. El poder de evocación de una imagen, en este caso, no es igual para todos. Las experiencias previas y el contexto van a permitir una serie de asociaciones y proyecciones en cada individuo (...) Una persona otorga a un mensaje un valor connotativo determinado, en función de su propia ideología. La connotación actúa como refuerzo del mensaje en sí y de la propia ideología, o por el contrario, entrar en abierta contradicción con el mensaje".²⁵

Cuando se observa una imagen en una fotografía se tiende a creer que lo que es mostrado es algo objetivo. Puede ser por la misma naturaleza del medio. Sin embargo, una fotografía es pensada de antemano, porque se han seleccionado, construido, compuesto, tratado, una serie de códigos, de acuerdo a normas estéticas, ideológicas, y profesionales que no son, otra cosa que alguna de las variables que permiten otorgarle connotación a la imagen.

La lectura de una imagen está en función del momento histórico de una sociedad, así la imagen es más significativa, porque las personas reconocen en la imagen algunos signos comunes, por lo que pueden descifrarlos (los signos) de acuerdo a un determinado valor que le otorga su propio contexto.

²⁵ APARICI, Roberto.et.al.op.cit.vol.II.pág.23.

Santos Guerra. M. A., con respecto a la lectura connotativa de la imagen, establece algunas características bipolares.

DENOTACION	CONNOTACION
1. Objetiva	1. Subjetiva
2. Convergente	2. Divergente
3. Literal	3. Arbitraria
4. Informativa	4. Interpretativa
5. Patente	5. Latente
6. Obvia	6. Obtusa
7. Explícita	7. Implícita
8. Visible	8. Oculta
9. Práctica	9. Mítica
10. Superficial	10. De fondo
11. Cerrada	11. Abierta
12. Cognoscitiva	12. Emotiva
13. Fática	13. Persuasiva
14. Lógica	14. Psicológica
15. Acción lógica	15. Contemplación
16. Primaria	16. Secundaria
17. Querida por emisor	17. Querida por receptor
18. Representación	18. Evocación
19. Clara	19. Desvaída
20. Concreta	20. Abstracta
21. Dicho	21. Sugerido
22. Simple	22. Compleja
23. Codificado	23. Libre
24. Se ve "con los ojos"	24. No se ve "con los ojos"
25. Monosémica	25. Polisémica

"Este planteamiento "maniqueista" tiene un serio peligro simplificador y deformante en la realidad, el mensaje visual es único y no se dan tan esquematizadas estas características en su lectura. Ciertamente no son tan rígidas las bipolaridades. Por otra parte, muchas de ellas podrían superponerse o estar, al menos, entretrejidas".²⁶

²⁶ SANTOS GUERRA. M. A. Imagen y Educación. Anaya. Madrid.1984.pág.200,201.

2.1.3 Imagen y significado.

Se percibe la realidad por medio de los sentidos. La representación de la realidad que realizan los medios de comunicación, limitan la percepción solamente a dos sentidos: el visual y el auditivo. Por tanto, para aprender a codificar y descodificar los signos verbales, icónicos, audiovisuales, es necesario un aprendizaje.

Solamente cuando existe un código común entre el comunicador y el receptor, se puede interpretar correctamente un mensaje, aunque dicho mensja tenga una intensión oculta o manifiesta.



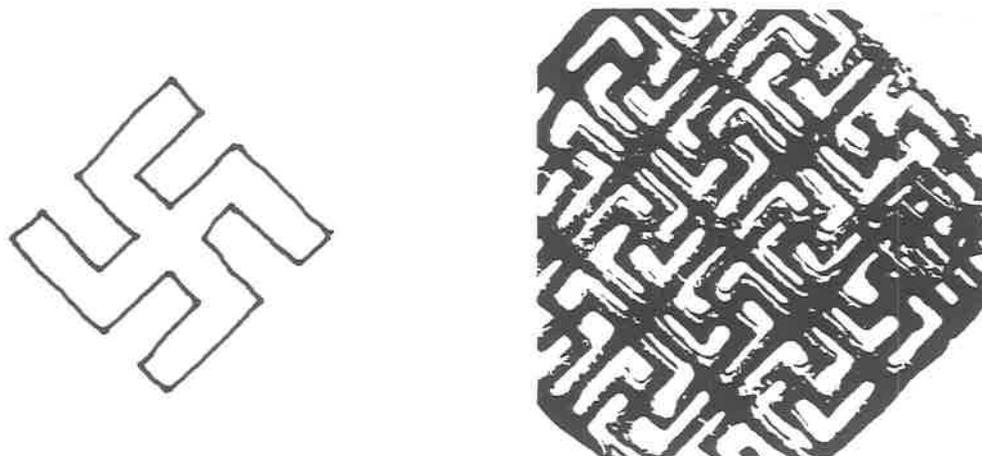
La siguiente imagen puede entenderse como un saludo amigable entre dos hombres.



Al observar detenidamente esta fotografía, se identifica al líder soviético Mijail Gorbachov y al presidente de EE.UU, Ronald Reagan. Al identificar a estas dos personalidades de la política, se reajusta la percepción y se entiende como un saludo cordial.

Por otra parte, hay imágenes que tienen un poder simbólico muy grande, tan grande que se las asocia con su referente más inmediato. Un ejemplo es la cruz

gamada. Algunas personas la identifican con el nazismo, sobre todo en el mundo occidental. Por el contrario, para los sumerios y arcadios, se le identifica como un símbolo de vida. Entonces, no existe un significado universal para una imagen.



En una imagen existen dos componentes: la realidad que reproduce y el significado de la representación.

Los individuos otorgan un significado a una imagen en función del contexto, características y experiencias propias de un momento.

Estos elementos mencionados sirven como marco de referencia al realizar el análisis de un mensaje.

Los significados de una imagen están pensados por el emisor, de acuerdo a una intencionalidad. Por eso un mensaje no tiene un sólo significado, sino varios.

Cuando se observa una imagen, en el individuo aparecen percepciones y, posteriormente, ideas, las cuales adquieren un significado.

Para realizar la lectura de una imagen es necesario formar nuevas unidades de significados con las personas, estableciendo asociaciones mentales nuevas y ampliadas, que consistirán en conocer los elementos y características básicas de una imagen y el conocer las intenciones que pretende alcanzar el comunicador. Además, realizar una lectura crítica de la imagen, como mecanismo de defensa ante los mensajes de los medios de comunicación.

-La "realidad de los medios".

Los medios de comunicación realizan representaciones de la realidad, sin ser la realidad misma. Sin embargo, alguien puede pensar que la fotografía de un periódico, los reportajes de noticias, son un testimonio fidedigno de la realidad. No obstante, se debe tomar en cuenta que las imágenes presentadas, las realizan individuos que tienen ideas subjetivas, reflejando su punto de vista personal o institucional.

La información puede ser parecida, pero al analizar el lenguaje y el tratamiento que la recibió la fotografía, existe una valoración encubierta en cada medio. "Cada medio de comunicación tiene unas características propias que van a conformar el mensaje de acuerdo a sus posibilidades y limitaciones intrínsecas. Paralelamente a los condicionamientos tecnológicos que el medio impone, el tratamiento de la realidad viene determinado por los valores, intereses, ideología... que sustentan los responsables de los diferentes órganos de comunicación. Estas variables, entre otras, son las que determinan que un mismo tema pueda ser representado de diferentes maneras.

La ideología va a determinar la forma de comunicación de un mensaje y el tratamiento de la información puede ser diferente, tanto en su espacio icónico, verbal o en ambos conjuntamente.

Cada medio de comunicación tiene un público asiduo que se identifica con sus planteamientos y comparte, en gran medida, sus normas, valores, criterios. Esta identificación está vinculada a un reforzamiento de las propias ideas del receptor. De esta manera un individuo logra la satisfacción de impulsos y necesidades que de otra forma le serían negadas.

Las siguientes son algunos elementos que los medios de comunicación utilizan para lograr identificar al público con sus planteamientos, normas y valores:

- 1) Una persona cuyo lugar quisiéramos ocupar.
- 2) Una persona con planteamientos semejantes a los nuestros y por la que nos sentimos atraídos.
- 3) Un objeto deseado.
- 4) Una acción.
- 5) Las ideas patentes del mensaje".²⁷

²⁷ APARICI, Roberto. et. al. op. cit. vol. I. pág. 58.

2.1.4 Los signos básicos de la imagen.

Cualquier imagen puede descomponerse estructuralmente para extraer los elementos que la conforman. Los signos básicos que la integran son: el punto, la línea y la forma.

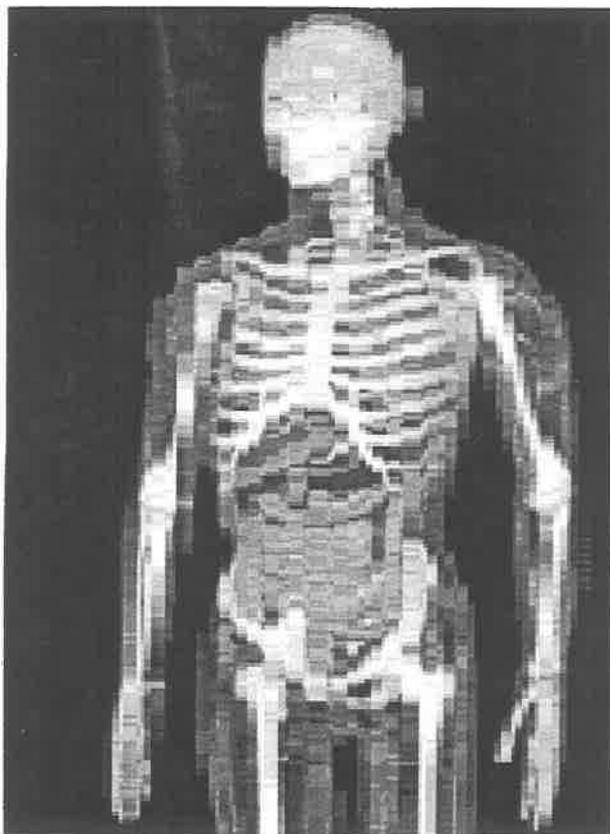
El punto.

El punto es el signo más sencillo que forma parte de una imagen. De hecho, es el elemento más simple en la comunicación visual. El punto es la unidad más simple que se puede hallar en la comunicación.

El punto tiene una dimensión variable: de la mínima expresión del grado de emulsión fotográfica o de la marca de un pincel a la superficie ya apreciable de un objeto. El punto es el propio soporte de la imagen. Todas las pinceladas de un pintura como la emulsión de granos de plata de una fotografía contienen una textura de puntos.

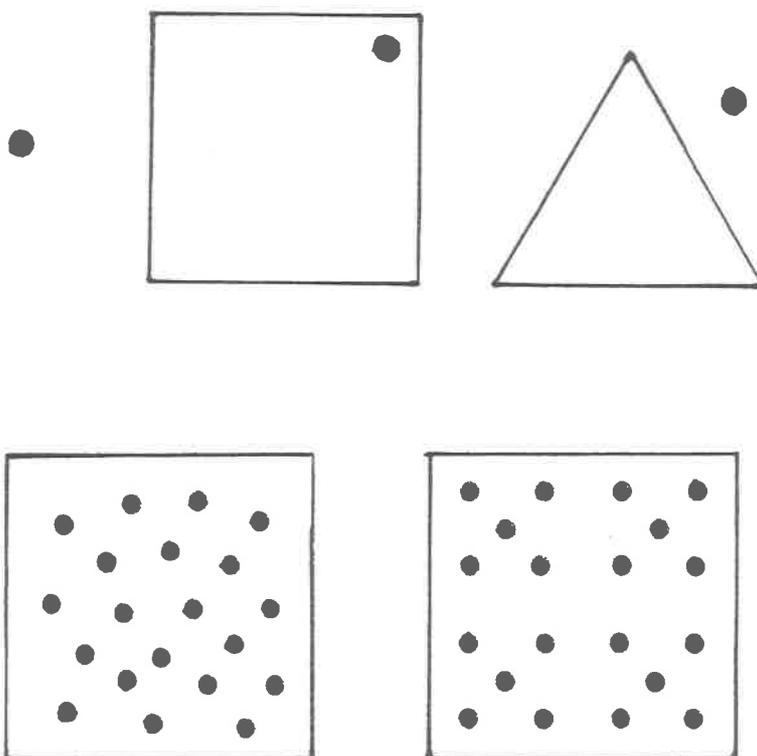
La textura de puntos varía de un medio a otro. El punto puede apreciarse en las grandes vallas publicitarias con solo acercarse. En la pantalla de televisión los puntos pueden observarse con una lupa.

La textura de algunos de estos medios puede alterarse con fines expresivos. En la fotografía se puede jugar con la sensibilidad de la película para disimularlo, por el contrario, exagerar el grano de la imagen, su textura de puntos.

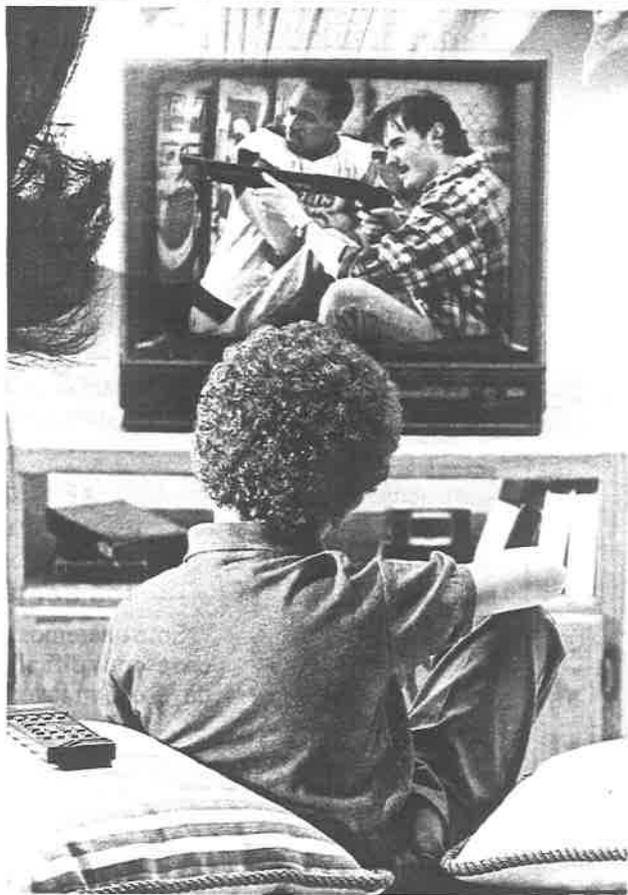


El punto ejerce una fuerte atracción visual sobre el ojo. Una serie de puntos guían la visión, crean una direccionalidad hacia la parte de la imagen que llama más la atención. Su situación dentro de un encuadre crea unas perceptibles relaciones de composición. Entre el punto y los mismos límites del encuadre se producen unas tensiones cuya naturaleza depende precisamente de la posición del punto.

“Si el punto se sitúa en el centro del encuadre, la relación establecida es de equilibrio. Cuando el punto se desplaza desde el centro hacia cualquier otro lugar del encuadre, surge un desequilibrio, una fuerza de inestabilidad. La aparición de un segundo punto aumenta la complejidad de estas relaciones. Ahora las influencias se provocan entre los dos puntos y los límites del encuadre, pero también entre los dos puntos entre sí. Cuando aparecen varios puntos relativamente cercanos, se tiende a verlos agrupados cobrando formas geométricas. Convenientemente dispuestos, tres puntos son fáciles de asociar con un triángulo; cuatro, con un cuadrado; ocho con un círculo. Se trata de un fenómeno de percepción visual que se aprovecha a menudo en la composición de algunas imágenes para incitar a seguir un desarrollo definido”.²⁸



²⁸ APARICI, Roberto.et. al.op. cit. Vol.1.pág.6.



Los puntos pueden establecer una secuencia regular para construir agrupaciones semejantes, un esquema de composición, un patrón, que es una forma de organizar alguna imagen.

De acuerdo a la organización de los puntos en una imagen, se pueden transmitir movimientos, ritmos, impactos visuales que dinamizan la composición.



-La línea.

Es definida como una sucesión de puntos contiguos. Existen dos tipos fundamentales de líneas: líneas rectas y líneas curvas.

La línea posee importantes funciones en la creación de imágenes. Por ejemplo, la línea tiene cualidades táctiles a través del diseño de diferentes texturas. Por otra parte, algo tan nimio como es el grosor de la línea es conscientemente utilizado por algunos creadores de imágenes para reforzar aspectos expresivos en sus obras.

La línea adquiere sentido al formar un contorno complejo pero, en determinadas circunstancias, adquiere un alto nivel simbólico, por ejemplo, la escritura. Unos simples trazos con capaces de transmitir movimientos, alegría radiante o irritación.



La línea define el contorno de las formas, porque posee un marcado sentido compositivo. La sensación de relieve y profundidad en las imágenes planas se alcanza en buena medida con la ayuda de la línea. La perspectiva lineal, el recurso a las líneas que parecen encontrarse en un punto, es uno de los procedimientos comunes para crear la ilusión de espacio.

La dirección señalada por las líneas revela el grado de dinamismo de la imagen. Así, se suele identificar a la quietud con las líneas rectas, verticales y horizontales. Por el contrario, las líneas oblicuas y las curvas consiguen acción y movilidad, rompen la monotonía del encuadre. El empleo dominante de las líneas se asocia con valores subjetivos muy variados: violencia, vértigo, frialdad, racionalismo, sensualidad.

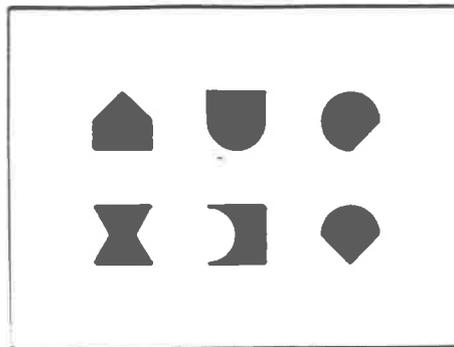
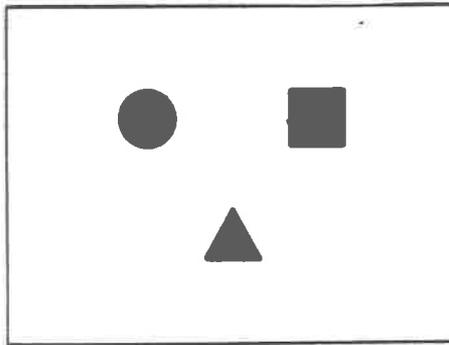


-La forma.

Es un signo gráfico con una superficie delimitada, con una cierta extensión. Las formas particulares se distinguen por estar encerradas en el contorno de una línea. La forma viene dada por una compleja combinación de factores. Por un lado interviene la propia apariencia física de lo representado, la forma tal y como es la realidad.

Por otra parte, también influyen en la apreciación final de la forma parámetros propios del registro, tales como la óptica, el registro, la planificación y el punto de vista.

Las tres formas elementales son el triángulo equilátero, el cuadrado y el círculo. La direccionalidad consigue de las figuras una sensación dinámica ya descrita con la línea. Se relaciona cada una con valoraciones de carácter subjetivo. El triángulo expresa tensión; el cuadrado, robustez y dogmatismo; el círculo, perfección y equilibrio.



La ilimitada combinación de estas figuras elementales recoge las formas posibles de la realidad. Estas formas resultantes de perfil casi siempre irregular, participarán de unas u otras propiedades expresivas, en la medida en que prevalezca alguna de las formas geométricas básicas.

Al realizar imágenes se registran formas muy variadas pero se pueden elegir conscientemente aquellas que, por su configuración, expresan los valores deseados.

2.1.5 La luz.

La luz es el elemento que permite visibilidad. Debido a la mediación de la luz es posible ver los puntos, líneas y formas. La luz tiene un origen natural o artificial pero, independientemente de su origen, incide sobre todas las cosas, porque los objetos reflejan la luz, dejando una impresión en la retina. De hecho, la luz que reflejan los objetos son la huella de las imágenes.

Al realizar la lectura de una imagen, por lo general, se olvida analizar este elemento de la imagen. La razón es que se está tan acostumbrado a la luz, que cuando se observa una imagen, la luz parece ser intrínseca a la realidad, que la luz viene dada obligatoriamente. Sin embargo, la luz natural o la luz solar influye de alguna manera en el registro de cámara, de acuerdo a ciertas decisiones o criterios. En cambio, en los interiores se tiene que hacer una elección conciente de la luz artificial para que la escena pueda contemplarse. Esto obedece también a criterios de carácter estético. Si bien es cierto que las imágenes son posibles por mediación de la luz, la luz se puede utilizar como un instrumento muy fuerte para crear significaciones expresivas.

La luz recibe el nombre específico de tono en los dibujos, pinturas y grabados. En la fotografía, el cine, el vídeo y la televisión, se habla de iluminación al referirse a la luz. Sin embargo, en uno u otro medio, la luz sirve para ver, para representar la realidad, utilizando otros elementos del lenguaje de la imagen.

-Naturaleza de la luz.

La luz natural del sol y la luz artificial de una vela, de una bombilla, de un flash, son energía luminosa. La luz es una radiación electromagnética y el ojo es sensible a la radiación emitida por la luz. El ojo percibe la luz por dos cualidades. La primera, por la luminosidad, que es la cantidad de luz. De acuerdo a la cantidad de luminosidad se aprecia la claridad u oscuridad sobre una superficie en la que incide la luz. En fotografía (sistema de registro fotoquímico) y en vídeo (sistema de registro electrónico), es necesario adecuar la luz a las características propias del sistema, es decir, medir con precisión la cantidad de luz para que los sistemas de registro, la registren correctamente. Puesto que se requiere precisión en la cantidad de luz, existen dos métodos para medir la luminosidad. Uno consiste en medir la cantidad de luz reflejada por los propios objetos y para ello se utiliza el fotómetro. Otro método es el de medir la cantidad de luz que llega a los objetos, la luz incidente.

La segunda cualidad por la que el ojo percibe la luz es la tonalidad o el matiz. El matiz es la calidad de color de la luz. La calidad de color de la luz está determinada por el color de la misma luz y color que refleja la superficie en donde incide la luz.

En las superficies que tienen una composición física transparente a luz los atraviesa. Los cuerpos opacos absorben la luz, la luz que no pueden absorber los cuerpos opacos la refleja. En las superficies con textura notable, al incidir sobre ellas la luz, la dispersan en diferentes direcciones creando una atmósfera difusa. Por el contrario, las superficies pulidas reflejan la luz en una dirección definida. Los objetos hechos con materiales de color negro absorben casi toda la luz. En cambio, los objetos hechos con materiales de color blanco reflejan la luz.

La luz determina así las formas de la realidad. Las variaciones de luminosidad y tonalidad, permiten discernir la compleja información visual del entorno. De igual manera, las imágenes recogen dicho comportamiento de la luz para representar las formas de la realidad.

-La formación de imágenes.

En la pintura se representa la luz de la realidad mediante los pigmentos. La gradación del tono permite sugerir superficies, sugiere profundidad, sugiere formas. El tono reconstruye las formas de la realidad, inclusive los tonos más claros generan una perspectiva aérea, por ejemplo, los tonos gradados en gris sugieren la distancia, dan una ilusión de tridimensionalidad.

En cambio, en las imágenes de registro mecánico, la luz está estrechamente relacionada con el propio funcionamiento o soporte tecnológico del medio.

Puesto que la luz determina las formas de la realidad, en las imágenes de registro mecánico se requiere realizar reproducciones a partir de la luz. El antecedente para esto es la cámara oscura. La caja oscura es una caja cerrada con un orificio minúsculo por donde puede pasar la luz. Los rayos de luz que refleja un objeto iluminado pasan por dicho orificio y, puesto que la luz viaja en línea recta, los rayos de luz del objeto iluminado inciden en la parte inferior de la cara opuesta del orificio. Cada punto del objeto refleja una luz que tras su recorrido, forma conjuntamente una imagen invertida. Ahora bien, si la imagen se quiere más luminosa, se necesita agrandar el orificio. Al hacerlo los rayos se dispersan y se pierde nitidez. Sin embargo, al colocar un lente u objetivo a la cámara oscura, en lugar de que los rayos se dispersen, el lente hace que converjan, consiguiendo imágenes definidas.

Con la cámara oscura fue posible la formación de imágenes, pero todavía no se lograba su registro, es decir, fijar las imágenes formadas. No fue sino con la fotografía, el cine y el vídeo, sistemas de registro, cuando se consiguió, pero solo con base en el sistema primitivo de formación de imágenes de la cámara oscura.

Existen algunas situaciones que, como resultado de su exposición a la luz, fijan las imágenes. Los haluros de plata, sustancias que se utilizan en medios fotoquímicos, reaccionan de acuerdo a la cantidad de luz recibida. Cuanto mayor sea la cantidad de luz que reciben, más se oscurecen, donde no llegó la luz hay claridad.

Para tratar apropiadamente los haluros de plata, se hace necesario un proceso de laboratorio en donde, por medio de ciertos compuestos y procesos, se completa y fija una imagen positiva final.

Los sistemas de registro electrónico, como son el vídeo y la televisión, son sistemas de representación de carácter electrónico.

A continuación se menciona específicamente el proceso de transformación de la energía lumínica, por medio del vídeo como sistema de representación de carácter electrónico: "El sistema vídeo transforma la energía luminosa reflejada por la realidad en señales electrónicas que, convenientemente tratadas, se convierten de nuevo en señales luminosas en la pantalla del receptor.

En este caso, se aprovecha la respuesta electrónica de ciertas sustancias ante la incidencia de la luz. La luz reflejada por un objeto es recogida por el objetivo de la cámara de vídeo. La lente dirige esta imagen luminosa hacia un mosaico. Cada punto de luz incidente provoca en cada punto del mosaico una respuesta eléctrica. Un pincel recorre secuencialmente cada punto del mosaico para recoger esa señal eléctrica. Este recorrido se hace punto a punto y línea a línea siguiendo un orden de lectura de izquierda a derecha y de arriba a abajo. En el sistema europeo, el pincel electrónico recoge la respuesta eléctrica del mosaico en 625 líneas.

La señal, convenientemente amplificada, sufre un proceso inverso en la recepción. En la pantalla de los televisores hay una sustancia que reacciona lumínicamente cuando es excitada por una corriente eléctrica. De nuevo, un pincel electrónico lleva secuencialmente a cada punto de esta sustancia una información eléctrica que se convierte en una luz de intensidad proporcional a la corriente recibida. En la pantalla se forman así las 625 líneas de la imagen televisiva".²⁹

La holografía es otro método de registro de imágenes. Puesto que es de naturaleza fotoquímica, aprovecha la reacción química de algunas sustancias ante la incidencia de la luz. La luz que utiliza es un láser. Este sistema se encuentra actualmente en desarrollo, cuando logre consolidarse, se convertirá en un sistema en el que se almacenará es estado luminoso total de los objetos.

²⁹ APARICI, Roberto.et. al.op. cit. vol.1. pág.80.

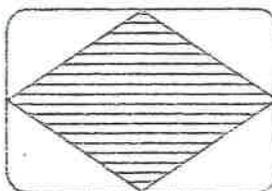
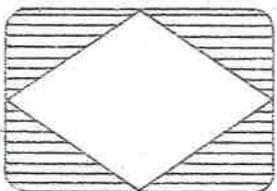
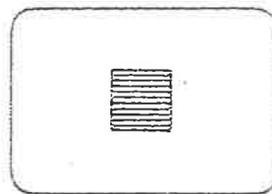
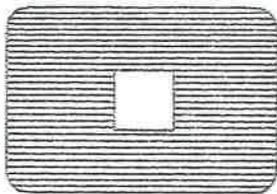
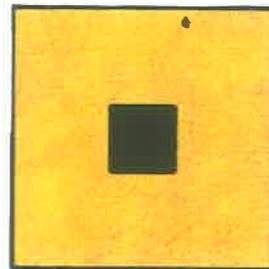
-Escala tonal.

Los objetos, dependiendo de su propia configuración y de la calidad y dirección de la luz incidente, reflejan tonos, cantidades de luz variables entre lo blanco y lo negro: desde las superficies que reflejan toda la luz a las que no reflejan nada. Los valores tonales sustentan la comprensión de las formas. El tono tiene bastante influencia en la elaboración de una imagen, a tal grado que, sirve por sí mismo para representar la realidad con una apariencia que no se da en la percepción diaria. De no ser así, no se reconocerían las fotografías, películas o dibujos realizados en blanco y negro.

Los tonos de la realidad son casi ilimitados, las imágenes se proponen recoger dichos tonos, sin embargo, no es posible la fidelidad absoluta. Algunos medios permiten una escala tonal más amplia que otros. Pero, independientemente del medio, las imágenes han de ajustarse a unos valores más o menos aproximados a la realidad, nunca será posible la igualdad tonal absoluta que ofrece la realidad.

La intensidad de un tono se ve afectada cuando se yuxtapone con otros. El valor de un tono se modifica cuando hay otros tonos circundándolo. Por ejemplo, un tono claro parece más claro cuando está rodeado de un tono oscuro; un tono oscuro parece más oscuro cuando está rodeado de un tono claro, el tono oscuro se ennegrece más cuando está rodeado por el claro.

Las alteraciones del tono modifican la forma. Porque cuando un tono claro está rodeado de un tono oscuro, el tono claro parece expandirse. Se percibe más grande de lo que realmente es. En cambio, cuando un tono oscuro está rodeado de un tono claro, el tono oscuro parece comprimirse.

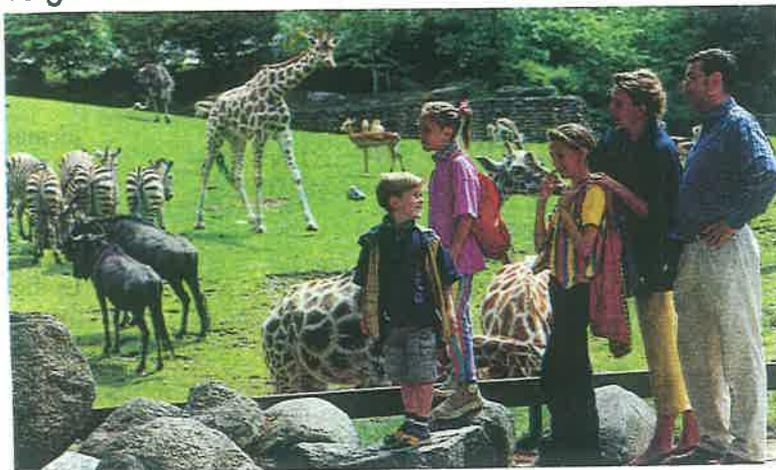


Se puede elaborar una composición tonal con una clave de luz. Los creadores de imágenes puede acometer su realización pensando en un tipo de tonos predominantes. La elección tonal transmite sutilmente un estado de ánimo, una predisposición a recibir la imagen con una actitud determinante.

"Hay imágenes que abarcan todo el espectro de tonos pero hay otros que se inclinan por una zona de la escala. La clave alta supone la elección de tonos en el tercio superior de la escala, cerca del blanco. Los intervalos entre los tonos son reducidos, poco contrastados. Dada su luminosidad, sus cualidades expresivas la hacen apropiada para sugerir sensaciones optimistas.

Cuando los tonos de una imagen pertenecen al centro del espectro, nos encontramos con una clave intermedia. La clave intermedia posee una intensidad moderada, neutra.

La clave baja se sitúa en el tercio inferior de la escala tonal, cerca del negro, sus cualidades son apagadas, sombrías. Hay géneros como el cien negro que se definen precisamente por su escala tonal baja. Los tonos oscuros ofrecen sin duda una atmósfera idónea para albergar esta clase de relatos. La clave baja proporciona un ámbito visual misterioso".³⁰



³⁰ APARICI, Roberto. et. al. op. cit. vol.1.pág.82.

-La iluminación.

Ya sea a través de un registro mecánico o por su representación mediante pigmentos y dibujo en la pintura, la luz es susceptible de un tratamiento que afecta a su calidad. La calidad de la luz depende de su grado de dispersión. Las posibilidades de extienden desde la luz muy puntual a la rebotada de un modo uniforme de manera que se cree un efecto difuso. La luz puntual es una luz dura, suave.

La luz dura, de forma marcada y perfiles nítidos, se consigue en fotografía y cine con fuentes luminoss directas. El sol, los focos o el flash, proporcionan luces duras que dilatan la textura de las superficies, las arrugas de un rostro, las formas bien diferenciadas.

La luz suave se logra dispersando la luz emitida por una fuente luminosa. La luz del sol se dispersa cuando atraviesa las nubes. En fotografía o cine, la luz de los focos se rebota en superficies reflectantes para obtener una iluminación general en la que los límites de las sombras se difuminan.

Este diverso tratamiento de la luz ha dado lugar a dos grandes estilos con amplia tradición pintórica que se han prolongado con los sistemas de registro mecánico: la luz tonal y claroscuro.

La iluminación difusa sirve de base en televisión para que cualquier objeto que pueda captar la cámara tenga un nivel de luz suficiente.. Ello se debe a una limitación del mismo medio. El sistema electrónico exige una cantidad de luz mayor que el fotográfico y no recoge adecuadamente los contrastes altos.

Por otra parte, la luz difusa situada en el eje de la cámara elimina la textura, lo que es a veces un efecto deseable para disimular imperfecciones de la superficie. Eso tiene su contrapartida. La luz tonal monocromática es pobre, sin volumen, por lo que se hace más útil en el registro en color, donde las formas se hacen más reconocibles por la intervención de la tonalidad de la luz.

El claroscuro es una técnica de luz y sombra, de luz contrastada y violenta. Su finalidad es eminentemente enfática. Se trata de acentuar los aspectos dramáticos de la escena representada con transiciones abruptas entre lo claro y los oscuro, entre las zonas limitadas y las que permanecen en penumbra. Si en la luz tonal las sombras no existen o aparecen muy desvaídas, en el claroscuro la sombra se convierte en un factor de gran importancia. La sombra marca, precisa, modela las formas. Las sombras inyectan magia a la imagen. Al ocultar parcialmente algunas zonas, excitan la imaginación. La iluminación puntual permite efectos fuertemente expresivos con la proyección de sombras en los fondos.

Se ha descrito cómo el estilo tonal y el claroscuro dependen de la calidad de la luz, de su grado de dispersión. Existe además otro ingrediente con el que se puede tratar la luz en la creación de imágenes: la dirección.

-La dirección.

Tiene más peso en el estilo de luz dura, dado que las fuentes luminosas se dirigen directamente a los objetos de la escena. Sin embargo, también cabe hablar de una dirección predominante en la luz difusa. En este caso la dirección es menos notable y más difícil de controlar. La dispersión de los rayos hacen que sus efectos se extiendan en mayor o menor medida, aunque casi siempre lo harán en un sentido prioritario. Incluso en situaciones de luz tan difusas como las que proporciona un cielo nublado, se da una inequívoca dirección de arriba a abajo.

La ilusión de volumen se obtiene con la luz lateral. La luz lateral ilumina un lado del sujeto dejando el otro en penumbra.



La dirección de volumen interviene de forma decisiva en el registro de imágenes. Un mismo objeto, iluminado siempre con una fuente de luz de igual intensidad e idéntico nivel de dispersión, ofrece aspectos radicalmente distintos en función del punto desde el que se dirige la luz. La luz frontal proporciona información en todas las zonas iluminadas pero el resultado es plano, sin volumen, no hay sombras visibles y se suaviza la textura.



En el contraluz, la fuente luminosa está situada detrás del sujeto. Con esta luz se destaca la silueta, la forma global del personaje. Alrededor del mismo se genera un halo que lo destaca del fondo. Este despegue junto con la ausencia de detalle en el frente, se utiliza para magnificar al sujeto sin revelar su expresión. Se trata de un efecto que, en determinados contextos, desencadena intensos valores emotivos.



La altura también es una variable a considerar. La luz cenital dirigida de arriba a abajo, es una luz inhabitual por lo poco favorecedora que resulta sobre el rostro. Las cuencas de los ojos se muestran negras, aumentan las ojeras, se exageran las arrugas faciales. La dirección cenital solo se emplea intencionalmente cuando se quiere opinar con la luz, cuando se pretende que la luz pinte sobre el personaje una apariencia aplastada, deprimida.



La luz baja proporciona un efecto contrario. Las sombras se invierten y alargan. La sensación es fantasmal, amenazadora.



Es raro encontrar estas direcciones básicas de la luz en estado puro. Lo más usual es la combinación de varios puntos. Lo que sí se preserva es la importancia de uno de esos puntos de luz. La luz principal es la que señala la dirección predominante de la iluminación. La luz principal hace visible al sujeto, determina el aspecto que debe ofrecer, lo que se ha de resaltar.

Una combinación clásica es la que estaría constituida por una luz lateral como principal, una luz de relleno frontal, un contraluz y una luz para iluminar el fondo. La luz de relleno aclara la dura sombra provocada por la luz principal, con lo que aumenta el detalle de esa zona. El contraluz bordea las formas y genera brillos en las superficies transparentes o translúcidas. Cuando el contraluz actúa en combinación con otras luces, su efecto es embellecedor. Los fondos se suelen iluminar separadamente de los sujetos. Para aumentar su atractivo visual, los fondos aparecen frecuentemente con una sombra gradual en la parte superior. En todo caso, se pretende que los tonos del fondo sean algo más oscuros que los del rostro de los personajes. Los problemas que tiene el vídeo, por ejemplo, para reproducir fielmente los contrastes provocarían que, ante fondos demasiado claros, el rostro saliera más oscuro que en la realidad.

En exteriores, la dirección de la luz viene dada por la hora del día y por las posiciones del sujeto y del instrumento de registro con respecto al sol. El sol bajo, por la mañana o a la caída de la tarde, es más favorecedor que en el cenit. La luz cenital del medio día crea unas sombras excesivamente duras en el rostro. Los fotógrafos se suelen colocar de espaldas al sol. Sin embargo, se ha señalado cómo la luz frontal resulta demasiado plana. Es preferible la luz lateral o, incluso, el contraluz. De cualquier forma, la luz solar directa crea a veces un modelado muy intenso y contrastado. Es conveniente entonces disponer de una luz secundaria que suavice la diferencia de todos. Esa es la razón de que en exteriores, a pesar de contar con un abundante caudal solar, algunas producciones se filmen con el añadido de grandes proyectores de luz. Esa es también la razón por la que algunos fotógrafos emplean el flash con la luz diurna.

Otra forma más sencilla de rellenar las sombras consiste en rebotar la luz del sol en pantallas reflectantes dirigidas hacia zonas oscuras.



La luz uniforme de un día nublado tiene, como ya se ha indicado, una dirección predominantemente cenital. El resultado es mortecino y poco favorecedor. Sólo cuando el nublado es ligero se consiguen efectos agradables. Las nubes entonces hacen las funciones de un filtro suavizador sin llegar a perder mucha luminosidad. Si se realiza la imagen a la hora adecuada, cuando el sol está bajo, los rayos alcanzan al sujeto en dirección oblicua y con la suficiente dispersión como para crear un modelo aceptable.

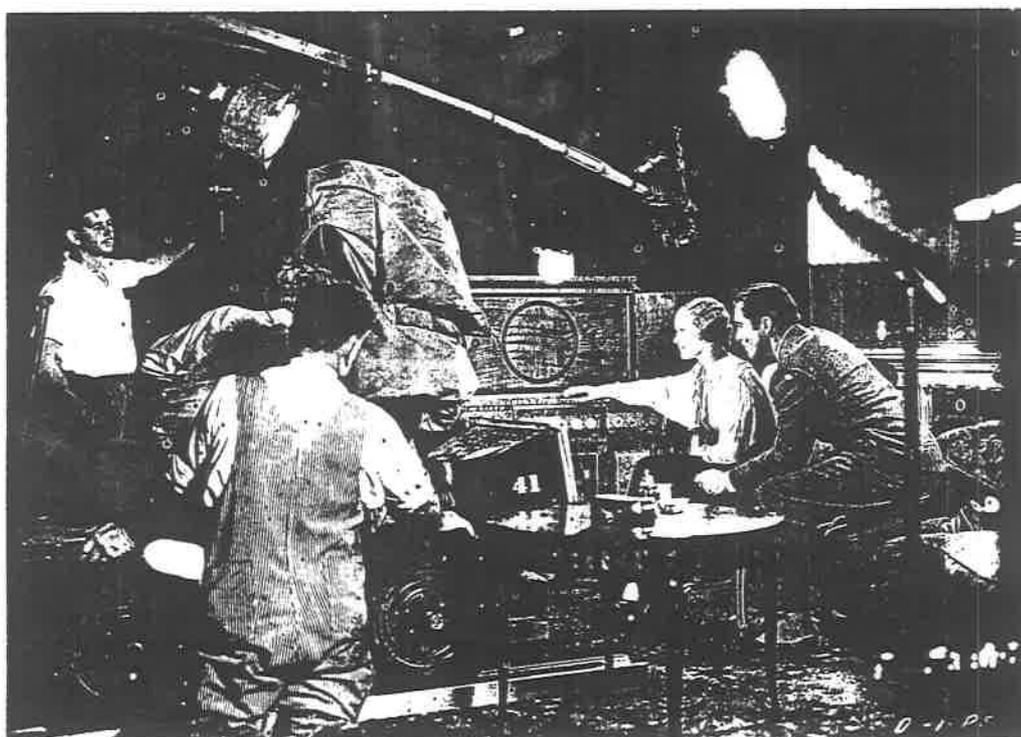


-El estilo de luz.

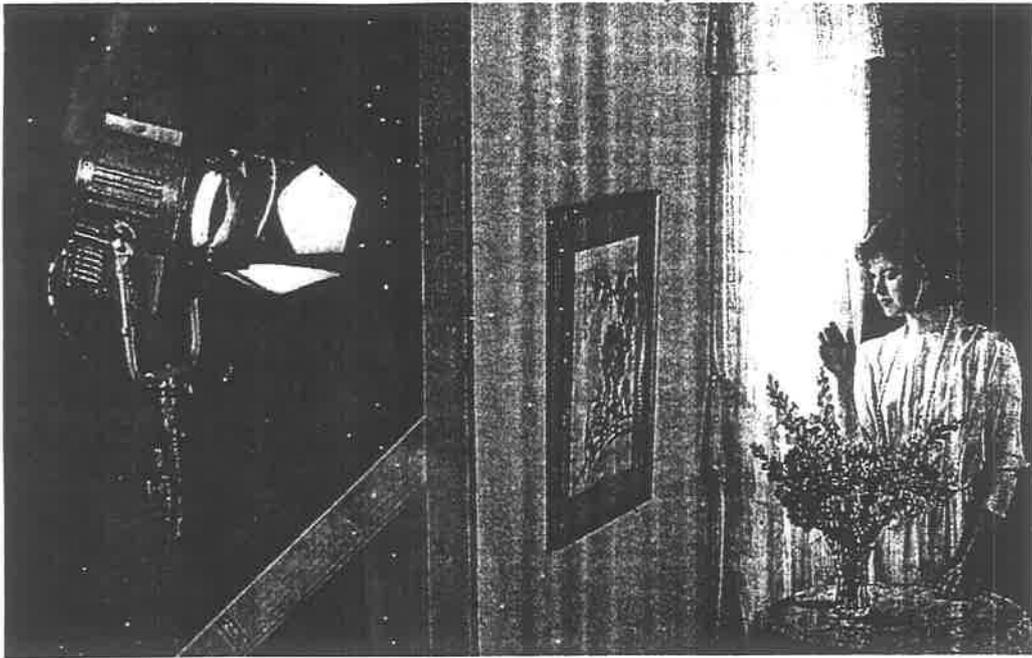
Un componente tan esencial en la constitución de las imágenes como es la iluminación tiene un papel destacada en las dos corrientes teóricas que se han desarrollado en torno a la manera de registrar la realidad: la formalista y la realista.

Quizá sea en el lenguaje cinematográfico donde más a fondo se ha llevado a cabo esta desquisición. Si en un principio la luz no tenía otra misión que la de bañar la escena en cantidad suficiente para que la emulsión quedase correctamente impresionada, pronto surgen cineastas que la hacen vehículo idóneo de sus concepciones artísticas. La luz neutra y plana dejaba paso a la luz expresiva.

La integración de diferentes escuelas se prolonga, asimismo, en los estilos de iluminación básicos. Es raro encontrar una luz tonal pura, como lo es diseñar una película con claroscuros. La tendencia más extendida en la iluminación es la de aglutinar la luz directa y contrastada del cine tradicional y la luz completamente difusa. El color ha disminuido la necesidad del contraste para distinguir las formas. La luz difusa, como complemento de la puntual, sirve de relleno a las zonas en sombra sin crear ella misma una nueva sombra. Una luz suavizada aunque direccional sirve para crear una luz principal en la que el sombreado no es tan cortante como con la luz dura. Se trata de luz rebotada, pero no de una manera indefinida, sino con una dirección claramente perceptible. En lugar de rebotar la luz a los techos, para bañar la escena con una atmósfera uniforme, se rebota a los lados sugiriendo las fuentes luminosas reales de la escena. Es una luz funcional que se matiza en un sentido u otro, que se contrasta más o menos, según las necesidades narrativas de cada obra.



Como se ve a través de los párrafos anteriores la importancia de conocer ciertos aspectos técnicos para la utilización de la luz, en la creación de imágenes, reside precisamente en que la luz es un elemento básico para impregnarle significado a las imágenes. De ahí que sea imprescindible conocerlas y aplicarlas adecuadamente en la lectura y escritura de imágenes.



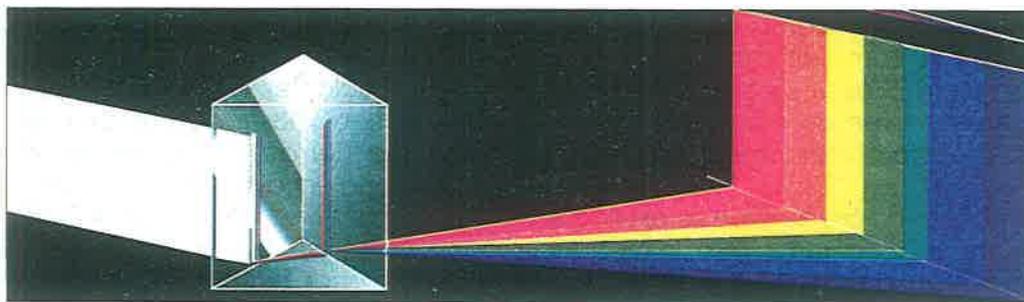
2.1.6 El color.

El humano tiene la capacidad de ver en color, percibe la realidad en color. Desde que los medios de comunicación adoptaron el color, dejando atrás el cine y televisión en blanco y negro, el humano se ha acostumbrado a ver las imágenes en color, ya que las imágenes captan este elemento esencial del mundo físico. El color acerca a la verdadera naturaleza de los objetos. Además, posee una dimensión estética.

Una imagen capta el color. Por eso, para el creador de imágenes, el color tiene una dimensión simbólica. De acuerdo al uso del color, se puede modificar el valor de una imagen.

El color es una experiencia sensorial, estrechamente relacionada con la luz. De la interrelación entre la luz y los objetos, se desprende la fuente de los colores.

La luz blanca contiene todos los colores. Por medio de un prisma de cristal, se puede descomponer la luz blanca y así obtener los colores del espectro.



Al elegir la tonalidad de una imagen, la posición espectral de los colores desempeña un papel muy importante. Los realizadores de símbolos, logotipos y carteles políticos, proceden de acuerdo al espectro de los colores.

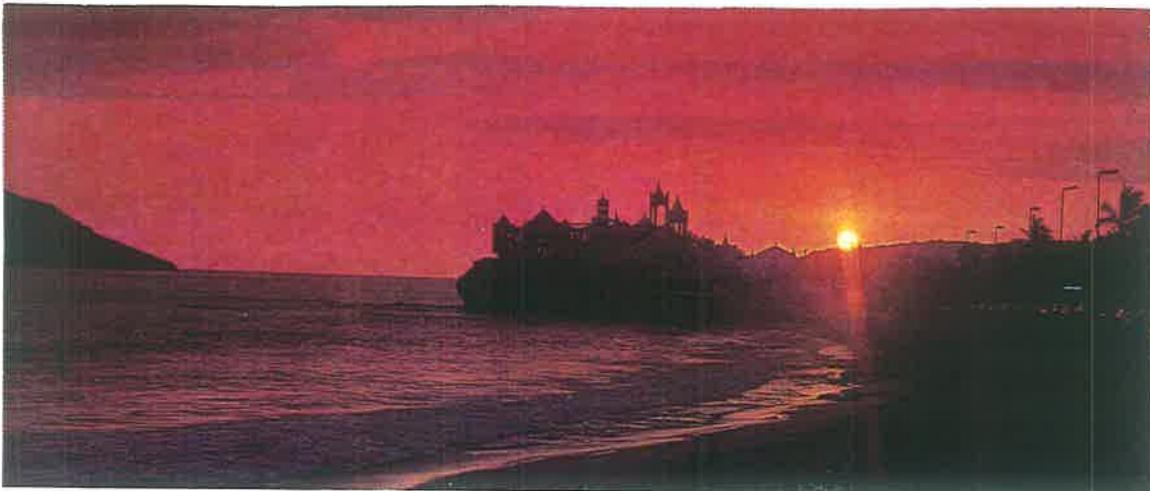
Puesto que la luz es la fuente de los colores, el color de la superficie de un objeto depende la luz que recibe. Por tal razón, generalmente, se comprueba el color de un objeto a la luz del día, porque si se utiliza otro tipo de luz, esta puede ser engañosa.

Cuando un objeto es iluminado absorbe unas radiaciones y refleja otras, lo cual determina el color de la superficie. Por ejemplo, la lechuga es verde porque absorbe más radiaciones de luz blanca, excepto la verde. Si la lechuga se ilumina con luz roja, se verá negra porque la luz roja no contiene radiaciones de luz verde.

El color también se da por el fenómeno de dispersión de la luz. "De esa manera se forma el azul del cielo, pues las finas partículas de polvo, las moléculas de vapor de agua y, hasta cierto grado, las moléculas de oxígeno, nitrógeno, anhídrido carbónico y otros gases que se encuentran en la atmósfera, dispersan los rayos de luz, y los más difundidos, los azules, dan al cielo sus característico color azul.

Las ondas de la luz solar son de diferentes longitudes, y cada longitud de onda corresponde a un color del espectro. Las ondas del rojo son las más largas, mientras que las del azul y el violeta, las más cortas. Las moléculas de gas de la atmósfera difractan o dispersan mejor las longitudes de onda más cortas (que corresponden al azul) que las más largas (correspondientes al rojo). Por esta razón, cuando el cielo está despejado, es de color azul. Además el aire que rodea la Tierra, con sus innumerables partículas sólidas en suspensión, como el polvo, dispersa la luz de tal forma que da una sensación de luminosidad, como si se tratase del reflejo de un espejo.

Por otro lado, cuando el sol está cerca del horizonte, sus rayos atraviesan una distancia mayor dentro de la atmósfera hasta llegar al ojo y, como las ondas más largas penetran mejor que las cortas, el cielo se tiñe de un tono anaranjado subido y de rojo. Además las partículas sólidas suspendidas en el aire acentúan ese efecto de enrojecimiento. De manera similar, cuando el cielo esta cubierto de humo o de nubes espesas, se difractan ondas de todos los colores, y por eso el cielo se ve gris".³¹



³¹ ¡DESPERTAD! Sociedad Watch Tower. 8 Octubre1990.pág.16.

El color se identifica por tres características: tonalidad, saturación y luminosidad.

La **tonalidad** permite distinguir un color de otro. Permite la discriminación de un color de otro; de un color azul y de un rojo, la diferencia de cada parte del espectro.

La **saturación** es una sensación visual, la cual consiste en la mayor o menor intensidad de un color, es decir, su nivel de pureza. Un color tendrá mayor grado de saturación cuando conserve su estado puro, cuando no haya sido mezclado con alguna cantidad de blanco. Por el contrario, un color tiene menor grado de saturación cuando esté mezclado con alguna cantidad de blanco. Así, existirá una distinción entre un rojo pálido de otro más denso.

No se debe confundir la saturación con la **luminosidad**, puesto que cada uno tiene cualidades muy particulares. Se pueden ejemplificar ambas propiedades en la televisión. Cuando se acciona el mando de color, varía la saturación cromática de la imagen. Los rojos, los verdes, los azules aparecen más o menos intensos o puros pero con un brillo inalterable. Cuando desaparece la señal cromática permanece el blanco y el negro, los tonos son invariables a menos que se accione la señal de brillo o luminosidad.

Los colores excitan los conos de la retina mandando información que llega al cerebro, donde el cerebro desarrolla la memoria del color. Por la noche los bastoncillos son quienes recogen el estado luminoso de los objetos.

La calidad cromática de la luz se mide con la temperatura de color, que es la temperatura en valor absoluto en grados Kelvin a la que hay que calentar un cuerpo negro para obtener una radiación similar a la luz de la fuente analizada. Al calentar un cuerpo, primeramente emite radiaciones rojas, cuando se aumenta la temperatura, la luz cambia de color, tornándose: naranjas, amarilla o azul.

Los sistemas de registro tienen que adaptarse a la temperatura de color de las fuentes que iluminan la escena para no ofrecer resultados erróneos.

Las temperaturas de color tienen que igualarse para dar un aspecto natural de como se percibe habitualmente. Aunque es preferible no igualar las luces en vista de su contraste expresivo. Puesto que la luz natural no es siempre la deseada, se tienen que utilizar filtros en cámara y una película con firme respuesta al color. Los creadores de imágenes, por medio de la regulación de temperatura de calor, ilustran aspectos expresivos de sus obras. Hay quien utiliza el color con fines sugestivos.

Los publicistas estudian cada milímetro de las posibilidades del lenguaje audiovisual. Crean impactos icónicos, donde el color es un elemento sumamente indispensable.

Por ejemplo: En los anuncios publicitarios de algunos productos, como los detergentes, utilizan colores blancos-azulados, con una temperatura alta para identificar al producto con lo limpio, fresco a agradable.

Por otra parte, al anunciar perfumes, colonias, utilizan tonalidades rojizas, con una baja temperatura de color, relacionando al producto con la seducción.

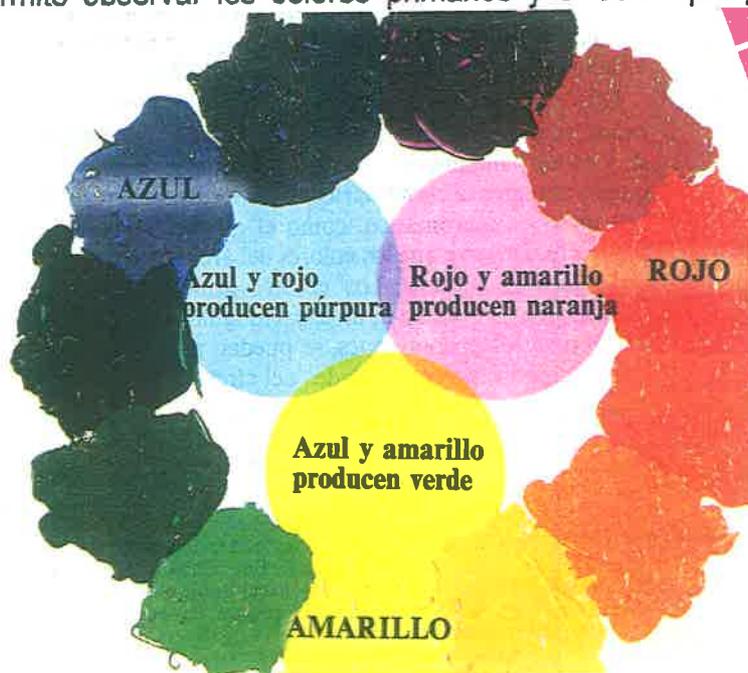


-Formación de imágenes en color.

Los colores rojo, verde y azul, son tres tipos de radiaciones cromáticas, que los conos de los ojos captan. A través de estos tres elementos se elabora el resto del espectro cromático. Por tanto, el rojo, verde y azul, son los colores básicos del sistema visual humano.

Por medio de la mezcla de los colores primarios, se obtienen los colores secundarios. Por ejemplo, al mezclar el color rojo y el verde, se obtiene el color amarillo; al mezclar el color rojo y el azul, se obtiene el color magenta; de la mezcla del color verde y azul, se obtiene el cian.

Los colores primarios y secundarios o complementarios se organizan en el círculo cromático, que consiste en el ordenamiento de los colores primarios y complementarios. Lo que permite observar los colores primarios y el color que producen al mezclarse entre sí.



Al igual que el ojo, los sistemas de registro de imágenes recogen el color a través de la síntesis cromática de colores primarios y complementarios, lo hacen por medio del método aditivo y sustractivo.

Al proyectar luces de diversos colores en iguales proporciones, dan origen al color blanco. El sistema **aditivo** se sustenta en este fundamento para la obtención de colores, efectuando mezclas cromáticas entre primarios y complementarios. "La síntesis aditiva se utiliza en televisión. La luz que llega al objetivo de la cámara electrónica se divide en sus componentes primarios. Se trata de discernir la proporción de rojo, verde y azul que tiene cada color de la escena. Luminancia y crominancia son los dos aspectos de la imagen que se transmiten".³²

³² APARICI, Roberto.et. al.op. cit.vol.1.pág.100.

Si una televisión es de blanco y negro, sólo recogerá la luminancia. Por el contrario; si una televisión es a color, las señales de crominancia que llegan a la pantalla, excitan lumínicamente los pequeños puntos ordenados en triadas de color rojo, verde y azul que están en la pantalla, así se forman los colores primarios en la pantalla que no se distinguen, por razón de la mezcla aditiva entre ellos .

En el sistema **sustractivo** existe sólo una fuente de luz de la que se sustraen los colores mediante el uso de filtros, películas de tinta o pigmentos mezclados. En el sistema sustractivo se invierten las mezclas, porque los colores primarios son ahora complementarios, los colores fundamentales son el cian, el magenta y el amarillo. Por ejemplo: Si una luz blanca atraviesa el filtro cian, deja pasar el azul y el verde; si una luz blanca atraviesa el filtro amarillo, deja pasar al rojo y al verde.

Mediante la combinación de los colores complementarios se obtienen los colores primarios.

“La cuatricromía es el método de reproducir colores naturales combinando tres colores fundamentales mas el negro.

La impresión de ilustraciones en revistas, en periódicos y libros produce una ilusión óptica. Por ejemplo, veamos como se reproduce en blanco y negro una fotografía o dibujo con el tan usado método de impresión indirecta conocido como offset.

Para la impresión de blanco y negro solo se usa una tinta... la negra. No obstante cuando usted mira una imagen en blanco y negro, sus ojos ven también diferentes tonos de gris, ¿cómo se producen en la página impresa los varios tonos de gris además del negro? Por medio del uso de puntos.

¿Puntos? Sí, puntos de tinta. Si usted mira una imagen impresa con un cristal de aumento, verá que esta se compone de muchos puntitos. La fusión de colores que pintó el dibujante o que tiene la fotografía se pierde. Para que una imagen pueda imprimirse, su configuración tiene que cambiarse a puntos.

¿Cómo se crean estos puntos? Una máquina de considerable tamaño, llamada explorador, reconstruye el dibujo o fotografía de acuerdo con un patrón de pequeños puntos bien definidos. El explorador cuenta con un ordenador, que interpreta electrónicamente los diferentes tonos y produce puntos de diferentes tamaños. Se utiliza un láser para reproducir esos puntos sobre una película fotográfica así los diferentes tonos de gris se obtienen variando el tamaño de los puntos que trasladaran la tinta de las planchas impresoras al papel.

Cuando la impresión se hace sobre papel blanco, mientras más claro sea el tono deseado, más pequeños serán los puntos, los tonos más oscuros se reproducirán con puntos de mayor tamaño. De modo que los puntos “engañan” la vista y hacen que uno

vea el negro y los varios tonos de gris fusionarse unos con otros tal como en la fotografía o el dibujo original.

La impresión en colores más compleja. La reproducción de imágenes a pleno color es más compleja que la que se realiza en blanco y negro. En ella se usan tres colores fundamentales además del negro: 1) cian (azul verdoso); 2) magenta (carmesí oscuro); y 3) amarillo; mas 4) negro. Los puntos de cada una de estas cuatro tintas se imprimen unos sobre otros combinándose así en el papel para reproducir la gran gama de colores que sus ojos ven en la página impresa.

No obstante es necesario, primeramente, aislar del dibujo o fotografía original cada uno de los tres colores principales además del negro y entonces convertirlos en conjuntos de puntos que correspondan a las intensidades más claras o más oscuras de cada color. Pero, ¿cómo pueden estos cuatro colores engendrar todos los otros que uno ve en la página impresa?

Digamos que queremos reproducir en una revista una fotografía de yerba verde. Durante la impresión, el papel pasará por cuatro secciones de la prensa y cada uno imprimirá sobre él uno de los colores. Los puntos de uno de los juegos de planchas impresoras recogen la tinta cian y hacen su impresión sobre el papel. A medida que el papel se mueve a alta velocidad por la prensa, otro juego de planchas recoge con sus puntos la tinta amarilla y agregará al papel la impresión de éstos, impresión que aparecerá junto a la de los puntos en cian. La luz que se refleje del cian, del amarillo y del papel blanco, nuestros ojos la verán verde. Todos los otros colores del arcoiris se pueden reproducir una vez que las cuatro secciones de impresión hayan impreso sobre el papel las diferentes combinaciones de puntos en cuatro colores.

Hay mucho que hacer antes de que el producto final salga de la prensa. Se necesita tomar una película fotográfica (un negativo o positivo) de la fotografía o dibujo que se ha de imprimir. Con esta película se harán las planchas impresoras para la prensa.

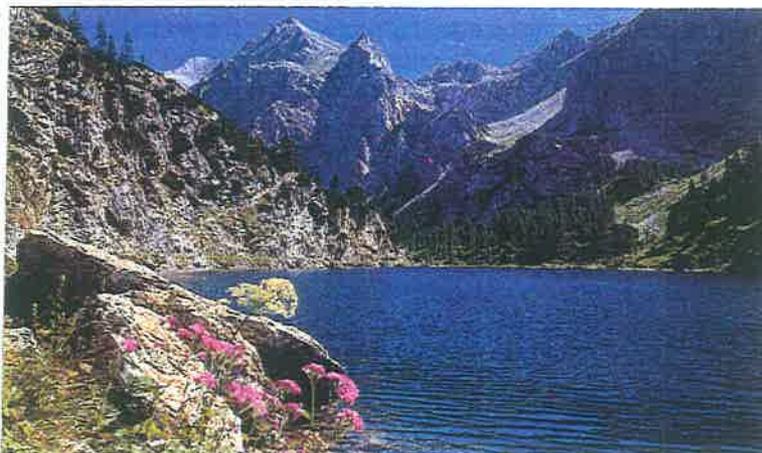
La página en colores de una revista requiere, como mínimo, cuatro películas fotográficas, una para cada uno de los colores principales más una para el negro. Estas películas se hacen con el explorador de láser. El explorador analiza la fotografía o el dibujo que se ha de reproducir y almacena la imagen en su memoria.

La máquina exploradora se asemeja a un tomo de tres metros de largo. Produce un haz de luz intensa que escudriña la imagen en colores a medida que esta rota mentada en un cilindro. Diapositivos ópticos dividen la luz reflejada en tres rayos -uno por cada uno de los colores fundamentales- y los canalizan. Cada canal de luz tiene un filtro que intercepta todos los colores salvo uno. Las zonas que en la imagen original aparecen en negro se reproducen haciendo una combinación de las señales que se reciben de los tres colores fundamentales.

El explorador, con la ayuda de un ordenador, cambia las varias intensidades de cada color a señales eléctricas, y mediante un "tramado" electrónico produce los puntos correspondientes que entonces se almacena en la memoria del ordenador.

El registrador de película tiene un láser. Este responde a las señales eléctricas que recibe y, por su parte, traza los puntos en los negativos. Por cada color se saca un negativo aparte. Uno de los negativos contiene los puntos que representan al magenta de la imagen original; otro tiene el cian; un tercer negativo tiene los puntos que irán en amarillo y un cuarto los que producirán el negro.

Las planchas se montan en la prensa de acuerdo al orden en que se imprimirán los colores, y ya quedan listas para la impresión de la revista. A medida que los cilindros de la prensa rotan, cada uno recoge su color de un depósito especial de tinta. Esta se transfiere de la plancha metálica a un cilindro cubierto con una mantilla de caucho y de ahí pasa la tinta al papel. Cuando los cuatro colores han sido sobreimpuestos, los resultados se aproximan al color natural".³³

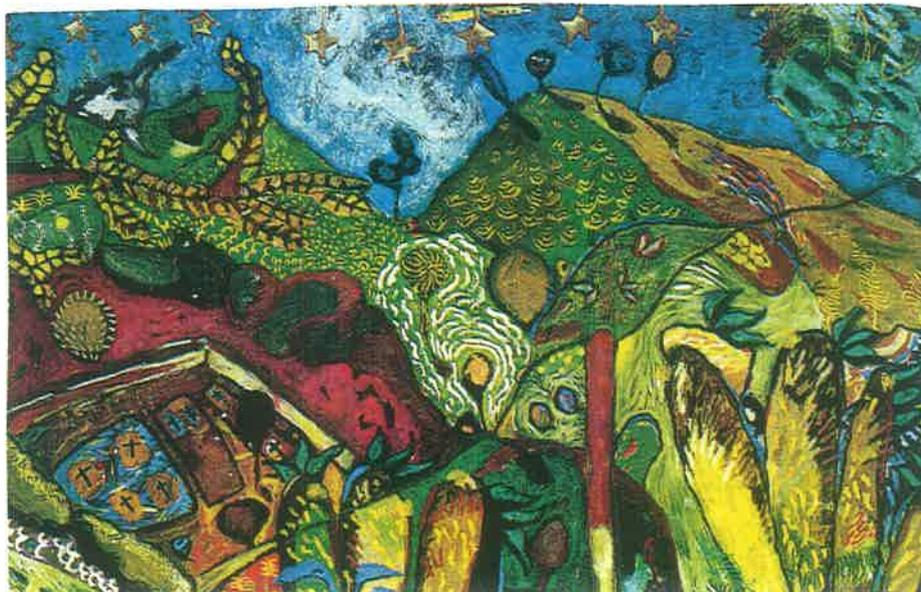


³³ ¡DESPERTAD! Sociedad Watch Tower. 1 Agosto 1987.pág.23-25.

-Tratamiento del color.

El color afecta las emociones, transmite estados emocionales. De ahí que existan colores alegres y sombríos, vivos y apagados, tristes y brillantes. Un individuo puede expresar, por medio de los colores, aspectos de su personalidad, sus sentimientos, estados de ánimo, humor. En el color existe un enorme grado de subjetivismo. Por tanto, el color actúa sobre los gustos, las emociones y la manera de ser de cada persona. Por todo ello, el color es incluido dentro de los elementos de la imagen. No existe un alfabeto rígido del uso del color, puesto que cada cultura tiene diferentes apreciaciones del color, por lo tanto, no pueden estandarizarse.

El color posee diferentes grados de tonalidades en función de su grado de calidez. El color tiene cualidades térmicas. El fuego representa calor lo mismo que el sol, por eso se asocia con el rojo y amarillo y naranja; el hielo y la frialdad del agua, se asocia con el azul y verde. "En la composición de imágenes el azul, el cian o el verde representan valores umbríos, transparentes, aéreos, lejanos e incluso tristes. Los colores fríos suben, tienen menos peso que los rojos, magentas y amarillos. Los colores calientes son, por el contrario, estimulantes, densos, cercanos y placenteros. La dualidad frío-caliente tiene su prolongación dinámica. El grado de calidez de un color tiene bastante que ver con sensaciones motrices. Lo azul aleja y lo rojo acerca. La gama fría es recesiva; por eso es indicadora de distancia. La gama cálida, por el contrario, es expansiva y parece acercarse al observador. Con los azules se crea una perspectiva aérea, una ilusión de profundidad".³⁴



³⁴ APARICI, Roberto. et. al. op. cit. vol. 1. pág. 105.

Los colores aparecen en una imagen con diversos grados de saturación. Los colores saturados son fuertes, con gran impacto visual. Si en una imagen hay excesivos tonos saturados, esto entorpece la visibilidad de la imagen. Para evitar esto, tiene que reducirse la saturación a pocos colores sobre un fondo neutro.

Los colores desaturados tienen características muy sutiles. Los colores desaturados dan la sensación de elegancia.

“Cada color posee una apariencia pero esta no es inmutable, cuando un color se relaciona con otros, se generan correspondencias que alteran la importancia de cada cual. Un color rojo, por ejemplo, nos parecerá más o menos apagado según el fondo sobre el que se disponga. Si el fondo es negro, veremos el rojo más limpio y saturado que sobre un fondo blanco. De la misma manera, el azul es más oscuro sobre amarillo que sobre negro y, sobre verde, el azul tenderá a enrojecerse. Se crean así complejas combinaciones que afectan de forma determinante la composición, combinaciones que es preciso conocer a riesgo de obtener resultados abigarrados, sin significación, coloridos que perturben, más que aclaren, la lectura de una imagen”.³⁵



³⁵ APARICI, Roberto.et. al.op. cit.vol.1.pág.106.

Existen dos formas de relación entre los colores: la relación armónica y la relación de contraste.

La relación **armónica** es aquella donde los colores semejantes se vinculan formando un conjunto concordante. Existe un armonía cromática, donde los colores son parecidos, con perceptibles variaciones suaves, lo suficiente para observar un contraste. Existe armonía cuando un color es común a los demás. Se puede ir desde un azul marino hasta un azul cielo.

Al contrastar los colores se puede crear un impacto inmediato. El azul y rojo parecen moverse al estar juntos, recurso que utilizan las imágenes publicitarias para llamar la atención.

El **contraste** cromático consiste en la yuxtaposición de colores cálidos y fríos, es decir, el contraste de tonalidades opuestas. El contraste de colores desequilibra, atrae la mirada. Utilizando el contraste cromático se pueden crear imágenes con un fuerte impacto visual.

Los colores tienen una significación indistinta, puesto que en cada cultura un color significa algo diferente. Para una determinada cultura un color puede expresar luto y tristeza, para otra, el mismo color expresa alegría, contentamiento. Por tanto, los colores no tienen una traducción exacta.

Sin embargo, dentro del entorno, los colores pueden tener la siguiente significación:

El negro representa una tonalidad elegante en la moda. Frecuentemente, lo negro se relaciona con el poder. Dota a los objetos o a las personas de un aspecto aristocrático.

El gris sugiere inteligencia. Se le relaciona con el pasado, transmite desánimo, aburrimiento, indeterminación.

El blanco se relaciona con la pureza y virginidad. Es símbolo de paz y de armonía.

El rojo representa la sangre y la vida. Es agresivo y excitante. Implica acción y movimiento. Indicador de peligro.

El naranja es rico y extrovertido. Es un color de alarma.

El amarillo es un color reflectante. Tiene una facilidad de percepción, por eso es uno de los colores más usados para solicitar la atención del observador. Es el color de la opulencia.

El verde es juventud y fertilidad. Es el color de la naturaleza y la esperanza. Sin embargo, puede significar decadencia.

El azul relacionado con el cielo y mar. El azul es bello y majestuoso aunque pasivo.

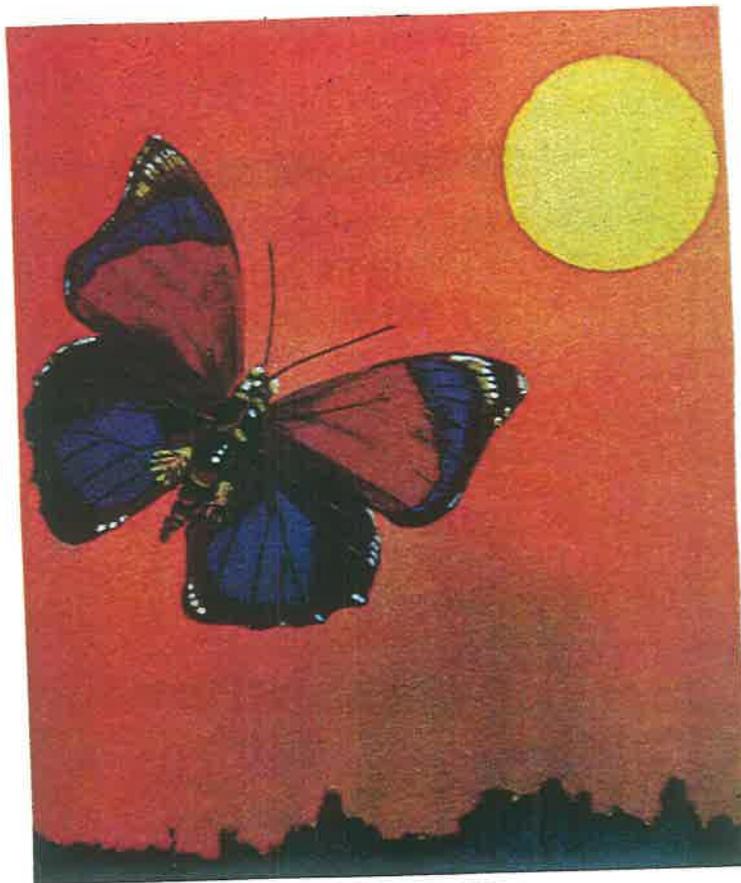
El violeta se relaciona con el lujo y la ostentación, con el prestigio y la elegancia. Es un color ilustrativo con sentimientos intensos.

Todos los elementos mencionados anteriormente se toman en cuenta al realizar una imagen.

La publicidad ha explotado y desarrollado las técnicas del color para atraer la mirada del consumidor. Porque los colores ejercen una influencia directa sobre la mirada de los observadores.

“Los colores fuertes y contrastados atraen a los niños y a las personas de bajo nivel cultural. Las tonalidades suaves y armónicas se dejan para compradores sofisticados. Los colores oscuros son preferidos por hombres y ancianos. Las mujeres se decantan por los colores fríos y el rojo azulado. El violeta y el púrpura se dejan para ambientes de lujo. La publicidad de alimentos se mueve en una gama que abarca rojos, amarillos, naranjas y marrones”.³⁶

Por lo tanto, el color es utilizado por los creadores de imágenes, con base en el diseño de una estrategia minuciosa. El color provoca reacciones emocionales, como elemento visual es aprovechado por la publicidad.



³⁶ APARICI, Roberto.et. al.op. cit.vol.1.pág.111.

2.1.7 El encuadre.

Todos los medios de comunicación visual, seleccionan un espacio real o un determinado fragmento de la realidad, esto es lo que se conoce como encuadre. El encuadre delimita la representación que se hace de la realidad, puesto que no es posible captar totalmente la realidad mediante una imagen. De esta manera, para el creador de imágenes, al hacer uso del encuadre, tiene que recurrir a su creatividad e inventiva, en razón de que las delimitaciones del encuadre se lo están exigiendo. Por lo tanto, el encuadre es la delimitación del espacio real, a través del encuadre se selecciona la porción de la realidad que se ha determinado representar.

En encuadre está conformado por diferentes elementos o componentes, los cuales se combinan y se concretan en una imagen. Dichos componentes son los siguientes:

a) por el espacio que ocupa la imagen., el Tamaño y el Formato.

El tamaño y el formato son además factores externos al encuadre.

-Tamaño.

El tamaño está determinado por el medio de comunicación que se utilice, cada medio posee una serie de tamaños preestablecidos; con base en ellos se elaboran las imágenes.

Cuando se elabora una imagen, haciendo una representación de la realidad, se elige el marco, que es el lugar o espacio donde se ubicará la imagen. Dependiendo del uso del tamaño que se hace de la imagen en un determinado medio, pasando de un medio a otro, la misma imagen, sufre una modificación, significa que se están alterando la o las sensaciones que produce el observar dicha imagen.

De esta manera, el tamaño cumple una función mediatizadora, mediando el contenido de una imagen. Por ejemplo, una película cinematográfica, desde un principio, es pensada para proyectarse en pantallas de gran tamaño, sin embargo, cuando esta misma película es proyectada en otro medio, como la televisión que tiene otro tamaño, desmerece en gran manera las sensaciones muy fuertes que se reciben en una sala de cine.



-Formato.

Es otro componente del encuadre. "El formato de una imagen es la relación existente entre sus lados verticales y horizontales (...), el formato se establece por la proporción entre sus lados".³⁷

De igual manera, cada medio de comunicación tiene su propio formato o formatos, si es que dicho medio cuenta con un amplio repertorio de formatos. Sin embargo, cuando un medio selecciona el formato que va a utilizar, la elección tiene indudables consecuencias estéticas en el espectador. Por eso, el formato significa una elección muy diferente a la del tamaño.

De manera similar, como sucede con el tamaño, cuando se proyecta un formato cinematográfico en otro medio, no deja de suceder una adulteración del formato original, pues tiene que ser recortado, generando una verdadera manipulación, tanto de la composición como del ritmo de la película.

Por ejemplo, las películas cinematográficas antiguas y la pantalla de televisión tienen un formato semejante de 1:1'33, por lo que al proyectarse no existe el mayor problema. Pero, en el caso de las películas panorámicas que utilizan el formato de 1:1'66 y de los formatos scope que utilizan un formato de 1:2'55, no se adaptan al formato de la televisión, sin embargo, al hacer una adaptación de una película cinematográfica de estas dimensiones (formato rectangular) para televisión (formato cuadrado) tiene que recortarse el encuadre para evitar las franjas, por lo que la superficie de la imagen disminuye sensiblemente.



³⁷ APARICI, Roberto.et. al.op. cit.vol.1.pág.118.

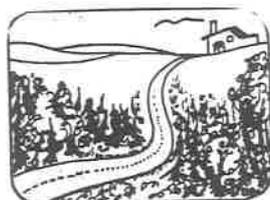
B) por la manera como la imagen representa el espacio real: Planos, Punto de vista, la Óptica, el Movimiento y la Continuidad; configuran la composición interna del encuadre.

-Planos.

De acuerdo con cada una de las posibilidades del encuadre, al seleccionar el tamaño del objeto y el espacio de circunscripción del margen que permite el marco, se construye el plano, que está en función de la figura humana.

Los planos tienen que planificarse para cada escena, siguiendo un registro de planos. A esto se le llama planificación. Puesto que los planos están en función de la figura humana, de acuerdo a una escala, tales planos son los siguientes:

--**Gran Plano General.** (G.P.G.). Representa el lugar o ambiente donde transcurre la acción. En tanto que la figura humana sensiblemente se percibe o aparece perdida dentro de todos los elementos del escenario.



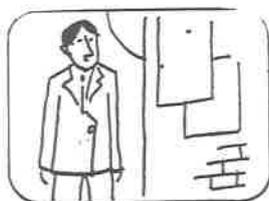
--**Plano General Largo.** (P.G.L.) En este plano existe el predominio del escenario sobre la figura del personaje.



--**Plano General.** (P.G.). Por una parte describe el contexto donde se desarrolla la acción, aunque las referencias al ambiente son menores. Por otra parte, la figura del personaje se encuadra de la cabeza a los pies.



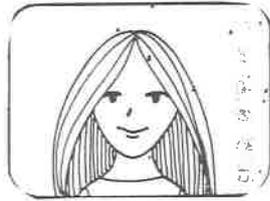
--**Plano Americano.** (P.A.). Encuadra a la figura humana a la altura de las rodillas. La figura humana empieza a adquirir una dimensión expresiva, cobrando un mayor protagonismo.



--**Plano Medio.** (P.M.). Recorta al personaje a la altura de la cintura, aproximadamente. El personaje se observa con mayor claridad, cobrando mayor importancia sus expresiones.



--**Primer Plano.** (P.P.). Corta al personaje por los hombros, seleccionando el espacio de la cabeza a los hombros de la figura humana. Este plano permite observar los rasgos expresivos y se conoce el estado psicológico y emocional del personaje.



--**Gran Primer Plano.** (G.P.P.). Recorta al personaje por una zona del rostro, desde la frente a la barbilla. La expresión de la boca y la mirada, dan a conocer la expresión del rostro. En este plano se contiene la expresión.



--**Plano Detalle.** (P.D.). Presenta un fragmento de la figura humana, de un objeto, animal o cosa, que, de otra manera, hubiese pasado desapercibida. Respecto a la figura humana, el plano detalle puede presentar una mano, una oreja, los ojos.



-Punto de vista.

Al punto de vista se le conoce también como Angulación o Ángulos de visión, que es el punto de vista desde donde se observa la acción. Consiste en la posición de la cámara, tomando siempre como referencia la altura del ojo humano, por eso se planifica a partir de la figura humana, los puntos de vista son los siguientes:

--**Ángulo Medio.** La realidad ocurre a la altura de los ojos del personaje.



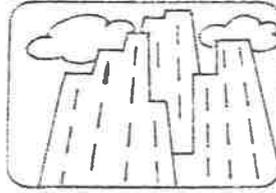
--**Ángulo Picado.** La acción es representada de arriba hacia abajo. Este tipo de ángulo transmite una sensación de pequeñez.



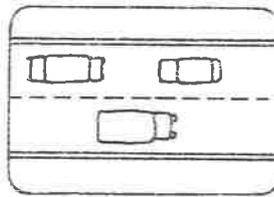
--**Ángulo Contrapicado.** La acción es representada de abajo hacia arriba. Este tipo de ángulo transmite una sensación de superioridad.



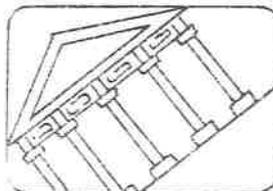
--**Ángulo Nadir.** Es el ángulo contrapicado absoluto.



--**Ángulo Cenital.** Es el ángulo picado absoluto. Ofrece una visión perpendicular de la realidad.



--**Punto de vista aberrante.** Se presentan imágenes en desequilibrio.



--**Punto de vista subjetivo.** Ofrece el ángulo de visión de un espectador invisible, situado en el lugar de los ojos del sujeto.

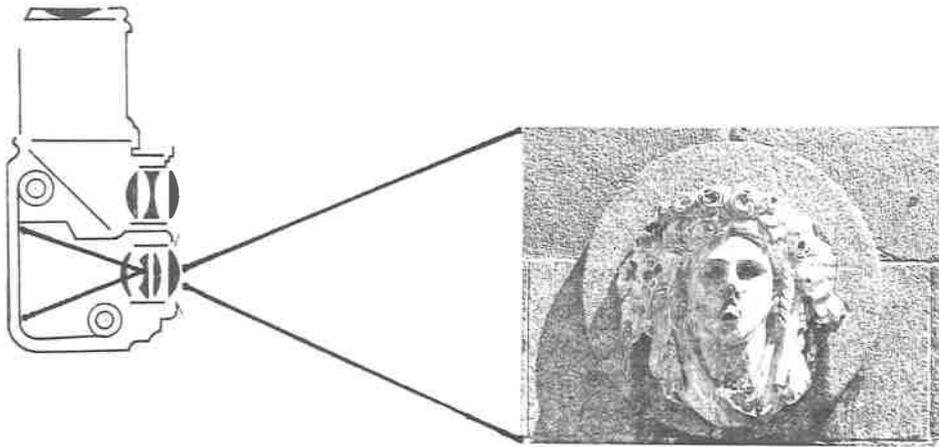


-La óptica.

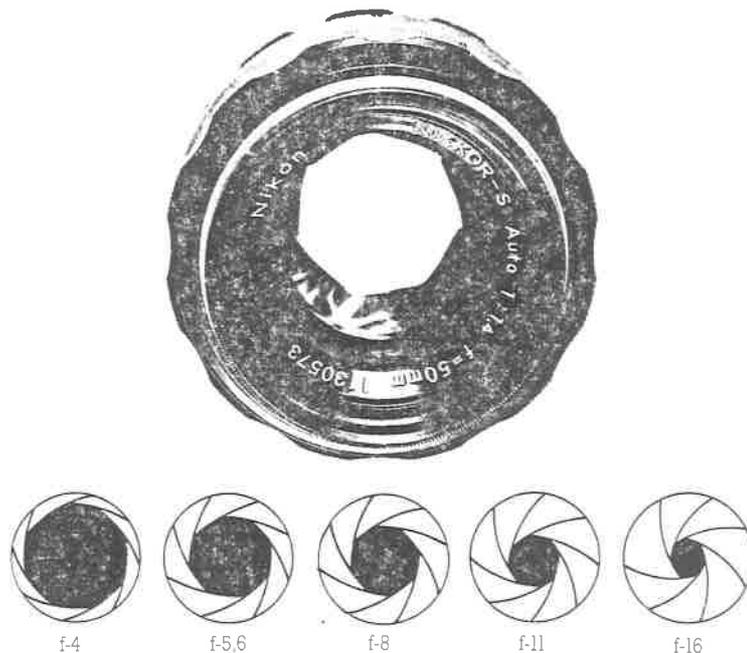
Cuando un sujeto es representado desde el ángulo de visión de contrapicado o desde dos planos generales del mismo sujeto, cada uno ofrece aspectos muy distintos y diferencias radicales. Lo anterior obedece a la óptica que se empleó. Porque los objetivos o lentes, representan la realidad de diferentes maneras, modificando el encuadre.

El objetivo o lente se define por dos características: la distancia focal y la luminosidad.

--La **distancia focal** es la distancia que existe desde el centro del objetivo de la cámara, hasta la distancia en donde se observan con claridad las imágenes en el plano.



--La **luminosidad** se basa en la abertura del diafragma, el diafragma consiste en un sistema de placas que se desplazan para permitir la entrada de la luz, dicho sistema consiste en que, entre más cerrado esté el diafragma, permitirá el paso de menos luz y viceversa.



--El **ángulo de campo** de un objetivo consiste en la propia división de los objetivos, que se dividen en:

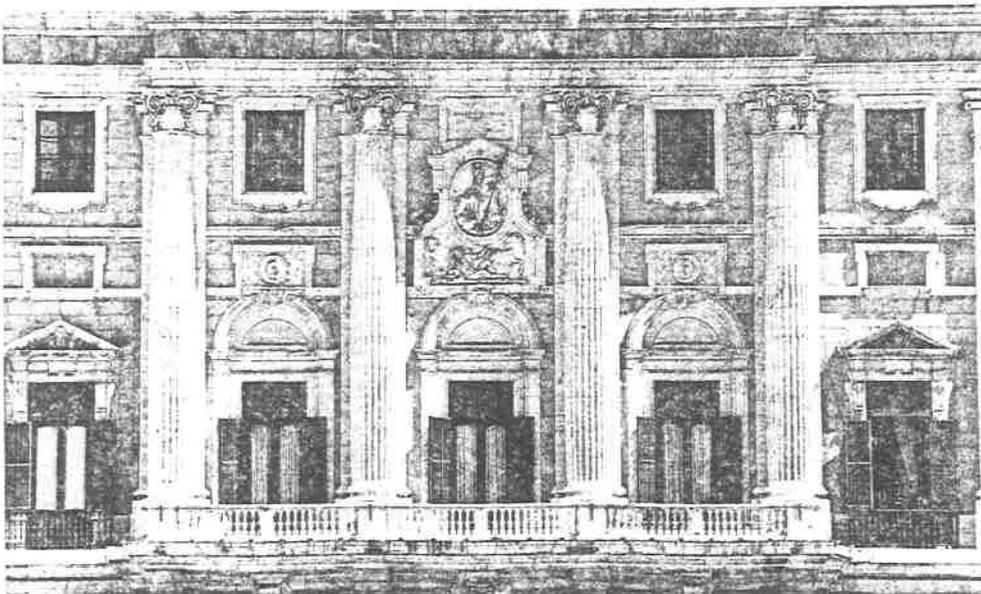
---**Objetivo normal.**



---**Objetivo angular.**



---**Teleobjetivo**



Cada objetivo tiene un particular ángulo de campo o de visión. Este ángulo se obtiene, desde el objetivo, hasta donde se observa con claridad la imagen, en función del formato y tamaño de la imagen.

A diferencia de los objetivos anteriores, existe otro tipo de objetivo, al que se le conoce como zoom. El zoom incorpora, en sí mismo, los tres objetivos anteriores, permite diferentes posiciones angulares, pasando de una óptica a otra, sin que se modifique el plano.

El enfoque es una operación en la que el objetivo o lente se desplaza hacia delante o hacia atrás, hasta encontrar una posición a una distancia intermedia, en la que se alcanza nitidez en la imagen.

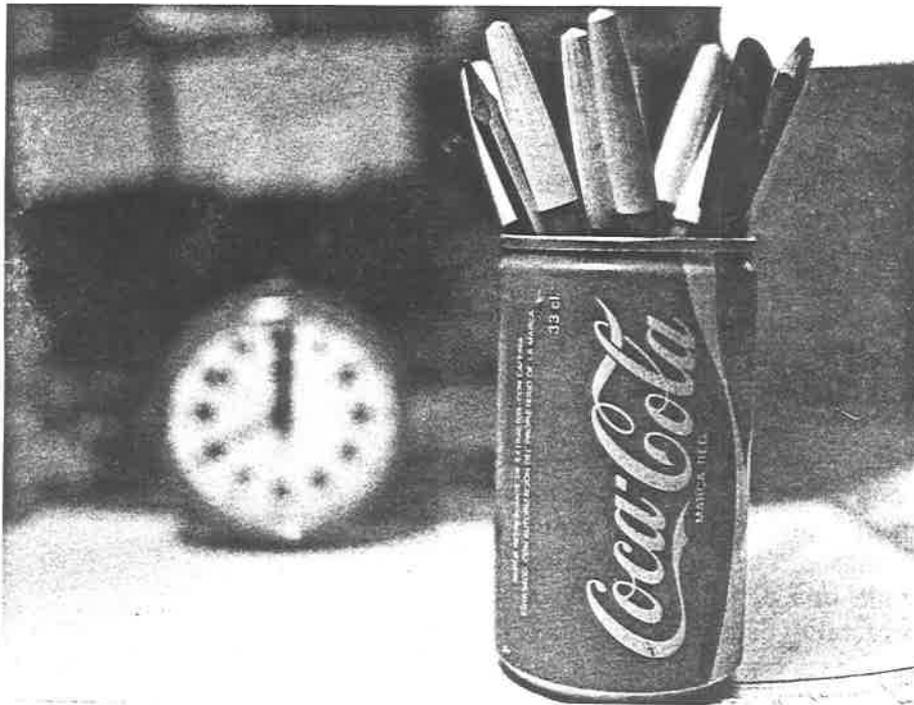
La profundidad de campo, está determinada por la distancia donde se sitúa el sujeto. Cuando la imagen del sujeto, poco a poco, va alcanzando una clara definición, hasta cuando la definición del sujeto llega a perderse, entonces, es el momento en que la profundidad de campo se alcanza, al equilibrar ambos enfoques.

Se logra una mayor profundidad de campo si el sujeto se sitúa a cierta distancia, contrario a que se sitúa cerca de la cámara.

También, la profundidad de campo se obtiene: según el tipo de objetivo que se utilice y según la abertura del diafragma. En el primer caso, el objetivo angular tiene una mayor profundidad, en el segundo, entre más cerrado esté el diafragma, mayor será la profundidad de campo. Para conseguir la máxima profundidad de campo, el objetivo se coloca en la llamada distancia hiperfocal hacia el infinito.

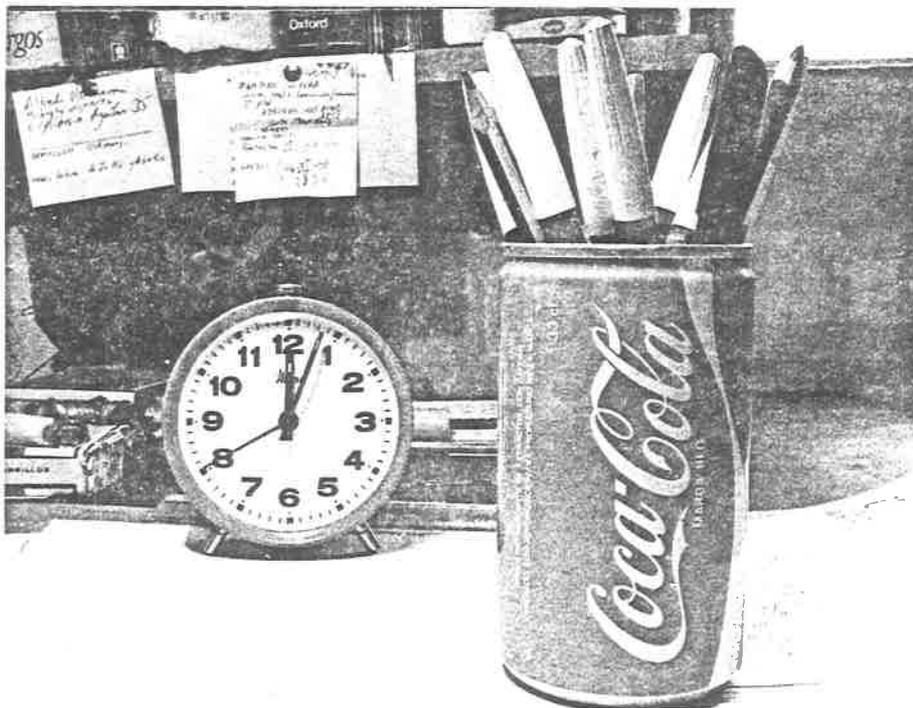


Una gran abertura de diafragma implica menor profundidad de campo.



F:2

A mayor cierre del diafragma mayor profundidad de campo.



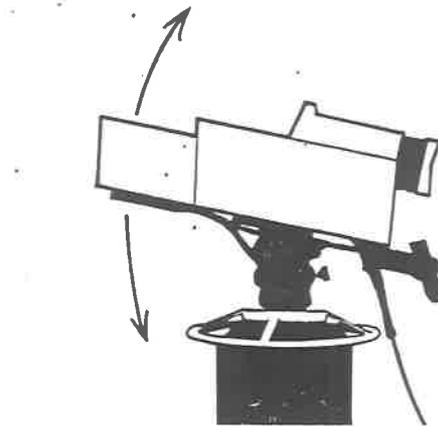
F:16

-Movimientos.

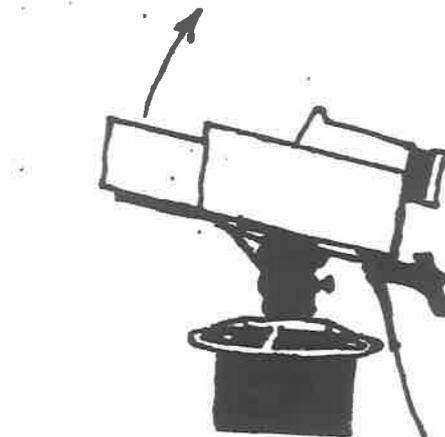
Los movimientos se consiguen al desplazar la cámara; tales desplazamientos repercuten en el encuadre, dándole vida. Tres son los movimientos de cámara: la Panorámica, el Travelling y la Grúa.

La **panorámica** es un movimiento de rotación, la cámara gira sobre su propio eje, vertical u horizontal y oblicuo. A su vez, existen panorámicas que son descriptivas, de acompañamiento y de relación.

La panorámica **descriptiva** consiste en abarcar totalmente un escenario, mediante un desplazamiento.



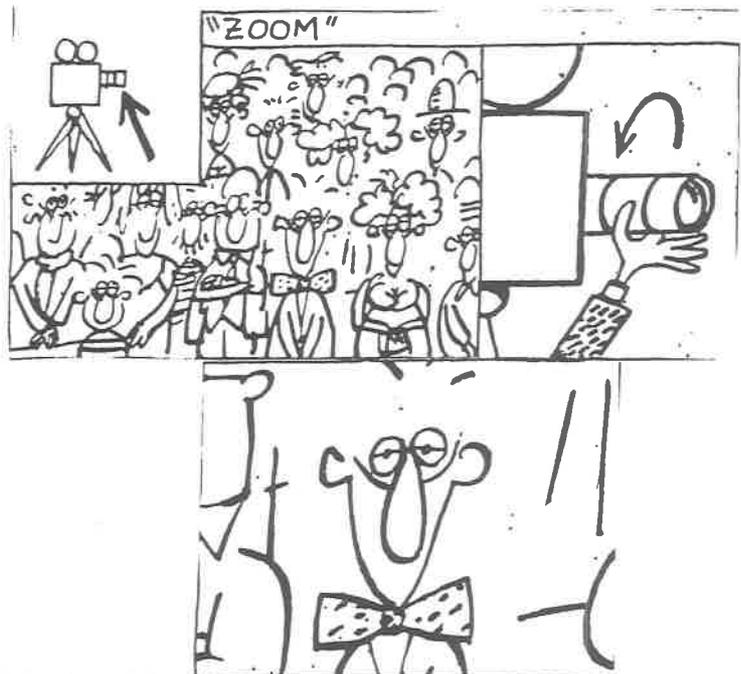
La panorámica de **acompañamiento** consiste en la justificación del movimiento de algún personaje, al que se va siguiendo.



La panorámica de **relación** consiste en relacionar secuencias visuales de interés. El movimiento de las cámaras exige un sentido de dirección, que puede ser de izquierda a derecha, además, una velocidad constante, que se adecue a la velocidad del ojo. Evitando los movimientos rápidos e inesperados, más bien, movimientos suaves.

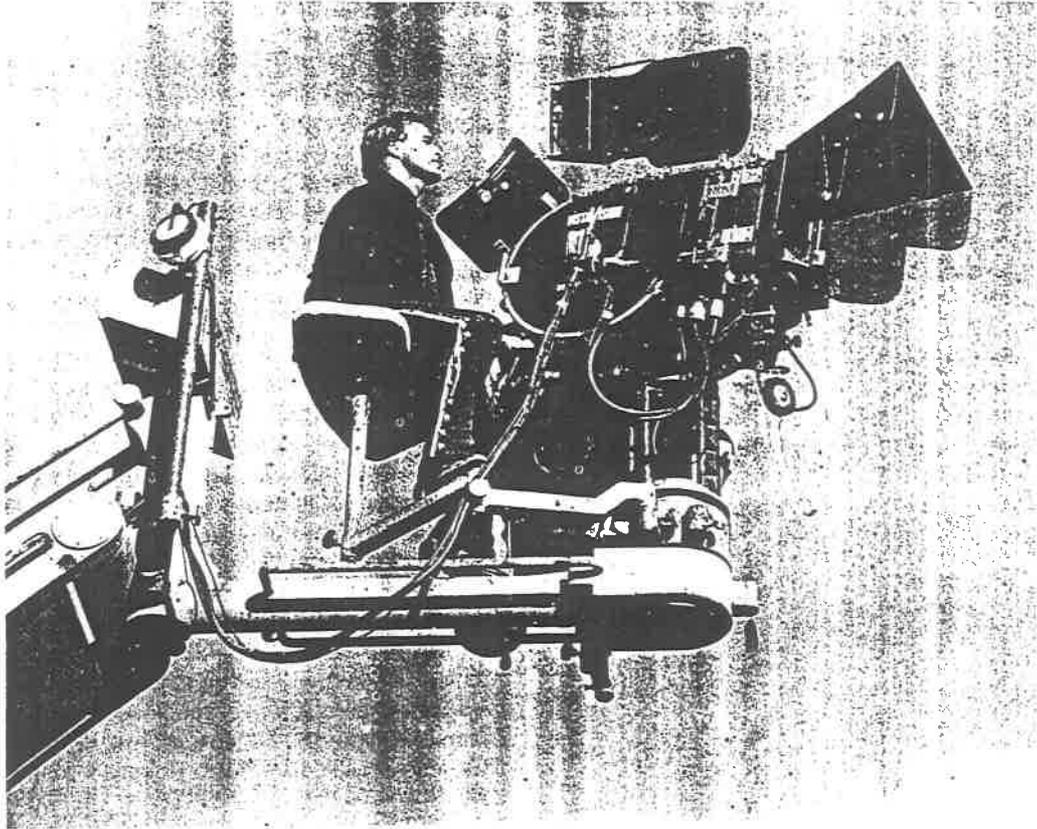


Otro movimiento de cámara se obtiene por medio del **travelling**, que se desplaza hacia delante o hacia atrás, permitiendo la ejecución de la panorámica. El travelling puede hacer movimientos de panorámica descriptiva, panorámica de acompañamiento y panorámica de relación. No se le debe confundir al travelling con el zoom, pues cada uno tiene sus propias características. Mientras el travelling se desplaza moviéndose, el zoom varía la distancia focal, desplazando los lentes únicamente. "El zoom manipula la perspectiva. El travelling respeta el espacio real".³⁸



³⁸ APARICI, Roberto. et. al. op. cit. vol. 1. pág. 135.

La **grúa** es otro instrumento que permite movimientos de cámara más complejos que los anteriores, además, integra en sí mismo los movimientos de panorámica y del travelling.

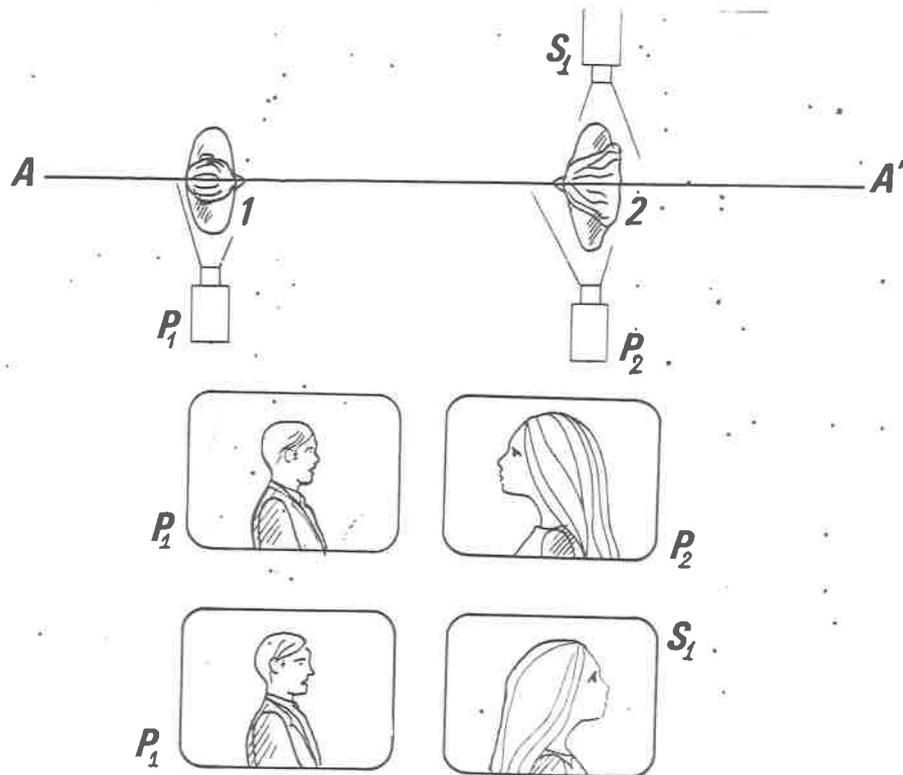


-Continuidad.

La secuencia de los planos, de un plano a otro, es la continuidad. De acuerdo a la ordenación de un plano a otro plano, se consigue una continuidad narrativa.

Se da un salto proporcional, de acuerdo a la planificación, cuando se pasa de un gran plano general, y así sucesivamente. No existe continuidad si de un plano general se brinca a un plano detalle, si eso ocurriese no existe una relación de continuidad entre sí.

La continuidad óptica. Para conservar la continuidad óptica siempre se ha de utilizar el objetivo apropiado para cada plano. También, se conserva la continuidad óptica en la decoración y el vestuario, se pierde la continuidad al dejar pasar detalles que parecen ser insignificantes, pero se presentaron y fueron captados por el espectador.



El eje de la acción:

Supongamos una conversación entre el personaje 1 y el personaje 2 frente a frente. El eje de la acción es A-A' si montamos el plano obtenido desde la posición P₁ con el plano obtenido desde P₂, ambos planos ligarán, puesto que los dos personajes aparecerán mirándose respectivamente.

Por el contrario, el plano P₁ montado junto al plano S₁ no concuerda, puesto que los dos personajes miran en la misma dirección.

Como norma general diremos que cualquier plano obtenido desde un lado del eje se puede montar correctamente con otro grabado desde ese mismo lado (P₁ con P₂), pero nunca con un plano procedente del otro lado del eje A-A'.

2.1.8 Organización del encuadre.

Al describir los elementos y componentes primarios de la imagen -puntos, líneas y formas- ya se señalaron algunas estrategias de organización dentro del encuadre. La adición de la luz, los planos, los ángulos y movimientos, todo esto incrementa la necesidad de una organización. Todos estos factores precisan de un orden, una configuración especial que les dé sentido. La operación de organizar los elementos de una imagen se denomina composición. Componer es agrupar, ordenar todos los valores visuales que se han descrito aisladamente para obtener imágenes con sentido, según una idea guía, según un estilo, para alcanzar un efecto estético, informativo o narrativo determinado.

Cada imagen tiene sus necesidades concretas, por lo que no es posible apegarse estrictamente a las reglas generalmente aceptadas, pero tampoco se descartan.

-Principios de composición.

Siguiendo el criterio funcional, el principio compositivo más importante es el de la claridad. Como en todos los pasos en la realización de una imagen, cuando se compone, habrá que tener presente la finalidad de la misma. Si el objetivo es producir imágenes educativas, el esfuerzo de composición estará dirigido hacia la concreción máxima de los elementos que atraerán y fijarán la atención.

Los elementos visuales no deben estorbar. No es correcto en términos de composición la ambigüedad de las formas. Todo aquello que aparece en el encuadre debe estar nítidamente dispuesto.

La claridad en la disposición de los elementos visuales no tiene porque empobrecer el significado de una imagen. Lo difícil es narrar con sencillez, con austeridad en el tratamiento, sin adornos que entorpezcan el sentido de los encuadres.

El principio de la claridad tiende a soslayar en lo posible la distribución de los contenidos visuales, su disposición confusa e ininteligible, esto no significa que se deba caer en la monotonía.

La variedad tiene que ver con el grado de atracción de una imagen. Con una ordenación que impulse el interés por la misma. Este interés surge casi siempre a través del contraste, uno de los instrumentos más útiles en la composición.

El contraste es un expresivo reforzador del significado. El contraste es estimulante. Atrae la atención. Sugiere una inestabilidad inquietante, provocadora. El contraste amortigua la posible ambigüedad de una composición. Se interesa en resaltar a un personaje que es gordo, para eso lo coloca junto a uno extremadamente delgado. Los términos opuestos se afianzan en sus valores cuando se enfrentan entre sí.

Puede haber también contraste de formas -redondeadas frente a picudas, de líneas horizontales rotas por verticales y oblicuas-, de movimiento frente a quietud o de tamaños de las figuras dentro del encuadre.

Frente a la estrategia compositiva del contraste se sitúa la de armonía, entendida como la vinculación de las diversas partes del encuadre por su semejanza entre sí. La composición armónica es una composición del encuadre en la que los elementos se modulan en variaciones poco ostensibles. La armonía puede venir dada por la agrupación de líneas y formas parecidas, por una gradación lumínica suave, por la elección de colores cercanos en el círculo cromático. La armonía interna de una composición se realiza, en suma, de una cierta concepción del equilibrio.

El equilibrio tiene una aplicación en la organización del encuadre. El equilibrio es una opción fundamentada en la necesidad de la percepción humana de estabilidad. No es fácil definir el equilibrio de una imagen. Cuando los elementos que forman parte de la misma son escasos y de contornos simples, es posible una cierta objetivación. El equilibrio es una sensación subjetiva, la impresión de que una imagen está organizada adecuadamente. Por eso no hay fórmulas únicas y son muchos los diseños que se pueden plantear con idénticos componentes para obtener imágenes equilibradas.



Dentro de esta multiplicidad de posibilidades, se suelen distinguir dos grandes corrientes: el equilibrio estático y el dinámico.

La **composición estática** busca la continuidad. Las imágenes cuya organización tiende a lo estático huyen de todo lo que suponga inestabilidad, movimiento, transformación.

Se juega entonces con otros factores: la uniformidad, la armonía monocorde, la ausencia de tensiones. La simetría es quizá la principal característica del equilibrio

estático. Con la simetría se igualan los valores visuales del encuadre por simple repetición. La simetría dota a la imagen de una inevitable pesadez.

El ojo necesita estabilidad pero esta no se refiere forzosamente a la disposición monótona y simétrica de los contenidos de una imagen.

La **composición dinámica** ofrece alternativas distintas: el ritmo libre, la asimetría, el conflicto, se trata de elaborar el encuadre con las herramientas de la variedad y el contraste. No se debe confundir, sin embargo, dinamismo con confusión, se precisa de nuevo insistir en el principio de la claridad. En este tipo de composición se prefiere incluir motivos de intensa dinamicidad pero sometidos a una disciplina, una jerarquización dentro del encuadre.

Se mencionó al ritmo como uno de los rasgos de este estilo de organización. La sensación dinámica que una imagen proporciona se ve, en efecto, reforzada enormemente por el ritmo diseñado del encuadre.

El ritmo no afecta obligatoriamente al movimiento físico sino que surge de ciertas formas de organización. El ritmo se crea por la especial ordenación de los diversos valores visuales, por su repetición según una cierta cadencia.

La última faceta apuntada, la de sugerir un ritmo que no depende sólo de la composición interna de una imagen sino de su relación con otras es un recurso que emplea a menudo la publicidad.

El ritmo visual tiene indudablemente una gran fuerza, una fuerza a veces demasiado ostensible. Por eso mismo, se tiene que emplear una moderación. Una composición rítmica es una buena estrategia de diseño si no llega a enmascarar el verdadero sentido de una imagen.

Por otra parte, con el ritmo se corre un riesgo evidente, el de la monotonía. El ritmo para que sea atractivo, no debe ser demasiado elemental. De lo contrario se estaría de nuevo en un terreno del equilibrio estático.

Se opte por un estilo de composición dinámico o estático, el principio de la claridad impone en una imagen la necesidad de situar con todo rigor su centro de interés y, en consecuencia, la línea o recorrido que el ojo debe seguir para leer dicha imagen.

La composición debe estar al servicio del centro de interés. La composición debe suscitar en el espectador la urgencia de encontrar el centro de interés. El centro de interés debe ser el elemento dominante que dé sentido a una imagen. Algunos le llaman núcleo semántico. Se trata de aquella zona de la imagen donde contiene lo que ésta significa en esencia. Para detectarlo se pueden practicar sobre la imagen diversas ocultaciones parciales.

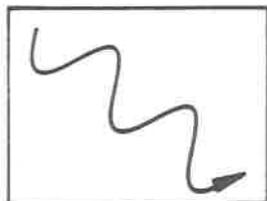
Así se comprueba cuando la imagen adquiere pleno sentido. El centro de interés no tiene porqué ser único. Pueden coexistir dos o más núcleos semánticos de igual o diversa importancia. Cuantos más puntos de interés contenga una imagen, mayor cuidado se tendrá en su disposición del encuadre, a fin de evitar la confusión. En este

caso en cuando cobra su debida importancia la calculada sugerencia de un recorrido visual.

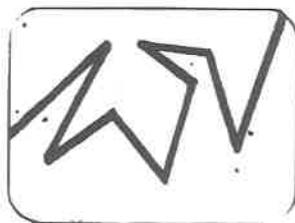
Sí, la composición tiene un peso tan trascendental en el proceso de realización de una imagen es precisamente por lo que tiene de guía, de organización de factores que han de ser percibidos en un orden determinado, según unas directrices marcadas de antemano. Un recorrido visual oscuro y laberíntico, difícil de seguir, sólo será válido si esa -la ambigüedad- es la principal razón de ser de una imagen. En caso contrario, se hace preciso marcar al ojo un camino para que no pierda información. Se trata entonces de diseñar las llamadas líneas de indicatividad, líneas que trazan un sendero que conduce a la mirada por los centros de interés de la imagen.

Cuando se planea el recorrido visual dentro de un encuadre hay que tener en cuenta la forma de leer los textos: de izquierda a derecha y de arriba a abajo. Se está condicionado por estos hábitos, pero en la confección de una imagen entran en juego aspectos que por sí solos son capaces de crear recorridos alternativos, aspectos que ya se han descrito como: los puntos, las líneas, las formas o las masas de luz y color. Hay incluso un tipo de direccionalidad específico que es de las miradas de los sujetos, verdadera pieza maestra en la composición en medios como el cine y el vídeo.

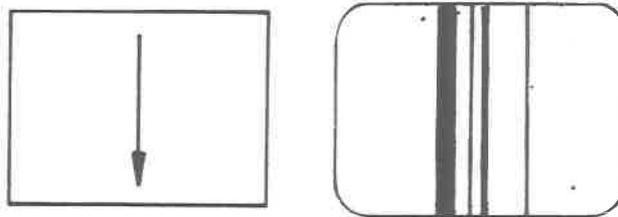
Al margen de servir de guía a la observación, la línea de indicatividad sugiere por sí misma diversas sensaciones añadidas a la lectura de una imagen. No es lo mismo, por ejemplo, recorrer un encuadre en línea recta o en línea curva. Un recorrido en líneas **curvas** sugiere calma, belleza, voluptuosidad.



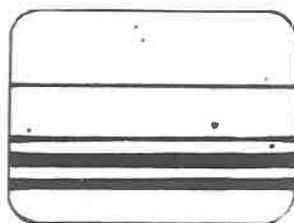
Las líneas **quebradas** dan sensación de vitalidad e incluso violencia.



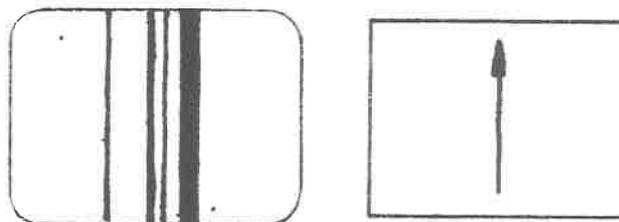
La dirección **vertical** es más intensa e impactante que la horizontal.



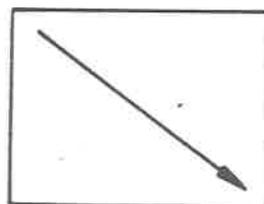
Horizontalmente, el ojo se deja conducir mejor de izquierda a derecha que de derecha a izquierda.



Una dirección **ascendente** es más fuerte que una descendente.



En **diagonal**, la línea de recorrido siempre se hace más dinámica.



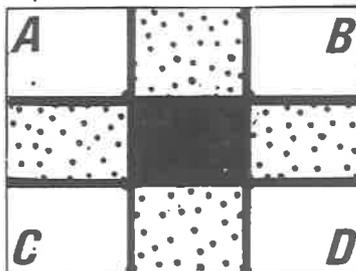
-Composición práctica.

Cuando se organiza un encuadre se debe definir con precisión el centro de interés, lo que realmente resulta pertinente. Es necesario hacerse preguntas como cuál es el tema o asunto principal. En función de ello se evaluará si el plano seleccionado es idóneo, si será demasiado cercano o lejano para enseñar el núcleo semántico propuesto, si se encuentra situado en uno de los puntos fuertes del encuadre, si no habrá elementos superfluos que distraigan la atención.

El resalte del centro de interés tiene que ver con el llamado peso de la composición. Este peso aparente depende de diversos aspectos. Uno de los más importantes es la propia colocación del centro de interés dentro del área del encuadre. Un elemento dispuesto en el centro del encuadre tiene menos peso que en las zonas alejadas de este lugar.

La zona izquierda del encuadre tiene más estabilidad, da la sensación de espacio abierto. La zona derecha, por el contrario, da una sensación de aglomeración.

Por eso cuanto más grande sea el peso de la dimensión visual, mayor importancia tendrá en la composición.



La zona negra constituye la «zona de máximo interés» del encuadre, es decir, aquella que el espectador ve en primer lugar. Las zonas punteadas son las que le siguen en interés. Finalmente las cuatro esquinas A, B, C y D son las zonas más débiles. El espectador tardará más tiempo en fijar su atención en estas últimas.

Se puede resaltar el centro de interés también por la luz y el color. Por la luz, porque una gradación tonal de modo que la vista vaya conducida de zonas oscuras a las más claras, de esta manera se destaca el núcleo semántico.



Cuando existen varios centros de interés, las disposiciones más atractivas son aquellas que trazan una diagonal en el encuadre, porque las líneas oblicuas imprimen variedad y movimiento a las imágenes.

-Composición en movimiento.

En las imágenes en movimiento, el centro de interés puede venir reforzado justamente por el movimiento del sujeto.

El movimiento de un sujeto tendrá, por otra parte, más peso si se acerca que si se aleja.

Por eso siempre es preferible atraer la mirada del espectador con elementos dinámicos.

Hay ocasiones en las que se agolpan tal cantidad de impactos visuales en un mismo plano que se pierde de vista el centro de interés. Para evitar esto, es conveniente separar a los sujetos del centro de interés para poder distraer al observador, de esta manera se modifica el centro de interés. También por medio de la alteración de la profundidad de campo, solamente se enfoca aquello que interese, para que sólo tenga definición el término donde se encuentra el núcleo semántico.

El rostro adopta frente a la cámara una serie de posiciones que, genéricamente, se clasifican en cuatro básicas, para encuadrar correctamente el rostro de los sujetos: de frente, en tres cuartos, de perfil y de espaldas.

La **posición frontal** donde se marca con precisión la mirada del sujeto a uno u otro lado de la cámara.

En **tres cuartos**, es la más clásica. Se aprecian mejor los rasgos de la cara y se hace más perceptible la dirección de la mirada.

El **perfil** se utiliza para registrar de forma embellecedora el rostro del sujeto, a pesar de ser una posición muy delicada. Esta posición se reservará en todo caso para planos que abarquen a dos personajes.

De **espaldas**. Se emplea para acompañar a un personaje en travelling, para seguirlo contemplando hacia donde se dirige. El plano de espaldas de un personaje que llora puede causar más impresión que la imagen nítida de sus sollozos.

La toma de **tres cuartos de espaldas**, sirve de referencia para guiar al espectador al otro lado del encuadre. Donde se encontrará a otro personaje, aquel con el que dialoga el primero.

El **contraplano**. La cámara cambia el emplazamiento para que las posiciones de los personajes con respecto a la misma se inviertan.

En realidad la composición de imágenes en movimiento supone una constante labor de reencuadre. Puesto que los sujetos están en constante movimiento. Esto obliga a modificar el encuadre con movimientos de cámara a menudo imperceptibles, correcciones que tienen por fin el equilibrio y la claridad permanentes de la composición.

Los centros de interés se desplazan de un lado a otro del encuadre.

Aunque estas son normalmente las normas a seguir, en ocasiones es conveniente dar la espalda a los cánones tradicionales de la belleza y buscar lo natural, lo cotidiano, los encuadres que rehuyan la artificiosidad.

2.1.9 El tiempo

Las imágenes son capaces de restituir el tiempo, la duración cierta de los sucesos. Al rodar un plano, el creador de imágenes, tiene que elegir, qué es lo que va a mostrar y por cuanto tiempo va a durar, es decir, una elección entre espacio y tiempo.

Existe una correspondencia directa entre el tamaño de un plano cinematográfico y el tiempo de duración del plano. Por lo general, cuanto mayor sea el tamaño del plano más tiempo habrá que permanecer en la pantalla.

En imágenes seriadas como las del comic, la fotonovela, las diaporamas, el cine o el vídeo, la integración entre el tiempo y el espacio es una operación que toma forma última a través del montaje. El montaje comienza cuando se escribe el guión, de acuerdo a un determinado orden de secuencias. Prosigue después con la realización, cuando se graban o imprimen imágenes en las que se adoptan decisiones determinantes sobre el espacio representado y la duración de la acción. Termina con el trabajo de montaje, cuando las imágenes se ordenan con su ritmo definitivo.

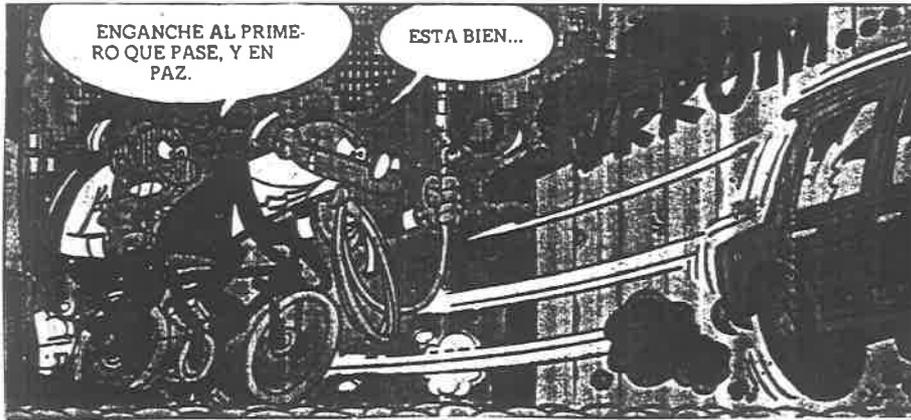
El lenguaje de la imagen ha elaborado, para sugerir el tiempo de la realidad, diferentes procedimientos que modifican el tiempo real: lo alargan, lo condensan, lo modifican, lo trastocan secuencialmente. Todos estos son procesos, que afectan de forma definitiva, la realización y posterior lectura de las imágenes.

-El tiempo en las imágenes fijas. Es un error afirmar que el tiempo es un fenómeno propio y exclusivo de las imágenes en movimiento, porque sólo estas tienen una duración. Sin embargo, los dibujos y las fotografías inanimadas se relacionan con la representación del tiempo real, en primer lugar, porque realizan la fijación de un momento. Cuando se aprieta el disparador de una cámara, se congela el tiempo en una instantánea. Este tiempo no es único, no es un segundo únicamente, porque en las cámaras es posible regular la velocidad de obturación, es decir, la velocidad con que una cortinilla se descorre para dejar pasar la luz que impresionará la película.

La velocidad de obturación es amplia, puede ir desde un segundo a 1/2000 de segundo. Las altas velocidades sirven para registrar sujetos que se mueven muy rápido: el vuelo de un pájaro, la carrera de un caballo, un carro a alta velocidad. En cambio, las bajas velocidades se emplean cuando existe muy poca luz y es preciso efectuar largas exposiciones para lograr una impresión en el negativo. Una velocidad lenta sugiere movimiento. Cuando a un individuo que se mueve se le dispara durante dos o tres segundos, este irá dejando sus huella a lo largo del encuadre.

Para sugerir el movimiento sólo será posible en el transcurso del tiempo. Los procedimientos temporales son explotados al máximo por los lenguajes del comic.

Cuando el comic hace uso de las líneas cinéticas, los pequeños trazos que son la huella de lo que pasa, de lo que no está quieto, de lo que dura. En ocasiones el tiempo será escamoteado por el dibujante para salvar aparentes contradicciones, sin embargo, el tiempo será indudablemente sugerido. En una viñeta se pueden representar diferentes tiempos, lo único que se necesita es sencillamente dibujar dos veces o más, el rostro de un personaje conservando el resto de su cuerpo.



Cuando una imagen fija aislada realiza un representación del tiempo, y cuando éstas misma entran en una relación secuencial con otras, la recreación temporal se enriquece enormemente. Las imágenes fijas seriadas propias del comic, la fotonovela y los montajes audiovisuales de diapositivas, tiene en el manejo del tiempo uno de sus fundamentos narrativos. Mediante el montaje, que consiste en la selección de los espacios y tiempos significativos para construir una historia con un ritmo adecuado, se logra que los relatos gráficos recojan momentos sueltos y restauren su continuidad. Para la asimilación de un comic se requiere que exista una relación sucesiva de unos cuadros con otros, hasta completar el hilo de la historia, una historia en la que se representa un tiempo completo.



El medio cinematográfico guarda similitudes evidentes con el montaje de planos y el montaje de viñetas sucesivas. La historieta utiliza algunos procedimientos temporales propios del cine adaptándolos a sus posibilidades gráficas, como el encadenado o fundido en negro. Las estructuras narrativas de una película y de un comic son a menudo similares.



-Tiempo filmico.

Se dice que quien encuentra el sentido del tiempo encuentra el sentido del cine. Para algunos cineastas, el sentido del tiempo idóneo es el que respeta la duración de la realidad. Esta concepción no permite ningún corte dentro de una escena, es un plano secuencia. El plano secuencia consiste en la unidad temporal del filme. Para evitar el efecto de extrañeza en el espectador, la duración de la película se corresponde con el tiempo transcurrido en el relato, es decir, que no se dé un corte entre escena y escena, más bien, de acuerdo a los planos apreciar la continuidad, valiéndose de algún trucaje, puesto que la cinta se acaba y no hay más remedio que cortar la toma.

El tiempo cinematográfico también puede alargar o acortar el tiempo de la realidad. Para estirar la duración de lo real, se utiliza un proceso que es de la **ralentización**. El proceso de ralentización se logra rodando a una velocidad de cámara mayor que la usual: setenta y dos fotogramas por segundo. Consiguiendo en la reproducción una velocidad tres veces más lentas que en la realidad. La ralentización se asocia con valores poéticos. Como cuando dos amantes corren a abrazarse. En otro contexto, la ralentización se utiliza con fines didácticos. Se trata de guiar la observación sobre un acontecimiento, que a su velocidad normal, no se podría asimilar, por ejemplo, el trote de un caballo, la colisión de un vehículo, el recorrido de una bala.

El alargamiento del tiempo es dado por el **congelado**, es decir, la detención del tiempo real. Esta es otra forma eficaz para centrar la atención del espectador en algún detalle de la acción o de la expresión de los personajes que de otro modo apenas sería advertido. Otra forma de alargar el tiempo real se produce mediante una reiteración del

montaje. Un ejemplo de congelado: “En la película ‘Cuando pasan las cigueñas’ un soldado recibe un disparo mortal. La verosimilitud hubiese impuesto su caída inmediata al suelo para allí agonizar. Sin embargo, la muerte se estira con fines dramáticos. El soldado da vuelta sobre sí mismo. Contemplamos un plano subjetivo de su mirada. Los árboles giran alrededor. En sobreimpresión se inserta una larga serie de imágenes, escenas ya pasadas del relato, un torbellino de impresiones que se agolpan, en la mente del soldado hasta que, por fin, cae y muere”.³⁹

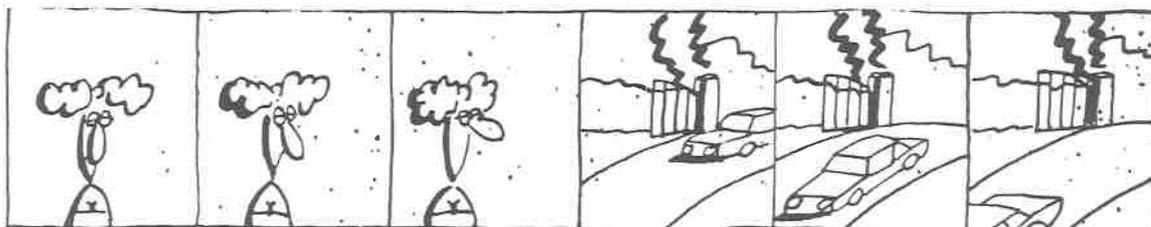
Por otra parte, existe otro sentido del tiempo cinematográfico que se llama **aceleración**, proceso inverso a la ralentización, que es una forma de condensar la duración de lo real. Para conseguir la aceleración es mediante un registro de cámara por debajo de la velocidad normal: por ejemplo, a ocho fotogramas por segundo.

La aceleración es un eficaz recurso cómico. Sin embargo, algunos cineastas se han servido de la aceleración como un recurso dramático.

La baja velocidad de cámara tiene también una dimensión científica. Aquellos sucesos que son demasiado premiosos en su desarrollo se pueden sintetizar en pocos segundos con una filmación fragmentada. El crecimiento de una planta, por ejemplo, se puede recoger rodando día a día unos cuantos fotogramas a la misma hora, con la misma luz y el mismo emplazamiento. En la pantalla, la flor se abrirá en unos instantes.

La aceleración es un ejemplo de condensación del tiempo real. En el cine, se presenta un acortamiento del tiempo, al cual se debe al **montaje elíptico**. La elipsis es un mecanismo narrativo en el que sólo se presentan los momentos significativos de un relato. Entre secuencias distintas, la elipsis ahorra tanto tiempo como se desee. Existen películas que en sólo una hora y medio o dos horas, cuentan historias que han transcurrido en un día, una semana, meses o una vida entera, todo ello gracias a la elipsis.

Para realizar en la practica la elipsis entre diferentes escenas existen recursos con valores expresivos diversos. Por ejemplo el **corte**, el corte es la transición elíptica más sencilla. El corte imprime un carácter dinámico en la asociación de dos situaciones. Su fuerza radica en la instantaneidad. Sin embrago, la transición elíptica por corte ha de ser dosificada, porque las imágenes pierden verosimilitud y se pierde la credibilidad en el relato.



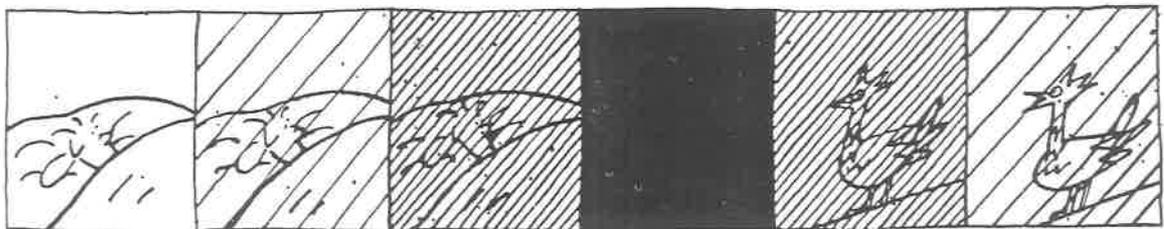
³⁹ APARICI, Roberto.et.al.op.cit.vol.1.pág.172.

Con el encadenado, la transición elíptica entre dos escenas es mucho más dulce. El **encadenado** consiste en el desvanecimiento de la primera imagen mientras la segunda va desapareciendo. Al desvanecerse una imagen y al aparecer la segunda, en el encadenado hay una fase intermedia en el que ambas imágenes tienen el mismo valor. Posteriormente, la primera imagen desaparece para quedar sólo la segunda escena. La velocidad del encadenado es variable, algunos son tan rápidos que pasan inadvertidos. Tal es el caso de la publicidad, que prefiere encadenados de cuatro a cinco fotogramas antes que un corte.



Cuando el encadenado tiene una duración de algunos segundos, la función elíptica es predominante, puesto que la duración es larga, las imágenes mezcladas obedecen a un fin diverso. A este procedimiento se le llama **sobreimpresión**. La sobreimpresión permite mezclar imágenes que se desarrollan en espacios o tiempos diferentes para crear una nueva realidad. Ofrece una sensación de temporalidad. El tiempo creado por la sobreimpresión tiene un carácter de sueño, irrealidad, imaginación o lirismo.

Otro elemento de transición es el **fundido en negro**. Consiste en el oscurecimiento gradual de la primera escena hasta dejar la pantalla totalmente negra. Al entrar la segunda escena, abre de negro de forma gradual, hasta conseguir un nivel de tonos correcto. El fundido de negro da una sensación de salto temporal.



La función de las **cortinillas** es dar paso a una nueva imagen a través de un determinada figura geométrica. Las cortinillas son variables de forma: horizontal, vertical, oblicua, de estrella, de iris. El iris es una de las cortinillas clásicas, algunas películas del cine mudo cerraban una escena en iris. Actualmente las cortinillas no suelen ir a negro. Durante el recorrido de la figura geométrica por el encuadre, se desvanece simultáneamente la imagen anterior.

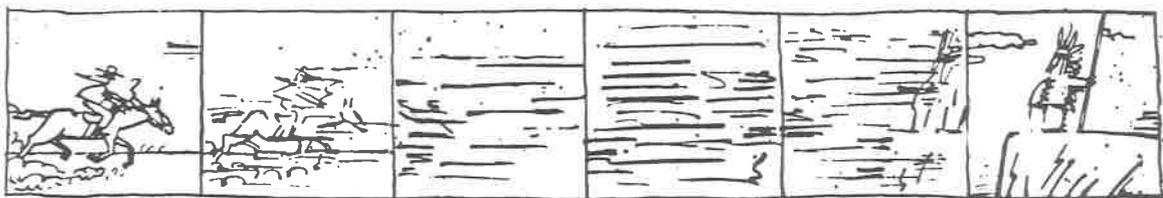


Otros medios de importancia menor en las transiciones es el desenfoco, el desvanecimiento ondulante y el barrido.

El primero de ellos consiste en **desenfocar** una imagen y encadenarla con otra igualmente desenfocada que poco a poco recupera la nitidez.

El **desvanecimiento ondulante** es una distorsión de la imagen en forma de aguas, como si se arrojara una piedra a una superficie líquida. Cuando la imagen es indistinguible se encadena a otra con el mismo aspecto que, gradualmente, se va aquietando hasta hacerse perfectamente visible.

El **barrido** es un procedimiento que se realiza durante el mismo rodaje. Cuando la escena acaba, la cámara se desplaza con una panorámica tan veloz que sólo se aprecian manchas fugaces en la pantalla. La segunda escena comienza con otro barrido que se detiene ante la acción. Ambos barridos, el de la salida y el de la entrada, se ampalman en la mesa de montaje para crear una sensación de continuidad.



En los primeros tiempos del cine, uno de los efectos que más asombraban a los espectadores era la marcha atrás. Los peatones caminaban al revés. Los escombros de un edificio recién derribado adquirirían vida para reconstruir las formas originales en escasos segundos...

Además, la marcha atrás se emplea para resolver escenas de riesgo. "El cine es capaz de imprimir al tiempo un nuevo orden no sólo con un truco de cámara, como es la marcha atrás, sino por el montaje, por la ordenación de los planos. Se trata de crear una estructura temporal distinta, de romper el hielo contemporáneo del relato para intercalar una acción ya ocurrida del pasado, o por ocurrir, del futuro. Esos recuerdos insertos en la historia reciben el nombre de flash-backs. Los adelantos de lo que acontecerá en el futuro se llaman flash-forwards".⁴⁰

El flash-back tiene una duración muy breve. Sólo se recuperan imágenes de un tiempo pretérito. Su uso es fuertemente expresivo. En ocasiones añade información que hasta ese momento no poseía el espectador. Siempre se procura que el flash-back se distinga con claridad del resto de las imágenes. De no ser así, sólo añadiría confusión dentro de la historia. En ocasiones el flash-back se rueda en blanco y negro cuando el resto del filme es en color. El flash-back también es anunciado verbalmente por el mismo personaje. De hecho, hay películas que son en sí mismas largos flash-backs.

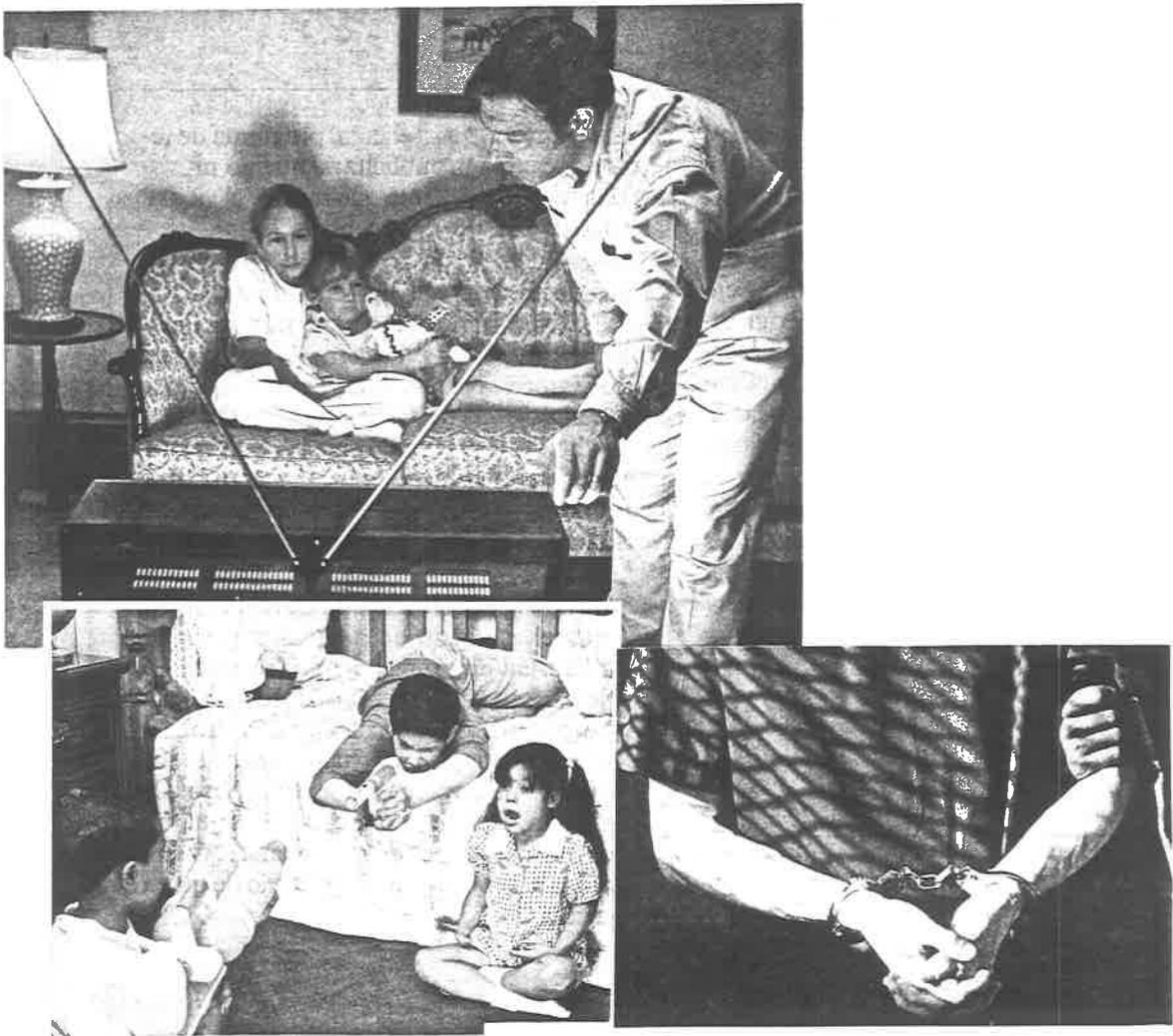
Por otra parte, los adelantos de lo que acontecerá en la historia futura se llama flash-forwards.

⁴⁰ APARICI, Roberto.et. al.op. cit.vol.1.pág.176.

2.2.1 El texto.

El texto es otro componente del lenguaje de la imagen. De acuerdo al uso que se haga del texto, se puede alterar o afectar la lectura de la imagen. El texto acompaña a todo tipo de imágenes: se presenta en un artículo, al pie de la foto de un periódico, como diálogo en una película, como reclamo en un anuncio, como leyenda o globo en una historieta.

El texto que se coloca al pie de la fotografía, "se utiliza con el fin de circunscribir todos los significados posibles a las intenciones del autor, siempre y cuando el texto no sufra ninguna modificación".⁴¹



Algunos programas de televisión podrían llevar a la delincuencia

⁴¹ APARICI, Roberto. et. al. op. cit. vol. 1. pág. 192.

Una imagen es interpretada desde diferentes puntos de vista por cada individuo; esta interpretación es dirigida por la propia experiencia del individuo, o por su propio esquema perceptual.

Esto sucede cuando se presenta una imagen abierta, que no es guiada por un texto. Por el contrario, cuando una imagen es acompañada por un texto, y dicho texto ha sido pensado previamente, para darle congruencia a la imagen, entonces la imagen puede descodificarse de la manera correcta. En ese caso, el texto aproxima al espectador al partículas punto de vista del fotógrafo.

Es de saberse, que la presentación de una imagen fotográfica, acompañada de un texto, sirve para guiar la lectura e interpretación de la misma; no obstante, todo ello obedece a ciertos intereses comunicativos de los medios de comunicación, puesto que cada medio tiene sus propias normas para utilizar una imagen.

Por esa razón, una sola imagen, es vista desde diferentes perspectivas por cada medio de comunicación, todo depende de los criterios y normas establecidas para la lectura de una imagen, así, cada medio presenta un texto, que expone la manera como entiende la información.

NOVEDADES



Boris Yeltsin en su primera aparición pública depositó una ofrenda floral en la tumba del Soldado Desconocido, en Moscú, donde afirmó que está plenamente recuperado en su estado de salud.

Foto: AP



BORIS YELTSIN, Presidente de Rusia, asiste a una ceremonia en la tumba del Soldado Desconocido, frente el Kremlin, ayer, en Moscú, donde se declaró "plenamente recuperado" de sus enfermedades y presto para enfrentarse a sus rivales en el Parlamento. (AP) (Inf. en la Pág. 3)

DEFENSORES DE LA PATRIA Y EL TURISMO



Desfile en Moscú con las comunistas banderas rojas en la mano y de fondo un cartel con la imagen del presidente cubano, Fidel Castro, promoviendo la visita a un casino en la isla, la cual depende en gran medida de este rubro para la obtención de divisas; a la derecha, Boris Yeltsin en la Tumba del Soldado Desconocido, en su reaparición pública durante el día de las fuerzas armadas ■ Fotos: Ap

■ **El presidente ruso acusa a la Duma de “jugar políticamente” con su salud**

UNO MAS UNO



En su primera salida desde que se enfermó de neumonía a principios de enero, Yeltsin acudió ayer a depositar una corona de flores en la Tumba del Soldado Desconocido, en el Kremlin, con motivo del Día de los Defensores de la Patria. Mientras tanto, miles de comunistas rusos aprovecharon la ocasión para manifestarse en el centro de Moscú, contra la política del mandatario. (Fotos: Reuter)

El texto en la prensa tiene otro uso; la imagen como el texto se presentan como acontecimiento y como comentario, que son dos formas de tratar la información, con base en esto se desarrollan las siguientes combinaciones:

Primeramente, cuando la información se presenta como **acontecimiento** en la **imagen** y como **acontecimiento** en el **texto**. La información ofrece datos objetivos, porque son evidentes en la información. Esta combinación adquiere una dimensión valorativa en sí misma.



El titular de la SEP, Miguel Limón Rojas, y el presidente Ernesto Zedillo, durante el acto en el Museo Nacional de Antropología ■ Foto: Presidencia

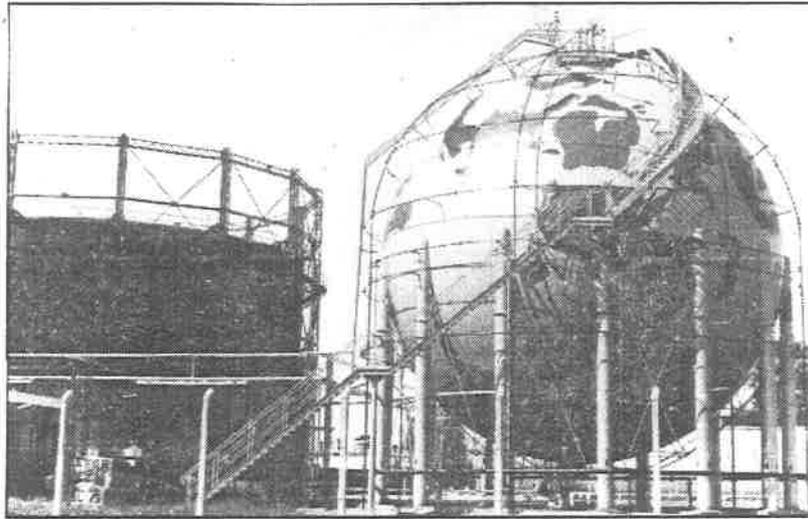
Una segunda forma de presentar la información es relacionar un **acontecimiento** en la **imagen**, más un **comentario** en el **texto**. Aquí, la imagen que es representada, no corresponde al texto que la acompaña. El comentario puede consistir en críticas, valoraciones, interpretación de los hechos u ofrecer datos complementarios. En este caso, no se podría deducir lo que la imagen está ofreciendo, a menos que el texto ofrezca un significado.

“Hemos creado un gigantesco castillo de naipes financiero, y ya se nos ha advertido bastante de su poca estabilidad.”

Félix Rohatyn, banquero de inversiones



Una tercera combinación es el **comentario** en la **imagen**, más un **acontecimiento** en el **texto**. Donde el texto argumenta un significado muy diferente al que presenta la imagen.



El consumo de petróleo en América subirá de 26 a 35 millones de barriles diarios. Esta demanda será liderada por Estados Unidos, Canadá, México y Brasil.

La cuarta combinación, consiste en un **comentario** en la **imagen** más un **comentario** en el **texto**. Donde el texto argumenta un significado muy diferente al que presenta la imagen.



La meta es limpiar el medio ambiente capitalino para que la ciudad luzca sus bellezas naturales y artísticas. (Fotos de Francisco Martínez)

Aunque una imagen sea muy concreta, esto no garantiza una sola línea de interpretación. Cada imagen será interpretada desde el contexto sociocultural del individuo. Debido a ello, las imágenes necesitan el acompañamiento de un texto, para conocer el punto de vista del autor de la imagen.

El texto cumple las siguientes funciones: de anclaje y de relevo.

El **anclaje** consiste en la selección de los significados que se pretende comunicar. Los significados son previamente dirigidos o guiados por el autor de la imagen y del texto correspondiente. En buena medida obliga al receptor a tomar en cuenta ciertos signos elegidos con antelación y a evitar otros. El texto puede ir implícito en la misma imagen, dirigiendo los signos con la jerga que se utiliza en la vida cotidiana, con el fin de implicar comunicativamente a un sujeto.

Tanto el tamaño como el color, la forma de acomodar la imagen y el lenguaje que se utilice, son elementos que determinan la relación con el receptor.



Relevo, “La función del relevo se encuentra principalmente en los dibujos humorísticos y en los comics. Aparece como diálogo y es un elemento imprescindible para la progresión de la acción. Su función es complementaria a la de la imagen y es la que permite evanzar la acción”.⁴²



⁴² APARICI, Roberto.et. al.op. cit.vol.1.pág.199.

-La imagen del texto.

De acuerdo al producto que se está anunciando, el texto sufre variaciones, de un anuncio a otro. Las variaciones consisten en utilizar letras de trazo ligero, emplear trazos ligeros o fuertes. Porque un texto publicitario posee un carácter icónico y expresivo determinado, con base en ello, se puede atraer al receptor, jugando con el texto. Así, se crea un foco de atención, que resalta el resto de la información.



La letra, en los anuncios, desempeña un papel muy importante, los tipos de letra permiten establecer una diferenciación, respecto al orden de importancia de la información. Las letras más grandes, destacan la información principal, las menos grandes, la información secundaria.



Un mensaje no debe estar tan saturado de información, que no pueda descodificarse correctamente. La saturación provoca ruido, el ruido dificulta la comunicación. Por eso, en un mensaje deben existir espacios en blanco, llamados "aire" para no saturar la información. Para evitar la saturación, se puede reducir el texto a lo más sustancial, siendo algo sencillo y fácil de entender y leer, compuesto de una frase breve y sugestiva.

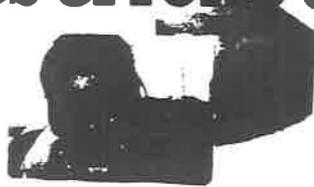


El tipo de letra que se utiliza, refuerza la elección del destinatario a quien se dirige. Existen diferentes tipos de letras, algunas son destinadas exclusivamente a un grupo juvenil, hay otros tipos de letras que se asocian con: refinamiento, prestigio, status.



El texto es seleccionado en función de las modas y estereotipos que tenga el grupo social al que pertenecen, sin que esto signifique establecer una única fórmula.

- Este es el rollo de tu vida.



Películas Kodacolor,
para no perder una foto. 

En el campo didáctico, el texto, en su relación con la imagen, puede cumplir las siguientes funciones: independiente, redundante y complementaria.

El texto **independiente** se realiza como única unidad, se puede prescindir de la imagen, porque no complementa ni refuerza el sentido de dicho texto. Es decir, el texto que acompaña a la imagen, no se relaciona con la imagen que presenta.

Programas infantiles muy violentos

Un estudio realizado por la red estadounidense de televisión concluye que en muchos programas infantiles hay demasiados “combates violentos y siniestros”. Según el diario *The Wall Street Journal*, un estudio de la Universidad de California en Los Angeles enumeró varias series populares que contenían “violencia gratuita”. Los dibujos animados se emiten habitualmente los sábados por la mañana, cuando los niños no están en la escuela y muchos padres no se han levantado. Aunque este tipo de programas no es nada nuevo, el estudio halló que “las connotaciones tétricas y los combates implacables que presentan constituyen una moda bastante reciente que parece hallarse en auge”.



Otra posibilidad es el texto **redundante**, este texto redundante con respecto a la imagen, no aporta nueva información, pero sirve para visualizar documentalmente lo que el texto expresa.

Los niños y la tecnología

“Cada vez más niños aprenden a utilizar computadoras antes de aprender a leer”, informa *The Globe and Mail* de Canadá. Algunos pequeños que aún no saben andar ni hablar ya utilizan computadoras. Hasta a los nenes que todavía no saben sentarse solos se les enseñan destrezas tecnológicas en el regazo de su padre. La premura por familiarizar a los niños con las computadoras suele de-

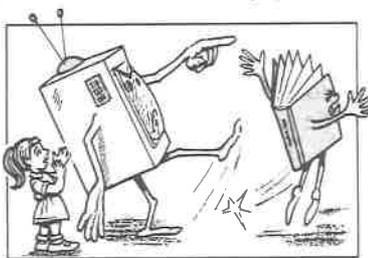
berse a que sus padres desean que sobresalgan en la escuela. Además, muchas compañías de programas informáticos ofrecen sus productos como ayudas didácticas para los niños. No obstante, a algunos padres les preocupa que, a tan tierna edad, se esté poniendo el énfasis en la interacción con máquinas en vez de con personas. Una madre dijo: “No establecemos una relación con la computadora, por lo menos, creo que no deberíamos hacerlo”.



La tercera posibilidad consiste en que el texto como la imagen, establecen una relación complementaria. Una imagen da lugar a la creación de un texto complementario o un texto da lugar a la creación de una imagen **complementaria**. La imagen cobra sentido por esta relación de complementariedad, porque la relación entre imagen y texto, es lo que permite que se entienda su significado

Más televisión y menos lectura

¿Por qué los escolares que ven mucha televisión pierden el interés por la lectura? Tras analizar la conducta de 1.000 estudiantes holandeses de educación primaria durante los últimos tres años, el investigador C. M. Koolstra halló dos razones. Al ver mucha televisión, los niños pierden el placer de leer y disminuye su capacidad de concentración. A los televidentes asiduos —informa un comunicado de prensa de la Universidad de Leiden, de los Países Bajos— se les hace cada vez más difícil asimilar lo que leen y mantener su atención enfocada en la página que tienen delante. Al poco tiempo dejan el libro a un lado y toman el mando a distancia del televisor. El investigador también averiguó que el tipo de programas no importaba. Sea que los niños vieran muchas comedias, programas infantiles, dramas o programas informativos, el resultado siempre era el mismo: “Leen menos”.



-El texto en los comics.

En los comics es donde se establece una justificada relación entre texto e imagen, la imagen no puede ir divorciada del texto, ni viceversa, antes bien, entre la imagen (visual) y lo literario (texto) se genera una simbiosis gráfica.

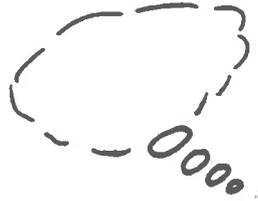


En los comics, el texto cumple una triple función: expresar los diálogos y pensamientos de los personajes, introducir información de apoyo en las cartelas y evocar los ruidos de la realidad en las onomatopeyas. A continuación se mencionan las características del comic. El globo o bocadillo, es el espacio donde se colocan los textos para incluir los diálogos o pensamientos de los personajes. El globo consta de dos partes: el espacio donde se escribe el texto y el rabillo que indica al personaje que dice dicho texto. "Hay un principio básico para colocar el globo dentro de la viñeta: respetar la línea de indicatividad, la línea de recorrido visual. Normalmente, la línea de indicatividad recorre la viñeta de izquierda a derecha y de arriba a abajo. Cuando la delineación del cuerpo del globo es continua, el contenido representa una voz o sonido sin ninguna significación especial. Sin embargo, el cuerpo del globo puede tener otros rasgos que provocan en el texto el hallazgo de una nueva sugerencia sonora".⁴³

⁴³ APARICI, Roberto.et.al.op.cit.vol.1.pág.205.

-Los contenidos del comic son los siguientes.

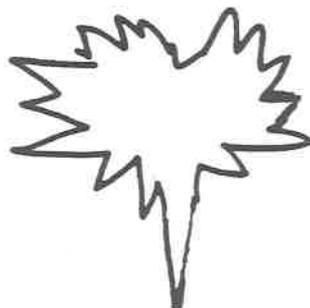
El contorno en forma de **pequeñas nubes**, significa palabras pensadas por el personaje, las palabras no se escuchan, porque el personaje sólo lo piensa.



El contorno con **línea quebrada**, significa una particular vibración de la voz, sugiere un mayor volumen sonoro en las palabras, puede expresar un grito, irritación, estallido voz desencajada. Se usa también para caracterizar, según el contexto, una voz procedente de un aparato mecánico: teléfono, radio, altavoz, etc..



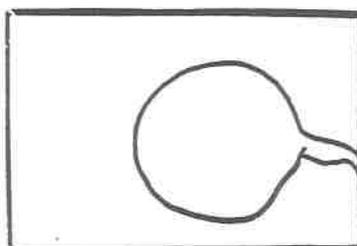
El contorno con **líneas temblorosas**, se caracteriza por el temblor de los trazos, indica debilidad en la voz, timidez, falta de vigor, frío e incluso, dolor.



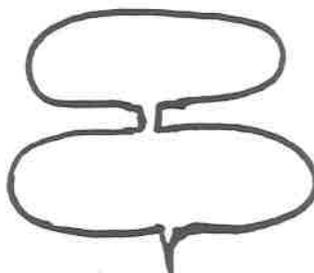
El globo con **varios rabillos**, significa que el texto es pronunciado por varios personajes.



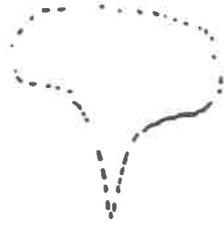
Un rabillo que **sale del contorno** del encuadre, señala un personaje fuera del cuadro, indica que el texto pertenece a un personaje no dibujado.



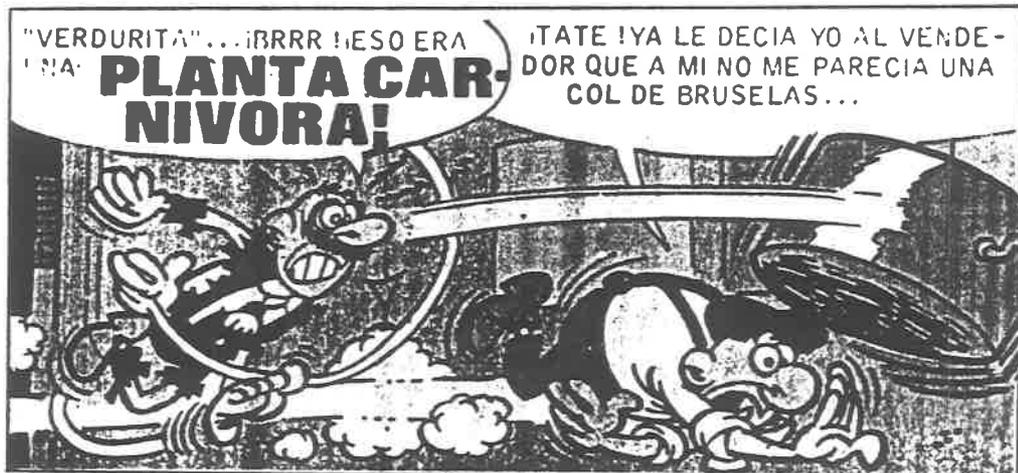
Un **bocadillo incluido en otro bocadillo**, indica las pausas que realiza un personaje en su conversación, se está marcando un cierto ritmo con la creación de una pausa obligada en la lectura.



El contorno con **líneas discontinuas** o interrumpidas, significa que los personajes hablan en voz baja, un menor volumen sonoro, una voz apagada, un susurro. Se usa para expresar secretos, confidencias.



Para realizar un comic se recomienda la letra de imprenta, pues es neutra. La letra de gran tamaño, aumenta la intensidad sonora.



La letra que **no sigue un recorrido rectilíneo**, da a entender que el texto se está cantando.

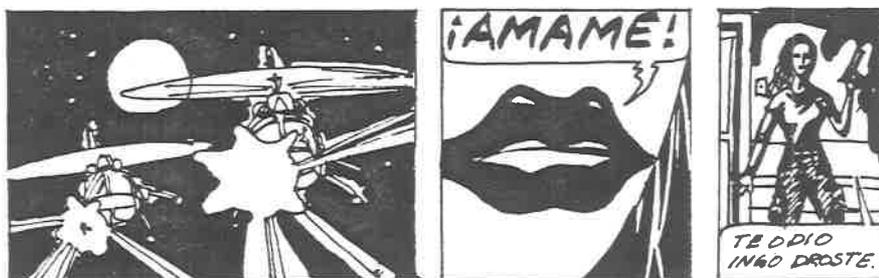


La letra con **caligrafía especial** da a conocer la forma de ser del personaje; una letra cursiva, insinúa una elegancia personal; una letra torpe, un espíritu infantil.



La **cartela** es otro componente del comic. La cartela es la voz del narrador. Este texto no se integra a la imagen, se ubica en la parte superior de la viñeta y su forma suele ser rectangular. Sirve para incluir un texto informativo, sirve de enlace entre dos acciones distintas.

Ingo Droste conoció a Raquel en el Verano del 86 en uno de sus primeros viajes de documental. Raquel enamorada de Ingo vuelve a este las enseñanzas del Loto, quien no pertenece a la Secta de Morir.



El **cartucho** es un tipo de cartela, que sirve de enlace entre dos viñetas consecutivas. El texto informativo no se incluye en una viñeta, sino que se crea una viñeta parte, que es ocupada únicamente por la información escrita. El espacio de la viñeta está ocupado por el texto.



La **onomatopeya** es la imitación de un sonido y puede estar dentro o fuera del globo. La onomatopeya traduce con la palabra un sonido. Tanto el tamaño como el color de la onomatopeya, refuerza su carácter auditivo. Las onomatopeyas son de origen inglés. Este se debe a que, normalmente, se traducen sólo los textos de los globos, pero no los correspondientes a las onomatopeyas, eso significaría dibujar de nuevo toda la viñeta.

Puesto que los comics americanos han tenido una enorme difusión por esa causa, han implantado sus onomatopeyas, como son las siguientes:

to crack: quebrar, crujir.	CRACK
to splach: salpicar, chapotear.	SPLASCH
to click: sonar como uno o más golpes.	CLICK
to sniff: olfatear.	SNIFF
to gulp: engullir, tragar.	GULP
to smack: hacer sonar un beso.	SMACK
to slam: cerrar de golpe.	SLAM

2.2.2 La enseñanza del lenguaje sonoro.

El sonido es una imagen, una imagen auditiva. El sonido hace posible desarrollar actitudes activas, pues dispara la imaginación, cada oyente imagina de diferente manera los personajes y los escenarios. A diferencia de la imagen auditiva, la imagen icónica, concreta la representación, logrando una actitud pasiva en su contemplación.

El sonido acerca las imágenes a la realidad, sirve como reforzador expresivo de las imágenes. Da vida a una imagen.

El sonido es una sensación producida en el oído, por un movimiento vibratorio. El oído no puede percibir todas las variaciones del sonido. Únicamente puede percibir variaciones comprendidas en ciertos límites. El sonido tiene tres atributos fundamentales que son: Intensidad, Tono y Timbre.

La **intensidad** del sonido depende de la amplitud del movimiento vibratorio. La amplitud es la altura que alcanza uno de los puntos al paso de la onda. La intensidad del sonido se mide en decibelios (DBM). El decibelio es la relación logarítmica entre dos magnitudes homogéneas. De acuerdo a la intensidad del sonido se pueden clasificar los sonidos en fuertes y débiles.

El **tono** depende de la frecuencia de esta vibración. Los sonidos se clasifican en: graves, medios y agudos.

El **timbre** depende de las frecuencias múltiples (armónicos) que acompañan a la fundamental: se le puede distinguir por la naturaleza de los transitorios, que son las zonas de corta duración; de naturaleza inestable, que constituyen la parte inicial de cualquier sonido. El timbre permite distinguir dos sonidos de la misma intensidad y tono.

El sonido se produce al hacer vibrar un cuerpo elástico (presión, choque o roce), también, por variaciones de presión en el aire. El sonido se propaga en forma de ondas, oscilando la partículas del medio, de acuerdo a la dirección en la que la onda esté viajando.

La velocidad depende de la naturaleza del medio y de lo cerca que están las moléculas entre sí.

-Los recursos sonoros. Existen seis recursos sonoros fundamentales: Palabra, Música, Efectos, Silencio, Planos sonoros y el Montaje, como recurso aglutinador de los anteriores.

La **palabra**, es el recurso sonoro por excelencia. "El papel de la palabra es muy diferente en medios como la radio, el cine o la televisión. En el primero, la palabra es la base del propio medio: en el cine es la imagen la que supedita la importancia del discurso de los personajes o de los comentarios en off; en la televisión, si bien la

imagen es muchas veces la base de la información, el comentario resulta, en ocasiones, imprescindible para que el mensaje completo pueda ser captado por el receptor".⁴⁴

Técnicamente, se puede distinguir entre la voz en off y los diálogos. La voz en off pertenece a alguien que no se encuentra materialmente en escena aunque sea uno de los personajes. La voz puede ser descriptiva-objetiva, por ejemplo, un narrador en tercera persona; o subjetiva, hablar en primera persona, relatando la experiencia de un personaje de la vida real.

Los diálogos y los monólogos, pueden ser en directo o doblados. Se habla de sonido directo, cuando se utiliza la misma imagen y sonido, grabándolos en sincronía durante el rodaje o grabación.

Se habla de doblaje, cuando tras haber grabado en directo, se realiza en un estudio una grabación que se "encaja" en las tomas adecuadas al montaje final.

Por lo regular, los géneros informativos utilizan la voz en off, que puede ser la voz del locutor, el periodista o el intermediario de la información, cuando se utiliza el sonido directo este tiene una gran credibilidad en el espectador. Por otra parte, los géneros dramáticos, en el cine y la televisión, utilizan más los diálogos, pues se aproximan más a su referente real.

Para evitar la monotonía, de ver siempre a los mismos personajes y en todo momento que hablan, se recurre a un procedimiento que se llama sound-flow, que consiste en el montaje de un diálogo, que no representa a la persona que lo pronuncia. Por medio de este recurso, se puede adelantar a una nueva secuencia, de manera que, cuando se presenta el último plano de una escena, ya se está escuchando la voz del siguiente personaje que intervendrá.

Cuando dos personajes conversan entre sí, el sound-flow se escucha sobre la cara del interlocutor, el cual permite adelantarse a la respuesta que presente; además, puesto que se observa y escucha el diálogo en la cara del interlocutor, se observa con detenimiento la reacción que tiene en él, el diálogo. El sound-flow es absoluto, cuando no se ve al personaje que habla; puesto que implica un diálogo, no debe confundirse con la voz en off, es muy diferente a la voz que tienen los personajes cuando transcurre la acción.

La **música** es otro recurso sonoro de importancia. Se le considera como "la arquitectura del sonido". En Instituto Oficial de Radiodifusión y Televisión de Madrid, menciona ocho aplicaciones de la música: "como factor de ambientación de una época, de una localización específica, etc.. como elemento de caracterización de personajes y secuencias; como fijador del ritmo interno de la narración, como definición psicológica de secuencias -humorísticas, tristes, épicas, etc.- como narración del tempo del relato, como antecedente o rúbrica de situaciones, como sutura, encadenamiento y transición;

⁴⁴ APARICI, Roberto. et. al. op. cit. vol. 1. pág. 183.

como elemento protagonista por sí mismo, en primer plano, cuando la acción lo requiere".⁴⁵

Un aspecto técnico a considerar, respecto a la música, es que si se quiere hacer coincidir el arranque de una melodía con un cambio de plano, tiene que elegirse un punto por delante o por detrás del empalme en cine, o del corte de edición en vídeo y televisión. Es decir, anticiparse unos instantes a la imagen que viene, en el cine esto se logra adelantando unos fotogramas; en televisión, adelantando unos cuadros, el efecto será más convincente.

Respecto a las imágenes en movimiento, hacen una aplicación de la melodía como instrumento especial, la música prevalecerá en el montaje de las imágenes. En estas obras, el argumento es mínimo. Se trata de hacer la traducción visual más apropiada a la música. Las imágenes se integran con la música.

La música incidental es un montaje sobre la música, porque tiende a una función ilustrativa de la imagen. La música incidental se utiliza para sincronizar a las emociones que se desarrollan en una escena. Es el reforzador del sentido de una acción, tiene el carácter de anticipar. La anticipación musical da a conocer la acción que se va a desarrollar. Así, antes de que se besen los protagonistas, el espectador ya lo esperaba, porque sonaron los violines. Cuando se utiliza la música incidental en algunas escenas, el espectador confirma sus previsiones, además, reafirma lo que ya intuía. De esta manera, la música incidental tuvo un efecto más profundo en la percepción del espectador, que el mismo desarrollo de la acción. La música se sincroniza con las acciones visuales, por lo que tiene una fuerte influencia inconsciente en el espectador.

Sin embargo, puede hacerse lo contrario a lo anterior, es decir, utilizar una música que no sea sincrónica con las acciones visuales.

La música se mantiene como un discurso paralelo al relato, sin que exista ninguna relación forzosa. En lugar de sincronizar la música, la música se utiliza como un recurso de contrapunteo de las situaciones. En una escena se puede utilizar algún tipo de música que sea totalmente ajena a ésta misma. En otro caso, la música se utiliza como contraste de la situación, sin que tenga nada que ver con el relato, sino para hacer recaer la atención en la melodía. En este caso, la música no puede pasar por inadvertida, pues tendrá un efecto consciente en el espectador.

Los **efectos sonoros** recrean parte de la realidad filmada en cine, vídeo y televisión. Los medios de comunicación audiovisuales necesitan reproducir la realidad, dándole vida. Al hacerlo, deben elegir cuidadosamente los sonidos, para no dar una sensación de irrealidad. "Existen dos tipos de efectos: los grabados directamente de la naturaleza -el canto de los pájaros, el viento, la lluvia- y aquellos otros trucados por los técnicos de estudio y creados artificialmente por los especialistas de efectos. Un técnico

⁴⁵ Citado por: APARICI, Roberto.et.al.op. cit.vol.1.pág.184.

de sonido puede producir sólo con su boca el ruido de un cohete al estallar, el sonido del viento o la lluvia cayendo torrencialmente sobre una cristalera. Con ayuda de algún que otro elemento artesanal, podrá incluso producir el sonido de una locomotora, la cabalgada de dos grupo numeroso de jinetes o las detonaciones producidas por diferentes armas".⁴⁶

El ruido es un recurso sonoro que puede utilizarse en algunas situaciones. Puede ser un ruido apegado a la imagen o un ruido totalmente ajeno a ella, cuando sucede esto último, se utiliza el ruido para provocar determinadas reacciones en el público.

Los adelantos tecnológicos han permitido la revalorización del ruido como sugeridor de una atmósfera auditiva. Ejemplo de ello es el sistema Dobra: que reduce al ruido de fondo. También, las producciones registradas con pistas independientes, que permiten una mayor direccionalidad en sincronía con la imagen.

El **silencio** es un recurso sonoro que puede utilizarse con fines didácticos, aunque ha sido poco explotado. Dentro del campo educativo, el silencio puede convertirse en un moldeador del discurso. Para utilizar el silencio, es necesario renunciar a la música y otros efectos. Solamente que el silencio debe de utilizarse cuidadosamente, porque cuando un silencio es prolongado, es un recurso provocativo e inquietante. El silencio tiene un valor propio, que debe ser mayormente explotado.

Al igual que en la imagen, existen diferentes planos en el sonido. Al sonido se le percibe en diferentes planos. A esto se le llama **planos sonoros**. Cada plano sonoro tiene una correspondencia visual. Se trata de que exista una correspondencia entre el tamaño del plano y la distancia sugerida por la voz. Por ejemplo, si un personaje tiene un diálogo en primer plano, tiene más presencia, porque corresponde al tamaño del plano y a la distancia de la voz, que si se encontrara en un plano general. Debe existir una proporcionalidad entre el plano visual y el plano sonoro. Los planos sonoros se utilizan para realizar ambientes sonoros en proporción a los planos visuales. Los efectos de sonido, a diferencia de los planos sonoros, se producen a una distancia convencional y única.

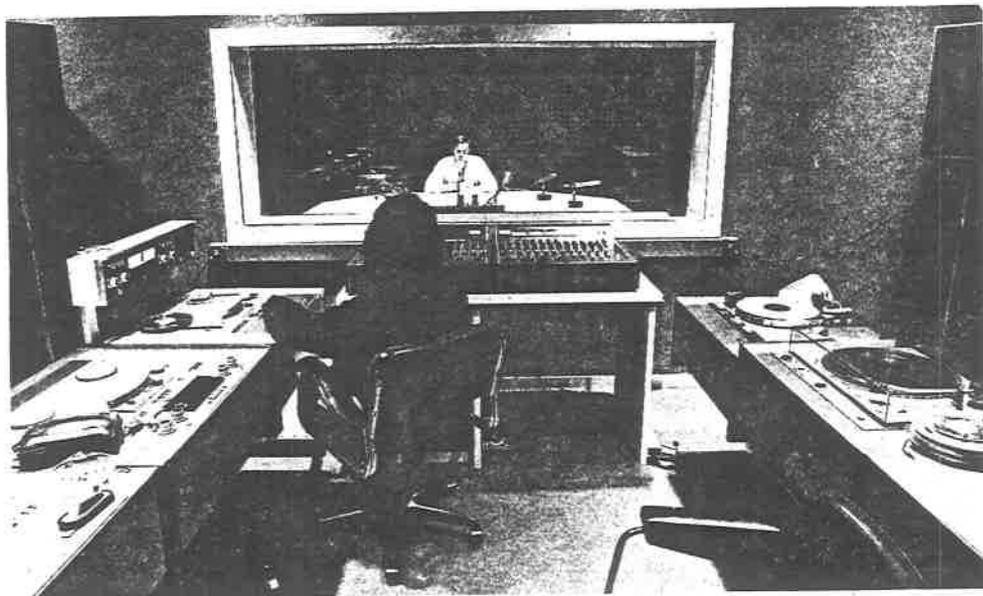
El **montaje** es otro recurso sonoro, tiene la característica de aglutinar a los cinco anteriores. "El montaje permite mezclar los diferentes componentes: palabra, música, efectos, etc.. Crea y ordena las transiciones: una música que, por ejemplo; arranca en un primer plano sonoro para luego convertirse en el fondo de un diálogo o de una voz en off, y subir al final de esta. O un fundido -superposición de dos fuentes sonoras, palabra y música o música y efecto, etc.- en el que el mismo diálogo que oyéramos antes pasa progresivamente de un primer plano sonoro a fondo, al tiempo que, paralelamente una música ha ido subiendo de fondo a primer plano para cobrar protagonismo absoluto".⁴⁷

⁴⁶ APARICI, Roberto.et.al.op. cit.vol.1.pág.185.

⁴⁷ APARICI, Roberto.et.al.op. cit.vol.1.pág.186.

Por lo regular, en cine y televisión, la banda de música y los efectos, van separados de los diálogos para permitir el doblaje.

Cuando una película es doblada, se reconstruyen, no sólo los diálogos, también se graban los ruidos sincrónicos o no sincrónicos que acompañan a las imágenes, que pueden ser: pasos, puertas que se abren y se cierran, entrecuchar copas, ambiente de bosque, tráfico urbano, etc.. Cuando una película se va a doblar a otra lengua, la banda de efectos sonoros y la banda de música, se mezclan en uno solo, por separado de la voz, para permitir el doblaje de los diálogos de una película en otro idioma.



Capítulo III

PEDAGOGÍA CON IMÁGENES

CAP. III PEDAGOGÍA CON IMÁGENES

3.1.1 La imagen en la enseñanza.

Como en un principio se ha planteado, los medios de comunicación tienen presencia en la vida cotidiana de los alumnos. Han logrado crear una cultura audiovisual. Por eso, existe la necesidad de tomar seriamente en cuenta lo anterior al momento de decidir cómo se van a utilizar los medios en el aula.

El proceso de enseñanza-aprendizaje es algo muy complicado y cuando se trata de incorporar los medios a este proceso, es preciso conocer las funciones de la imagen en la enseñanza. Porque un maestro puede mostrar a sus alumnos un vídeo, para complementar un tema determinado, pero esto no significa que se halla resuelto el proceso de enseñanza, porque el vídeo puede provocar desde un cierto interés hasta un profundo aburrimiento.

Por tanto, el maestro, antes de utilizar un medio audiovisual, primeramente tiene que reflexionar sobre el propio medio y con qué objetivo lo pretende utilizar. Es decir, el maestro tiene que planificar la utilización de los medios disponibles. Solamente bajo este planteamiento pueden utilizarse los medios en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Sería algo infructuoso utilizar un medio como las diapositivas, videos, transparencias, etc., si no se ha planificado su utilización, en este caso, la utilización de los medios se convertiría en una actividad recreativa, más que en una actividad formativa.

Desde esta perspectiva, al planificar la utilización de los medios de comunicación, se tiene que considerar cómo inciden en la estructura de los planes y programas de estudio, además, esta actividad ayuda a revisar la manera como se está efectuando el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Sin embargo, al desarrollar una pedagogía con imágenes, en el contexto mexicano, es necesario anticipar resistencias por parte de los actores del proceso educativo. Las siguientes pudieran considerarse como causas de resistencia al desarrollo de una pedagogía con imágenes:

- Deficiencia en la formación del propio profesorado.
- Deficiencias a nivel institucional al no articularse una política coherente sobre el papel de la imagen en el entorno escolar.
- Considerar que los medios audiovisuales constituyen una degradación de lo "académico", una educación de segunda.

-Considerar que la dignidad de la enseñanza solo puede mantenerse por la comunicación oral y escrita.

-Repetir el modelo educativo en el que propio docente fue formado.

-Crear que los medios audiovisuales deshumanizan la enseñanza.

-Temer la pérdida del puesto de trabajo, al suponer que las nuevas tecnologías puedan desplazarlo.

-Resistirse a asumir el aumento de trabajo que pueda suponer la incorporación de una nueva metodología más participativa, que ocasione cambios en su rutina de trabajo habitual".⁴⁸

Una metodología participativa con los medios de comunicación, involucra a los maestros y a los alumnos bajo un proyecto en común, desde la pedagogía de la imagen hasta una pedagogía con la imagen.

Aunque ya se mencionó en un principio, es necesario nuevamente considerar, dentro de la pedagogía con imágenes lo siguiente: para que una imagen sea leída correctamente, primeramente se tiene que pensar qué imagen puede ser fácilmente entendida, para tener una buena descodificación del mensaje. Para organizar y seleccionar una imagen, se tiene que seleccionar la edad del destinatario. La información que recibe un niño de 6 y 10 años es diferente en cada caso, aunque vean al mismo tiempo la televisión, lo que lo determina es el desarrollo de su pensamiento en diferentes etapas o estadios. De acuerdo al desarrollo del pensamiento, se van adquiriendo nuevas habilidades, destrezas, aptitudes... a nivel afectivo cognitivo y social.

-Características de las imágenes didácticas.

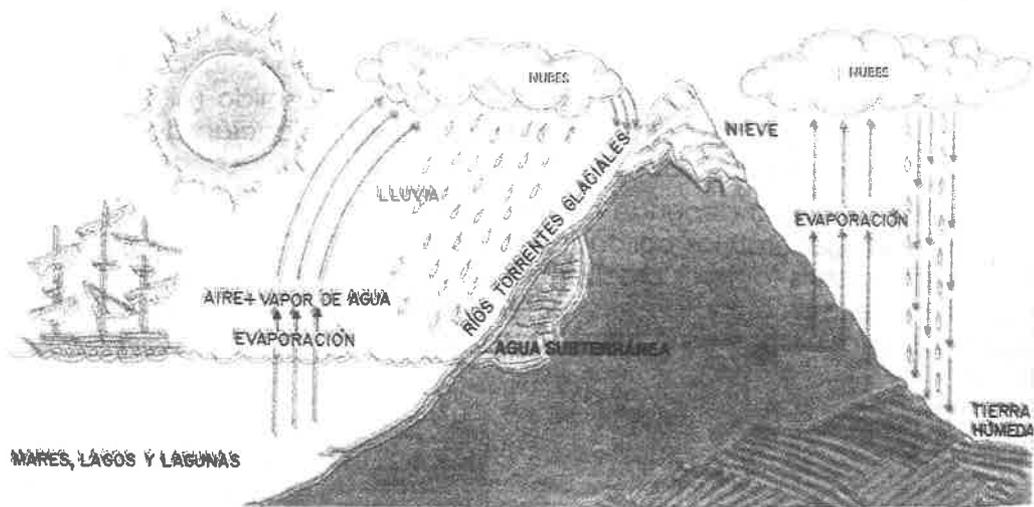
Las imágenes que se utilizan con fines didácticos no deben tener una saturación de elementos. De no ser así, no es posible distinguir el núcleo semántico. "El núcleo semántico es aquella parte de la imagen que posee una mayor significación, la significación principal. Se trata de una definición operativa, que puede ser rastreada en una situación concreta de dos formas principalmente: a) realizando cortes sucesivos en la imagen (tapándola por partes), de tal manera que se vaya aislando aquella zona o parcela que se considera la esencial. Sin ella, la imagen tendría otro significado "sustancialmente distinto"; b) traduciendo la imagen en palabras, de manera que se localice la parte nuclear por el contenido verbal más abundante e importante".⁴⁹

Por consiguiente, al no distinguir el núcleo semántico, los alumnos organizan su propia percepción, fijando su interés en algún elemento o elementos que no sean relevantes para el tema estudiado. Algunas imágenes didácticas utilizan flechas o

⁴⁸ APARICI, Roberto. et. al. op. cit. vol. II. pág. 116.

⁴⁹ SANTOS GUERRA, Miguel A. Imagen y Educación. Anaya. Madrid. 1984. pág. 127.

contrastes para dirigir la observación de los alumnos, de tal manera que comprendan un proceso.



Por tal motivo, las imágenes didácticas tienen que tomar en cuenta la edad de los alumnos con quienes se piensa utilizar, además, conocer las experiencias previas que han tenido sobre el tema. Estos dos elementos permitirán desarrollar una experiencia audiovisual.

Cuando los maestros deseen realizar un material audiovisual, deben tener presentes los principios de la percepción y las características de la imagen.

A continuación se mencionan algunos elementos que se pueden tomar en cuenta al realizar imágenes didácticas:

-A la hora de provocar interés y generar actividad, los elementos que conforman las imágenes tienen que entrar en tensión con el fin de producir un equilibrio dinámico.

-Si se desea aumentar las significaciones del material que se presenta, los elementos a destacar tienen que situarse arriba y a la derecha del cuadro o utilizar mayores tamaños, diferente color o forma que la de los elementos cercanos, para lograr un contraste inmediato con estos.

-Si se pretende concentrar la atención con economía de esfuerzos, la imagen tiene que tener un ritmo ágil y dinámico.

-Si se quiere facilitar la comprensión de un tema hay que buscar formas simples de presentación que contengan pocos elementos.

-Si se quiere reforzar la atención y mantener el interés para que el individuo se motive, los materiales que se elaboran deben tener en cuenta los principios de la buena forma, cercanía y continuidad.

-Si la imagen no quiere provocar inseguridad o incertidumbre, se incorpora un texto que sea complementario a la información visual para que no provoque ruido.

-Pero si se pretende generar la polémica, la reflexión, la imaginación, se utilizarán imágenes polisémicas y con gran carga connotativa.

-Cierta tipo de objetos necesitan presentarse desde distintos puntos de vista y, para ello, se escogen aquellos planos que permitan hacerlos resaltar de los demás, ya sea por el lugar que ocupan en la imagen o por los recursos utilizados por su contraste".⁵⁰

⁵⁰ APARICI, Roberto.et.al.op.cit.vol.II.pág.119-121.

-Las funciones de la imagen en la enseñanza.

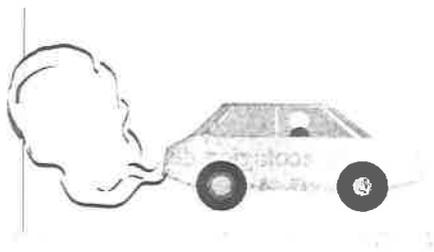
La imagen es un instrumento que se utiliza con diferentes fines o propósitos, en un determinado momento histórico de una sociedad, la imagen se relaciona con la cultura, economía, política y normas sociales.

El maestro hará uso de la imagen en función el concepto de enseñanza-aprendizaje que tenga.

Sin embargo, para Lilia F. de Menegazzo,⁵¹ las imágenes tienen las siguientes funciones en la enseñanza: Traducción, Sentimientos y Actitudes, Procesos, Observaciones de segundo grado, Simplificación, Comparaciones, el Pasado y lo Extraterrestre y lo Invisible.

A continuación se analiza cada una de las siguientes funciones.

-Traducción. La imagen traduce signos verbales en signos visuales. Por ejemplo, la palabra "contaminación" (signo verbal) puede ejemplificarse con un dibujo, una fotografía, un vídeo, etc., (signos visuales).

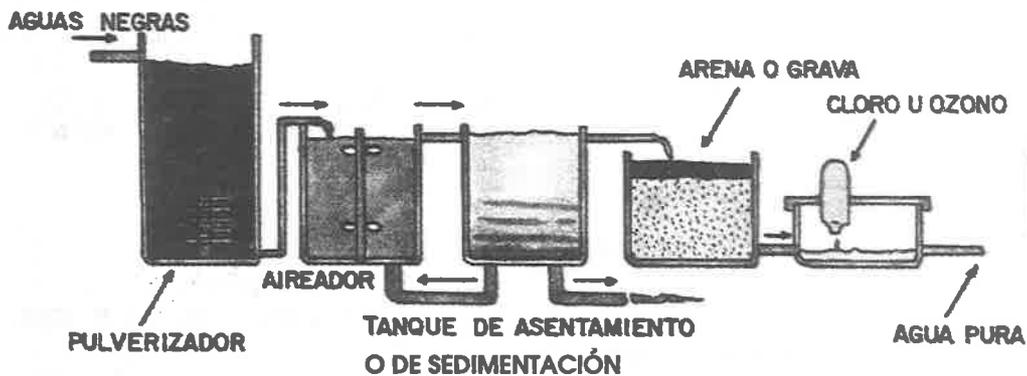


-Sentimientos y actitudes. La imagen tiene la capacidad de emocionar, fascinar, dramatizar. Por ejemplo, al hablar sobre la desnutrición, nada puede estremecer más que la imagen de una persona o de un niño en este estado.

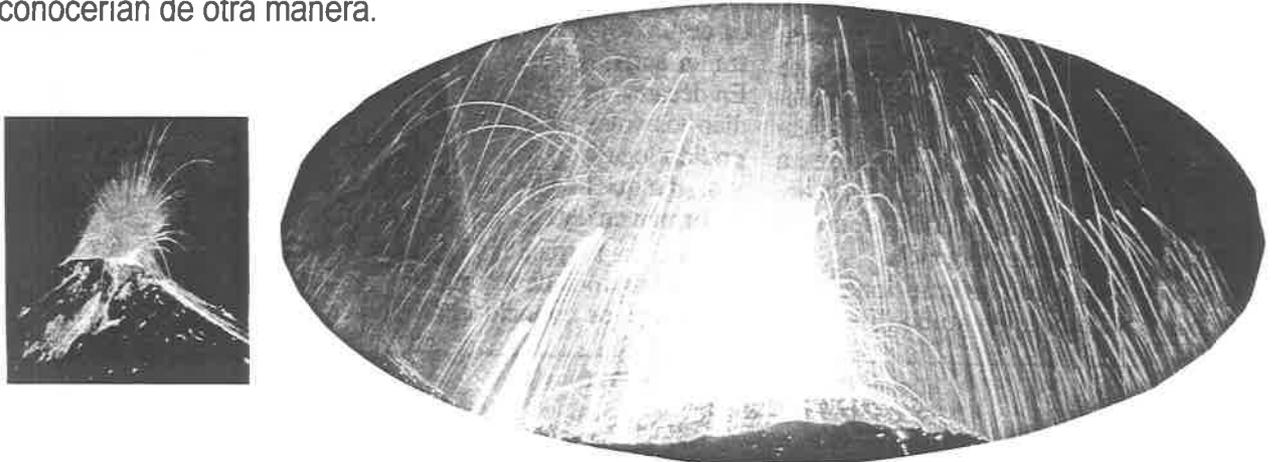


⁵¹ MENEGAZZO, Lilia F. Didáctica de la imagen. Editorial Latina. Buenos Aires. 1977.pág.79-82.

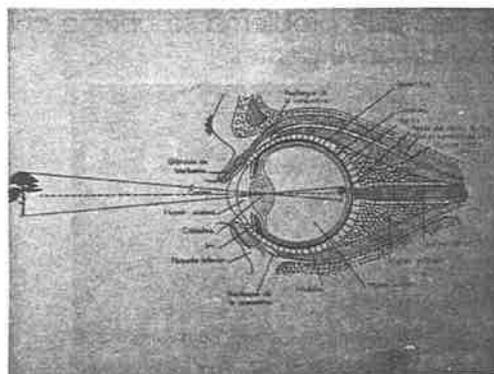
-Procesos. La imagen puede captar los momentos más significativos de un proceso. Por ejemplo, se pueden observar los distintos momentos de gestación de una planta o de la reproducción de un objeto. Esto se puede captar a través de un vídeo o de diapositivas, registrando los momentos más significativos.



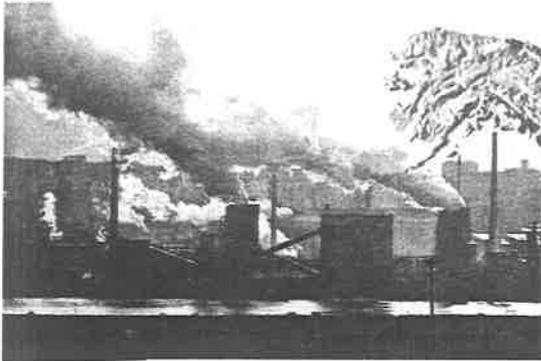
-Observaciones de segundo grado. A simple vista, en ocasiones no se pueden percibir algunos elementos que contiene una imagen. La observación de segundo grado permite, por medio de un estudio, conocer ciertas formas, estilos o hechos que no se conocerían de otra manera.



-Simplificación. La imagen puede simplificar realidades complejas. Por ejemplo, las gráficas, los esquemas.



-Comparación. Por medio de la comparación de imágenes se pueden presentar diferentes realidades que se contrastan. Por ejemplo, cómo son las construcciones en el campo y en la ciudad, los diferentes momentos históricos de una sociedad.



-El pasado. A través de la imagen se accede al pasado, estudiando formas de vida, momentos históricos y sociales sobresalientes.



-Lo extraterrestre y lo invisible. Las imágenes acercan realidades alejadas. Por ejemplo, a los cúmulos de galaxias, a la observación del universo; por otra parte, por medio de la imagen se puede conocer el mundo de los microorganismos.



En ese mismo sentido, para José Luis Rodríguez Diéguez,⁵² las imágenes didácticas cumplen las siguientes funciones en la enseñanza: Motivadora, Vicarial, Catalizadora, Informativa, Redundante y Comprobada.

-**Motivadora.** Con la imagen se pretende captar la atención del alumno en algunos momentos de interés.

-**Vicarial.** Existen contenidos que no pueden visualizarse a menos que se tenga la imagen.

-**Catalizadora.** La imagen permite reconstruir la realidad individualmente, dando lugar a una experiencia didáctica.

-**Informativa.** La imagen contiene en sí misma un discurso específico.

-**Redundante.** La imagen ilustra lo que otro medio ha expresado.

-**Comprobar.** Con la imagen se puede verificar un dato, una idea, un proceso, una operación.

Roberto Aparici⁵³ añade seis elementos más a las funciones de la imagen en la enseñanza, son las siguientes: Recreativa, Sugestiva, Participativa, Imitativa, Dinamizadora y Comprensiva.

-**Recreativa.** Las imágenes se convierten en un espectáculo para los demás. Un niño puede utilizar diferentes medios para representar la realidad. Por un lado se expresa entéticamente y cognitivamente, por otro, entretiene y divierte.

-**Sugestiva.** La imagen puede atraer la mirada del espectador. Los niños, dependiendo de la imagen, se sienten hechizados por ella.

-**Participativa.** Las imágenes sirven como pie de toque para despertar el interés por algún tema, para discutir y criticar.

-**Imitativa.** Los medios de comunicación promueven actitudes, valores y comportamientos imitativos. Este tipo de aprendizaje no es del todo favorable, no obstante, dentro de un determinado marco, puede ser útil para la adquisición de algunas destrezas.

-**Dinamizadora.** La imagen dinamiza el aprendizaje, complementa la relación existente de un proceso.

-**Comprensiva.** Un estudiante o un grupo de estudiantes se pueden expresar utilizando algún medio de comunicación.

⁵² RODRÍGUEZ DIÉGUEZ, J. L. Las funciones de la imagen en la enseñanza. Ed. Gustavo Gili. Barcelona. 1978. pág. 85.

⁵³ APARICI, Roberto. et. al. op. cit. vol. II. pág. 127.

-Selección de medios en el aula.

Una imagen no sólo es percibida visualmente, también se perciben imágenes sonoras. La imagen tiene un carácter audiovisual, por eso, el creador de imágenes puede utilizar un medio tecnológico para crear imágenes sonoras; otro medio para crear imágenes visuales; o utilizar ambos conjuntamente.

Por ejemplo, los medios tecnológicos como la radio, el audiocasete, el disco, producen imágenes sonoras, utilizan un lenguaje auditivo. En cambio, los medios mecánicos como la fotografía, utilizan un lenguaje visual. El cine, la diaporama, televisión y vídeo, combinan tanto el lenguaje visual como el auditivo. En el caso de la prensa y las historietas, combinan el lenguaje visual con el escrito.

Cada medio posee características específicas, por eso tiene que seleccionarse el más apropiado para que permita desarrollar claramente un contenido.

Sin embargo, en la mayoría de las escuelas se cuentan con algún medio, además, los recursos con los que cuenta la institución son pocos como para adquirir otros medios de comunicación con fines didácticos. Esto, desde luego, condiciona la elección de un medio. Pero, si existe la posibilidad de adquirir alguno o se aprovecha lo que se tiene, tiene que tomarse en cuenta qué tipo de medio es, la facilidad de su uso y el costo de mantenimiento.

MEDIOS

- RADIO
- AUDIOCASETE
- IMAGEN FIJA (FOTOGRAFIA)
- IMAGEN PROYECTADA (DIAPOSITIVA)
- PELICULA
- VIDEO
- TELEVISION
- MULTIMEDIA

ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS

FOTOGRAFÍA.

- Facilita la observación de imágenes a un ritmo individual
- Permite orientar la atención del estudiante hacia el motivo que se pretende mostrar a cada momento.
- En el caso de la diapositiva, hace posible la observación de imágenes en grupo con una buena relación coste-eficacia.

HISTORIETA GRÁFICA.

- Es un medio muy motivador con el que los jóvenes se hallan muy familiarizados.
- Facilita el contacto con un medio de comunicación que permite comprender procesos que se repiten en otros medios audiovisuales más complejos: guión, realización y montaje.
- Dado su carácter secuencial, permite relatar procesos en continuidad desde las fases de crecimiento de una planta hasta las etapas más relevantes de un proceso histórico determinado.

MONTAJE AUDIOVISUAL O DIAPORAMA.

- Es el medio audiovisual más simple. Permite la presentación sincronizada de imágenes y sonidos.
- La sencillez de los equipos técnicos y su fácil manejo permiten la producción de materiales didácticos con base en este soporte.
- Acostumbra al educador a programar montajes de corta duración, integrables dentro de la clase.

PRENSA.

-El periódico presenta una estructuración que permite a profesores y alumnos basarse en su modelo para adaptar otros contenidos relacionados específicamente con el currículum.

-Sirve para utilizar determinados contenidos dentro del programa de ciertas asignaturas (secciones de periódico).

-Presenta materiales que, reutilizados por los educadores, pueden plantear una visión de la educación como el proceso de continua renovación y actualización de saberes.

RADIO Y AUDIOCASSETTE.

-Son medios útiles para el aprendizaje y el análisis de la comunicación verbal.

-Permiten investigar la realidad próxima a los educadores y educandos, aspectos antropológicos, sociales, e históricos de barrios, pueblos, ciudades, etc.. Son por esto muy útiles para la creación de bancos sonoros, capaces de preservar la memoria histórica de los pueblos. Por ejemplo, la entrevista a profesionales, artesanos, políticos que están a punto de desaparecer y son portadores de una herencia cultural a la que no podemos renunciar.

-El audiocasette es un medio barato que permite el intercambio de experiencias y el fomento de una correspondencia comunicativa eficaz. Por ejemplo, la grabación de mensajes elaborados, dirigidos de una escuela a otra, y su posterior contestación. La creación de cassettes-forum en los que determinadas comunidades puedan realizar una escucha crítica de materiales sonoros útiles para la reflexión colectiva, la grabación dramatizada de aspectos de interés antropológico, social e histórico de estas mismas comunidades, etc..

CINE.

-Permite una observación privilegiada de fenómenos físicos difícilmente observables por el hombre. Por ejemplo, la organización interior de un panal de abejas.

-Permite crear artificialmente procesos difíciles de sintetizar, mediante la animación -ya sea de muñecos, dibujos, objetos reales o personas-.

-Permite una explotación didáctica de películas no especialmente pensadas para el campo educativo, como complemento de contenidos de curriculum. Por ejemplo, la "Napoleón" para Historia. "Muerte en Venecia" para Literatura. "Viaje alucinante" para el área de Naturales o "2001" con una finalidad interdisciplinar. Literatura, Historia, Ciencias, etc..

VÍDEO.

-Permite una explotación didáctica de la imagen en el aula, fomentando la participación de los alumnos. Es posible, por ejemplo, analizar bloques aislados, congelar la imagen, volver atrás. Avanzar rápidamente o ralentizar la acción.

-Puede definirse como un soporte de soportes. La fotografía, el cine o el propio vídeo pueden ser almacenados, ordenados, copiados, aislados o conjuntamente, para presentar estas imágenes, ya sea como parte marginal o fundamental del vídeo.

-Facilita el uso en el aula, y fuera de ella, de programas o segmentos de programas, extraídos de la televisión. Muchas de estas imágenes sirven para ejemplificar aspectos sociales, económicos, estéticos, etc., de los diversos currícula.

-Permite salvar, en parte, la imposibilidad, de que los alumnos conozcan aspectos prácticos en materiales que así lo precisan. Por ejemplo, los laboratorios de Física y Química o, en Dibujo Técnico piezas mecánicas concretas de las que no existe un referente real conocido por los alumno, etc..⁵⁴

Por eso, al seleccionar un medio, tienen que tomarse en cuenta los siguientes criterios: 1) los contenidos y las características propias del medio; 2) la posibilidad didáctica del medio y 3) los medios como estímulos didácticos.

Además, los maestros al seleccionar un medio tiene que considerar la naturaleza misma de la materia y el tema que pretende tratar. Porque el tema a tratar puede implicar el aprendizaje de ciertas técnicas, ya sea de reflexión, de creatividad o simple información. También tiene que plantearse si al abordar algún tema bastará con la exposición oral, escrita o es necesario observar el proceso mismo en la realidad. El maestro tiene que determinar si es necesaria la utilización de un medio visual para presentar el tema, o si se puede dramatizarlo con sonidos y ruidos naturales, o si es necesario presentarlo con el apoyo de un audiovisual. Puesto que el presentar un tema puede implicar la utilización de uno o más medios audiovisuales para superar alguna deficiencia, entonces, el maestro está haciendo un uso conjunto de diferentes medios

⁵⁴ APARICI, Roberto.et.al.op.cit.vol.II.pág.128-130.

audiovisuales, a esto se le llama **multimedia**, y la utilización de un multimedia exige tener presente estos factores:

- La conveniencia de utilizar un medio u otro para emitir un mensaje.
- El papel que va a desempeñar cada medio en la estrategia de enseñanza.
- Las interrelaciones que se establecen entre los diversos elementos que forman parte de la combinación de los medios.
- El tipo de presentación que se va a hacer en cada medio.
- Las limitaciones dadas por la proporción de medios que se van a utilizar”.⁵⁵

Las características de un medio son las que determinan su utilización didáctica.

Un medio audiovisual puede ser apropiado para abordar un determinado tema, pero no puede serlo para otro. Por eso, un alumno estará dispuesto a utilizar un medio de comunicación siempre y cuando se tomen en cuenta los siguientes elementos que Decaigny menciona:

- Los documentos sean presentados de forma atractiva y con un ritmo adecuado.
- Las condiciones de recepción sean buenas.
- Su participación sea activa durante la utilización.
- Se prevea la discusión después de la utilización o la recepción del mensaje.
- Aparezcan alumnos de su edad a través del medio audiovisual.
- Hayan participado en la realización del material que se analiza”.⁵⁶

No obstante, al utilizar los medios de comunicación en el aula, se pudiera caer nuevamente en un modelo pedagógico autoritario si después de utilizar un medio todo queda ahí y todo el desarrollo que hizo el medio del tema debe tomarse como la palabra final. Todo lo contrario, después de utilizar un medio, en un modelo pedagógico democrático y participativo, se debe de generar un proceso de discusión y crítica, para contrastar lo que el medio dice y cómo se dice con la realidad o el sentido común. Esto es sumamente importante porque los mensajes de los medios pueden aparecer como una forma renovada de la enseñanza magisterial.

Además, los medios de comunicación ofrecen una representación de la realidad, más no la realidad misma. Porque, “la imagen es, por otra parte, una visión parcializada y parcializante de la realidad. No se puede pensar que la imagen es el doble tautológico de las cosas. Una sustitución objetiva de la realidad que presenta. Es éste precisamente uno de los engaños más sutiles. No es aceptable pensar que las imágenes de un documental televisivo sobre una manifestación sea precisamente la realidad misma. Porque la filmación -aunque desee ser objetiva- es radicalmente

⁵⁵ APARICI, Roberto.et.al.op.cit.vol.II.pág.135.

⁵⁶ Citado por: APARICI, Roberto.et.al.op.cit.vol.II.pág.136.

subjetiva al limitar las tomas a los puntos de mira (exclusivamente técnicos ahora) del operador. El objetivo del operador es algo muy subjetivo. Pero hay todavía más, mucho más: el operador ha podido falsear deliberadamente la reproducción de los hechos, tomando en exclusiva unos planos que apoyan un punto de vista (ahora ideológico o político) de especial interés. Puede interesar hacer ver que la manifestación fue multitudinaria, o precisamente lo contrario. En un caso se reiteran las tomas de un grupo apiñado de personas, en el segundo, se recogerán algunos planos en los que el espacio está casi desierto".⁵⁷

Por lo tanto, la utilización de los medios de comunicación implica una nueva relación entre el maestro, el alumno y el contexto, donde se asuman nuevos roles. El maestro ya no es el sabelotodo ni el estudiante el ignorante sobre el que hay que vaciar el conocimiento, más bien, existe un intercambio de información, de roles, de participación, de diálogo y crítica.

Lilia F. De Menegazzo,⁵⁸ menciona las siguientes fases al trabajar con los medios:

-Planificación del proceso de enseñanza-aprendizaje. En esta etapa se formulan los objetivos del tema unidad y se decide si se van a utilizar o no medios audiovisuales.

-Selección del medio audiovisual. Su utilización va a estar directamente relacionada con la función que se le asigne en el proceso enseñanza-aprendizaje.

-Presentación y utilización del material audiovisual. En esta fase es necesario: determinar en qué momento se van a utilizar y elegir una técnica de enseñanza (individual, grupal, mixta). También se establecen en esta etapa las pautas de análisis de las imágenes. En función de la edad, su lectura comprenderá: a) enumeración de elementos (estadio preoperatorio y estadio de las operaciones concretas); b) descripción de elementos (estadio de las operaciones concretas y estadios de las operaciones formales); interpretación de la imagen (estadio de las operaciones formales).

-Actividades posteriores a la presentación de los medios audiovisuales. Los diversos materiales pueden servir para discutir acerca del estilo comunicativo del mensaje, analizar cada uno de los elementos que lo componen, contrastar la información con la de otras fuentes, analizar el nivel de objetividad, investigar en otros medios para enriquecer la información, etc.

Es necesario mencionar que todas estas recomendaciones de trabajo con los medios no son recetas metodológicas, pues cada maestro enfrenta dificultades específicas en su medio de trabajo. Así que es el grupo, el contexto o la concepción

⁵⁷ SANTOS GUERRA, M. A. Imagen y Educación. Anaya. Madrid.1984.pág.40.

⁵⁸ MENEGAZZO, Lilia F. Didáctica de la imagen. Editorial Latina. Buenos Aires. 1977.pág.132.

ideológica del maestro, lo que va a determinar el trabajo con los medios de comunicación.

Puesto que el maestro pretende alcanzar un objetivo de aprendizaje con sus alumnos, tiene que utilizar el medio más idóneo para alcanzarlo, a la vez que tiene que fomentar un aprendizaje activo en el estudiante.

Otro aspecto de suma importancia dentro de la pedagogía con imágenes es el de la evaluación. Porque después de haber utilizado un medio, el maestro tiene que evaluar los conocimientos que se adquirieron o las actitudes fomentadas y la metodología que utilizó. En el caso de los conocimientos, poder saber si aumentó la retención, el aprendizaje y si se captó totalmente el mensaje. En cuanto a las actitudes, conocer si se facilita el análisis crítico y si son observables los cambios individuales. Por último, en lo que a la metodología se refiere, conocer si el mensaje fue descodificado, si facilita la recepción de la información y fomenta actividades.

3.1.2 Procedimientos para crear connotaciones.

En la pedagogía con imágenes, los maestros junto con los alumnos pueden convertirse en emisores de mensajes, en creadores de imágenes.

Sin embargo, al realizar una imagen tienen que tomarse en cuenta los siguientes elementos, aparte de los que en el cap. II se han mencionado, para darle connotación a una imagen. R. Barthes⁵⁹ establece los procedimientos que provocan la connotación: el Trucaje, la Pose, los Objetos, la Fotogenia, la Estética y la Sintáxis.

-El **trucaje**. Consiste en la inclusión o supresión, en la imagen, de algunos elementos que modifican el significado de una representación. El significado de una imagen está en función del momento histórico, de acuerdo a normas, valores, pautas, etc., de la sociedad.



-La **pose**. Cuando la ejecuta un personaje, transmite información que se interpreta como: silencio, sueño o cansancio, preocupación, espiritualidad.

Cotidianamente se está en contacto con la gestualidad y postura de los individuos, que expresan: alegría, angustia, vitalidad, fastidio, etc. (lenguaje kinésico, gestual, mímico). La publicidad se vale de estas expresiones que pueden interpretarse fácilmente. Cuando dichas expresiones se reducen a su mínima expresión, se convierten en estereotipos.



⁵⁹ Citado por: APARICI, Roberto. et. al. op. cit. vol. II. pág. 25.

-Los **objetos**. Cuando aparecen en una imagen, permiten contextualizar al personaje.



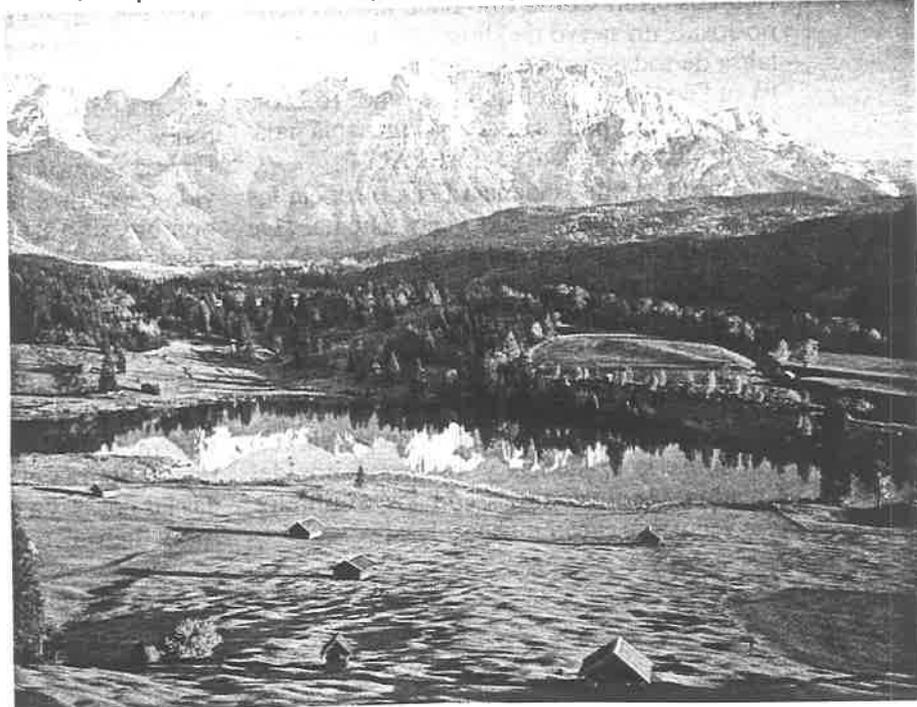
-La **fotogenia**. Es un efecto de embellecimiento con fines connotativos. Permite embellecer, degradar, dar mal efecto a una imagen con el fin de otorgarle una connotación deseada.

Por medio de la iluminación, la impresión y el revelado, se puede hacer una modificación de la propia realidad. Por ejemplo, con el juego de luces se puede modificar el aspecto espiritual de un individuo por uno tenebroso.

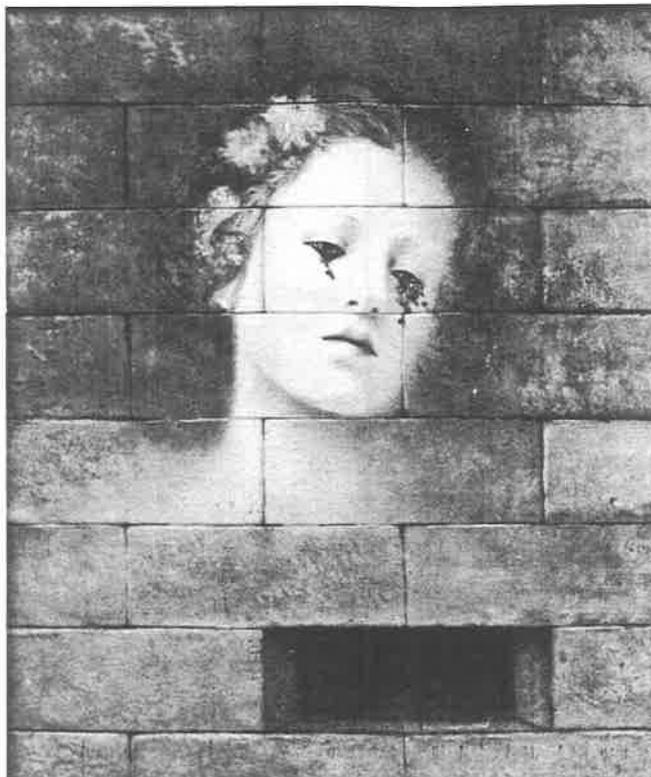
Se puede lograr desaparecer algunas características inconvenientes de un sujeto y resaltar otras. Se logra por medio del retocado, valiéndose de estos procedimientos, el creador de imágenes puede lograr un efecto significante en el receptor.



-La fotografía es una manifestación **estética**. Se puede ver la fotografía como arte, la cual remite a un cuadro. Remite a un documento. La fotografía como documento, remite a un documento. La fotografía como sentimiento, transmite una emoción. En todos estos casos, se puede observar que la fotografía tiene una dimensión estética.



-La **sintáxis** consiste en la relación que se establece entre las imágenes o entre un conjunto de imágenes. Porque el significado de una fotografía se modifica al relacionarse con otra.



3.1.3 Ejercicio de lectura de una imagen

Uno de los objetivos fundamentales de la alfabetización audiovisual es la lectura de imágenes. Esta actividad consiste en identificar los elementos y las características de una imagen, y posteriormente se realiza una lectura de tipo subjetiva.

La imagen que se analiza corresponde al género publicitario de una revista mensual. Se anuncia un tequila que es producto de la marca Centenario. El anuncio abarca la página completa de la revista, sus proporciones son de 19 cm de ancho por 27 cm de largo.

El objetivo de los creadores de esta imagen es claro: llegar a los consumidores con el fin de conseguir la venta del producto que están anunciando.

Para iniciar la lectura de la imagen, primeramente se realiza una descripción de lo que aparece a simple vista. Después se destacan los elementos y las características (lectura objetiva). Por último, se realiza la lectura subjetiva, una lectura de asociaciones mentales.

Lectura objetiva

El anuncio publicitario que se presenta aparece en la revista Epoca.

La lectura objetiva, en este caso, se realiza de acuerdo a este orden: de arriba a abajo.

En primer término, en el extremo superior derecho se identifican letras de color blanco sobre un fondo negro que dicen. "El que a buen árbol se arrima, buena sombra le cobija". Dichas letras están escritas con letra de molde. El tamaño de las letras, según el caso, es de 7 mil y 5 mil. Están alineadas al margen de la derecha. Las letras ocupan, junto con el fondo negro, un poco más de la mitad de un cuarto con respecto a toda la imagen.

En segundo término, se presenta la siguiente escena: Una pareja, un hombre y una mujer, en plano americano. El hombre está de perfil. Se observa un hombre de raza blanca, de pelo corto ligeramente peinado. Su mano izquierda la mantiene apoyada sobre el tronco de un árbol. Mira fijamente a la mujer. Viste una chamarra de cuero color café, una camisa blanca y un pantalón de mezclilla color azul. Su mano derecha la mantiene entremetida en el pantalón. El hombre aparece representado en sentido inverso a la luz, lo cual produce que el frente de su cuerpo aparezca ligeramente sombreado.

También se presenta una mujer en plano americano. Está en una posición contraria a la del hombre, recargando la espalda sobre el tronco de un árbol. Tiene el

pelo corto. Viste una blusa color blanco y un saco cuadrado con puntos negros. Su mano derecha está sujetando la camisa del hombre a la altura del botón del cuello. Su mirada se dirige hacia ese mismo punto. La mano izquierda está parcialmente metida en la bolsa del saco, el dedo pulgar está defuera. La mujer aparece bañada por una ligera sombra.

Se identifica parte del tronco de un árbol, su corteza está claramente marcada por hendiduras. Del árbol descienden, por dos de sus extremos, las ramas con sus respectivas hojas de color verde. Una de estas ramas se coloca justo por encima de la pareja.

Detrás de ellos está un barandal que se proyecta horizontalmente. Su estructura está formada por pequeños círculos y un castillo que da soporte a una trave angosta.

Exactamente por encima de la trave, en la parte izquierda, se observan dos vasos pequeños, llenos poco más de la mitad con un líquido transparente, inmeditamente, al lado de los vasos, se coloca una botella casi llena con el mismo líquido.

Al fondo de la escena se observa una ventana con puertas de madera y vidrio.

Tiene una pequeña terraza rodeada por un barandal de fierro, la terraza está adornada con pechos de paloma en su parte baja, detrás de la ventana se alcanza a percibir la silueta de otra ventana.

Por todo el lado derecho de la ventana se corre un muro de concreto.

Cabe mencionar que casi todos los elementos mencionados aparecen bañados por un color dorado.

En tercer término, en la parte media derecha se observan letras de color blanco sobre un fondo negro. Están escritas con letra de molde. Su tamaño, según el caso, si es letra mayúscula o minúscula, es de 4 y 3 mil. Respectivamente. Están alineadas dentro de sí a un margen izquierdo, ocupan poco más de un cuarto dentro del espacio de la imagen. Dicen lo siguiente: "Quien se acerca a Centenario Reposado sabe que en cuestión de tequilas ninguno le hace sombra. Su calidad resulta de una paciente elaboración a base de agave y es heredera de un saber tradicional. Centenario reposado es cuestión de gusto, porque preferirlo supone abrigar el sabor de lo mejor de lo nuestro".

En cuarto término, en el extremo inferior izquierdo existen letras de color blanco sobre un fondo negro, están escritas con letra de molde y su tamaño es de 2 mil. Dicen lo siguiente: Clave: D 32 CC. El abuso en el consumo de este producto es nocivo para la salud".

Después se presenta una botella de vidrio totalmente llena de un líquido amarillo.

Tiene una etiqueta al frente y en el cuello de la botella. En la etiqueta del frente se observan estas letras: "Tequila, Fundada en 1795, 24 de Enero, No. 73, Tequila, NOM-1104".

Todo esto aparece enmarcado, con un símbolo y una mujer tocando lo trompeta.

En el cuello de la botella la etiqueta dice con letras mayúsculas: "Centenario" y aparece un símbolo.

La botella está cerrada con su tapa.

En la parte inferior derecha aparecen letras blancas sobre un fondo negro. Están escritas con letra de molde en mayúsculas y su tamaño es de 6 mil. Dicen: "Centenario Reposado", las letras están rodeadas por contornos blancos.

Debajo de estas letras aparecen otras escritas con letra scrip, su tamaño es de 4 mil., son letras blancas escritas sobre un fondo negro, dichas letras aparecen centradas con respecto a las anteriores.

Elementos de la imagen

En la imagen se encuentran una serie de **puntos** de interés y son los siguientes: la pareja junto al árbol, la ventana que aparece al fondo y la botella de tequila presentada en plano americano, son tres los puntos de interés.

Convenientemente dispuestos, a tres puntos se les asocia con un triángulo, así esta serie de puntos guían la visión hacia la parte de la imagen que más llama la atención.

Los tres puntos forman un triángulo escaleno, si se les ordena de arriba a abajo.

En ese orden, el primer punto del triángulo sería la ventana; el segundo, la pareja junto al árbol; el tercero, la botella de tequila. Esta direccionalidad lleva al receptor a la parte de la imagen que más atrae la atención, en este caso, la botella de tequila.

La **línea** es otro elementos identificable en esta imagen. La línea define el contorno de las formas. En este caso se encuentran líneas verticales y horizontales. Las líneas verticales que definen contornos son el marco de la ventana, las puertas de la ventana, el barandal, los vasos y la botella, la silueta del hombre y de la mujer, la corteza del árbol y el contorno de las botellas. Las líneas horizontales que definen contornos son el barandal de concreto y la terraza de la ventana.

Puesto que la dirección de las líneas revelas el grado de dinamismo de la imagen, en este caso son líneas verticales y horizontales, entonces en la imagen se identifican la quietud y la tranquilidad.

En lo que se refiere a la **iluminación** esta viene dada por contornos dorados. De hecho, casi toda la escena que se presenta está bañada de estos tonos. La iluminación utilizada es el contraluz, porque se sitúa detrás de la pareja, esta iluminación permite destacar a la pareja del fondo, puesto que no se destacan los detalles del frente de los sujetos, es decir, no se revela su expresión, entonces esto indica que se está magnificando a los sujetos, desata intensos valores emotivos. Para sugerir una atmósfera uniforme, la luz ha sido rebotada a los lados para indicar fuentes luminosas reales.

La botella de tequila está iluminada con una luz frontal, pues proporciona información sobre todas las zonas iluminadas, no hay sombras visibles y la textura se suaviza.

En esta misma imagen está presente la luz cenital, dirigida de arriba a abajo. La luz cenital recubre algunas sombras y resalta el color del tequila.

La tonalidad permite discriminar en la imagen los colores usados. Se utiliza el color negro como fondo; el color blanco es utilizado en todas las letras; el color dorado se utiliza en la escena y el amarillo se utiliza en la botella de tequila.

Las tonalidades amarillas y doradas aparecen en la imagen con un grado mayor de saturación, son colores de impacto visual. Estos colores tienen un fondo negro, lo cual permite ver el dorado y el amarillo más puros, el fondo de color negro en un fondo neutro.

En cierta forma las tonalidades son rojizas, con una temperatura de color baja. De esta manera, por la tonalidad utilizada, se está relacionando al producto con la seducción. La tonalidad rojiza acerca al observador a la imagen.

A continuación se analiza cada color de acuerdo a sus significado. El color negro del fondo representa elegancia. En este caso el negro dota de aristocracia al producto y a las personas.

El color blanco se relaciona con la pureza y la virginidad. Por tanto, las letras blancas dotan al producto y a las personas de pureza, además, el color blanco establece una relación armónica con los demás elementos.

El color dorado, que se apega a la tonalidad rojiza, representa la vida, es excitante, implica acción y movimiento.

El color amarillo es un color reflectante, es fácilmente perceptible, de hecho, es uno de los colores más utilizado para atraer la atención del observador.

El amarillo es el color de la opulencia, por lo tanto, al utilizar el amarillo en la imagen y resaltarlo, específicamente en la botella de tequila, se pretende atraer la atención del observador a la botella. Además, se relaciona al producto con la opulencia.

También se deja entrever el color verde. El color verde indica juventud y fertilidad, lo cual se relaciona con la pareja.

El fondo negro predomina en toda la imagen. Esto indica que el producto va dirigido a hombres o ancianos, pues los colores oscuros son preferidos por ellos.

Se utiliza un encuadre en plano americano. Este encuadre se aplica a la pareja, pero también puede aplicarse a la botella de tequila.

El ángulo de visión es un ángulo medio, la escena ocurre a la altura de los ojos de los observadores.

La distancia focal es la precisa, pues la imagen se observa con claridad en el plano.

Se utilizó un objetivo normal. La abertura del diafragma de la cámara viene dada en el mayor cierre del diafragma para conseguir profundidad de campo en la imagen.

La imagen es armónica porque tiene una gradación lumínica suave, también porque los colores se acercan al círculo cromático. Está organizada adecuadamente, lo cual da una sensación de equilibrio y estabilidad.

Se organiza bajo una composición dinámica, pues de inmedita suscita en el espectador la urgencia de encontrar el centro de interés, puesto que le da sentido a la imagen. El centro de interés o núcleo semántico se halla en la parte media, en la pareja, el segundo núcleo semántico se localiza en la botella grande de tequila.

El texto está organizado en forma horizontal, excepto las letras que aparecen en el extremo inferior derecho. El texto situado en la parte superior derecha cumple la función de anclaje, con el fin de implicar comunicativamente a los sujetos.

El color de las letras es blanco, como ya se indicó, el color blanco se relaciona con la pureza. Por eso, el producto se relaciona con lo puro, lo original, lo único, etc..

El tamaño de las letras varía, las letras grandes destacan la información principal; las menos grandes, la información secundaria. Las letras más grandes de la imagen dicen: "Centenario Reposado", esa es la información principal. Esto se refuerza también porque en dichas letras se utilizan trazos fuertes, son los contornos los que la asignan propiedad.

Otro texto está escrito con letra scrip y dice: "fino por origen". Este tipo de letra se asocia con refinamiento, con prestigio. Por tanto, el texto en el producto anunciado refuerza la elección del destinatario a quien se dirige.

El texto que dice: "El que a buen árbol se arrima, buena sombra le cobija", fue seleccionado en función de un dicho comúnmente conocido, esto permite involucrar comunicativamente a los sujetos con algo que les "suena conocido".

El texto situado en la parte media es una justificación del texto anterior. Solamente que está, cuidadosamente orientado, cumpliendo la función de relacionar al texto con la imagen.

Es un texto redundante, pues sirve para visualizar documentalmente lo que el texto expresa.

Este mismo texto cumple una función complementaria porque tanto el texto como la imagen se relacionan.

Características de la imagen

Es una imagen icónica. Los objetos que se presentan se aproximan a la realidad. No existe el mayor problema para descodificar la imagen. Los signos utilizados son compartidos por la mayoría de la población. Casi toda persona podría describir lo que se observa en la imagen.

Es una imagen simple, es fácilmente comprensible su significado. Su grado de iconicidad es alto. Tiene un sentido abierto la representación. Se puede contextualizar fácilmente. Los elementos establecen una relación equilibrada. Los objetos se pueden identificar con facilidad, son fáciles de asimilar o de entender.

Tiene la característica de ser una imagen monosémica, establece un solo significado, su mensaje es comprendido con facilidad y se dirige en un solo sentido. Los objetos que se presentan y el contexto donde se desarrolla la escena permiten realizar proyecciones semejantes.

Es una imagen redundante, los elementos que se utilizan no son del todo originales, más bien, son repetitivos y redundantes. Algunos de los elementos de esta imagen se les puede encontrar en otros anuncios. De hecho, la publicidad de este género utiliza elementos redundantes con el fin de identificar más a los espectadores con los elementos con los que ya están familiarizados. Tanto los elementos, modelos o formas de comportamiento como algunas partes del texto, son reconocibles por el espectador y son fáciles de asumir.

Esta imagen representa algunos de los tópicos que utiliza la publicidad, refuerza el uso de los estereotipos.

Lectura subejtiva

La lectura subjetiva se realiza por medio de las asociaciones que despiertan las imágenes en la mente de cada persona.

La imagen, desde luego, sugiere el consumo del producto. Asociando al tequila como un producto único, porque ha sido cuidadosamente elaborado con un material específico y porque su elaboración recoge un método que por mucho tiempo se ha utilizado. Esto lo eleva al status de ser un tequila fino desde su mismo origen.

Además, quien consume este producto demuestra que tiene un buen gusto.

Se apela a un sentimiento nacionalista al mencionar que al preferirlo, una persona disfruta de lo que se produce en su país, que apoya a los productores a la vez que disfruta de un tequila (con propiedades especiales) que ningún otro de su género puede hacerle sombra u opacarlo.

La escena, por sus características, se desarrolla en una hacienda, la ventana parece ser de una recámara.

El que la botella pequeña no esté llena y los vasos contengan poco más de la mitad del líquido, indica que la pareja está bebiendo. La postura del hombre lo justifica, pues no se presenta en una posición derecha, está ligeramente encorvado y apoyándose con la mano izquierda en el tronco de un árbol.

En el caso de la mujer sucede algo similar, pues está recargando la espalda sobre el tronco.

La mujer parece estar desabrochando la camisa del hombre, descubriéndole el pecho, como si tratara de excitarlo seductivamente. Su mirada es seductiva, evidencia el deseo y el placer. En este aspecto, es la mujer y no el hombre, quien lleva la delantera.

Relacionando los tres elementos: la ventana de la recámara, la botella de vino y los dos vasos servidos y la pareja, se llega a la conclusión de que para llegar a la recámara y culminar la seducción, el mejor medio es tomar el producto anunciado.

De hecho, la botella pequeña de tequila y los vasos, están precisamente en el medio de una parte y otra. Los tonos rojizos que bañan la escena relacionan al producto con la seducción.

Por tanto, todos aquellos que consuman este producto, según la imagen, puesto que se arriman a un buen producto y su sombra les cobija, pueden convertirse automáticamente en personas seductoras. Lo único que necesitan hacer es tomar este producto, no necesitan hacer más, porque de lo demás se encargan las circunstancias

3.1.4 Actividades pedagógicas con los medios de comunicación

La pedagogía con los medios de comunicación propone desarrollar, de manera sistemática, en la Educación Básica, la habilidad fundamental de comprensión crítica y la creación de mensajes y productos, que hasta ahora pareciera que solo los medios masivos de comunicación pueden producir.

Los alumnos se capacitan en el análisis crítico de los medios y en la creación de mensajes, tanto en el plano individual como en el colectivo. Esto les da la oportunidad de desarrollar su capacidad crítica, analítica y reflexiva, además de permitirle desarrollar su creatividad. Al mismo tiempo, conocen las diferentes posibilidades de innovación y cambio.

Por consiguiente, a continuación se desarrollan una serie de actividades que tiene como objetivo el conocimiento y la comprensión de los elementos que estructuran básicamente los medios de comunicación. Además, se sugieren actividades que los docentes pueden efectuar con sus alumnos utilizando algunos medios disponibles en su contexto escolar.

Cabe señalar que los maestros deben tener presentes las actividades que corresponden al desarrollo consecutivo de este trabajo. Dichas actividades se desarrollarán de acuerdo a la evolución del pensamiento infantil, según lo determina el maestro.

Las actividades pedagógicas con los medios de comunicación se proponen de un texto de Cary Bazalgette.⁶⁰

Primeramente, a continuación se considera un esquema que tiene como finalidad plantear preguntas indicadoras para llegar a un conocimiento del medio.

¿Quién comunica y por qué?	Agencias de los medios
¿ De qué tipo de mensaje se trata?	Categoría de los medios
¿ Cómo se produce?	Técnicas de los medios
¿ Cómo se sabe lo que significa?	Lenguaje de los medios
¿Quién lo recibe y qué significado le da?	Público de los medios
¿Cómo se representa el tema que trata?	Representación de los medios

⁶⁰ BAZALGETTE, Cary. Los medios audiovisuales en la educación primaria. Ediciones Morata, Madrid. 1991. Págs. 23-29.

¿Quién se comunica y por qué?

Los alumnos precisan de conocer que los mensajes de los medios de comunicación son producidos por alguien, por agencias o instituciones de comunicación. ¿Quién es un cineasta o quién es el director de una película? O ¿quién fue el fotógrafo de esta o aquella fotografía?

Un mensajes es elaborado por diferentes personas que trabajan con un objetivo en común.

Por tal motivo, el maestro pone una actividad a un grupo de alumnos, dicha actividad consiste en realizar una grabación de sonido. El objetivo es que los alumnos conozcan los procesos de producción. Entonces se dan cuenta de que en una grabación de sonido existen diferentes personas que participan, cada una con un trabajo específicamente asignado; además conocen que la grabación se tiene que planificar y que existe una relación de interdependencia entre cada uno de los participantes que trabajan bajo un mismo fin.

Para reafirmar lo antedicho, de conocer cómo se distribuye el trabajo en un proceso de producción, pueden identificar y describir los principales papeles mencionados en los títulos de crédito ya sea de cine, de televisión o de vídeo.

Con el fin de conocer las funciones de los papeles menos visibles de un proceso de producción, es aconsejable que los alumnos hagan una descripción de cómo se imaginan o en qué piensan que consiste el trabajo de un editor, productor, etc..

Este es un buen momento para adentrarse en el conocimiento de las agencias de comunicación. Esto se puede lograr planteándose algunas preguntas como:

¿Qué función cumplen los medios de comunicación?

¿Qué objetivo persiguen?

¿Cómo se sustentan?

¿Cómo se relacionan con otras instituciones sociales?

¿Quiénes trabajan con los medios de comunicación?

Así, el alumno es capaz de identificar a las instituciones relacionadas con los medios de comunicación (como por ejemplo, Televisa, Televisión Azteca, periódicos, editoriales de libros y revistas).

Otra actividad que se sugiere es la de producir un mensaje que sea adecuado para un medio de comunicación previamente determinado. Puede ser un cartel, un periódico, una historieta, una fotografía, dependiendo de los medios con que se cuente.

También pueden tomar decisiones sobre cómo hacer llegar un mensaje a un conjunto de personas.

¿De qué tipo de texto se trata?

En este aspecto, los alumnos conocen las categorías de los medios, que consiste en identificar y distinguir los mensajes de los medios.

Se proponen tres grandes categorías:

-Primera categoría. La constituyen los medios: como el cine, la televisión, la radio, etc..

-Segunda categoría. Corresponde a la forma de los medios: como las noticias, ficción, documentales, pasatiempos, etc..

-Tercera categoría. Corresponde al género: como la novela romántica del oeste, etc..

Es necesario mencionar que todos los mensajes corresponden o se incluyen en determinada categoría. Se da el caso de que una película pertenece a dos géneros cinematográficos. Sin embargo, es conveniente, desde el punto de vista creativo, que los alumnos no se restrinjan al uso tradicional de las categorías; todo lo contrario, pueden cuestionar las propias categorías, conocer sus límites e inventar nuevas.

Por eso, el alumno debe ser capaz de diferenciar los distintos medios de comunicación: televisión, cine, vídeo, periódico, revistas, radio, libros.

También tiene que identificar las formas de los medios: noticias, teatro, anuncios, documentales, series, ficción, comentarios.

Tiene que distinguir los géneros: como los seriales, aventuras, historias, cómicas.

Puede efectuar la transferencia de un medio a otro: como por ejemplo, ilustrar un relato con fotografías.

Debe ser capaz de identificar la diferencia periódica de los mensajes de los medios.

También pueden efectuar la transferencia de una categoría a otra: por ejemplo, contra una historia de ficción como si fuera una noticia.

Además, debe ser capaz de identificar y exponer diferentes características de los medios: forma y género, expresar y explicar sus preferencias.

Lo fundamental es que los alumnos lleguen a un conocimiento de cuándo un mensaje se transmite por medio de una categoría, esto determina la forma de apropiarse de él. Es decir, un mismo mensaje es diferentemente apropiado cuando se transmite por radio o por televisión. El alumno debe comprender que cada medio tiene su propia especificidad y su propio lenguaje característico. Que no es lo mismo leer una historia en un libro que verla en una película.

¿Cómo se produce?

Consiste en conocer las técnicas que utilizan los medios. Una manera de hacerlo es que el maestro proponga una visita a una estación de radio, a un canal de televisión o a las instalaciones de un periódico local. De ese modo, los alumnos conocen objetivamente las técnicas propias de los medios de comunicación.

El alumno es capaz de identificar las diferentes técnicas de los medios de comunicación y las formas de los medios. Distinguir lo que es cine y televisión; de una transmisión en directo y la animación.

Sin embargo, las técnicas de los medios de comunicación no se limitan al manejo de aparatos caros. El maestro invita a sus alumnos a tomar decisiones acerca del uso de las técnicas disponibles de medios de comunicación, por ejemplo, rotulados, pintura, dibujo, la pizarra, etc.. Tienen que tomar conciencia de que las técnicas de los medios han evolucionado y que continúan haciéndolo.

Los medios de comunicación utilizan, cada uno, diversas técnicas. Esto establece una diferencia en cuanto al significado que se le otorga a un mensaje.

Los alumnos consideran y manifiestan la diferencia que existe entre ver un partido de fútbol en la televisión y escuchar ese mismo partido en la radio.

Cuando los alumnos conocen y comprenden las técnicas de los medios de comunicación, entonces estos se convierten en valiosos instrumentos o herramientas del lenguaje.

¿Cómo sabemos lo que significa?

Los alumnos comienzan a conocer los lenguajes de los medios de comunicación mucho antes de ir a la escuela.

Cada medio de comunicación produce sus propios significados, tienen su propio lenguaje, su particular forma de decir las cosas. Todo esto los alumnos lo van comprendiendo poco a poco.

La comprensión del lenguaje de los medios se desarrolla con el trabajo práctico. Por ello, es aconsejable animar a los alumnos a que expresen sus ideas por diferentes medios y que determinen cuál es el medio más apropiado para hacerlo. Esto supondrá utilizar papel, cartulina, dibujos, recortes, colores, fotografías, etc..

El alumno debe ser capaz de observar, identificar y exponer características de mensajes audiovisuales, a continuación se mencionan algunos:

- distintos ángulos de cámara y distancias
- disposición de personas y objetos en el encuadre

- distintos sonidos y niveles de ampliación
- color, blanco y negro, variaciones de tono de color; luz y oscuridad, enfoque duro y suave
- diferentes transiciones de toma a toma (por ejemplo, fundidos en negro, fundidos de imágenes, cortes, barridos)
- movimientos de cámara (por ejemplo, panorámicas, picado, dolly, travellings y zooms)
- variaciones en la escritura, tamaño de impresión y tipografía
- variaciones del tamaño y calidad del papel.

El alumno debe comprender que los elementos de un mensaje en un medio tiene significado y que si aparecen en determinado lugar es porque se consigue un objetivo. En este mismo proceso será evidente que los objetos se pueden utilizar en forma simbólica o indicativa.

El maestro puede aprovechar la ocasión para considerar con sus alumnos cómo los lenguajes de los medios de comunicación le dan sentido a un mensaje.

¿Quién lo recibe y qué sentido le da?

Consiste en conocer quién es el público de los medios.

Se puede realizar una actividad por medio de permitir la libre expresión de los alumnos con respecto a lo que piensan acerca de los medios, cuáles son sus preferencias, qué programas les producen placer, aburrimiento, enfado, perplejidad, miedo, entusiasmo, rechazo, identificación.

Se dan cuenta de que los mensajes son producidos para distintos públicos, pues en algunos casos ellos no podrán comprender un mensaje dirigido a personas con cierto nivel educativo, por citar un ejemplo.

En este momento, el maestro considera la concepción de estereotipo, donde se analizan los papeles o roles que desempeñan en los medios la mujer, el hombre, los niños, los ricos, los pobres, los blancos, los negros, los ignorantes, los cultos, etc..

Al analizar la programación, los alumnos pueden conocer qué relación existe entre el horario de programación y el público a quien se dirige. Por qué un programa pasa a una hora y no a otra.

Los alumnos pueden conocer cómo se logra el público de los medios, cuáles son las técnicas para atraer la atención de un público a cierto medio y cómo escoge el público a los medios.

Esta es una situación propicia para desarrollar la capacidad crítica del alumno hacia los mensajes de los medios, pues el maestro puede indicarle que el puede no

ser una parte indiferenciada del público, siempre y cuando cuente con la capacidad de constituirse como un consumidor activo, participativo y crítico.

De hecho, al trabajar con un anuncio publicitario en una revista puede descomponerlo, recortarlo, satirizarlo, subvertirlo, malinterpretarlo, o simplemente dar una respuesta que difiera del mensaje del medio.

De esta manera el alumno se percata de que las respuestas del público no siempre son iguales, la mayoría de las veces son diferentes, también de que las respuestas no son previsibles.

¿Cómo se presenta el tema?

Los alumnos tiene que saber que los medios de comunicación, cuando presentan la realidad, no es la realidad misma, sino que están haciendo una representación de la realidad.

Por ello, el maestro puede considerar con sus alumnos ¿qué es la realidad?, donde se discuta hasta qué punto es real una imagen.

Al analizar las representaciones de la realidad de los medios, el maestro tiene que destacar que todas las personas tienen normas implícitas sobre la naturaleza de la realidad, basadas en su propio conocimiento y experiencia. Por lo que las representaciones de los medios se medirán con base en esta norma, considerándolas como convincentes o deficientes.

La educación con los medios de comunicación, respecto a la representación, suscitará la validez de las normas subjetivas de la realidad de las personas, a la vez que promoverá la consideración de si la forma de ver el mundo es consonante con la realidad de los medios.

En este mismo sentido, a continuación se exponen una serie de sugerencias dirigidas a la educación con los medios de comunicación. El maestro tiene que adaptarlas a la edad, condiciones y características de los destinatarios.

Estas sugerencias didácticas, en buena parte, se retoman de un texto de Miguel Angen Santos Guerra.⁶¹

Lectura de imágenes fijas

El maestro lleva a cabo la elección de una imagen, que posteriormente muestra o entrega a los alumnos, quienes se expresan sobre la imagen. El comentario puede hacerse de forma oral o escrita, individual o en grupo.

Es conveniente variar el tipo de documentos que se utilizan: puede ser una foto publicitaria, una foto simbólica, una foto documental, etc.. La lectura de la imagen puede hacerse siguiendo diferentes esquemas de análisis (análisis denotativo, análisis connotativo, análisis de los elementos de la imagen)

Al realizar este ejercicio de lectura de imágenes fijas, el alumno ejercita el descubrimiento de los elementos de la imagen como: las líneas, los puntos, color, enfoque, angulación, iluminación...

Importa llegar al análisis estructural de la imagen; es decir, el análisis que pone en relación todos los elementos de la imagen.

El maestro puede hacer hincapié en que la imagen tiene una capacidad de expresión bastante grande, pues se le utiliza para vaciar contenidos emocionales y actitudinales. Así el alumno se capacita en el conocimiento de las claves lingüísticas elementales del lenguaje sonoro, además que desarrolla la capacidad de análisis de los procesos de lectura de imágenes.

Lectura de planos

El maestro proyecta una película, eliminando el lenguaje sonoro para que los alumnos describan en voz alta el tipo de planos que van apareciendo en la pantalla. Además de la lectura de planos puede hacer referencia a los movimientos de cámara que se han utilizado, signos de puntuación cinematográficos (fundidos, encadenados, cortinillas) que unen los diversos planos o secuencias. Es conveniente hacer la lectura a ritmo ralentizado para permitir tiempo de observación.

⁶¹ SANTOS GUERRA, Miguel Angel. Imagen y educación. Editorial Anaya. Madrid. 1984. Págs. 223-243.

Estas acciones de lectura tienen una finalidad específica; puede ser el análisis de la iluminación, el estudio de las angulaciones, la descripción de los planos...

Con este ejercicio el alumno es capaz de analizar uno de los elementos más importantes del lenguaje de la imagen, los planos. Sin embargo, no en todas las escuelas se cuenta con videocasetera y televisión. No obstante, el maestro puede valerse de otros medios para realizar la lectura de los planos.

Por ejemplo, puede pedir a sus alumnos que lleven revistas al salón de clase, ahí les indica que recorten fotografías en donde se utilicen los diferentes planos, diferentes angulaciones.

Analizar las imágenes de un texto

Este ejercicio consiste en estudiar las características de las imágenes que aparecen en un libro de texto: tipo de imágenes, preparación de espacios ocultos, relaciones con el texto, calidad de la imagen.

Los alumnos pueden comparar dos textos, uno del año actual y otro de hace cinco años, diez años o más.

Comparan la diferencia que existe entre un libro de ciencias y otro de letras, ambos del mismo año. Estudian el tratamiento de la imagen en los libros de texto de dos editoriales. El maestro comenta con los alumnos que es necesario estudiar las relaciones existentes entre el texto y la imagen.

Además de considerar ¿cuál es la finalidad de la imagen en un libro de texto, la de explicar, ilustrar, completar, aclarar, aligerar, ordenar las palabras?

De este modo, el alumno conoce las vinculaciones que se establecen entre la imagen y el texto. También conoce la importancia de la imagen en la didáctica de cualquier materia.

Análisis comparativo de imágenes

Los alumnos comparan las portadas de varios periódicos que publiquen una misma fotografía encuadrada de diversas maneras, explica porqué y cómo expresan cosas distintas. Comparan una sola fotografía poniéndole los diferentes pies de página de las otras fotografías similares.

En el caso de las fotografías con igual contenido y forma, comparan cómo difieren en el soporte material: grama de papel, tamaño, etc.. La finalidad de este ejercicio es el de comparar los diversos aspectos técnicos y estilísticos que pueden hacer diferentes dos mensajes icónicos. También el conocer las diferencias expresivas que se producen como consecuencia de estos cambios y de descubrir los mecanismos de manipulación que pueden ejercerse a través de la imagen.

Fotolenguaje

Se seleccionan diversas imágenes teniendo en cuenta criterios de tipo técnico y también de contenido.

Las imágenes de las fotografías se presentan al grupo para su observación. Cada persona elige la fotografía que más le ha llamado la atención: cada participante expone al grupo los motivos que le llevaron a elegir esa imagen determinada.

Si existen abundantes imágenes pueden elegir una, dos o más imágenes. Pueden elegir las fotografías que reflejan la personalidad de otras personas.

El criterio de elección es diverso, puede ser: "La imagen que más me gusta", "La imagen que mejor me expresa", "La imagen con la que más me identifico", "La imagen más sugerente", etc.

Este ejercicio es de carácter grupal, donde se respeta la libertad de los sujetos, tanto para la elección de imágenes, como para la manifestación de sus motivos.

La finalidad de este ejercicio es la observación crítica y dinámica de las imágenes como elemento de comunicación. También de llevar a los alumnos a la comunicación verbal a partir de la observación de documentos icónicos sugerentes. Además es una técnica de integración del grupo que realiza la experiencia.

Contraste icónico-verbal

Partiendo de una frase se puede realizar un comentario a través de la imagen y otro a través de la palabra.

En ambos casos se comparan sus peculiaridades, su semejanza, su diferencia, posibilidades expresivas...

Debe dejarse espacio libre para el comentario. El comentario se hace utilizando la palabra y la imagen simultáneamente.

No es necesario partir de una frase precisamente, puede ser de una película, un hecho, un lugar, una fecha, etc..

El comentario icónico se puede realizar a través de la secuencia de imágenes. Al realizar este ejercicio los alumnos trabajan con distintos tipos de frases con el fin de acercarse al mayor número de posibilidades de expresión icónica.

La finalidad es comparar la diferencia del comentario verbal y del comentario de tipo icónico. Otra finalidad es la de conocer las peculiaridades de los códigos expresivos de cada lenguaje.

Relaciones verbo-icónicas

Se eligen fotografías idénticas, donde se incorporan textos diferentes para comprobar las influencias de la palabra en la lectura de mensajes visuales.

Se puede variar la posición del texto en la fotografía. El texto puede quedar fuera de la imagen o dentro, o cambiar el texto con las posiciones arriba, abajo, derecha, izquierda, centro, etc..

También poner pies a imágenes, para ello se utilizan diversos criterios: cómico, filosófico, poético, ideológico (se pueden invertir los planteamientos: poner imágenes a diversos textos).

Los alumnos conocen cómo interactúa la palabra y la imagen de los documentos visuales verbo-icónicos. Conocen cómo existen diferencias en el tratamiento de una cuestión según se utilicen fotos simbólicas o fotos documentales.

Rellenar los globos de un comic o historieta

Se eliminan los textos de comics, dejando en vacío los globos (todos o algunos). Los alumnos rellenan los globos con textos originales, se analizan los contenidos que se han introducido: sus características de fondo y forma, estereotipos asimilados, creatividad, mezcla de texto-imagen. Se puede comparar simultáneamente texto e imagen del comic o historieta. O bien, un grupo la imagen y otro el texto. Estos ejercicios pueden llevarse a cabo individualmente o en pequeños grupos.

Conviene conocer los diferentes tipos de texto que utilizan el comic o historieta en sus diferentes globos. Esto permite una mejor utilización de los recursos narrativos.

La finalidad es descubrir y analizar las relaciones establecidas entre el texto y la imagen. Otra finalidad es el estudio del género comics o historieta como uno de los modos más usados de combinación verbo-icónica.

Traducción de un texto escrito a imágenes

Esta actividad consiste en pasar un texto escrito a imágenes haciendo una planificación en diversos aspectos.

Pueden hacerse diferentes tipos de planificaciones.

La traducción puede hacerse también pasando de un relato de imágenes a una narración verbal. Existen traducciones de otro tipo: del lenguaje icónico al verbal, del lenguaje verbal al lenguaje kinésico.

Conviene distinguir los códigos de cada lenguaje o combinación de lenguajes como: audio-visual, escrito-visual, audio-escrito-visual. El texto escrito tiene

referencias icónicas. El texto puede ilustrarse verbalmente. La finalidad es descubrir los códigos y subcódigos de cada lenguaje como un modo específico de comunicación. Este ejercicio también cumple con la finalidad de desarrollar diferentes posibilidades de expresión, sin que declinen por una y por otra no.

Medios audiovisuales artesanales

La producción de materiales de tipo audiovisual está determinada según los intereses y posibilidades del grupo.

Puede ser la creación de imágenes de cartón: dibujos o ilustraciones efectuados sobre una base de material consistente, donde figura el mensaje verbal que acompaña a la imagen.

El rotafolio es un pizarrón que, mediante la rotación de folios, permite comunicar mensajes visuales y verbales.

El franelógrafo es un pizarrón cubierto de tela. Permite componer la imagen, introducir elementos en el momento oportuno, dar a cada imagen el valor deseado, imprimir dramatismo al relato.

La utilización de estos medios audiovisuales artesanales permite desarrollar la capacidad creadora de maestros y alumnos. También permite obtener materiales propios, adecuados a las finalidades pedagógicas particulares del grupo.

Pintura colectiva

La pared del salón de clase se cubre con papel blanco, de modo que quede espacio libre para dibujar. Los alumnos dibujan libremente en cualquier parte.

Los espacios se pueden prefijar para cada alumno o bien no hacer indicación alguna al respecto.

Es conveniente realizar un análisis del proceso de dibujo (como estados de ánimo, asociaciones, interferencias...) y de los resultados (originalidad, belleza, tipo de dibujo...)

Los materiales deben ser abundantes para que todos participen.

La finalidad es desarrollar las capacidades expresivas del individuo a través de la imagen, un lenguaje diferente al verbal.

Composición (análisis) de un cartel publicitario

Un cartel publicitario se puede componer utilizando diversos materiales: recortes, fotografías, rotuladores, pintura. Etc...

En un cartel publicitario intervienen diversos factores. Además existen diversos tipos de carteles (valla, póster, revista) según donde aparezca.

Los carteles tienen diversa finalidad: comercial, cultural, política.

Para realizar un cartel se debe procurar que intervengan los diferentes elementos que determinan la influencia del mensaje audiovisual: orden, amenaza, sugestión, sátira, testimonio, denuncia, caricatura, implicación.

El cartel también va dirigido a un público: niños, mujeres, hombres, alumnos, maestros, padres, etc..

En el cartel existe la posibilidad de interrelacionar el texto con la imagen y la imagen con el texto.

La finalidad es conocer las claves que emplea la publicidad para llegar al espectador, además de ejercitarse en las posibilidades expresivas del lenguaje escrito-visual.

Expresión por la imagen

El maestro invita al grupo a subdividirse en grupos de tres personas, durante un tiempo elaboran una imagen que sea reflejo de algunos aspectos: clima, aspiraciones, tensiones.

Los dibujos pueden realizarse individualmente, expresando algunos aspectos individuales o del grupo, después las imágenes se completan con las de otros.

El material utilizado es variable.

El objetivo principal es aprender a expresarse a través del lenguaje icónico, porque por medio de las imágenes es posible transmitir contenidos emocionales, intelectuales, etc..

Además se analizan los mensajes de otros para intentar captar los contenidos que han tratado de transmitir. Conocen si lo que deseaban decir es consecuente con el cómo lo han dicho.

Se propicia la comunicación a través de otros canales, diferentes a los tradicionales.

CONCLUSIONES

¿Por qué una Pedagogía para los medios de comunicación en la Educación Básica? Esta es la pregunta que se plantea en el capítulo primero de este trabajo. Este capítulo analizó cuál es la situación actual que se vive en los centros educativos. Donde los medios de comunicación paulatinamente van ocupando un importante espacio en el proceso educativo. A continuación se realiza un resumen consecutivo de cada apartado considerado a lo largo de este trabajo:

1.- La práctica educativa no es exclusiva de la escuela, la comparte con otras instituciones socializadoras, entre ellas los medios de comunicación. Estos son considerados como educadores informales que coexisten con la escuela, esta educación se realiza de manera paralela.

2.- La pedagogía para los medios de comunicación propone un modelo comunicativo basado en el diálogo. Donde el alumno exprese sus opiniones y su pensamiento.

3.- Para comprender lo anterior, es necesario conocer el desarrollo de la comunicación visual, es decir, cómo ha sido la comunicación que se ha realizado desde el hombre primitivo hasta la actualidad.

4.- El fin de la pedagogía para los medios de comunicación es la alfabetización visual. Sin embargo, únicamente se puede llevar a efecto esta, bajo el conocimiento por parte del maestro, de la evolución del pensamiento infantil, lo cual permite desarrollar las actividades apropiadas para cada etapa.

El capítulo segundo: La Alfabetización Audiovisual.

1.- Los medios de comunicación tratan de reproducir el mundo real, por ello han elaborado un lenguaje de la imagen, con un amplio repertorio de recursos. El lenguaje de la imagen es algo vivo, en permanente desarrollo, la alfabetización en la imagen es algo continuo. A cada momento se incorporan en los individuos nuevos signos que se asimilan aun sin darse cuenta de ello.

Leer y reproducir imágenes implica conocer el conjunto de sus posibilidades, los elementos de su lenguaje. Porque la creación de imágenes implica una serie de elecciones de carácter espacial. El punto, la línea y la forma son los fundamentos con los que se construye el espacio representado. Estos elementos fundamentales son básicos en la elaboración de imágenes.

2.- Sobre el punto, la línea y la forma actúa la luz y, en ocasiones, el color. El resultado se plasma en el encuadre.

3.- El encuadre atiende a su tamaño y formato. Al interior del encuadre los puntos, las líneas, la forma, luz y el color se ordenan de acuerdo a criterios espaciales.

Todo ello permite la organización de la imagen, según los principios de la composición.

4.- El espacio tiene una dimensión que refleja en las imágenes el tiempo. El tiempo afecta a las imágenes fijas y a las imágenes en movimiento. Se trata de cómo recogen los medios el tiempo de la realidad, cómo lo sugieren y qué recursos se emplean para manipularlo.

5.- El sonido y el texto son otros elementos. Aunque su relación con la imagen parece ser indirecta, ambos intervienen de forma decisiva en la realización y percepción de muchas imágenes.

El tercer capítulo: Pedagogía con imágenes, consideró lo siguiente:

1.- Cuáles son las funciones de la imagen en la enseñanza, qué papel desempeñan y cómo se pueden utilizar. Para ello es necesario conocer cuáles son los procedimientos para crear connotaciones. Cuando se tiene este conocimiento y el conocimiento de los elementos de la imagen, es posible realizar una lectura de la imagen, para conocer su significado.

2.- La pedagogía para los medios de comunicación también propone actividades pedagógicas con los medios, tiene como objetivo conocer el funcionamiento y producción de mensajes con los medios.

Así pues, bajo esta estructura se fundamenta este trabajo de investigación. No obstante, el llevar a efecto una Pedagogía para los medios de comunicación en la Educación Básica, se plantea actualmente como una necesidad que apremia al sector educativo del país, no solo porque los medios están en un proceso de expansión y de cobertura, sino también porque tienen influencia en la vida de las familias, principalmente en la de los niños.

Los medios de comunicación, poco a poco, han ganado espacio en los diferentes sectores de la sociedad. Algunos investigadores consideran que a los medios se les puede considerar como instituciones socializadoras, como educadores informales, escuelas paralelas o aula sin muros, así que ya no es exclusivamente la familia quien educa a los niños.

Sin embargo, no se ha querido o no se ha podido reconocer lo anterior, aunque es un hecho existente, que está teniendo repercusiones específicas y muy particulares en el ámbito educativo, en la educación formal.

Los maestros se han percatado que, en algunos casos, los medios son distractores de la atención de sus alumnos. Sin embargo, no se trata de criticar a los medios con una actitud ortodoxa, más bien, puesto que tienen presencia en la vida cotidiana de los alumnos, se trata de "traer" los medios al aula y aprovechar su potencial educativo. También es necesario conocer las técnicas que utilizan para conocer su lenguaje y, a la vez, que los alumnos se conviertan en creadores de imágenes audiovisuales.

Primeramente se tiene que llevar a cabo una campaña de sensibilización con los diferentes sectores educativos, como son los maestros y los padres de familia, también se tiene que sensibilizar a las autoridades educativas. Este proceso de

sensibilización consiste en dar a conocer las ventajas y desventajas de los medios de comunicación, además de promover la alfabetización audiovisual.

Este trabajo cumple ese objetivo, desarrollar el proceso de alfabetización audiovisual, para que tanto los alumnos como los maestros se conviertan en personas alfabetizadas en la comunicación audiovisual.

Existe esa necesidad para el sistema educativo nacional y, solamente por medios de la aplicación de una pedagogía para los medios de comunicación, se podrá superar esta problemática que los medios le están planteando no solamente a los maestros y padres de familia. sino a todo el sistema educativo.

Sin embargo, el aplicar dicha pedagogía no significa que absolutamente se haya superado la problemática, solo es en parte, porque una educación para los medios implica muchas cosas y a muchas personas e instituciones. Aun en aquellos países en los que la educación para los medios ya se ha incorporado a la currícula, todavía hay mucho por hacer, por ejemplo evaluar los resultados obtenidos.

Por tanto, esta propuesta es un primer acercamiento a una educación para los medios. Pero, al igual que sucede en todo tipo de investigación, se tienen que considerar los límites. En el caso específico de esta investigación, existen diferentes límites. Todavía no se ha reconocido el impacto de los medios en la educación, al no reconocerse, las investigaciones existentes no tienen una trascendencia específica, sucede algo así como un letargo.

Esta investigación promueve la alfabetización audiovisual, que es parte de la educación para los medios. No obstante, hasta que se incorpore en la Educación Básica y en las instituciones formadoras de maestros como parte de la currícula, no puede tener aplicación alguna. Esto no quiere decir que ya no se debe hacer nada al respecto, pero si se menciona para hacer notar, que tiene que pasar bastante tiempo para reconocer un fenómeno educativo y tomar las medidas pertinentes.

BIBLIOGRAFÍA

APARICI,R., VALDIVIA,M. Y GARCÍA MATILLA,A. La imagen, UNED, Madrid, 1987.

BAZALGETTE, Cary. Los medios audiovisuales en la educación primaria, ediciones Morata, Madrid, 1991.

CLOUTIER, Jean. L'ère d'emerec (ou communication audio-scripto-visuelle a L'heure des self media) (2, 'De), Le presses de l'université de Montreal, 1975.

CHARLES, Mercedes. "Comunicación y procesos educativos" En, Tecnología y comunicación educativas. ILCE, México. Octubre, 1992.

FERRÉZ, Joan. Vídeo y educación. Ed.Paidós, Madrid, 1992.

GARCÍA MATILLA, Agustín. "Los medios para la comunicación educativa" En, La educación para los medios de comunicación. Antología. UPN, México. 1984.

GUTIÉRREZ PÉREZ, Francisco. El lenguaje total. Una pedagogía para los medios de comunicación. Humanitas, Buenos Aires. 1975.

KAPLÚN, Mario. El comunicador popular. CIESPAL. Col Intiyan, Quito. 1985.

MENEGAZZO L. F. Didáctica de la imagen. Latina. Buenos Aires. 1997.

MOLES, Abrahan. "Hacia una didáctica de la imagen" En, Imagen y educación. Fernando Torres. Valencia. 1973.

PIAGET, Jean. La formación del símbolo en el niño. Fondo de Cultura Económica. México. 1966.

QUIN, Robin. "Enfoques sobre el estudio de los medios de comunicación: La enseñanza de los temas de representación de estereotipos" En, La educación para los medios de comunicación. Antología. UPN. México. 1994.

RODRÍGUEZ DIÉGUEZ, José Luis. Las funciones de la imagen en la enseñanza. Gustavo Gili. Barcelona. 1977.

SANTOS GUERRA, Miguel Angel. Imagen y educación. Anaya. Madrid. 1984.

VALLET, Antoine. El lenguaje total. Edelvives. Zaragoza. 1977.

Estadística presentada en el Seminario de Medios de Comunicación Social y Educación, México, 1971.

!DESPERTAD¡ Sociedad Watch Tower. 1 de Agosto de 1987.

!DESPERTAD¡ Sociedad Watch Tower. 8 de Octubre de 1990.