



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 36 – NOVIEMBRE DE 2010

“LA IMAGEN: VEHÍCULO DE EXPRESIÓN ADOLESCENTE”

AUTORÍA AMAYA AIDA RINCON GEREZ
TEMÁTICA IMAGEN Y EXPRESION
ETAPA ESO

Resumen

El siguiente artículo trata la importancia de la imagen como medio de expresión (tanto a nivel personal como cultural) del individuo y de la sociedad. Se trata de un elemento que nos rodea desde que nacemos y cada vez más, a medida que avanzamos en el tiempo, llegando a existir en los últimos tiempos una auténtica cultura de la imagen tan rica y variada que da lugar a fenómenos complejos, como por ejemplo el de la “polución visual”. A raíz de ahí, se propone la forma de trabajarlo en el aula.

Palabras clave

Expresión, Plástica, Arte, Creatividad, Nuevas tecnologías, Comunicación Audiovisual, Educación.

1. INTRODUCCION.

El ser humano desde la prehistoria ha empleado a la expresión a través de la imagen. Este hecho lo podemos corroborar y estudiar en los numerosos restos arqueológicos encontrados en numerosos lugares del mundo. Estos restos nos hacen recapacitar sobre la necesidad creadora y expresiva del hombre desde tiempos muy remotos.

Para empezar, podemos decir que el arte tiene diversas funciones para o por las cuales se desarrolla desde la prehistoria hasta la actualidad. Por ejemplo en la prehistoria predomina la creación de las famosas “Venus” de la fertilidad, con función mágico-religiosa y práctica, para favorecer la reproducción de la especie humana y su pervivencia en el tiempo. Otro claro ejemplo de la función ideológica política son los arcos del triunfo romanos, creados para destacar hazañas militares gloriosas. Por otro lado también encontramos la función ideológica de tipo religiosa, sobre todo en el románico, concretamente en las portadas de las iglesias de aquella época. De esta manera ocurre con el arte de todos los estilos y épocas hasta la actualidad.

Aún así, resulta complicado el estudio de los motivos y consecuencias que tuvieron estas creaciones en aquellos tiempos, ya que los restos que se han conservado hasta la actualidad son muy pocos en



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 36 – NOVIEMBRE DE 2010

comparación con los que en realidad existieron. Perdiéndose con el paso del tiempo datos referentes a ceremonias rituales, danza, música, etc. que acompañó a dichas creaciones. Aun así, los estudios revelan datos muy relevantes para comprender la evolución del lenguaje artístico a lo largo de la historia y sus consecuencias e influencia en la expresión plástica de la actualidad. Además veremos su relación con el uso y aplicación del arte a nivel individual y socio-cultural y, a partir de ahí, su aplicación en el aula.

En definitiva, se trata de que el alumnado conozca este lenguaje, como espectador y consumidor del mismo, facilitándole la comprensión del mundo y la sociedad en la que vivimos.

2. LA IMAGEN COMO VEHICULO DE COMUNICACIÓN.

La comunicación, es un proceso de transmisión de información que se hace posible entre dos sujetos (como mínimo) que comparten unas condiciones comunes. Partiendo de la información a transmitir, el emisor elabora señales que transmite utilizando unos símbolos o signos organizados mediante un código para elaborar el mensaje. Este último se envía a través de un canal (común a emisor y receptor), cuyo contexto condicionara todo el proceso.

Este proceso no sólo lo llevan a cabo los humanos, pero sí lo hacemos de una manera muy compleja, utilizando unos códigos o sistemas de reglas universales, en función de los cuales distinguimos entre los diferentes lenguajes: el verbal, el escrito, el gestual y el visual.

Partiendo de la premisa de que existen numerosos tipos de comunicación, nos centraremos en el campo de la comunicación a través de la imagen o comunicación visual, donde la autora D. Dondis ocupa un lugar destacado.

2.1. Lectura

Es necesario tomar conciencia de la importancia que el lenguaje visual ha adquirido en los últimos años en nuestra cultura, con respecto al lenguaje escrito o hablado. Puesto que somos grandes consumidores de imágenes como producto de la sociedad de consumo actual, la autora Dondis propone una “alfabetización visual” para equiparar la cultura por la escritura y la lectura.

Esta alfabetización requiere comenzar por unos elementos sencillos (punto, línea, plano, etc.), a partir de los cuales se crea una sintaxis con procesos más complejos por medio de la combinación. Además esta autora afirma que “la esencia visual se percibe a través de todos los sentidos”, coincidiendo con las premisas de la Gestalt (famosa escuela de psicología y percepción) y sus Leyes de Organización de la Percepción, las cuales propone como método válido de lectura y composición de imágenes.

El alumnado debe comprender que esos elementos sencillos adquieren una dimensión visual, al igual que las letras poseen una pronunciación y se combinan en sílabas. Ésta dimensión o medida sería:

- En el punto: localización

C/ Recogidas Nº 45 - 6ºA 18005 Granada csifrevistad@gmail.com



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 36 – NOVIEMBRE DE 2010

- En la línea: longitud
- En el plano: longitud y anchura

Además, de la misma manera que la combinación de sílabas determina las palabras, que a su vez adquieren un significado, la combinación de estos elementos da lugar a la forma, medida, textura, posición, dirección, composición, etc.

Siendo conscientes de estas premisas, tomaremos conciencia de la importancia que el lenguaje escrito adquiere a nivel comunicativo, y aprenderemos a leerlo y analizarlo de la misma manera que analizamos, por ejemplo el lenguaje escrito. Haciendo una comparación, nos damos cuenta de las grandes semejanzas que éstos dos poseen, en cuanto al código, ya que los dos emplean grafismos. Cuando estos grafismos se combinan adquieren un sentido pleno. En cuanto a su sintaxis, el lenguaje escrito se organiza a través de letras, palabras, monemas, oraciones, etc., y el visual con la línea, el punto, el plano, el color, la textura, la medida, etc.

Mantienen tal semejanza que incluso, los expertos en diseño gráfico proponen el lenguaje escrito como forma de lenguaje visual, y los analistas de la imagen proponen el lenguaje visual como forma de lenguaje escrito.

Este proceso de concienciación se hace más efectivo al ir acompañado de imágenes que muestren, a modo de ejemplo, las características de las que hablamos. Si mostramos al alumnado el poder del punto como elemento configurador de la línea, al igual que las letras lo son de la palabra, comprenderán la complejidad de las imágenes de su entorno, y su potencial como posibles creadores; pasando la imagen a obtener un lugar activo, en lugar de pasivo en nuestra sociedad.

2.2. Creación

La expresividad del individuo empieza en el mismo momento en que nacemos, como proceso de comunicación de nuestros deseos y necesidades de manera espontánea. A medida que crecemos, adquirimos unos códigos y estructuras mentales que utilizaremos de forma consciente.

La creación es la expresión de lo que se tiene dentro de sí. Según Francisco García “es la capacidad de asociar, combinar y/o reestructurar elementos reales o imaginarios dentro de un contexto cultural determinado y elaborar ideas o productos originales, útiles o innovadores para la sociedad o el individuo”.

Partiendo de esta idea, la creación se convierte en un proceso individual de comunicación de sentimientos, necesidades, ideas, etc., condicionado por los elementos de sintaxis utilizados (de los que hablábamos antes) y además componentes culturales (modas, referentes, costumbres, tecnologías, etc.).

Todo ello condicionará nuestra creación, que junto con nuestro esquema mental y nivel de desarrollo mental y psicomotor, nos llevarán a una situación más creativa y libre en la infancia, y más sujeta a condicionantes e ideas prefijadas conforme nos hacemos adultos. En definitiva, se pretende que el individuo, una vez superada la fase infantil de la espontaneidad artística, sea consciente de las



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 36 – NOVIEMBRE DE 2010

posibilidades comunicativas de la imagen y, sobre todo, de su propia capacidad como creador de mensajes visuales.

3. IMAGEN COMO MEDIO DE EXPRESION

3.1. La imagen en la adolescencia.

El individuo adolescente atraviesa una fase de transición hacia la etapa adulta y de construcción de su propio “yo”. Nace la conciencia estética y la preocupación por la belleza, todo ello unido a un gran deseo de comunicar. A partir de esta etapa, el individuo será consciente de su papel como individuo integrante de la sociedad, con derechos y deberes a la hora de participar en ésta.

Al aparecer la posibilidad de poder participar en la sociedad como individuo activo y comunicador, el adolescente se sentirá atraído por “el mundo de los mayores” tan ansiado desde la infancia. En esta etapa, la creación artística en ocasiones puede resultar una vía de expresión única, por la cual el adolescente se sienta atraído, ya que no encuentre una mejor forma de expresión de sus sentimientos.

En la actualidad existen infinidad de recursos vinculados a la imagen que resultan muy atractivos para el adolescente y ejercen en ellos una gran influencia. Estos son: las nuevas tecnologías.

Podemos beneficiarnos de los recursos que éstas nos ofrecen, para llamar la atención del alumnado adolescente hacia la práctica educativa e intentar combatir la falta de interés que, en esta etapa tan conflictiva como es la adolescencia, causa un gran número de fracaso escolar.

Podemos partir de algún recurso que les resulte atractivo, como por ejemplo los videojuegos que tanto les interesan y están contruidos con el soporte digital, que emplea un lenguaje propio. Además, ese lenguaje propio, produce a su vez imagen, texto, etc., y además ellos mismos son capaces de aprenderlo y usarlo para sus propias creaciones, tanto a nivel personal como profesional.

Todo ello hay que apoyarlo con su aplicación práctica, es decir, mostrar al alumnado cómo se trabaja con ello en el ámbito profesional, favoreciendo una actitud emprendedora. Partiendo del ejemplo del videojuego, se le mostraría al alumnado la forma de trabajar de los profesionales de las empresas creadoras de los mismos, dónde recurrir para trabajar en ese ámbito profesional, empresas reales que trabajen este tema, etc.

Lo ideal es que el alumnado compruebe la aplicación práctica (probado en la vida real) de lo que en la escuela aprenden, y les resulte útil y así motivador, ya que uno de los principales problemas que nos encontramos en la escuela es la falta de interés por parte del alumnado, que en ocasiones siente que lo que se trabaja en la escuela “no sirve para nada”. Cambiando este punto de vista podremos conseguir que se interesen por nuestra materia o área, abriendo puertas y vías de interés que no se habían planteado antes.

Este proceso, además servirá al alumnado como experiencia clarificadora y resolutive de problemas y dificultades, que podrán aplicar en el futuro, favoreciendo así la capacidad emprendedora de la que antes hablábamos. Por ejemplo, a un alumno o alumna que le interesan los idiomas, se le ofrecerán



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 36 – NOVIEMBRE DE 2010

vías e información práctica relacionada con ello, de manera que pueda ver aplicaciones reales del tema que le interesa.

En este sentido, encontramos dos vías de trabajo principales relacionadas con la imagen y el arte. Se trata del graffiti y la imagen digital. Se proponen unas acciones en torno a estos dos temas que se desarrollan a continuación.

3.2. Actividades propuestas

Son actividades de tipo genérico, esto quiere decir que se puede adaptar la temática y los soportes, en función del alumnado, de la unidad, materiales, presupuesto, etc.

GRAFITI

Pintura y/o inscripción que por lo general se crea y se expone sobre mobiliario urbano. Es una disciplina artística muy llamativa para el alumnado de secundaria por tres motivos principales. Por un lado por tratarse de un arte practicado por generaciones jóvenes con unas inquietudes, intereses, costumbres, etc. afines a ellos. Y por otro lado se trata de un “arte-protesta” contra hechos políticos y sociales del tiempo en el que se desarrollan, siendo así muy aceptado por el alumnado de esta edad, que suele mostrarse reacio a las normas políticas y sociales, debido al cambio que experimentan. Y por último, se trata de obras que están a diario ante ellos y ellas, y a las cuales tienen fácil acceso.

Se propone un uso de esta disciplina, de forma consciente, responsable y cívica. Para empezar se tratará desde sus orígenes, de manera que comprendan por qué surge esta forma de expresar. Se tratarán además artistas reconocidos, mostrando sus trabajos privados y públicos. Se hará hincapié en los trabajos realizados para entidades públicas, como forma de combinar este tipo de expresiones con la estética y el respeto por nuestras ciudades como espacio de todos. Promoviendo una actitud de rechazo hacia las pintadas en fachadas realizadas por vándalos.

También se mostrará el proceso de realización de este tipo de obras, como pasos importantes a seguir en el desarrollo de cualquier proyecto artístico, y que deberán seguir en esta actividad. Éstos son:

- Elección del mensaje a transmitir.
- Lluvia de ideas.
- Generación de bocetos.
- Selección de ideas válidas.
- Elección de materiales, formato y lugar.
- Elaboración del presupuesto.
- Presentación de ideas a la entidad que se requiera.
- Elaboración de la obra: una vez que el proyecto es viable, hay que realizarlo a escala en el soporte final, comenzando por las líneas principales de contorno y compositivas, en color neutro. Una vez que se ha encajado el dibujo, se rellena de color, por fases y planos.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 36 – NOVIEMBRE DE 2010

- Evaluación del resultado: materiales, presupuesto, organización, viabilidad del mensaje, dificultades encontradas, etc.

Teniendo en cuenta que esta actividad se propone para realizarla con alumnado de Educación Secundaria, es preferible usar pintura acrílica, ya que la pintura que usan los profesionales del graffiti es muy tóxica, y su uso se debe hacer con un equipo de protección adecuado (guantes, mascarillas y ropa protectora). La pintura acrílica, además de ser inocua, es más barata, y es más afín al alumnado adolescente, por ser más fácil de manejar, ya que se utiliza mediante pinceles, que es un instrumento que les resulta más cotidiano y conocido.

Conclusión

La importancia de esta actividad es que se concienciará al alumnado en el uso adecuado y respetuoso del mobiliario urbano, combinando la expresión pública de ideas, con una estética adecuada y con la aprobación de organismos públicos, que en muchas ocasiones demandan los servicios de estos artistas para realizar obras en sus ciudades. Convirtiéndose así en una vía comunicativa actual y al alcance de sus propias vidas.

Además, al ser una actividad grupal, se favorece la colaboración y respeto por los demás. Esto se consigue creando un clima de tolerancia donde todos y todas participen en igualdad de condiciones, aportando ideas válidas y premiando el interés mostrado. Lo más importante de esta cuestión es que las decisiones se tomarán por consenso, aceptando las decisiones finales como viables, coincidan o no nuestra postura u opinión.

IMAGEN DIGITAL

A finales del XX y principios del XXI, se desarrolla especialmente este soporte, con la aparición de internet y la tecnología informática, que se vuelve más asequible para la sociedad. Lo increíble de todo ello es que avanza gran velocidad, creando efectos, soportes y vías comunicativas cada vez más innovadoras, originales y rápidas.

La importancia que adquiere, sobre todo en los últimos tiempos y en relación a la educación, radica en que el alumnado que tratamos nace rodeado de tecnología, y se encuentra inmerso en un mundo donde prácticamente todo está digitalizado. Se trata de un medio que dominan perfectamente y que nos puede servir de vía útil para la transmisión de información en el proceso educativo, como apoyo para la tarea del docente.

Además es muy importante que el alumnado conozca el funcionamiento de la tecnología digital. Para ello se plantean una serie de cuestiones que aclararán porqué el mundo en que vivimos es así:

- Tipos de soporte digital. La imagen digital.
- Antecedentes.
- ¿Cuándo, cómo y por qué surge?



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 36 – NOVIEMBRE DE 2010

- Consecuencias de su aparición.
- Evolución.
- Infraestructuras digitales.
- Fenómenos sociales relacionados con la imagen digital: Cultura de masas.

Se trata de que el alumnado aprenda a documentarse y maneje varias vías de búsqueda de información. En este caso se hará con la prensa escrita. Para ello proponemos que se realice un collage mezclando fotografía y texto, donde predomine la primera. Se deben seleccionar imágenes que interesen en función del tema escogido. Con todas ellas se creará una imagen final unificada.

El alumnado tendrá en sus manos un recurso al que no está habituado, ya que, por lo general, se suele usar Internet para buscar información. De esta manera se “pone en las manos del alumnado” un recurso tan importante en nuestra cultura como es la prensa.

Conclusión

En ocasiones el tema de los recursos digitales se puede convertir en debate filosófico, más que científico, ya que la digitalización del mundo influye en nuestra sociedad de tal manera que crea fenómenos como la polución visual o lo que es lo mismo: contaminación visual. Estamos rodeados de una cantidad de imágenes y mensajes visuales tan numerosa, que llega a aturdir nuestra percepción. De la misma manera que la contaminación acústica nos perturba, la visual nos confunde y nos manipula hasta límites insospechados. Sobre todo es importante concienciar sobre la manipulación dirigida al consumismo y pasividad de la sociedad promovido por empresas, cuyo único fin es lucrativo.

Así, comprendiendo su origen, funcionamiento y finalidad, el alumnado tendrá la posibilidad de elegir lo que le interesa y lo que no, de una manera responsable y consciente, favoreciendo la libertad de expresión de los que se convertirán en ciudadanos de nuestra sociedad.

4. La imagen en la sociedad actual.

Es evidente que, sobre todo en los últimos años, los medios de comunicación han sufrido una vertiginosa revolución por los cambios que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han introducido en muchos ámbitos, tanto personal como profesionalmente. En la forma de hacer, en las costumbres, en las formas de difusión, en la forma de relacionarse, en los contenidos transmitidos, en los soportes utilizados, en la financiación de los medios, etc. En resumen se trata de un cambio que está modificando la imagen y la realidad de los medios, su papel social, sus modelos de negocio, sus metodologías y sus estrategias, y todo ello influye en los aspectos social y cultural del mundo en que vivimos.

Según Panofsky *“Nos guste o no, son las películas las que moldean, más que cualquier otra fuerza, las opiniones, el gusto, el lenguaje, la ropa, el comportamiento y hasta la apariencia física de un público que abarca más del 60% de la población del planeta. Si todos los poetas líricos, compositores, pintores*



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 36 – NOVIEMBRE DE 2010

y escultores serios fuesen obligados por ley a detener sus actividades, una fracción relativamente pequeña del público lo lamentaría de verdad. Si lo mismo aconteciera con las películas, las consecuencias sociales serían catastróficas”.

Resulta interesante esta reflexión de Panofsky, ya que analiza en qué medida la influencia social de los medios de comunicación influyen en nuestra forma de pensar y vivir. Pero más allá de esta cuestión, debemos reflexionar sobre la dependencia actual de la sociedad con respecto a estos medios modernos. La imagen se ha convertido en el principal vehículo de información y transmisión de hechos e ideas. Tanto si hablamos de imágenes ficticias (como las publicitarias) o reales (de tipo documental sobre hechos o noticias), tenemos tal dependencia hacia ellas que todo va acompañado de la imagen.

Añadiéndole el valor de audiovisual, el medio se vuelve más efectivo y efectista, consiguiendo transmitir casi fielmente lo que se desee. Si le añadimos el factor lucrativo, aparece el fenómeno que conocemos como la publicidad. Que es una forma de comunicación, cuyo fin es difundir ideas, productos o servicios a través de los medios de comunicación con el fin de motivar al público para que consuma. Este último concepto (el consumo) es lo que diferencia a la publicidad de las demás disciplinas comunicativas que usan la imagen para comunicar.

Por ello es interesante que en edad escolar, el alumnado conozca la función e intereses que mueven las imágenes y anuncios que le bombardean a diario de forma directa o indirecta, incitándole a consumir de forma compulsiva, sin plantearse si realmente es necesario. Hay que tratar de combatir esta actitud pasiva del ser humano, que se propicia mediante estos mensajes engañosos que favorecen una forma de vida sedentaria y pasiva, apoyada por el uso de las tecnologías que invaden nuestra vida cotidiana.

Para combatir este fenómeno lo haremos desde su base fundamental: el uso de la imagen y la popularidad. Por ello proponemos el uso del graffiti y la imagen digital, dos manifestaciones artísticas semejantes al fenómeno publicitario en cuanto a soportes usados, lugar de exposición, destinatarios de los mensajes, infraestructuras utilizadas, etc., cuya única diferencia son los intereses económicos y consumistas que mueven a la industria publicitaria a crear imágenes engañosas. La manipulación de la imagen en el ámbito digital se emplea, sobre todo en los últimos años, de una manera asombrosa. Ha sobrepasado límites insospechados, llegando a crear imágenes ficticias que parecen reales, y esta característica es aprovechada por la publicidad, para crear mensajes artificiosos que favorezcan los intereses que se buscan.

Este fenómeno siempre ha existido. Desde la antigüedad se ha manipulado el pensamiento popular a través de la simbología, leyendas populares, etc. pero es en los últimos años cuando ha alcanzado un nivel muy amplio y dañino. Tanto es así que las consecuencias son, al igual que este fenómeno, a gran escala. Apareciendo nuevas enfermedades asociadas al fenómeno publicitario y al consumismo.

Lo atractivo de las dos acciones propuestas (graffiti y manipulación digital de la imagen), es que se trata este tema desvinculándolo del fenómeno consumista, llevándolo a nuestro terreno y mostrando al



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 36 – NOVIEMBRE DE 2010

alumnado una forma alternativa de expresar nuestros pensamientos, participando en la sociedad como individuos activos y con derechos e intereses. Estos derechos e intereses pueden ser expresados de mil maneras, y esta es una de las que se ofrece al alumnado, por dos razones principales: por su efectividad comunicativa (se dirige a un público masivo y adulto) y por que resultan muy llamativas y aceptadas por los adolescentes.

Bibliografía

- GARCÍA GARCÍA, F. (1998). *Realidad virtual y mundos posibles*. Barcelona: Ed. Cedecs.
DONDIS, D. (1976). *La sintaxis de la imagen*. Barcelona: Gustavo Gili.
PANOFSKY, E. (2000). *El estilo y el medio en la imagen cinematográfica*. Barcelona: Paidós.

Autoría

- Nombre y Apellidos: Amaya Aida Rincón Gérez
- Centro, localidad, provincia: Granada
- E-mail: mayaida@hotmail.com