



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37 – DICIEMBRE DE 2010

“ESCUELA DE PERIODISMO”

AUTORÍA AMAYA AIDA RINCÓN GÉREZ
TEMÁTICA INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN, SOPORTE VISUAL
ETAPA ESO

Resumen

La imagen, un soporte que invade nuestro entorno actualmente y que expresa ideas y contenidos. Forma parte imprescindible de la mayoría de los medios de comunicación de masas actuales. Por ello es importante trabajarlo desde el ámbito escolar, a través de la creación de una actividad de creación de prensa escrita y digital, adaptándolo al máximo a la realidad de este medio. Destacando además el papel de la publicidad como soporte comercial característico de nuestra cultura, que emplea imagen y texto en una combinación perfecta con fines comunicativos y comerciales a la vez.

Palabras clave

Imagen

Ilustración

Periodismo

Cultura de la información

1. EL PODER DE LO VISUAL

La imagen no es una característica de nuestra época que representa nuestra realidad de manera objetiva a modo de fotografías, sino que más bien es una realidad que convive en nuestro entorno.

La especie humana, desde sus orígenes, siempre ha buscado comunicarse con sus semejantes y en cada período histórico han existido maneras concretas de expresión con carácter icónico. En la prehistoria, con la creación de las pinturas rupestres, los primeros seres humanos dispusieron de la imagen inanimada formando parte de un sistema de representación codificado de forma magistral. Son imágenes cuyo significado es interpretado, aún hoy, de diversas maneras. Lo que si está claro es que constituyen la representación gráfica, figurativa y simbólica del entorno humano.

En estas primeras creaciones se comienzan a definir los trazos de lo que se convertirá más adelante en escritura. Así, imagen y escritura están combinadas perfectamente en la sociedad egipcia



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37 – DICIEMBRE DE 2010

por ejemplo, donde encontramos una representación claramente figurativa de su universo. Esta conjunción la encontramos también en las civilizaciones orientales, que usaban ideogramas o pictogramas, que significan una situación, objeto, etc. que simboliza un contenido.

Por otro lado, encontramos la escritura alfabética, llegado un nivel más abstracto del lenguaje escrito, que además desbarataría esta comunicación a base de ideogramas, exceptuando ciertos aspectos de la escritura de la civilización china. De la misma manera que la imprenta trazará un camino transversal con los signos caligráficos de occidente en la Edad Media.

La comunicación visual y su lenguaje, tan desarrollado y explotado en los últimos tiempos, no es un privilegio de los siglos XX y XXI. Sino que empieza en el Renacimiento, con la era de la reproducción técnica, instigada por la revolución de las obras artísticas al emanciparse del tema ritual y religioso. Las cualidades visuales de las manifestaciones artísticas se evolucionaron, al verse liberadas y abarcar contenidos más variados.

Bajo este contexto, la pintura se configurará como un pensamiento visual objetivo, donde el espacio se representa con respecto a unas normas. Y así se establecerá la base de lo que será la masificación iconográfica actual. Y no solo en cuanto a temática, sino en cuanto a los medios técnicos que darán origen a la reproducción masiva de la imagen, donde encontramos la xilografía o grabado en madera. Estas técnicas muy extendidas en el siglo XV en numerosos países europeos, supone una etapa de cambio, donde irrumpe la copia de una imagen múltiple con un grado de figuración jamás visto hasta el momento. Esta situación se extenderá hasta el siglo XIX cuando aparece una técnica artística que revolucionará la configuración de las imágenes de forma magistral. Se trata de la trama fotográfica, que consiste en una retícula que descompone la imagen en puntos y hace posible su reproducción masiva.

Además, añadimos el factor técnico y los adelantos producidos en el campo de las nuevas tecnologías, que influirán notablemente en soportes, materiales, calidad de la imagen, posibilidades técnicas y científicas, etc. Por no hablar de las exigencias económicas, culturales e icónicas de la nueva estructura social en función de las cuales se adaptará este tipo de lenguaje. Se ha ido perfeccionando, evolucionando desde la imagen renacentista hasta la explosión visual con la aparición de la fotografía, el cine y los **hologramas**. Siendo esta última la más novedosa y figurativa, por incluir el concepto de 3ª dimensión a la fotografía, que siempre ha sido un ámbito enmarcado en dos dimensiones.

Con el paso de la comunicación escrita a la visual, la imagen deja de ser un elemento original dedicado a ámbitos muy selectos del mundo artístico. Se vuelve un elemento de carácter masivo en nuestro entorno, supera las concepciones tradicionales y clásicas que la ataban a soportes, materiales, lugares y ámbitos sociales muy cerrados.

1.1. La imagen como soporte.

La imagen era reconocida como tal por Aristóteles, y el sentido de la proporción y simetría estaban presentes ya en la estética griega, donde arranca esta ciencia. Este interés por la imagen enlaza con las aportaciones científicas del Renacimiento, lo cual nos permite medir el peso de algunos



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37 – DICIEMBRE DE 2010

procedimientos de reproducción de la imagen como fotografía, cine y holografía, de los que hablábamos antes.

El modelo renacentista se preocupa, entre otros, por el concepto de perspectiva. Con ella se encuentran arte y óptica geométrica, y marca el sentido de la relación entre los objetos y formas matemáticas. Esta relación constituye el primer fundamento de la imagen. En relación a ello, **Erwin Panofsky** la define como un “triumfo del sentido de lo real que conforma las leyes de la distancia y la objetividad”. Y así lo reflejan genios de la práctica artística tales como Leonardo da Vinci, Leon Battista Alberti y Brunelleschi, entre otros exaltando el estudio y creación de la configuración del espacio.

Esta invención no se produjo por casualidad, sino como consecuencia de que en el campo pictórico, los artistas se ocupaban a la vez de la geometría y la arquitectura. Además fue una época donde aumentaron el comercio marítimo y una serie de descubrimientos, regidos por la idea revolucionaria espacial relacionada con el globo terrestre, presidida por Copérnico y Galileo.

Mediante la perspectiva se determina el sentido de la representación, que es fundamental en toda imagen icónica. La noción clave de la distancia se sugiere en el famoso cuadro “Las Meninas” de Velázquez. En este cuadro los personajes se sitúan en el exterior, en la misma posición del espectador, siendo la imagen de éste último evocada mediante un espejo situado en el punto de fuga de la perspectiva, o punto donde confluyen las líneas de la composición. Este efecto tiene su equivalente en el campo de la representación moderno, en la imagen cinematográfica por ejemplo, podemos analizar la profundidad de campo o la impresión de la realidad.

El Renacimiento es también punto de arranque para la captación de la imagen, con la aparición de la cámara oscura que precede la aparición del objetivo fotográfico. Es una caja totalmente negra en su interior, con las paredes planas. En una de ellas se destaca una abertura que permite la proyección invertida sobre la pared opuesta de los objetos que se encuentran iluminados en el exterior. **Leonardo da Vinci** la asemeja al ojo humano en su *Tratado de pintura*. Esta aparición y sus posteriores impresiones y desarrollos tecnológicos, implica unos cambios fundamentales en el proceso de representación y proyección de la imagen. Hicieron falta cuatro siglos para admitir la equivalencia entre el agujero de la cámara oscura y el objetivo de la cámara fotográfica. Y con ello, que toda nuestra sensibilidad perceptiva deriva del concepto de perspectiva del Renacimiento.

1.2. La aparición del grabado.

Más tarde, con el progreso del capitalismo mercantil, se impusieron nuevos modos de representar el mundo, que empezaba a experimentar una serie de cambios vertiginosos. El auge de la actividad comercial y la navegación, los descubrimientos geográficos y el auge de la burguesía en las grandes urbes, que compartía con la aristocracia y la Iglesia el poder dominante. Estos cambios socio-económicos facilitarían cambios determinantes en el proceso de comunicación.

En cuanto a la imagen, en Europa en la Edad Media se caracteriza por ser una producción icónica amparada en la idea de belleza y el espíritu, que marcan fuertemente un carácter ideológico e impuesto bajo unas leyes de mercado para su usufructo al que solo tienen acceso sectores de la nobleza y el



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37 – DICIEMBRE DE 2010

clero. Por otra parte se amplía la densidad iconográfica en medio de una tormenta comercial donde luchan diversos modos representativos. Además, la circulación monetaria creará una jerarquía reflejada por la producción icónica, e incluso por un mismo cuadro. Por ejemplo, un cuadro será visto y leído de forma distinta en Francia que en los Países Bajos, aunque sus consumidores pertenezcan a un mismo estatus social.

Encontramos un gran número de antecedentes a los procedimientos mecánicos usados para la reproducción en serie usados por Gutenberg en 1456. Entre otros está la xilografía, usada en China en el siglo IX realizando rudimentarios dibujos usando planchas metálicas o de madera. De forma paralela encontramos el grabado de madera realizado por artistas y artesanos en Europa a mediados del siglo XIV. Pero la ausencia de un mercado para los productos icónicos resultantes y la falta de cualificación técnica empañan su uso cualitativo y cuantitativo. Tanto es así, que por primera vez en la historia, hasta la aparición de un nuevo medio de producción intelectual como es la imprenta, no había sido posible la obtención de copias idénticas de una misma imagen a un coste reducido en comparación con sus predecesores. Suponiendo esto un gran avance técnico y económico.

Este invento compuesto por caracteres móviles marca la prosperidad de la comunicación escrita, que se vería intensificada de forma inimaginable, convirtiéndose el libro en un objeto multiplicable a gran escala, que pasaría a ser el principal soporte de la imagen. Los libros ilustrados de botánica y de religión, de matemáticas y de viajes, se esparcirán por el mundo partiendo de las principales prensas de Europa. Aún así se trata de realizar una imagen múltiple limitada a 400 copias, con representaciones muy esquemáticas en blanco y negro, donde el color sigue perteneciendo a los pintores. Esto será así hasta el siglo XVIII, cuando se investiga con la tricromía en el grabado, en Francia.

Los libros resultan, por lo general, majestuosos. A partir de la ilustración brillante, antecesora del periodismo gráfico, se abre una dinámica sorprendente en el campo de la producción icónica. Sucesivamente se pasará del rudimentario grabado en planchas metálicas, permitiendo trazar líneas y tramas cada vez más perfeccionadas, a salvar las limitaciones que imponían el proceso de entintado y la calidad que ofrecía el papel. Las imágenes producidas pasan a tener un fuerte grado de figuración en la medida que da ilusión fotográfica, complementándose con la lectura de textos que les sirven de referencia.

Tal es la importancia que alcanza la utilización del grabado y la talla, que en poco tiempo llega a convertirse en un oficio altamente especializado. Tanto es así que artistas como Durero y Rubens organizan sus propias escuelas de grabadores. La producción de grabados y aguafuertes que empiezan a utilizarse a partir del siglo XVI para edición de estampas, permiten un trabajo menos laborioso que el realizado directamente sobre metal, y serán los métodos usados en ilustración hasta el siglo XIX, que incrementarán consecuentemente la producción de imágenes y la precisión informativa y comunicacional.

1.3. Hacia el periodismo ilustrado.

El éxito multitudinario y la progresiva difusión de la estampa y el grabado son los antecedentes directos del periodismo ilustrado. Los primeros ejemplares de esta modalidad de comunicación visual



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37 – DICIEMBRE DE 2010

aparecen en Inglaterra en los años posteriores a la revolución de 1640. Este hecho no es producto de la casualidad, sino que se añaden factores políticos y el papel predominante que Londres jugaba como centro Europeo del tráfico mercantil e industrial. Todo esto continuado por folletos populares voceados por feriantes. Poco después proliferará en Francia jugando un papel destacado en la revolución de 1789.

Estas primeras publicaciones arrastran todavía muchos defectos. Los grabados y láminas son poco precisos, el entintado e impresión descuidados restan nitidez. Y añadiendo el detalle de que estaban impresas a una sola cara, lo cual hacían de sus precios algo prohibitivo para la época, haciéndolos accesibles sólo a un selecto grupo social.

Encontrándose con esta situación, urgía abaratar la producción. Así, los impresores se las ingeniaron por conseguir aportes de las nuevas técnicas que fueron apareciendo a lo largo de la historia. En ese sentido encontramos la entrada de la máquina al mundo de las artes gráficas, lo cual sería revolucionario y de vital importancia, acelerando la producción y las posibilidades técnicas de las producciones artísticas. En el siglo XIX se descubre la prensa cilíndrica de vapor que permite imprimir una hoja por las dos caras. Esta técnica se perfeccionará en cuanto a velocidad y seguridad.

Pero será decisivo para consolidar el periodismo ilustrado la aparición del ferrocarril. Este medio permitió el transporte de los productos necesarios para el desarrollo de la tecnología periodística y facilitó el tráfico comercial para una prensa que adquirió un carácter universal.

La construcción de la primera locomotora en 1825 será crucial para el desarrollo general, y más aún para el campo de la imagen. Al respecto, Edward Stanley escribía: *“En el rápido movimiento de estas máquinas existe una ilusión óptica digna de notarse. De hecho, un espectador que las vea acercarse cuando van a la máxima velocidad, no puede sustraerse a la idea de que, más que moverse, aumentan de tamaño. No sé encontrar una mejor explicación sino refiriéndome al agrandamiento de los objetos en una fantasmagoría. Primero la imagen apenas es perceptible, pero cuanto más se aleja del punto focal, más y más se agranda, sin aparentes limitaciones.”* Estas impresiones de la época nos muestran la importancia del poder de la imagen y la influencia que tuvo esta máquina en la percepción de ilusión óptica de movimiento.

Las distancias se empequeñecieron, el tiempo se acortó y la velocidad aumentó vertiginosamente. Y no sólo a nivel técnico, en cuanto a experimentar la sensación de velocidad, sino que los trabajos se intensificaron, la máquina permitía más producción en menos tiempo, y llegar a más lugares mucho antes de lo acostumbrado. Y todo ese cambio de concepción cultural y temporal se plasmaría en el campo de la imagen.

Tanto el ferrocarril como los adelantos técnicos de un proceso de industrialización contribuyen decisivamente al desarrollo de la prensa ilustrada, y como consecuencia a su abaratamiento. Hasta que llegan a incluir la fotografía, aportando mayor realismo y popularidad.

Así, a principios del siglo XIX tiene lugar una mecanización vertiginosa productiva en toda Europa. Este hecho influirá de forma decisiva en el ámbito de la representación icónica. Además, los cambios abarcarán los modelos de percepción icónica a los que se acostumbraba en la época. A medida que los grabados e ilustraciones adquieren una gran importancia como elementos informativos a nivel mundial,



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37 – DICIEMBRE DE 2010

al ser su soporte la prensa, llegando a convertirse el periodismo ilustrado en una actividad demandada por el público, ávido de hechos y noticias.

Bajo este panorama, aparece la litografía de manos de Alois Senefelder. Por medio del azar descubrió el método para imprimir fácilmente un dibujo hecho a tinta o lápiz sobre piedra, donde el dibujo original y la copia se hacían idénticos, sin necesidad de retocar. Este descubrimiento supuso un gran avance técnico en la reproducción de imágenes, permitiendo abaratar los costes de las imágenes, sin que la copia perdiera calidad gráfica, cambiando el concepto tradicional sobre ésta de “obra única”. Ahora la imagen es un elemento reproducible a gran escala, que se encuentra accesible a un público masivo. Y más aún al reducirse su coste, convirtiéndose en un producto comercial más del mercado.

Este cambio de concepción dará lugar a corrientes artísticas importantes en el siglo XX como el Arte Pop. La litografía se desarrollaría en toda Europa de manera extraordinaria, donde la mayor parte de los pintores probaron suerte con esta técnica. En España encontramos los temas taurinos litografiados por Goya. Un gran referente artístico que desarrolló gran parte de su obra mediante esta técnica, lo cual favoreció la popularidad social de esta técnica. Abriendo espacio a nuevos temas sociales y representaciones de la vida cotidiana con tratamiento figurativo, aportando gran realismo a las copias y conmoviendo al espectador. Teniendo en cuenta que la mayor parte de la población era analfabeta posibilitó la ampliación de horizontes de la prensa y de la sociedad.

Esta técnica alcanzará su apogeo definitivo a finales del siglo XIX cuando se desarrolla el cartel publicitario, iniciado por Cheret y Toulouse Lautrec. Se convirtió en un nuevo medio de expresión artística, donde se aplicaba la impresión comercial e industrial, aportándole una nueva concepción productiva. Destinado a ser expuesto en el ámbito urbano, destinado a captar la atención de las masas populares, con fines ideológicos y/o lucrativos. El cartel adquirirá una apariencia representativa, preparando el terreno para la imagen mural que se expondrá en las grandes urbes.

Al pasar a formar parte del soporte publicitario, consecuentemente se introducirá en la publicidad de la prensa escrita, donde obtuvo un gran éxito, que aún hoy conserva. Tanto es así, que financia en gran medida los medios en papel, a cambio de poder utilizarlos como soporte para difundir sus mensajes. Incluso se crean verdaderas infraestructuras comerciales para crear este tipo de mensajes.

Así, la concepción tradicional de la imagen cambia para formar parte de nuestro entorno como soporte de mensajes, ideas, productos, etc. En la actualidad se ha convertido en un elemento indispensable sobre el que se soportan grandes industrias, empresas, la política, y los medios de comunicación en general. Siendo fundamental la enseñanza del consumo responsable de la imagen, ya que hoy en día es un producto que forma parte del mercado, siendo el publicitario el más poderoso y en ocasiones peligroso.

2. ESCUELA DE PERIODISMO

El periodismo como medio de comunicación triunfó hasta tal punto que se convirtió en una profesión demandada y de la cual se derivó una propia ciencia o teoría, con sus variantes y subapartados propios.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37 – DICIEMBRE DE 2010

Es un medio de comunicación de masas que, aún siendo tradicional, se ha adaptado perfectamente en los últimos tiempos a las nuevas tecnologías, reforzando el poder que ya tenía como método de difusión de información. Se temía por la estabilidad de este medio al aparecer la era de la información y las tecnologías, donde el ordenador e internet abarcan un campo tan amplio de conocimiento, que todavía no se ha superado. Aún así, el periodismo, como medio en papel impreso, se adapta y ofrece la posibilidad de su manejo tradicional (impreso sobre papel) y también de manera digital, ofreciendo incluso la posibilidad de interaccionar con él a través de internet.

Considerando el periodismo es una de las vías informativas de las más importantes de la actualidad, es de gran relevancia llevarlo al ámbito docente para que los y las adolescentes se familiaricen con este medio y lo utilicen para su enriquecimiento personal. La mejor manera es participando activamente en su creación, y desde su seno, comprenderán la repercusión que provoca socialmente.

2.1. Objetivos.

El objetivo es crear una “*Fábrica del periodismo*” en un centro docente como actividad que favorezca la interacción entre diversas materias, de temática variada y actual, de interés para el público, etc. En ella se crearán revistas cada trimestre o cada dos meses (dependiendo del número de alumnos/as con el que se cuente y de los recursos). Hay que tener en cuenta las siguientes variantes:

- Número de alumnos/as. Dependiendo del alumnado con el que contemos podremos contar con más o menos grupos de trabajo, ya que lo ideal es que cada bloque temático o apartado informativo se trabaje en grupo. Por ejemplo, la sección cultural, la de actualidad, la de pasatiempos, la de actividades escolares, anuncios, imagen, etc. que se publicarán en cada revista se realizará de forma grupal, uniendo al final el trabajo de todos los grupos, que será coordinado por el equipo docente.
- Recursos económicos y materiales. Se puede proponer como elaboración de material para recaudar fondos para viajes de fin de estudios, inversión en posteriores publicaciones, donaciones, etc. donde los fondos recaudados sean usados de forma provechosa para la sociedad, favoreciendo la educación en valores y la conciencia social.

En cuanto a los materiales disponibles nos referimos al espacio con el que se cuenta, dotación informática con programas adaptados para montaje del soporte periodístico. Incluso se podría realizar una variante digital para mostrarla a través de la página web del centro educativo.

- Se favorece el hábito lector, al tener que buscar información relacionada en la prensa cotidiana. Este factor es de gran relevancia, al favorecer en los y las adolescentes la lectura como actividad que abre puertas. Aunque no resulte una actividad muy placentera, ya que suele ocurrir que el alumnado de esta edad se muestre reacio hacia la lectura, la practicarán de forma indirecta y estará vinculada a las nuevas tecnologías (medio que les resulta muy llamativo y que además dominan). Esto será así al trabajar en formato digital en la búsqueda de información, montaje del formato de prensa para su impresión, realización del formato web para la página del centro, etc.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37 – DICIEMBRE DE 2010

Con todo ello también se favorece la expresión lingüística, la adquisición de vocabulario, la destreza lectora y escritora, y el uso del lenguaje en general, enriqueciendo la capacidad comunicativa de manera verbal.

- Se hará hincapié en el uso responsable de la imagen con fines meramente informativos. Se debe tener conciencia del poder de la imagen en un medio como este. Ya que vivimos en una época donde los jóvenes realizan y publican la imagen a través de la web de manera descontrolada e inconsciente, sin atenerse a consecuencias. Es importante que tomen conciencia del límite a la hora de usar este soporte comunicativo.

También se realizarán ilustraciones manuales, e incluso se propondrá una sección de viñetas, donde podrán narrar sus historias, favoreciendo la creatividad, la iniciativa, la expresión de ideas, etc. además de la destreza plástica.

De la misma manera que favorecemos la comunicación verbal y escrita a través de la búsqueda de información y redacción de noticias, también se favorece la expresión plástica a través de la imagen. Se trabaja con imagen digital y con imagen manual, aprendiendo a manejar soportes y materiales diversos, y las posibilidades que éstos nos ofrecen.

2.2. Contenidos.

Se dividirán según los apartados de la revista por temática y área o materia.

- Actualidad. Se reunirán noticias relevantes del ámbito del propio centro escolar, y si es influyente de la localidad donde se encuentre ubicado. Así se hace participar al alumnado en su propio entorno y estar informados de lo que ocurre a su alrededor, que puede ser relevante para sus propias vidas.

- Cultura. Las noticias de este apartado abarcarán actividades de interés cultural de tipo musical, artistas destacados, exposiciones, cine, teatro, literatura, etc.

- Pasatiempos. En ella los participantes agudizarán su ingenio para buscar actividades de ocio propicias para este soporte, añadiendo el digital, donde encontramos una cantidad enorme de recursos informáticos que deberán seleccionar.

- Actividades escolares. En este apartado se reunirán noticias relevantes de actualidad (igual que en apartado número 1) pero con la peculiaridad de que tratarán actividades relacionadas con la actividad docente propia del centro, tales como entrega de notas, concursos, actividades extraescolares, talleres organizados por el centro, convocatorias, etc.

- Anuncios. Se recogerán peticiones y se ofrecerán productos. Así se favorecerá un soporte donde puedan acudir para demandar y ofrecer cualquier actividad, siempre que no comprometa moral y legalmente la actividad docente. Por ejemplo, anuncio de una función de navidad realizada por el 2º curso de la ESO, donde se especifiquen fecha, hora y lugar, incluyendo además imagen, a modo de cartel.

- Opinión. Sección donde se recogerán peticiones de interés público, favoreciendo la libertad de expresión, siempre que no implique ataques personales o morales, o se use con fines maliciosos,



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37 – DICIEMBRE DE 2010

obscenos, etc. por ello se pondrá especial cuidado en su revisión, y en la concienciación del alumnado sobre ello.

•Humor. Este apartado incluirá humor gráfico, realizado a través de viñetas acompañadas de texto, donde se ofrezcan situaciones graciosas, chistes gráficos, moralejas, anécdotas, etc. todo ello usando la imagen como soporte expresión.

2.3. Metodología.

Lo ideal es que sea participativa y práctica. Es una actividad grupal, que favorece la cohesión y el respeto por los demás y por la diversidad de ideas. En ella trabajarán especialmente la toma de decisiones a través de acuerdos grupales, donde se respetará y aceptará lo que decida la mayoría.

A esta edad, es cuando se empieza a tomar conciencia de nuestra participación en la sociedad como individuos con derechos, deberes y actuando activamente en ella. Esta experiencia propicia estos valores y ofrece la oportunidad de experimentar estas sensaciones, y además aplicar los conocimientos que nos ofrece la era de la información.

3. CONCLUSIÓN.

La era de la información, ha marcado fuertemente el siglo XX y principios del XXI. No sabemos lo que está por venir, pero sí sabemos que el cambio que supuso la aparición de los medios de comunicación de masas influirá en las generaciones venideras. Y éstas experimentarán la misma sensación que un ciudadano que en el siglo XIX cuando vio aparecer por primera vez un tren cargado de prensa con imágenes que imitaban la realidad de una manera inimaginable hasta el momento.

Soñamos con esos cambios, igual que siempre hemos soñado con el futuro, con lo que nos ofrecerá. Y comprendemos este hecho cuando estudiamos la repercusión que tuvieron en nuestros antepasados y la que tienen en la actualidad.

BIBLIOGRAFÍA

Panofsky, E. (2002) *Estudios sobre iconología*. Madrid: Alianza editorial.

García Fernández, E. (2006) *La cultura de la imagen*. Madrid: Fragua.

Pla Vivas, V. (2010) *La ilustración gráfica del siglo XIX*. Valencia: Universitat de Valencia.

Autoría

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