

CE 02 92

Con esta sintonía damos paso ya a Revista de Ciencias de la Educación, un coloquio sobre pedagogía de la imagen que dedicamos especialmente a los alumnos de tecnología educacional. Si os es posible os recomendamos que lo grabéis o que toméis notas, os será útil a la hora de realizar lectura de imágenes. Intervienen en este programa dos especialistas en pedagogía de la imagen, Luis Matilla y Manuel Alonso.

Ellos son autores entre otros libros de Imágenes en Libertad, colaboran en publicaciones especializadas en pedagogía y medios de comunicación y trabajan en experiencias didácticas con la imagen y con el sonido. El profesor de tecnología educacional Roberto Aparici es quien conduce el coloquio. Hola, buenas noches.

En el programa de hoy vamos a hablar sobre pedagogía de la imagen. Está con nosotros Manuel Alonso y Luis Matilla. En este programa sobre pedagogía de la imagen vamos a hablar sobre imagen y realidad, sobre los elementos para la lectura de imágenes, sobre la imagen como medio de globalización y vamos a establecer una serie de propuestas para trabajar en el aula.

Los medios de comunicación dan una visión o dan una representación de la realidad. Manuel Alonso, ¿de qué forma se filtra la realidad a través de los medios de comunicación? De diversas maneras, en función sobre todo de cuál es la tecnología, básicamente la tecnología de los medios. El medio hace una mediación, esa mediación que sirve como puente entre nosotros y una realidad lejana, está basada en una tecnología, en unos aparatos, en unos soportes.

La cuestión básica entonces de cómo nosotros nos relacionamos a través de los medios con el exterior está en relación un poco con la vieja filosofía popular que dice que nada es verdad ni es mentira sino todo es según el color del cristal con que se mide. Entonces ese color del cristal, ¿no? Ese color del cristal, bueno, pues puede ser una cámara fotográfica, puede ser una cámara de cine, puede ser una cámara de televisión, puede ser la mediación técnica de la mano de un pintor y de la tela que utilice y de las pinturas que maneje, ¿no? ¿Qué sucede entonces? Que bien sea directamente con unos medios muy rudimentarios, como sería el dibujo al carboncillo y la habilidad manual de un señor, bien sea con unos medios más sofisticados como son los medios electrónicos o el láser, a nosotros se nos pone en contacto no directamente con el mundo externo sino con una visión de ese mundo. ¿Qué sucede entonces? Que se nos transmite una parte de ese mundo a través de un medio con una tecnología.

Esa parte, esa parte además se dirige normalmente no a todos nuestros sentidos como cuando estamos inmersos en la realidad sino a alguno de nuestros sentidos en especial. En el caso de la imagen, en el caso de los medios audiovisuales fundamentalmente a dos sentidos, el sentido de la vista y el sentido del oído cuando no únicamente al sentido de la vista. Entonces forzosamente se recorta la realidad externa y nosotros no podemos tener una relación con ella a través de los medios como la que tendríamos directamente.

Pero además puede suceder otra cosa, puede suceder otra cosa, que se cree una realidad y que el creador a partir de su memoria, su fantasía, sus sueños, sus deseos, monte algo que se parece a lo que está sucediendo en la realidad. Bueno, que serían todas las películas de ficción o que serían todos los seriales de televisión de ficción o que serían los anuncios publicitarios. Entonces eso se fotografía.

Bueno, eso ya no tiene mucho que ver con la realidad porque no es un documental, no es un reportaje. Entonces ahí hay una doble mediación. Primero la reconstrucción de algo que puede ser más o menos verosímil y parecerse a lo real, más además la mediación técnica.

¿Qué sucede entonces? Que si nosotros mezclamos, por un lado, la noticia en el sentido amplio, no la noticia en cuanto a telediarios o programas informativos, sino la noticia que a través de los medios obtenemos de lo que hay fuera, mediatizada a través de unos elementos técnicos, y le añadimos otra realidad ficticia o realidad de ficción, de una manera, de una paradoja, que es, bueno, todo lo que puede ser la literatura llevada al cine o lo que puede ser el cine, la televisión, los seriales, etcétera. Nos encontramos con que hay lo que podemos denominar universo icónico, que es el mundo que nos viene a través de la imaginación, de los medios de comunicación y que es reflejo de la realidad o que es creado ficticio. Eso es el universo icónico, en el que coexisten pues los programas informativos que nos hablan de la guerra de Oriente Medio, por ejemplo, con la serie Dallas, y además existe el universo real, al que nosotros muchas veces no tenemos acceso.

La cuestión es que en este momento tenemos mucho más conocimiento del mundo a través del universo icónico que a través del universo real, porque hemos estado en muchos más lugares a través de programas informativos o a través de programas de radio o de televisión dramáticos o de ficción, que en presencia. Entonces, claro, la cuestión está en que nuestro conocimiento del mundo se ha ensanchado, pero se ha ensanchado de una forma mediatizada, y lo que habrá que intentar hacer es tener elementos de juicio suficientes para saber si dentro de esa mediatización podemos distinguir, separar el polvo de la paja, y podemos hacernos un poco de idea de cómo sería aquello, aunque nos digan que siempre se pretende que sea presentado de la forma más veraz o más objetiva posible. Es, digamos, de una manera quizá un tanto global y un tanto larga, un tanto larga, la manera en que a mí me gusta abordar o plantear las relaciones entre la imagen y la realidad, ¿no? Como una realidad de las imágenes constituido de un universo icónico, que puede ser reflejo o no del mundo, y que cuando es reflejo del mundo real es de una parte del mundo real, que además está jerarquizada y que además está sometida a la visión del autor, que con mejores o peores intenciones, no siempre tiene que manipular ni dar su versión, pero forzosamente da su versión, que nunca será exactamente igual que la nuestra y la que tenemos en presencia, y además la da forzosamente a través de unos determinados sentidos que no son todos.

A mí este tema me parece que nos abre hacia una palabra impresionante que es la suplantación, la suplantación entre realidad e imagen, que en este momento es la que nos puede dar el gran trampolín para llevar a la práctica el análisis de la imagen y el estudio de la

imagen. Nosotros parcelamos la realidad, cada persona que hace una imagen está parcelando parte del mundo exterior de acuerdo a sus ideas y de acuerdo a sus principios. Yo creo que hay que llevar al ánimo de la persona que quiere penetrar en la lectura de imagen que la realidad es múltiple y que cada uno debe concebir su propia realidad.

Desconstruir la parte que no nos aportan de esa realidad es lo que produce una indagación del mundo exterior y de lo que nos impide que nos estén condenando a una pasividad de unos intermediarios que eligen la realidad por nosotros. El caso, por ejemplo, de un reportero que coge una parte de una guerra ya dentro de su objetividad, que la transmite una agencia de noticias que la parcela y que después cuando llega una cadena de televisión lo que dan son dos minutos de una parcelación de la parcelación de esa realidad nos da la visión de que cómo sería esa realidad que nos han transmitido. Entonces si nosotros llevamos, ya entramos un poco en la práctica de nuestra cotidianidad que es trabajar con los alumnos, como de repente un círculo enmarcado en un cuadro es lo que un objetivo de una cámara está viendo y como a partir de ese cuadradito el niño tiene que empezar a ver su propia realidad, a compararla con la realidad de los otros y a plantearnos una realidad múltiple que nos va a dar una visión de la imagen mucho más universal, que puede ser más enriquecedora que si somos consumidores de la imagen que cada vez nos están promocionando en mayor medida.

Yo creo que se está llevando al ánimo del ciudadano de nuestra sociedad que se es ciudadano del mundo sentado en una silla ante un aparato de televisión. Cada vez los medios son más sofisticados, vamos a poder votar desde el propio aparato de televisión, estamos comprando los billetes que nos van a ir a través de los teletextos y de tal manera se está haciendo necesaria la salida exterior que yo creo que nuestra labor fundamental en esta gran aventura de hacer conscientes al ciudadano de lo que la imagen en alguna medida le está manipulando de su conocimiento del mundo exterior es el punto de flecha de nuestro trabajo. Sí, bueno y sobre todo que no se dé un proceso que a veces se está dando que la mediatización a través de los medios lleve a inhibirse respecto a salir a ver cómo son las cosas.

Hay una anécdota que cuenta Mary Wynn en el libro televisión droga, la televisión la droga que se mira es en castellano, en que bueno cuenta la anécdota de una madre que va con un niño y entonces hay un incendio parece ser el fondo de la calle y el niño dice mamá mamá mira hay un incendio y dice la madre vámonos a casa ya lo veremos en la televisión. Yo particularmente, yo particularmente que he sido bastante aficionado al fútbol, el fútbol me gusta, prefiero en una ciudad grande por ejemplo como Madrid, quizá en una ciudad pequeña pues vas con amigos, puedes ir con los amigos al fútbol, es un acto social, pero yo prefiero ver el partido en el televisor porque lo veo mejor y además me repito los goles. Entonces si esto empieza a suceder con manifestaciones incluso por ejemplo bueno ya vamos a ver la manifestación en la televisión y a ver quiénes han ido, entonces los manifestantes son los que están, no los que ven la manifestación, entonces los medios pueden llevar incluso a que nos apartemos y prefiramos ver la realidad a través del universo icónico en vez de directamente, en vez de vivirla, en vez de presenciarla.

Eso sería y está siendo, no sería sino creo que está siendo el mayor drama que pueden provocar los medios en la relación nuestra con la realidad. Sí, sobre todo porque creo que está rompiendo el poder de sugerencia. Mientras que un libro es capaz de crear imágenes mentales, es capaz de hacer que un chaval pueda imaginar ese personaje, pues leer lo que el viento se llevó es imaginarte tu escarlata ojara y cómo era esa mansión, mientras que la imagen está en alguna medida condicionando la imaginación.

Es muy importante por ejemplo la hora de trabajar con la imagen, siempre nos dicen hombre es que entonces tanta imagen se está abandonando que el niño lea, no, no, al revés, es que nosotros tenemos que producir que la literatura sea un caudal de imágenes originales, lo que no debemos hacer es que la propia imagen sea necesariamente desencadenante de otra imagen, puede serlo, pero también es muy importante que la imagen se cree a partir de los estímulos que permitan la creatividad en su totalidad, no una creatividad parcelada y condicionada al modelo y al estereotipo que ya existe. En cualquier caso no vamos a hacer negativos, no, como se puede pensar en muchas ocasiones en este caso, creo que la imagen puede espolear, la imagen puede ser un incentivo, puede ser un incentivo para ir a conocer las cosas de verdad, que es lo que se pretende en muchos casos que es a la publicidad, la publicidad turística sería un incentivo para que la persona vaya al lugar, no, entonces creo que habría que aprovechar la posibilidad, la gran posibilidad de sugerencia que las imágenes pueden tener para presentar de manera incompleta un universo icónico y hacer ver pero con el horizonte final de que la realidad puede ser más rica y de que debemos ir a impregnarnos de la realidad en vez de alejarnos de ella, ese es un gran valor positivo del universo icónico y de la comunicación por imagen. En este programa dedicado a pedagogía de la imagen está con nosotros Luis Matilla y Manuel Alonso.

Manolo, tú en cierta manera planteabas hace un momento que la imagen aparentemente actúa como espejo de la realidad, pero sería interesante que nos aclararas de qué forma la sociedad que nos presenta la imagen se adecua realmente a este concepto. La sociedad que nos presentan las imágenes puede corresponder o no y esa es la cuestión, normalmente no corresponde, normalmente no corresponde porque las historias que nos aparecen en la televisión, pues todas las historias por ejemplo de los telefilmes americanos nos están dando un modo de ser, pero no de toda la sociedad americana, sino de una determinada, de unas determinadas clases de la sociedad americana, con unos determinados roles y con unos determinados papeles en los que el negro cumple una función pero no exactamente igual a la que está cumpliendo el negro en la sociedad americana y otras determinadas familias cumplen una determinada función. Había un ejemplo, bueno, había una anécdota que contaba Miguel Vázquez, nuestro compañero y amigo y coautor de algún libro, que decía que claro, hace unos años, que ahora hay algún telefilme menos de policías estadounidenses en nuestro país, pero que a juzgar por las series americanas que veíamos aquí, por lo menos un 30% de los norteamericanos deberían ser policías.

Entonces, bueno, en un momento determinado los medios nos están dando un universo icónico que nosotros podemos pensar que es, no podemos pensar, eso no se reflexiona, pero

que puede estar haciéndonos ver que las cosas son de una determinada manera. En el caso del cine español de posguerra, por ejemplo, en la que hay que buscar con lupa en cuántas películas aparece un obrero y ahora cuando decimos, bueno, vamos a hacer una visión retrospectiva del cine español de la posguerra, dicen, hombre, es que en esta película aparecía un obrero, ¿no? Y eso, claro, no es la elipsis, es decir, hombre, es que no vamos a sacar a las personas en el cuarto de baño haciendo sus necesidades. Bueno, puede salir de vez en cuando, ¿no? Evidentemente todo el mundo las hace y en las películas eso aparece muy poco, pero la primera escena de cama que aparece en el cine español es en El Verdugo, prácticamente donde se ve a unos personajes que se levantan de la cama, ¿no? Y no siendo matrimonio, además, ¿no? Entonces, bueno, hay una serie de situaciones que están apareciendo sobrevaloradas dentro de... Pero no, aparecen más, aparecen como más positivas y aparecen como sobrevaloradas y, por lo tanto, como ejemplares que las reales.

Entonces, eso, ¿qué importancia tiene? Bueno, tiene una importancia fundamental si pensamos cuáles son las relaciones entre lo que se ve en los medios y el espectador. Asuntos sobre los que no se ha investigado lo suficiente, pero, por ejemplo, en el análisis del mensaje televisivo, Bagley y Dack, dicen que se puede pensar que una de las cuestiones fundamentales que hace el espectador con las películas y con los telefilmes y con todo lo que llega a través de los medios es comparar las pautas de comportamiento que allí aparecen con las suyas propias y que, entonces, se toman nuevas pautas de comportamiento a partir de las pautas de comportamiento que se ven en la ficción o en el reportaje o en el documental y se comparan formas de actuar y de pensar de uno mismo con ese universo icónico. Claro, esto es absolutamente fundamental porque eso es una reeducación y, por lo tanto, ahí puede haber grandes elementos manipuladores y, por lo tanto, puede haber grandes problemas de transculturización.

El ejemplo que nosotros siempre pensamos, decíamos que cuando Epiblas en Bagley y Sesamo dice, hoy vamos a hacer una fiesta de cumpleaños y vamos a... Bueno, en España hace unos años no se hacían fiestas de cumpleaños, hoy se va haciendo alguna más. Entonces, se están dando una serie de pautas de comportamiento que, evidentemente, si nosotros, en cuanto hay unas cuantas personas viendo una pantalla de televisión y aparece un presentador y casi siempre hay dos señoras, yo siento que sean más las señoras que los señores, pero bueno, no es que se pretenda ser antifeminista en este caso, que dicen, uy, fíjate, te has visto cómo ha peinado, qué cambio, cómo ha vestido, cómo ha vestido hoy. Entonces, ese cómo ha vestido, cómo ha vestido hoy, además de ser un cotillero, es una modelización de cómo se va correctamente vestido porque sale en la televisión, porque lo han dicho en la televisión.

Entonces, claro, que el universo icónico que se nos da a través de los medios no corresponda con un universo real nuestro y que corresponda más con otros universos que pueden pertenecer a determinadas culturas, eso tiene unos efectos importantes de incidencia cultural. En alguna medida, tú lo que nos estás proponiendo es que la realidad que vivimos a diario es un espejo de la realidad que nos transmiten los medios. Bueno, ahí hay una interacción, evidentemente, que si los medios pueden funcionar como modelización y como ejemplo, es

evidente que a través de los medios se puede estar cambiando la realidad que vivimos a diario.

Entonces, no es, o se puede estar reforzando, se pueden estar reforzando algunos aspectos de la realidad que vivimos a diario que son puestos como ejemplares a través de los medios. Por ejemplo, votar sí o votar no, o votar. ¿De qué forma, Luis, sucede este tipo de penetración? Bueno, la penetración yo creo que va en todos los aspectos, es decir, que va desde modelos de conducta, a modelos de perfumes, a comportamientos con las chicas, a cómo los anuncios en alguna medida nos están dando, que ciertas bebidas dan la alegría necesariamente, que ciertas otras dan el prestigio, en alguna medida se involucra lo que es el anuncio en sí y lo que son normas y conductas sociales.

Entonces, para mí es muy interesante este discurso llevarlo a la práctica, cómo podemos trabajar con los alumnos, cómo podemos despertar a una gente que está sufriendo esta realidad de una manera que no sea concienciadora directa en el sentido de que convirtamos la lectura de imagen en una asignatura más o en un elemento concienciador, sino cómo llevamos, en nuestro caso, a la escuela elementos que sean de indagación, de despertar puntos de vista que hagan más receptivo a un chaval en lo que supone su vida cotidiana. Yo te planteo un caso que hicimos hace unos años. Cogimos un anuncio que era de un café soluble, que entonces era una especie de diferentes fotografías que componían, como parece que eran 15, una secuencia.

Entonces, esa secuencia era un camionero, eran distintas profesiones que siempre a las 12, que era el eslogan, y a las 12 toma su taza X producto. Entonces, el anuncio que cogimos era un camionero que salía de cargar pescado y entonces a las 12 paraba en su casa. Presentamos el anuncio de la siguiente manera.

Por favor, comparar lo que el anuncio nos dice y la realidad posible. Entonces, el planteamiento era un simple juego. Indaguemos qué está ocurriendo en este anuncio y comparemos lo que ocurre en el anuncio y en una realidad posible.

Entonces, empezó a hablar de dónde vendría este camionero, dónde se podía cargar pescado, cómo a las 12 podía parar en su casa si iba en carretera, cómo esa casa podía ser con esas cocinas, aparentemente, que siempre se presentan todos los anuncios, cómo esa mujer estaba con su delantal sin realizar más labor que la de la casa. Entonces, se empezaba a hacer un análisis absolutamente casi de ciencias sociales. Entonces, al final se construía la realidad social de un trabajador en comparación con la realidad que nos quería presentar el anuncio.

Entonces, la publicidad, nadie estaba contando los defectos que tenía o que estaba intentando manipular, sino el propio espectador estaba llegando a una conclusión a partir de su propia comparación imagen y realidad. Entonces, aquí parece que es un sistema absolutamente básico, porque no vamos a cargar de contenidos a un chaval y estamos haciéndole que sea muy consciente ante los medios, sino estamos despertando puntos de observación que le van a valer en ese ejemplo que ponemos, pero que están abriendo un universo de sentido crítico hacia una imagen que, como antes estábamos diciendo, viene ya parcelada y, en mucho caso,

como es la publicidad, pues absolutamente manipulada por muchísimos técnicos que saben mucho de percepción y que difícilmente una persona con observación mínima y parcial puede defenderse de esta manipulación. Vamos a hablar ahora sobre elementos para la lectura de la imagen.

Las imágenes están conformadas por una serie de códigos, unos códigos que, de alguna manera, podríamos compararlo con el alfabeto. ¿Se hace necesario hablar de una alfabetización del lenguaje audiovisual, Manuel Alonso? Sí, yo creo que es necesaria una alfabetización en ese campo. ¿Cómo? ¿Cuál sería el procedimiento para poder hablar de lectura de imagen o para poder hablar de descodificación, utilizando otro término? Bien, volvamos a lo que estábamos hablando.

Si decimos que hay una mediación, una mediación que puede ser fundamentalmente técnica, pero que puede ser no únicamente, no es únicamente técnica tampoco. Vamos a ver cuáles son los mecanismos de la mediación. Cuáles son los mecanismos que hacen que, a partir de una determinada realidad, se obtenga una realidad icónica, mediatizada.

Mediatizada en el mejor de los sentidos, ¿no? Mediada, diríamos. Y, en principio, se han estudiado, se han enumerado cantidad de posibles códigos y lo que yo creo es que no hay que hacer un planteamiento exhaustivo. Yo creo que hay una docena de elementos fundamentales de codificación.

En la imagen, sobre todo. El primero de ellos sería el espacial. A nosotros, cuando se nos presenta una imagen, se nos presenta, sobre todo una imagen fija, la cámara de cine, bueno, se puede mover, pero se nos presenta una parte de una realidad que está dentro de un cuadro.

Y cuando un pintor pinta, se pone ante un paisaje y selecciona un trozo. Entonces, la primera codificación es esa parcelación y, espacialmente, se toma un trozo de esa realidad y se toma desde un determinado punto de vista. En todos los infinitos puntos de vista de los que se podría tomar.

Hay un ejercicio que nosotros hemos hecho bastante en la escuela para poder ver el sentido de esa parcelación, que me parece una estupidez y que no tiene tanta importancia, bueno, pero, poner a una clase a dibujar un proyector de diapositivas colocado en mitad de la clase y hacer que luego se intercambien los buchetos, los dibujos, inmediatamente pone en evidencia cuál es el código espacial. Cada uno lo ha visto desde un determinado sitio y lo hace más grande o más pequeño, lo recuadra o no lo recuadra. Entonces, de ese proyector de diapositivas que es uno, hemos obtenido 30 distintos vistos, pero además, en un aparato que es irregular en algunos proyectos de los que son de carro largo, ¿no?, en vez de ser de carro redondo, bueno, pues, da unas imágenes completamente distintas desde qué punto se vea un mismo aparato, ¿no? Entonces, en algo tan complejo como es la vida, y no nos pongamos trascendentes, evidentemente, la codificación espacial es muy fuerte.

La estamos viendo, por ejemplo, en la prensa todos los días. El periódico favorable a una

manifestación, si en la manifestación hay mucha gente, saca un gran número de personas. Sin embargo, si el periódico es opuesto a esa manifestación, te saca la cabeza de la manifestación, donde hay cuatro o cinco personas.

Sin embargo, si la manifestación es pequeña, los contrarios te van a sacar un plano muy grande en el que se vean los manifestantes flotando en el espacio, mientras que el periódico favorable a ese acto va a irse a imágenes muy cercanas, sin que se pueda evaluar cuántas personas había allí. Bien, entonces, ¿desde dónde miramos la realidad y cuánto espacio tomamos? Sería el primer elemento de codificación, que es una codificación espacial, y habría que ver qué es lo que nos queda afuera, entonces, y cómo se vería aquello si nosotros fuéramos espectadores en vez de estar media artista. Luego, todos los códigos, el código gestual, ¿no?, que es, bueno, que ahí la imagen puede influir para enfatizar un determinado gesto, sobre todo la fotografía, en la que podemos congelar un determinado gesto que pasaría, a lo mejor, inadvertido, ¿no?, en una visión, en una visión continua.

Entonces, se enfatiza el gesto, se enfatiza el ademán, entonces, eso es una manera de subrayar una determinada cuestión. Toda la cuestión del código escenográfico, vestuario, ambientes, etcétera, toda la utilización de la luz y del color. Yo, particularmente, particularmente, no quiero dar excesiva importancia a la codificación del color.

Se supone, hay unos colores más fuertes que pueden, toda la gama de los colores calientes, los rojos y los amarillos, que pueden significar dinamismo, que pueden significar fuerza, que pueden significar pasión, por ejemplo, y hay otros colores más relajados, que sería toda la gama de los colores fríos, los verdes, los azules, pero, vamos, yo no iría mucho más allá, no iría mucho más allá como para poder hacer, digamos, traducciones del código de color a sensaciones puras, aunque hay quien lo hace y pueden ser ejercicios también. Y está, entonces digo, ese código de la luz y del color, los espacios claros son espacios más abiertos, son más libres, la sombra siempre ha sido sospechosa, siempre ha sido demoniaca, siempre ha sido connotativa, sugeridora del mal. Luego están los propios códigos gráficos, que sería, no es lo mismo la pincelada fuerte, la pincelada gorda, según una determinada textura, que no es lo mismo la película de grano fino, en la que todo se ve muy nítido, que la película de grano grueso, en la que se nota otra textura.

Entonces hay una serie de elementos codificadores y otro fundamental que sería las relaciones que se dan de continuidad, continuidad, contraste, dentro de la imagen, cómo se relacionan los distintos elementos aquí dentro. Entonces todo eso es una manera de codificar un mensaje y habría que ver qué significados puede tener esa manera de codificar. Hoy nos acompañan Manuel Alonso y Luis Matilla.

En la segunda parte del programa vamos a aclarar el significado de alguno de estos términos y vamos a establecer un método para la lectura de imágenes. Ahora hacemos una pausa. Así es, hacemos una pausa en revista de ciencias de la educación para las noticias de la UNED.

Dentro de unos minutos seguiremos con este coloquio sobre pedagogía de la imagen, coloquio

que conduce el profesor de tecnología educacional Roberto Aparici. Ahora, noticias.