

REFLEXIONES DIDÁCTICAS SOBRE LAS IMÁGENES Y LAS TECNOLOGÍAS.

Juan Romera Agulló y Juan Antonio Lorca Sánchez.

Debemos ser conscientes que estamos inmersos en el mundo de la imagen, la cual ha desplazado en gran medida otras formas habituales de comunicación, si bien convive y se interrelaciona con ellas. Por tanto es necesario tener una serie de parámetros a través de los cuales podamos procesar la gran cantidad de información que nos llega a través de dichas imágenes. Sin embargo en un porcentaje muy elevado, nuestra sociedad carece de los elementos para tamizar tal información; por tanto, nos encontramos ante un analfabetismo visual muy grande.

Por todo ello creemos firmemente que las nuevas tecnologías aplicadas a la enseñanza (Video, infografía, etc.) pueden contribuir poderosamente a sentar las bases de una cultura visual enriquecedora.

Las imágenes visuales, nos ofrecen la oportunidad de obtener una información de lectura directa y de fácil proceso mental en su interpretación, ya que el ojo posee una de las mayores fuerzas interpretativas relacionadas con nuestro entorno visual. La información, es la base de todo proceso educativo; los sentidos, nos proporcionan el placer de aprender a través de ellos, así, de esta manera, conocemos y seleccionamos dentro del proceso educacional toda la información que nos llega procedente de nuestro entorno, concluyendo progresivamente en la formación del individuo.

Los ojos, son las ventanas de nuestro cerebro, a través de ellos, nos llegan constantemente las informaciones más importantes para nosotros, tales como el color, la forma, el espacio, la luz, el movimiento, la perspectiva etc., y así un sinnúmero de conceptos que nos permiten distinguir y seleccionar las cosas que nos rodean, adquiriendo progresivamente un concepto plástico en el que nos habremos de expresar constantemente como una forma más de nuestra cultura y educación.

Nuestra expresión plástica, no es otra cosa que el resultado del proceso que tiene lugar en nuestro cerebro al recibir imágenes y sentir la necesidad de expresarnos a través de un medio plástico, buscando la comunicación externa con nosotros mismos y los demás por medio de la representación del signo gráfico y las imágenes generadas por nuestro nivel y entendimiento plástico. Con las imágenes, manifestamos nuestros deseos, sentimientos, necesidades, placeres, etc., unas veces enfocados a los demás y otras, por el mero placer de ver expresados a través de las imágenes nuestros pensamientos, algunas veces

abstractos y otras muy concretos. Dependiendo de la edad, estas necesidades tienen variantes en algunos matices, pero la constante es siempre una manifestación placentera, por ello, necesitamos la información y educación a través de las imágenes, ya que sin ellas, este apartado, quedaría sustancialmente falto de algo tan importante como es la visión.

Los niños, son grandes receptores a todos los niveles sensoriales, de cualquier tipo de información desde su más pronta edad, por ello, y refiriéndonos a la imagen tendremos a nuestro alcance, un de las mayores posibilidades de información a nuestra disposición y al alcance de cualquier edad y nivel, para lo cual habremos de tener presente algunas consideraciones.

- 1.- No todo tipo de imágenes son validas y formativas para cualquier edad.
- 2.- Según la edad del niño, y sus necesidades a lo largo de su desarrollo evolutivo, las imágenes requeridas irán siendo distintas en cada momento.
- 3.- Una información visual insuficientemente clara y documentada, puede conducir a errores de interpretación en la lectura de esa o esas imágenes.
- 4.- Las segundas o terceras lecturas en una información visual publicitaria, pueden no ser entendidas por el gran público, y conducir al fracaso visual e interpretativo de las mismas.
- 5.- La información visual es un enriquecimiento constante del niño, por lo que su permanente influencia, puede actuar positivamente o negativamente en su desarrollo evolutivo.

En el punto 1, diremos que dentro de desarrollo evolutivo de un niño, su comprensión visual, va adquiriendo madurez al mismo tiempo que su educación cultural, física y emocional, por lo que su sensibilidad y capacidad para comprender esa lectura visual, va pasando por distintos niveles y estadios de su desarrollo.

De esta manera, posemos decir que el color y agilidad de las imágenes, tienen verdadera importancia a bajas edades, ya que les proporciona un gran estímulo visual, lo que les conduce a una atención muy directa con el producto resultante. Esto se incrementa mucho más, cuando en nuestro propósito, la imagen tiene algo que ver con sus intereses tanto afectivos como emocionales, es decir que su comprensión y su deseo se complementan.

En el punto 2, nos referimos a la necesidad que el niño va teniendo junto a su desarrollo evolutivo de nuevas informaciones y de informaciones que le complementen en su educación y comprensión. Un niño de corta edad, nunca entenderá una información visual que no comprenda, o que no sea válida dentro de sus necesidades ni mentales, culturales, físicas o fisiológicas. De esta manera, podemos decir que todo aquello que en el niño o niño-adolescente no haya sido vivido en su entorno educacional y cultural, no lo entenderá y además, lo despreciará por falta de comprensión mental y visual.

Sin embargo, sí podemos educar y más aún influenciar en su estética cultural, mediante imágenes visuales que le hayan sido explicadas o familiares en el entorno que se desenvuelve; el buen gusto y las modas, tanto buenas como malas, pueden ser iniciadas en esa cultura visual y publicista que rodea al individuo desde su más corta edad.

Haciendo referencia al punto 3, diremos que las imágenes nos envuelven continuamente y nos conducen generalmente al enriquecimiento y comprensión de todo lo que nos rodea. Las imágenes, son significantes de por sí, no necesitan ninguna anotación cognoscitiva, por lo que en la mayoría de los casos, no necesitan mayor aclaración que la que en algún momento puntual nos pregunte el niño, debido a su permanente inquietud por querer saber, pero digamos que él mismo va seleccionando de una manera natural, junto a su comprensión, la naturaleza de esas imágenes que tiene permanentemente a su alcance.

Pero cuando es la mano del hombre la que crea esa imagen, con lógicamente la intención didáctica, es cuando el peligro asoma a dicha información de diferentes maneras, ya que: primero, la imagen creada, no suele tener las mismas connotaciones ni mentales ni afectivas que para el receptor final que ha de verlas. Es entonces cuando la posible interpretación de esa imagen visual lanzada con cierto contenido didáctico por el artista ha de ser escrupulosamente estudiada según al público y edad a quien vaya dirigida, ya que en el camino recorrido desde su creación hasta el proceso de interpretación en el cerebro del receptor, puede sufrir alteraciones de interpretación, por ello, la imagen visual ha de conservar la pureza de su mensaje siendo claro, directo y profundamente estudiado.

Segundo, hemos de decir, que la sensibilización del tema, no siempre es para todos igual, ya que según sea el entorno cultural que rodee a ese niño receptor, la imagen, llegará a calar más o menos en su identidad. Existe pues, el peligro de herir en algún caso, la sensibilidad de ese niño receptor, si no está preparado para recibir esa imagen publicitaria, y en cualquier caso, si su información y carga didáctica no son las correctas.

Y tercero, en muchos casos, la preparación del creador de imágenes, no suele tener un nivel psicológico y pedagógico de los temas o tema en cuestión a desarrollar adecuado, así como el nivel de incidencia tanto positiva como negativa que pudiera ejercer sobre el niño. Por lo que esa información visual retenida por el niño, pudiera ser mal interpretada o erróneamente considerada, creando fijaciones que en algunos casos pudieran ser irreversibles, ya que no siempre que el profesional realice una buena imagen, tanto en composición como en color, ritmo, movimiento, equilibrio, etc., ha de ser por fuerza la apropiada para la correcta interpretación por el niño, ya que la imagen puede ser buena y el mensaje equívoco.

En referencia al 4 punto, haremos mención a lo que decíamos anteriormente, y es que dentro del tema informativo visual, es decir la publicidad, las segundas o terceras lecturas, pueden llegar a ser en algunos casos, una información visual confusa, mal entendida y farragosa para unos, aunque evidentemente eficaz con otros, los cuales suelen ser realmente pocos. Este tipo de información al que nos referimos, suele ser lenta de lectura y de un nivel intelectual y cultural excesivamente selectivo, por lo que entiendo que la imagen visual publicitaria, salvo en excepciones, no debe dejar cabida a libres interpretaciones en aras de la posible cultura o conocimiento subliminal que tenga del tema el sujeto que la recibe. Sí abogo pues, por la buena construcción estética de lo que se divulga con esa imagen, ya que siempre nos enriquece de dos formas principalmente; una de ellas, nos conduce a mostrarnos el producto con su correspondiente aclaración, y otra, nos educa visualmente en la estética de la imagen, es decir en el equilibrio, armonía, composición etc. Así pues, no creo que esté reñida la imagen clara y de directa información con la estética de dicha composición informativa.

Los niños, desde su más corta edad, son receptores perfectos de todas sus vivencias, sea el ámbito que sea, y por ello, absorben con gran facilidad toda información que se encuentre a su alcance, seleccionando más tarde; es decir, conforme avanza en edad, en niño adquiere en su bagaje todo aquello que cree más importante o cree necesario para su desarrollo evolutivo. Una vez más, me reitero del gran poder tanto subliminal como directo que puede tener la publicidad visual en la formación del niño, y por supuesto la perenne carga didáctica que para él le supone.

En el punto 5, hablamos de que la información visual, es un enriquecimiento constante del niño, por lo que su permanente influencia, puede actuar positivamente o negativamente en su desarrollo evolutivo, y en efecto, todas las imágenes que rodean al niño a lo largo de su desarrollo evolutivo, van conformándole una educación visual y estética, que se refleja en su comportamiento educacional y en el enriquecimiento de su lenguaje visual y plástico, animándole a la curiosidad y búsqueda del entendimiento de dicha imagen publicitaria. Dicho esto, podemos asegurar, que según sea el medio y

el entorno del niño, así como el mensaje emitido por esa imagen, dicho niño, irá desarrollando unas preferencias estéticas y sociales u otras, junto a sus necesidades y medio cultural en el que se desenvuelve.

La publicidad, es un medio de comunicación tremendamente activo, y permanentemente didáctico, a la vez que informativo y deseable para el sujeto receptor, por ello es que a través de la imagen, el desarrollo del niño va adquiriendo distintos matices que posteriormente se traducirán junto con sus preferencias, en resultados más o menos convincentes dentro de su observación visual. Junto a ello, la imagen, lleva una información subliminal, que participa muy activamente del conjunto visual expresado, induciendo a provocar la necesidad, bien de consumo o de investigación emocional en el niño. Con todo ello, la confección de esta imagen publicitaria debiera tener en el caso al que nos estamos refiriendo, el niño, todas las posibilidades didácticas posibles, y aprovechar así el enriquecimiento cultural y social del niño que va adquiriendo un desarrollo en donde la imagen y la imagen publicitaria en este caso tiene vital importancia en su entorno, ya que no hay que olvidar que es un gran medio de comunicación existente en todo momento y que se transforma y recicla a la par que el desarrollo permanente de ese niño en cuestión. Si no contemplamos todo lo anteriormente mencionado, bien podría ser un fracaso publicitario y educativo, o por el contrario, hacer llegar una información errónea y confusa que no sería entendida correctamente, o en algún caso pudiera ser causante de vicios de interpretación como la búsqueda de segundas o terceras lecturas, donde no existen.

Por todo ello, creo que la imagen educativa y publicitaria enfocada didácticamente o bien como necesidades de consumo, pero bien construida y utilizada, pudiera ser un medio muy enriquecedor tanto para el niño como para los educadores de su alrededor, y si con ello descubrimos todas las posibilidades expresivas que este medio conlleva, podría ser un complemento en la educación visual y plástica del niño muy interesante.

Siempre se ha dicho, que una imagen vale más que mil palabras. He de decir, que aunque esto sea completamente cierto, y de ello estoy convencido, tampoco hay que despreciar los demás sentidos, ya que unos con otros, contribuyen a complementar la información recibida por cualquiera de ellos. Sin embargo, nos vamos a referir a la imagen como protagonista de este apartado, ya que ella, y a través de los ojos, desarrolla una gran potencia informativa realizando una labor educativa muy importante.

Los niños, son receptores totales de cualquier tipo de información dentro de su desarrollo evolutivo. En este caso, la imagen y todo lo que ella conlleva, se debe tener muy en cuenta dentro de las aulas, pues posee una fuerza extraordinaria en la llamada de atención del niño y su proceso informativo y selectivo de las cosas.

Todo maestro o profesional de la docencia, debiera estar convenientemente informado de las posibilidades educativas y didácticas de la imagen, sus técnicas, sus procesos y sus niveles educativos. En la aulas, sirven de un gran apoyo didáctico este tipo de informaciones y técnicas, ya que ofrecen la posibilidad de una mejor comprensión de los temas que se vayan desarrollando en ese momento. Hoy día, la documentación existente a través de la imagen, es muy completa para todos los temas y niveles educativos, y es además, una de las formas didácticas más actuales, por lo que el apoyo didáctico es muy considerable y de fácil comprensión, ya que visualmente nos ofrece una información directa de lo que queremos comunicar y estudiar.

Sin duda alguna, que dependiendo del tema, asignatura, etc., elegiremos la técnica audiovisual más adecuada, sin olvidarnos de la edad del niño a quien vaya dirigida, así como su nivel y procedencia educacional, pues a edades bajas, las imágenes fijas suelen tener una aceptación menor que las imágenes con movimiento (por ejemplo, videos), salvo que lo que pretendamos hacer llegar a esos pequeños, sea un puntual análisis crítico de esa forma o conjunto de formas a estudiar. Por ello, las diapositivas, son empleadas más como análisis informativo y a edades mayores, y los videos, suelen tener mejor aceptación entre los menudos, ya que la imagen es más ágil, existiendo una variedad y sucesión de ellas más dinámica que en la diapositiva. Sin embargo merece especial estudio y mención, el apartado referente a la diapositiva y transparencias, las cuales, tienen como misión didáctica, la del estudio analítico tanto de formas, (diapositivas), como de esquemas (transparencias). No podemos olvidar, que este tipo de información, va dedicado a un sector más adulto, ya que su lectura e interpretación, es menos ágil y más analítica, por lo que se requiere un mayor nivel de asimilación y comprensión. Dentro de esta sección, comentaremos que la diapositiva entre otras posibilidades, se contempla la manipulación plástica y su composición por los alumnos para su posterior proyección. El color, la forma, el punto, la línea, etc., tienen en este sector una labor de creatividad y expresión muy importantes dentro del aula de plástica.

No podemos olvidar, la confección de diaporamas, en donde la composición y estudio progresivo de imágenes en colaboración directa con la música, ejercen un papel didáctico espectacular, donde la creatividad de composición y elaboración de imágenes ofertan un profundo estudio plástico e informativo.

Como decíamos anteriormente, el tipo de información que llega al niño, puede ser muy variado y a la vez con distintas técnicas y tecnologías. Así, podemos distinguir entre las siguientes formas por las que nos llega la información oportuna en cada momento.

Tomando como referencia la edad del niño, uno de los primeros contactos con a imagen, es a través del cuento, pues este tipo de información, está

convenientemente seleccionada para acompañar al desarrollo evolutivo del niño, teniendo en cada momento muy presente las preferencias y necesidades del niño a cada edad. Suelen ser estas, imágenes por lo general muy atractivas y a la vez haciendo gran incidencia en lo más significativo de cada ilustración, y aunque a edades muy cortas el análisis de la imagen en la narración se limita al juego de un conocimiento aislado de cada página, más tarde, esa misma información gráfica y narrativa adquiere un valor de continuidad en el relato o información global de lo ocurrido.

El niño, en esta información, adquiere hábitos de narración y expresión de sus propias historias y desarrolla convenientemente procesada, toda la fantasía de su desarrollo evolutivo, confeccionando él mismo sus propias imágenes llegadas a él con anterioridad a través de sus experiencias visuales, llegando posteriormente a sentir la necesidad de reflejarlas en su expresión plástica a través de los materiales más cercanos a él y componiendo sus propias historias utilizando tanto sus realidades como sus fantasías en la narración de lo acontecido.

Más adelante, podemos citar la TV. como un magnifico instrumento de información, centrando la atención de cualquier niño poderosamente. La TV., debido a su gran diversidad de temas y a la agilidad enorme de su proceso informativo, contribuye de una manera excepcional en el bagaje educacional del niño, aunque a veces, no todos los programas sean los más adecuados a cualquier edad, ni todos sean del nivel educacional deseado, cuestionándose edades, temas y calidades en lo emitido cotidianamente. Al mismo tiempo, debemos tener muy presente la selección y horario de permanencia en los niños frente a esta fuente de información visual, pues a veces y en muchas ocasiones, absorbe la atención del niño de tal manera, que llega a crear un mal hábito de utilización, olvidando en muchas ocasiones, otras tareas y formas de estudio o comportamientos sociales, llegando a perjudicar seriamente las estructuras psicológicas y sociales del individuo.

Sin embargo, en las aulas, esta tecnología, ofrece una calidad didáctica excepcional, ya que como anteriormente explico, mantiene un ritmo informativo visual muy ágil y atractivo para nuestros alumnos, incluyendo en este apartado a niños de cualquier edad, pues así como en otras fuentes informativas existen preferencias a edades más tempranas, esta, la TV. es válida para cualquier edad, siempre y cuando seleccionemos el contenido didáctico e informativo, pues no se deben olvidar hábitos de lectura e investigación en el proceso de los estudios.

Otro medio de información muy afín a la TV., o digamos que una extensión de la misma, es el video. En esta especialidad, se nos ofrece la posibilidad de manipular mucho más directamente toda la información que nosotros deseemos hacer llegar al alumno, ya que en esta opción, nosotros podemos

filmar y proyectar posteriormente, podemos seleccionar parte de esa información, hacer montajes, copias etc., y así obtener una oferta muy amplia de posibilidades para llevar a cabo la propuesta didáctica que deseemos en cada momento. No solo nos ofrece todo lo anteriormente dicho, sino que también existe la posibilidad de filmación dentro del aula con nuestros propios alumnos y sus trabajos, como experiencia cerrada para posteriormente visualizarla y estudiarla.

No podemos dejar sin mencionar, la confección de diaporamas, en donde la composición y estudio progresivo de imágenes en colaboración directa con la música, ejercen un papel didáctico espectacular, donde la creatividad de composición y elaboración de imágenes ofertan un profundo estudio plástico e informativo.

Por todo ello, creo que cualquier avance en este sentido, a través de la imagen y sus posibilidades didácticas en las aulas, debe tenerse muy presente y ser un motivo de investigación y divulgación primordial para todo profesional de la docencia.

BIBLIOGRAFÍA

BENJAMIN, W. 1924. "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction". Ibiid, Illuminations, Verso. London.

BERGER, J. 1974. Ways of Seeing, BBC. London.

BIOCCA, F. 1992. " Communication within virtual reality: creating a space for research". Journal communication, 42 pp. 5-22.

COL, C., PALACIOS, J., MARCHESI, A. 1992. " Desarrollo psicologico y educacional II". Ed. Alianza Editorial, S.A. Madrid.

CONDY, J. 1989. "The psychology of television". N.j, lea. Hillsdale.

DAVIS,G.1975. "La estrategia de la creatividad". Ed. Paidós,S.A. Buenos Aires.

DE AGUILERA, J., DE AGUILERA, M. 1989. "Nueva dimensión de los medios audiovisuales". E.d. Mitre,Barcelona.

DEKEN, J. 1988. "Imágenes de ordenador, (la información gráfica en la ciencia y el arte)". E.d. Fundación BCD, Icaria Editorial. Buenos Aires.

DORFLES, GILLO. 1966. "Últimas tendencias del arte de hoy". E.d. Labor, S.A. Madrid.

GILBERT, D.T. 1974. "How mental systems believe". American Psychologist, 46, pp. 107-119.

HAGREAVES, D. J. 1991. "Infancia y educación artística". E.d. Morata, S.A. Madrid.

JOHNSON, M.K. Y RAYE, C.L. 1981. "Reality monitoring", Psychological Review. 88, pp. 67-85.

JUAN, R., CAROL, X. 1991. "Diseño asistido por computador". E.d. Fundación BCD. Barcelona.

KENEDY, E. LEE. 1988. "Dibujo, diseño, gestión de datos". E.d. Gustavo Gili. Barcelona.

KEMP, M. 1990. "The Science of Art". Yale University Press. New Haven & London.

LEWEL, J. 1986. "Aplicaciones gráficas del ordenador". E.d. Herman Blume. Madrid.

LOWENFELD, V. Y LAMBERT BRITAIN, W. 1980. "Desarrollo de capacidad creadora". E.d. Kapeluz. S.A. Buenos Aires.

MUNARI, B. 1985. "Diseño y comunicación visual". E.d. Gustavo Gili. Barcelona.

NEISSER, U. 1981. "Procesos cognitivos y realidad". E.d. Marava. Madrid.

PRUEITT, M.L. 1985. "El Arte y la computadora". E.d. McGraw-Hill. Madrid.

READ, H. 1973. "Educación por el Arte". E.d. Paidós. Buenos Aires.

VIRILIO, PAUL. 1993. "L'art du moteur". Editions Galilée. Paris

WONG, W. 1986. "Fundamentos del diseño bi- y tri-dimensional". E.d. Gustavo Gili. Barcelona.

OooooOooooo

**REFLEXIONES DIDÁCTICAS SOBRE LAS IMÁGENES Y LAS
TECNOLOGÍAS.**

DATOS DE LOS AUTORES:

Juan Romera Agulló (Doctor en Bellas Artes y Profesor T.U. del Departamento de Dibujo - Facultad de Educación de la Universidad de Murcia) y **Juan Antonio Lorca Sánchez** (Alumno de Tercer Ciclo y Becario del Aula de Artes Plásticas - Universidad de Murcia)

RESUMEN

La aparición de las nuevas tecnologías en las aulas de dibujo, nos lleva a considerar desde una óptica distinta la didáctica de la imagen con unas posibilidades no contempladas hasta hace muy poco abriendo un mundo infinito de posibilidades expresivas y de comunicación; por lo que los lenguajes hasta ahora contemplados en la asignatura de expresión visual y plástica toma un rumbo novedoso en el que debemos potenciar todos los aspectos cognitivos y sensitivos del alumn@. El ordenador, la TV. y el vídeo con todas sus recursos gráficos en el tratamiento creativo de la disciplina que nos ocupa, nos conducen a experiencias e investigaciones con nuestros [alumn@s](#) muy a tener en cuenta a la hora de programar nuestras actividades.

DESCRIPTORES:

Imagen, Infografía, Expresión Visual, Expresión Plástica.

ABSTRACT

The apparition of the new technologies in the Drawing class, takes us to consider from a different way the didactic of the image with some years ago. This is opening an infinite world of expressive possibilities and of communication.

For his, the languages contemplated until now in this sujet of visual an plastic expression has a new line where we must give force to every cognitive an sensitive aspects of the students. The computer, televisión an video with al their grafic resources an a creative treatment of the discipline that we are concerning ourself, all this take us to experiences an investigations with our students, to pay attention when we are going to program our activities.

KEY WORDS.

Image, Infografía, Visual Expresión, Plastic expression.