

LA IMAGEN VISUAL CONCEBIDA COMO ELEMENTO SOCIALIZADOR

THE VISUAL IMAGE CONCEIVED AS A SOCIALIZING ELEMENT

Autores: MsC: Mabel Méndez Lemes

Lic. Blanca Rosa Díaz Peláez

Institución: Universidad de Ciego de Ávila Máximo Gómez Báez

Correo electrónico: mabelml@unica.cu

RESUMEN

La visualidad o cultura visual constituye un tópico de trascendencia piramidal para el proceso formativo en los discentes dentro del contexto universitario. Las investigaciones especializadas sobre esta materia advierten la influencia de la imagen en el imaginario social, a partir de patrones establecidos y advierten la manera en la que inciden directa o indirectamente en la percepción individual y en la formación de constructos sociales. La finalidad descriptiva y explicativa del estudio ha definido la elección de una metodología cuantitativa, basada en una observación, una encuesta y una entrevista realizada a estudiantes de la facultad de humanidades en las carreras de Comunicación Social y Estudios Socioculturales.

Palabras clave: Interpretación Visual, Imaginario Social y Formación De Constructos.

ABSTRACT

The visualidad or visual culture constitutes a topic of pyramidal transcendency for the formative process in the students inside the university context. The specialized investigations on this matter notice the influence of the image in the imaginary one social, starting from established patterns and they notice the way in which you/they impact direct or indirectly in the individual perception and in the formation of social constructos. The descriptive and explanatory purpose of the study has defined the election of a quantitative methodology, based on an observation, a survey and an interview carried out students of the ability of humanities in the careers of Social Communication and Sociocultural Studies.

Keywords: Social Visual, Imaginary Interpretation and Constructos Formation.

INTRODUCCIÓN

Lo visual es un componente trascendente en el proceso formativo, tanto el lenguaje textual como visual (como recurso comunicativo para lograr el entendimiento entre individuos) ha sido utilizado a lo largo del proceso evolutivo del hombre. No existen dudas al respecto teniendo en consideración la permanencia de las imágenes visuales y el efecto que tienen estas en la conformación de un individuo que como dijera (Barbosa, 2005) es un lector de imágenes en potencia.

En tal sentido se impone la comunicación visual o comunicación mediada por imágenes sean estas artísticas o no. En el contexto actual las imágenes se acumulan diariamente con una rapidez y dominio irrefrenable y es deber del proceso formativo trazar pautas para la decodificación de estas. En tal sentido es posible afirmar que la interpretación de imágenes visuales resulta un aspecto significativo para la formación integral del individuo en el entorno actual. Esto evidencia la necesidad de estimular el pensamiento visual provocando la reflexión e incentivando una imaginación más consistente y sistémica.

En los momentos actuales la formación de un individuo se percibe de forma flexible, multidimensional y multidisciplinar. La manera en la que este construye su pensamiento y redimensiona su actuar incide directamente en las respuestas que brinda a los procesos sociales en los que actúa. En esta formación, un elemento de tópico piramidal lo constituye la visualidad, debido a la importancia que reviste en el crecimiento personalógico. Por tanto cultivarnos desde lo visual hace que cambie la percepción y las formas de hacer, elemento que incide en el imaginario social. Este escenario conduce esencialmente a ilustrar a través y en la imagen, haciendo del individuo certeros exegetas de estas. Un elemento esencial de este proceso tiene que tomar en consideración que el ser humano se representa y se define a sí mismo visualmente, por tanto tiende igualmente a representar y definir su identidad. En tal sentido la educación de la imagen o través de esta resulta un elemento de vital importancia para la conformación de constructos subjetivos y culturales.

En tal sentido (Hernández, 2001) plantea la importancia del universo visual como conformador de identidades se debe, no sólo a su omnipresencia sino a su fuerte poder persuasivo: se asocia a prácticas culturales (lo que significa formar parte de lo que está pasando), se vincula las experiencias de placer (se presenta de forma agradable, con una retórica visual y narrativa atractiva y produce satisfacción) y se relaciona con formas de socialización (los sujetos se sienten parte de un grupo con el que se identifica). Pero además, el universo visual enseña a mirar y a mirarse y les ayuda a construir representaciones sobre sí mismos (la identidad) y sobre el mundo (lo que constituye la realidad). (Hernández, 2001, pp.135).

La gramática visual impone nuevas teorías y nuevos procederes que faciliten la interpretación, teniendo en consideración qué simboliza lo percibido y cómo reconstruimos, desde lo personal, el actuar social. Desde este espectro la educación juega un esencial papel en la formación de una cultura visual. Partiendo de esta idea se entiende que sistema educativo en particular y el social en general, debe incidir en que sus individuos se conviertan en lectores/ intérpretes de imágenes visuales previendo un proceso de decodificación y enjuiciamiento superior. Se impone de este modo un estudio del contexto social y educativo que permita palpar las realidades individuales abordando las carencias y las representaciones grupales.

Según (MANET, 1988) el hábito de leer imágenes puede ser utilizado como resorte efectivo para inducir a la reflexión y contribuir a una labor culturalizadora. En tal sentido a los educadores les corresponde ser mentores en el proceso de construcción de un marco de representaciones que les permita a los discentes interpretar los fenómenos con los cuales se involucran.

Según (Merlo-Flores, 2005) la imagen mediática provoca un impacto cultural, el cual repercute en el sistema de ideas conductuales del individuo como ente social. Tomando en consideración que la comunicación mediada por -lo visual- está en ascenso (Barbosa, 2005) y transformar el proceso docente desde los estudios primarios hasta los superiores es un requisito de primer orden para la pedagogía moderna.

En tal sentido a los educadores les corresponde ser mentores en el proceso de construcción de un marco de representaciones que les permita a los discentes

interpretar los fenómenos con los cuales se relacionan (Hernández, 2000). Las imágenes invisten el poder de comunicar y a la vez y como característica substancial, la imagen, contribuye concluyentemente en la formación de los imaginarios y constructos socio-personales.

Las teorías desde lo multidisciplinario que investigan los procesos visuales reconocen la afectación de la imagen visual en la respuesta conductual del individuo sobre el cual incide, partiendo de la significación que provoca dicha imagen en él. Esta idea se patentiza con (Hauser, 1975) quien inicia como condición una forma de analizar el arte, unida, al desarrollo histórico de la producción artística, en la asociación de los componentes formales, psicológicos y sociales. La polaridad de esta relación se manifiesta al analizar cómo y a través de qué recursos modifica la representación artística el comportamiento social a partir de patrones establecidos según la cultura, ideología, el ideal ético y estético.

Esta aproximación potencia la imagen como nuevo símbolo cultural. El hombre como ente social es afectado o no por una imagen artística, debido a este estímulo responde socializando esa respuesta por medio de la comunicación y esta puede darse de manera inadvertida o irreflexivamente. Las actividades dirigidas al desarrollo de este enfoque se relacionan con investigaciones sobre impacto de la imagen visual en la sociocultura y la forma en que esta sociedad lo exterioriza. Mide por su parte niveles de influencia de ese impacto emocional, lo que permite un análisis sobre identidad. Este tipo de lectura permite dilucidar cómo la comunidad recibe el hecho artístico y cómo reacciona ante él. Partiendo de este análisis se concreta la utilización de técnicas que permitan cualificar y cuantificar el resultado de esta influencia. La introducción de categorías y la delimitación de indicadores permitirán computar el efecto que en esa esfera produce una imagen.

La finalidad de consiste en describir cómo afecta una imagen visual a estudiantes de la facultad de humanidades del centro universitario, específicamente a estudiantes de las carreras de Comunicación Social y Estudios Socioculturales. Pretendiendo medir de qué manera afecta (sentimientos de rechazo o seducción) una imagen visual y cómo se altera o no su conducta a partir de la exposición ante esa imagen.

MATERIALES Y MÉTODOS

Dicha investigación fue efectuada en la Universidad de Ciego de Ávila Máximo Gómez Báez. La finalidad descriptiva y explicativa del estudio ha definido la elección de una metodología cuantitativa, basada en una observación y una encuesta y una fase cualitativa apoyada en una entrevista, realizada estas a estudiantes de la facultad de humanidades en las carreras de Comunicación Social y Estudios Socioculturales. El universo o población para este estudio está comprendido por la suma de 25 estudiantes de cada carrera para un total de 50 discentes durante los años 2012/ 2014.

El primer paso a verificar fue qué tipo de imagen consumen los estudiantes y con qué frecuencia lo hacen. Para esto se aplicaron dos de los instrumentos antes mencionados (encuesta y observación). El segundo paso a seguir lo conformó la aplicación de una entrevista que complementó la información obtenida. En la misma intenta describir de qué manera afectan estas imágenes consumidas y por tanto qué respuesta conductual tienen ellos a las mismas. La finalidad de esto fue hacer un análisis cualitativo de los resultados, el cual sirvió de apoyo importante a las conclusiones finales. A continuación se describen de manera general los resultados a partir del análisis a partir de estas herramientas aplicadas.

Las cuestiones fundamentales planteadas al universo fue recoger su opinión sobre diversos y variados temas, pero se analizó primordialmente:

Visitas a galerías, museos y otras entidades culturales, frecuencia de esas visitas, gustos e intereses personales al visitar estos centros, y grado de implicación para con estas imágenes artísticas visuales.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La aplicación de los instrumentos antes mencionados permitió determinar que entre los individuos observados existió un dominio de mujeres sobre los hombres. En primer lugar y antes de cualquier análisis se destaca que no existe un gran contraste entre los sexos. El hecho de que el porcentaje de mujeres sea más elevado que el de los hombres se debe a que predomina el sexo femenino por encima del masculino en estas carreras durante el período señalado. Para este estudio los encuestados no fueron elegidos por un sistema de cuotas, sino que se

utilizó como muestra dos años consecutivos de estudiantes respetando la estructura grupal.

Con relación al ítem 1 que se corresponde con si visitan centros o locaciones donde se expongan obras artísticas, relacionadas con galerías de arte, museos u otras locaciones alternativas. Solo el 80% de los encuestados reconoció visitar galerías y museos de su localidad. El 20% restante reconoce no visitar estas locaciones. El hecho de que solo el 80% de la población estudiada visite estos centros ejemplifica el poco entendimiento que se tiene en estas carreras de lo trascendente de la imagen visual para la conformación de identidades como futuros egresados de carreras de corte humanista.

En lo relativo a la frecuencia de estas visitas, de la totalidad de encuestados que acostumbra a visitar este tipo de centro solo el 71,3% lo hacía por lo menos una vez cada dos meses, lo que también indica que no son visitantes asiduos a esto locales, teniendo en cuenta que aunque existes exposiciones de obras permanentes, existen otras tantas que varían mensualmente.

Concerniente a cómo les resultaban las visitas a estos centros, el 70% respondió que les resultaban atractivas, interesantes y entretenidas. El 20% por su parte aseveró que les resultaban instructivas. Solo el 10% contestó que estas visitas les resultaban muy atractivas, muy instructivas, muy entretenidas y muy interesantes. Es de notar en este acápite del asunto que solo el por ciento menor de estos estudiantes consideran notable el visitar estos lugares como medio de comunicación e instrucción, no como una solución alternativa importante, sino como algo aleatorio que puede hacerse para ocupar el tiempo ocioso.

Es meritorio destacar que la percepción de ocupar el tiempo libre visitando estas locaciones es importante esto presupone alcanzar un discernimiento general del proceso artístico solo es necesario preverlo no solo como escenario recreativo ya que esto correspondería a un pensamiento trunco y limitado.

Esto va aparejado a que tampoco son asiduos visitantes a otros centros culturales como (cines y teatros) entidades que también tienen como función social promover las imágenes sensoriales y fomentar una cultura visual en los individuos. Esto se constata de igual manera en las encuestas, en el ítems relacionado con esto de los encuestados solo el 50% reconocen visitar cines al menos una vez cada tres

meses, solo el 1% reconoce visitar teatros municipales y esto lo realiza al menos una vez cada tres meses. De esta información se infiere, incluso inclinación hacia una determinada manifestación del arte sobre otra. Entre los encuestados predomina la tendencia hacia textos cinematográficos por encima de los teatrales. Con relación a cuáles eran sus distinciones. De los encuestados el 60% contestó que pintura, el 30% esculturas y el 10% respondió que fotografías, este elemento confirma que las artes plásticas son elegidas como las preferidas a otro tipo de manifestación visual. De igual manera consideran ante una imagen visual las emociones que les producen estas y consideran que para apreciar una obra de arte no es imprescindible tener conocimientos artísticos previos.

Al ítem correspondiente con nivel de satisfacción frente a estas obras el 90% contesta que satisfacción y agrado. Solo el 10% responde asombro o desconcierto con algunas obras que no entienden. Ninguno de los entrevistados respondió que siente ira, pena, aflicción, tristeza o miedo.

En este acápite consideran que las imágenes visuales por sobre todas las cosas deben agradar y divertir, deben ser fácilmente describibles, planteando que lo desconocido o no entendido muchas veces contraría y obstruye el entendimiento. Este indicador muestra también la restringida visión que se tiene del asunto, pues el considerar que una obra visual debe circunscribirse solo al área de lo divertido y/o entretenido mutila la visión generadora e integral del proceso creativo, elemento este importante partiendo de la idea de la concepción humanista de tales educandos. El hecho de que una obra visual cambie o modifique su conducta se debe específicamente al valor agregado que tiene el arte en su función educativa. Con respecto a este ítem, el 100% considera que es instructivo el prepararse visualmente, aunque la totalidad reconocen este valor en obras cinematográficas específicamente si tratan temas sociales.

En este punto existe una discordancia, ya que en un momento recluyen este tópico solo a la sesión hedonístico/ placentera del arte y luego le conceden igual importancia en su función educativa y sociotransformadora. Esto ejemplifica a su vez a localizada visión que se tiene del proceso artístico.

Referente con la conceptualización del termino apreciación y sus alcances la totalidad de los encuestados responde que es un proceso de análisis e

interpretación de una obra de arte. De igual manera considera que este término se relaciona con valorar y/o interpretar. Solo uno de los encuestados asocia este término a compromiso para con el arte. De este punto se deduce que como egresados de las carreras humanísticas consideran vital la apreciación del arte y los estudios visuales con los aspectos que esto encierra, pero no consideran que la responsabilidad ante el hecho artístico que tienen recae e incide directamente en su formación como egresados competentes. Esto se evidencia en las respuestas al ítems que a continuación se presenta, pues relativo a la importancia que para su formación como profesional reviste esta competencia el 60% consideró que en gran medida, el 20% en poca medida y el 10% respondió que en ninguna medida. A pesar que el mayor número de estudiantes consideran importante este subíndice para su formación existe un porcentaje que no lo analiza de esta manera tanto más preocupante al ser estudiantes de una disciplina de corte humanista que tiene en su rol (tanto egresados de Comunicación Social como egresados de Estudios Socioculturales) la comunicación mediada por imágenes.

Este punto es apoyado también por el ítems 7 en el que presumen que el proceso de aprendizaje visual constituye una contribución necesaria en la educación a la que pertenecen. En este sentido se aprecia que el 40% consideran que es apical pero solo en áreas de las ciencias humanísticas. El 40% presume que constituye una contribución necesaria en la educación a la que pertenece y que puede contribuir a la formación del egresado de cualquier rama o especialidad y el 20% restante considera que no contribuye a la formación de un egresado universitario. En este caso solo una mínima porción reconoce a la ilustración visual como elemento importante, pero no para su crecimiento personalógico no obstante a eso es un elemento a continuar trabajando por formadores y empleadores en este ámbito.

Relacionado con el ítems 8 el 100% responde que solo algunas veces se siente motivado a participar en este tipo de acción; y con relación a las actividades que se planifican fuera del contexto curricular como por ejemplo exposiciones y talleres de arte, eventos, entre otros el 90% responde que casi siempre se siente motivado a participar en este tipo de acción aunque alegan además, que no son suficientes.

Con relación a que sentimientos le inspira una imagen visual perteneciente a tu localidad o a tu nación. El 70% de los encuestados responde que gusto, deleite y satisfacción. El 30% declara rechazar las obras que no entienden. Es importante señalar que ninguno de los entrevistados refiere sentir sentimientos negativos hacia las obras de su localidad, solo aquello que no entienden, cabe entonces a la educación trabajar en pos de un entendimiento general del proceso artístico visual. Con relación al ítems vinculado con el sentimiento de compromiso ante la preservación y conservación de las obras de arte de tu localidad y nación, el 80 % de los encuestados responde que es de vital importancia y consideran que en un futuro podrían estas imágenes visuales formar parte del patrimonio provincial, del 20% restante el 10% considera que no se siente comprometido y el otro 10 % considera que no sabe o no entiende la pregunta.

CONCLUSIONES

Las tendencias teóricas correspondiente a la importancia del universo visual como conformador de identidades demostró que a pesar de los progresos obtenidos en cuanto a contenidos, objetivos y métodos para desarrollar el proceso perceptivo aun se observan insuficiencias que influyen en la calidad del profesional de la carrera de Comunicación Social y de Estudios Socioculturales. La caracterización gnoseológica de este proceso permitió establecer referentes epistemológicos de la interpretación visual, sus componentes y sus funciones. A partir del diagnóstico realizado se detectó que las deficiencias en el desarrollo de la interpretación visual están dadas específicamente por la poca afluencia de estos a los centros culturales, la poca sistematicidad y el desconocimiento de este tópico.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- MARTÍN DEL CAMPO RAMÍREZ, S.: «El papel de la educación artística en el desarrollo integral de educando», *En revista electrónica Educar, Revista de educación/ Nueva época*. Nro. 15 de octubre/ diciembre. 2000.
- BARBOSA BECERRA, S.B.: «Lecturas de imágenes en educación artística», *En Revista Arte, Individuo y Sociedad*, 17:7/16. 2005.

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, F.: «La necesidad de repensar la educación de artes visuales y su fundamentación en los estudios de Cultura Visual», *En Revista electrónica Arte, Individuo y Sociedad*, 17:7/16.

SÁNCHEZ, DE HORCAJO: *Sociología del arte*, Ediciones Libertarias/Prodhufi, pp.28/3, 1997.

MERLO FLORES, T.: Seminario de investigación sobre impacto social de la imagen: televisión, internet, videojuegos. Disponible en <http://www.monografías.com>. Consultado el 15 de abril de 2012.

MANET, R.: *Arte y cultura en Cultura, Ideología y Sociedad*, Ed. Arte y Literatura, La Habana. pp19.