

SÍNTESI VISUAL. LA IMATGE INTERPRETADA

Miquel Pescador Ventosa

mpescador@escolesgarbi.cat

Escola Garbí Pere Vergés d'Esplugues de Llobregat

RESUM: CADA EDAT TÉ LES SEVES MIRADES

A l'escola Garbí fa molts anys que utilitzem les imatges com a eina pedagògica. De fet, l'entorn arquitectònic està farcit d'imatges que ambienten la vida a l'escola.

La nostra proposta de l'ús pedagògic de la imatge es basa en dues metodologies molt semblants però amb objectius diferents. Per una banda, la metodologia del **Visual Thinking** planteja la lectura de la imatge com a eina de desenvolupament de les habilitats de pensament dels infants. A la nostra escola, la utilitzem amb els alumnes de Primària i Secundària. La pràctica consisteix en diàlegs en grup en què, seguint un guió de preguntes obertes, els participants construeixen interpretacions molt personals de la imatge. Aquesta metodologia, en aquest cas, serveix com a motivació per a una proposta creativa que l'alumne duu a terme a la mateixa sessió.

Per altra banda, la metodologia de la **Síntesi visual, La imatge interpretada**, que és el tema d'aquesta ponència, se centra en la lectura de la imatge en si i la utilitzem amb els alumnes de Batxillerat. Parteix de la interpretació dels seus elements formals sense cap dada específica de l'obra i hi va incorporant progressivament informacions sobre el context en què va ser creada. És a dir, a partir de la lectura de com és la imatge, interpretem què vol comunicar i finalitzem el procés amb la comprensió de perquè la imatge és així, cosa que aporta el context.

PARAULES CLAU: Imatge, Emoció, Context

ÍNDEX

Objectius

Descripció del treball

Introducció

La naturalesa universal del fet visual

Una consideració respecte a l'espectador occidental contemporani

La gènesi de les imatges

Pensament visual: com ens parlen i com ens emocionen les imatges

Les imatges dels alumnes

L'emoció de les imatges: el context

L'emoció de les imatges: el llenguatge visual

Conclusió: la font de l'emoció

Bibliografia

OBJECTIUS

La imatge és un misteri

que ens atrau, ens sedueix, ens emociona...

Com ho fa?

El primer objectiu és ajudar a fer intel·ligible el llenguatge misteriós de la imatge, per gaudir-ne.

Per a entendre la imatge, ens centrarem en dos aspectes fonamentals: el propi llenguatge visual i el context que la va fer possible. Com diu l'historiador E.H.Gombrich, per "veure" quelcom, cal disposar dels esquemes mentals adequats. A partir de fer conscients determinades estratègies, podrem focalitzar la nostra mirada sobre la imatge i tenir més recursos per llegir-la.

Una imatge és un condensat de significació i d'energia.

Què la fa tan especial? Què la fa tan intensa?

Segurament, la intensitat amb què va ser creada és el que la fa ser una VERITAT en si mateixa.

El segon objectiu és, doncs, ajudar a copsar la imatge com a condensat significatiu, amb tota la seva densitat i la seva profunditat. En aquest sentit, serà fonamental acostar-nos a la persona del seu creador.

INTRODUCCIÓ

Allò que ens fa pintar és l'emoció, diu el pintor espanyol Antonio López. Nosaltres pensem que podríem ampliar el sentit d'aquesta frase: *Allò que ens mou és l'emoció*. Les imatges ens emocionen, tant la seva concepció com la seva contemplació.

A la nostra escola tenim la sort de formar persones des dels 3 als 18 anys, de manera que tenim un seguiment molt intens del seu desenvolupament intel·lectual i emocional. Una de les eines que ens és més eficaç és l'ús de les imatges. Fa molts anys que treballem perquè aquestes siguin una via de creixement per a l'alumne. I, sempre, el motor és l'emoció.

Naturalment, cada etapa del creixement de l'alumne requereix unes estratègies diferenciades. La nostra experiència ens ha dut a tractar de manera diferent l'ús de la imatge a l'aula. Amb els alumnes de Primària i Secundària, fem sessions de lectura de la imatge en grup inspirant-nos en els principis metodològics del *Visual Thinking* que es va originar al MOMA de Nova York. Partim de la idea que l'observació i l'anàlisi de la imatge sense cap informació contextual és un desencadenant meravellós de pensaments i emocions en la ment de l'infant. A més, la seva verbalització i la interacció amb un grup d'altres infants generen un entorn molt ric per construir un discurs al voltant del significat de la imatge.

Amb els alumnes de Batxillerat, utilitzem una metodologia que hem anomenat Síntesi Visual en paral·lelisme amb el terme anglosaxó abans esmentat. Tenim en compte que, biològicament, el cervell de l'alumne ja està força desenvolupat i que ens els estudis dels anys precedents ha anat assolint un complex conjunt de coneixements que li serveixen de referents per interpretar el món. És en aquest moment quan introduïm una segona fase en la lectura de la imatge que implica una major capacitat de síntesi tot interaccionant coneixements, raonaments i imaginació (descripcions).

LA NATURALESA UNIVERSAL DEL FET VISUAL

Els homes hem creat i utilitzat les imatges com a eines per apropiar-nos simbòlicament del món i ho hem fet de manera intuïtiva. Hem creat abstraccions, signes gràfics abstractes que sintetitzen realitats tridimensionals. Conformen imatges, sovint clarament figuratives, amb diversos graus de simplificació. I, en haver nascut com a síntesi de continguts, esdevenen símbols.

En aquest procés, els homes hem sabut i sabem la lògica interna del llenguatge visual sense haver necessitat teoritzar-lo. Probablement, el perquè d'aquest fet rau en la naturalesa del procés de percepció de la imatge.

Per entendre'l, ens ajudem de dues ciències. La fisiologia de la percepció visual ens permet entendre els processos físics i químics que expliquen com percebem a través dels ulls, del sistema nerviós i del cervell. La psicologia de la percepció visual ens informa sobre com convertim les sensacions en percepcions; és a dir, en construccions intel·lectuals.

La pregunta és: què percebem en una imatge? Percebem les forces que són presents en les formes, els colors i en les composicions visuals perquè ens estimulen els sentits: les sentim vives. Percebre és copsar la tensió visual que generen aquestes forces.

Segons Arnheim, la percepció de la imatge es produeix copsant-la com un tot en primera instància. Només a partir del tot percebem les parts que la integren. Això és a causa que la ment humana funciona com un tot de gran complexitat. S'estableix un joc bidireccional entre la percepció del tot i de les parts que és el principal causant de la tensió visual. I en aquest joc, dues són les tendències bàsiques de la nostra ment. Per una banda, la llei de la simplicitat, que és la tendència de la ment a llegir l'estructura universal més simple en una imatge i que sintetitza la seva gran complexitat. Per altra banda, la llei de la diferenciació, que és la tendència de la ment a llegir el principi bàsic primigeni implícit en una forma altament diferenciada, complexa. Quan, a més, interpretem la imatge com una representació d'una realitat tridimensional, el joc de tensions entre els binomis complexitat-simplicitat, forma altament diferenciada-principi bàsic, es fa encara més intens i universal.

El mateix autor destaca que l'agent principal en la comunicació visual és la tensió dinàmica que la complexitat de la imatge estableix en les seves desviacions respecte la simplicitat i respecte els principis bàsics primigenis, implícits de cada qualitat expressiva. Afirmar que totes les qualitats expressives d'una imatge (forma, color, textura, grandària i composició) tenen un caràcter general, que són un codi universal. És a dir, que tendeixen a un principi simple i universal que tots els homes coneixem amb precisió.

En percebre la imatge, detectem la desviació respecte aquesta generalitat. Percebem, per tant, la tensió vital d'aquesta desviació i, en funció d'ella, construïm el significat de la imatge. Cal, però, que hi siguin presents, d'alguna manera, tant l'origen de la desviació com la forma desviada.

Proposa que la imatge és eficaç quan és construïda com un tot en què les parts obeeixen al principi de necessitat, de la mateixa manera que els principis de creixement de la naturalesa. Si tots els elements són necessaris, conformen orgànicament la unitat (imatge) i es mouen amb llibertat dins d'ella.

Ens sembla important destacar les aportacions que el pintor suís Paul Klee va fer en aquesta mateixa línia mentre exercia la docència a l'escola de la Bauhaus durant les dècades dels anys vint i trenta del segle XX.

En paral·lel a l'experimentació, va fer un esforç de teorització que es va materialitzar en notes i dibuixos, alguns d'ells publicats com a notes de classe. Va investigar els elements del llenguatge visual cercant els principis interns que esdevenen el seu motor dinàmic de generació i de transformació. I, per a aquesta tasca, s'inspirà en els principis que actuaven de la mateixa manera a la naturalesa, destacant, així, l'íntima raó de ser de la imatge com a interpretació del món.

Finalment, un deixeble de Klee, el també pintor i professor de la Bauhaus, Josef Albers, va investigar el color com a llenguatge, extraient quines són les seves tendències bàsiques i universals.

UNA CONSIDERACIÓ RESPECTE L'ESPECTADOR OCCIDENTAL CONTEMPORANI

Probablement, a causa de la descontextualització de les imatges i de la seva manipulació, aquestes ja no són un referent significatiu concret. Ens referim que la seva lectura és totalment subjectiva i depèn, gaire bé en la seva totalitat, dels referents del propi espectador. Aquest fet no és negatiu en si i, fins i tot, pot ser font d'una enorme aportació de creativitat.

Però creiem que, en canvi, és negativa la banalització que acaba generant buidar de significats les imatges quan l'espectador té pocs referents culturals. És llavors quan **la imatge apareix sense densitat**; i sense densitat difícilment atraurà la seva mirada, senzillament perquè percep que la imatge no té res a dir-li. La conseqüència és caure en el mer judici de gust: *m'agrada o no m'agrada*, sense haver efectuat cap procés d'anàlisi ni d'aprenentatge.

No es tracta d'agradar sinó de llegir, d'interpretar. Sovint, després d'una lectura, el gust de l'espectador s'ha modificat, senzillament perquè ha entès part de la informació que la imatge conté; el missatge li ha arribat. I això li ha permès entrar en ella modificant l'opinió de gust original.

Sovint, el judici de gust és emocional i respon a si la imatge em diu alguna cosa o no, i si comparteixo el seu patró estètic aparent o no. Quan descobrim que les imatges no són només aparença sinó continguts sintetitzats en agents visuals que una altra persona ha combinat per a nosaltres, llavors la seva lectura es converteix en una dinàmica generadora d'emocions, sovint apassionant.

Un joc imaginatiu-especulatiu sobre l'acció que s'esdevé a la imatge és també una excel·lent eina de desenvolupament del pensament i de la creativitat. I pensem que seria molt més complet si no es limités a jugar amb els "personatges figuratius" representats (objectes, persones, animals, paisatges...) i incorporés al joc imaginatiu els diversos elements del llenguatge visual presents a la imatge: identificar i imaginar com els propis agents visuals (llum, color, forma, textura, grandària, composició, pes visual, perspectiva...) creen tensions dinàmiques carregades de significats absolutament coherents amb els elements figuratius de la imatge.

Després d'haver posat en pràctica aquesta metodologia en els darrers cinc anys, deduïm de l'experiència que són, sovint, els agents visuals de la imatge la porta més "objectiva" a la lectura de la imatge perquè es basen en principis universals intemporals que tots els homes compartim. Diem porta perquè ells sols no significaran res. Però sí que faran patent que la imatge és quelcom viu i que conté un missatge per ser llegit. A partir d'aquí, i en un procés helicoïdal, la lectura s'anirà farcint d'especulacions que aniran construint un possible significat: la interpretació.

I si en aquest procés van arribant dades contextuals de la imatge, la interpretació serà cada cop més real i personal alhora: la imatge estarà arribant a l'espectador com a realitat que una altra persona com ell, en un temps anterior, ha pensat i ha realitzat.

És a dir, no com a fet cultural indeterminat sinó molt i molt concret, responent a una persona concreta (l'autor) amb una realitat concreta, amb un missatge concret per comunicar (conscient o inconscient). Vista així, la lectura d'imatge es converteix en diàleg entre una persona (l'espectador) que mira d'entendre i de ser sensible a la realitat d'una altra persona (l'autor).

Som conscients que pot semblar una excessiva simplificació reduir la lectura de la imatge al diàleg entre espectador i autor. És tan sols una manera de visualitzar l'essència del procés. La resta de condicionants contextuals com les persones que hagin pogut encarregar aquella imatge i les seves raons per fer-ho si és que n'hi ha, són informacions molt significatives que anirem aportant al diàleg principal i que seran claus.

LA GÈNESI DE LES IMATGES

Una bona manera de copsar els continguts de significació de les imatges del nostre món actual, per banals que puguin semblar, és conèixer quins són els seus orígens.

En l'impuls original de creació és on estan condensades les veritables forces que donaran forma a la imatge. I identificant-les en les imatges del passat ens adonem que, moltes d'elles (les forces), són plenament vigents ja que responen a la mateixa naturalesa humana. En aquest sentit podem dir que són forces universals compartides per tothom i que les formes creades en base a elles també ho són: són un codi comú.

La filòsofa Eulàlia Bosch afirma que el destí real de l'home és construir la pròpia cova, perquè en fer-nos la cova ens estem construint a nosaltres mateixos. És un procés absolutament personal i podem demanar ajut, però l'hem de fer nosaltres. Construir-se la cova és una metàfora del fet d'apropiar-se del món a través de la percepció per fer-nos un lloc en la realitat. L'anomena el procés d'anar-nos fent en el món a través d'anar interioritzant-lo. En el mateix sentit, el fotògraf Joan Fontcoberta diu que *la imatge és una apropiació simbòlica del món*. La imatge neix, doncs, fruit de la necessitat de la nostra relació, sempre

canviant, amb el món. I esdevé símbol perquè és una creació visual que apareix en un context concret on és entesa per tothom. El símbol neix d'una realitat i duu una concepció intrínseca del món i de l'home. En qualsevol època, els homes hem creat, creem i crearem símbols que estan relacionats entre si, senzillament, perquè parlen dels mateixos temes. Reconèixer el significat simbòlic que rau en les imatges de tots els temps, fins i tot quan el signe gràfic ha esdevingut abstracte, és una de les millors maneres d'entendre què ens estan dient moltes de les imatges actuals.

Segons el filòsof Félix de Azúa, *les obres d'art* (nosaltres preferim dir imatges) *són concentrats de significació*. Arnheim es refereix a la mateixa idea encunyant una terminologia pròpia: la imatge és una unió complexa de forma* i idea (significació).

Aprendre a veure les imatges com nosaltres plantejem implica aprendre a llegir els símbols que les formes* visuals duen integrats i que són invencions que els homes hem fet tractant d'expressar alguns principis primaris universals de la nostra existència. Quan copsem la síntesi que representa la imatge entre forma i contingut és quan comprenem les seves significacions profundes.

PENSAMENT VISUAL: COM ENS PARLEN I COM ENS EMOCIONEN LES IMATGES

Les imatges són mudes, però la seva contemplació activa la nostra imaginació.

A més, la majoria de les vegades, llegim i interpretem les imatges fora del context en què van ser creades. Aquest simple fet fa que sigui molt difícil copsar la significació profunda que aquella imatge vol transmetre, per a la qual fou concebuda i que li dóna el seu sentit.

Nosaltres proposem un joc creatiu que pretén acostar vivencialment l'alumne a la imatge. Consisteix en un joc detectivesc que parteix de la visió de la imatge nua, muda i descontextualitzada. La majoria de les vegades, de fet, no és la pròpia imatge sinó la seva reproducció digital, cosa que significa una distorsió inicial. Un fet bàsic és que no disposem de cap mena d'informació sobre ella. Només la imatge.

El primer pas consisteix en demanar-ne una contemplació individual, silenciosa i activa durant uns minuts, tractant de donar resposta a dues preguntes molt concretes: **Què creus que transmet aquesta imatge? I com creus que ho fa?** D'aquesta manera, els estem forçant a fixar la mirada cercant alguna acció visual que sigui capaç de comunicar quelcom més enllà d'un judici de gust personal. No es tracta d'agradar sinó de llegir, d'interpretar.

El segon pas es basa en compartir aquestes troballes dins del grup mitjançant un diàleg. Durant el diàleg, no hi ha aportació de dades sobre el context encara. Es tracta de deixar que vagin apareixent propostes de lectura de com els diversos elements de la imatge actuen creant significat: tant els figuratius com els agents visuals. Els elements figuratius són els que primer exciten la imaginació i donen peu a imaginar

significacions. Però també ho fa la imatge en si: els agents visuals interaccionen a la imatge i creen tensions que són percebudes per l'espectador, sempre i quan, aquest estigui preparat per fer-ho. Com diu l'historiador E.H.Gombrich, quan l'espectador té l'esquema mental que li permet percebre aquella realitat. Aquestes percepcions esdevenen pistes per a significacions. Els elements visuals, com el color, la forma, la llum, la textura i la grandària, per la seva pròpia naturalesa, expressen en direccions concretes. Per exemple, els colors càlids creen una atmosfera més enèrgica i propera que no pas els colors freds. També els conceptuals (punt, línia, pla i volum) són font de tensions expressives, quan els visualitzem com a rastres del moviment d'un punt, d'una línia o d'un pla a l'espai. Quina força els duu a crear aquests moviments és allò que realment ens excita la imaginació. Finalment, les relacions entre els elements visuals i els conceptuals, sobre el suport, són una altra important causa generadora de tensió expressiva. I està fortament relacionada amb la nostra manera de percebre la imatge com a fet bidimensional. Nocions com equilibri, pes visual i ritme, són "traduccions", sobre la imatge, de la nostra experiència vital del món (gravetat i moviment a la naturalesa).

En el tercer pas, recollint totes aquestes idees, anem aportant dades contextuals que quasi sempre corroboren les observacions dels alumnes i que ajuden a donar un sentit encara més profund a la imatge. Aquestes dades són informacions consensuades actualment sobre la història i sobre la història de l'art.

Finalment, acabem la sessió de lectura fent una visió sintètica de com la imatge i el seu context es combinen coherentment per fer-nos arribar una informació: la imatge és comunicació.

Durant el procés, l'alumne es mou vivencialment entre dues fonts d'informació que li generen emocions diverses: l'emoció causada pel llenguatge visual i l'emoció que prové del context. Forma visual i context són els dos elements que permeten copsar el perquè holístic d'aquella imatge i la voluntat de les persones que la van fer possible. És un esforç de síntesi profund.

A través de les nostres experiències hem observat que, sovint, l'emoció neix de la **presa de consciència** de com actuen els elements formals i el context en la creació de significat.

Per concebre aquest mètode, ens hem basat en dues idees fonamentals. Per una banda, que la imatge és un tot organitzat i és percebut com un tot. I la seva lectura es basa en identificar els instruments visuals que l'autor ha utilitzat en una direcció expressiva. És a dir, volem entrar en el joc d'interpretar la intencionalitat de l'autor a l'hora de concebre i de realitzar la imatge.

Per altra banda, les imatges les percebem, sovint, descontextualitzades, amb la pèrdua de significació profunda original i amb l'enriquiment amb altres connotacions que això comporta. El coneixement del context específic en què es va gestar ens ajuda a reconstruir la significació profunda que en origen té cada imatge.

Per context entenem:

- les realitats històriques, polítiques, econòmiques, culturals, socials i personals que va ser significativament present en la concepció i l'execució de la imatge;
- la personalitat de l'artista, la seva formació, les seves preocupacions artístiques, les seves creences, la seva manera de guanyar-se la vida ja que tots aquests factors aporten dimensions noves a la lectura de la imatge i l'omplen de matisos i de profunditat;
- el context de l'espectador ja que cal que aquest sigui conscient que les seves circumstàncies també condicionen la lectura de la imatge: la seva edat, la seva experiència, coneixements, vivències, creences, sensibilitat, cultura, etc.

Les imatges desencadenen infinitut de ressos conscients, semiconscients i inconscients a la nostra ment. La nostra imaginació treballa constantment construint històries, atribuint simbologies i, fins i tot, categories morals.

LES IMATGES DELS ALUMNES

Per començar a treballar amb imatges, primer cal sentir interès o curiositat envers elles.

Després d'anys d'experiència docent, veiem que l'interès dels alumnes envers les imatges de l'art i la seva història és molt reduïda. En canvi, se senten molt atrets per fer i utilitzar imatges de contextos quotidians.

No és casual que el món contemporani sigui eminentment visual: la imatge és una de les vies de comunicació més eficaces. Aquest fet no és nou. Des dels nostres orígens, els homes ens vam adonar que la capacitat de treballar en equip, tot utilitzant les enormes possibilitats de la nostra intel·ligència, és allò que ens converteix en l'ésser més poderós del planeta. Aquest fet era de vital importància ja que en depenia la nostra supervivència. I, per aconseguir-ho, calien dues coses: un mitjà que fes possible la comunicació i la capacitat d'aprenentatge. Explorant els nostres sentits, que són les vies d'interacció de l'individu amb l'entorn, vam crear dos llenguatges de gran eficàcia: la creació dels sons i la creació de signes i símbols visuals. No hem canviat tant en la nostra evolució física i mental, de manera que aquestes estratègies de comunicació ens continuen essent clarament vigents.

Res que l'home crea ho fa sense una necessitat real (emocional, intel·lectual...). Les imatges no en són una excepció. Fa anys que reflexionem sobre el perquè els alumnes que estan a l'adolescència o al final d'aquesta necessiten utilitzar imatges quotidianament com a mitjà de comunicació. La pròpia imatge és, sovint, el tema central. La construcció de la pròpia personalitat és la seva màxima preocupació. La fotografia i el vídeo són els mitjans més utilitzats gràcies a la seva immediatesa en la captació de la pròpia imatge com si es tractés d'un mirall. En principi, les actuals tecnologies permeten imatges fàcilment produïbles sense necessitat de coneixements específics. De manera que ens trobem amb una immensa

producció d'imatges "sense autor", en el sentit que no hi ha hagut una concepció intel·lectualitzada de la imatge prèviament. Són imatges espontànies i sense pretensions.

Els seus referents visuals provenen, bàsicament, dels mitjans de comunicació, de la publicitat, de les indústries musical i cinematogràfica, de manifestacions urbanes populars com els grafittis i, en gran mesura, de les xarxes socials digitals. Totes aquestes imatges responen a impulsos reals de la societat actual. Moltes han estat concebudes i dissenyades per produir un efecte concret en el receptor. I, en conjunt, conformen un imaginari comú, de marcat accent urbà, occidental i globalitzat. Sovint, aquest món visual transmet una falsa sensació d'espontaneïtat i de facilitat en la creació de les imatges, alhora que, en gran mesura, una idealització banal del propi món.

Pensem que és fonamental l'alfabetització dels alumnes en l'ús del llenguatge visual, ja sigui com a productors o bé com a consumidors d'imatges, perquè és important ser conscients de quina manera ens afecten i de com construeixen aquestes la nostra pròpia mirada del món. També perquè són una font inesgotable de gaudi i de coneixement quan ens adonem de les idees i de les intencions que els han donat forma.

Quan l'alumne aconsegueix fusionar el seu impuls creatiu amb la lectura conscient, les imatges prenen una altra dimensió i profunditat i esdevenen pròpiament un llenguatge més enllà de l'anècdota..

L'EMOCIÓ DE LES IMATGES: EL CONTEXT

Ens trobem, doncs, amb un grup d'adolescents i joves molt actius amb les imatges del seu temps però amb escàs o nul interès per imatges d'altres èpoques històriques.

Pensem que aquest fet es deu perquè no hi ha comunicació entre els alumnes i les imatges del passat. Senzillament perquè no comparteixen prou codis comuns.

Reprenent Antonio López, l'emoció és allò que ens mou a gaudir d'una imatge perquè ens la fa sentir com quelcom realment viu. És a dir, que conté un missatge que continua essent vigent per a nosaltres avui dia. Quan coneixem el context en què va ser creada aquella imatge, quines persones reals la van impulsar, quines la van concebre i crear, i les seves motivacions, estem més a prop de copsar el seu sentit profund. És llavors quan apareix l'emoció perquè sempre ens aporta algun enriquiment personal.

Per restablir la comunicació entre imatge i alumnes, ens proposem crear ponts a través d'un procés d'observació, d'especulació, d'investigació i d'aprenentatge tot cercant codis comuns que puguem interpretar i que ens permetin acostar-nos a l'essència d'allò que ens vol transmetre la imatge.

Walter Benjamin, al seu assaig del 1936, *L'obra d'art en l'època de la seva reproductibilitat tècnica* i, posteriorment John Berger, han destacat la importància del context en la vivència de la imatge. Quan el context canvia es produeix la descontextualització.

La descontextualització es va originar amb l'aparició de la idea de museu, filla de la Il·lustració, a finals del segle XVIII. Fins aquell moment, les imatges només es podien mirar i llegir en el lloc físic a partir del qual van ser concebudes i ubicades. El context físic original formava part de manera essencial de la significació profunda de la imatge. Per exemple, les pintures de les esglésies romàniques s'impregnen del seu significat profund quan estan revestint els murs interiors i són il·luminades amb les espelmes com a l'època en què van ser concebudes i construïdes. En el pas del lloc original al museu, les imatges van perdre una part important del seu significat: el context.

Des de l'aparició de la fotografia i sobretot de la informàtica, la descontextualització va donar un altre pas que és el de la manipulació. No només podem mirar una imatge sense ser en presència de l'original sinó que la podem modificar, transformar, crear-ne una altra a partir d'aquella sense destruir l'original. En aquest procés, la imatge es democratitza i esdevé un conjunt visual apte per a ser utilitzat i transformat lliurement, però buit, en gran mesura, del seu contingut original.

Pensem que avui més que mai és quan es pot copsar el valor de la imatge com a fet material concret, senzillament per comparació amb el món digital. Tot acaba a Internet. Les imatges són a tot arreu i a cap lloc en concret. I les imatges són igualades al mateix format en una pantalla "sense mida". Però tot té un origen i un suport, fruit d'una vivència física concreta que ha tingut la necessitat de fixar-se materialment en una imatge. Afirmem que no té la mateixa capacitat de comunicar la reproducció digital de la imatge ("democratitzada") que la contemplació en directe de la imatge material. Senzillament, perquè el contacte directe amb aquell objecte i amb l'espai per al qual va ser concebuda ens dóna molta més informació perceptiva que la limitada informació visual a través d'una pantalla digital. Com explicarem més endavant, el coneixement el construïm quan les sensacions que rebem a través dels sentits les convertim en percepcions al nostre cervell. Ser físicament a l'espai ens estimula a través dels cinc sentits. La pantalla, només un, la vista, però amb informacions mutil·lades del color, de l'escala, de la textura, etc.

Aquests dos aspectes de la descontextualització, la pèrdua de significació i la manipulació de la imatge buidada de contingut, intervenen decisivament en la construcció de significat durant la lectura de les imatges.

En una sessió de Pensament visual, els alumnes fan especulacions sobre el context històric i estilístic, en base a elements que reconeixen a la imatge sense que el professor hagi donat cap mena d'informació. Això implica que a la ment de l'alumne ja hi ha informacions (que anem treballant durant el curs) que el fan cercar punts de connexió i de creació de significats. Es produeix un procés en què cada hipòtesi esdevé un graó sobre el qual se'n creen de noves que van construint un dibuix de l'entorn en què l'obra va ser creada,

fins al punt d'especular sobre quin tipus de persona havia encarregat l'obra, amb quines intencions i quin tipus d'artista l'havia concebut i executat i quines eren les seves preocupacions. Tota aquesta informació és contrastada a cada pas amb les informacions consensuades actualment a la Història i a la Història de l'Art.

D'aquesta manera, gràcies a un diàleg col·lectiu, els alumnes tenen una idea bastant aproximada del context en què va ser creada la imatge. Malgrat que no podem contemplar la pròpia imatge ni el seu espai original, sinó tan sols la seva reproducció digital, conèixer el context permet a l'alumne "imaginar-la" i copsar-ne el "sentit".

No és un procés lineal sinó ple d'anades i tornades i amb moltes ressonàncies, tantes com aportin els alumnes amb les seves pròpies vivències i coneixements; en definitiva, amb la seva sensibilitat.

L'emoció que neix del coneixement del context és complexa de descriure però pensem que té molt a veure amb entendre que la imatge va aparèixer en aquell entorn de manera natural. Que la imatge és un fragment viu de veritat perquè va ser creada gràcies a impulsos humans reals i sincers. És així quan "entendem" que la imatge té sentit: en algun moment, va ser quelcom viu i va tenir veritable raó de ser per a algú. Tornar-la a sentir "viva" és emocionar-se amb ella.

L'EMOCIÓ DE LES IMATGES: EL LLENGUATGE VISUAL

A l'apartat de la Gènesi de les imatges vam mencionar Rudolph Arnheim i el seu terme Forma*, una de les dues parts necessàries per a la construcció de significat; l'altra és la idea. Aquest terme es refereix als elements visuals i al conjunt de la imatge que funcionen com una totalitat complexa.

Gràcies als intel·lectuals i als artistes del segle XX coneixem la lògica interna de la imatge com a llenguatge: el llenguatge visual. Avui és possible llegir una imatge com a un conjunt abstracte de formes, colors, textures, relacions d'escala i relacions compositives i extreure'n una intenció expressiva-comunicativa. Aquest descobriment el va fer visible el pintor i teòric Wassily Kandinsky quan, l'any 1910, es va adonar, accidentalment, que una aquarel·la que havia fet amb intencions més o menys figuratives, en contemplar-la invertida, esdevenia una imatge abstracta de forta expressivitat. Va prendre consciència que els propis elements visuals tenien significacions intrínseques, relacions dinàmiques en les seves transformacions i en les interaccions entre ells i el suport sobre el qual es disposen. Va percebre les tensions visuals que es produeixen sobre el pla i que expressen idees i emocions.

Aquest va ser l'origen d'un camí fructífer en la recerca i l'anàlisi dels elements i de les lleis que intervenen en una imatge. El mateix Kandinsky va teoritzar sobre el tema en l'assaig *Punt i línia sobre pla*, però van ser els psicòlegs de l'anomenada escola de la Gestalt els investigadors que van analitzar científicament els processos fisiològics i psicològics que regeixen la percepció visual. És a dir, els processos amb què la imatge

construeix significat a la ment de l'espectador. La importància d'aquestes recerques rau en què es tracta de processos inherents a la naturalesa humana i, per tant, són universals. Per aquest motiu podem afirmar que el llenguatge visual és de caràcter universal.

També l'element cultural intervé atribuïnt-hi connotacions significatives més enllà de l'element visual: és un dels punts d'incidència del context.

L'emoció de les imatges, a més del context, també prové de l'expressivitat pròpia de cada ús concret del llenguatge visual. Cada decisió que l'autor ha pres, cada renúncia, cada tria, introdueix una tensió sensible (una força visual) en l'àmbit visual que, quan és percebuda conscientment, és font de profunda emoció.

Pensem que, entendre les motivacions de l'autor per efectuar precisament aquestes decisions, i no altres, és una de les millors maneres de veure'l com a persona real en l'exercici d'un llenguatge. És sentir la imatge com a quelcom viu encara que hagi estat feta fa 37.000 anys.

CONCLUSIÓ: LA FONT DE L'EMOCIÓ

Un cop explicat el mètode, analitzat el perquè de l'origen de les imatges, analitzats els interessos dels alumnes pels fets visuals, i argumentats els dos pilars en què es basa (caràcter universal del llenguatge visual i la importància del context), només ens queda una darrera reflexió sobre el mètode en si.

La idea va néixer a partir d'un text de René Berger. Aquest autor parteix de la creença que la imatge pren vida, sentit, si l'espectador entra en el joc de llegir la tensió inherent als elements visuals de la imatge (copsa els moviments visuals induïts pels elements de la imatge) i utilitza la seva imaginació per interpretar-la construint el sentit profund de l'obra.

Proposa una metodologia per a l'acte de la lectura de la imatge que consisteix en dos processos interrelacionats. El primer es basa en la intuïció. L'espectador té una intuïció instantània del sentiment global que la percepció de l'obra li transmet. El segon es basa en la reflexió conscient a partir d'anàlisis parcials dels diversos actors de l'acció plàstica. Al final del procés de lectura, es produeix la síntesi entre intuïció i reflexió i l'espectador copsa el sentit profund de la imatge.

En paraules seves, ...que aquest mètode no pretén arribar a un coneixement objectiu, impossible en art, ja que la bellesa no és un objecte, sinó una forma de fruïció; que aquesta forma de fruïció, no obstant, origina un coneixement especial al qual podem tenir accés si respectem les condicions en què es realitza...

Pensem, com Berger, que la imatge és una molt bona oportunitat, que tenim els éssers humans per experimentar la vivència del nostre esperit a través del nostre cervell i dels nostres sentits. És a dir, de ser conscients de la nostra naturalesa unitària, mixta i complexa. I és una experiència plena d'emoció.

Hi ha quelcom fonamental per a tots, i és que allò que ens fa pintar és l'emoció. I aquesta emoció ha de sortir d'una manera o d'altra si el quadre està mínimament aconseguit. És possible que plenament no ho estigui mai, però quan un s'apropa a aquell punt que l'ha mogut a pintar, el treball realitzat ja no és inútil. Hi ha en ell una emoció indistinta: és el mateix que estigui expressada amb formes figuratives o abstractes, jo no veig cap diferència. (Antonio López)

BIBLIOGRAFIA

ALBERS, Josef. (2013). *Interacción del color*. Madrid: Alianza Editorial, Col. Alianza Foma.

ARNHEIM, Rudolph. (2008). *Arte y percepción visual. Psicología del ojo creador*. Madrid: Alianza Editorial, Col. Alianza Forma.

BERGER, John. (2000). *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili.

BERGER, René (1961). *El conocimiento de la pintura. Cómo verla y apreciarla*. Barcelona: Noguer, SA.

BOSCH, Eulàlia (2010). Conferència *Percepció artística i curiositat científica* dintre de les XX Jornades de Visual i Plàstica al Cosmocaixa de Barcelona el 2 d'octubre del 2010.

DE AZÚA, Félix. (2012). Seminari *El ojo que piensa (1750-1850)* al Museo del Prado l'any 2013. Entrevista a Hoyesarte TV del 23-12-2012. Minut 9. <https://www.youtube.com/watch?v=oLbLgv57nVU>.

FONTCOBERTA, Joan (2013). Conferència amb Andrés Hispano *Fotografía i pintura*, al Caixaforum de Barcelona, dintre del cicle *Seduïts per la pintura* el 22 d'abril de 2013.

FUNDACIÓN JUAN MARCH. (2013). Catàleg de l'exposició *Paul Klee: Maestro de la Bauhaus* del 22 de març al 30 de juny de 2013. Madrid. El text original de Paul Klee és: *Aportacions a la teoria de la forma. Teoria de la configuració pictòrica*.

GOMBRICH, E.H. (2010). *Arte e ilusión. Estudio sobre la psicología de la representación pictórica*. Nova York: Phaidon Press.

LÓPEZ, Antonio (1992). *El sol del membrillo*. Llibret introductori de la pel·lícula de Víctor Erice produïda per Rosebud Films SL entre 1990 i 1992. Madrid, pàg 27.