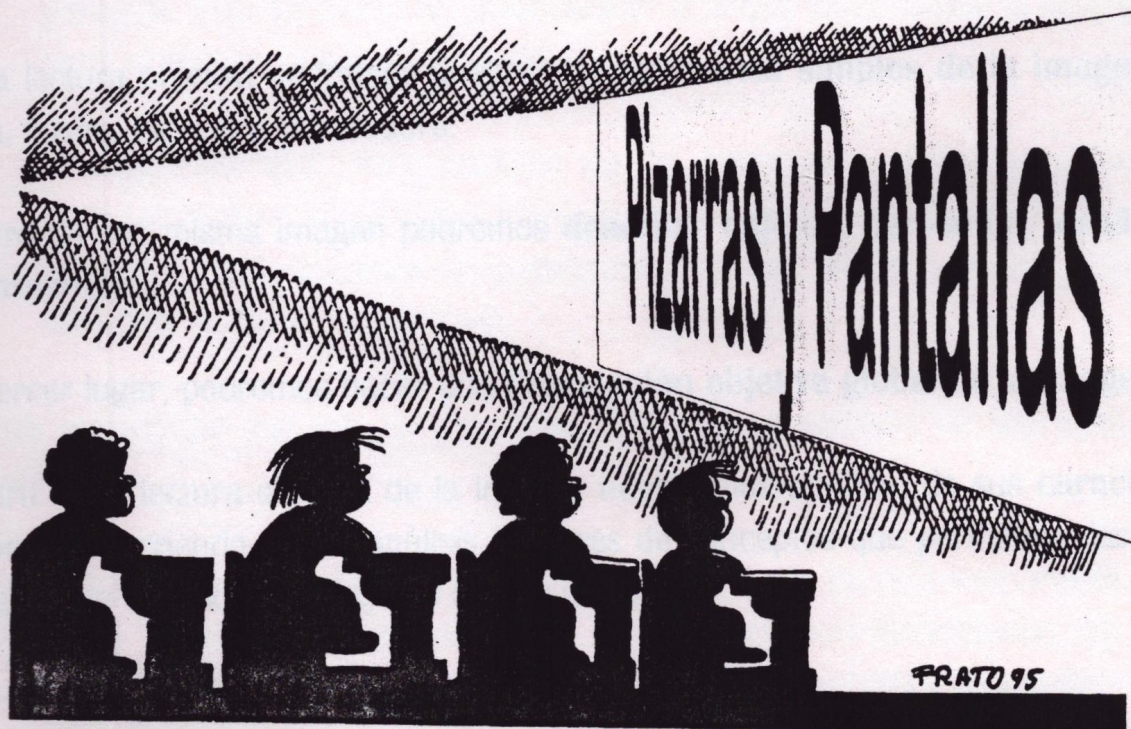


XXI EVEEX

Taller de lectura de la imagen





(Propuesta nº 1)

PROPUESTA PARA LEER LA IMAGEN FIJA

Metodología de análisis de una imagen:

Para analizar o leer una imagen debemos diferenciar muy claramente **dos niveles** fundamentales

- El primero de ellos se identifica con lo **denotativo** (¿Qué vemos objetivamente en una imagen?). Estaríamos ante una lectura objetiva de los elementos básicos de la imagen.
- El segundo nivel, al que identificaríamos con lo **connotativo** (¿Qué nos sugiere la imagen?).

El proceso de análisis sería el siguiente:

1. Lectura objetiva:

En la lectura objetiva podremos analizar los **elementos simples de la imagen**: punto, línea, forma, luz, color y encuadre.

Dentro de esa misma imagen podremos **describir objetos, personaje, localizaciones y ambientes**.

En tercer lugar, podremos hacer una **descripción objetiva global de la imagen**.

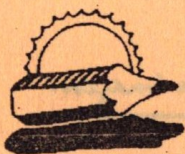
Dentro de la lectura objetiva de la imagen hablaremos también de sus **características básicas** recurriendo a ese análisis de pares de conceptos que permitían clasificar una imagen con arreglo a su mayor o menor grado de:

Iconicidad - Abstracción

Simplicidad - Complejidad

Monosemia - Polisemia

Originalidad - Redundancia



2. Lectura subjetiva:

En este segundo nivel trataremos de **interpretar**, expresar **qué nos sugiere la imagen**. Las interpretaciones pueden ser diversas, la imagen puede estar abierta a diferentes lecturas subjetivas.



(Propuesta nº 2)

Otra propuesta de análisis para aplicar en el aula.

Este método es, a fuerza de simple, muy útil. No requiere conocimientos previos, y, como en los juegos infantiles, diríamos que pueden jugar con él desde los nueve años. Se divide en tres apartados que, a medida que se vaya profundizando en la lectura de imagen, no tienen por qué mantenerse estrictamente separados:

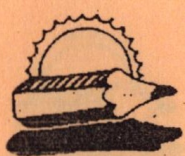
1. LOS QUÉ: *Identificación de los objetos, personajes y acciones que aparecen en la imagen.* Se trata de hacer una descripción "sustantiva", elemento por elemento, acción por acción, gesto por gesto, signo por signo..., que a veces puede parecer exhaustiva, pero totalmente necesaria para sacar de la imagen todo su significado.

2. LOS CÓMO: *Identificación de las deformaciones a que el autor de la imagen ha sometido a los objetos, personajes y acciones descritos.* Debemos descubrir el punto de vista del autor, la "adjetivación" a la que ha sometido la imagen, en qué pone el acento, qué trata de vendernos.

3. LOS POR QUÉ: *Interpretación de las deformaciones llevadas a cabo por el autor.* El objetivo es captar el mensaje de la imagen, explicando el punto de vista del autor, qué pretende comunicarnos con las "adjetivaciones" a las que ha sometido la imagen y por qué.

No hay que olvidar que esto es una aproximación a un método, no algo comprobado y cerrado.

El profesor nunca debe perder de vista que la experiencia ha de ser un medio, no un fin en sí misma. No se trata de que aprendan a leer un número determinado de imágenes, sino despertar en ellos el interés y que tengan la capacidad para desarrollar un sentido crítico ante la multitud de imágenes que le asaltan todos los días. A este respecto es conveniente que ellos aporten sus propias imágenes, más vivas y más manipuladoras del ámbito cultural que les atañe directamente. Es de esta manera como llegaremos al objetivo primordial de crear resortes de autodefensa crítica que, en la medida que sus capacidades culturales sean mayores, se harán más fuertes y potentes, aunque siempre sorteables.



PRÁCTICA: Lectura de imagen fija.

Vamos a analizar una imagen, para ello vamos a seguir el proceso:

1. Lectura objetiva:

a) Analiza los elementos de la imagen

- ☐ Líneas:
- ☐ Iluminación:
- ☐ Colores:
- ☐ Encuadre:
- ☐ Centros de interés: (Núcleos semánticos)

b) Describir objetos, personajes, localizaciones y ambientes:

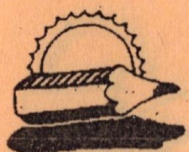
c) Descripción objetiva global de la imagen:

d) Características básicas de la imagen.

- ☐ Grado de iconicidad:
- ☐ Monosemia - Polisemia:
- ☐ Originalidad - Redundancia:

2. Lectura subjetiva:

Interpreta y expresa qué te sugiere la imagen.



XXI EVEEX "Pizarras y Pantallas". Taller de lectura de la imagen.

PRÁCTICA: Análisis de imagen publicitaria en movimiento.

Análisis de un spot publicitario.

☐ Análisis expresivo:

1. ¿Qué dimensiones y número de planos componen el spot.?
2. ¿Qué ángulo y movimientos de cámara se utilizan.?
3. Has encontrado algún signo de puntuación o transición entre los planos.
4. Describe los rótulos o imágenes gráficas si las hay.

5. ¿Qué personajes intervienen.?

6. ¿Dónde se desarrolla la acción. Hay una sola escena o más de una.?

7. La banda sonora:

- Hay un tema musical.
- ¿Qué clase de sonidos hay?. (diegético, metafórico, descriptivo...)
- ¿Cómo es la voz?. (en off, objetiva...)

8. ¿Cómo es la iluminación.?

☐ Análisis del contenido del mensaje:

Siguiendo el esquema **Intensificar/Minimizar**, analizar:

- En el spot se Intensifica por: **Repetición / Asociación / Composición.**



Propuesta de análisis de un film

a) Ficha técnica:

Título del film:

Año de su realización:

Género cinematográfico al que pertenece:

Director y actores que intervienen:

b) Análisis de la estructura:

Tema del film:

Argumento:

Características de los hechos que se relatan en el arranque, desarrollo y desenlace.

Comentario sobre el punto climático del film.

Análisis de los personajes:

Características principales en la actitud de los protagonistas.

Características y función de los personajes secundarios.

Análisis de la acción y el tiempo:

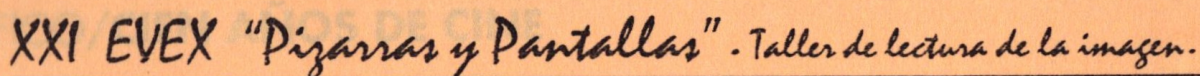
(si está basado en obra literaria)

- Comparar la linealidad de la acción en el film con el planteamiento que se hace en la novela.
- Descubrir las diferencias y valorar por qué se producen.

Descubrimiento de acciones paralelas, elipsis, distensiones del tiempo... etc., explicando su significado en el film.

Análisis del espacio ambiental:

Selección de los espacios donde transcurre la acción, averiguar su relación con el ambiente y el tema.



1. Analizar, en la imagen, los códigos utilizados por su creador para construir la expresión de su mensaje. (recuerda los códigos comunicativos: espacial, gestual, escenográfico, lumínico, simbólico, gráfico y de relación).

demás cuál sería.