

Competencias en lectura crítica de fotografía publicitaria y documental en estudiantes de bachillerato

Critical reading skills for advertising and documentary photography in high-school students

COLCIENCIAS TIPO 1. ARTÍCULO ORIGINAL

RECIBIDO: MAYO 25, 2016; ACEPTADO: JUNIO 30, 2016

Yurleny Ramírez Benavides
leny-rb@hotmail.com

Rodrigo Bravo Baeza
rodrigo.bravo00@usc.edu.co

Universidad Santiago de Cali, Colombia

Resumen

En sociedades cada vez más virtuales es preciso formar individuos capaces de discriminar e interpretar, de forma crítica, contenidos visuales fotográficos, pero, ¿cómo desarrollar estas competencias, sobre todo en jóvenes bachilleres? Este artículo es un incentivo para el análisis de la situación actual y la subsecuente construcción de propuestas educativas que favorezcan las necesidades halladas. La investigación se desarrolló en una institución educativa de la ciudad de Cali (Colombia), donde se aplicaron, durante una semana, entrevistas estructuradas a 400 jóvenes estudiantes (entre los 14 y 19 años de edad), a 38 docentes y a cuatro fotógrafos. El análisis estableció que los estudiantes no son ajenos a los procesos mentales y a la lectura de imágenes; lo que hace falta es el método crítico, la alfabetización visual; hay que generar otro tipo de pensamiento desde los escenarios educativos, educar los ojos para fortalecer las reflexiones; es indispensable promover el análisis de la imagen fija incluida en el discurso fotográfico.

Palabras Clave

Competencias; lectura crítica; fotografía documental y publicitaria; alfabetización visual.

Abstract

In increasingly virtual societies individuals must be able to “distinguish and interpret” - critically, photographic visual content; but, how to develop these skills, especially among young students? This article is an incentive for the analysis of the current situation and subsequent development of educational proposals that favor the needs found. The research was conducted at an educational institution in the city of Cali - Colombia, where structured interviews were applied, for a week, to 400 young students (between 14 and 19 years of age), 38 teachers and four photographers. The analysis established that students are not strangers to the mental processes implicit in the reading of images; what is needed is the critical method, visual literacy; it is a must to create another type of thinking from the educational settings, educating the eyes to strengthen the reflections; it is essential to promote the analysis of the still image included in the photographic discourse.

Keywords

Skills; critical reading; documentary and advertising photography; visual literacy.

Este reporte de investigación forma parte del proyecto “Competencias en lectura crítica de fotografía publicitaria y documental, en jóvenes bachilleres en la ciudad de Cali: caso institución educativa INEM Jorge Isaacs de Cali”, de la estudiante de Comunicación Social Yurleny Ramírez, orientado por el Magister Rodrigo Bravo, en la línea de investigación Edu-comunicación, del grupo de investigación GISOHA de la Facultad de Comunicación y Publicidad de la Universidad Santiago de Cali.

I. INTRODUCCIÓN

El concepto de alfabetización visual se ha descrito como

(...) un grupo de competencias visuales que un ser humano puede desarrollar para ver, y al mismo tiempo integrar otras experiencias sensoriales. El desarrollo de estas competencias es fundamental en la normalidad del aprendizaje humano; cuando han avanzado, permiten que una persona se considere visualmente alfabetizada, y así discriminar e interpretar las acciones, objetos, símbolos –naturales o hechos por el hombre– que encuentra en su medio ambiente. A través del uso creativo de estas competencias, un individuo es capaz de comunicarse con otros; de comprender y disfrutar de las obras maestras de la comunicación visual. (Debes, 1968)

Formar individuos capaces de “discriminar e interpretar” contenidos visuales fotográficos, como una competencia de lectura crítica de imagen es absolutamente necesario. Las sociedades contemporáneas son cada vez más virtuales, debido a la llegada y el apresurado desarrollo de las nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones [TIC] que procuran el constante consumo de mensajes con imágenes fijas, lo que hace ineludible llevar al usuario más allá de la comprensión de lectura del discurso verbal.

Tradicionalmente la lectura crítica ha sido entendida –y enseñada– desde los textos escritos; eventualmente se implementó la intensión de educar a partir de imagen en movimiento (TV). Este artículo es un acercamiento a la lectura crítica de imagen contenida en fotografías; un incentivo hacia el análisis de la situación actual de cómo se abordan los textos visuales fijos, mostrando aspectos que aporten a la construcción de formatos educativos que legitimen el hecho de que la observación va más allá del mirar.

En este sentido es necesario decir que en Colombia las instituciones educativas no se han tomado la tarea de formar en lectura crítica visual de fotografía, a pesar de que ésta última no solo es uno de los elementos comunicativos más consumidos por las personas, sino que emite información y contenido variado, y determina –en muchos casos– tendencias, ideales, estilos, preferencias y

directrices, entre otros; esta ausencia en la educación representa un vacío académico para quienes asisten a las aulas, jóvenes estudiantes que solo son expuestos a la lectura y comprensión de textos escritos.

La lectura de la imagen fija fotográfica puede ayudar a crear significados individuales acertados que consecuentemente serán compartidos socialmente; a disminuir la manipulación, especialmente en la imagen publicitaria; y a construir mecanismos de culturización con la imagen documental, lo que no solo implica mayor proceso de elaboración, sino de entendimiento frente a lo que se quiere mostrar. La imagen en la publicidad es un acto de persuasión enfocado hacia la compra, y en el documental una aproximación a la realidad, tratando de ser testigo de la misma.

Joan Fontcuberta (1997) invita a la desconfianza como una actitud básica a la hora de acercarse a una imagen, hace reflexionar sobre la representación de la “realidad”, mostrando claramente que ante este concepto se analizan verdades no reales que construyen la “necesidad” de consumir algo superfluo, teniendo, de cierta manera evidencia de lo que no se ha visto.

La escuela es el espacio por excelencia para formar y educar. En ella el estudiante puede tener cercanía con la imagen fija, desde una didáctica programada para bachilleres sobre fotografía y expresión óptica, que incite al análisis y procure la incidencia de una lectura y un pensamiento crítico fotográfico y que motive al individuo a asimilar, decidir y apropiarse del mensaje.

Según un informe del proyecto Atlantida (Cajiao,1996), para la época ya se evidenciaba claramente la inconformidad de los adolescentes con su educación, por la falta de creación de conocimiento y la formación como ciudadanos, que contribuyen, de alguna manera, a un tipo de atraso social, ineficaz con el cumplimiento de tareas y logros en el aprendizaje. Esta situación refleja negatividad de pensamiento debido a que no tiene en cuenta la creatividad como herramienta de desarrollo moderno (Cajiao, 1996). Sin embargo, respecto de esto último, es necesario decir que el Estado colombiano, a través de la Ley 1341 de 2009, aprobó el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones [TIC] en las escuelas, como estrategia para el fortalecimiento de los métodos tradicionales en los procesos de enseñanza y aprendizaje. Entonces, la escuela es un espacio donde el estudiante debería obtener inducción y cercanía con una didáctica

dinámica que se transformen los escenarios que se recrean en las necesidades de los jóvenes.

Este artículo es el resultado de una investigación que busca aportar a mejorar la enseñanza y el desarrollo cognitivo del estudiante, desde el desarrollo de competencias en lectura crítica fotográfica, a partir de un estudio previo que permita reconocer en qué estado se encuentran los individuos a observar.

II. COMPETENCIAS EN LECTURA CRÍTICA DE FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA Y DOCUMENTAL

Las instituciones educativas hacen esfuerzos por formar a sus estudiantes en lectura crítica de textos escritos, sin embargo, no existen entidades que estén aportando a la educación desde la recepción crítica de imágenes fijas –por ejemplo, la fotografía– por no ser ésta última común (aún) en las aulas. Se puede decir que esto genera un vacío académico para los alumnos.

La academia dedica mucho tiempo a la lectura y a la escritura –lo cual es necesario–, pero poco al proceso del análisis fotográfico, olvidando que éste es un instrumento comunicativo influyente, con la capacidad de formar conciencia o impulsar un cambio cultural. Entonces, ¿cómo desarrollar competencias en lectura crítica de fotografía, por ejemplo publicitaria y documental, en jóvenes bachilleres? Ese es el interrogante que debería abrir la puerta a la exploración en pro de una pedagogía más acorde con el consumo que hacen los individuos de productos comunicativos más gráficos y menos verbales.

Para ello, primero hay que indagar acerca de las competencias en lectura crítica de fotografía publicitaria y documental que los jóvenes bachilleres poseen; esto hace necesario delimitar una muestra y un escenario de acción, identificar el nivel que tienen los bachilleres en la lectura crítica de fotografía documental y publicitaria y analizar estos datos en un estudio comparativo entre los hallazgos.

La relevancia de este trabajo de investigación radica en que las técnicas de manipulación fotográfica cada día evolucionan, incluso desde la toma; pero pareciera que la forma en que éstas se leen y entienden no. El autor que registra la foto es quien decide y escoge el momento que desea mostrar, de qué manera lo quiere ilustrar, armando un concepto o idea y, de esta manera, incluyendo la parte técnica de la fotografía en cuanto a arreglarla desde la cámara, especificando con qué ISO, diafragma y velocidad, sumando a ello su objetivo de enfoque, su ángulo y todo lo

que tiene que ver con su composición o estética; es decir, el fotógrafo tiene el control, puede, en cierto modo, manejar esa verdad que tanto quiere mostrar; pero el consumidor o lector de estos contenidos, no posee las competencias que se requieren, no solo para entender todo este entramado, sino que no logra extraer el verdadero significado, menos discernir qué no quiere asimilar de ese mensaje.

Es importante que los jóvenes consumidores y usuarios de la comunicación masiva comprendan y distingan lo que miran; que posean bases para el adecuado reconocimiento y aceptación de su entorno, sobre todo el que se dibuja en las redes sociales y otras opciones que se construyen a partir de las TIC; también desde la publicidad, que constantemente y sin control está comunicando significados a través de la imagen para vender; o el documental, que deja en la retina los registros de acontecimientos que suceden en la sociedad, algunos manipulados, otros no.

Al analizar una imagen se hace el ejercicio de acercarse y comprender la sociedad; las imágenes que se leen son textos que muestran los valores que se dan en la humanidad y otorgan una visión más amplia y fidedigna de la realidad, por eso es oportuno para aprender a ver y aceptar la fotografía, no solo como representación, sino como parte de un mundo que va más allá de un recuerdo, de un cuadro colgado o de un álbum.

Hay muchas investigaciones realizadas en la recepción crítica desde el punto de vista televisivo, con actividades, modelos y estructuras para implementar en procesos de enseñanza y aprendizaje. Pero estudios sobre el campo de la fotografía documental o publicitaria como tal, y con el mismo fin, no. Existen indagaciones desde la fotografía publicitaria y documental, pero no en conjunto, y solo unos pocos trabajos que se acercan a la temática, por eso se ha querido cuestionar sobre un campo donde existen vacíos.

III. CONSIDERACIONES TEÓRICAS

Para la investigación y progreso de este trabajo se contó con el apoyo teórico del libro *El Beso de Judas* del autor Joan Fontcuberta (1997), texto que expresa el nuevo recelo visual que se debe tener con respecto a la fotografía.

La realidad y el sentido de la mirada, dentro de la representación en la fotografía, son nociones que se presentan a veces difusas. No se puede alejar la imagen del

contenido: el significante difícilmente se separa del significado, espacio donde se genera un recorrido entre lo que se ve, lo que se percibe y lo que se recibe. La mayor información llega a través de la vista, siendo ella la principal receptora del discurso plasmado. Ver es más que mirar, y si se aprende a observar, contemplar y profundizar, se puede distinguir el mensaje como tal.

A través de los años los medios de comunicación han permitido a la sociedad familiarizarse con diferentes signos audiovisuales, cada uno con su lenguaje para llegar a un mismo punto. La aparición de la imagen ha sido un medio expresivo que algunas personas han podido comprender y usar bien, pero en la actualidad se necesita formación en lectura fotográfica, debido a que las personas se encuentran hastiadas –inocentemente– de lo que les venden e informan, tratando de convencerlos y entretenerlos.

A. *La fotografía*

Para entender el concepto fotografía se podría decir que empezó realmente por la cámara oscura en 1521, en medio del Renacimiento, en una habitación y con una caja de madera. Luego de investigaciones sobre las sustancias fotosensibles en 1777, considerando la combinación de la física y química, empezaron a experimentar con tela y aluminio en medio de la Revolución Industrial (Omar, 2013). Pero más allá del desarrollo instrumental y tecnológico, que no se detuvo desde la época hasta el presente, la fotografía es el arte de fijar y reproducir, por medio de reacciones químicas, en superficies convenientemente preparadas, las imágenes recogidas en el fondo de una cámara oscura (Omar, 2013), un concepto ligado al papel, que ahora se debe entender desde lo digital.

La foto es vista como una ciencia, debido a su aspecto técnico y, en cuanto a su evolución, como producto de dos experiencias muy antiguas: la cámara oscura y el descubrimiento de sustancias sensibles a la luz, involucrando en su proceso la captura y la fijación. La fotografía es también un arte libre, donde el artista construye una composición, y la imagen pasa a ser el soporte que tiene el autor para expresar su discurso, lejos de una adoración de alardes técnicos. Socialmente también expone un acontecimiento o hecho perteneciente al pasado o algún suceso que acabó de pasar pero que queda registrado, estudiando las sociedades con sus manifestaciones y describiendo de manera visual lo que pasa.

La fotografía es un signo que, efectivamente, requiere para su consecución una relación de causalidad física con el objeto. El objeto se representa a si mismo mediante la luz que refleja. La imagen no es más que el rastro del impacto de esa luz sobre la superficie fotosensible: un rastro almacenado, un rastro-memoria. (Fontcuberta, 1997)

Por otra parte, el francés Bresson (2003) mencionaba que la fotografía es un reconocimiento simultáneo, en una fracción de segundo, que da importancia a un hecho y a la organización del mismo. Ahí es cuando se pregunta qué tan cierto es lo que se ve.

“La verdad existe. Sólo se inventa la mentira” (Fontcuberta, 1997). A partir de una serie de anécdotas Fontcuberta hace reflexionar sobre la representación de la “realidad”, el concepto frente a lo que se crea a partir de una fotografía: verdades no reales que establecen necesidades para consumir algo innecesario, teniendo de cierta manera evidencia de lo que no se ha visto, “pero no es el engaño, sino el que engaña” al querer mostrarnos una realidad, la cámara actuando como testigo y el fotógrafo como creador de la “realidad” que quiere revelar.

Fontcuberta (1997) afirmaba:

Toda fotografía es una ficción que se presenta como verdadera. Contra lo que nos han inculcado, contra lo que solemos pensar, la fotografía miente siempre, miente por instinto, miente porque su naturaleza no le permite hacer otra cosa. Pero lo importante no es esa mentira inevitable. Lo importante es cómo la usa el fotógrafo, a qué intenciones sirve. Lo importante, en suma, es el control ejercido por el fotógrafo para imponer una dirección ética a su mentira. El buen fotógrafo es el que miente bien la verdad.

Para el adulto es ya un reto alcanzar y contar con las habilidades para descifrar esta subjetividad, entonces para el joven, sobre todo para aquel que en las aulas tiene acceso al mundo desde el contacto social, pero también a partir de las imágenes que socializan sus iguales, es una misión pedagógica de formación para la dilucidación de la ficción y la mentira que plantea Fontcuberta.

La fotografía para muchos religiosos era considerada un “pecado”, debido a que ningún otro hombre u objeto podría captar la realidad como Dios la creó. No solo se

necesitaría ver para creer, se debe de estar seguro. “La fotografía actúa como el beso de Judas: el falso afecto vendido por treinta monedas. Un acto hipócrita y desleal que esconde una terrible traición: la delación de quien dice precisamente personificar la Verdad y la Vida” (Foncuberta, 1997).

En el capítulo “La tribu que nunca existió”, del libro de Foncuberta (1997), él expone un suceso que ocurrió en Filipinas, donde había una civilización, llamada Tasay, que se encontraban en la Edad de Piedra; se armó un plan de protección para ellos, mostrando una exposición de su entorno, y los espectadores salían creyendo lo que habían visto. Años después, los “miembros de la tribu” fueron vistos con ropa de calle. Un hecho inventado que logró capturar el ojo de cada asistente a la exposición.

Una cosa es tomar una fotografía sin modificaciones, otra muy distinta variar todo en la imagen y su realidad. En esta exposición el autor propuso un ejemplo de representación real y engañosa, como el que se maneja en la publicidad para cualquier producto o servicio, identificando la imagen directa, que es retocada para terminar ofreciendo algo altamente subjetivo. La mezcla inevitable entre ficción y realidad.

B. *Fotografía documental*

Esta clase de fotografía se empezó a difundir rápidamente en el ámbito profesional para actividades relacionadas con el dibujo y la pintura. Con su manifestación surgió la necesidad de registrar o documentar situaciones que eran poco asequibles para la sociedad, recogiendo momentos importantes. En 1850 ya se hacía fotografía social, la misma que con los años paso a ser documental.

Según la RAE (2013) el concepto documento corresponde a “diploma, carta, relación u otro escrito que ilustra acerca de algún hecho, principalmente de los históricos”. Partiendo de su significado, que da prueba de algo real, la fotografía documental sería la evidencia respecto de la realidad, incluso aquellas que son manipuladas, puesto que se están refiriendo a algo o a alguien. Uno de sus propósitos es generar conciencia social, mostrando una denuncia o con la intención de transformar algo.

La fotografía documental es vista desde diversos puntos, estéticamente, cualquier tema pasa por la visión y la forma personal de interpretar la realidad. Valle (2002), menciona:

(...) se debe establecer la realidad que representa la fotografía documental con el objeto de representación, en relación a la parte simbólica, epistémica y estética, sumado a ello el papel que juega el texto o pie de foto, en el proceso de codificación del mensaje, teniendo este un efecto lingüístico y un efecto narrativo.

C. *Fotografía publicitaria*

Esta clase de fotografía se convierte en un gran recurso para las campañas publicitarias de todo tipo, con un fin comercial, la venta de un producto, servicio o posicionamiento de marca; con ella se logra seducir o inspirar al consumidor. Omar (2013) refiere que surgió después de la documental, aproximadamente en 1869, con el fin de promocionar la publicidad gráfica en los medios impresos a través de folletos y catálogos; Emanuel Herrmann, en Asturias, comenzó a poner en venta las primeras tarjetas postales, y en 1872, en Suiza, comenzaron a realizarse las primeras postales turísticas con fotografías.

En 1920 inicia la exploración de la fotografía dentro de la publicidad, teniendo la imagen como símbolo de una sociedad moderna. La fotografía empezaba a ser la competencia del dibujo; los fotógrafos utilizaban técnicas para alcanzar un mayor impacto visual, para que sus creaciones salieran en revistas y libros. Esto daba paso a que el fotógrafo construyera la foto desde el momento mismo en que tomaba la decisión, seguido del acto fotográfico, con la finalidad de resaltar su producto, servicio, etc.

Este tipo de fotografía no está sujeta a la realidad, pero se inspira en ella para representarla por medio de imágenes construidas, buscando una estética que dé originalidad, formando de esta manera dos mensajes: el primero, denotativo, que representa una imagen con un mensaje sencillo y entendible, afirmando algo; y el segundo, connotativo, que consiste en seducir por medio de emociones (Omar, 2013).

Según Eguizábal (2001), la fotografía publicitaria va modificándose con el paso del tiempo, dependiendo en su aplicación de un tema técnico, como la moda (joyas, perfumes, complementos, etc.), industrial (aceites minerales, medicamentos, herramientas tecnológicas, etc.), vehículos, retrato, imagen editorial, entre otros.

D. *Lectura crítica*

Etimológicamente, la palabra lectura viene del latín *legere* [leer], mientras que la palabra crítica viene del griego *kritainin*, sinónimo de decidir o separar. En este sentido, la crítica sería la evaluación de algo, y la lectura, la información transmitida en algún soporte. En efecto, la lectura crítica sería un proceso que facilita una información que va más allá de lo que el autor está exponiendo, donde se requiere de análisis y reflexión. “La lectura crítica requiere de una orientación correcta, planificada, organizada para lograr expresiones críticas a través de juicios y opiniones, teniendo presente que para lograrlo deben interactuar lo cognitivo, lo afectivo, lo volitivo, lo axiológico y lo sociocultural” (Botello, 2010, citado por Uriarte, 2013).

Es decir que una persona que tenga una buena lectura crítica se convierte en un intérprete analítico que se dedica plenamente a su observación, distinguiendo su propósito, su tipo de narración, su estética, entre otras, dando paso así al pensamiento crítico: comprender un mensaje, evaluarlo y formar un juicio con fundamento. “Un pensamiento crítico...puede cuestionar lo indebido cuando es afectado o beneficiado” (Arizaga, 2009).

Por las consideraciones anteriores se debe hablar un poco sobre recepción crítica. Se puede decir que, desde que el individuo nace, empieza a crear su habilidad de percepción y, de cierta manera, cualquier medio comunicacional puede afectarlos o no, dependiendo de las tradiciones familiares y educativas. Es entonces cuando se considera que al decodificar un mensaje –apropiarse de él, reflexionar sobre él, conduce a tener una recepción crítica (Orozco & Creel, 1990).

E. *Otras consideraciones*

Para la correcta aproximación con jóvenes bachilleres, quienes se enmarcan en rangos de edad determinados y con características especiales, es importante reconocer las particularidades de la etapa del desarrollo en que se encuentran, para ello el aporte que la teoría de las etapas del desarrollo hace a la investigación es de gran importancia. De ahí se logran extraer autores como Craig (1994), quien habla del concepto desarrollo como los “cambios temporales que se operan en la estructura, pensamiento o comportamiento de la persona y que se deben a factores biológicos y ambientales”. Es decir que el crecimiento de la persona se daría hasta que envejezca y

por medio de procesos o situaciones se determina la calidad de vida que desarrolla. Por otra parte, Good y Brophy (1996) lo definen como “una progresión ordenada o niveles cada vez más altos tanto de diferenciación como de integración de los componentes de un sistema”.

Existen más autores que en el marco de la teoría hablan sobre el desarrollo humano desde diferentes perspectivas, entre ellos Erikson (1987), quien propone en cada una de las etapas vitales para el desarrollo la estimulación de competencias. Si las personas experimentan en su momento conflictos o cuestiones que los llevan a tener un progreso individual, se dice que crecen psicológicamente.

La adolescencia comprende el rango desde los 12 hasta los 19 años de edad. En esta etapa hay una transición de la niñez a la edad adulta. En este segmento los chicos se vuelven más independientes, tratan de reconocer quiénes son, buscan orientarse en un rol social, sexual, familiar y afectivo, y exploran diversas identidades. Las emociones juegan un papel importante en todos los ámbitos del individuo (Erikson, 1987).

Otro concepto que es, en últimas, transversal a todo el proyecto y el elemento en el que se pretende crear competencias, es el de la comunicación: “se trata de un campo con vocación de interdisciplinariedad, en la medida en que sus objetos específicos son productos cuyo contenido está enraizado en el territorio de las demás disciplinas que constituyen el universo científico” (Marques, 2001).

La comunicación es el elemento fundamental para el mantenimiento, la elaboración y la transformación de la cultura. Es el medio a través del cual se construyen, reconfiguran y debaten los significados y los sentidos sociales. Teniendo un soporte cultural, porque sin el, las expresiones de las personas no serían interpretadas ni entendidas. La comunicación vendría a ser entendida como un proceso de relación, a través de un intercambio de mensajes dependiendo el contexto, que tienen las personas (Rodríguez, 2009).

El comunicador social y profesor Luis Evelio Álvarez (2004), sostiene que la comunicación y su desarrollo se han vuelto más académicas y relevantes en la sociedad, dejando de ser un lenguaje para convertirse en un medio masivo de mediación cultural, donde existen diversos tipos de comunicación –verbal y no verbal–, dando paso a varios elementos que intervienen en ella, como el mensaje, el código, el canal, el emisor, el receptor, el contexto y los

ruidos. De esta manera vendría siendo un proceso de transmisión y recepción de ideas o información.

Así mismo, es necesario entender el concepto educación, cómo el insumo desde donde se pretende construir y desarrollar competencias. Éste se relaciona directamente con la escuela y cultura (crianza) o convivencia social. Todo ello para transmitir un conocimiento o valores de una humanidad. La educación tiene por finalidad inducir a cada persona a encontrarse, a buscar sus habilidades y a crearse como individuo. Teniendo presente que la educación y comunicación van de la mano, ya que son acciones cambiantes y transformadoras, lo que evidencia una búsqueda de construcción desde las aulas.

La ex Directora de Calidad Educativa de Preescolar, Básica y Media del Ministerio de Educación, Sonia Cristina Prieto (en “Uso pedagógico...”, 2005), mencionó:

(...) estamos en una sociedad mediática donde nos encontramos con unas nuevas formas de comunicación y con un mayor número de mensajes. En ese sentido, todo el sistema educativo debe orientarse hacia una mejor comprensión de estos lenguajes y hacia la incorporación de estos medios en el aula de clase.

El estudiante se motiva más a aprender a desarrollar una lectura crítica, en este caso desde la fotografía, a partir del análisis de una imagen, debido a que con esto desarrolla competencias interpretativas y argumentativas, porque va a entender la forma técnica y el mensaje directo o indirecto, lo que le ayudará a empezar a ejercer un pensamiento crítico, debido al aporte del lenguaje visual, y le dará opciones para reflexionar y construir conocimientos.

Para terminar, y como herramienta de uso y aplicación, se requiere entender el concepto competencia, el cual se considera una construcción a partir de una combinación de recursos –conocimientos, saber hacer, cualidades o aptitudes– y recursos del ambiente –relaciones, documentos, informaciones– que se movilizan para lograr un desempeño (Mertens, 2002). Existen diversas clasificaciones sobre la palabra competencias. Se trata de una capacidad de actuar de manera eficaz en un tipo definido de situación, apoyado en conocimientos, que posibilitan la facultad de movilizar un conjunto de recursos cognitivos, como saberes, habilidades e informaciones para

solucionar, con pertinencia y eficacia, una serie de situaciones (Perrenoud, 2009).

El concepto de competencias articula la formación y la parte laboral, que unidas, en cualquier ámbito logran resultados diversos; pero en este proyecto se entiende desde el reconocimiento de las habilidades de una persona, en relación con la pedagógica usada para estimular las capacidades, los conocimientos y los valores de los jóvenes.

IV. MÉTODO

Para alcanzar una aproximación a la construcción de competencias en lectura crítica de fotografía publicitaria y documental en bachilleres, el grupo investigador decidió trabajar en las instalaciones de la institución educativa INEM Jorge Isaacs de la ciudad de Cali, aplicando, durante una semana, diversas herramientas metodológicas a diez grupos de estudiantes de los grados décimo y once, con un rango de edad entre 14 y 19 años, son adolescentes (Erikson, 1987), etapa donde se desencadenan procesos que van concretando las bases para la construcción de roles, de cambios hormonales y de nuevas perspectivas de vida, de acuerdo con sus capacidades y el contexto social; los jóvenes comprenden, interpretan y participan de la cultura y el conocimiento humano; tienen varios amigos y su parte emocional y afectiva por los demás se apodera de ellos.

Además, se contó con la participación de especialistas en cuestiones relacionadas con el estudio desarrollado, entre ellos algunos docentes de la institución y cuatro fotógrafos profesionales: Mauricio “Mao” Campo, profesional en imagen *fashion*, editorial y comercial del *New York Film Academy*; Juan Sebastián “Tatán” Zuleta, fotógrafo de belleza y moda formado en la *Escuela de Fotografía del Valle*; Mauricio Sánchez Aristizabal, fotógrafo y realizador audiovisual de la *Corporación Universitaria UNITEC*, quien se caracteriza por su trabajo en el área del documental; y Omar Flórez, artista plástico y fotógrafo, con formación académica en el *Instituto Popular de Cultura de Cali* y en la *Escuela de Fotografía del Valle*, y amplia experiencia con la fotografía publicitaria y social.

La investigación inició en 2013 y se extendió hasta 2015. Las entrevistas realizadas a los estudiantes fueron desarrolladas en las jornadas de la mañana y la tarde; en la primera se distribuyeron en trece cursos de los grados décimo y doce en los grados once; por cada grupo se

encuestó un total de diez personas, cinco mujeres y cinco hombres; en la otra jornada fueron ocho grupos de décimo y siete de once, y los instrumentos se aplicaron de la misma manera. También se aplicaron entrevistas a los profesores en ambas jornadas, seleccionando dos profesores (una mujer y un hombre) por cada piso de aulas, excepto en el bloque administrativo de la institución.

El colegio INEM Jorge Isaacs está ubicado en la Comuna 4, al nororiente de Cali, barrio Flora Industrial. El sector se caracteriza por ser un área de estrato socio económico medio-bajo, con altos niveles de inseguridad e invasión del espacio público. Sus habitantes están de acuerdo con que esto se debe al bajo presupuesto que se destina para la educación y al poco control de la policía, lo que genera desmejoras en la convivencia entre residentes.

El INEM da la opción a sus estudiantes de enfatizar sus saberes en modalidades como música, idiomas extranjeros, ciencias naturales y medio ambiente, gestión pública y deporte, alternativas que incentivan y promueven las capacidades de cada joven para su proceso profesional, brindándole conocimientos adecuados y cumpliendo la entrega de saberes, impulsando la creación por medio de las nuevas tecnologías.

El colegio alberga 2.100 alumnos en dos jornadas. Cuenta con ocho bloques, dos de ellos de dos pisos, uno de un piso y el resto de tres pisos. Cuenta con cuatro canchas de basquetbol, dos de futbol y tres de voleibol; una pista de atletismo, un coliseo, un gimnasio y salas de ping-pong; dos parqueaderos, seis porterías, una cafetería, nueve tiendas, tres fotocopadoras, una biblioteca, dos auditorios y salones de danzas; un salón de sistemas, un laboratorio, salones equipados de material tipo industrial; tres baños para mujeres y tres para hombres; una emisora, enfermería, salón de teatro, tres salas de computo, zonas verdes y tres coordinaciones académicas.

Esta investigación es de carácter cualitativo, y se desarrolló a partir del método de estudio etnográfico, el cual fue flexible, holístico, naturalista, amplio, subjetivo, inductivo y descriptivo; se trató de “comprender la complejidad estructural de los fenómenos que viven y sienten las personas involucradas en los ejes problemáticos asociados a su cotidianidad, involucrándolos como coinvestigadores de su propia realidad y de su propio medio” (Gutiérrez, 2005)

También se tuvo en cuenta la observación no participante en el aula, con el fin de indagar los problemas

de carácter educativo en cuanto a la lectura crítica en el seno de la clase, e identificar los conocimientos que se tienen al respecto. Además, el análisis documental ayudó a recuperar información de trabajos previos.

La unidad básica de estudio fue la producción fotográfica, que cuenta con pre-producción, producción y post-producción, para su posterior lectura. Los instrumentos que se emplearon y aplicaron a la muestra fueron: entrevistas estructuradas y observación no participante.

V. ANÁLISIS

A. Fase I: entrevistas

Entrevistas a los profesores

Para indagar acerca de la formación en competencias de lectura crítica fotográfica de los jóvenes estudiantes de bachillerato, se aplicaron 72 entrevistas a los profesores de ambas jornadas en la institución seleccionada. La muestra definió la palabra fotografía como una realidad en dos dimensiones, mostrada en campañas y periódicos; sin embargo, algunos la describieron como una imagen en papel con fines artísticos o como el arte de plasmar sentido y ángulos o representación de personas, lugares que se ven reflejados en álbumes familiares.

Para ellos, las diferencias que se pueden encontrar entre fotografía documental y fotografía publicitaria están relacionadas con el tipo de espectador a quien va dirigida una u otra; también indican que el documental muestra algo que sucedió, mientras que el publicitario vende una imagen de producto; la publicitaria seduce y el documental informa y evidencia.

Para los profesores, el papel que juega la fotografía dentro de los medios de comunicación es el de impactar para poder vender, es comunicar a partir de una imagen, muestra hechos directos e implícitos.

Las entrevistas dejaron ver que los profesores creen que los jóvenes pocas veces se fijan en el contenido de las imágenes que consumen, y que solo opinan sobre lo que ven dependiendo de lo explícito en el material visual. Los educadores son conscientes de que sus alumnos solo miran una imagen –“dirigir la vista a un objeto” (RAE, 2013)–, en lugar de verla, es decir, de “percibir con la inteligencia algo, comprenderlo” (RAE, 2013).

Los profesores creen conveniente vincular la lectura crítica como herramienta de formación en fotografía desde

el aula. Ellos están de acuerdo con que es útil para que los jóvenes sean más analíticos y tomen conciencia de lo que consumen. Los entrevistados consideran importante –clave para la educación desde el aula– la elaboración de un manual para la formación de lectura crítica de fotografía, acompañado de ejercicios con herramientas de apoyo; piensan que con esto se lograría despertar el pensamiento argumentativo del estudiante.

Las entrevistas dejaron claro que es importante desarrollar material con contenidos o estrategias para que los jóvenes tengan una mejor formación desde la lectura crítica de la imagen fotográfica, lo que quiere decir que es algo que aún no existe; además, es constante la necesidad manifiesta de herramientas para, desde el aula, motivar a los alumnos a ser pensadores críticos, es decir, no hay ambientes que propicien el tipo de lectura crítica motivo de esta investigación.

También es posible deducir que los chicos pueden llegar a comprender una imagen dependiendo de qué tan importante ésta sea para ellos, y que algunos sí dedican un poco de tiempo a observarla, mientras que otros no hacen el esfuerzo.

Por otra parte: relacionan mayoritariamente la fotografía documental con los periódicos, toman la postura de lo real, dado el poder de convencimiento que tienen los medios de comunicación; y ven a la fotografía publicitaria como una imagen que se usa cuando se quiere vender algo.

Entrevistas a los estudiantes

En la Tabla 1 se resumen los resultados de las entrevistas realizadas a los estudiantes del colegio INEM Jorge Isaacs de Cali. Estos son los principales hallazgos:

- Los jóvenes definen la palabra fotografía como una manera de expresar algo; como la representación de una imagen en un papel, fijada y reproducida en un formato; como una captura que guarda un recuerdo; una imagen mostrada en cualquier parte o como una foto de documento.
- La mayoría de los jóvenes respondió no saber nada sobre fotografía, la mayoría respondieron que nada; otros que ésta puede ser la copia de algo o de alguien en imagen; y el resto mencionó algunos tecnicismos y la relacionó como un medio de comunicación.
- La mayoría de los jóvenes no conocía las diferencias entre la fotografía documental y la fotografía

publicitaria; pocos relacionaron la publicitaria con “comercial” o “propaganda” y describieron la documental como algo real.

- Para la mayoría de los jóvenes el papel de la fotografía en de los medios de comunicación es llamar la atención para vender; unos cuantos dijeron que su rol es informar; mientras otros tantos sostuvieron que la fotografía ayuda a comprender una noticia.
- La mayoría de los jóvenes indicó que lo que les gustaría ver en una fotografía es la naturaleza y los animales para poder contemplar su belleza; otros mencionaron temas como la alegría y tristeza; también lo que viven las personas y sus necesidades; y algunos dijeron que la verdad.
- Buena parte de los jóvenes entrevistados consideró importante la elaboración de un manual fotográfico que forme en lectura crítica de fotografía y en el manejo de una cámara; otros vieron viable el manual y a otros no les interesa.
- Un gran porcentaje de los entrevistados reconoció el objetivo de la fotografía en los medios de comunicación; además desean ser instruidos en la lectura crítica para la fotografía, algunos desde el punto de vista técnico y los otros desde su contenido y significado.
- En cuanto a la importancia que le dan para sus vidas, se aprecia que unos pocos no desean conocer mucho sobre el tema, pues no les llama la atención y creen que no le aportaría algo para sus vidas, menos para su formación.
- Se destaca la preocupación de los jóvenes por conocer, a través de fotografías, la verdad y la realidad.

Entrevistas a fotógrafos

Los cuatro fotógrafos entrevistados cuentan una larga trayectoria en la fotografía, unos desde la parte publicitaria, otros desde la documental, social, editorial y moda. Al preguntarles qué es la fotografía, Tatán Zuleta respondió que es un estilo de vida, un arte que ayuda a transformar a una persona como individuo; Mauricio Sánchez, manifestó que es como la vida misma y la forma de capturar el tiempo para siempre; Mao Campo sostuvo que es una máquina del tiempo que devuelve recuerdos e inmortaliza la belleza; y para Omar Flórez, la integración de arte, ciencia y técnica.

Tabla 1. Principales resultados de la consulta a estudiantes del Colegio INEM Jorge Isaacs

#	Consulta	Respuestas	%
1	¿Qué es la fotografía?	Una manera de expresar algo	36
		La representación de una imagen en un papel, fijada y reproducida en un formato	29
		Una captura que guarda un recuerdo	23
		Una imagen mostrada en cualquier parte	11
		Una foto de documento	1
2	¿Qué diferencia la fotografía documental de la publicitaria?	No sabe	74
		Documental, algo personal; publicitaria, a nivel mundial, reconocido.	1
		Documental, muestra hechos reales; publicitaria, ofrece un producto con un fin comercial.	17
		Documental, no sé; publicitaria es comercial, propaganda.	8
3	Cuál es el rol de la fotografía?	Llamar la atención de las personas para vender	76
		Informar algo para ser visto y creído	15
		Ayudar a comprender una noticia	9
4	¿Qué saben sobre fotografía?	Nada	52
		Copia de algo o alguien, en imagen	32
		Enfoque, planos, ángulos y cómo se toma la foto.	12
		Es un medio de comunicación visto desde diferentes puntos.	4
5	¿Qué les gustaría ver en una fotografía?	Naturaleza, animales	56
		Alegría, para que motive y no genere tristeza	19
		Las necesidades de la gente, lo que vive cada cultura	13
		La verdad	12
6	¿Consideran importante elaborar un manual fotográfico?	Sería interesante para aprender a manejar una cámara	40
		Otros	22
		No lo considero importante para mi vida	16
		Si, para saber manejar los mensajes en las redes sociales	11
		Tal vez haciéndolo los estudiantes se motiven a enfocar sus vidas laborales en la fotografía	11

En cuanto a la calidad de una foto y el criterio que cada fotógrafo usa para darle valor, Tatán Zuleta dice que el uso de la luz y sus modificadores son los que logran capturar la atención; Mauricio Sánchez menciona que es la magia, dado que tiene la capacidad de transmitir y generar al espectador lo que va más allá de lo que se puede ver; para Mao Campo es la perfecta combinación de aspectos técnicos TAY mensaje; y para Omar Flórez son los elementos estéticos de composición, el contexto y la técnica, los que hacen que una fotografía sea una buena foto, aparte de ser bonita.

Acercas de que sí una fotografía editada en la computadora no es una verdadera representación documentada Tatán Zuleta y Omar Flórez están de acuerdo, responden que no sería documentada si es documental; Mauricio Sánchez, por su parte, piensa que perdería su valor documental si es retocada excesivamente;

y Mao Campo asegura que esto depende del objetivo de la fotografía.

En la diferenciación entre la fotografía documental y la publicitaria Tatán Zuleta sostiene que la fotografía documental narra algún acontecimiento, mientras que en la publicitaria se trata es de vender, sin importar lo que tenga que modificar para causar un mayor impacto; asimismo, Mauricio Sánchez asegura que la documental es más fiel a la realidad, pretende ser testigo, mientras que la publicitaria construye realidades manipuladas por el comercio; Omar Flórez dice que el documental es la fotografía en sí, sin manipulación digital y la publicitaria es una imagen manipulada utilizada para vender un producto o una idea; para Mao Campo es un tema complejo, sobre el cual prefiere no opinar.

Los cuatro fotógrafos están de acuerdo en destacar la importancia del papel de la fotografía en los medios de

comunicación. Mauricio Sánchez afirma que es una de sus fuentes predilectas, ya que una imagen contiene más que mil palabras; Mao Campo dice que es la forma de descripción gráfica de mayor impacto; Tatán Zuleta sostiene que la fotografía tiene un papel crucial en cualquier medio de comunicación; y Omar Flórez indica que desde siempre ha sido parte de la comunicación, desde su captura, hasta su publicación.

En cuanto a sí el fotógrafo considera conveniente la lectura crítica de fotografías como una herramienta de formación en las aulas, Mauricio Sánchez dice que más que algo de conveniencia, lo considera una necesidad imperante, debido a que “estamos expuestos a miles de imágenes y no se tiene un elemento de juicio ante ellas”; Mao Campo reflexiona sobre la crítica constructiva como herramienta de formación valiosa para el estudio de la fotografía; Omar Flórez sostiene que se debe saber leer para estructurar una idea y plasmarla, por eso, sí la considera importante; y Tatán Zuleta afirma que no solamente es dar información sobre cómo crear una imagen, sino crear un buen criterio en la fotografía desde el aula.

Con respecto a sí la elaboración de un manual fotográfico que forme en lectura crítica de fotografía es clave para la educación desde aulas, Tatán Zuleta dice que crear éste manual eliminaría inmediatamente la posibilidad de expresión individual; Mauricio Sánchez no sabe con exactitud si un manual podría ayudar; Mao Campo piensa que podría cambiar el panorama del fotógrafo; y Omar Flórez manifiesta estar de acuerdo, siempre y cuando se concentre en datos técnicos, compositivos, sociológicos y su significación.

Los cuatro fotógrafos reconocen que una fotografía manipulada es más cercana al escenario de lo publicitario, y que la que más se acerca a la realidad es la documental, aunque, tal como Omar Flórez indica, toda fotografía es un documento. Tatán Zuleta dice que en ocasiones la fotografía tampoco es fiel a la realidad, porque los lentes pueden distorsionarla, pero indica que eso depende del uso técnico que se le dé.

Para los cuatro especialistas, el papel de la fotografía en los medios de comunicación tiene peso visual de gran impacto, por ello consideran importante formar en la lectura crítica de la imagen, no solamente en saber tomar una foto, sino en tener criterio para analizarla y determinar qué es lo importante y qué no.

Queda claro que los fotógrafos no son unánimes respecto de si un manual ayudaría a formar a los chicos en lectura crítica de imagen, sin embargo, sí están de acuerdo en promover una conciencia crítica de fotografía desde el aula.

Al revisar la información brindada por docentes, estudiantes y fotógrafos, se reconoce que se debería implementar nuevos métodos de enseñanza en colegios para promover una lectura crítica de la imagen fotográfica en los jóvenes, en todos los aspectos. En este caso, desde la competencia de un texto visual no verbal, para que despierte ese ojo de la mente que mantiene expuesto todo el tiempo a lo primero que ve. Quizá desde el punto de vista comercial no sea tan conveniente que se eduque a los jóvenes en las aulas, pues estos van ser más audaces en su pensamiento crítico –lo cual podría afectar la toma de decisiones frente a la compra, uso o consumo de productos, tendencias, estilos, entre otros–, pero sí es importante realizar un modelo que promueva una lectura con criterio en fotografía. Como decía el fotógrafo Tatán Zuleta, no solo se trata de explicar cómo tomar una fotografía, sino de darle sentido a la misma por medio de su análisis.

B. Fase 2. Observación no participante

A través de rejillas de observación que incluyeron indicadores en relación con el interés –entendido como el grado de atención que muestran los estudiante; la interpretación que le dan a lo que ven; la argumentación que consideran apropiada para ellos y el tipo de reflexión que hacen cuando analizan algo; la toma de decisiones, la autonomía y el tipo de emociones que tienen–, se halló que los estudiantes del colegio INEM “Jorge Isaacs” son jóvenes con un nivel de interés bueno, siempre y cuando no se desmotiven o desconcentren, todo depende de la motivación que posean frente a determinado tema; algunos manejan una interpretación adecuada que parte de una imaginación constructiva, la cual cada uno posee al despertar su atracción por lo que ven, escuchan o leen.

Son personas capaces de comprender ideas abstractas que los dirigen a desarrollar una creatividad ilustrada llevada a pensamientos de reflexión, sin temor a preguntar lo que les genere duda. En clases como artes, idiomas y español, hasta en la misma ética y religión, los estudiantes prenden esa chispa de fascinación cuando creen que no es correcto lo que se menciona, y muestran su inclinación respecto a cada tema.

Algunos son capaces de dar una valoración, mientras que otros solo describen lo que escuchan o ven de su compañero, y no interpretan ni tratan de pensar más por sí mismos, sino de valerse de lo que respondan los demás.

En ocasiones suelen dar unos argumentos claros, pero la mayor parte del tiempo siente necesidad de depender de otro. En clases, cuando se arman debates, algunos son muy frágiles de pensamiento y no saben cómo reaccionar, entran en una especie de coma mental y manifiestan una conducta de total incoherencia o desconocimiento; no obstante, hay otros que entienden y son capaces de argumentar, aunque son tímidos a la hora de hablar.

Estos jóvenes son reflexivos cuando se ven afectados por algo, toman decisiones apresuradas y emocionales, debido a que los afectan directamente y causan descontrol en todos sus ámbitos. Cuando leen y producen ideas muestran posturas y consideraciones que surgen con una destreza fácil, pero no todos tienen esa misma característica, muchos de los estudiantes no logran concentrarse, no captan los mensajes, y causan, de esta manera, una dispersión de mente y por ende preguntan o esperan a que otra persona conteste, para ellos decir lo mismo.

Para tomar decisiones aún les hace falta, no son autónomos al instante de decir algo, esto requiere de tiempo, espacio y momento. Claro está, que no todos actúan de la misma manera: hay muchos que están atentos y son arriesgados, defienden con todas sus capacidades sus posturas, y a veces chocan con sus compañeros por no pensar igual. Están en una etapa donde las emociones juegan un papel fundamental en todos los aspectos de su vida, lo cual afecta directamente una gran parte de sus decisiones; su nivel de concentración, rendimiento y razonamiento; y la elaboración de actividades, entre otras.

De lo anterior se puede inferir que los jóvenes muestran tener capacidades, pero carecen de actividades que los incentiven y estimulen para tener una buena lectura crítica en los diferentes elementos visuales, escritos y sonoros.

Los jóvenes, en su mayoría se muestran como adultos o jóvenes rebeldes, en una búsqueda de identidad, tratando

de encontrarse en el otro; con pensamientos más aterrizados quieren una dependencia total y se creen maduros.

Su atención depende del tema a tratar, del gancho o cercanía que pueda existir entre lo que ven, lee o escuchan; se desconcentran fácilmente y se dispersan con cualquier ruido; cuando no les agrada un tema prefieren hablar o molestar con su compañero, convirtiendo el aula en un espacio de relajo, no educativo. Pero cuando logran conectarse a la clase proponen y desarrollan expresiones importantes que suelen analizar, comparan contenidos y manejan una buena retentiva.

Cuando estos adolescentes adoptan posturas de interés hacia un asunto específico mejoran sus interpretaciones, quieren hablar y no darle oportunidad al otro para expresarse; no esperan a lo que afirma otra persona para ellos decir lo que piensan. Muchos de los jóvenes manejan buena apreciación y son hábiles cuestionando.

Son ágiles cuando tienen que argumentar excusas, su interés y atención varían dependiendo, a veces, del estado de ánimo que tengan: A veces tratan de manejarlo interpretando con razones claras y lógicas lo que observan. Algunos, a pesar de tener una iniciativa y facilidad de juicio, no se atreven a exponer delante de público porque se sienten incómodos, se intimidan y aíslan totalmente.

Muchos toman decisiones buscando simplemente no equivocarse, debido a que ya conocen lo bueno y lo malo. En ocasiones, cuando las cosas no son como pensaban, algunos se desmotivan, mientras que otros se cuestionan y reflexionan. Esto hace que los estudiantes se sientan útiles y se motiven a esforzarse para dar mejores criterios propios. Estos chicos tratan de controlar sus emociones para no verse afectados ni inseguros, son conscientes de sus actos y tratan de mantenerse estables. Son próximos a otra etapa de sus vidas, lo cual les brinda la posibilidad de centrarse en lo que quieren para su futuro. Muestran competencias de habilidad en todo, pero en momentos la pereza mental les gana.

La Tabla 2 presenta los resultados de la observación no participativa aplicada.

Tabla 2. Conocimientos de los bachilleres sobre la lectura crítica en imágenes

Grado	Edad	Interés	Interpretación	Argumento	Reflexión	Toma de decisiones	Emociones
10°	14-16	A veces	Si	A veces	Si	A veces	Si
11°	16-19	A veces	Si	A veces	Si	A veces	Si

VI. CONCLUSIONES: APORTE A LA ACADEMIA

No se puede negar que los estudiantes son consumistas –pasivos o activos– de una gran cantidad de imágenes; en este ejercicio cotidiano –en la red, los medios y la calle; en diversos canales, cada vez más novedosos y persuasivos–, algunos jóvenes tratan de cuestionar la veracidad de lo que observan, pero al mismo tiempo, muchos no lo hacen, solo absorben y dejan que lo recibido los transforme, para bien o mal, pero sin la respectiva reflexión.

Los instrumentos aplicados en ésta investigación, desde sus hallazgos, brindan a las escuelas una apreciación sobre las competencias que tienen sus alumnos en lectura crítica de fotografía, y a la vez son el aporte a la formación académica y al estímulo para la creación de herramientas pedagógicas didácticas que usen la fotografía como base de análisis que promueva al pensamiento crítico de los estudiantes.

Involucrar a diversos actores en el marco de las necesidades que planteó la pregunta problema permitió cumplir con el objetivo de indagar sobre la situación en la que se encuentran los bachilleres en competencias de lectura crítica de fotografías y, al mismo tiempo, obtener reflexiones valiosas a partir de lo que los directamente involucrados notan en el día a día.

La imagen, como concepto, es abstracta –o por lo menos adquiere valores según las propias perspectivas de quien la produce–, y esto ahonda la necesidad de establecer mecanismos de entendimiento agudos, pues desde su complejidad, la fotografías publicitaria y documental se presentan como complejas y subjetivas: un escenario caótico para aquellos que solo se enfrentan a ellas con fines meramente especulativos y sin sentido de abstracción.

Lo anterior deja clara la necesidad de un proceso de enseñanza aprendizaje en lectura crítica que forme a los jóvenes que tienen acceso directo a todo tipo de imágenes fijas, entre ellas fotografías, como medio de comunicación de gran impacto visual, y que puede influir en las decisiones o acciones, en competencias que procuren la deliberación a partir de los diversos discursos incrustados en las subjetividades de las composiciones que conforman un mensaje fotográfico publicitario o documental.

Uno de los hallazgos es precisamente en el marco de lo que profesores, estudiantes y fotógrafos desean para la adquisición de nuevos conocimientos en lectura crítica de imagen fotográfica: a través de las nuevas tecnologías de la información y el conocimiento.

Asimismo, los docentes están de acuerdo con promover el análisis de la imagen fotográfica desde el aula, como complemento a la lectura crítica tradicional de textos escritos, para que, en todo caso, alimente y fortalezca la intención de interpretar, para luego cuestionar, no solo textos, sino imágenes e inclusive videos. Es posición de los docentes afirmar que la introducción de este modelo de enseñanza aprendizaje de lectura crítica influirá e inducirá para que los alumnos dejen la pereza mental y logren poner en funcionamiento capacidades de cara a la construcción de criterios propios.

“Claro, así ayuda a despertar en estudiantes las capacidades para pensar y argumentar sobre temas diferentes desde un punto de vista personal”, indica la profesora Francy Victoria Aguirre; Viviana Matituy agrega “es evidente el estudio desde una didáctica para la formación en lectura crítica de la imagen en las aulas”, y Henry Guzmán “es importante la práctica constante alrededor de actividades que motiven a la lectura crítica de imagen, pero teniendo las herramientas de apoyo necesarias”.

Las instituciones educativas tienen la tarea de introducir en sus metodologías otro tipo de herramientas para la formación, que reconozcan, en este caso, a la fotografía como elemento constante, pero dinámico y variable, de la comunicación, más ahora, debido al impacto de las TIC. Es necesario desarrollar un modelo de lectura crítica propia, y para ello, se necesitan materiales de trabajo, estrategias e instrumentos propios que contribuyan al análisis y que influyan en la evolución del pensamiento de cada joven.

Los procesos de formación en el marco de la lectura crítica de la imagen fotográfica no pueden enfocarse solo en aprender a tomar una foto, sino que también en distinguir y tratar de comprender las fotos por su estética, composición y contenido, incluso los vacíos en su entendimiento. No hay que ver la fotografía de manera simple, sin importancia; el consumo de imágenes es cotidiano y, por la falta de conocimiento, obtuso. El fotógrafo Mauricio Sánchez dice

(...) es muy necesario recibir una formación en lectura crítica ya que estamos expuestos a miles de imágenes en nuestras vidas y no tenemos elementos de juicio para hacer frente a tan abrumadora experiencia, más que conveniente es una necesidad imperante.

Uno de los fotógrafos entrevistados mencionó que el aprendizaje de lectura fotográfica para los bachilleres, por una parte podía afectar el trabajo profesional del fotógrafo, al darle bases técnicas de su trabajo a los chicos, pero sería una buena opción si se inculca un buen criterio en fotografía desde el aula; no obstante, como menciona Tatán Zuleta, “La teoría ya está, lo que falta es crear la necesidad de avanzar y crear un criterio mejor”.

A partir de la observación no participante se logró detectar las diferentes expresiones comunicativas verbales y no verbales ligadas a las emociones, el interés, la argumentación, la interpretación, las reflexiones y la toma de decisiones por parte de los jóvenes, lo que permitió comprender y verificar que los estudiantes no son ajenos a los procesos mentales y a la lectura de imágenes; lo que hace falta es el método crítico. Para ello la alfabetización visual es necesaria; hay que generar otro tipo de pensamiento desde los escenarios educativos. Los estudiantes cada día son más consumistas y, a la vez, más pasivos frente a la cantidad de imágenes que absorben; puede ser que algunos traten de cuestionar la veracidad de lo que observan, pero aun así, hay mucho por hacer de cara a la buena formación de ciudadanos: educar sus ojos y fortalecer sus reflexiones para construir mejores sociedades. Los profesores son conscientes de la necesidad de un cambio en la educación en el que es indispensable promover el análisis de un documento que no tiene texto, pero que todo lo que lo compone dice algo: la imagen fija incluida en el discurso fotográfico.

VII. REFERENCIAS

- Álvarez, L. E. (2004). *Transformación de los estilos de conocimiento en los estudios de la comunicación mediática en Colombia*. Bogotá, Colombia: Rudecolombia.
- Arizaga, R. (Coord.). (2009). *Modelos pedagógicos: pedagogía crítica*. Lima, Perú: Fargraf.
- Bresson, H. C. (2003). *Fotografiar del natural*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Cajiao, F. (1996). Atlántida: una aproximación al adolescente escolar colombiano. *Nómadas*, 4. Recuperado de: http://rai.ucecentral.edu.co/images/editorial/nomadas/docs/nomadas_4_6_atlantida.pdf
- Craig, G. (1994). *Desarrollo psicológico*. México DF: Prentice-Hall.
- Debes, J. (1968). Some foundations for visual literacy. *Audiovisual Instruction*, 13(9), 961-964.
- Eguizábal, R. (2001). *Fotografía publicitaria*. Madrid, España: Cátedra.
- Erikson, E. (1987). *Identidad, juventud y crisis*. Rio de Janeiro, Brasil: Guanabara.
- Fontcuberta, J. (1997). *El beso de Judas: fotografía y verdad*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

- Good, T. & Brophy, J. (1996). *Psicología educativa contemporánea*. México DF: McGraw-Hill.
- Gutiérrez, J. (2005). *Etnografía*. Recuperado de: <http://datateca.unad.edu.co>
- Ley 1341 de 2009. (2009, julio 30). *Diario Oficial No. 47.426*. Bogotá, Colombia: Imprenta Nacional.
- Marques, J. (2001). Identidad del campo de la comunicación. *Diálogos*, 62, 26-34.
- Mertens, L. (2002). *ISO 9000:2000 y competencia laboral: el aseguramiento*. Montevideo, Uruguay: CINTERFOR/OIT.
- Omar, F. (2013). *Evolución fotográfica*. Cali, Colombia: Centro Integrado de Arte y Desarrollo.
- Orozco, G. & Creel, M. (1990). *Educación para la recepción*. Bogotá, Colombia: Trillas.
- Perrenoud, P. (2009). Construir las competencias, ¿es darle la espalda a los saberes? *Red U. Revista de Docencia Universitaria*, número monográfico. Recuperado de: <http://revistas.um.es/redu/article/view/35261/33781>
- Real Academia Española [RAE]. (2013). *Diccionario de la lengua española*. Madrid, España: Espasa-Calpe
- Rodríguez, T. (2009). Sobre el potencial teórico de las representaciones sociales en el campo de la comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 11, 11-36.
- Uriarte. (2013). *La lectura crítica, una herramienta de formación del pensamiento crítico en la universidad*. Recuperado de: <http://www.redem.org/la-lectura-critica-una-herramienta-de-formacion-del-pensamiento-critico-en-la-universidad/>
- Uso pedagógico de tecnologías y medios de comunicación exigencia constante para docentes y estudiantes. (2005). *Al Tablero No.33*. Recuperado de: <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-87580.html>
- del Valle, F. (2002). Indización y representación de documentos visuales y audiovisuales. En: *Manual de Ciencias de la Documentación* (pp. 467-488). Madrid, España: Pirámide.

CURRÍCULOS

Yurleni Ramírez, Comunicadora Social de la Universidad Santiago de Cali.

Rodrigo Bravo, Magister en Educación Superior de la Universidad Santiago de Cali. Licenciado en Lenguas Extranjeras, Comunicador Social y Periodista.