

CÓDIGOS

“La lectura correcta de una composición depende en gran medida de determinadas convenciones. Esas convenciones tienden a estandarizar la manera de representar una idea, de modo que, por ejemplo, en el arte cristiano se sabe que el lirio simboliza la virginidad de María, las ovejas son discípulos y los ciervos bebiendo de una charca muestran la recreación de los fieles.

No obstante, cuanto más depende del conocimiento una experiencia artística, menos directa resultará probablemente.”

Rudolf Arnheim (Barcelona 79).

En el apartado destinado al lenguaje plástico-visual, podemos incluir un tercer elemento de la comunicación: los CÓDIGOS. Entre el emisor y el receptor de un determinado mensaje visual, se establece una compleja relación:

- El artista o diseñador/a quiere expresar sus sentimientos, sus vivencias o ideas a través de la manipulación de unos materiales plástico-visuales (los elementos materiales del proceso de creación).
- La fuente de la necesidad expresiva puede estar ligada al momento vivido inmediatamente antes, o basarse en experiencias pasadas. Comentaba un día, en una entrevista, el poeta **José Hierro** que las experiencias vitales que inspiran una poesía pueden almacenarse, congelarse, en la memoria del creador. Que pueden volverse a activar por un deseo expreso del poeta: cuándo considera que merece la pena decir algo, o cuando ese material es susceptible de recibir un tratamiento artístico (escribir sobre ellas).
- Las finalidades o funciones de las producciones icónicas pueden ser diversas: anunciar un nuevo producto, dejar constancia de la existencia de una empresa, obtener una imagen-recuerdo de un viaje o de un grupo de personas, intentar captar los aspectos visuales externos de un paisaje, dejar salir las emociones a través de las manchas de color, inventar una historia mediante viñetas... **Cada una de estas finalidades va a exigir del artista o creador/a una acomodación distinta del proceso comunicativo.**
- En el proceso de configuración, además de los materiales, instrumentos y soportes, el artista emplea un repertorio personal de elementos formales, aquellos que considera oportuno combinar o articular, para la elaboración de la obra o la imagen. Y los emplea, como ya hemos dicho, utilizando un conjunto de reglas de sintaxis.
- En las fases diferentes del proceso de creación artística, además de los elementos materiales y de los elementos formales, **intervienen toda una serie de experiencias, ideas y conocimientos anteriores.** Es el bagaje personal de cada artista. Sus aprendizajes

previos pueden ayudar a resolver los problemas compositivos. O pueden suponer una traba, una barrera, porque en la resolución de los problemas artísticos no hay una única solución posible.

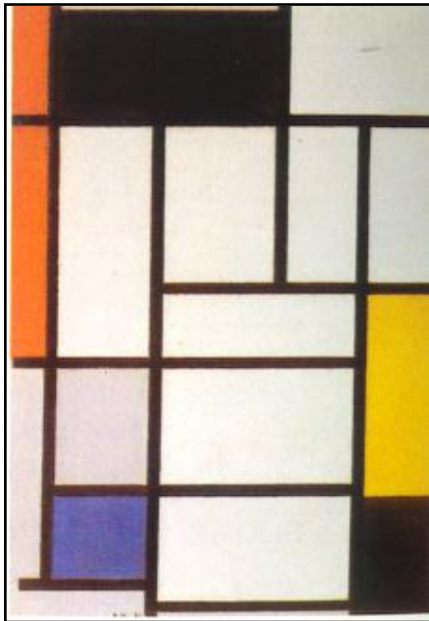
El artista o diseñador/a, además de sus vivencias, dispone de unos conocimientos sobre los estilos artísticos, sobre las funciones del arte, sobre los gustos y las modas del público... **Su proceso creativo es producto de una larga trayectoria histórica y social.**

- Dentro del amplio conjunto de manifestaciones artísticas, cada modo de representación, cada género o estilo artístico, tiene unos **códigos** distintos. Podemos entender por código el conjunto de acuerdos, más o menos compartidos (comunes) que se dan entre el emisor o creador/a y los espectadores o receptores/as (según las épocas, según el contexto cultural, según las circunstancias).
- Pongamos un ejemplo: el dibujante o diseñador/a de mensajes icónicos sencillos (pictogramas) destinados a la comunicación visual en las sociedades contemporáneas, sabe que al crear unos mensajes determinados (unos pictogramas para una empresa, o para un acto deportivo en el que participarán personas que hablan varios idiomas), tiene que respetar, de *salida*, por imposición del contexto y por la conveniencia social, una serie de acuerdos o normas. Las formas tienen que ser muy sencillas. La gama de color muy reducida. Se utilizarán tintas planas (sin tonalidades ni texturas). La composición de las formas tendrá que favorecer la percepción clara y nítida del mensaje por parte del posible público espectador/a.



- No obstante, aunque parezca que el peso de las convenciones pueda ser excesivo para el diseñador/a, las iniciativas personales, la capacidad creadora del individuo, siempre permitirán un margen de posibilidades distintas. Saber moverse entre las convenciones o acuerdos de la comunicación visual y los márgenes de libertad, es uno de los placeres ocultos del Arte.

- Los posibles espectadores o receptores/as de las imágenes creadas o de las obras artísticas, a su vez, tendrán que conocer también los códigos más usuales de las artes plástico-visuales. Ante un cuadro abstracto de **Mondrian**, una persona formada, conocedora de las convenciones culturales, sabrá lo que puede esperar de esa obra. No buscará en ese cuadro una representación realista de un paisaje, ni unas figuras cargadas de religiosidad, ni una proclama revolucionaria... Ante todo, la persona educada en el dominio de los códigos, comprenderá que está ante un tipo de pintura abstracta que *hace gala* del orden y la buena composición. Allí, en el lienzo, lo que hay son pigmentos (colores) y líneas negras que se cruzan delimitando espacios. Y si nuestro espectador/a, además, ha leído un poco del pensamiento del autor, o si tiene una intuición trabajada, podrá suponer que en el lienzo hay una fuerte carga de simbolización. Que el artista, tras esa buena armonía de formas y colores, escondía unas ideas, una concepción mística del universo.



¿Cuáles serían los objetivos pedagógicos respecto a este tema?

De forma muy simplificada: **dotar a los alumnos/as de Educación Infantil del mayor número posible de códigos**. Desarrollar las capacidades que le permiten entender y recibir (en las condiciones adecuadas) los mensajes y propuestas de las diferentes formas de representación artística. Y esa tarea no se realiza en un día. Es un trabajo constante, repetido, que puede surgir de manera ocasional (cuando en una vista o en un paseo, los niños y niñas se encuentran en una calle el símbolo de una cruz verde anunciando una farmacia), o que puede planificarse a lo largo de los tres cursos.

- Favoreciendo las vivencias directas de situaciones de comunicación (llevamos un cartel publicitario a clase; lo describimos y comentamos).
- Trabajando las señales de tráfico, los pictogramas más conocidos.
- Preparando su propia exposición de trabajos (anunciándola, enmarcando las pinturas, colocando las figuras, observando como el educador/a escribe el título, la fecha y el nombre en un pequeño papel).
- Visitando una sala de exposiciones (comentando el ambiente).
- Visitando un museo (comentando el ambiente).
- Visitando un supermercado o un gran almacén (y comparando entre la publicidad y los carteles, por un lado, y los cuadros y esculturas, por otro).
- Visitando las exposiciones de otros compañeros/as, de otros cursos.
- Visitando el taller de un artista, fotógrafo, artesano...
- Verbalizando lo que esperamos encontrar en un periódico, en una revista, en un catálogo comercial, en un cuento, en un libro de la biblioteca...
- Aprendiendo a saber comportarse en la sala de audiovisuales (diapositivas, programas de televisión, vídeos...).
- Aprendiendo a saber comportarse en una representación teatral.
- Y comparando la diferencia de una actuación (baile, danza, canción...), y de una fiesta como el carnaval, donde se exige del espectador una participación activa.

Podríamos seguir enumerando situaciones educativas en las que podemos acostumbrar a los niños y niñas a disfrutar de las obras artísticas, o a contemplar los mensajes visuales, sin necesidad de hacer nada extraordinario.

La Escuela Infantil, entre sus funciones socializadoras, tiene la misión de abrir horizontes culturales. Dotando de sentido a cada hecho o actividad de comunicación. De otro modo (recordar las citas de **Eisner**), determinados procesos quedarán cerrados para siempre.



“Reconocer una imagen es ciertamente un proceso complejo que pone en juego muchas facultades humanas, tanto innatas como adquiridas. Pero sin un punto de partida natural nunca llegaríamos a lograrlo...”

Esa sensación del espectador, al encontrarse en plena calle con colores chillones y formas simples, le hace decir: ¡Cuidado, esto significa algo!”

E. H. Gombrich (del libro “LA IMAGEN Y EL OJO”, Madrid, 87).

