

TEMA 5.

Forma e imagen. Factores objetivos y subjetivos en la apreciación formal. Psicología de la imagen.

Autor: Jorge Moreno Ortega

ESQUEMA/ ESTRUCTURA TEMA 5

1. INTRODUCCIÓN	1
2. LA FORMA. APARIENCIA EXTERNA Y ESTRUCTURA	2
2.1. <i>El borde visual de la forma</i>	2
2.2. <i>Tipos de formas</i>	3
3. LA IMAGEN	4
3.1. <i>Imagen y realidad</i>	4
3.2. <i>Escala de nivel o grado de iconicidad de una imagen</i>	5
3.3. <i>Tipos de imágenes</i>	5
3.4. <i>Funciones de las imágenes</i>	7
4. FACTORES OBJETIVOS EN LA APRECIACIÓN FORMAL.....	7
4.1. <i>Características del sistema visual</i>	7
4.2. <i>Edwin Boring, la percepción de la forma</i>	7
5. FACTORES SUBJETIVOS EN LA APRECIACIÓN FORMAL	8
5.1. <i>Individualidades físicas y psicológicas</i>	8
5.2. <i>Atención y búsqueda visual</i>	9
5.3. <i>Conocimiento y credibilidad. La interpretación</i>	9
6. PSICOLOGÍA DE LA IMAGEN	10
6.1. <i>Procesos que intervienen</i>	10
6.2. <i>Edgar Rubin, estudios psicológicos sobre figura y fondo</i>	10
6.3. <i>La psicología de la Gestalt</i>	11
6.4. <i>David Navon. La organización jerarquizada y temporal de la percepción</i> .	12
6.5. <i>Psicología de la forma</i>	12
6.6. <i>Psicología del color</i>	13
7. CONCLUSIONES	14
8. BIBLIOGRAFÍA	

1. INTRODUCCIÓN

"¿Abro los ojos y veo?" es la pregunta que se hace el premio nobel de medicina Francis Crick (1994) en su libro *La búsqueda científica del alma* para explicar que la percepción visual es un proceso mucho más complejo que el mero hecho de presenciar imágenes.

La relación entre forma e imagen constituye un fascinante campo conceptual que trasciende la mera apariencia visual de los objetos. Mientras que la forma se sumerge en la esencia estética y estructural de un objeto, la imagen emerge como su representación palpable. No obstante, la complejidad inherente al concepto de forma nos invita a explorar diversas perspectivas para desarrollar estos conceptos. Por lo tanto, vamos a abordar el tema desde un punto de vista psicológico, pero también analógico y filosófico.

De manera análoga, la imagen no es solo lo que vemos, sino cómo nuestra mente interpreta y percibe lo que se está viendo. En este estudio realizaremos un análisis minucioso de los factores objetivos y subjetivos que intervienen en la apreciación formal de las imágenes y las formas. Como veremos, no solo observamos lo que está frente a nosotros, sino que también vamos a explorar cómo nuestra mente procesa y entiende estas imágenes.

Este viaje conceptual no concluye sin indagar en los aspectos psicológicos que tejen la apreciación de las imágenes. La mente del observador se convierte en un terreno singular donde se entrelazan la percepción, la emoción y la interpretación, dando forma a una experiencia única y subjetiva.

2. LA FORMA. APARIENCIA EXTERNA Y ESTRUCTURA

En general, la forma se puede definir como el conjunto de líneas y superficies que determinan la planta, el contorno o el volumen de una cosa, pero en relación al lenguaje visual, la forma se puede entender de dos maneras: atendiendo a su apariencia externa, o bien a su estructura. Así lo justifica el catedrático y profesor de teoría de la imagen Justo Villafañe Gallego (2006) en su libro *Introducción a la teoría de la imagen* parafraseando al artista Ben Shahn quien afirmó que "la estructura es la forma visual del contenido", haciendo una distinción entre la apariencia externa de la forma y la forma estructural.

- La forma como **apariencia externa**: La forma puede referirse a la apariencia externa de un objeto o elemento visual. Esta apariencia puede ser modificada por diversos condicionantes físicos y psíquicos, como la iluminación, el entorno, el punto de vista del observador y su experiencia visual previa, entre otros. En este sentido, la forma de un objeto puede variar según las circunstancias en las que se le perciba. Por ejemplo, la forma de una manzana puede parecer diferente en distintas condiciones de iluminación o ángulos de visión.

- La forma como **estructura**: La forma también se puede referir al esqueleto estructural de un elemento visual. Esta acepción de la forma es inmutable, lo que significa que es inherente a la naturaleza del objeto o elemento y no cambia con la iluminación o el punto de vista. En un campo más artístico, esta definición se relaciona con la identidad visual y estilística de un objeto o una obra de arte. Por ejemplo, la forma expresiva y plástica de una escultura es parte del estilo único y distintivo de su autor.

Desde el punto de vista de la filosofía, algunos pensadores también han reflexionado sobre la forma, así, Aristóteles manifiesta que ni forma ni materia existen por separado y que la forma está siempre incluida en la materia. Para Kant la forma es un concepto, una idea a priori que sirve de fundamento al conocimiento. Es una verdad necesaria. Por su parte Hegel dice que

la forma es tan esencial para la esencia como ésta lo es para sí misma, no se la puede concebir y expresar simplemente como esencia.

2.1. EL BORDE VISUAL DE LA FORMA

Como hemos visto, la visualización de las formas implica la percepción de una realidad superficial que posee una estructura definida y limitada en el espacio. La noción de **“borde visual”** juega un papel crucial en este proceso, estando influenciado por aspectos como la iluminación y el punto de vista, que definen los límites perceptibles.

En los procesos perceptivos la mente tiene la capacidad de reconocer bordes, apoyándose para ello en aspectos como la luminosidad, el color y la textura de las formas. Otro factor esencial es el concepto de **contraste**, ya que, a mayor contraste con el fondo, existe mayor facilidad para reconocer el borde visual.

En este contexto, el borde visual representa el contorno aparente de las formas tridimensionales, y de manera más o menos real el de las formas planas. Para estas últimas, los conceptos de **formato y marco** adquieren especial relevancia, con connotaciones relacionadas con el tamaño y la proporción. Un ejemplo de ello lo encontramos en la fotografía o el cine, donde la elección del formato y el encuadre afecta a la expresión y a la percepción de las formas y por lo tanto de la imagen en general, influyendo en la interpretación y las emociones del espectador.

2.2. TIPOS DE FORMAS

La clasificación de las formas ayuda a artistas, diseñadores y observadores a comprender mejor su diversidad en el mundo visual, y a apreciar cómo estas pueden ser utilizadas de manera efectiva en diversos contextos creativos. Cada categoría aborda diferentes aspectos de las formas y su relación con la creación y la percepción visual dependiendo de sus características.

Según su **origen** pueden ser:

- **Naturales:** Formas que se encuentran en la naturaleza y se han formado gradualmente debido a procesos como la erosión o la evolución biológica.
- **Artificiales:** Formas creadas por el ser humano, a menudo inspiradas en la naturaleza, pero también creadas por la intervención humana.

Según su **configuración** pueden ser:

- **Orgánicas:** Formas que no siguen normas o medidas precisas y a menudo se asemejan a las formas encontradas en la naturaleza, como plantas o montañas.
- **Geométricas:** Formas que son más esquemáticas, delimitadas y concretas, y que siguen leyes matemáticas precisas, como círculos, cuadrados y triángulos. Las formas geométricas también pueden ser regulares e irregulares.
- **Idealizadas:** Formas que se ajustan a normas o cánones específicos y que pueden variar significativamente de las formas naturales en busca de un ideal estético.

Según su **finalidad** pueden ser:

- **Funcionales:** Formas diseñadas con una utilidad práctica, como objetos de diseño industrial o arquitectura.
- **Estéticas:** Formas creadas principalmente para el placer visual y espiritual, como una pintura, una escultura, una fotografía, etc.

Según su **grado de iconicidad** pueden ser:

- **Realistas:** Formas que pretenden representar fielmente la realidad.
- **Subjetivas:** Interpretaciones libres de la realidad con variaciones notables.
- **Figurativas:** Formas que hacen referencia a la realidad, y que, aunque no la representen fielmente tienen un nivel alto de iconicidad.
- **Abstractas:** Formas que tienen poca o ninguna relación con la realidad y no buscan representar el aspecto real de la naturaleza.

Según sus **dimensiones** pueden ser:

- **Bidimensionales:** Formas representadas en un plano, con solo dos dimensiones, altura y anchura.
- **Tridimensionales:** Formas con volumen que ocupan un lugar en el espacio. Sus tres dimensiones son altura, anchura y profundidad.

Según su **estructura** pueden ser:

- **Sencillas:** Formas básicas y elementales, como triángulos equiláteros, cuadrados y círculos, o combinaciones simples de estas formas.
- **Complejas:** Formas que se crean mediante combinaciones más elaboradas de las formas sencillas, lo que puede dar lugar a estructuras más intrincadas.

3. LA IMAGEN

La imagen es una herramienta poderosa para comunicar ideas y emociones, y puede ser utilizada para una variedad de propósitos, desde la educación hasta el entretenimiento.

Vivimos en un mundo rodeados de imágenes, y la manera en que se representa una imagen puede tener un gran impacto en cómo se percibe y se interpreta. Por ejemplo, una imagen puede ser realista o abstracta, lo cual afectará a su interpretación. En general, la imagen es una herramienta importante para la comunicación visual y puede ser utilizada de muchas maneras diferentes.

3.1. IMAGEN Y REALIDAD

Cuando miramos un dibujo, una fotografía, una escultura... lo que estamos viendo es una imagen que representa la realidad. Si miramos el paisaje desde una ventana lo que estamos viendo es directamente la realidad. En cuanto a esta realidad, podríamos definirla, en todo caso, como una imagen natural, proyectada en la retina y reconocida por el cerebro. Por lo tanto, una imagen, ya sea figurativa o abstracta, está configurada por formas, y es una representación visual de una realidad.

Así lo justifica el profesor Jesús Valverde Berrocoso (2001) en su artículo *Morfología de la imagen*, "una imagen nunca es la realidad misma, si bien cualquier imagen mantiene siempre un nexo de unión con la realidad independientemente del grado de parecido o fidelidad que guarde con ella". Por consiguiente, toda imagen es un modelo de realidad.

En esta misma línea, Justo Villafañe Gallego (2006) indica en su libro *Introducción a la teoría de la imagen* que "toda imagen tiene un referente en la realidad y constituye modelos de realidad sea esta real o abstracta".

3.2. ESCALA DE NIVEL O GRADO DE ICONICIDAD DE UNA IMAGEN

La esca o grado de iconicidad de una imagen es una taxonomía que se basa en la semejanza entre una imagen y su referente.

Justo Villafañe Gallego (2006) en el libro citado anteriormente hace una clasificación de 11 valores de las imágenes en función del grado de correspondencia que estas guardan con la realidad que modelizan, añadiendo criterios y ejemplos. Así el número 11 sería la imagen natural percibida directamente de la realidad, y el 10 se correspondería con la imagen que más se asemeja a la realidad que representa, y continúa en orden descendente conforme la imagen se aleja de su parecido con el modelo real:

11. Cualquier percepción de la realidad.
10. Modelo tridimensional a escala (una escultura como *La Venus de Milo*).
9. Imágenes de registro estereoscópico (un holograma).
8. Una fotografía en color.
7. Una fotografía en blanco y negro.
6. Una pintura realista (*Las meninas* de Velázquez).
5. Una representación figurativa no realista (*El Guernica* de Picasso o una caricatura de Peridis).
4. Un pictograma (siluetas, monigotes infantiles).
3. Esquemas motivados (organigramas, el plano de una vivienda).
2. Esquemas arbitrarios (una señal de tráfico: prohibido el paso).
1. Representación no figurativa (un cuadro abstracto de Miró).

Villafañe indica también que el grado 11 (la imagen natural) sería el reconocimiento de la realidad, las imágenes correspondientes a los niveles 10, 9, 8 y 7 son las más adecuadas para satisfacer funciones descriptivas, los niveles 6 y 5 son los más apropiados para la expresión artística, los niveles 4, 3 y 2 los más idóneos para ofrecer información visual y por último el nivel 1 se refiere a imágenes cuya función va desde la búsqueda de nuevas formas de expresión visual hasta la ausencia de tal función.

3.3. TIPOS DE IMÁGENES

En principio podemos hacer una gran clasificación de las imágenes en dos tipos. Las **imágenes naturales y mentales** percibidas directamente de la realidad, o producidas en la mente, como cuando miramos la realidad o soñamos, y las **imágenes representadas** en un soporte físico, como sería un dibujo, una pintura, una escultura, una fotografía...

Dependiendo de su **relación con la realidad y su significado** distinguimos entre **iconos** y **símbolos**:

-**Las imágenes icónicas** comparten mayor o menor similitud con lo que representan por medio de una semejanza esencial que permita su asociación. Por ejemplo, el pictograma de una taza indicando la existencia de una cafetería, sería un icono o imagen con un bajo grado de iconicidad, concretamente un 4 en la escala de Justo Villafañe.

-**Las imágenes simbólicas** están influenciados por códigos colectivos y evocan conceptos o ideas. En función de si guardan o no parecido con la realidad pueden ser **figurativas** o

abstractas. Por ejemplo, para representar la paz, una paloma blanca con una rama de olivo sería una imagen simbólica figurativa, y un círculo con un diámetro vertical y dos radios formando una "V" invertida sería una imagen simbólica abstracta.

Justo Villafañe Gallego (2006) también hace una clasificación de las imágenes **en función de su apariencia**, utilizando como criterio la materialidad de las imágenes. Serían las imágenes mentales, las naturales, las creadas y las registradas.

-Imágenes naturales: extraídas del entorno cuando las condiciones lumínicas lo permiten, estas imágenes tienen como soporte la retina y poseen el grado de iconicidad más elevado. Es decir, guardan una relación cercana con lo que representan. Necesitan tener delante el modelo real para producirse.

-Imágenes mentales: creadas por nuestra mente, estas imágenes son diversas y no requieren un estímulo físico para existir ni tampoco un soporte físico. Son fruto de nuestra capacidad mental para visualizar y recordar. A su vez Ulric Neisser (1976) en su obra *Procesos cognitivos y realidad* distingue las imágenes mentales entre imágenes eidéticas (que se recuerdan con detalle), hipnagógicas (aparecen durante el adormecimiento o el cansancio), oníricas (en los sueños), alucinatorias (en trastornos mentales o bajo sustancias psicotrópicas) y ordinarias (pensamientos).

-Imágenes creadas: son aquellas que creamos conscientemente y que necesitan un soporte físico para existir. Suelen tener una intención comunicativa y expresiva, y están producidas por la manipulación de herramientas (gráficas o plásticas) sobre soportes (bidimensionales o tridimensionales). Dentro de este grupo estarían todas las técnicas artísticas de dibujo, pintura, escultura y grabado. Se caracterizan y valoran por su exclusividad y autenticidad.

-Imágenes registradas: son las imágenes creadas a través de medios técnicos (cine, televisión, ordenador, fotografía, impresión) y se caracterizan por su capacidad de reproducción a partir del original. Existen tres tipos de registro: **por adición**, por ejemplo, las pinceladas sobre un lienzo, **por modelación**, como ocurre en la escultura o en la matriz de un grabado y **por transformación**, que implican una alteración en la materia del soporte como ocurre con las emulsiones fotosensibles cuando son impresionadas por la luz.

Las imágenes creadas y registradas se dividen a su vez en originales y copias.

- **Originales:** estos pueden ser **únicos**, como una pintura, o **múltiples**, como grabados y fotografías artísticas.
- **Copias:** a su vez, las copias pueden ser **registradas**, como una lámina fotografiada de un cuadro, o **creadas**, como cuando se pinta un cuadro teniendo como modelo una imagen original única.

3.4. FUNCIONES DE LAS IMÁGENES

Desde el punto de vista de la comunicación visual, la imagen puede desempeñar principalmente una función simbólica, representativa, expresiva u ornamental.

Simbólica: La imagen puede actuar como un símbolo, representando ideas, creencias o ideologías. Esta función a menudo se basa en asociaciones convencionales, ya sean mágicas, religiosas o de culto.

Representativa: La imagen puede describir situaciones, cumpliendo una función representativa. Este enfoque se ha observado a lo largo de la historia del arte, donde las obras capturan y representan eventos, personas o lugares.

Expresiva: La imagen puede expresar sentimientos y emociones, buscando transmitir algo al espectador. La capacidad de evocar emociones y generar conexiones emocionales es una función esencial del arte y la comunicación visual.

Ornamental o estética: La función ornamental se centra en embellecer el entorno visual. En este caso, la relación directa con la representación de ideas puede no ser crucial; la imagen busca hacer el mundo más hermoso y estético.

4. FACTORES OBJETIVOS EN LA APRECIACIÓN FORMAL.

4.1. CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA VISUAL

Desde el punto de vista fisiológico, la información que se transmite al cerebro a través de los órganos de la visión se ve afectada, entre otras cosas, por la duración de los estímulos visuales y por los movimientos oculares. El fenómeno de "adaptación" implica la necesidad de un tiempo para que la pupila del ojo se acostumbre a los cambios repentinos en la iluminación, y los movimientos oculares pueden suponer en una pérdida de sensibilidad ante diferentes estímulos visuales.

Descubrimientos recientes revelan la existencia de células especializadas en el nervio óptico que responden a estímulos visuales permanentes o transitorios. Jacques Aumont (1992) en su libro *La imagen*, describe dos tipos de respuestas temporales del sistema visual: una lenta, relacionada con la persistencia en la retina, y otra rápida, que afecta la percepción de imágenes móviles, incluyendo el centelleo (sensación de deslumbramiento) y el enmascaramiento visual (cuando un estímulo visual rápido perturba a otro anterior).

4.2. EDWIN BORING, LA PERCEPCIÓN DE LA FORMA.

En la primera mitad del siglo XX, el psicólogo estadounidense Edwin Garrigues Boring publicó los principios de organización perceptual de la forma. Estos principios ofrecen una comprensión de cómo nuestro cerebro organiza y percibe las formas visuales.

-Relación Forma-Fondo: Este principio se refiere a la percepción de la figura principal (forma) en relación con su fondo. Puede haber momentos en los que la forma predomina sobre el fondo, igualdad entre la figura y el fondo, o cuando el fondo predomina sobre la forma.

-Articulación: Este principio sugiere que hay una jerarquía en la percepción de formas, donde las formas más simples son percibidas más fácilmente que las formas complejas. La mente tiende a organizar la información visual de manera que las formas más simples se asimilan y se aprehenden mejor.

-Formas Buenas-Formas Malas: Aquí, se hace referencia a que ciertas formas "buenas" tienen más probabilidades de ser reconocidas y recordadas. Estas formas tienden a persistir y repetirse en la memoria del observador.

-Formas Fuertes-Formas Débiles: Este principio distingue entre formas "fuertes" y "débiles". Las formas fuertes son coherentes, duraderas y mantienen su identidad con resistencia, a diferencia de las formas débiles que pueden ser más efímeras o menos distintivas.

-Formas Cerradas-Formas Abiertas: Se refiere a cómo el contorno de una forma puede hacer que se perciba como una superficie cerrada o como algo que se expande por el fondo. Las formas cerradas tienen límites definidos, mientras que las formas abiertas pueden fusionarse más con su entorno.

Además, las propiedades de las partes de las formas, según Edwin G. Boring, también influyen en la percepción visual de las formas, y estas propiedades se relacionan con su significado y las relaciones que representan en el estímulo visual. Estas características se pueden conectar con las mencionadas anteriormente.

-Base dinámica de la forma: El movimiento desempeña un papel importante en la apariencia de las formas y en los procesos perceptuales que se llevan a cabo durante su visualización.

-Persistencia de la forma: Después de ser percibida, la forma se mantiene en la memoria y puede repetirse al reproducirse el estímulo que la generó.

-Constancia de la forma: Las propiedades de color, tamaño y forma tienden a conservarse, lo que significa que percibimos las formas de manera consistente a pesar de las variaciones en las condiciones de iluminación, distancia, etc.

-Simetría de la forma: La tendencia hacia el equilibrio y la proporción es evidente en la búsqueda de la simetría o la aproximación a la simetría en las formas.

-Proximidad y semejanza: Las unidades que son similares en tamaño, forma y color tienden a combinarse más fácilmente en formas más articuladas. Además, las unidades cercanas tienden a combinarse mejor que las unidades distantes.

-Significado de las formas: Las formas con un significado claro y definido se perciben más fácilmente y persisten más en la memoria que aquellas con significados ambiguos o dispersos.

-Fusión de formas: En el proceso de fusión, las formas simples tienden a fusionarse de manera más efectiva que las formas complejas.

5. FACTORES SUBJETIVOS EN LA APRECIACIÓN FORMAL

5.1. INDIVIDUALIDADES FÍSICAS Y PSICOLÓGICAS.

Cada individuo tiene unas características físicas, fisiológicas y psicológicas que condicionan y juegan un papel fundamental en el desarrollo de su percepción, lo cual hace que esta sea única y personal.

Según el filósofo del siglo XVII René Descartes, la capacidad pasiva de recibir imágenes sensoriales sería beneficiosa solo si existiera en la mente una facultad activa más elevada, capaz de dar forma a esas imágenes y corregir los errores derivados de la experiencia sensorial. Esto quiere decir que el cerebro no es capaz de asimilar toda la información visual que presencia el ojo, por lo que la atención se vuelve selectiva y una vez más se hace única en cada individuo.

Posteriormente, otro filósofo, Gottfried Leibniz introdujo la idea de dos niveles de cognición clara, una superior y otra inferior:

-El **razonamiento**, una forma suprema de cognición capaz de analizar los componentes de las cosas, se considera superior.

-La **experiencia sensorial**, una forma de cognición de nivel inferior, donde todos los elementos se presentan fusionados y mezclados en un todo indivisible.

Muchos estudios parten de la base de que la percepción fisiológica es uniforme para todos, pero esto no es cierto. Los factores físicos individuales convierten a la población en una masa

heterogénea en términos de percepción. Las diferencias en la manera en que las personas perciben colores, luces, umbrales perceptivos, y la presencia de anomalías y enfermedades visuales contribuyen a esta diversidad perceptual.

5.2. ATENCIÓN Y BÚSQUEDA VISUAL.

La atención y la búsqueda visual implican un examen detallado a través de la exploración visual activa. Este proceso requiere una **predisposición** hacia la imagen, ya que implica una acción voluntaria más relacionada con la observación que con la mera percepción. La experiencia y numerosas investigaciones han evidenciado que las imágenes son examinadas mediante fijaciones sucesivas de la mirada para llevar a cabo su análisis.

A pesar de las afirmaciones sobre un orden o dirección específica en las fijaciones de la mirada, la evidencia sugiere más bien **repeticiones cercanas** en áreas con abundante información. El resultado de estas observaciones sucesivas contribuye a la configuración de la percepción de la imagen.

El ojo no actúa como un explorador pasivo del mundo; en realidad, busca activamente y crea imágenes mentales de ese mundo. Cuando observamos una imagen, no solo se trata de lo que nuestros ojos captan o hacia dónde se dirige nuestra mirada, sino más bien de cómo nuestro cerebro procesa la información. Y este también es un proceso individual y único en cada individuo. Por lo tanto, la atención y búsqueda visual están conectadas con la manera en que procesamos y construimos nuestra comprensión visual del mundo que nos rodea.

5.3. CONOCIMIENTO Y CREDIBILIDAD. LA INTERPRETACIÓN.

La relación entre el conocimiento y la credibilidad está estrechamente ligada a la interpretación visual. Cuando reconocemos elementos visuales en una imagen, estamos conectando lo que vemos con lo que ya conocemos y consideramos real. Este reconocimiento se basa en la **constancia perceptiva**, que es la capacidad de identificar cosas a pesar de los cambios en la imagen.

La **memoria** desempeña un papel fundamental en este proceso, ya que recordamos aspectos visuales conocidos que nos sirven como base de nuestro conocimiento del mundo. A pesar de las variaciones en la apariencia debido a factores como la iluminación, la ubicación o el tamaño, identificamos las cosas gracias a indicadores visuales constantes.

Este saber o conocimiento previo influye directamente en la **interpretación** del mensaje visual y contribuye a otorgarle **credibilidad**. Y una vez más este proceso es personal e individual. La capacidad de reconocer y relacionar elementos visuales con experiencias pasadas y conocimientos existentes nos permite darle sentido y verosimilitud a lo que percibimos.

6. PSICOLOGÍA DE LA IMAGEN

Este campo de la psicología se centra en comprender cómo procesamos, interpretamos y respondemos a la información visual.

6.1. PROCESOS QUE INTERVIENEN

En el estudio de la psicología de la imagen, intervienen diversos procesos que abarcan tanto aspectos fisiológicos como psicológicos.

Los **procesos neurofisiológicos** comienzan transmitiendo a través del nervio óptico la imagen proyectada en la retina del ojo hasta la corteza visual del cerebro, donde tiene lugar el procesamiento conceptual, que difiere en cada individuo ya que la interpretación de la imagen se ve influenciada por el contexto, la experiencia y otros factores. Estos procesos neurofisiológicos se estudian con más profundidad en el Tema 1.

Por otro lado, los **procesos psicológicos generales**, como sensación, percepción, atención, memoria, procesamiento de la información, aprendizaje y creatividad también desempeñan un papel crucial. Estos últimos aspectos están relacionados con la pedagogía, especialmente en términos de aprendizaje y creatividad, y se desarrollan con más exhaustivamente en el Tema 2.

Además, los **procesos psicológico-sociales** se entrelazan en la apreciación y valoración social de las imágenes, así como en las motivaciones y emociones sociales asociadas.

También, se consideran los **procesos socio-históricos y culturales**, involucrando disciplinas como la historia y la crítica del arte, así como la psicología del arte.

6.2. EDGAR RUBIN. Estudios psicológicos sobre figura y fondo

El psicólogo danés John Edgar Rubin publicó en 1915 su tesis *Figuras percibidas visualmente. Estudios en el análisis psicológico*, donde expone conceptos referidos a la forma y analiza el fenómeno figura-fondo en la percepción visual.

Las siguientes características reflejan cómo la mente organiza y percibe la información visual al distinguir entre la figura y el fondo:

La **atención** se centra más en la figura que en el fondo.

La figura tiene **carácter** de cosa y el fondo de sustancia.

La figura tiene una **forma** delimitada por su contorno y el fondo tiende a extenderse por detrás de la figura.

La figura tiene **color** en su superficie y color del fondo es menos denso.

La figura tiene una **localización** concreta frente al fondo.

La **diferenciación visual** es mejor en las figuras que en los fondos.

La figura posee un **significado** más claro que el fondo.

Por otra parte, las observaciones de Rubin también hacen referencia a la forma de la figura destacando los siguientes aspectos:

Las áreas con **simetría** tienden a ser percibidas como figuras.

Las áreas **convexas** a menudo se perciben como figuras, incluso en algunos casos donde la simetría podría no ser tan evidente.

Las áreas con menor **superficie** tienen más probabilidad de ser vistas como figuras.

Las figuras con una **orientación** vertical u horizontal son más fáciles de comprender.

6.3. LA PSICOLOGÍA DE LA GESTALT.

En la actualidad, una de las metodologías más confiables para el estudio de la imagen es la **teoría Gestalt** o teoría de la buena forma, desarrollada a principios del siglo XX. Sostiene que "el todo es más importante que las partes" lo que significa que tendemos a percibir patrones

y formas en su conjunto en lugar de elementos individuales. Desde la perspectiva artística y del diseño, la teoría Gestalt resulta particularmente interesante. En esencia, esta teoría nos proporciona herramientas para explicar qué observamos cuando contemplamos una imagen visual y cómo organizamos e interpretamos dicha información visual. A través de leyes perceptivas conocidas como las leyes de la Gestalt, podemos comprender por qué percibimos estímulos visuales de cierta manera y cómo podemos utilizarlos en la composición de una imagen.

En cuanto a las características entre **fondo y figura**, los psicólogos de la Gestalt amplían las teorías de Rubin añadiendo que:

Las **áreas envueltas** tienden a percibirse como figuras y las **áreas envolventes** como fondo.

Las formas de menor **tamaño** tienden a percibirse como figuras.

Las áreas que presentan un mayor **contraste** con su entorno tienden a percibirse como figuras.

Para formular sus principios o leyes, los psicólogos de La Gestalt parten de cuatro **ideas clave**:

-Aparición: nuestro cerebro reconoce formas a partir de elementos aislados. Un ejemplo de ello es la pareidolia.

-Cosificación: tendemos a reconocer objetos y formas incluso cuando faltan partes de ellos.

-Multiestabilidad: podemos interpretar imágenes ambiguas en más de una forma. Esto sucede en alguna ilusión óptica como la del pato y el conejo o la joven y la vieja.

-Invariabilidad: reconocemos objetos y formas aunque cambie su color, su iluminación, su tamaño o su orientación.

A partir de estas ideas se formulan los principios de la Gestalt que explican cómo nuestro cerebro organiza y agrupa diversos estímulos visuales a nivel cortical, y cómo reconocemos patrones, formas y estructuras en la información visual que nos rodea. Para ello formulan una serie de principios o leyes que podemos sintetizar de la siguiente forma:

- **Ley de figura y fondo:** Como se ha explicado anteriormente, nuestra percepción visual tiende a organizar la imagen en figura y fondo. No podemos percibir una misma forma como figura y a la vez como fondo de esa figura.
- **Ley de proximidad:** Refleja nuestra tendencia natural a agrupar elementos visuales que están cercanos entre sí, organizando y simplificando así la información visual.
- **Ley de semejanza:** Resalta cómo agrupamos elementos visuales basándonos en sus características compartidas, como forma, color, tamaño o textura, debido a nuestro impulso psicológico de buscar patrones familiares.
- **Ley de continuidad:** La continuidad y la preferencia por líneas suaves revelan la inclinación psicológica hacia la conexión fluida de los distintos elementos de una imagen, siguiendo siempre el camino visual más suave, menos forzado y más coherente, percibiendo líneas y patrones continuos en lugar de interrupciones o cambios bruscos.
- **Ley del movimiento o destino común:** Esta ley más moderna asociada a la Gestalt pone de manifiesto la percepción unificada de elementos que se mueven juntos, reflejando la necesidad psicológica de relacionar elementos que comparten el mismo espacio y dirección. Esta idea está relacionada con la Ley de Continuidad y con la Ley de semejanza.
- **Ley de cierre:** Destaca la predisposición psicológica a percibir formas incluso cuando la información visual es incompleta, completando las partes que faltan en una figura, o alineando los elementos de una imagen de la manera más sencilla.

- **Ley de simetría:** Psicológicamente, las formas simétricas generan una sensación de orden y equilibrio, y resultan más agradables a la vista, por lo tanto, más fáciles de procesar.
- **Ley de la experiencia, buena forma o pregnancia:** Refleja la tendencia innata de nuestra mente a buscar y preferir formas y patrones que sean reconocibles y significativos, basándose en la experiencia previa.

6.4. DAVID NAVON. La organización jerarquizada y temporal de la percepción.

Como hemos visto, la teoría de la Gestalt sostiene que las imágenes no se componen de partes que se ensamblan para formar un todo, sino que se perciben de manera global. Esta perspectiva se compara con la experiencia de escuchar una melodía, donde la comprensión de la misma no se logra nota por nota, sino captando la totalidad del conjunto.

David Navon (1977) en el artículo de su Tesis Doctoral *El bosque antes que los árboles: la procedencia de las características globales en la percepción visual*, profundiza en este aspecto a raíz de experimentos basados en la visualización de imágenes de letras grandes formadas por letras más pequeñas. Así, observa que los procesos perceptuales se organizan temporalmente, procesando primero la información global antes que la información detallada o local. Este enfoque implica la descomposición de la escena visual, considerando sus contenidos como escenas parciales conectadas jerárquicamente. La organización jerarquizada establece una graduación global, y el procesamiento de la escena ocurre de lo global a lo local.

6.5. PSICOLOGÍA DE LA FORMA

Toda imagen está configurada por formas. La psicología de las formas explora cómo diferentes figuras visuales impactan en la percepción y las respuestas psicológicas de las personas. Cada forma lleva consigo asociaciones emocionales y simbólicas que influyen en cómo interpretamos el mundo visual que nos rodea. En este contexto, examinaremos cómo algunas de las principales formas afectan a nuestra percepción de la imagen, destacando sus connotaciones y el papel que desempeñan en áreas como el diseño gráfico y la comunicación visual.

- **Círculo:** Se asocia comúnmente con la simetría y la armonía, evocando sensaciones de equilibrio, perfección y plenitud, o algo terminado. Su naturaleza continua puede sugerir eternidad, infinidad o ciclos repetitivos, influyendo en la percepción del tiempo. En algunos ámbitos es utilizado para transmitir vida social y creatividad.
- **Cuadrado/Rectángulo:** Estas formas transmiten estabilidad, fortaleza, solidez, seguridad y orden, debido a sus ángulos rectos y líneas uniformes. También suelen utilizarse para demostrar estabilidad, honestidad, realismo y confianza.
- **Triángulo:** Los triángulos evocan crecimiento, enfoque, soporte, inspiración, vitalidad, igualdad, justicia, ciencia y poder. Dependiendo de su posición, un triángulo puede dar la sensación de equilibrio o inestabilidad. Los triángulos los agudos, sugieren dinamismo y tensión visual, y pueden ser utilizados para transmitir energía y dirección. Si apuntan hacia la derecha evocan progreso, mientras que si lo hacen a la izquierda es una especie de regreso al pasado.
- **Hexágonos y pentágonos:** El hexágono es sinónimo de sinergia, trabajo, sabiduría, unidad, perfección e inteligencia. Por su parte, el pentágono suele evocar la naturaleza, el cuerpo humano, la armonía y todo lo orgánico.

- **Óvalo:** Los óvalos, al ser más suaves que los círculos, pueden transmitir una sensación de suavidad y fluidez. Elegancia y Gracia: Esta forma se asocia a menudo con características elegantes y gráciles debido a su naturaleza menos geométrica.
- **Línea:** Suele significar unión, cooperación, acercamiento, suavidad y dinamismo. Las líneas verticales sugieren equilibrio y ascensión; las horizontales estabilidad y calma; si es una línea curva, tendrá un significado de movimiento y amistad; si es horizontal; y si es diagonal, representará inestabilidad, dinamismo y alteración.
- **Cruz:** La cruz es sinónimo de unión, asistencia y colaboración. También es muy utilizada cuando se quieren evocar sentimientos de oposición a algo.
- **Espiral:** Suele evocar psicológicamente la continuidad, la excelencia, la ilusión y también lo relativo. También movimiento, energía y vitalidad. Dan una sensación de complejidad, por lo que tienden a centrar la atención si el resto de la imagen da un aspecto más tranquilo.
- **Formas Irregulares/Abstractas:** Formas no convencionales o abstractas pueden evocar creatividad e individualidad. Al carecer de simetría o figuración obvia, estas formas pueden permitir una gran variedad de interpretaciones subjetivas.
- **Formas orgánicas:** Transmiten sensaciones reconfortantes, ya que suelen ser formas que encontramos en la naturaleza, como hojas, flores o rocas. En este punto también podríamos considerar formas artificiales, por ejemplo, manchas de tinta.

6.6. PSICOLOGÍA DEL COLOR.

Cada color tiene asociaciones emocionales distintas y puede tener un impacto significativo en nuestro estado de ánimo, percepción y comportamiento. En este contexto, es interesante explorar brevemente algunos colores clave y entender cómo sus tonalidades específicas pueden evocar emociones y generar diferentes respuestas psicológicas.

- **Rojo:** Simboliza pasión, energía y amor, pero también puede evocar peligro o urgencia. Aumenta la frecuencia cardíaca y puede despertar emociones intensas. Se asocia comúnmente con la estimulación y la atención.
- **Azul:** Representa calma, serenidad y confianza. También puede sugerir frialdad o tristeza en ciertos contextos. Tiende a tener un efecto tranquilizador y puede favorecer la concentración. Es popular en entornos profesionales.
- **Verde:** Relacionado con la naturaleza, crecimiento y frescura. Puede transmitir equilibrio y armonía. Asociado con la relajación y la curación. Se utiliza a menudo para evocar sentimientos de bienestar.
- **Amarillo:** Representa alegría, vitalidad y optimismo. Sin embargo, en exceso, puede causar ansiedad. Aumenta la energía y la claridad mental. Se utiliza para captar la atención y crear un ambiente positivo.
- **Naranja:** Combina la energía del rojo con la alegría del amarillo. Evoca entusiasmo y creatividad. Estimula la actividad y la sociabilidad. Se utiliza en diseño para crear un ambiente cálido y amigable.
- **Violeta:** Simboliza la creatividad, la espiritualidad y la sofisticación. Puede tener connotaciones místicas. Es inspirador y calmante. A menudo se asocia con la reflexión y la introspección.
- **Rosa:** Asociado a lo femenino antiguamente era utilizado tanto por mujeres como por hombres. Este color significa encanto, ternura, sensibilidad, lo femenino, amabilidad, cortesía, juventud, inocencia, la delicadeza y todo lo romántico.

- **Blanco:** Simboliza pureza, simplicidad y claridad. También puede expresar frialdad en ciertos contextos. Brinda sensaciones de limpieza y orden. Se asocia con la apertura y la claridad.
- **Negro:** Representa elegancia, poder y misterio. También puede evocar tristeza o luto. Transmite autoridad y puede crear un sentido de protección. Es utilizado para resaltar otros colores.

7. CONCLUSIONES

Este estudio de la relación entre forma e imagen nos ha llevado a explorar las profundidades de la percepción y la apreciación formal. Hemos desentrañado la complejidad de la forma, sumergiéndonos en sus aspectos estructurales, estéticos y filosóficos. Del mismo modo, hemos descubierto que la imagen va más allá de lo que ven nuestros ojos, adentrándonos en el fascinante mundo de la interpretación y la psicología de la imagen.

Al analizar con detalle los factores objetivos y subjetivos que influyen en nuestra apreciación formal, hemos concluido que no somos simplemente observadores pasivos, sino participantes activos en la creación de significado a través de la conexión única entre lo que vemos y cómo lo percibimos.

De este modo, al finalizar este viaje conceptual, nos encontramos no solo con una comprensión más profunda de la relación entre forma e imagen, sino también con la apasionante revelación de que la apreciación formal es un proceso psicológico y activo llevado a cabo por los mecanismos individuales de nuestra propia percepción.

Así pues, tal y como indica Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOMLOE) y (*añadir el decreto específico de cada comunidad*); el alumnado debe analizar diferentes propuestas plásticas, visuales y audiovisuales, explorar las técnicas, los lenguajes, y las diferentes producciones culturales y artísticas, y realizar producciones con creatividad e imaginación. La producción y el análisis de las imágenes y sus características forman parte del currículo de secundaria, en las asignaturas de Educación Plástica Visual y Audiovisual (EPVA) y Expresión Artística, y del currículo de Bachillerato de Artes en las asignaturas de Diseño, Cultura Audiovisual y Fundamentos Artísticos entre otras.

BIBLIOGRAFÍA

- Arnheim, R. (1984) *Arte y Percepción visual*. Madrid: Alianza editorial.
- Aumont J. (1992) *La imagen*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Crick, F. (1994) *La búsqueda científica del alma*. Madrid: Editorial Debate.
- Font, D. (1982) *El poder de la imagen*. Barcelona: Editorial Salvat.
- Medina, F. (1997) *Forma e imagen*. Barcelona: Medina Benavente, Francisco.
- Neisser U. (1981) *Procesos cognitivos y realidad*. Madrid: Editorial Marova S.L.
- Villafañe, J. (2006) *Introducción a la teoría de la imagen*. Madrid: Editorial Pirámide.

Villafaña, J. y Mínguez N. (1996) *Principios de teoría general de la imagen*. Madrid: Editorial Pirámide.

Zunzunegui S. (1991) *Pensar la imagen*. Madrid: Editorial Cátedra y Universidad del País Vasco.

