

Fecha de recepción: diciembre 2012  
Fecha de aceptación: septiembre 2013  
Versión final: septiembre 2014

## Imaginando otras formas de leer. La era de la sociedad imaginante

María Isabel Martínez Galindo \* y  
Nora A. Morales Zaragoza \*\*

---

**Resumen:** “Imaginantes” es un esfuerzo colaborativo por producir contenidos culturales en distintas plataformas. Su evolución lleva a replantear nuevas formas de leer y contar historias y vincula a las nuevas tecnologías en el espacio educativo para acercar a los jóvenes a la lectura. En este ensayo se explora a Imaginantes como una herramienta de enseñanza para la narración visual y el fomento a la lectura.

**Palabras clave:** animación - cultura - educación - lenguaje visual - literacidad de medios - narrativa visual - nuevas tecnologías.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 141]

---

(\*) Licenciada en Diseño Gráfico (UIA-México). Desde el 2002 ha sido Directora Creativa de Imagen Corporativa de Televisa México. Conceptualizadora del proyecto *Imaginantes*, premiado varias veces por Promax BDA, Animacor / España y Círculo Creativo México.

(\*\*) Maestra en Diseño de Información (2008, UDLA - México). Licenciada en Diseño Gráfico (UIA - México). Profesora investigadora en la Universidad Autónoma Metropolitana, Cuajimalpa (UAM-Cuajimalpa). Miembro del Cuerpo Académico de Creatividad Computacional donde explora temáticas relacionadas con visualización de datos, narrativas visuales y diseño colaborativo.

### Tendencias en tecnología y aspectos culturales

Hablar del surgimiento de nuevas maneras de comunicarse y expresarse se ha vuelto un tema crucial que no solo atañe a los ámbitos de la tecnología y la ciencia. Hoy en día algunas personas, y especialmente los jóvenes, manejan dispositivos de comunicación y servicios que se han vuelto prácticamente invisibles a nuestros ojos y que sin embargo, forman parte de su vida cotidiana y tienen un impacto tangible en su vida social. Algunas empresas e instituciones tratan de acercarse a estas audiencias a través del variado abanico que ofrecen los medios digitales, en particular las redes sociales como *Facebook*, *Twitter*, etc. Aunque todavía no hay una reflexión clara en cuanto al impacto de estos contenidos para con el público lector.

El autor Dave Gray, nos habla de este cambio inminente hacia los medios digitales: “Nos encontramos en medio de una revolución de la información cuyo principal rasgo es la digitalización de “todo”, estamos creando una capa de información digital, donde todo lo que existe, o pueda existir, es representado de forma digital” (Gray, 2011). Esta revolución está cambiando la manera de percibir el mundo que nos rodea, y lo está haciendo prácticamente sin que lo notemos, simplemente por ser parte de esta época en la que nos ha tocado vivir, somos agentes de este cambio. A pesar de no estar conscientes de ello, estamos experimentando una transformación en la que toda una generación está evolucionando, está creciendo con un nuevo comportamiento hacia los medios modernos sin los cuales ya no puede imaginarse el mundo y esta generación esta ávida por recibir y crear conocimiento significativo.

La adaptación a estos medios, es una respuesta común para la industria de la mercadotecnia y la publicidad, quienes ya no pueden alcanzar a estas audiencias con los métodos y medios del pasado. Pero esta adaptación se tiene que hacer con cuidado y considerando la autonomía del lector al poder acceder a los contenidos de su preferencia a través de distintos medios, no sólo quedándose en el papel de consumidor sino volviéndose muchas veces creador y generador de sus propios mensajes.

Hoy en día, todos tenemos que tener un entendimiento básico de lo que implica el medio digital. Tanto escritores, diseñadores, maestros, hasta los mismos especialistas en tecnologías digitales y los gerentes, contadores y planeadores de eventos, debemos estar dispuestos a movernos fuera de los medios y narrativas tradicionales; puesto que por lo menos en términos teóricos, llegará el momento en que toda persona dentro de un área de conocimiento será capaz de hacer el trabajo de otra persona en un área ajena (Abraham y Behrendt, 2010).

## Los medios digitales y la educación

El ámbito de los negocios no es el único que necesita adaptarse a este nuevo paradigma, la educación también se ve afectada por la tecnología pues se está cambiando de un formato impositivo donde lo aprendido se basaba en la memoria, al formato de descubrimiento, donde el maestro y el alumno exploran conocimiento juntos sin importar jerarquías.

Refiriéndonos al ámbito de la comunicación visual en específico los medios digitales abren una oportunidad de innovación en la educación puesto que a mayor parte de la información que traen consigo, confronta al público a una vasta cantidad de mensajes visuales, que sin una base de conocimiento del lenguaje visual, permanecen incomprensibles truncando el diálogo entre productores y consumidores de la comunicación (Leborg, 2005).

Esta brecha entre los productores y consumidores del mensaje visual merece un mayor análisis y se liga directamente a el cómo se nos ha venido educando en materia de lenguaje visual. Nos lleva a cuestionar la centralización del aprendizaje de lectura y escritura en los primeros años de enseñanza escolar, contra la poca exploración que se ha hecho al respecto a la promoción del aprendizaje de la alfabetización visual –prácticamente dirigida a la enseñanza de la técnica, dibujo y pintura– y en consecuencia solo explorada por los artistas y creadores de imágenes. María Acaso en su libro *El lenguaje Visual* propone un

acercamiento holístico, hacia lo que denomina *la nueva alfabetización*, que incluye los lenguajes surgidos de los medios digitales y los recursos que nos sirven para favorecer la comunicación intercultural. Y nos dice que:

La nueva alfabetización debe plantear, por lo tanto el desarrollo de la persona en diversas áreas y el modo de llevarlo a cabo en un sentido amplio y profundo, que nos permita adaptarnos a las necesidades que sin duda irán surgiendo (Acaso, 2009, p.16).

En el contexto pedagógico se le conoce como: *media literacy* (alfabetización en medios) y se refiere a la habilitación de las competencias que le permitan a los jóvenes analizar, evaluar y crear mensajes en una gran variedad de géneros y formatos.

Es un hecho que nos estamos enfrentando a una cultura más colaborativa, lúdica, personalizada y diversa en todos los ámbitos y aunque en México todavía necesitamos lograr que esta tecnología esté al alcance de la mayoría y deje de ser excluyente para ser incluyente, es un hecho que está cambiando la forma de pensar y actuar de la comunidad.

### El concepto “Imaginantes”

Dentro del marco anterior, surge el concepto de *Imaginantes*, una iniciativa que parte tanto del sector privado como público, donde se conectan estos puntos en una hipótesis que plantea la creación de contenidos para medios digitales dirigidos a audiencias jóvenes con la idea de lograr cierta resonancia y una acercamiento a la lectura.

José Gordon, comunicador y uno de los creadores del concepto define a los *Imaginantes* como:

Ven lo que no se puede ver. Saltan los límites del pensamiento. Conectan los puntos, las historias reales y los sueños con los ojos cerrados y con los ojos abiertos. Son novelistas, científicos, creadores y artistas plásticos que despiertan nuestra capacidad de asombro ante la belleza y el misterio, y nos recuerdan que nuestra especie se llama *Imaginantes* (José Gordon).

En el proyecto inicia en el 2006 con el desarrollo de unas cápsulas animadas para televisión e Internet que ilustran fragmentos de textos de distintos autores relacionados con la literatura, la ciencia, el arte y el cine. El objetivo principal es que sirvan de herramienta de comunicación y fomento a la lectura para jóvenes mexicanos, que cada cápsula se entienda como un medio que permita la apropiación e interpretación del joven y su entorno. Posibilitándole cierta injerencia en su realidad, enfatizando la curiosidad e imaginación como valores predominantes.

Relatar la experiencia de trabajo que hemos tenido desde el momento de creación, desarrollo y evolución del proyecto *Imaginantes*, que actualmente va en la tercera temporada y contempla un total de 46 cápsulas de autores tan variados como: Borges, Murakami, Cortázar, Sergei Einstein, Gabriel Figueroa, David Lynch, Jung, Sabines, Fellini entre otros.

## Principios narrativos

La generación de una narrativa visual en medios digitales, involucra una serie de decisiones por parte del equipo de expertos en comunicación, software, ilustración, y audio que a manera de orquesta deben componer el mensaje en una secuencia de gráficos en movimiento para una audiencia en particular.

Los principios de claridad y comunicación han sido parte medular de cualquier tipo de narrativa, pero además de estos objetivos el autor busca lograr que al lector “le importe lo que lee”, es decir, que perciba la experiencia con cierta intensidad y que la historia conecte con él. Para lograr lo anterior el autor se basa en diferentes elementos persuasivos de la obra y referentes de imaginería como: ritmo, diálogo, composición, gestualidad y muchas otras alternativas, mas se destacan cinco criterios básicos para narrar con imágenes. (Mc-Cloud, S. 2008, p.9). Y se describen a continuación:

- La elección del momento
- La elección del encuadre
- La elección de la imagen
- La elección de palabra y
- La elección de flujo

Estos criterios más que seguir una secuencia temporal, son una serie de decisiones que todo artista toma para generar una narrativa visual. A continuación las relacionamos con el proceso que hemos seguido el equipo, el cual ha evolucionado conforme a la realización de mas cápsulas animadas.

## Desarrollo del proyecto

El proyecto inicia con un guión escrito donde se dan a conocer los textos exactos que llevará cápsula y se describe de manera muy general la secuencia de los elementos y voces que se esperan. Este guión lleva ciertos parámetros definidos de secuencia como la entrada de José Gordon como narrador del texto y el cambio de escena al mundo plástico así como el cierre para los créditos.

## Proceso

A pesar de no haber reglas definidas o un proceso establecido de cómo se deba crear una cápsula animada, el equipo parte de una estructura base que es la del cine, donde un guión técnico o *Storyline* establece lo que corresponde al lenguaje hablado y la dirección de escena y cámaras para narrar la historia visualmente, en base a una estructura de 5 partes dentro del relato por trabajar.

- 1.- Introducción (5 seg.)
- 2.- Locución presentación (5 seg.)
- 3.- Historia (45 seg.)
- 4.- Salida (5 seg.)
- 5.- Créditos finales (5seg.)

Creemos que el proceso de creación de una narrativa visual también mantiene cierta afinidad con el del pensamiento visual que describe Dan Roam en su libro *The back o fthe Napking*. Puesto que para crear imágenes secuenciales que aún no existen, el artista utiliza su imaginación e intuición de una forma similar a la manera en que los seres humanos conocemos el mundo que nos rodea.

Roam define 4 etapas clave en el pensamiento visual que son:

VER - OBSERVAR - IMAGINAR – MOSTRAR

### **1. Ver. Recolectar datos**

Se trata de recolectar información sobre el tema principal que se va a abordar haciendo énfasis en los aspectos de significación literal que plantea el guión inicial. El autor hace una especie de listado de objetos que formarán la situación de la narrativa que se desglosa a la definición de personajes, objetos, escenarios, época, hora del día, lugar.

En esta etapa de recolección de información se hace una búsqueda explícita de referencias visuales generales de los tres elementos anteriores, más que un estilo gráfico definido. Se busca reunir gran cantidad de información para procesar y así entender el tema principal de la narrativa.

#### *Herramientas:*

Un recurso común en esta etapa es la búsqueda de imágenes fotográficas en Internet o revistas impresas y los sitios de colección de fotografía en “stock” que ofrecen imágenes libres de licencia o licencia protegida.

### **2. Observar. Importancia de las vivencias personales**

Es una etapa que requiere de un entendimiento más profundo del mensaje principal a comunicar con la narrativa y de pensar en la audiencia lectora del mensaje, es aquí donde se plantea un marco común de significación que tiene que ver con la cultura y el contexto. Sobre todo trata de la selección de cuáles momentos merecen una inspección más detallada para proponer la estructura narrativa que logre una reacción significativa con la audiencia. También se relaciona directamente con el medio transmisor del mensaje y permite ir resolviendo las limitantes tecnológicas, y decidir qué imágenes se resolverán en un dibujo 2D o en 3D, lo que implica comunicar al ilustrador la manera en que debe resolver la representación y hacerse de los animadores especialistas en cada una de las modalidades.

### *Herramientas:*

El equipo realiza un *story-board* detallando dónde se contemplan los momentos claves dentro de la estructura general ya traducidos a una composición de elementos gráficos básica y contemplando ciertos encuadres.

La técnica de *motiongraphics* nos permite la mezcla de ambas modalidades de representación, en una combinación armónica que fluya e integre a la narrativa como una sola.

Es en este punto cuando el animador y el diseñador de audio trabajan en conjunto, proponiendo un estilo que permita transmitir el nivel emocional de la obra.

El primero, proporciona bocetos rudimentarios de encuadres, objetos, sujetos y escenarios, época, hora del día en la que transcurre la historia, interacciones y todo lo que está imaginando, que servirá como hilo conductor. En este punto, se desarrolla otra herramienta clave.

### *El Animatic*

Define una etapa de planeación más estructurada que tiene que ver con la inercia, el encuadre y el flujo. Ayuda a planear el flujo de la narrativa a través de la representación de los momentos clave y de los encuadres de la narrativa y sus transiciones temporales. Sigue sin preocupar todavía del nivel de representación de la ilustración y lo que se busca es la visualización de la historia dentro de la variable temporal de 45 segundos para contar la historia.

En cierta forma se trata del *story-board* animado utilizando los bocetos del ilustrador e incluyendo el audio guía con la locución para tener un panorama de la duración total de la cápsula. Se recomienda por parte del animador, cierto conocimiento de lenguaje cinematográfico para los cambios entre escena y escena y además trabajar de manera conjunta con el ilustrador para la puesta en escena.

## **3. Imaginar. El acto de “ver” con los ojos cerrados**

En esta etapa, las referencias visuales ya se han recolectado y seleccionado y es momento de manipularlas con las características formales de personajes, objetos y escenarios creando representaciones nuevas, es decir, que no sólo existen de forma definida en la mente del ilustrador sino que son interpretadas hacia el estilo gráfico específico. Es en este momento que las decisiones de imagen se toman y dependen en gran parte de la sensibilidad del ilustrador y su forma de resolver problemas con la técnica. Es común el manejo de analogías y metáforas para crear el ambiente mágico característico de los relatos de *Imaginantes*, que llevan a la audiencia a conocer mundos nuevos. La síntesis de forma y el reconocimiento de ciertos patrones de trazo y color, es lo que logra una congruencia en el estilo gráfico. Obteniendo un resultado único en cada cápsula con personalidad propia basadas en la historia del narrador.

Algunos aspectos claves en el desarrollo de las cápsulas que hay que destacar son: “La creación de personajes convincentes es fundamental para una exitosa narrativa visual. No importa que tan bien desarrollados estén otros aspectos de la narrativa, si la audiencia no percibe a estos personajes como “actores” reales de una escena” (Salisbury, 2004).

### **Establecer el contexto**

Se refiere al conocimiento de las relaciones que tienen los elementos dentro de la narrativa y que van a dar sentido al escenario donde se desarrollará la acción. Es el ambiente en donde se conectan todos los actores y las acciones dentro de un marco común.

#### *Herramientas:*

En este caso, nos mantenemos al margen de las herramientas técnicas de representación pictórica que utiliza el ilustrador, (acuarela, grabado, collage, plumilla, etc.) que se refieren a un estilo gráfico definido y que pueden ser solucionadas tanto de forma análoga -lápiz y papel- como digital (software), sino que nos enfocamos en la manera en que el equipo de animación se comunica con el ilustrador para la entrega de materiales y en cómo se utiliza este material para la ejecución de la cápsula. En la mayoría de los casos hablamos de cápsulas mixtas, resueltas en 2D y 3D que combinan lustraciones realizadas “a mano” que necesitan una posterior digitalización. Otra herramienta importante ha sido la del desarrollo de una maqueta de personaje articulado en alambre y papel que permite comunicar cómo debe entregar el ilustrador su trabajo en capas de PhotoShop para la posterior animación del personaje.

## **4. Mostrar: comunicar una idea clara, en una historia**

Una vez que se ha definido la dirección o el sentido que llevará la cápsula animada y que se ha encontrado la manera para organizar al equipo para que ejecute su trabajo, el director del proyecto deberá mantener la comunicación con cada integrante del equipo y monitorear las actividades para que la suma de esfuerzos se mantenga dentro de un marco eficiente y llegue de la manera que queremos a la audiencia.

El director de proyecto coordina estos aspectos hasta que la cápsula se entrega en el material de distribución.

El proyecto *Imaginantes* ha ido evolucionando llegando a un tiempo record de producción aproximada de 2 meses y  $\frac{1}{2}$  para las cápsulas mas complejas de 10 semanas para las más sencillas. El método ha tenido que ajustarse constantemente a las particularidades de cada pieza.

#### *Herramientas:*

Para integrar todos estos elementos en la pieza final cobra gran importancia tanto la tecnología digital como el manejo de software específico por parte del animador y la supervisión del director del proyecto. Uno de los aspectos que se controla en esta etapa es la homogeneidad de la luz y el color.

Otras herramientas claves para la gestión de las cápsulas es llevar una minuciosa calendarización de las actividades de los participantes en el equipo donde se pueda visualizar las tareas de cada participante y los tiempos de entrega.

## Conclusión

Las primeras transmisiones en Televisión abierta de las cápsulas de *Imaginantes* fueron a través de los canales 2 y 5 de Televisa México, en canal 22, en horarios de cierre y comienzo de la programación. Más adelante en TV de paga y en Televisa Regional cubriendo toda la República Mexicana. Las transmisiones llamaron tanto la atención, particularmente entre los jóvenes, que en muy poco tiempo empezaron a aparecer en varios medios digitales como: *Youtube*, redes sociales y blogs personales. Y no sólo se trataba de retransmitir la cápsula en los medios digitales, como un fenómeno viral de la comunicación, sino que empezaron a surgir distintas iniciativas de creación de sus propias historias lo que mostraba un claro interés en la apropiación del proyecto y abrió la posibilidad de una retroalimentación con la audiencia.

Los medios han comentado:

*Imaginantes* es lo más parecido a la poesía que se ha hecho en la industria de la televisión mexicana, son instantes en donde la palabra, la imagen y los sonidos se mezclan a partir de una idea, de una frase o de una leyenda para crear algo nuevo que nos cambia, que nos mejora, que nos recuerda lo mucho que falta por hacer en cuestión de televisión (Cueva en *Milenio.com*, s/f).

Pero el fenómeno de *Imaginantes* no acaba aquí. Gracias a la visión de José Gordon, Fundación Televisa con la colaboración de otras instituciones educativas que se han sumado a la causa como ILCE, UNETE e IBBY, están desarrollando talleres en las escuelas secundarias públicas para llevar *Imaginantes* a la escuela como una herramienta que fomente el hábito de lectura en los jóvenes mexicanos y estimule sus capacidades creativas, conectándolos con los aspectos más profundos de su realidad humana.

En este sentido, desde el punto de vista de una institución de educación superior pública especialista en las ciencias de la comunicación y diseño como es la UAM Cuajimalpa, nos estamos preguntando cómo es que las personas construyen narrativas visuales y de qué herramientas se ayudan para lograrlo, no con el propósito único de enseñar a nuestros alumnos a narrar con imágenes, sino de llevar ese conocimiento a una sociedad capaz de narrar sus propias historias.

Creemos que la iniciativa, es sólo el primer paso para acercar contenidos relevantes a las audiencias. La tarea no sólo se tiene que abordar desde el punto de vista del productor hacia el consumidor de imágenes, sino que tiene potencial para utilizarse también como una plataforma para ayudar a las personas a contar sus propias historias utilizando los nuevos medios. Por lo pronto uno de los primeros pasos es el desarrollo de un portal para conectar al mundo de los *Imaginantes* con todos los jóvenes de este país y aspira a alcanzar al público global.



## Bibliografía

- Abraham, L. y Behrendt, C. (2010). *Oh my God what Happened and what should I do?* Alemania: Innovative Thunder.
- Acaso, M. (2009). *El Lenguaje Visual*. Barcelona: Paidós.
- Cueva, A. (s/f). El pozo de los deseos reprimidos en *Milenio.com*.
- Gray, D. (2011). *Marks and Meaning: Version 0.5* Publisher: Unknown. Disponible en: [www.davegrayinfo.com/book/](http://www.davegrayinfo.com/book/).
- Lebrog, C. (2004). *Visual Grammar. A designer Primer*. Nueva York: Princeton Arquitectural Press.
- McCloud, S. (2008). *Hacer Cómic. Secretos Narrativos del Cómic, el Manga y la Novela Gráfica*. Bilbao: Astiberri Ediciones.
- Roam, D. (2008). *The Back of the Napkin. Solving problems and selling ideas with Pictures*. Nueva York: Penguin Group.
- Salisbury, M. (2004). *Illustrating Children's Creating Pictures for Publication*. Nueva York: Barron Educational Series.

## Recursos Electrónicos

Video galería Imaginantes (n.d) <http://www.fundaciontelevisa.org/imaginantes.html>

---

**Summary:** “Imagining” is a collaborative effort to produce cultural content on different platforms. Its evolution leads to rethink new ways to read and tell stories, links new technologies in the educational space to bring young people into reading. In this paper it is explored as a teaching tool for visual storytelling and reading promotion.

**Keywords:** animation - culture - education - new technologies - media literacy - visual language - visual narrative.

**Resumo:** “Imaginantes” é um esforço colaborativo por produzir conteúdos culturais em distintas plataformas, sua evolução leva a regenerar novas formas de ler e contar histórias, vincula as novas tecnologias no espaço educativo para acercar aos jovens à leitura. Neste ensaio explora-se como uma ferramenta de ensino para a narração visual e o fomento à leitura.

**Palavras chave:** animação - compreensão de meios - cultura - educação - linguagem visual - narrativa visual - novas tecnologias.

---