

# ACTITUDES ANTE IMÁGENES

Sabemos que si un anuncio gusta existe una mayor predisposición del individuo a ser menos crítico con lo que se dice sobre la marca. Si extrapolamos esta idea a todas las imágenes podríamos aventurar que si una imagen nos gusta seremos menos críticos con ella. Cabe preguntarse pues qué tipo de imágenes invitan a tener una actitud más crítica.

Objetivo : Hacernos conscientes del impacto que en nosotros provoca una imagen (retención en la memoria, agrado, desagrado, asociaciones) y nuestra consiguiente actitud ante ella.

## Actividad 1:

¿Con cuál de estas imágenes relacionarías las siguientes frases<sup>1</sup>?

Hace sentir .....<sup>2</sup>  
Deja indiferente a cualquiera  
Invita a actuar  
Exige la complicidad del que la mira  
Llama al sentido crítico del espectador  
Cuesta olvidarla

Me hace sentir .....  
Me resulta sugerente  
Estoy cansado de imágenes como ésta.  
Me hace ver que estaba desinformado  
Me siento inmerso en la situación que retrata  
Puedo imaginar ..... elementos sensoriales ...(sonidos, olores, tacto...)  
Al verla pienso que/en .....

---

<sup>1</sup> Algunas de estas frases están basadas en las Medidas del comportamiento afectivo o emocional de la actitud hacia el anuncio: Cociente Emocional de Wells y en la escala VRP (Viewer Response Profile)

Las Medidas de actitud son medidas más sofisticadas que las de opinión, ya que intentan medir no sólo las diferentes dimensiones de los sentimientos de los individuos hacia el objeto a testar sino también la intensidad de esos sentimientos. El procedimiento de medición puede realizarse por medio de escalas de actitud, tales como las del tipo Likert (grado de acuerdo o desacuerdo con una serie de afirmaciones), de diferencial semántico (con pares de adjetivos de significado opuesto tales como gusto, interesante, importante, agradable, creíble, etc) y las de orden.

<sup>2</sup> Puede observarse que las primeras frases hacen referencia a la percepción que el observador tiene sobre las reacciones ajenas, en tanto que el segundo bloque está relacionado con las propias reacciones del observador.

## Actividad 2.-

Elige una de las imágenes. Completa algunas de las siguientes frases con lo primero que pienses.

- Al verla me entran deseos de .....
- Me cuesta ..... porque .....
- No tiene interés para mí porque .....
- Si fuera un familiar mío .....
- Me ha recordado .....
- Parece que hasta .....
- Más allá de lo que se ve imagino .....

## Actividad 3.-

¿Cómo definirías las asociaciones que esta imagen te sugiere?

- Refuerza el estereotipo de .....
- Es una imagen terrible pero .....
- Denuncia al mismo tiempo que .....
- Semeja a una escena ..... ( familiar, ....., bíblica)
- No puedo olvidarla porque .....
- Me siento engañado ( tengo la sensación de que me toman el pelo)
- Me resulta irritante porque .....
- Me recuerda a una obra de arte: .....
- Me tranquiliza y .....

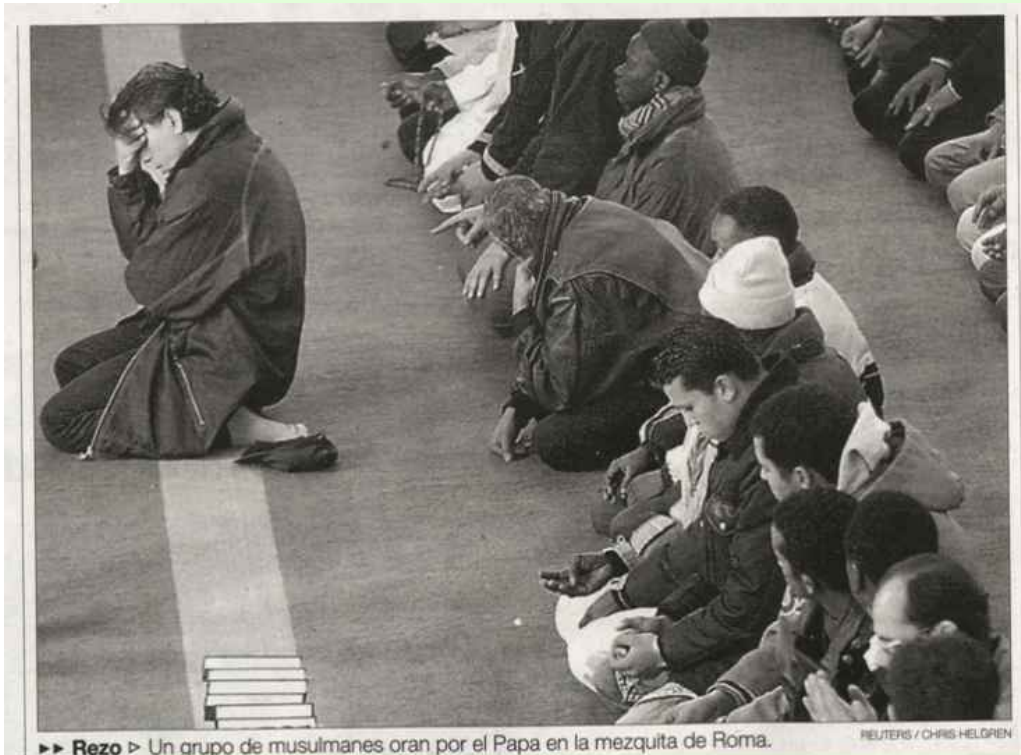
## Actividad 4.-

Ordena las 3 imágenes según tu actitud

- ¿Cuál te gusta más?
- ¿Con cuál te sientes más identificado?
- ¿Cuál de las imágenes te hubiera gustado tomar como fotógrafo?
- ¿Cuál crees que es la más impactante?

## Actividad 5.-

Explica por qué las has ordenado tal como lo has hecho.



►► Rezo ► Un grupo de musulmanes oran por el Papa en la mezquita de Roma.

REUTERS / CHRIS HELDREN



Fotografía tomada en Cuba en enero 2006.

Foto: Belén Babiano