

# **TEMA 1: EL LENGUAJE VISUAL**

## ESQUEMA:

### 1- La Comunicación:

- Función
- Actores de la comunicación

### 2- Elementos morfológicos de la imagen

- Punto, el signo
- Recta
- Plano
- Color
- Volumen y espacio

### 3- La percepción visual

- Leyes que gestionan la percepción
- Imagen y realidad: niveles de iconicidad

### 4- Finalidad y funciones de la comunicación visual

- Finalidad descriptiva
- Finalidad estética
- Finalidad comunicativa
- Finalidad informativa
- Finalidad expresiva
- Finalidad persuasiva o exhortativa

# 1. COMUNICACIÓN VISUAL

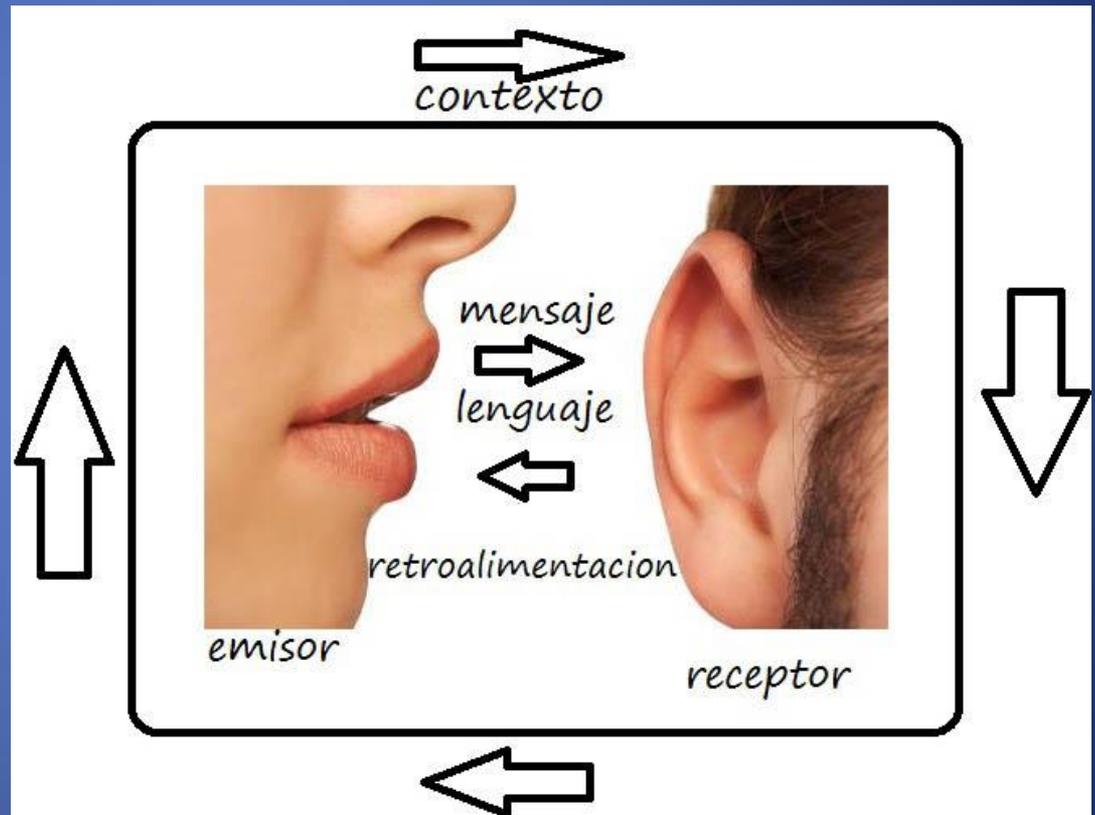
## Funciones

-La **Comunicación visual** es un proceso mediante el cual se transmiten mensajes por medio de **imágenes**



# Actores de la comunicación

- El **emisor**: quien transmite el mensaje.
- El **receptor**: quien o quienes reciben el mensaje. Puede ser un receptor único, o múltiple.
- El **mensaje**: es el objeto de la comunicación, lo que se transmite. Estudiaremos su finalidad (lo que dice) y su estructura visual (como se dice).
- El **medio** o canal a través del cual se transmiten los mensajes



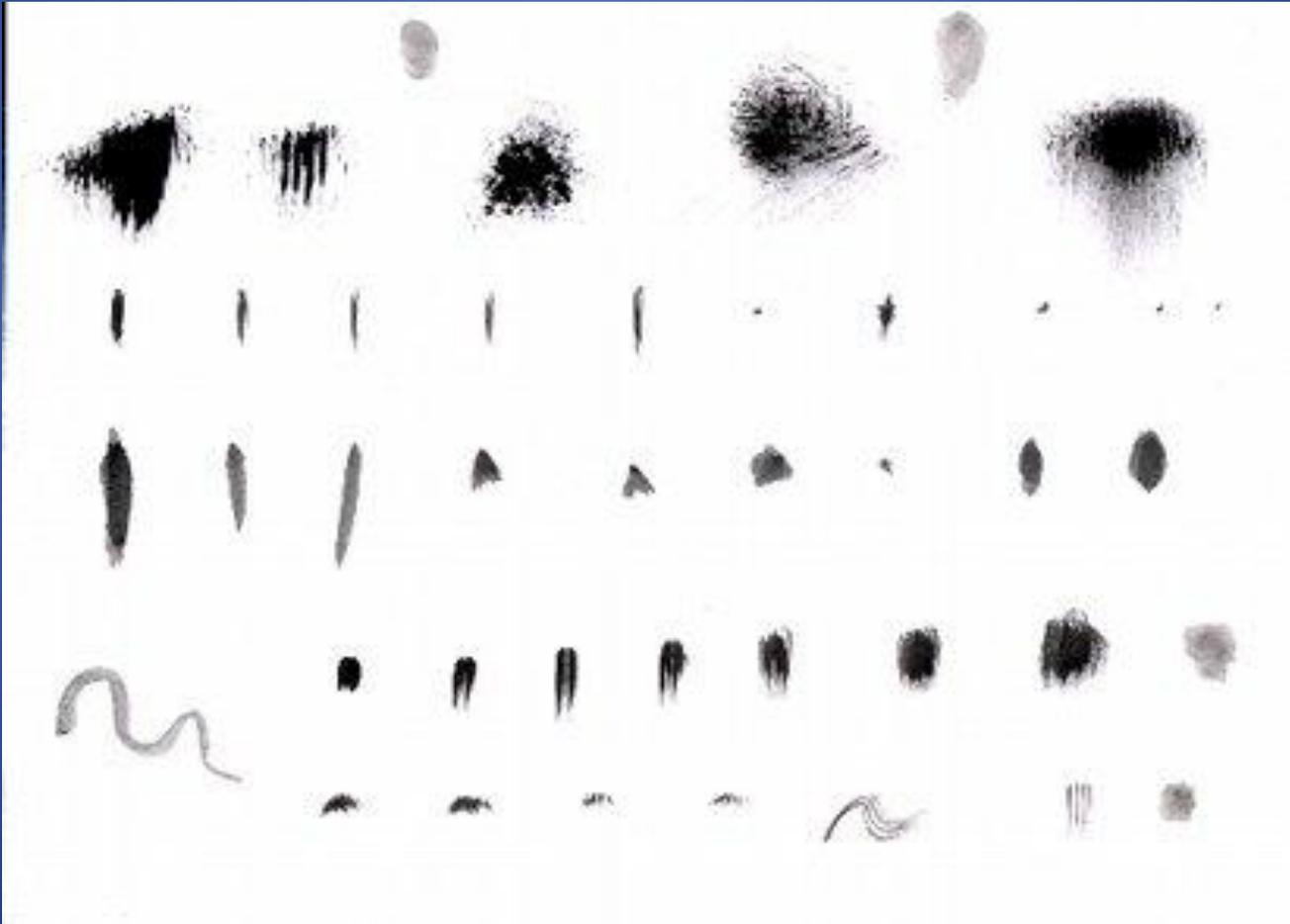
## 2- ELEMENTOS MORFOLÓGICOS DE LA IMAGEN

- Para crear el mensaje de una imagen, utilizamos una serie de elementos, a los que llamamos elementos morfológicos básicos de una imagen, y son:
  - El punto (el signo)
  - La línea
  - El color
  - El espacio
  - El volumen
  - La composición

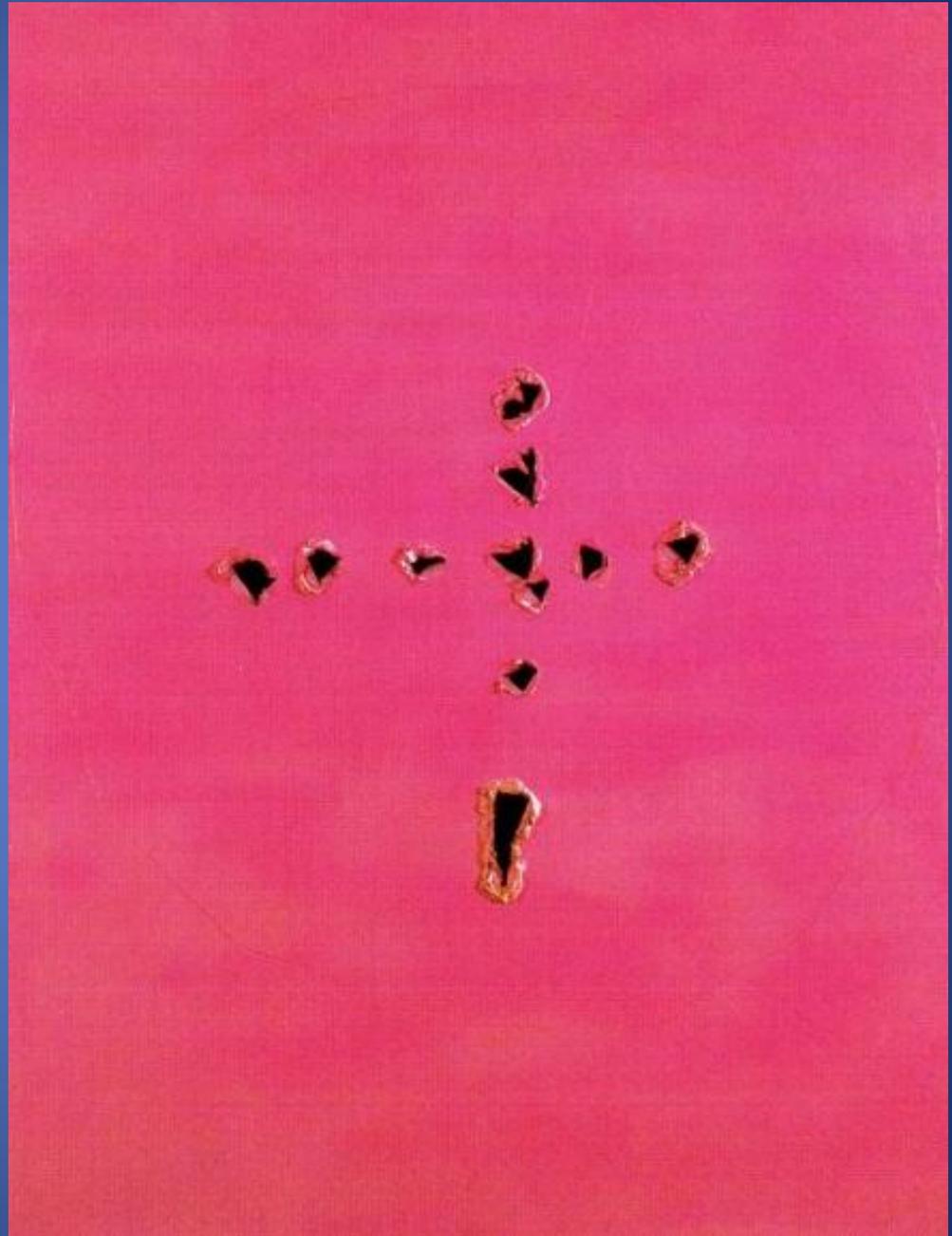
**El predominio de un elemento sobre el resto determina diferentes tipos de lenguaje.**

# EL SIGNO

Es la mínima expresión posible determinada por el material



Lucio Fontana:  
Incisiones sobre lienzo



Seurat : pinceladas



# Fotografía digital : Pixel

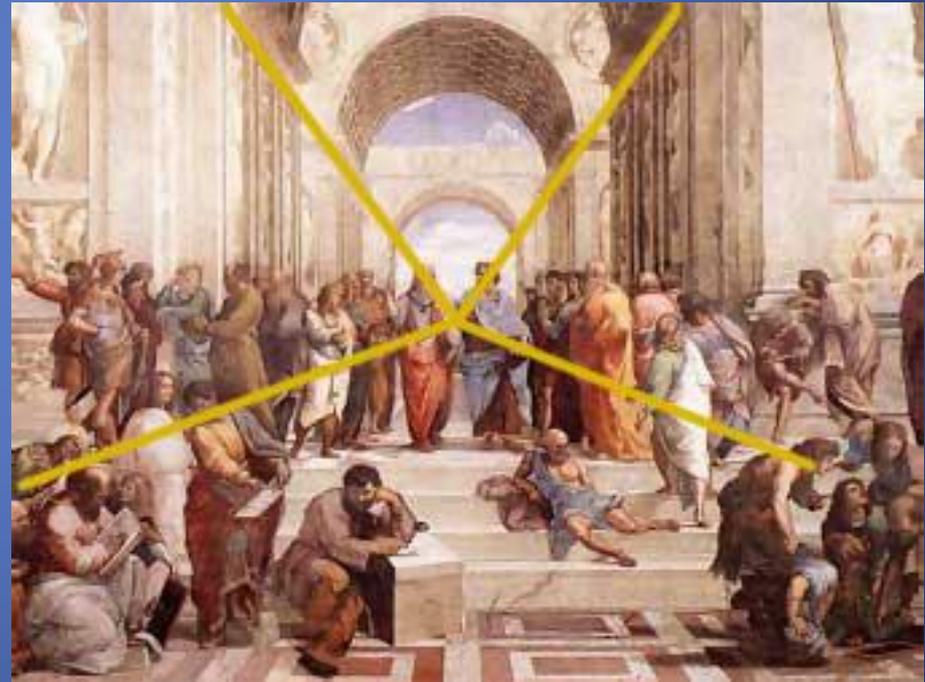


Hemos visto varios ejemplos del punto como elemento físico en la imagen, pero....  
Y como elemento perceptivo????

## FUNCIONES COMPOSITIVAS DEL PUNTO



Foco principal



Punto de Fuga

# LA LÍNEA

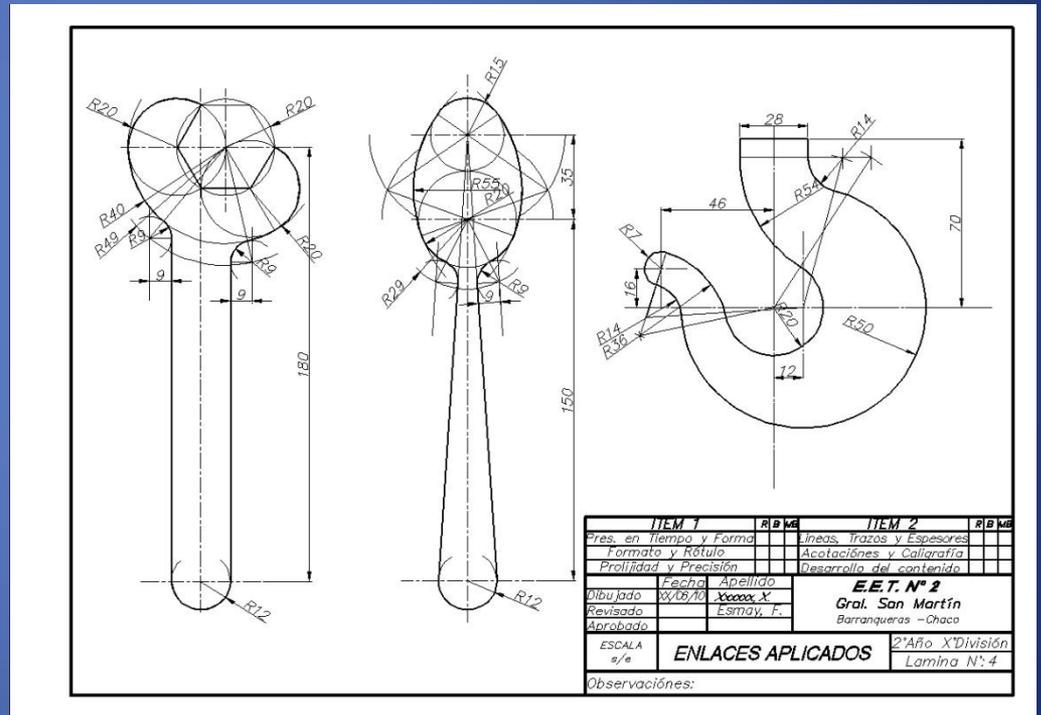
Genera el lenguaje gráfico del dibujo, y se utiliza para construir formas e imágenes. Cuando un punto se pone en movimiento, deja un trazo y se convierte en una línea.



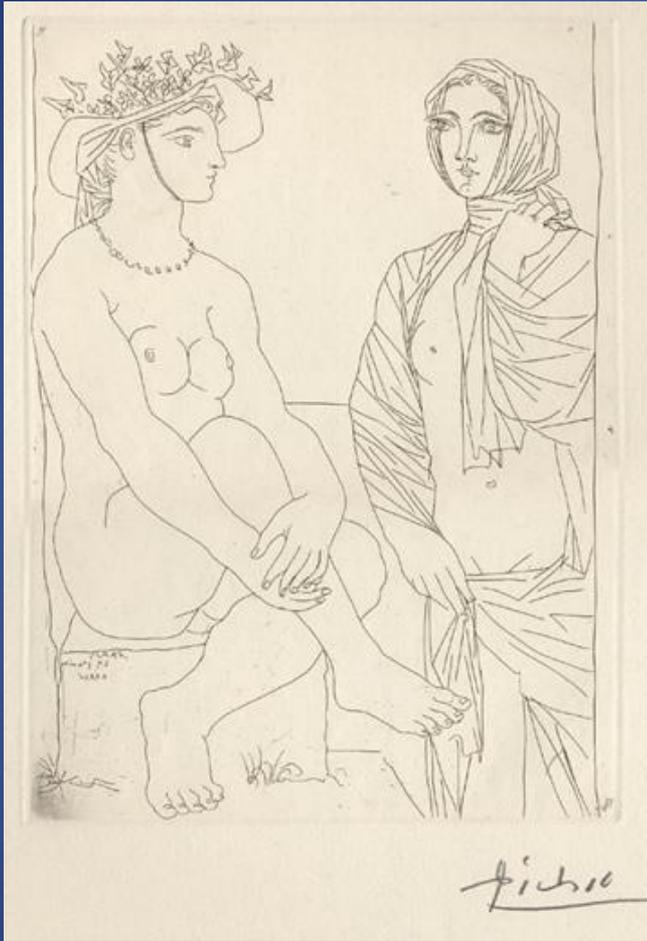
La línea puede ser:



Línea gráfica (gestual)



Línea geométrica (precisa de herramientas de dibujo)

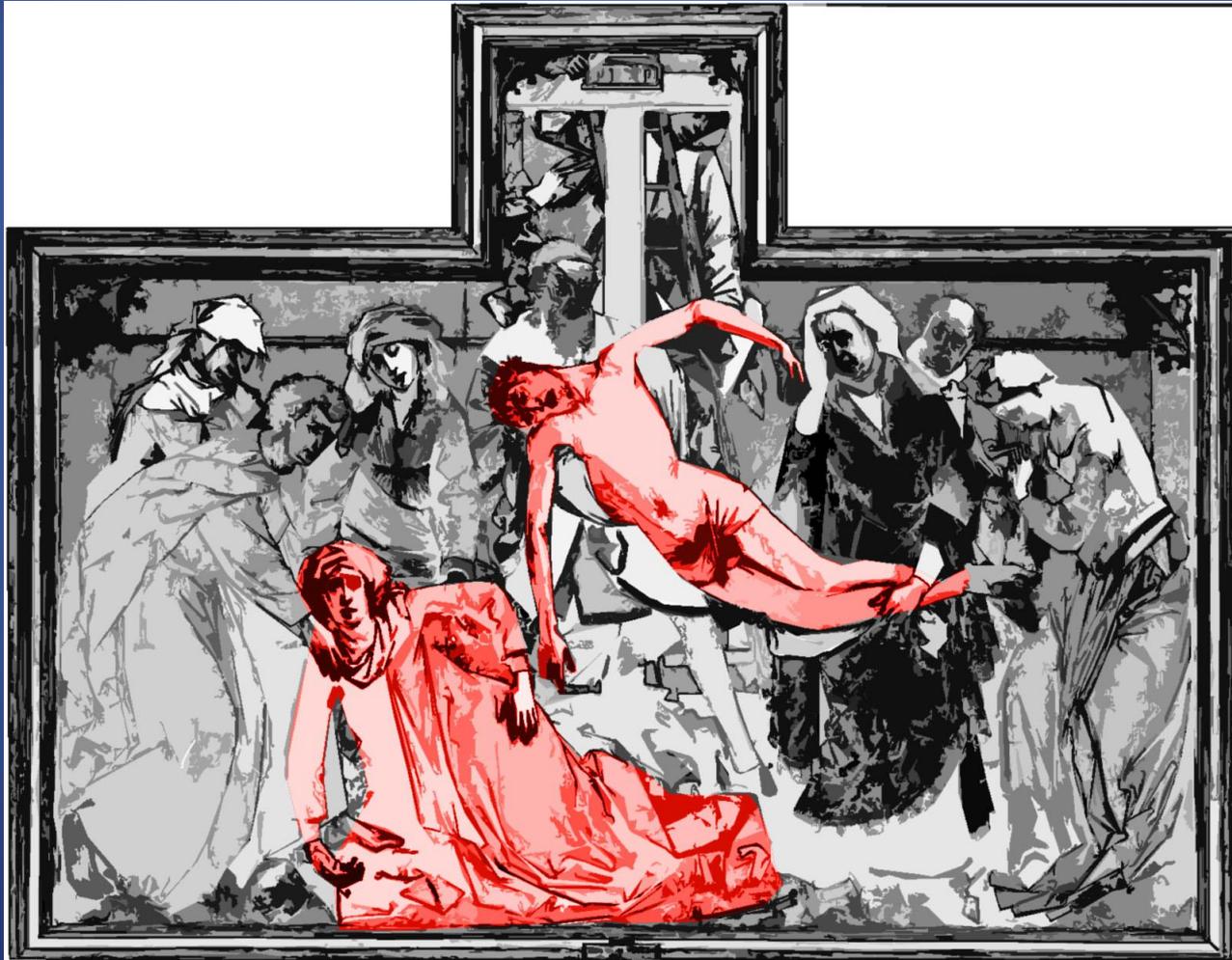


Definidora de formas y  
contornos



Generadora de volumen  
con el claroscuro

Y de la misma forma que el punto, interviene en la composición



# EL PLANO

El plano es la porción de superficie limitada por una recta cerrada

Es un elemento morfológico de superficie, ligado al espacio, y que se define:

- Bidimensionalidad
- Forma

El plano define alto y ancho, pero también puede ser proyectado en el espacio creando perspectiva y volumen.

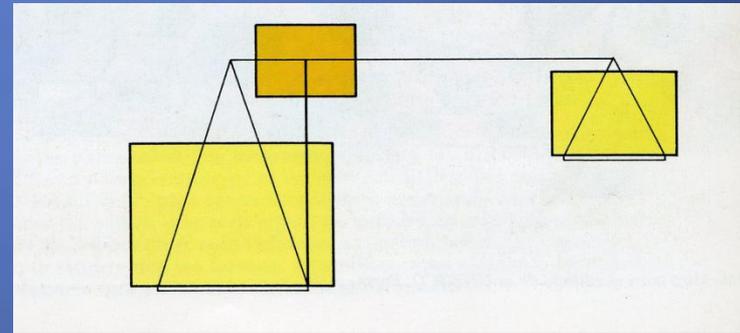
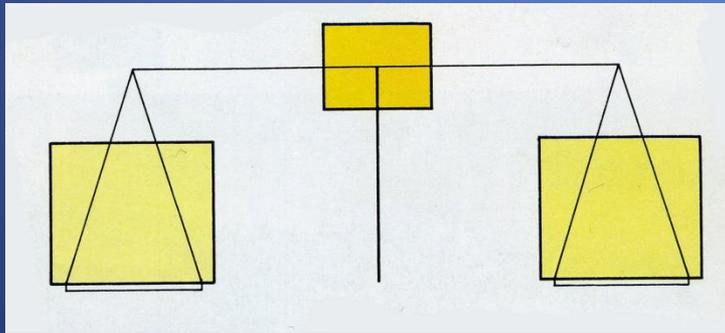
El plano determina la organización del espacio, lo divide y lo ordena en diferentes subespacios. La superposición de planos nos permite crear ilusión de profundidad.



El plano compone:

Existen dos formas o leyes sencillas que estructuran el espacio y nos ayudan a ordenar las formas:

- Ley de la balanza
- Ley de compensación de masas





© 2005



# EL COLOR

El color es una experiencia sensorial que se produce gracias a:

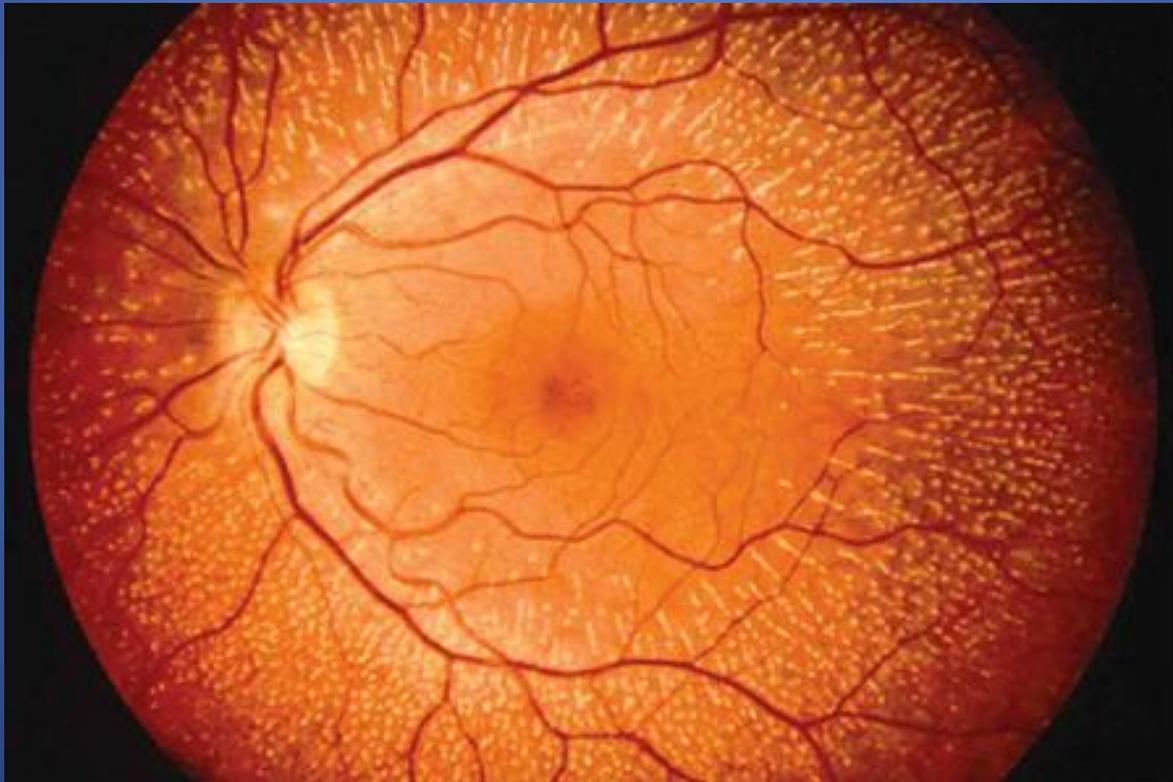
Una emisión de energía luminosa



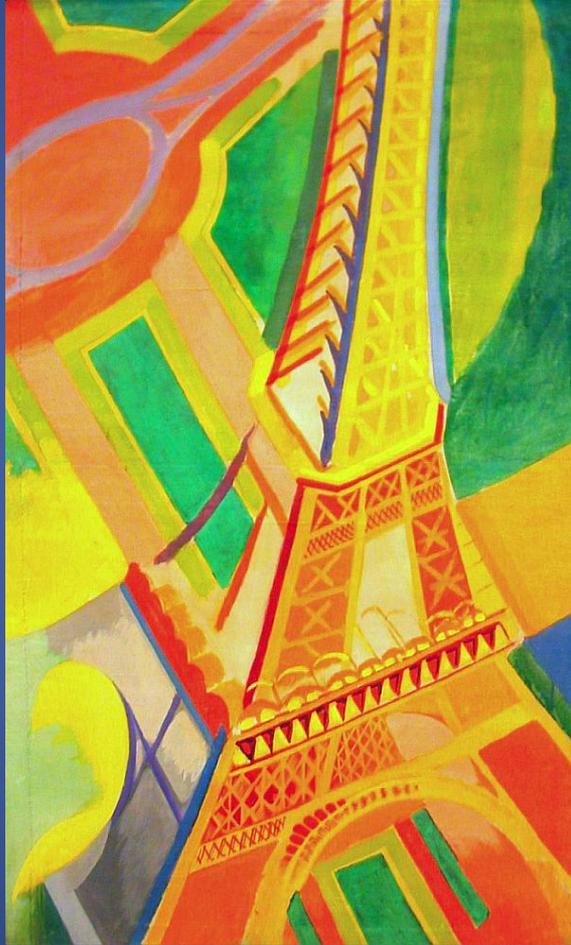
La modulación física que las superficies hacen de esta energía



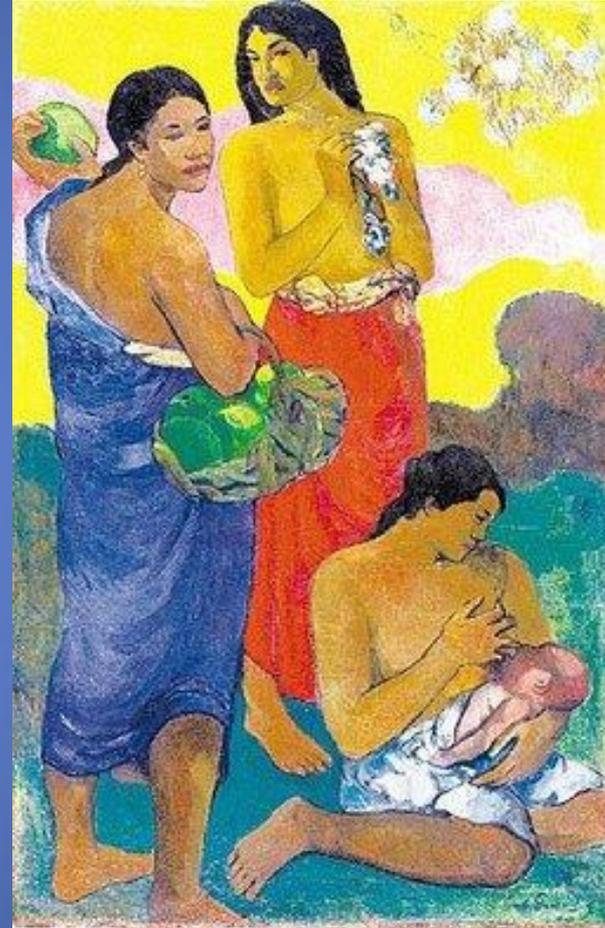
## Un receptor específico: la retina



Y determina el lenguaje gráfico de la pintura



Delaunay



Gauguin

# Fotografía



# EL VOLUMEN

Determina el lenguaje gráfico de la escultura

El lenguaje de la Escultura se desarrolla en tres dimensiones. Es volumétrico y espacial.

Dependiendo de la técnica y los materiales:

- Modelado (añade materia)
- Talla (resta materia)
- Vaciado (trabajo con molde)

David. Miguel Ángel

Talla sobre mármol





Figura modelada época precolombina



Giacometti, vaciados



Chillida "Peine del viento" Acero.



Henry Moore, cavidades que entran a formar parte de la escultura.



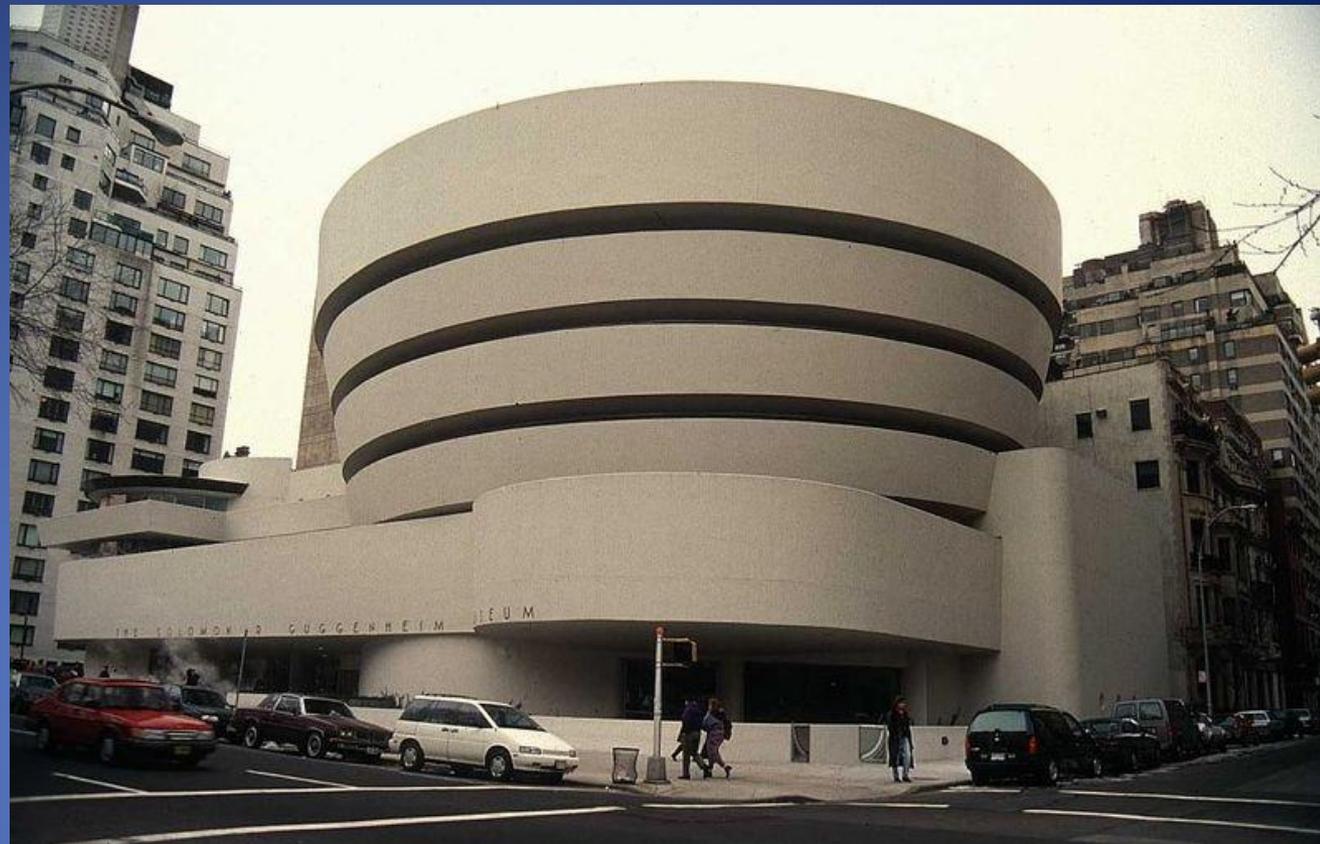
# EL ESPACIO

Determina el lenguaje de la Arquitectura, y es la parte esencial de la edificación.

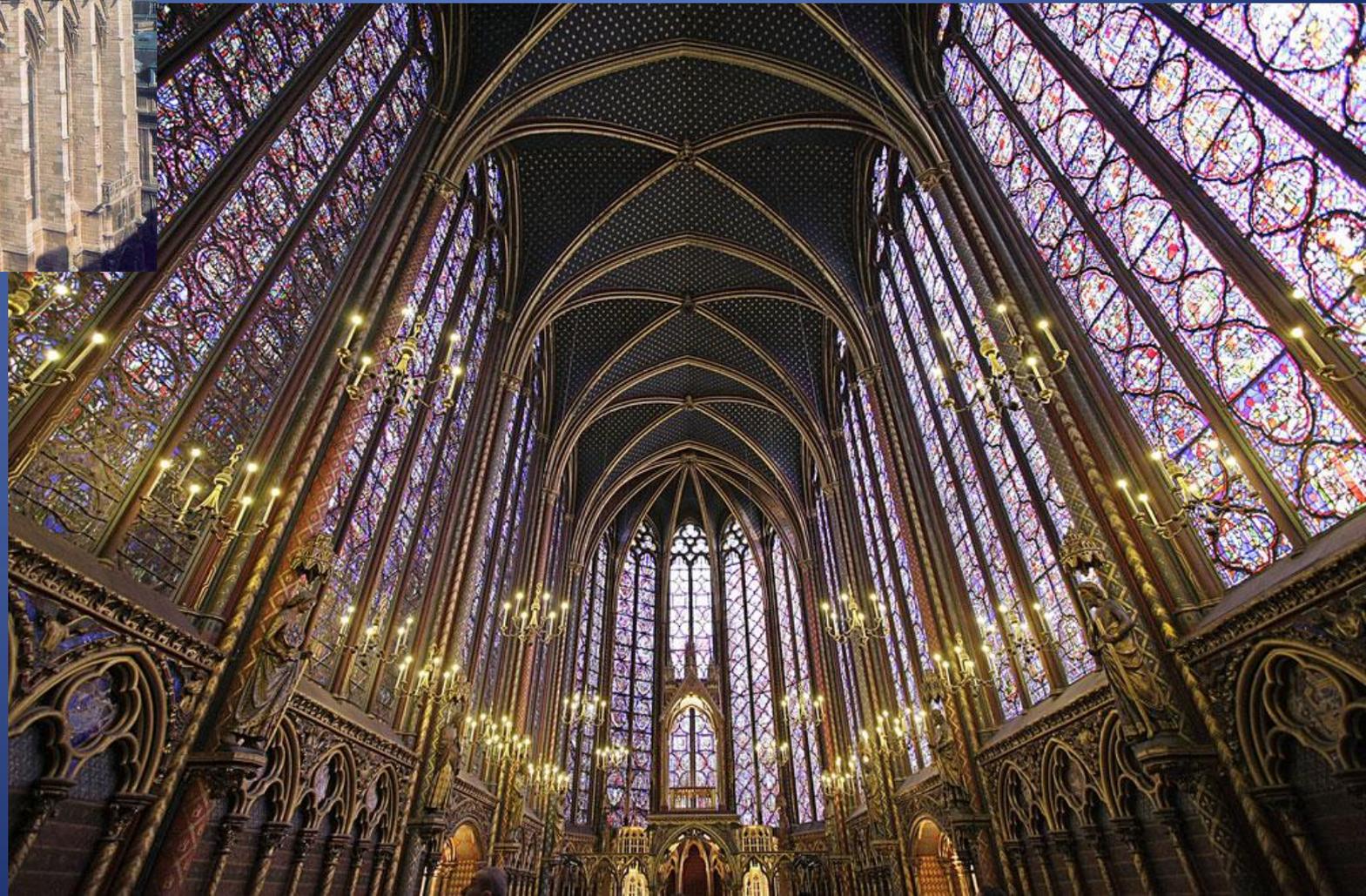
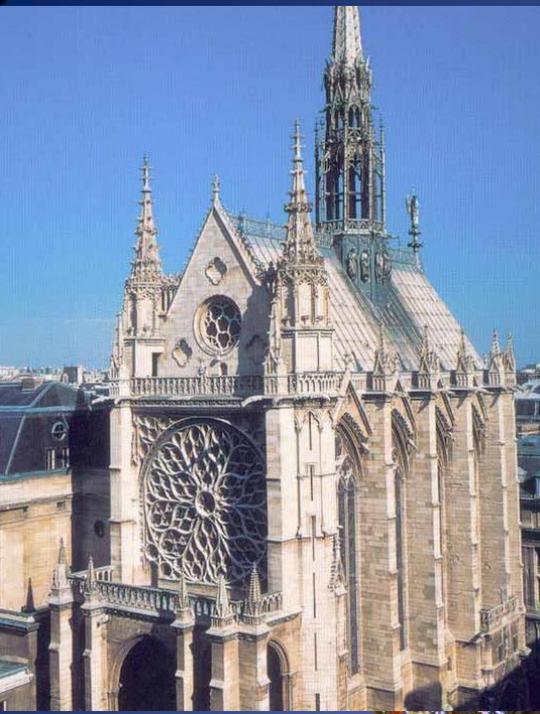
El espacio es dimensionable en tres direcciones: altitud, anchura y profundidad.

Par experimentar el espacio hay que valorar tanto el volumen exterior, como el interior, sentir que nos rodea.

Museo  
Guggenheim  
Nueva York



# Saint Chapelle París



# 3. La percepción Visual

- VER

Consiste en recibir, a través del sentido de la vista, las imágenes, impresiones o sensaciones externas.

Se trata de una **función psíquica** que permite al organismo captar, elaborar e **interpretar la información** que llega desde el entorno.

- PERCIBIR

Comprender conceptos es un proceso de análisis, organización y síntesis, que nos permite **valorar la información** que llega desde el entorno.

Es un proceso más profundo.

# ¿COMO SE ORGANIZAN LOS PROCESOS QUE PERMITEN A NUESTRO CEREBRO PERCIBIR?

Nuestro cerebro tiende a **simplificar estructuras complejas** organizándolas como generalidades y así facilita la tarea, demostrando que hace *la mejor organización posible* de los elementos que percibe.

El acto perceptivo, aunque cotidiano y realizado de forma automática, no es nada simple y tiene múltiples implicaciones, pues es evidente que el mundo real no es lo que percibimos por la visión, y por ello se precisa de una interpretación constante y convincente de las señales recibidas. Porque se trata de una lectura, de una interpretación inteligente de señales, **cuyo código no está en los ojos sino en el cerebro.**

Sólo muy recientemente, y tal vez por la enorme profusión de imágenes que fabrica y consume el hombre actual, se está cayendo en la cuenta de lo incompleta que es la educación escolar para enfrentarse con cierto criterio a la continua información, y también manipulación visual, de nuestra época.

Te presento, por ello, aquí, un estudio lúdico de la PSICOLOGÍA DE LOS CONJUNTOS, de las ESTRUCTURAS, de las FORMAS que hicieron los psicólogos de la Gestalt en la Alemania del siglo XIX. Todo se fundamenta en:

## **Principio de reconocimiento:**

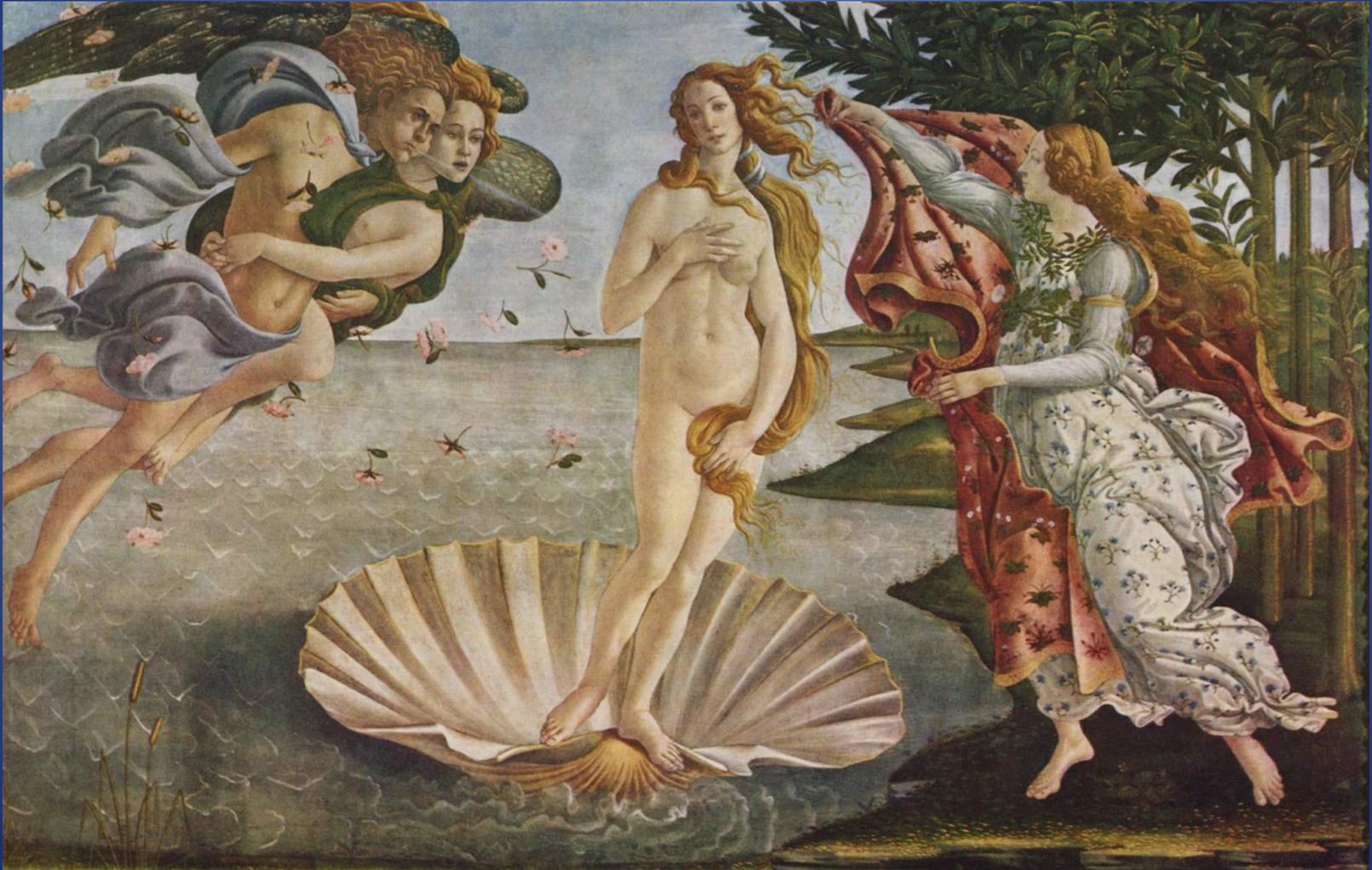
- Ley de Figura y Fondo

## **Principio de agrupamiento:**

- Ley de semejanza
- Ley de proximidad
- Ley de la buena forma o pregnancia
- Ley del cierre o clausura
- Ley de destino común
- Ley de la continuidad

## **Principio de la constancia o experiencia**

# 1- Ley de Figura y Fondo

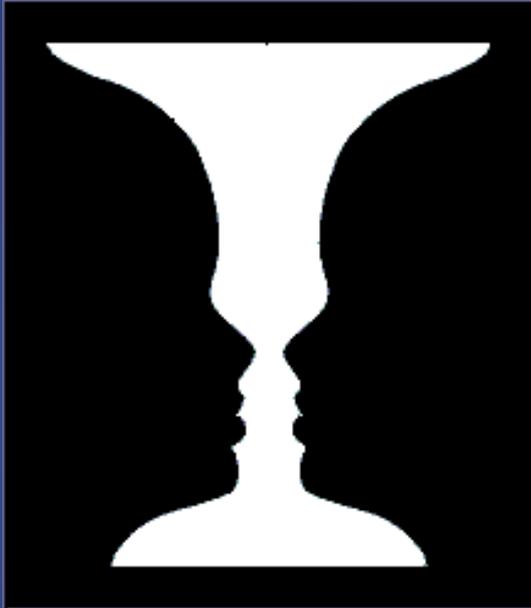


El cerebro “reconoce” una estructura cuando la organiza de forma que se recorta sobre un fondo.



En este cuadro clásico de Sandro Botticelli (uno de mis favoritos) aparecen tres figuras claramente destacadas: la Venus, que sale del agua; los Vientos, que la empujan a la orilla y la Primavera, atenta a recibir a la Venus y cubrirla con un manto de flores. No hay duda: éstas son las figuras y el resto pertenece al fondo.

El contorno pertenece a la figura, que es lo que queda delante.  
El fondo queda detrás y es difuso en cuanto a su forma.  
**La figura se percibe antes y se recuerda mejor.**



Pero la distinción entre figura y fondo no siempre es tan clara, y ahí está el juego... Son dos caras o una copa??

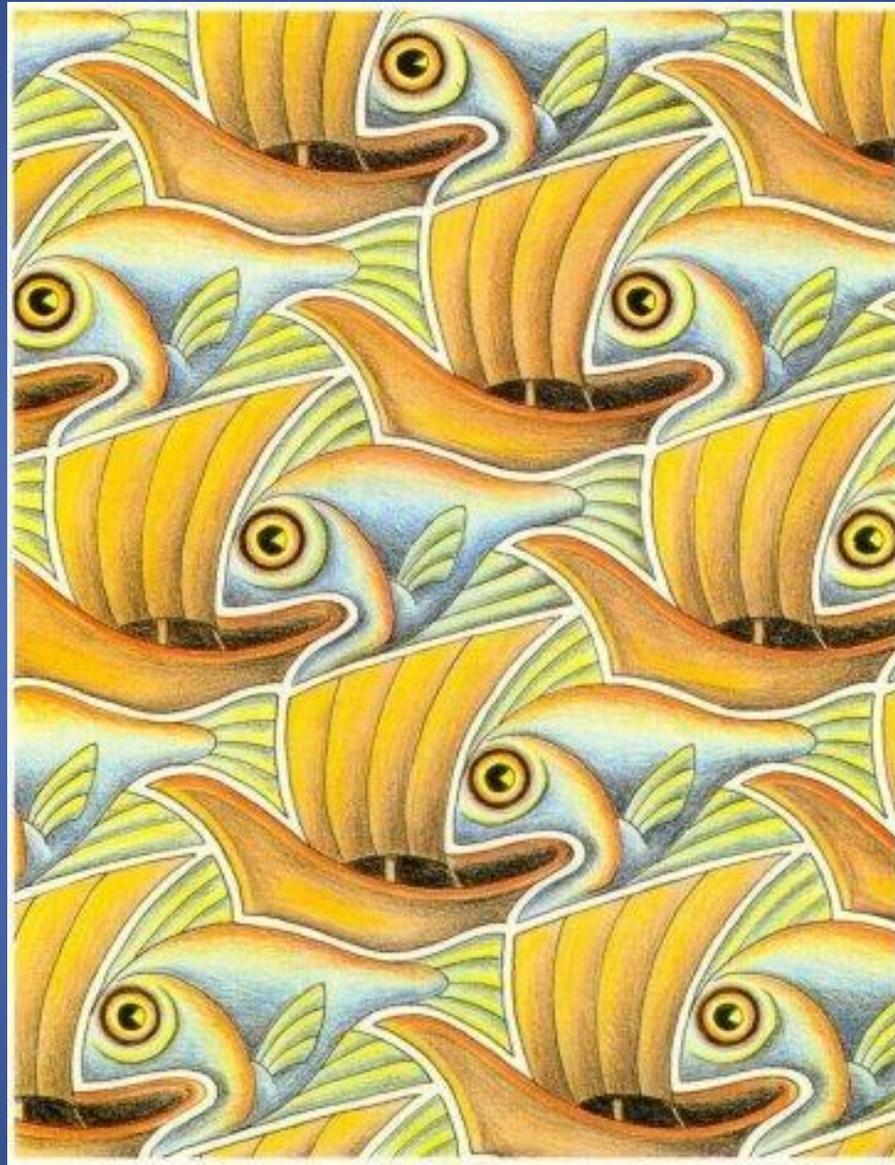
Un video curioso:

[http://www.youtube.com/watch?v=8dUiTI2AFU8&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=8dUiTI2AFU8&feature=player_embedded)

Descubre tu ahora el juego:

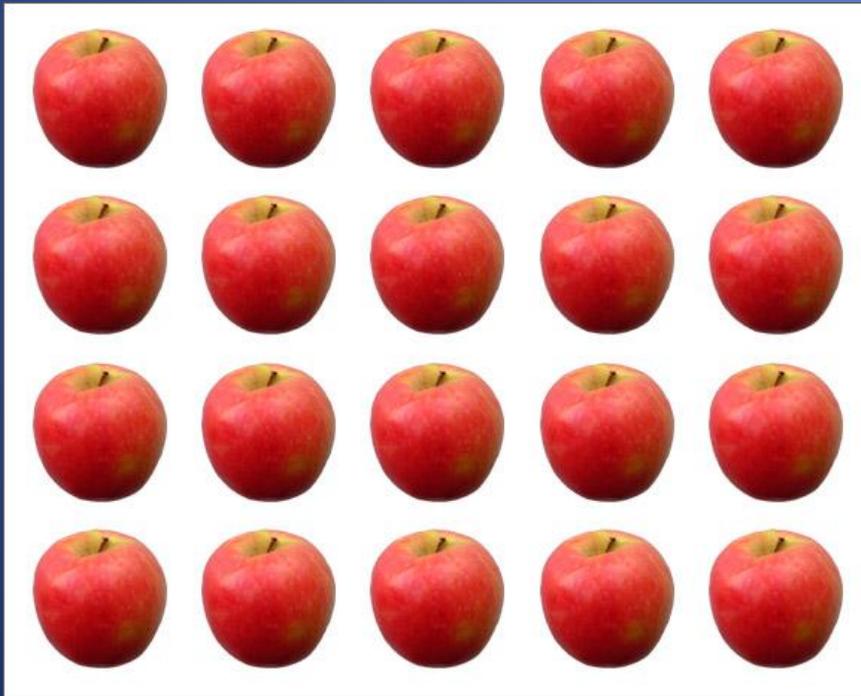


ANIMALES JUNTOS.  ZOO BUENOS AIRES



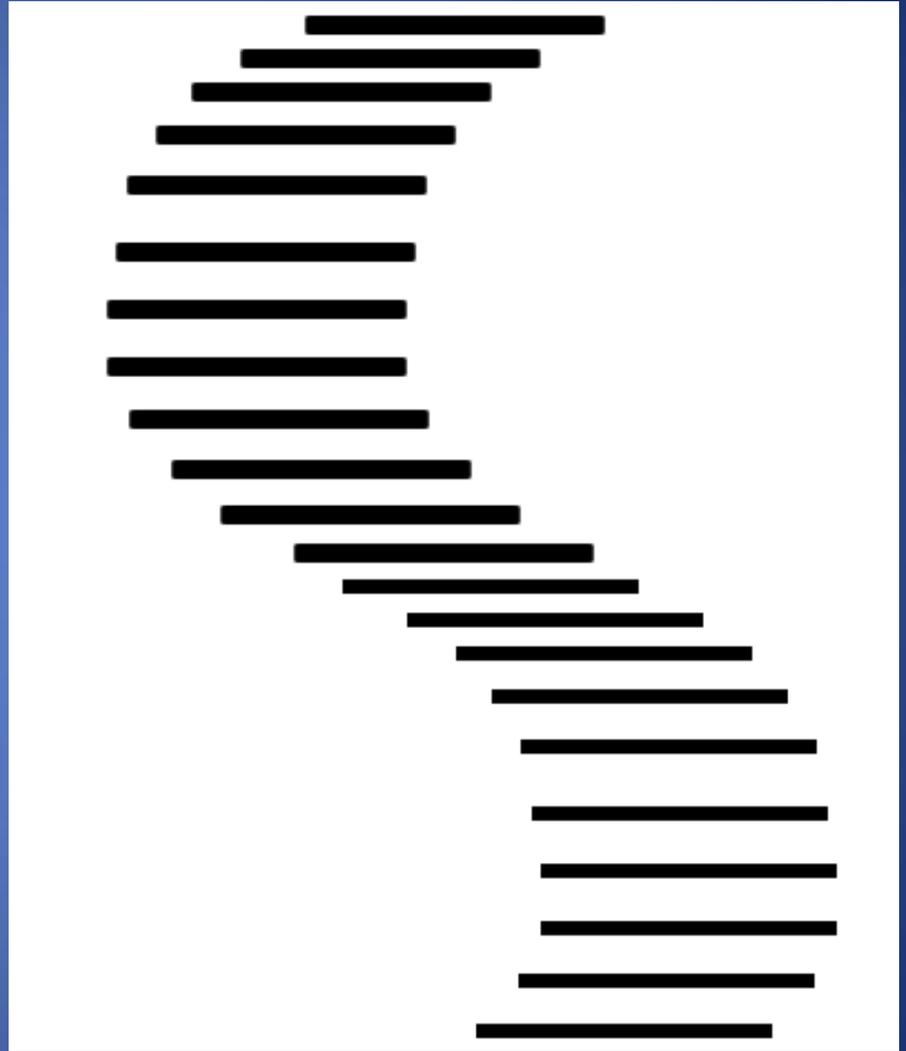
## 2- Ley de Semejanza

Según la ley de la semejanza, los elementos que presentan la misma forma tienden a ser observados como un conjunto.

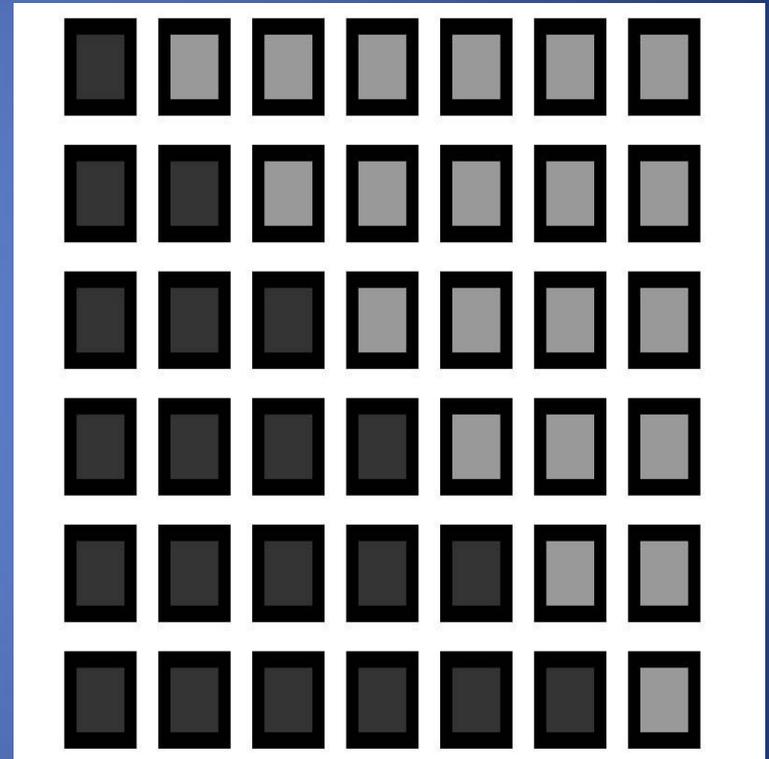


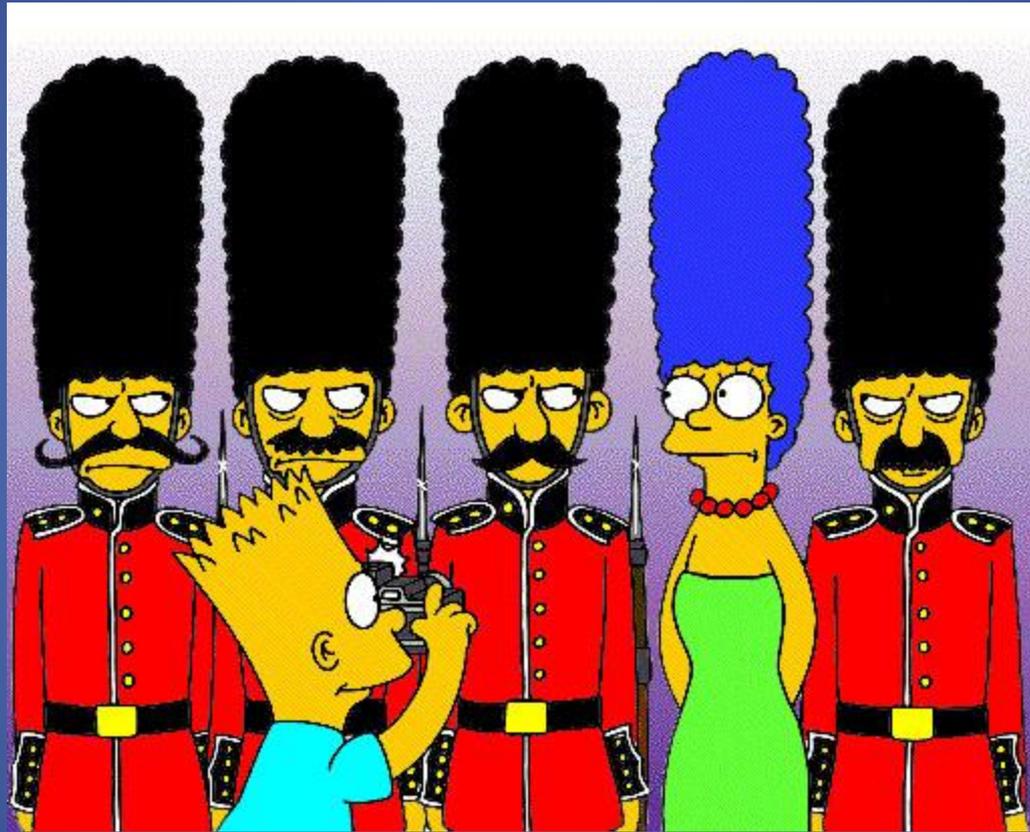
Que es más fácil, percibir un grupo rectangular de manzanas o 20 unidades de manzana???

En el ejemplo, podemos apreciar un conjunto de líneas horizontales, las cuales agrupadas forman una onda, o una "S". En realidad nuestra percepción está agrupando todas las líneas y está percibiendo la unidad de la onda, aunque la formen todas esas líneas.



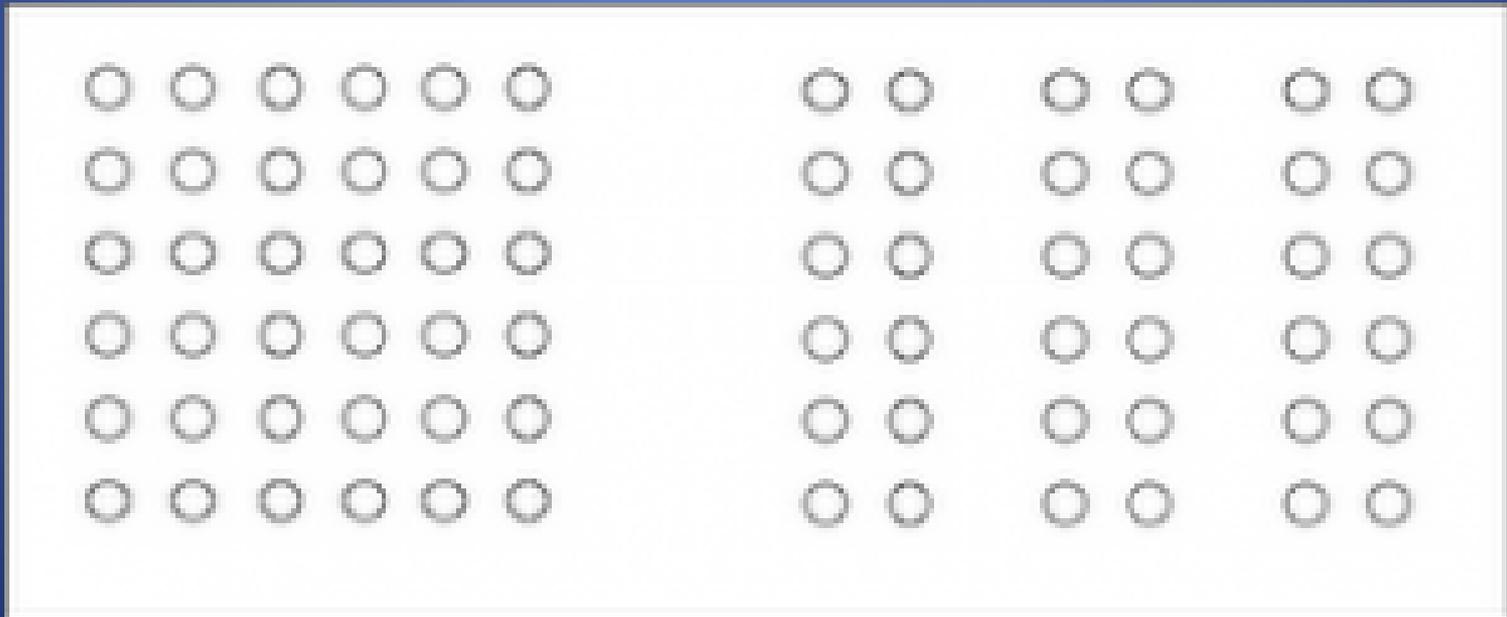
Y en estos ejemplos ??? Cual es el “dibujo” ???

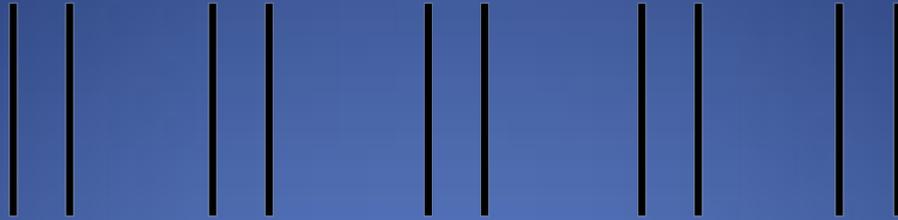




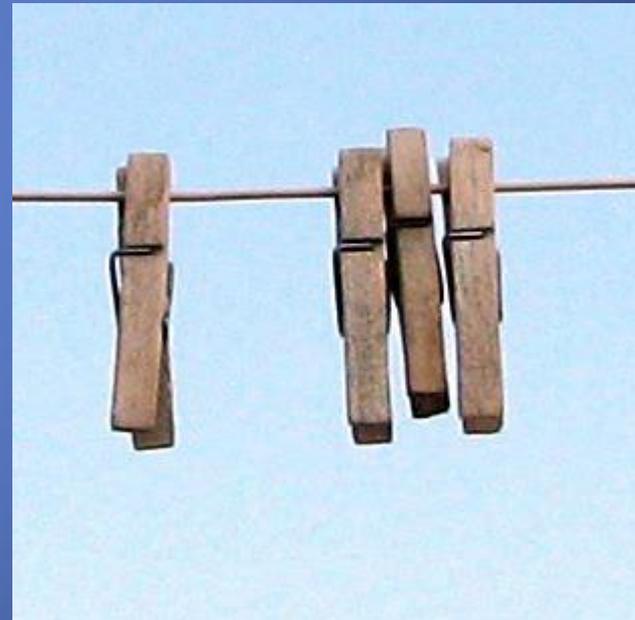
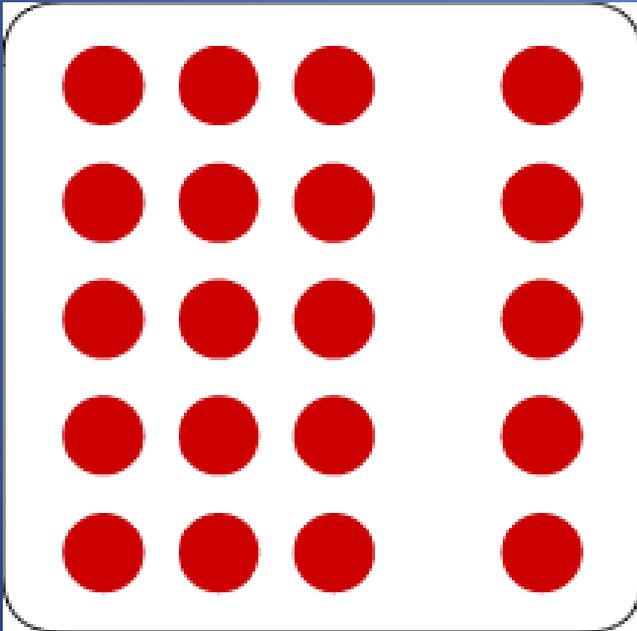
# 3- Ley de Proximidad

Las formas más cercanas tienden a agruparse.  
Os recuerdo, el cerebro tiende a crear conjuntos de elementos con cualidades comunes.





Como este conjunto de parejas...

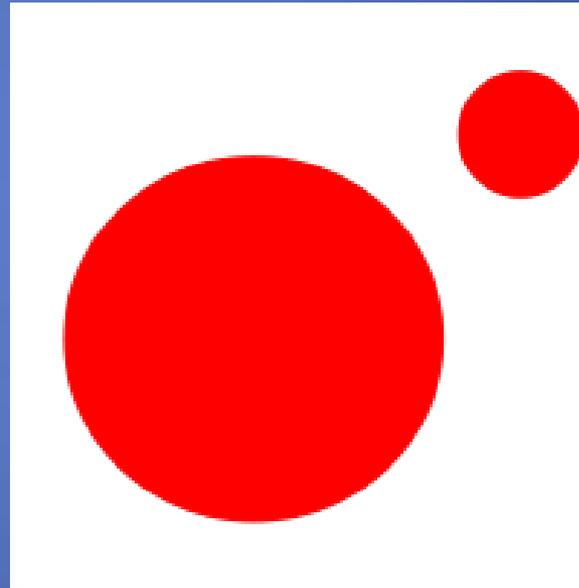


O estos de 1+3

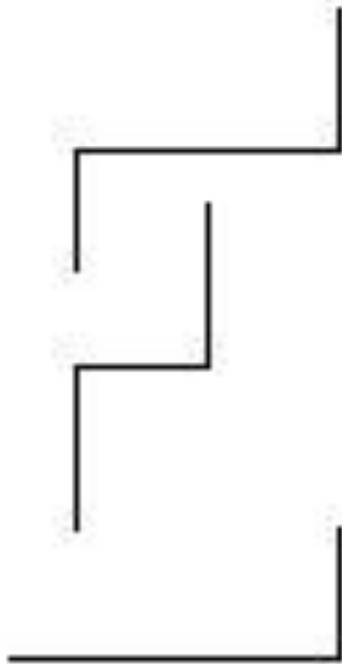


## 4- Ley de la Buena Forma (o Pregnancia)

Las formas más simples se perciben antes y se recuerdan mejor.



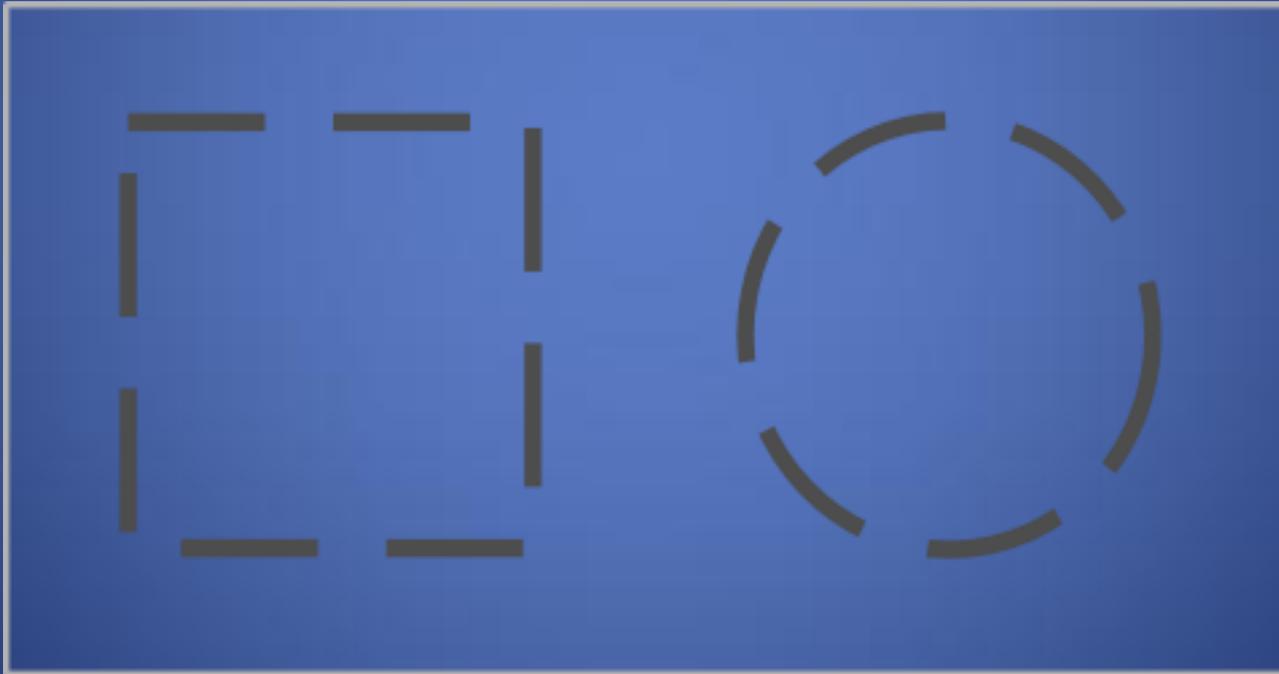
Fundamental para el diseño gráfico.  
Seguro que reconoces fácilmente estos logos.

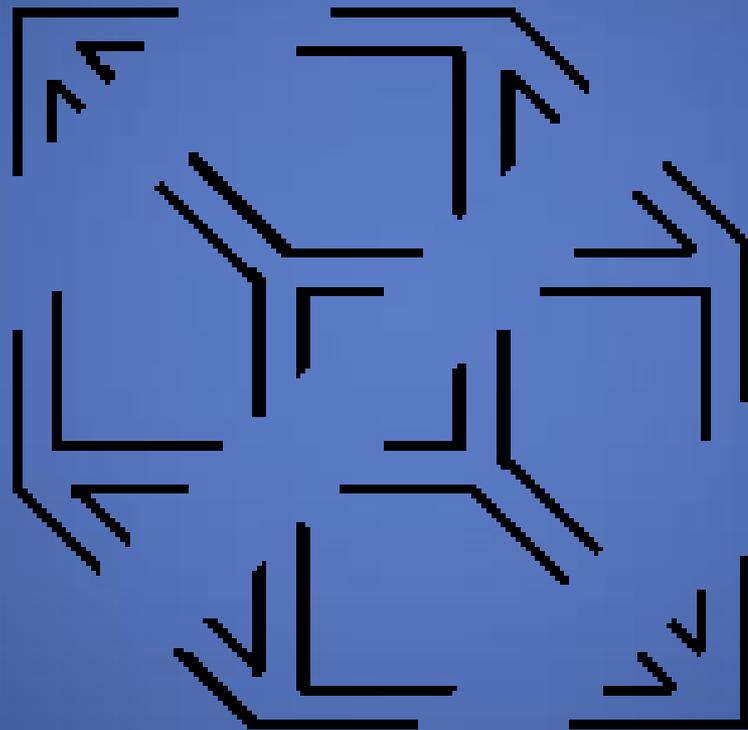


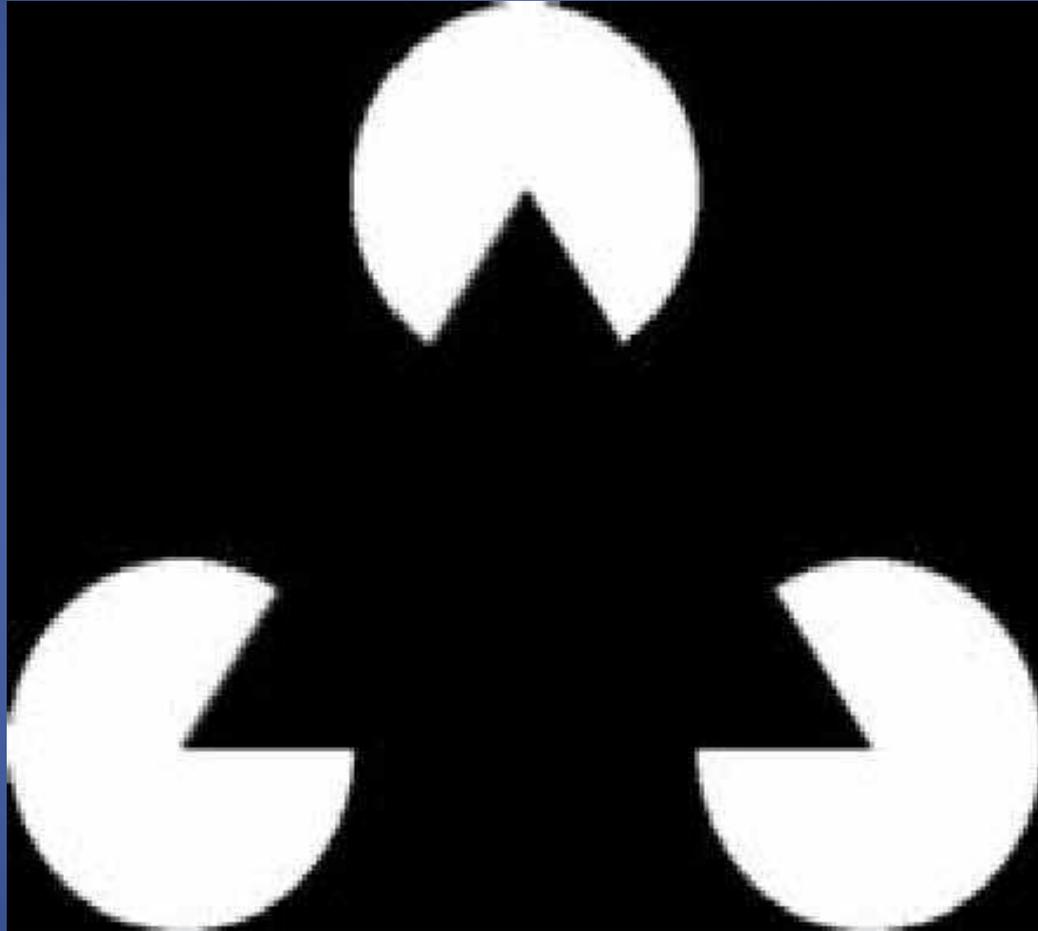
Este podría ser un buen ejercicio para practicar con la ley de la  
Pregnancia. Cual sería más fácil de recordar si nos pidieran que  
los dibujáramos sobre un papel después de ver la imagen???

# 5- Ley del Cierre

Nuestro cerebro tiende a ver las formas completas, así son más sencillas.









THE ULTIMATE REMOVER





# 6 – Ley del Destino Común

Se tiende a ver como un todo, aquellos elementos que se mueven en la misma dirección y velocidad.







# PRINCIPIO DE LA CONSTANCIA O EXPERIENCIA

Un objeto conocido, se tiende a ver inalterable aunque cambien las condiciones perceptivas.



A modo de juego, van a pasar dos diapositivas rápidamente.  
Luego una pregunta.

No te preocupes; volverán a pasar más despacio para que  
puedas reflexionar sobre tu respuesta.

A por ellas ???

3 2 1



Coca Cola Uzbek Edition

*Siempre*  
**Cola-loca**

*eltrasterodelaimaginacion.blogspot.com*

La pregunta:

Una de las imágenes es de un anuncio real de coca-cola, la otra no.

Sabrías decir cual ???



Coca Cola Uzbek Edition

Esta es la respuesta correcta.

Lo habías adivinado??? O te ha confundido el color ???

*Siempre*  
**Cola-loca**  
*eltrasterodelaimaginacion.blogspot.com*

No, esta no. Aunque tiene el mismo color y el mismo tipo de letra... Ni siquiera pone coca-cola !!!

# IMAGEN Y REALIDAD: NIVELES DE ICONICIDAD DE LA IMAGEN

- Que es una IMAGEN ????
- Una imagen es la apariencia visible de una persona, objeto o cosa **representada** por algún medio plástico (dibujo, pintura, escultura, fotografía, etc).

- Pero, cuánto se parece una imagen a la realidad, a su referente ????
- Eso depende del NIVEL DE ICONICIDAD



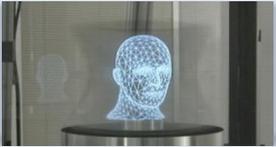
- Toda imagen es un modelo de realidad, pero lo que varía es la manera diferente que tiene la imagen de **sustituir, interpretar, traducir o modelar** la realidad.

Esta idea nos define tres modelos básicos de iconicidad:

-La representación -El símbolo -El signo



Pero podemos establecer una relación más completa gracias a la escala de Villafañe. Cada salto de iconicidad hacia abajo supone que la imagen pierde alguna propiedad icónica:

GRADO DE ICONICIDAD	NIVEL DE REALIDAD	EJEMPLOS
11	IMAGEN NATURAL	
10	MODELO TRIDIMENSIONAL A ESCALA	
9	HOLOGRAMAS	
8	FOTOGRAFÍA EN COLOR	
7	FOTOGRAFÍA EN BLANCO Y NEGRO	

6

PINTURA REALISTA



5

PRESENTACIÓN  
FIGURATIVA NO REALISTA



4

PICTOGRAMAS



3

ESQUEMAS DE MOTIVO



2

ESQUEMAS ARBITRARIOS



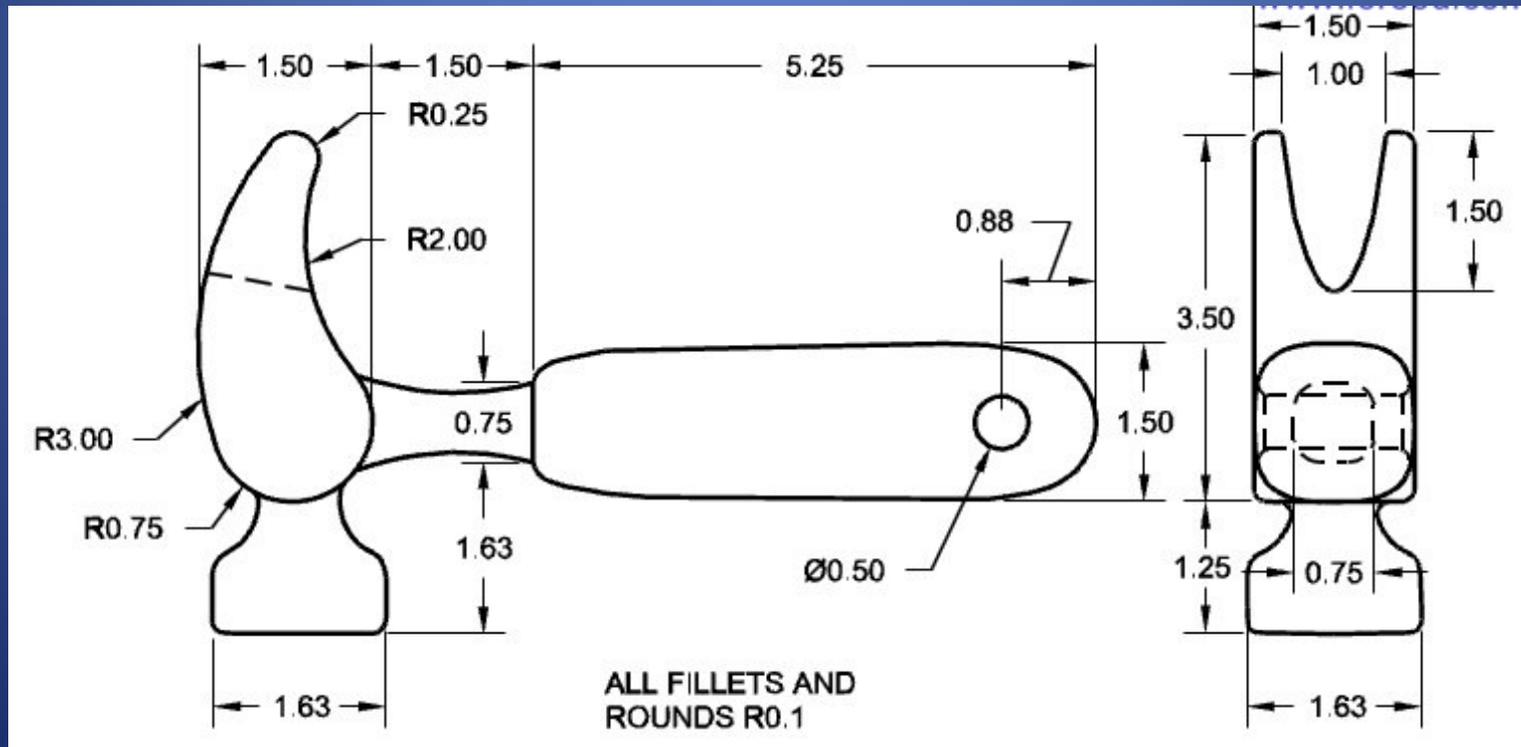
1

REPRESENTACIÓN NO  
FIGURATIVA



# 4- EL LENGUAJE VISUAL: FUNCIONES

**-Descriptiva:** Explican las formas de los objetos, hechos o situaciones con datos precisos no sujetos a interpretaciones personales.





- **Informativa:** Transmite una noticia, anuncia un evento o promociona un producto destacando sus cualidades.



**PUEDEN DEJAR DE CURAR**

**Antibiótico**  
500 mg  
12 Cápsulas  
Via oral

**Tómalos sólo cuando y como  
te los recete tu médico u odontólogo.**

Usándolos bien hoy,  
mañana nos protegerán.

 GOBIERNO DE ESPAÑA

 MINISTERIO DE SALUD Y CONSUMO

Resuelve  
todas tus dudas  
sobre residuos

Punto  
limpio

Fuentes de Ebro



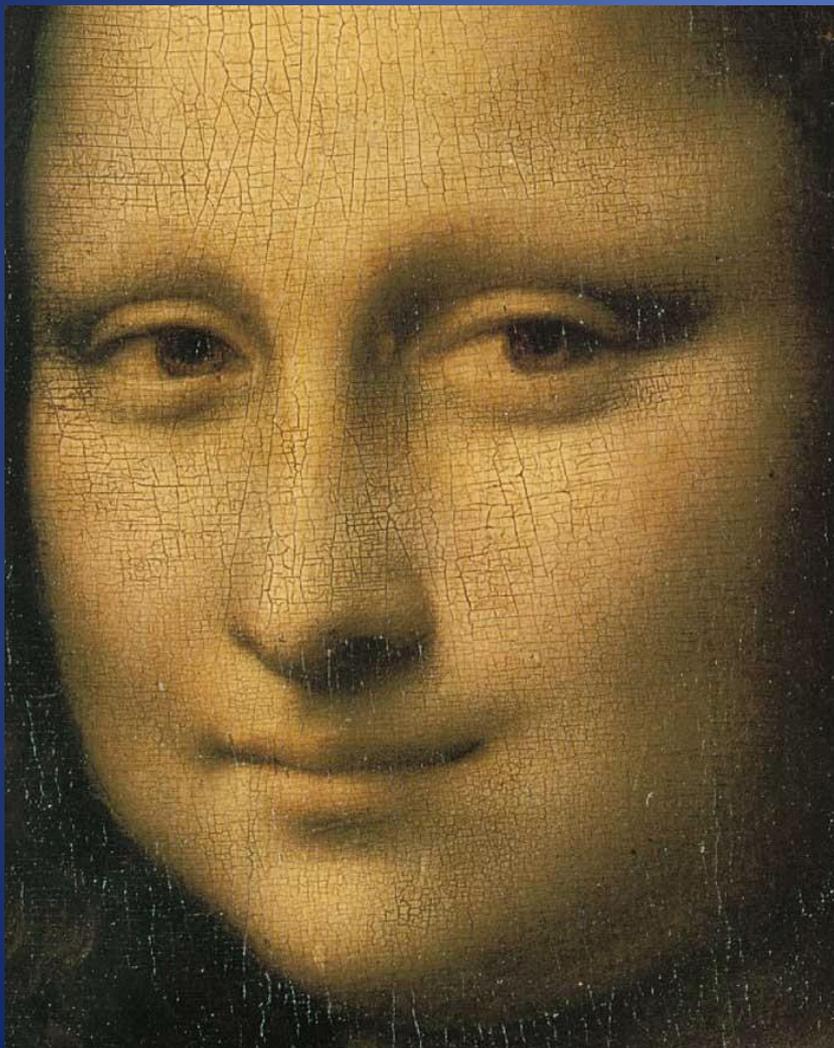
FRIGORÍFICOS, CONGELADORES, LAVADORAS, SECADORAS, LAVAVAJILLAS, COCINAS, ESTUFAS ELÉCTRICAS, PLACAS DE CALOR ELÉCTRICAS, MICROONDAS, RADIADORES ELÉCTRICOS, VENTILADORES, AIRE ACONDICIONADO, ASPIRADORAS, DIFUSORES DE LIMPIEZA, MÁQUINAS DE COSER, PLANCHAS, TOSTADORAS, FREIDORAS, MOLINILLOS, CAFETERAS, PRECINTADORES, EVASADORAS, CUCHILLOS ELÉCTRICOS, SECADORES, CEPILLOS DIENTES ELÉCTRICOS, MÁQUINAS DE AFEITAR, APARATOS DE MASAJE, RELOJES, RELOJES DE PULSERA, BALANZAS, ORDENADORES, PORTÁTILES, IMPRESORAS, RATONES, PANTALLAS, TECLADOS, FOTOCOPIADORAS, MÁQUINAS DE ESCRIBIR ELÉCTRICAS, CALCULADORAS, PROYECTORES, FAXES, TELÉFONOS, MÓVILES, CONTESTADORES AUTOMÁTICOS, RADIOS, TELEVISORES, VIDEOCÁMARAS, VIDEOS, CADENAS DE ALTA FIDELIDAD, AMPLIFICADORES, INSTRUMENTOS MUSICALES, MP3, LÁMPARAS FLUORESCENTES, LÁMPARAS DE SODIO, BOMBILLAS HALÓGENAS, PAPEL, CARTÓN, VIDRIO, EMBASES LIGEROS, MUEBLES, ENSERES, TROZOS DE MADERA, RESTOS DE PODA, CHATARRAS METÁLICAS, MATERIAL FONTANERÍA, CABLEADO ELÉCTRICO, PUERTAS, VENTANAS, SOMIERES, ESCOMBRO, ACEITES DE COCINA, ROPAS, TRAPOS, CALZADO, COSMÉTICOS, PRODUCTOS DE FOTOGRAFÍA, RADIOGRAFÍAS, TERMÓMETROS, MEDICAMENTOS, PILAS, ACUMULADORES, TONERS DE IMPRESORA, CD'S, DVD'S, PINTURAS,

Martes y Jueves de 11:00 a 14:00 h  
TÉ Contacto: 976 100 121

EL PUNTO LIMPIO se encuentra  
en el edificio del antiguo Servicio Nacional del Trigo (Silo),  
Camino Nacional 232, km 209  
Fresca a la Cooperativa Agrícola.



**-Estética:** Comunica la idea de un modelo definido de belleza (obras de arte, fotografías).



**Expresiva:** Transmite emociones o sentimientos, para conseguir cierta reflexión personal.



**BELLEZA ES FELICIDAD NIVEA**



**Comunicativa:** pueden ser tres tipos de imágenes

-Marcas, anagramas  
y logotipos



- Signos y pictogramas.



- Símbolos



**Persuasiva:** es la función fundamental del lenguaje publicitario.

