

LENGUAJE VISUAL

4t ESO

LENGUAJE VISUAL

La evolución de la comunicación humana se ha manifestado en sucesivas formas: oral, escrita, impresa, radiofónica; de forma paralela o en interacción con ellas se encuentra la presencia constante de las imágenes



Los avances tecnológicos de los medios de difusión y la creciente fascinación ante la transmisión icónica determinan que la transmisión visual haya sido adoptada por nuestra sociedad como una solución universal, eficaz e inmediata de comunicación



DEFINICION

- **No hay que extrañarse de que no haya forma de encontrar el término lenguaje visual. Pero sí que existe. Con sintaxis más o menos conocidas y gramáticas peor o mejor articuladas, llevamos milenios usando los gráficos para expresar ideas y conceptos:**

DEFINICION



- Lenguajes de carácter no secuencial en el que los dibujos transmiten igualmente, pero a veces de forma mucho más efectiva, ideas y hasta sentimientos

El lenguaje Visual

- Se expresa mediante imágenes
- Las imágenes son una representación de la realidad, no son la realidad.



La imagen y la iconicidad

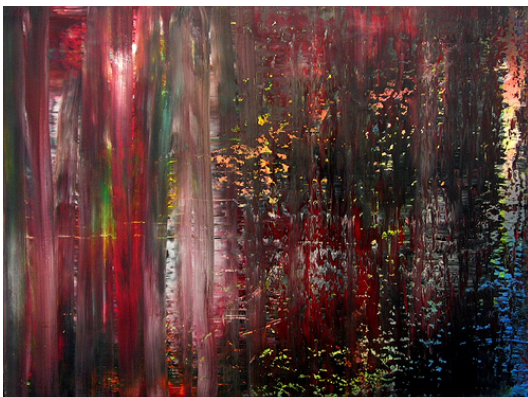
- El grado de iconicidad es el grado de parecido de una imagen a la realidad
- Dependiendo del parecido se habla de iconicidad alta, media o baja.

ICONICIDAD
ALTA



La imagen y la iconicidad

- Grado de iconicidad medio



Grado de iconicidad bajo

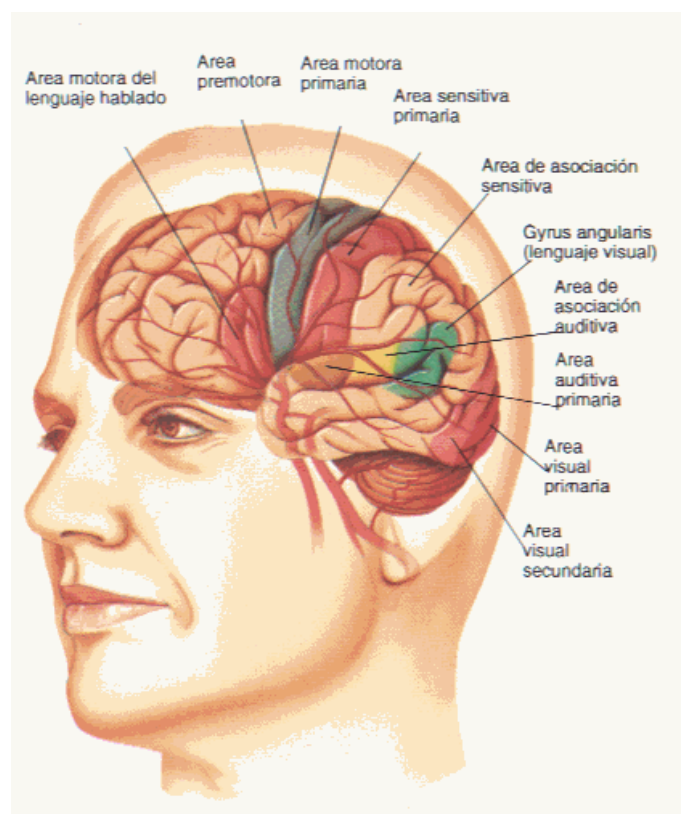


El lenguaje y la comunicación

- **El lenguaje visual es un sistema de comunicación que utiliza las imágenes como medio de expresión, es decir, emite mensajes visuales**

Lenguaje Visual Objetivo

- Es el que transmite una información de modo que posea sólo una interpretación. Por ejemplo un dibujo científico:



Lenguaje Visual Publicitario



- Su objetivo es informar, convencer y/o vender.



Lenguaje Visual Artístico

- Posee una función estética



La Comunicación Visual

- Proceso de elaboración, difusión y recepción de mensajes visuales.
- Los elementos que intervienen en la comunicación visual son: emisor, mensaje, medio y receptor.



Lectura de imágenes: Tipos de formas

- Reconocer las cualidades de las formas nos ayudan a comprender y valorar su significado.
- Las cualidades de las formas son: tamaño, configuración, posición, situación, materia, textura, acabado.

Modos de expresión en las imágenes

- Una imagen puede tener diferentes lecturas según las características del emisor y el receptor.
- Además el emisor condiciona el significado de una imagen, distinguiéndose 4 modos de expresión: realista, figurativo, abstracto y analítico.

Modos de expresión en las imágenes

- El modo de expresión **realista** representa fielmente la realidad



Modos de expresión en las imágenes

- Modo o estilo **Figurativo**: Representa formas basadas en la realidad pero interpretadas con un estilo libre.
- Los espacios, las formas, los colores y las proporciones son alteradas pero aún reconocibles. El autor interpreta la realidad para expresar ideas y sentimientos.

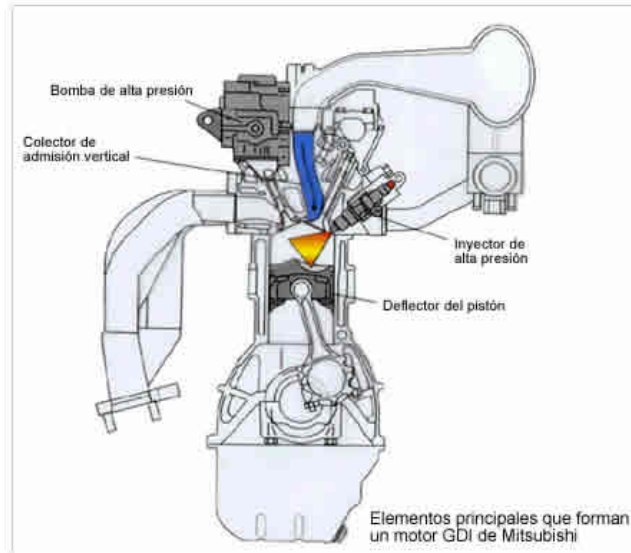


Modos de expresión en las imágenes



- El estilo **abstracto** ya no representa formas inspiradas directamente en la realidad
- Son formas y estructuras nuevas creadas por el propio autor que expresan un mundo particular
- Debido a sus características el estilo abstracto suele limitarse a la expresión artística: pintura y escultura principalmente.

Modos de expresión en las imágenes



- El modo o estilo **analítico**: Se trata de imágenes que describen detalladamente formas y procesos científicos.
- Son representaciones complejas dirigidas a un público ya iniciado o entendido, capaz de interpretar las formas que se describen

Símbolos y signos en los lenguajes visuales

- Todas las imágenes tienen 2 componentes fundamentales: el **significante** y el **significado**
 - El **significante** es el propio aspecto de la imagen.



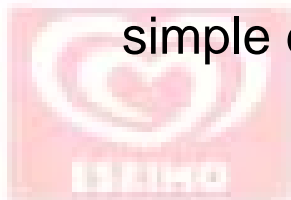
Símbolos y signos en los lenguajes visuales

- El significado es la idea que evoca dicha imagen.



Marca, anagrama y logotipo

- La **marca** es una señal que ponemos a un elemento determinado para poder reconocerlo entre los demás
- Las **marcas publicitarias** son distintivos utilizados como las señales de identidad de los productos comerciales. Para ser fácilmente reconocibles y recordadas por el público, han de ser formas sencillas y tener una combinación simple de tonos planos.



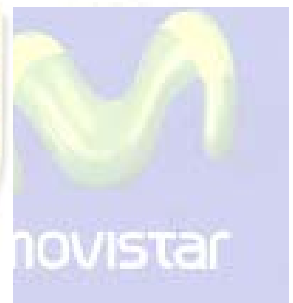
Marca, anagrama y logotipo

- Los **anagramas y logotipos** son 2 variantes muy parecidas dentro de la idea de marca.
- El **anagrama** es una palabra que resulta de la transposición de las letras de otra. Por ejemplo Universidad Latinoamericana ULA



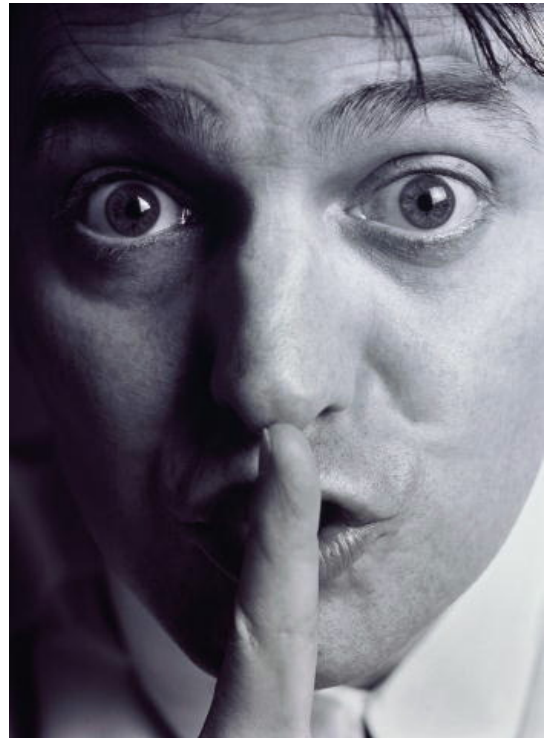
Marca, anagrama y logotipo

- El **logotipo** es una conjunto de letras con forma particular y una combinación de colores que da nombre a una empresa.
- La diferencia con respecto al anagrama, es que el logotipo puede venir acompañado o combinado con un dibujo representativo de la marca.



Signos convencionales: Señales

- El **signo** es una imagen que indica una orden, un aviso o una información. Es, por tanto, una forma de comunicación a través de la cual indicamos al espectador de esta imagen una información que le resultará muy útil.



Codificación

Peligro		Avión		Aeropuerto.	Interpretación
	+		=		Peligro por la proximidad de un lugar donde frecuentemente vuelan aeronaves a baja altura sobre la vía.
Obligación		Coche		Calzada para automóviles	
	+		=		Obligación para los conductores de automóviles, excepto motocicletas de dos ruedas sin sidecar, de circular por la calzada a cuya entrada esté situada.

Lenguaje visual: señales de tráfico. El triángulo rojo indica peligro. El avión da idea de que vuelan aviones a baja altura, luego estamos cerca de un aeropuerto. El círculo azul indica calzada obligatoria. Con el coche dentro, los automóviles están obligados a circular por la calzada donde se encuentre la señal. Nótese que la señal azul con el avión dentro sería una señal válida sintácticamente, aunque no tendría sentido semánticamente, de igual manera que se puede construir una frase válida sintácticamente pero que no tenga ningún significado.

Pictogramas

- Es un tipo de signo o señal que indica un lugar o un concepto determinado.
- Es una información que ha de ser fácilmente reconocida por el público al primer golpe de vista por lo que están geoméricamente simplificadas



En el caso de las señales de tráfico, la combinación de unas pocas figuras geométricas como triángulos, cuadrados y círculos con unos colores determinados y un conjunto de símbolos como coches, bicicletas y hasta bocinas permite expresar un amplio surtido de prohibiciones, obligaciones y situaciones de tráfico de forma inequívoca y perceptible en fracciones de segundo.



Manguera para incendios



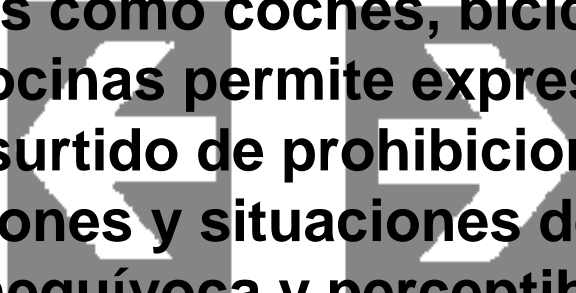
Escalera de mano



Teléfono para la lucha contra incendios



Dirección que debe seguirse (señal indicativa nacional más anteriores)



El lenguaje escrito, aunque pueda parecer extraño, es un caso particular de lenguaje visual. Tanto en su vertiente ideográfica como en la fonética un conjunto limitado de símbolos las letras o los ideogramas junto con unas reglas específicas tales como la sintaxis, la gramática y la ortografía permiten interpretar y reconstruir los sonidos del lenguaje hablado y, por tanto, su significado. Así pues el lenguaje escrito es sólo uno entre muchos ejemplos de lenguajes visuales posibles.

CARACTERISTICAS

Ningún lenguaje, ni siquiera el visual, es autoexplicativo. Esto es, **cualquier lenguaje nos ha de ser explicado y hemos de aprenderlo**. El hablado lo aprendemos lentamente a partir de las experiencias de nuestro entorno y de la interacción con nuestros semejantes. El escrito se aprende de forma sistemática en el colegio y los demás lenguajes visuales han de ser explicados o bien basarse en un conjunto de conocimientos previos fácilmente representables gráficamente.