



PROGRAMACION VISUAL

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

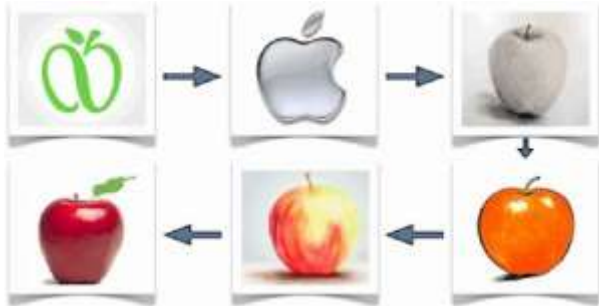
Según la finalidad que se pretenda al transmitir el mensaje podemos distinguir entre tres clases diferentes de lenguajes visuales:

A) Lenguaje visual objetivo: es el que transmite una información de modo que posea sólo una interpretación. Por ejemplo, un dibujo científico o una señal de tráfico.

B) Lenguaje publicitario: su objetivo es informar, convencer y/o vender un producto o servicio.

C) Lenguaje artístico: posee una función estética y el mensaje o connotación es más libre tanto desde el emisor como del receptor. Así como, en el lenguaje oral o escrito existen reglas, relaciones, unidades, paradigmas y sintagmas, en el lenguaje visual también. Pero con alguna particularidad, cuando leemos un texto escrito o hablamos, la construcción de sentido e interpretación se hace de manera lineal y cronológica, cosa que no pasa en la lecturas de las imágenes. En un texto como "**Lenguaje visual**" empezamos a leer la L...E....N.. y así hasta llegar a la última L, para construir las palabras "**Lenguaje Visual**" mediante un proceso de interpretación y reconocimiento, sabemos de que tema estamos leyendo o hablando. En el caso de una imagen de 2 o 3 dimensiones (*el tema de la 4ta dimensión lo trataremos aparte...*), ya sea un cuadro, una foto, un dibujo, un anuncio, etc... toda la información nos llega de golpe, en un golpe de ojo, recibimos toda la información, no hay linealidad ni cronología todo es instantáneo. Esto hace que la lectura de las imágenes sea algo súper interesante visto desde este lado, el de la

construcción de sentido. Si aprendemos a leer imágenes es más fácil aprender a crear o escribir o hablar con imágenes, recordemos que ya sabemos que la percepción visual se educa, que vemos lo que conocemos.



Las imágenes a su vez tienen diferentes grados de **iconicidad** (grado de semejanza de una **imagen**, relación de apariencias entre la propia imagen y su objeto) o variables de representación. No es lo mismo una fotografía a color (grado máximo de iconicidad o similitud con el objeto representado), una fotografía blanco y negro impresa en un periódico donde si observamos en detalles vemos que está construída en base a una trama de puntos negros de diferentes tamaños, un dibujo o una representación surrealista o codificada mediante algún sistema en particular. IMG:

A lo largo de la historia los artistas han intentado representar la realidad que nos rodea de acuerdo a las capacidades perceptivas de cada época (no es lo mismo la representación espacial antes o después de la aparición de la **perspectiva**, como la conocemos hoy) o las técnicas o medios de reproducción. Los artistas **impresionistas** intentaban transmitir mediante pequeños puntos de color el espacio a su alrededor y la sensación del instante, como contra respuesta a la aparición de la fotografía y el tan temido final de la pintura...y así época tras época, estilo tras estilo, hasta nuestros días.

Un estilo artístico de mediados del S. XX y que ahora ha vuelto con muchísima intensidad y a mi particularmente me ha apasionado siempre es el **HIPERREALISMO**. Es una tendencia radical de la **pintura realista** surgida en Estados Unidos a finales de los **años 60 del siglo XX** que propone reproducir la realidad con más fidelidad y objetividad que la fotografía. Aquí en España tenemos a un artista, que aparte de resultarme maravilloso, tengo la suerte encima de conocerlo y ser gran amigo, y sus cuadros son absolutas maravillas que desafían a los ojos, y te hacen decir siempre: *“No me lo puedo creer... está*

pintado”.. el es **Rafa Casado** y recomiendo fervientemente seguir su obra porque sale desde su corazón y llega al nuestro. Mucho antes, el señor **Magritte**, aparte de dejarnos una obra maravillosa, fue el creador de un concepto muy valioso en el mundo de las imágenes y la comunicación visual, la historia del arte e incluso de la filosofía: **El Realismo mágico**.

Entre 1928 y 1930 investigó las ambiguas relaciones entre palabras, imágenes y los objetos que éstas denotan. En *La perfidia de las imágenes* (1928-1929) retrata meticulosamente una pipa, y debajo, con igual precisión, pone la leyenda ***Ceci n'est pas une pipe*** (Esto no es una pipa), cuestionando la realidad pictórica.



Pero que nos quiere decir **Magritte**, con esto? Pues mucho se ha hablado y escrito acerca de las connotaciones de la imagen. Recordemos que toda imagen tiene un plano de denotación, forma o continente y un plano oculto de connotación, significado o contenido.

Cuando vemos esta imagen, vemos una pipa, pensamos en una pipa y por su grado alto de iconicidad, decimos y aseguramos incluso podríamos apostar que SI es una pipa.... Pero luego nos encontramos con la leyenda o el soporte textual que dice “Esto no es una pipa” y se nos desmorona el discurso... por qué creés que **Magritte** ha incluido en su cuadro esta frase?

Pues porque tiene toda la razón del mundo... eso no es una pipa... es la representación grafica de una pipa...es la pintura de una pipa... pero no es una pipa...

Las imágenes son representaciones de una parte de la realidad, no son la realidad. Alucinante verdad?

Vivimos tan inmersos en un mundo de inmediatez y de multiplicidad de mensajes visuales constantemente llegando a nuestros ojos, que solemos por momentos, perder la noción de diferenciación entre realidad y representación, entre imagen real e imagen mediatizada. ***El gato de Facebook no es un gato, es una imagen de un gato...***

Modos de expresión de las imágenes

Una imagen puede tener diferentes lecturas. Su significado cambia según el receptor y según el emisor de dicha imagen. En la apreciación de un mensaje visual influyen la experiencia y la formación cultural de las personas.

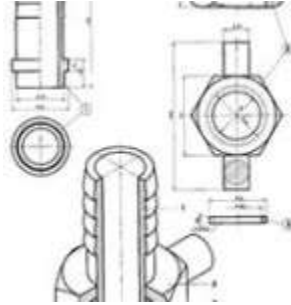
El emisor también condiciona el significado de un mensaje visual utilizando diferentes estilos para expresarse. Así se pueden distinguir cuatro modos de expresión:

- **El modo o estilo realista:** Representa fielmente la realidad o utiliza imágenes cercanas a la realidad física como una fotografía de prensa, una película o una obra artística realista. Es una imagen dirigida a todo tipo de público, que entenderá sin esfuerzo el motivo representado. Por tanto, el estilo realista suele ser muy utilizado por la capacidad de conexión con todo el mundo.
- **El modo o estilo figurativo:** Representa formas basadas en la realidad pero expresadas con un estilo libre. Es decir, la realidad está manipulada. Los espacios, las formas, los colores y las proporciones son alteradas pero aún reconocibles. El autor interpreta la realidad para expresar ideas y sentimientos. Parte del lenguaje publicitario expresa sus mensajes exagerando o alterando las imágenes; también la pintura, el dibujo y la escultura utiliza el estilo figurativo.

- **El modo o estilo abstracto:** 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. exigen del espectador una voluntad de comprensión personal del significado de estas imágenes. Debido a sus características el estilo abstracto suele limitarse a la expresión artística: pintura y escultura fundamentalmente.
- **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. Podemos encontrarla este tipo de imágenes en libros, catálogos y páginas webs especializadas. Pueden describir, por ejemplo, piezas mecánicas, aspectos de la fisiología humana, etc. Para que podamos descifrar la información que contienen hemos de aprender el código que emplean.

A continuación puedes ver cuatro imágenes representativas cada una de un estilo o modo diferente. Todas las imágenes forman parte de la colección del [Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía](#)





dejo con esta idea en la cabeza y la semana que viene entramos de lleno en **Cómo construimos un mensaje visual?** Mediante elementos del lenguaje o de la comunicación visual que son:

- EL PUNTO
- LA LÍNEA
- EL CONTORNO
- LA DIRECCIÓN
- EL TONO
- COLOR
- TEXTURA
- DIMENSIÓN
- MOVIMIENTO

ACTIVIDADES

1.- DESDE TU DISPOSITIVO ELECTRONICO REALIZA LA EDICION DE UN VIDEO CON MATERIAL PROPIO O LA EDICION DE UNO YA EXISTENTE PERO CON EL TOQUE REPRESENTATIVO TUYO

2.- INVESTIGA LA HISTORIA DE LOS LOGOTIPOS DE MARCAS MAS FAMOSAS Y QUE INFLUENCIA VISUAL REALIZAN

3.- DESDE TU DISPOSITIVO ELECTRONICO REALIZA UN LOGO TIPO CON MOVIMIENTOS EN TERCERA DIMENCION (EL LOGOTIPO F¿DEBE SER CREADO POR TI MISMO PARA LA EDICION VISUAL