



Lectura de imaxes

Índice

1. Introducción

2. Como se produce a comunicación visual

3. Como se le unha imaxe

3.1 Clasificación das imaxes

3.2 Características xerais da imaxe

3.3 Finalidade das imaxes

3.4 Lectura das imaxes

4. A percepción visual

4.1 Fases da percepción visual

4.2 As leis da percepción visual

1. Introducción

- O home para poder comunicarse cos seus semellantes, dende tempos prehistóricos, utilizou imaxes mesmo cando aínda non existía a escritura.
- As imaxes están na orixe da civilización humana, estando presentes en case todos os procesos de comunicación.
- Como sería o noso mundo sen imaxes?.

2. Como se produce a comunicación visual

En cada proceso de comunicación intervén:

- Emisor** Persoa ou entidade que decide comunicar algo.
- Mensaxe** O contido da comunicación (o que queremos comunicar).
- Código** Conxunto de normas e procedementos que relacionan significantes e significados para que as mensaxes visuais sexan comprensibles. Teñen que ser coñecidos polo receptor.
- Medio** É o elemento que permite fisicamente a transmisión da mensaxe.
- Receptor** Persoa ou conxunto de persoas ás que se dirixe a mensaxe
- Contexto** Conxunto de circunstancias ou lugares en que se sitúa a mensaxe.
- Función** É a intención que ten o emisor da mensaxe.

Exemplo da comunicación visual

Emisor
Rede de transportes metro de Madrid

Receptor
Son as persoas que utilizan o devandito transporte

Mensaxe
É a información das diferentes liñas e paradas do metro



Función
Descritiva: a través da imaxe recibimos datos precisos sobre o metro

Código
Son o conxunto de signos utilizados e a lingua castelá

Contexto
A sociedade española

Medio
Un folleto en forma de díptico

2.1 Linguaxe visual

A linguaxe visual é un sistema de comunicación que estrutura e relaciona os distintos elementos visuais das imaxes.

Obxectiva



A linguaxe visual obxectiva intenta transmitir a información de modo que se lle poida dar unha soa interpretación.

Utiliza formas xeométricas, imaxes moi reais, fotografías moi definidas e iluminadas.

Publicitaria



Carteles con poste de publicación, Colonia, Alemaña.

Fotógrafo: Joseba Estévez

Banco de imaxes INTEF

A linguaxe visual publicitaria combina imaxes e textos expresivos para que a mensaxe se comprenda doadamente.

A súa finalidade é atraer a atención do receptor para que acepte o produto e efectúe a compra.

Artística



Goya y Lucientes, Francisco de

Saturno devorando aos seus fillos

Banco de imaxes INTEF

A linguaxe visual artística produce diferentes sentimentos e sensacións no espectador, a través de combinacións de luces, cores e cuidadas composicións.

3. Como se le unha imaxe

3.1 Clasificación das imaxes.

I. Volumétrica	Esculturas	I. Fotográfica	Artística
	Maquetas		Documental
	Módulos Xeométricos		Publicitaria
I. Artísticas 2D	Debuxo	I. En movemento	Cine
	Pintura		Video
3D	Escultura	I. Dixital 2D	Mapa de bits
I. Técnicas	Arquitectura		Vectorial
	Enxeñería		3D Realidade virtual
	Deseño		
	Decoración		
I. Seriado	Gravado		
	Artes gráficas		

3.2 Características xerais da imaxe

As características ou atributos das imaxes son:

Grao de figuración

Refírese á representación figurativa da imaxe representada.

Grao de iconicidade

Está en función do nivel de realismo da imaxe respecto ao corpo ou obxecto representado.

Complexidade / simplicidade

Está relacionado coa cantidade de información que a imaxe nos proporciona.
Un azulexo da Alhambra ten menos información que unha fotografía.

Calidade técnica

Segundo a calidade técnica alcanzada nunha imaxe esta pode ser considerar boa ou mala.

Orixinalidade

Estaría no extremo oposto da vulgaridade e tería que ver coas imaxes consideradas como pouco correntes ou fóra do normal.

3.3 Finalidade das imaxes

Todas as imaxes que podemos observar teñen unha finalidade concreta que vén determinada pola mensaxe visual que o emisor lle quixo dar.

Informativa

Transmite unha noticia, anuncia un evento ou promove un produto destacando as súas calidades.



Identificativas

Serven para recoñecer unha empresa ou persoa. Logotipos, marcas, bandeiras.



Indicativas

Utilizan signos e sinais. Pictogramas.



Descritivas

Definen lugares ou figuras sinalando as súas partes de forma simplificada. Debuxos científicos, deseños, esquemas, mapas.



Noticia

Imaxes de prensa e carteis que acompañan un texto.

Exhortativa

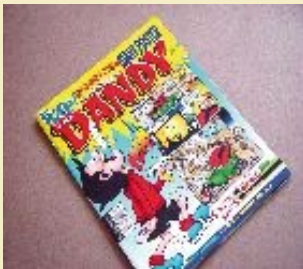


Bolsa publicidad

Banco de imaxes INTEF

Trata de convencer ao receptor para que faga o que propón a mensaxe.
Utilízase principalmente en publicidade.

Recreativa



Cómic

Fotógrafo: Paul Bangs

Banco de imaxes INTEF

As imaxes recreativas teñen como principal obxectivo entreter.
Os cómics, as películas, imaxes de revistas, obras de teatro, monicreques...

Estética



Pablo Picasso

Escultura situada en la Plaza Daley

Banco de imaxes INTEF

Son obras de arte que expresan sentimentos e beleza

3.3 Lectura das imaxes

Vivimos rodeados de imaxes. As imaxes teñen un valor expresivo que está intimamente ligado á intención de comunicación do autor e aos coñecementos do receptor ao que vai dirixida a imaxe.

A interpretación que se realiza das imaxes pode ser Obxectiva (cando ofrece un só significado e non está aberta a segundas interpretacións) ou Subxectiva (cando ofrece varios significados e ofrecendo máis información que a mera imaxe representada).

Itens para a lectura de imaxes

- **Dimensións da imaxe:** O tamaño condiciona totalmente a imaxe.
- **Nivel de observación ou percepción:** Mide tanto a calidade da imaxe coma os factores que impiden ou molestan na súa visión.
- **Clasificación:** Utilizaremos o esquema formulado anteriormente. Xa que nos resulta moi útil para establecer as diferentes funcións para as que foron creadas.
- **Características ou atributos das imaxes:** Definidas anteriormente.
- **Descrición obxectiva e subxectiva:** A interpretación que se realiza das imaxes.

Cómo se le unha imaxe ou obra de arte

Imaxe

Ficha técnica:

1. Autor
2. Título
3. Data de realización
4. Ubicación actual
5. Xénero
6. Clasificación da imaxe
7. Técnica empregada
8. Dimensións

Lectura descriptiva: (obxectiva)

1. Elementos compositivos e distribución do formato
2. Centro óptico e centro xeométrico da imaxe
3. Liñas de forza e de interese
4. Tratamento da luz
5. A cor: análise e combinacións
6. Tipo de plano
7. Angulación

Características principais:

1. Orixinalidade / redundancia
2. Iconicidade / abstracción
3. Monosemia / polisemia
4. Simplicidade / complexidade

Relación texto/ imaxe:

Funcións do texto (anclaxe, relevo, oposición,..)

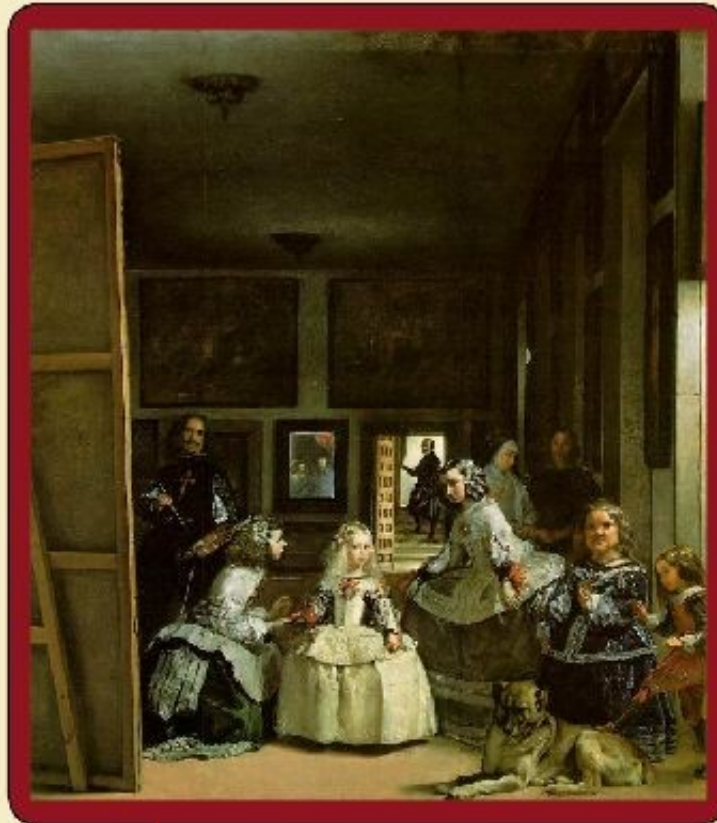
Lectura interpretativa (subxectiva):

1. Grao de significación
2. Connotacions emocionais e valoración da imaxe.

Exemplo de lectura dunha obra de arte

Ficha técnica:

1. Autor:
Diego Velazquez
2. Título:
Las Meninas
3. Data de realización
1665
4. Ubicación actual
Museo del Prado
5. Xénero
Pintura
6. Clasificación da imaxe
Imaxe artística
7. Técnica empregada
Óleo sobre lienzo
8. Dimensións
318 x 276 cm



Lectura descriptiva: (obxectiva)

Consta de once figuras, máis a deitada dun somnolento mastín (estas distribúense en dous grupos de personaxes), distribuídas nos dous eixes, frontal e transversal, que articulan a composición ondulante do cadro.

A profundidade e altura de teito xeran un gran baleiro en penumbra animada por dous puntos de luz. O primeiro procedente da ventá da dereita, incidindo os raios sobre a infanta Margarita. O segundo vén de atrás e corresponde á radiante porta do fondo e á luz que rebota no espello onde están reflectidas as imaxes dos reis. Estes efectos claroscurostas e a superposición das perspectivas, lineal e aérea, logran unha sensación de realidade case máxica.

O centro de interese está na infanta Margarita na súa cabeza. Esta encóntrase no cruzamento de tres liñas de interrelación entre personaxes. Ademais, é a única figura, se exceptuamos o can, que recibe a mirada directa doutra.

En Las Meninas todos os personaxes se presentan nun plano de igualdade sen xeraquias.

Características principais:

1. **Orixinalidade** / redundancia
2. **Iconicidade** / abstracción
3. Monosemia / **polisemia**
4. Simplicidade / **complexidade**

Lectura interpretativa: (subxectiva)

Da multitude de interpretacións podemos considerar as dúas que propón Francisco Calvo Serraller:

Unha de carácter político, que sintetiza a esperanza de supervivencia dunha dinastía cada vez máis ameazada; e outra, que alegoriza o triunfo da Pintura. Estas dúas pódense considerar complementarias.

4. A percepción visual e a observación

Percepción visual

É un proceso durante o cal unha persoa recibe un conxunto de estímulos visuais.

A percepción dunha imaxe está en estreita relación co xeito na que cada individuo capta a realidade, a historia persoal, os intereses, a educación e o seu contexto cultural.

Aspectos da percepción:

- Aspectos obxectivos*: Formas e cores do exterior.
- Aspectos subxectivos*: As nosas crenzas, coñecementos e estados anímicos.

Observación

Mirar as formas e imaxes con atención e estudar as súas calidades visuais e o seu significado (lugar no que se desenvolve a escena, cor que predomina, formas que interveñen, como se relacionan...).

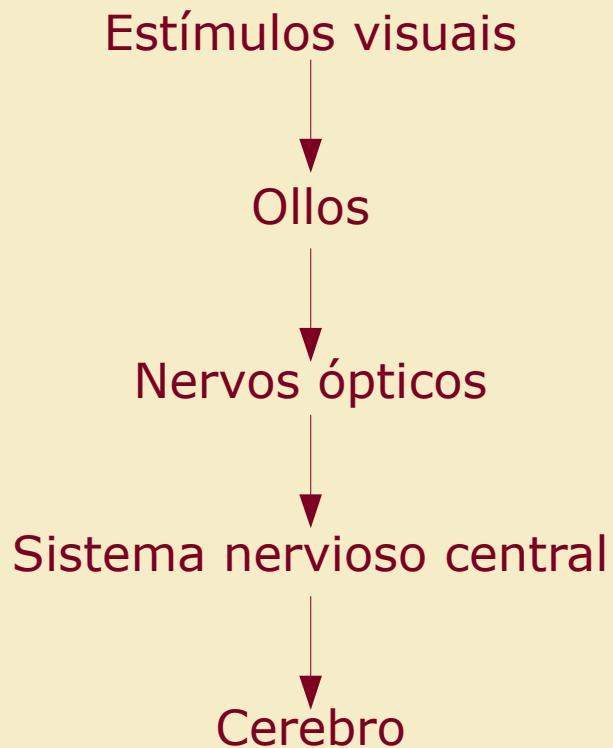
Tipos de observación:

- Analítica*: Identifica a forma, a cor, a estrutura das partes, o material, etc. dos elementos que configuran unha imaxe.
- Funcional*: Comprende o significado, a función ou acción dos elementos dunha imaxe.

4.1 Fases da percepción visual

O proceso de percepción das imaxes desenvólvese en dúas fases

Fase óptica e física



Fase interpretativa



4.2 Leis de organización da forma

As formas que constitúen unha figura xorden da aplicación dunha serie de regras de organización, cun mero valor sintáctico, é dicir de posición e de oposición. Estas son as leis da forma ou da gestalt.

A forma é unha estrutura perceptual. Un conxunto limitado de elementos e de relacións entre eles, cunha función ou significado común.

As leis de organización da forma interactúan coa fin de obter o que os teóricos da Gestalt denominan "**a boa forma**", a forma "**correcta**" ou a forma "**mellor**"

Canto menor sexa o esforzo por percibir unha forma maior será a súa forza.



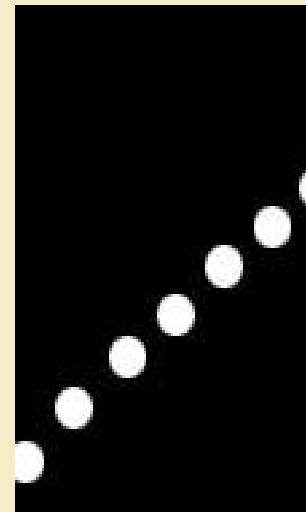
Lei da proximidade

Os elementos próximos no espazo e/ou tempo, axúdannos a agrupalos nunha totalidade.



Lei da continuidade

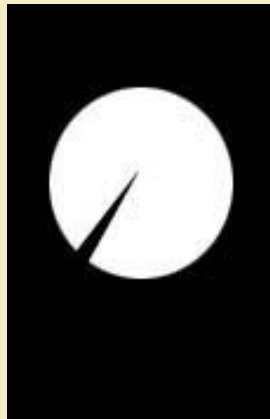
Toda unidade lineal tende a ser continua na mesma dirección e co mesmo movemento.





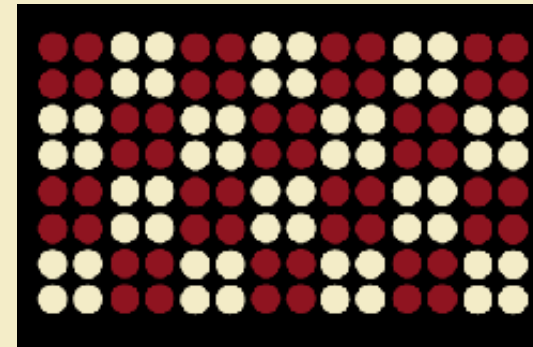
Lei do peche ou cerramento

Tendemos a organizar as unidades ópticas en conxuntos compactos e pechados. Tendemos a encher os intervalos entre as unidades. Se temos unha forma parcialmente pechada tendemos a completala.



Lei da semellanza ou igualdade

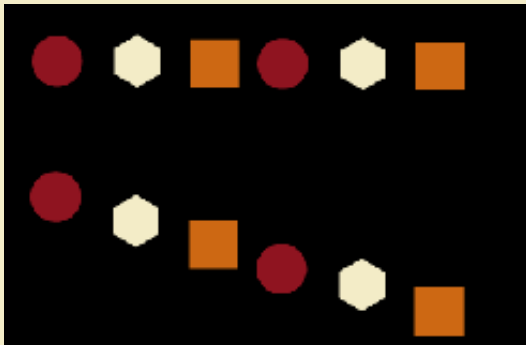
Os elementos semellantes tenden a agruparse ou relacionarse. A semellanza pódese basear en calquera criterio: tamaño, textura, cor, significado etc...





Lei do movemento común

Tendemos a agrupar os elementos que se moven conxuntamente nunha mesma dirección, ou aos que se moven lentamente en dirección contraria.



Lei da experiencia

Recoñecemos máis facilmente aquelas formas que xa coñecemos, as que podemos identificar con algún significado que non é novo para nós.



Webquest

Lectura de imaxes: como se le unha imaxe:

<https://sites.google.com/site/comoseleunhaimaxe/>

Lectura de imaxes: como se le unha obra de arte:

<https://sites.google.com/site/comoseleunhaobrarte/>

Lectura de imaxes: Leis da percepción:

<https://sites.google.com/site/leisdapercepcion/>

Bibliografía

Acaso María: *El lenguaje visual*, Paidosestetica, Madrid 2011

Arnheim Rudolf: *Arte y percepción visual*, Alianza Forma, Madrid 1997

Gustavo Bueno, Alberto Hidalgo, Carlos Iglesias: *Symploké*, Júcar, Gijón 1989

Godoy M^a Jesus y Rosales Emilio: *Imagen artística, imagen de consumo (claves estéticas para un estudio del Discurso mediático)*, Ediciones del Serbal, Barcelona 2009.

Manuel Vázquez Montalván: *Historia y comunicación social*, Alianza editorial, Madrid 1980.

Marce Pug Francesc: *Teoría y análisis de las imágenes*, Publicación ediciones de la Universidad de Barcelona, Barcelona 1983.

Marshall McLuhan, Quentin de Fiore: *El medio es el mensaje. Un inventario de efectos*, Paidós, Barcelona 1992

Munari Bruno: *Diseño y comunicación visual*, Gustavo Gili, Barcelona 1985.

Prette María Carla y De Giorgis Alfonso: *Comprender el arte y entender su lenguaje*, Susaeta, Madrid.

Roberto Aparici, Agustín García Matilla, Manuel Valdivia Santiago: *La imagen*, UNED, Madrid 1992

Roberto Aparici, Agustín García Matilla: *Lectura de imágenes*, Ediciones de la Torre, Madrid 1998

Román Gubern: *Medios icónicos de masas*, Historia 16, Madrid 1997

Villafame J.: *Introducción a la teoría de la imagen*, Ediciones pirámide, Madrid 1992.