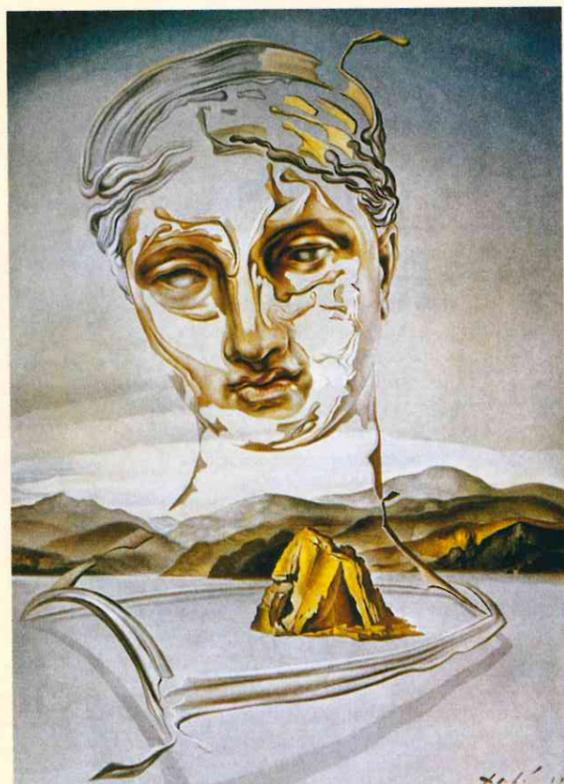


1

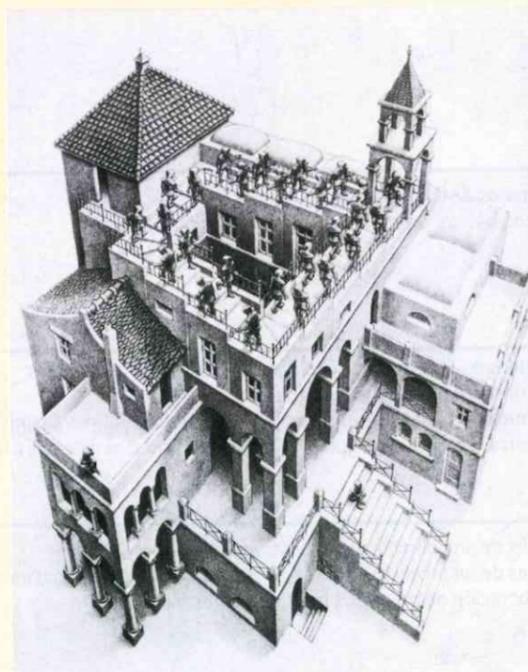
PERCEPCIÓN Y LECTURA DE IMÁGENES



Salvador Dalí: *Nacimiento de una divinidad*, 1960.
Óleo sobre tela, 36 x 26 cm.
Colección particular.



Victor Vasarely: *Atrapar*, 1945.
Témpera sobre cartón, 45 x 33 cm.
Colección particular.



M. C. Escher: *Subiendo y bajando*, 1960.
Litografía, 390 x 489 cm.
Colección particular.

ANTES DE EMPEZAR

Todas las personas y en especial los artistas necesitan ejercitar la memoria o retentiva visual y la capacidad de observación, para poder entender y disfrutar adecuadamente de los *mensajes visuales* del entorno.

Es fundamental, por tanto, saber seleccionar los *elementos visuales* que nos interesan y reconocer que la figura principal de una escena suele tener unas características visuales diferentes a las demás formas que la componen.

La lectura de un mensaje visual se completa con el análisis de los siguientes aspectos: el soporte físico que lo contiene, el medio a través del que se emite, la finalidad a que está destinado, y sus posibles significados.

NO DEJES QUE JUEGUEN CONTIGO



CAMPAÑA ESCOLAR CONTRA LAS DROGAS

Campaña publicitaria.



René Magritte: *El cicerone*, 1947.
Óleo sobre lienzo, 54 x 65 cm.
Galería Isy Brachot, Bruselas.

▶ Observa durante unos segundos las reproducciones e intenta recordar el mayor número de formas y colores. ¿Cuántos recuerdas? ¿Recuerdas lo que ocurre en cada una de las escenas?

▶ El dibujo de Escher parece representar el espacio de manera casi fotográfica, pero si observas atentamente, hay detalles que rompen esta aparente armonía. Señala alguno de ellos.

▶ ¿Qué objetivo principal tiene el cartel publicitario que ves en esta página? Compara esta imagen con la de Magritte. ¿Cuál te resulta más fácil de comprender?

La percepción visual es una sensación mediante la cual el ser humano registra una serie de formas y colores presentes en el entorno. En el proceso de percepción, el sentido de la vista selecciona, compara e interpreta convenientemente los diferentes conjuntos de estímulos visuales.

En todo proceso de percepción se unen aspectos objetivos, relacionados con las formas y los colores reales que nos llegan del exterior, y aspectos subjetivos, que dependen de nuestras creencias, conocimientos y estados anímicos. La combinación de ambos aspectos da lugar a una interpretación personal, por ello, podemos afirmar que la percepción de las imágenes que recibimos es diferente para cada uno de nosotros.

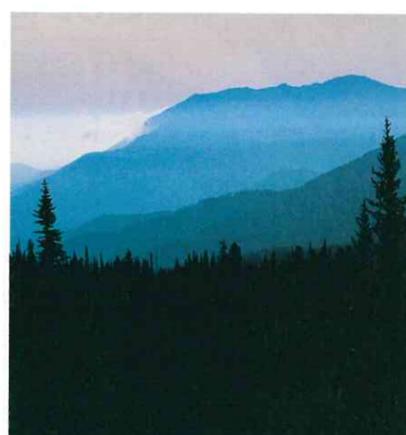
Los aspectos objetivos que influyen en nuestra forma de percibir tienen en cuenta las siguientes relaciones entre formas: variación de tamaño, superposición y pérdida de intensidad del color.



La disminución progresiva del tamaño de las formas da la impresión de profundidad y alejamiento.



Cuando las formas se superponen parcialmente, se produce un efecto espacial de profundidad.



La pérdida de intensidad de los colores es también un indicio de lejanía.

Algunos aspectos subjetivos relacionados con nuestras peculiaridades personales, como la necesidad, la motivación y el contexto cultural, también nos ayudan a percibir y disfrutar de las imágenes del entorno.



Con una breve mirada interpretamos el significado de las luces de los semáforos, que nos avisan de posibles peligros.



Nos es más fácil recordar las partes de los objetos que nos gustan en comparación con las de otro objeto cualquiera.



Percibimos con mayor rapidez los elementos relacionados con la cultura de nuestro país que los pertenecientes a otras culturas.

Diferencia entre observación y percepción visual

Observar es mirar las formas e imágenes con atención y estudiar sus cualidades visuales y su significado.

La observación y la percepción son dos capacidades que están directamente relacionadas, pero mientras que en la observación el análisis juega un papel fundamental, la percepción es una sensación producida al recibir una impresión visual.

En esta escena percibimos inicialmente un conjunto de formas y colores entre los que destacan las superficies que tienen más definición visual. Sin embargo, al observar la escena nos planteamos preguntas como: ¿En qué lugar se desarrolla la escena? ¿Predomina algún color? ¿Cuántas personas aparecen? ¿Qué están haciendo? ¿Qué otros elementos hay?



Aspectos de la observación

En todo proceso de observación se tienen en cuenta dos aspectos fundamentales: el que se refiere al análisis de las cualidades de las formas y el que se fija en el significado, función o acción de estas.

- La observación analítica consiste en identificar y reconocer la forma de todos los elementos que configuran un objeto.
- La observación funcional se relaciona con el significado, función o acción de los elementos de una imagen.



En esta escena observamos unos bailarines marcando un paso de baile. La estructura de sus músculos o el diseño de las zapatillas quedan fuera de nuestra atención. En este caso, realizamos una observación funcional, pues vemos las formas como elementos que desarrollan una acción: bailar.

Al observar una guitarra apreciamos su perfil y color, nos fijamos en la estructura de cada una de las partes, el material, el acabado, etc.; estamos realizando una observación analítica.



Actividades de observación

- Observa durante unos instantes el mapa de un país cualquiera y dibuja de memoria el contorno de sus distintas regiones. Compara luego tu dibujo con el mapa real. Realiza la misma operación con el mapa de España y sus distintas comunidades. ¿Qué proceso te ha resultado más fácil? ¿Por qué?
- Ahora te ponemos ante un dilema: si estuvieses dentro de un parque de atracciones, ¿qué atraería con más fuerza tu atención: tus amigos, a los que has reconocido entre mucha gente, o tu atracción preferida, que está detrás de ellos?

Hacia 1950, los componentes de la escuela alemana de psicología Gestalt establecieron una serie de principios perceptivos, basados en diferentes experiencias visuales realizadas a varias personas.

A continuación puedes ver algunos de estos principios.

Relaciones entre figura y fondo

Uno de los principios perceptivos más destacados es el que afirma que, de entre varias formas, se percibe con más facilidad aquella que destaca notablemente de las demás por su tamaño, color o posición.



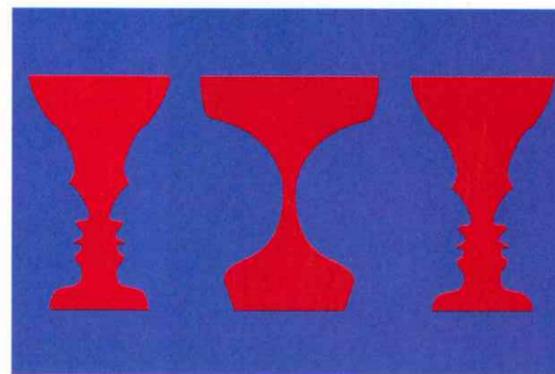
Al observar este paisaje, comprobamos que la flor se distingue mejor por las cualidades visuales antes citadas, y parece atraernos primero y con más fuerza.



Observa ahora la fotografía de este paisaje: todas las formas tienen las mismas características, por lo que forman un conjunto visual homogéneo.

Otro principio perceptivo señala que no se pueden visualizar la figura y el fondo simultáneamente, es decir, al mismo tiempo. Si elegimos una forma como figura, las formas del fondo se diluyen y viceversa.

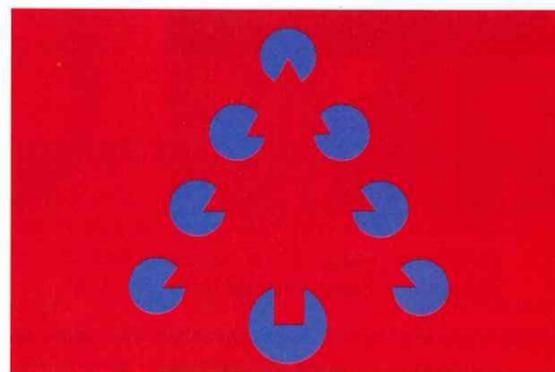
En esta ilustración cualquiera de las figuras puede servir de figura o de fondo. Si visualizamos las formas de color azul, dejamos de atender a la de color rojo, y viceversa.



Terminación o principio de cierre

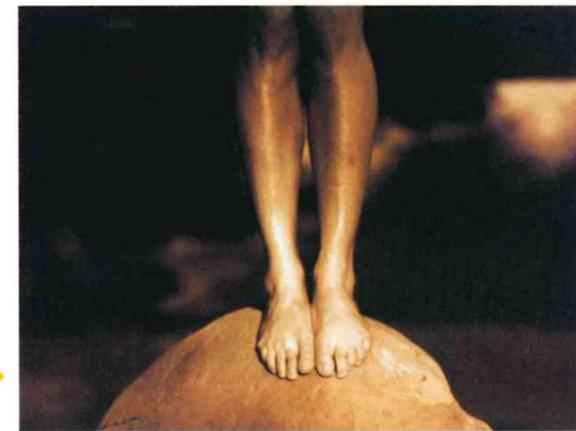
Aunque una figura no esté completa, si las direcciones están bien definidas, la vista tiende a completarla.

Observa en esta ilustración cómo la vista completa la forma predominante, el abeto.



Otros principios perceptivos

Una luz intensa proyectada sobre una figura consigue separarlo visualmente de un fondo en sombra.



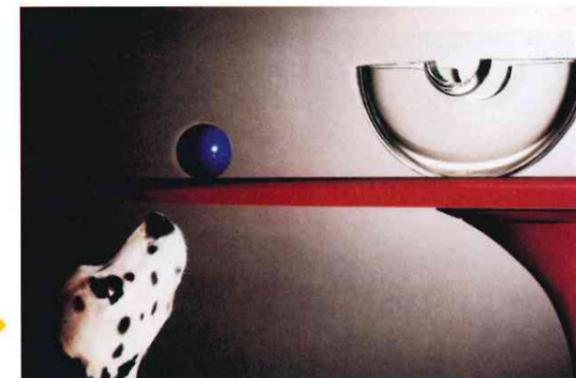
Observa en la fotografía, cómo la iluminación se ha estudiado para destacar la figura del fondo.

Una figura se percibe antes que otras si su configuración es más simple que la de las demás que integran la escena.



Las figuras que percibimos antes, tienen una tendencia a la geometría y su color es unificado. Observa en la imagen cómo se percibe en primer lugar la laguna central del atolón por su forma circular.

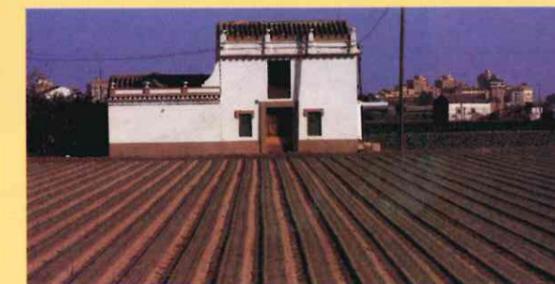
Una figura se percibe rápidamente si pertenece al campo de experiencias visuales del espectador.



En esta escena, percibimos primero las figuras que hemos visto con anterioridad un mayor número de veces que las demás.

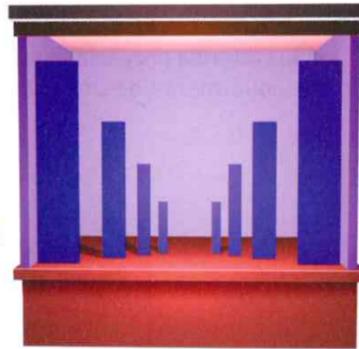
Actividades de observación

3. Selecciona fotografías que respondan a los principios perceptivos de simultaneidad entre figura y fondo y de simplicidad de una figura respecto a las demás formas.
4. ¿Qué principio perceptivo crees que se puede aplicar a la siguiente imagen?



Los principios perceptivos relativos a la figura y el fondo no servirían a los artistas si solo se utilizasen para analizar una serie de sensaciones visuales. Cuando creamos imágenes como un medio de expresión y comunicación, es importante conocer los efectos visuales que se pueden producir al relacionar los elementos de la escena.

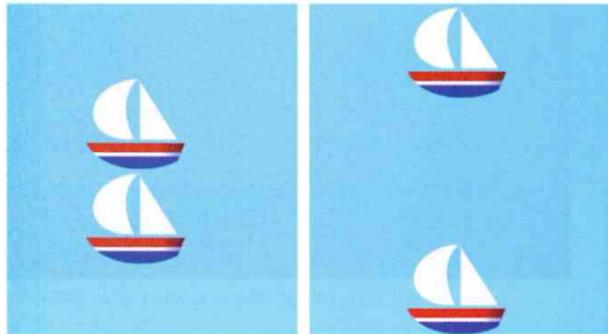
En este dibujo puedes ver rectángulos de diferentes tamaños y valores tonales. Al estar agrupados de mayor a menor, y a distancias también progresivamente menores, percibimos un efecto de profundidad. Este recurso se utiliza, por ejemplo, en las escenografías de teatro para conseguir en un mínimo espacio la ambientación deseada.



Los siguientes ejemplos sobre efectos visuales son también muy utilizados en los medios de comunicación visual, en la plástica y en el diseño.

Proximidad

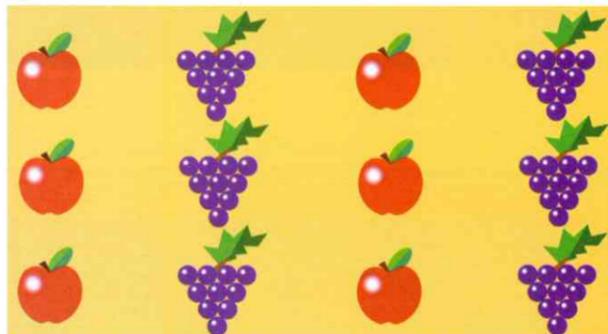
Las formas más próximas se perciben como pertenecientes a una misma figura.



Observa los esquemas, ¿qué conjunto percibes mejor? Si eliges el primero es por la proximidad que existe entre las figuras; mientras que en el segundo la distancia entre las figuras hace que estas se perciban como independientes.

Semejanza

Las formas iguales o semejantes tienden a percibirse como una sola figura.



En el esquema se perciben antes las figuras en forma de columnas que en filas horizontales, ya que las formas iguales y semejantes, en cuanto a color, configuración y tamaño, están dispuestas en columnas.



En esta escena, nuestra vista se siente atraída por los bloques de figuras más cercanas entre sí, potenciados además por el fuerte contraste en la iluminación. En este efecto visual no es necesario que las figuras sean iguales.



En esta fotografía encontramos un efecto de semejanza dado por la disposición de los animales en filas. Este efecto de semejanza se potencia si las figuras están además cercanas entre sí.

Continuidad

Las formas orientadas en una misma dirección tienden a percibirse como una misma figura.

En esta imagen las formas siguen una dirección que percibimos con facilidad. Los elementos iguales o semejantes y próximos entre sí aumentan el efecto de continuidad.



Contraste y homogeneidad

Los principios relativos a la figura y el fondo se concretan en su dimensión artística mediante los efectos visuales de contraste (destaque de la figura respecto al fondo) y homogeneidad (integración visual de las formas que componen una imagen).

En este conjunto percibimos con rapidez la figura amarilla. Sus cualidades visuales la destacan del resto.



Esta escena reproduce el efecto de contraste. La figura en el centro se presenta como figura protagonista.



En este esquema los elementos visuales forman un conjunto homogéneo.



En esta imagen, todas las frutas tienen prácticamente la misma fuerza visual y nuestra percepción tiende a igualar toda la superficie convirtiéndola en un solo conjunto.



Actividades de observación

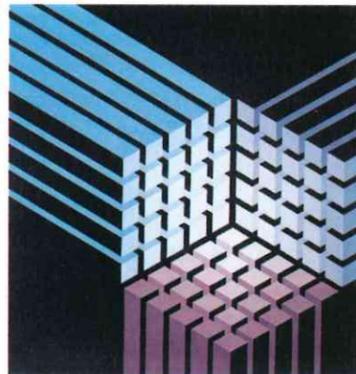
5. Observa esta composición. ¿Qué efectos visuales propone?
6. Busca en diferentes publicaciones fotografías que estén realizadas con efectos de contraste visual, de homogeneidad y de continuidad.



Las ilusiones ópticas son imágenes que, si bien en la realidad física son imposibles de encontrar, en el mundo de la representación gráfica se pueden recrear con todo detalle, a modo de espejismos que aparecen y desaparecen.

Una ilusión óptica se puede crear a partir de una forma que comienza siendo un plano y termina siendo un volumen, un dibujo de una forma imposible de construir en la realidad, un entrecruzado de líneas que parecen moverse si nosotros nos movemos. Las ilusiones ópticas ofrecen infinitas posibilidades para el mundo de la imaginación.

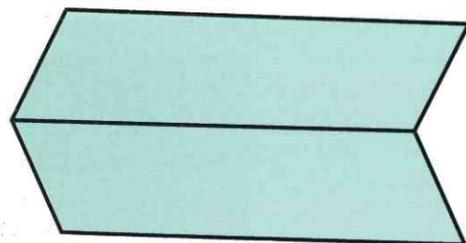
Depende del momento en que miremos, veremos que esta figura aparece como una figura cúbica vista desde el exterior o como el interior de un espacio también cúbico.



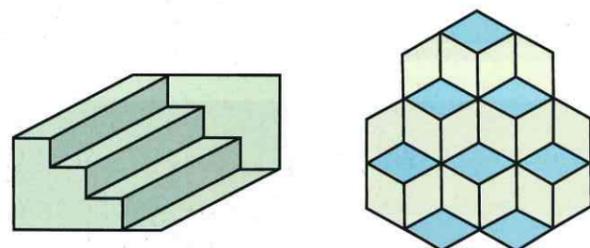
Monica Buch: *Cubo ilusorio*, 1983.

Esta composición de Monica Buch está basada en tres ilusiones ópticas que reciben el nombre de sus creadores.

- El diedro de Mach, que propone un juego visual "hacia nosotros-lejos de nosotros".
- La ilusión de Schröder, que consiste en presentar un juego de planos que pueden tomarse como parte superior o inferior de un volumen lleno o vacío, según la percepción visual del momento. Este efecto visual se conoce por el nombre de perspectiva reversible.
- La figura de Thiery, que induce a error produciendo el mismo efecto visual que el anterior.



Diedro de Mach



Figuras de Schröder

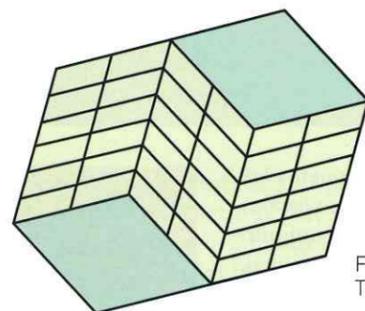
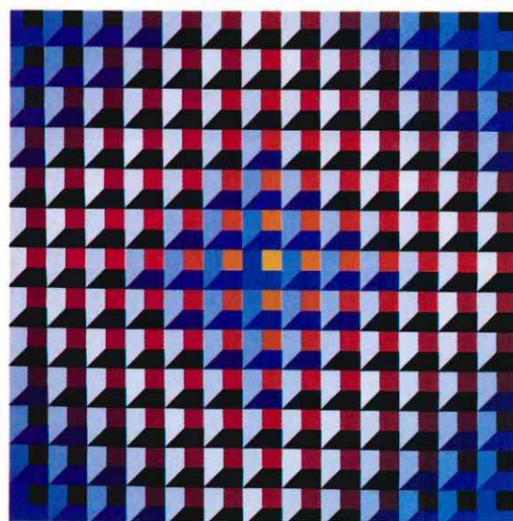
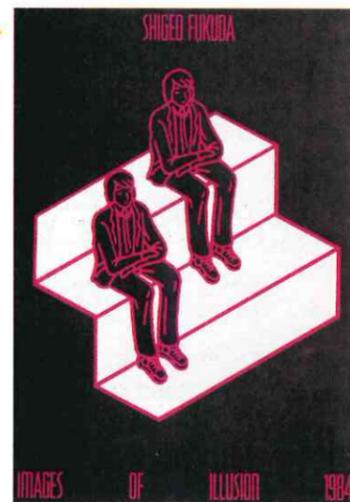


Figura de Thiery



Victor Vasarely: *Estructura ambigua*, 1970.

En este ejemplo puedes ver un juego visual basado en el diedro de Mach.

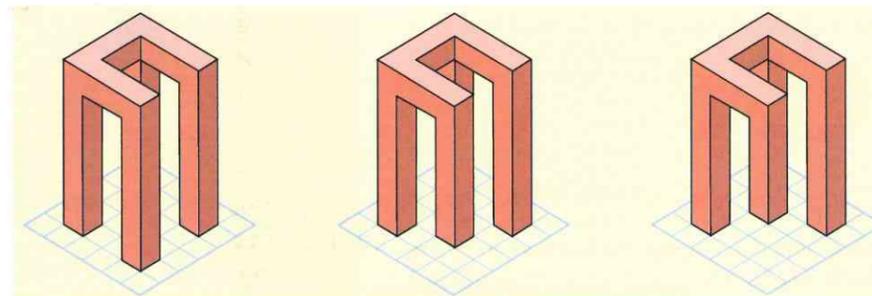


Shigeo Fukuda: *Imágenes de ilusión*, 1984.

En esta composición se aplican los principios de las figuras de Schröder y Thiery.

Figuras imposibles

Combinando de una manera más compleja las figuras básicas estudiadas, surgen las figuras imposibles.



En estos esquemas puedes ver un recurso básico para dibujar una figura imposible a partir de un dibujo en perspectiva correcta.

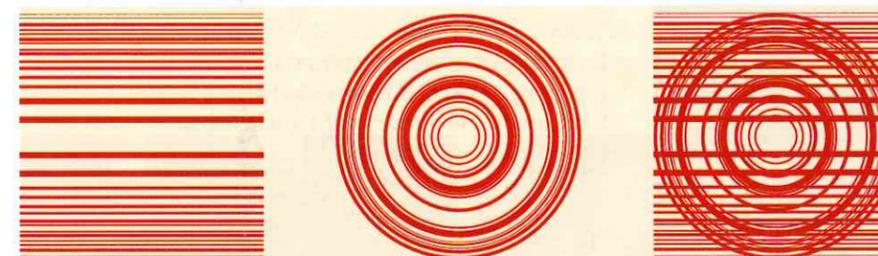
Las figuras imposibles forman parte de la obra creativa de algunos artistas. Son recursos expresivos ilimitados que dan lugar a escenas o estructuras misteriosas e hipnóticas.



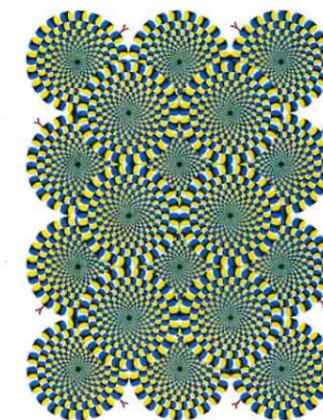
José María Yturralde: *Figura imposible*, 1972.

Figuras cinéticas

Las figuras cinéticas producen sensación de movimiento. Esta ilusión óptica se consigue combinando adecuadamente líneas o planos geométricos.



El efecto de muaré se produce al entrecruzarse dos o más tramas de líneas en distintas direcciones. En este caso, la trama de líneas horizontales se superpone con la de las circunferencias para producir, en el tercer dibujo, la figura cinética.



En esta figura, la ilusión de sombra fugaz de los espacios blancos produce un efecto visual de movimiento.

Actividades de observación

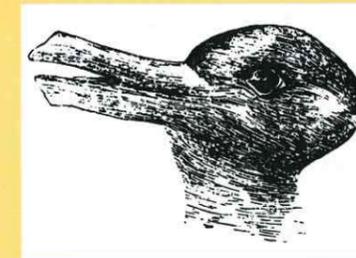
7. Observa las obras de Jack Botwinick en las que se alternan dos imágenes. ¿En cuál de ellas es más difícil percibir las dos imágenes?



Mi marido y mi suegro.



Indio y esquimal.

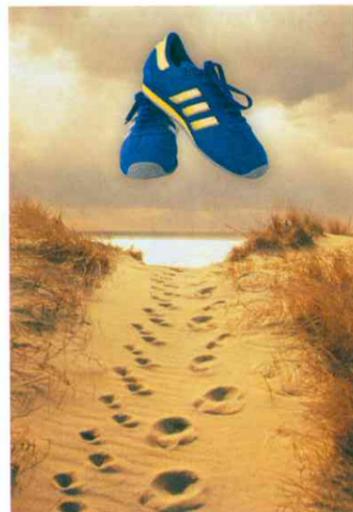


Pato y conejo.

La comunicación visual es un proceso de elaboración, transmisión y recepción de mensajes a través de imágenes. Para que tenga lugar este proceso hay que considerar aspectos como el contexto en el que se sitúa la imagen y el significado de esta.

El contexto es el conjunto de circunstancias o lugares en que se sitúa la comunicación visual. Dependiendo de estos, las imágenes pueden tener distintos significados.

Observa esta imagen. Antes de darle un significado es preciso observar el contexto en el que está situada. Si aparece sin texto u otros elementos visuales, entendemos que son huellas con ciertas características físicas dejadas por alguien en cualquier playa o desierto. Sin embargo, si aparece como fondo de un anuncio de zapatos deportivos, como observas en este ejemplo, las huellas se convierten en símbolo de ligereza y resistencia.



Significado y significante

El significado es el sentido real o simbólico que se quiere dar a un mensaje visual. Este término va siempre ligado al de significante, que se refiere al contenido visual de la imagen.



En la imagen, el significante está representado por la figura del delfín saltando fuera del agua, y su significado puede referirse a la fuerza y la libertad de vivir.

El código visual es el conjunto de normas y procedimientos que relacionan significantes y significados para que los mensajes visuales sean comprensibles.

Un gesto, una imagen o un signo no significan nada por sí mismos. Para que un conjunto de elementos visuales adquiera un significado es necesario que se establezca un acuerdo, es decir, unas reglas de codificación entre quien emite el mensaje y quien lo recibe.



Algunos colectivos emplean distintos uniformes mediante los cuales identificamos la actividad a la que se dedican sus miembros.

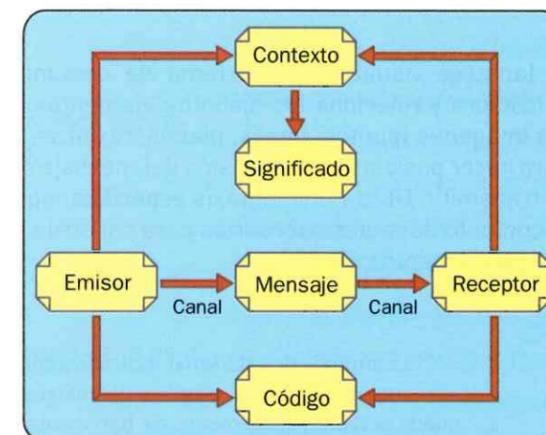


Si intentamos leer los signos de una lengua desconocida, no podemos descifrar lo que dice porque no conocemos las normas de su código.

Elementos de la comunicación visual

Para que no se pierda el valor y sentido de los mensajes visuales, todos los elementos que intervienen en dicho proceso deben cumplir adecuadamente su función.

- **Emisor:** es la persona o entidad que transmite la información a través de imágenes o mediante una combinación de imágenes, textos y sonidos.
- **Mensaje:** es la información que el emisor quiere transmitir.
- **Receptor:** es la persona o grupo de personas que recibe e interpreta la información del emisor.



Relación entre los elementos de la comunicación visual.



Esta escena nos muestra una multitud de receptores recibiendo un mensaje visual y acústico emitido por los organizadores del evento.

- **Medio o canal:** es la entidad a través de la cual se transmite el mensaje. La prensa impresa o digital, las emisoras de televisión e internet o las editoriales de libros, son medios que difunden mensajes visuales y audiovisuales elaborados para un gran número de receptores. El soporte es el elemento físico en el que se presenta la comunicación, por ejemplo, los periódicos sirven de soporte a la prensa.



Plató de televisión



Rotativa de un periódico

Cada medio de comunicación puede presentar la misma información con unas características técnicas propias que influyen de forma diferente en los receptores. Por ello, es importante conocer los códigos visuales de los distintos medios de comunicación.

Actividades de observación

8. Selecciona dos anuncios publicitarios que promocionen el mismo producto y estudia la ordenación de sus elementos visuales. ¿Cuál de los dos te parece más expresivo y comunicativo?
9. Elige una noticia acompañada de una fotografía en un periódico y compárala con la misma noticia publicada en otro periódico o medio informativo. ¿Qué diferencias visuales y de significado encuentras? Fíjate en el espacio dedicado a la noticia en la página, así como en los detalles destacados en uno y otro soporte o medio.

El lenguaje visual es un sistema de comunicación que estructura y relaciona los distintos elementos visuales de las imágenes (puntos, líneas, planos, texturas, luz y color) para hacer posible la comprensión del mensaje que se quiere transmitir. Utiliza una sintaxis específica, que se refiere al conjunto de reglas necesarias para construir y combinar dichos elementos visuales.

La sintaxis de esta señal indicativa consiste en una estructura visual simple y geométrica para que se pueda percibir rápidamente. Se han combinado formas esquemáticas con colores planos y contrastados.

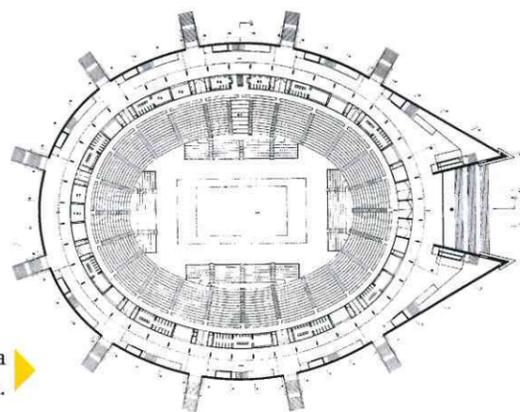


Clases de lenguajes visuales

Según la finalidad que se pretenda conseguir, se pueden distinguir tres tipos de lenguajes visuales: el lenguaje visual objetivo, el publicitario y el artístico.

- El lenguaje visual objetivo intenta transmitir la información de modo que se le pueda dar una sola interpretación. Utiliza, generalmente formas geométricas o muy similares a la realidad y fotografías muy definidas e iluminadas.

En este dibujo técnico se indica claramente la forma de la planta del Palacio Municipal de Deportes de Badalona.



- El lenguaje visual publicitario debe reunir dos características fundamentales: que el mensaje visual se comprenda con facilidad y rapidez, porque el objetivo principal es la venta o aceptación del producto, y que las imágenes sean sugerentes y expresivas para atraer la atención del receptor.

Este anuncio propone una imagen sugerente para convencer al receptor de que adquiera un producto determinado.

- El lenguaje visual artístico tiene como principal objetivo producir diferentes sentimientos y sensaciones en el espectador, a través de sutiles combinaciones de luces y colores y cuidadas composiciones.

El lenguaje visual del llamado cine expresionista alemán, género cinematográfico desarrollado hacia 1920, se caracterizaba por el empleo de puntos de vista inclinados, iluminaciones laterales muy marcadas y grandes sombras proyectadas: una manera personal y subjetiva de crear ambientes sórdidos y de suspense.

Fotograma de la película *El gabinete del doctor Caligari*, 1920.



Clases de imágenes

En los diferentes ámbitos o campos de la comunicación visual podemos encontrarnos con dos clases de imágenes: estáticas y en movimiento.

- Las imágenes estáticas también se denominan fijas y pueden estar realizadas sobre un plano o ser tridimensionales.

Las imágenes estáticas planas abarcan diversos campos como la pintura, el diseño gráfico, la fotografía, la prensa y el cómic.

Las imágenes estáticas tridimensionales pertenecen a los campos de la escultura, la arquitectura y el diseño industrial.



El diseño industrial proyecta primero, en dibujos planos, objetos, maquinaria, muebles... que luego se fabrican en serie. Observa en la imagen un diseño (imagen estática plana) y el resultado del proceso de construcción (imagen estática tridimensional).

- Las imágenes en movimiento se manifiestan en los campos del cine, la televisión, el vídeo, las artes escénicas, como el teatro y la danza, y en diversas manifestaciones del entorno informático.

En las representaciones teatrales o de danza vemos imágenes en movimiento real.

Representación de la ópera *Scala di Setta*.



Actividades de observación

- Las imágenes de cine, televisión, vídeo e informática utilizan 24 ó 25 imágenes por segundo para producir sensación de movimiento. Este tipo de movimiento se denomina aparente. Si en lugar de 24 fotogramas se reprodujesen 10, ¿cómo crees que se percibiría el movimiento, más lento o más rápido?
- Selecciona tres imágenes tridimensionales representadas en soportes planos y di a qué campo de la comunicación pertenece cada una.

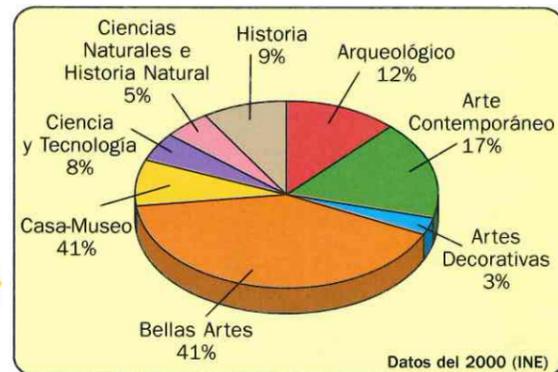


En la actualidad, las imágenes constituyen un medio masivo de comunicación y su tratamiento es muy distinto según la finalidad que se pretenda conseguir.

Las finalidades o funciones más destacadas son: descriptiva, informativa, estética, expresiva y comunicativa.

Función descriptiva

Las imágenes con función descriptiva explican las formas de objetos, hechos o situaciones con datos precisos, sin interpretaciones personales, por ejemplo, gráficos, mapas o dibujos técnicos.



Esta gráfica representa la cantidad de visitantes estimados por tipología de museo durante el año 2000 en España.

Función informativa

Las imágenes que ilustran una noticia, los catálogos publicitarios, los carteles anunciadores, etc., tienen una función informativa.



Estos catálogos contienen imágenes informativas. Recogen las cualidades de los productos. En este caso también hay una función exhortativa, porque trata de convencernos para su compra.

Función estética

La función estética se caracteriza básicamente por comunicar la idea de un modelo definido de belleza. Tienen una función estética, entre otras funciones, las obras de arte o las fotografías de ambientes particularmente diseñados.



Reloj vegetal de los Jardines de Méndez Núñez, A Coruña.

Función expresiva

La función expresiva se caracteriza por transmitir emociones y sentimientos o inducir a una reflexión personal. Las fotografías que destacan el amor, el odio, la paz, la tristeza o alegría, la pobreza, etc., tienen una función expresiva.



Observa el gesto de la niña y analiza las emociones y sentimientos que transmite.

Función comunicativa: marcas, signos y símbolos

Además de las funciones estudiadas, hay que tener en cuenta tres grupos de imágenes que se engloban en las llamadas imágenes comunicativas: marcas, signos y símbolos.

La marca es una señal, un rasgo distintivo que tiene como función principal la afirmación, el aviso o la diferenciación.



Por ejemplo, un pin, la inicial de un pañuelo y los adornos se consideran marcas de identidad. Igualmente, los uniformes que distinguen a los miembros de cualquier equipo y las pegatinas o dibujos impresos sobre algunos productos son marcas indicativas de diferenciación.

Estos productos se diferencian al primer golpe de vista por las marcas que los personalizan.

Los signos son imágenes que transmiten una indicación, una orden o una prohibición. La forma de una imagen signo debe ser simple y clara, porque su finalidad es transmitir una información con la máxima rapidez. Los signos provocan en el receptor una respuesta inmediata.



Observa cómo el gesto de la niña de la imagen transmite una orden de manera rápida.



Estos pictogramas indican claramente su finalidad.

Se denomina símbolo a la imagen que representa una idea, un recuerdo o un sentimiento.

Cada cultura utiliza imágenes diversas a las que otorga valores simbólicos, y define estos valores según sus creencias, gustos y costumbres. Así, se pueden simbolizar sentimientos a través de colores, monumentos, banderas, cruces y otras figuras religiosas.



Una bandera, por ejemplo, puede considerarse como señal si atendemos solamente al mensaje físico, pero tiene, en otro contexto, una función simbólica, porque representa a las personas, la historia y la cultura de un país.

Actividades de observación

- 12. Busca dos anuncios publicitarios que tengan la finalidad de convencer, pero no de vender, y otras dos imágenes cuya función principal sea la de describir.
- 13. Observa la escena de la fotografía. ¿En qué grupo de imágenes comunicativas incluirías la figura del guardia haciendo señas a los conductores?

