



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 22 - SEPTIEMBRE DE 2009

“ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN VISUAL”

AUTORÍA ÁNGELA RÍOS TOLEDANO
TEMÁTICA IMAGEN, COMUNICACIÓN VISUAL...
ETAPA EDUCACIÓN INFANTIL

Resumen

La publicidad ha generado una especie de cultura en la sociedad de masas, es necesario conocerla y abordarla en el ámbito docente. Las formas de presentación de la publicidad implican la imagen y la palabra. La publicidad confluye las necesidades, vicios y virtudes de cualquier actividad humana de la sociedad que nos ha tocado vivir. La publicidad afecta de modo singular a los sectores más jóvenes, debido a la gran seducción que ejercen sobre ellos las nuevas tecnologías.

Palabras clave

Imagen, formato, línea, contorno.

1. LA IMAGEN:

1.1. Formato:

Los carteles, las vallas y los rótulos que son los soportes más frecuentes de la publicidad, tienen unas determinadas formas y dimensiones, es decir, poseen unos formatos para informar y promocionar productos o servicios. El más utilizado es el formato rectangular como soporte bidimensional para emitir los mensajes publicitarios. La idea de formato expresa la proporción que existe entre los lados vertical y horizontal de un soporte rectangular. Los grandes formatos para los anuncios publicitarios son:

❖ Vertical:

Se trata de un anuncio a toda página se ajustará al tamaño y formato de la propia revista.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 22 - SEPTIEMBRE DE 2009

❖ **Horizontal:**

El anuncio de formato horizontal es menos habitual en la prensa y en el cartelismo que el diseñado en formato vertical. El formato horizontal aparece de modo frecuente en las vallas publicitarias de los entornos urbanos. Los modos más habituales de presentación de la imagen dentro del cuadro o superficie del anuncio:

❖ **Completo:**

El cuadro se utiliza en su totalidad para presentar la imagen que sirve de fundamento visual del anuncio.

❖ **División horizontal:**

El cuadro en dos o tres partes, bien de modo equitativo, bien con diferencias de tamaños.

❖ **División vertical:**

Se acude a la separación en dos franjas cuando se desea complementar o relacionar dos imágenes para construir el anuncio.

❖ **División reticular:**

Cuando se cruzan las franjas horizontales y verticales se obtiene una superficie reticulada.

❖ **Cuadro interior:**

Consiste en trazar un cuadro dentro de la superficie general del anuncio. Se utiliza cuando se quiere presentar una superficie para la imagen principal, en la zona interior y dejar una franja de contorno que rodea al cuadro interior, donde se pueden situar el eslogan, el logotipo o la imagen del producto.

❖ **División irregular:**

Se obtienen pequeños formatos paralelos a ambos lados del cuadro. Otra opción es la que busca trazar superficies interiores irregulares creando tensión virtual dentro de la composición.

1.2. Composición.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 22 - SEPTIEMBRE DE 2009

La composición remite a la organización y distribución de los elementos visuales que van a aparecer dentro del cuadro. Para conocer de qué forma y cómo se han distribuido los elementos visuales dentro del cuadro. Éstos son los focos de atracción, el recorrido visual y el equilibrio interno.

❖ **Focos de atracción:**

Cuando observamos un cuadro, un cartel llenos de formas gráficas, la mirada se dirige a uno de los elementos del conjunto, situado cerca del centro geométrico de la composición o lugar donde se cortan los dos ejes de simetría.

❖ **Equilibrio interno:**

Las tendencias más usuales son el impulso inconsciente y la búsqueda espontánea del equilibrio. Consideraremos el equilibrio axial y el equilibrio oculto, como las formas prioritarias del equilibrio interno de la composición.

❖ **Equilibrio axial:**

Se logra mediante el control de las tensiones opuestas de los elementos visuales del cuadro por medio de su distribución equitativa a partir de los ejes de simetría vertical y horizontal. Es el modelo más claro de equilibrio logrado a través de un eje.

❖ **Equilibrio oculto:**

Este equilibrio se alcanza mediante el amortiguamiento de las tensiones visuales, relacionando unos elementos con otros hasta lograr una armonía interior.

1.3. Personajes.

La escena de un anuncio se construye con uno o varios personajes como protagonistas. Los mensajes publicitarios se elaboran buscando aquellos que serían los más idóneos para la campaña que se pretende lanzar. Cuando es el producto el que aparece en la imagen, adquiere el rango de personaje, puesto que, el modo de mostrarse se asemeja al de un sujeto. La elección de los personajes viene condicionada por el tipo de producto que se desea anunciar y por los sectores sociales a los que va dirigido. Se acude a modelos profesionales conocidos por las agencias publicitarias. Rasgos:

❖ **Género:**

Puede aparecer como protagonista un personaje masculino o femenino. Si hay más de uno, suelen ser grupos del mismo género o mixtos. La elección del género viene condicionada por el tipo de producto anunciado y por las características del sector al que va dirigido. La incorporación del género masculino o femenino viene determinada por el significado simbólico que aporta.

❖ **Edad:**

La elección de la edad viene condicionada por el uso del propio producto, por el sector que lo compra. La publicidad ensalza el hecho de ser joven, como uno de los grandes valores de la sociedad.

❖ **Categoría económica:**



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 22 - SEPTIEMBRE DE 2009

Tendencia a la homogeneización. La publicidad comercial suele mostrar a personajes de clases medias en la mayor parte de los anuncios o de las clases medias altas cuando los productos son de precio elevado.

Razas:

Campañas de promoción internacional, se encuentran personajes de otras razas.

❖ **Personajes famosos:**

Se acude a las figuras de personas destacadas en el mundo de los deportes, del cine, de la moda, etc., para que ofrezcan su imagen.

2. ELEMENTOS BÁSICOS DE LA COMUNICACIÓN VISUAL.

No hay que confundir los elementos visuales con los materiales de un medio. Los elementos visuales constituyen la sustancia básica de lo que vemos y su número es reducido: punto, línea, contorno, dirección, tono, color, textura, dimensión, escala y movimiento. Son la materia prima de toda la información visual que está formada por elecciones y combinaciones selectivas. La estructura del trabajo visual es la fuerza que determina qué elementos visuales están presentes y con qué énfasis.

Podemos analizar cualquier obra visual desde muchos puntos de vista; uno consiste en descomponerla en sus elementos constituyentes para comprender mejor el conjunto. Este proceso puede proporcionarnos visiones profundas de la naturaleza de cualquier medio visual así como de la obra individual y la previsualización y constitución de una declaración visual, sin excluir la interpenetración y la respuesta a ella.

Por ejemplo, la dimensión es un elemento visual en arquitectura y escultura, y en estos medios es predominante con respecto a otros elementos visuales.

La elección de énfasis de los elementos visuales, la manipulación de esos elementos para lograr un determinado efecto, está en manos del artista, el artesano y el diseñador; él es el visualizador., los elementos visuales más simples pueden usarse con intenciones muy complejas: el punto yuxtapuesto en varios tamaños es el elemento integral del fotograbado y el grabado, medio mecánico para la reproducción en masa de un material visual de tono continuo, especialmente en fotografía; la fotografía, cuya misión es registrar el entorno con gran exactitud de detalles visuales, puede convertirse en un medio simplificador y abstracto en manos de un fotógrafo de talento como Aaron Siskind.

Para analizar y comprender la estructura total de un lenguaje es útil centrarse en los elementos visuales, uno por uno, a fin de comprender mejor sus cualidades específicas.

2.1. El punto.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 22 - SEPTIEMBRE DE 2009

Es la unidad más simple de comunicación visual. En la naturaleza, la redondez es la formulación más corriente. Cuando hacemos una marca con una sustancia dura o con un palo, concebimos ese elemento visual como un punto que pueda servir de referencia o como un marcado de espacio.

Dos puntos constituyen una sólida herramienta para la medición del espacio en el entorno o en el desarrollo de cualquier clase de plan visual.

Seurat en sus pinturas puntillistas exploró el fenómeno perceptivo de la fusión visual.

2.2. La línea.

Cuando los puntos están tan próximos entre sí que no pueden reconocerse individualmente aumenta la sensación de direccionalidad y la cadena de puntos se convierte en otro elemento visual distintivo: la línea. La línea puede definirse también como un punto en movimiento o como la historia del movimiento de un punto, pues cuando hacemos una marca continua o una línea, lo conseguimos colocando un marcador puntual sobre una superficie y moviéndolo a lo largo de una determinada trayectoria, de manera que la marca quede registrada.

La línea tiene una enorme energía. Nunca es estática; es infatigable y el elemento visual por excelencia del boceto. La línea es el instrumento esencial de la previsualización. La línea no es vaga, es precisa; tiene una dirección y un propósito, va a algún sitio, cumple algo definido. La línea puede ser rigurosa y técnica. La línea es el medio indispensable para visualizar lo que no puede verse, lo que no existe salvo en la imaginación.

La línea es también un instrumento para los sistemas de notación, por ejemplo, para la escritura. La escritura, el dibujo de mapas, los símbolos eléctricos y la música son otros tantos ejemplos de sistemas simbólicos en los que la línea es el elemento más importante. La línea es el elemento esencial del dibujo, que encierra la información visual reduciéndola a un estado en el que se ha prescindido de toda la información superflua y sólo queda lo esencial.

La línea puede adoptar formas muy distintas para expresar talentos muy diferentes. Puede ser muy inflexible e indisciplinada, como en los bocetos, para aprovechar su espontaneidad expresiva. Puede ser muy delicada, ondulada o audaz y burda. Puede ser vacilante, indecisa, interrogante, cuando es una prueba visual en busca de un diseño. Puede ser tan personal como un manuscrito adoptando la forma de curvas nerviosas, reflejo de la actividad inconsciente bajo la presión del pensamiento o como simple pasatiempo en momentos de hastío. En el formato frío y mecánico de los mapas, los planos de casas, la línea expresa la intención del diseñador o el artista y además sus sentimientos y emociones más personales y su visión.

La línea raramente existe en la naturaleza, pero aparece en el entorno: una grieta en la acera... La línea se emplea muy a menudo para describir esa yuxtaposición y cuando así se hace es un procedimiento artificial.

2.3. El contorno.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 22 - SEPTIEMBRE DE 2009

La línea describe un contorno. Se dice que la línea articula la complejidad del contorno. Hay tres contornos básicos; el cuadrado, el círculo y el triángulo equilátero. Cada uno de ellos tiene su carácter específico y rasgos únicos, y cada uno se atribuye gran cantidad de significados, unas veces mediante la asociación, otras mediante una adscripción arbitraria y otras, a través de nuestras propias percepciones psicológicas y fisiológicas. Al cuadrado se asocian significados de torpeza, honestidad, rectitud y esmero; al triángulo, la acción, el conflicto y la tensión; al círculo, la infinitud, la calidez y la protección.

Un cuadrado es una figura de cuatro lados con ángulos rectos exactamente iguales en sus esquinas y lados que tienen exactamente la misma longitud. Un círculo es una figura continuamente curvada cuyo perímetro equidista en todos sus puntos del centro. Un triángulo equilátero es una figura de tres lados cuyos ángulos y lados son todos iguales.

2.4. Dirección.

Todos los contornos básicos expresan tres direcciones visuales básicas y significativas: el cuadrado, la horizontal y la vertical; el triángulo, la diagonal; el círculo, la curva. La dirección diagonal tiene una importancia grande como referencia directa a la idea de estabilidad. Es la formulación opuesta, es la fuerza direccional más inestable y, la formulación visual más provocadora. Su significado es amenazador y subversivo. Las fuerzas direccionales curvas tienen significados asociados al encuadramiento, la repetición y el calor.

2.5. Tono.

Los bordes en que la línea se usa para representar de modo aproximado o detallado, suelen aparecer en forma de yuxtaposición de tonos, es decir, de intensidades de oscuridad o claridad del objeto visto. La luz no es uniforme en el entorno. La luz rodea las cosas, se refleja en las superficies brillantes.

Cuando observamos la tonalidad de la naturaleza vemos auténtica luz. Cuando hablamos de tonalidad en el grafismo, la pintura, la fotografía o el cine, nos referimos a laguna clase de pigmento, pintura o nitrato de plata que se usa para simular el tono natural.

Vivimos en un mundo dimensional y el tono es uno de los mejores instrumentos de que dispone el visualizador para indicar y expresar esa dimensión. La perspectiva es el método de producir muchos efectos visuales especiales de nuestro entorno natural, para representar la tridimensionalidad que vemos en una forma gráfica bidimensional.

La claridad y la oscuridad son importantes para la percepción de nuestro entorno. Los tonos variables de gris en las fotografías, el cine son sustitutos monocromáticos y representan un mundo que no existe.

3. COLOR.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 22 - SEPTIEMBRE DE 2009

El tono está relacionado con aspectos de nuestra supervivencia y el color tiene una afinidad más intensa con las emociones. El color está cargado de información. Constituye una valiosísima fuente de comunicadores visuales. Compartimos los significados asociativos del color de los árboles, la hierba, el cielo, la tierra, etc., en los que vemos colores que son para todos nosotros estímulos comunes. Y a los que asociamos un significado. El rojo, asociado a la furia, se ha extrapolado hasta la “bandera roja que se agite ante el toro”. El color rojo apenas si tiene significación para el toro, que carece de sensibilidad hacia el color, y sólo se mueve por el hecho de que se agita ante él un trozo de tela. El rojo significa peligro, amor, calidez, vida. Cada color tiene numerosos significados asociativos y simbólicos. El color nos ofrece un enorme vocabulario de gran utilidad en la alfabetidad visual.

El color tiene tres dimensiones que pueden definirse y medirse. El matiz es el color mismo o croma, y hay más de cien. Cada matiz tiene características propias. Hay tres matices primarios: amarillo, rojo, azul. El amarillo es el color que se considera más próximo a la luz y el calor; el rojo es el más emocional y activo; el azul es pasivo y suave. El amarillo y el rojo tienden a expandirse, el azul a contraerse. El rojo, que es un matiz provocador, se amortigua al mezclarse con el azul y se activa al mezclarse con el amarillo. El amarillo se suaviza al mezclarse con el azul. Los colores primarios (amarillo, rojo y azul) y los secundarios (naranja, verde y violeta).

La segunda dimensión del color es la saturación, que se refiere a la pureza de un color respecto al gris. El color saturado es simple. Carece de complicaciones y es muy explícito. Está compuesto de matices primarios y secundarios.

La tercera dimensión del color es acromática. Se refiere al brillo, que va de la luz a la oscuridad, es decir, al valor de las gradaciones tonales. Hay que subrayar que la presencia o ausencia de color no afecta al tono, que se constante. El aumento y disminución de la saturación pone de relieve la constancia del tono y demuestra que el color y el tono coexisten en la percepción sin modificarse uno al otro.

La posimagen o imagen persistente es el fenómeno visual fisiológico que ocurre cuando el ojo humano se ha fijado durante cierto tiempo sobre una información por un campo blanco y vacío, vemos en él la imagen negativa. La posimagen negativa de un color produce el color complementario o su opuesto exacto. El amarillo es el matiz más próximo al blanco o a la luz; el púrpura el más próximo al negro o a la oscuridad. La posimagen parece reaccionar con un comportamiento tonal idéntico al de un pigmento.

Dos colores complementarios desplegados sobre el mismo tono medio de gris influyen en el tono neutro. El panel gris con un color cálido, rojo-naranja, parece azulado o fríos; en cambio ocurre lo contrario con el gris sobre el que se despliega un cuadrado azul-verde. El fondo gris aparece con un tono rojizo y cálido. El proceso se denomina “contraste simultáneo”. Estamos diciéndole al mundo muchas cosas cuando elegimos un color.

3.1. Textura.

La textura es el elemento visual que sirve de “doble” de las cualidades de otro sentido, el tacto. La textura podemos apreciarla y reconocerla ya sea mediante el tacto ya mediante la vista o ambos sentidos. Cuando hay una textura real, coexisten las cualidades táctiles y ópticas.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 22 - SEPTIEMBRE DE 2009

La textura está relacionada con la composición de una sustancia a través de variaciones diminutas en la superficie del material. La textura debería servir como experiencia sensitiva y enriquecedora.

Por ejemplo: si tocamos una fotografía de un sedoso terciopelo no tenemos la convincente experiencia táctil que nos prometen las claves visuales. El significado se basa en lo que vemos.

3.2. Escala.

Todos los elementos visuales tienen capacidad para modificar y definirse unos a otros. Este proceso es en sí mismo el elemento llamado escala. No puede existir lo grande sin lo pequeño. Es posible establecer una escala no sólo mediante el tamaño relativo de las claves visuales, sino también mediante relaciones con el campo visual o el entorno.

El factor más decisivo en el establecimiento de la escala es la medida del hombre mismo.

Existen fórmulas proporcionales sobre las que basar una escala; la más famosa es la “sección áurea” de los griegos. Se trata de una fórmula matemática de gran elegancia visual. Se obtiene bisecando un cuadro y usando la diagonal de una de sus mitades como radio para ampliar las dimensiones del cuadrado hasta convertirlo en “rectángulo áureo”.

Aprender a relacionar el tamaño con el propósito y el significado es esencial para la estructuración de los mensajes visuales. El control de la escala puede hacer que una habitación grande parezca pequeña y acogedora y que una habitación pequeña parezca abierta y desahogada. Este efecto puede extenderse a todas las manipulaciones del espacio, por ilusorias que sean.

3.3. Dimensión.

La representación de la dimensión o representación volumétrica en formatos visuales bidimensionales depende también de la ilusión. La dimensión existe en el mundo real. Los efectos que produce la perspectiva pueden intensificarse mediante la manipulación tonal del “claroscuro”.

Usa la línea para crear sus efectos, pero su intención última es producir una sensación de realidad.

Aunque sepamos que la perspectiva de la cámara es distinta a la del ojo humano, una cosa es cierta: la cámara puede reproducir el entorno con una precisión asombrosa y con un minucioso lujo de detalles.

La dimensión real es el elemento dominante en el diseño industrial, la artesanía, la escultura, la arquitectura y cualquier material visual relacionado con el volumen total y real. Se trata de un problema muy complejo que requiere la capacidad de previsualizar y planear a tamaño natural.

3.4. Movimiento.

El elemento visual de movimiento, como el de la dimensión, está presente en el modo visual con mucha más frecuencia de los que se reconoce explícitamente. Pero el movimiento es una de las fuerzas visuales más predominantes en la experiencia humana.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 22 - SEPTIEMBRE DE 2009

Algunas propiedades de la “persistencia de la visión” pueden constituir la razón del uso incorrecto de la palabra “movimiento” con que se describen las tensiones y ritmos compositivos de los datos visuales, cuando lo cierto es que estamos viendo algo fijo e inmóvil.

El milagro del movimiento como componente visual es dinámico.

Todos estos elementos, el punto, la línea, el contorno, la dirección, el tono, el color, la textura, la escala, la dimensión y el movimiento son los componentes irreductibles de los medios visuales. Son los ingredientes básicos que utilizamos para el desarrollo del pensamiento y la comunicación visuales.

El lenguaje separa, nacionaliza. El lenguaje es complejo y difícil; lo visuales tan rápido como la velocidad de la luz y puede expresar instantáneamente numerosas ideas. Estos elementos básicos son los medios visuales esenciales.

5. BIBLIOGRAFÍA.

- SÁINZ, A: 2003. *El arte infantil: Conocer al niño a través de sus dibujos*. Madrid. Ed. Eneida.
- LOWENFELD, J: 1980. *El desarrollo de la capacidad creadora*. Buenos Aires. Ed. Kapelusz.
- LANCASTER, J: 1991. *Las artes en Educación Primaria*. Madrid. Ed. MEC- Morata.
- HEARGRAVES, DJ: 1991. *Infancia y educación artística*. Madrid. Ed. Morata.

Autoría

- Nombre y Apellidos: Ángela Ríos Toledano.
- Centro, localidad, provincia: Aguilar de la Frontera, (Córdoba).
- E-mail: angela18g@hotmail.com