



Lectura de imágenes

Índice

1. Introducción

2. Cómo se produce la comunicación visual

3. Como se lee una imagen

3.1 Clasificación de las imágenes

3.2 Características generales de la imagen

3.3 Finalidad de las imágenes

3.4 Lectura de las imágenes

4. La percepción visual

4.1 Fases de la percepción visual

4.2 Las leyes de la percepción visual

1. Introducción

- El hombre para poder comunicarse con sus semejantes, desde tiempos prehistóricos, ha utilizado imágenes incluso cuando todavía no existía la escritura.
- Las imágenes están en el origen de la civilización humana, estando presentes en casi todos los procesos de comunicación.
- ¿Cómo sería nuestro mundo sin imágenes?.

2. Cómo se produce la comunicación visual

En cada proceso de comunicación intervienen:

- Emisor** Persona o entidad que decide comunicar algo.
- Mensaje** El contenido de la comunicación (lo que queremos comunicar).
- Código** Conjunto de normas y procedimientos que relacionan significantes y significados para que los mensajes visuales sean comprensibles. Tienen que ser conocidos por el receptor.
- Medio** Es el elemento que permite físicamente la transmisión del mensaje.
- Receptor** Persona o conjunto de personas a las que se dirige el mensaje
- Contexto** Conjunto de circunstancias o lugares en que se sitúa el mensaje
- Función** Es la intención que tiene el emisor del mensaje.

Ejemplo de comunicación visual

Emisor
Rede de transportes metro de Madrid

Receptor
Son las personas que utilizan dicho transporte

Mensaje
Es la información de las diferentes líneas y paradas del metro



Función
Descriptiva: a través de la imagen recibimos datos precisos sobre el metro

Código
Son el conjunto de signos utilizados y la lengua castellano

Contexto
La sociedad española

Medio
Un folleto en forma de díptico

2.1 Lenguaje visual

El lenguaje visual es un sistema de comunicación que estructura y relaciona los distintos elementos visuales de las imágenes.

Objetivo



El lenguaje visual objetivo intenta transmitir la información de forma que solo se le pueda dar una interpretación.

Utiliza formas geométricas, imágenes reales, fotografías muy definidas e iluminadas.

Publicitario



Carteles con poste de publicación, Colonia, Alemania.

Fotógrafo: Joseba Estévez

Banco de imágenes INTEF

El lenguaje visual publicitario combina imágenes y textos expresivos para que el mensaje se comprenda fácilmente.

Su finalidad es atraer la atención del receptor para que acepte el producto y efectúe la compra.

Artístico



Goya y Lucientes, Francisco de

Saturno devorando a sus hijos

Banco de imágenes INTEF

El lenguaje visual artístico produce diferentes sentimientos y sensaciones en el espectador, a través de combinaciones de luces, colores y cuidadas composiciones.

3. Como se lee una imagen

3.1 Clasificación de las imágenes.

I. Volumétrica	Esculturas	I. Fotográfica	Artística
	Maquetas		Documental
	Módulos Geométricos		Publicitaria
I. Artísticas 2D	Dibujo	I. En movimiento	Cine
	Pintura		Video
3D	Escultura	I. Digital 2D	Mapa de bits
I. Técnicas	Arquitectura		Vectorial
	Ingeniería		3D Realidad virtual
	Diseño		
	Decoración		
I. Seriada	Grabado		
	Artes gráficas		

3.2 Características generales de la imagen

Las características o atributos de las imágenes son:

Grado de figuración

Se refiere a la representación figurativa de la imagen representada.

Grado de iconicidad

Esta en función del nivel de realismo de la imagen respecto al cuerpo u objeto representado.

Complejidad / simplicidad

Está relacionado con la cantidad de información que la imagen nos proporciona. Un azulejo de la Alhambra tiene menos información que una fotografía.

Calidad técnica

Según la calidad técnica alcanzada en una imagen ésta puede ser considerada buena o mala.

Originalidad

Estaría en el extremo opuesto de la vulgaridad y tendría que ver con las imágenes consideradas como poco corrientes o fuera de lo normal.

3.3 Finalidad de las imágenes

Todas las imágenes que podemos observar tienen una **finalidad** concreta que viene determinada por el mensaje visual que el emisor le ha querido dar.

Informativa

Transmite una noticia, anuncia un evento o promociona un producto destacando sus cualidades.



Identificativas

Sirven para reconocer a una empresa o persona. Logotipos, marcas, banderas.



Indicativas

Utilizan signos y señales. Pictogramas.



Descriptivas

Definen lugares o figuras señalando sus partes de forma simplificada. Dibujos científicos, diseños, esquemas, mapas.



Noticia

Imágenes de prensa y carteles que acompañan a un texto.

Exhortativa



Bolsa publicidad

Banco de imágenes INTEF

Trata de convencer al receptor para que haga lo que propone el mensaje.
Se utiliza principalmente en publicidad

Recreativa



Cómic

Fotógrafo: Paul Bangs

Banco de imágenes INTEF

Las imágenes recreativas tienen como principal objetivo entretener.
Los cómics, las películas, imágenes de revistas, guiñoles, ...

Estética



Pablo Picasso

Escultura situada en la Plaza Daley

Banco de imágenes INTEF

Son obras de arte que expresan sentimientos y belleza.

3.3 Lectura de las imágenes

Vivimos rodeados de imágenes. Las imágenes tienen un valor expresivo que está íntimamente ligado a la intención de comunicación del autor y a los conocimientos de receptor al que va dirigida la imagen.

La interpretación que se realiza de las imágenes puede ser **Objetiva** (cuando ofrece un solo significado y no está abierta a segundas interpretaciones) o **Subjetiva** (cuando ofrece varios significados y ofreciendo más información que la mera imagen representada).

Itens para la lectura de imágenes

- **Dimensiones de la imagen:** El tamaño condiciona totalmente la imagen.
- **Nivel de observación o percepción:** Mide tanto la calidad de la imagen como los factores que impiden o molestan en su visión.
- **Clasificación:** Utilizaremos el esquema planteado anteriormente. Ya que nos resulta muy útil para establecer las diferentes funciones para las que fueron creadas.
- **Características o atributos de las imágenes:** Definidas anteriormente
- **Descripción objetiva y subjetiva:** La interpretación que se realiza de las imágenes

Cómo se lee una imagen u obra de arte

Imagen

Ficha técnica:

1. Autor
2. Título
3. Fecha de realización
4. Ubicación actual
5. Género
6. Clasificación de la imagen
7. Técnica empleada
8. Dimensiones

Lectura descriptiva: (objetiva)

1. Elementos compositivos y distribución del formato
2. Centro óptico y centro geométrico de la imagen
3. Líneas de fuerza y de interés
4. Tratamiento de la luz.
5. El color: análisis y combinaciones.
6. Tipo de plano
7. Angulación

Características principales:

1. Originalidad / redundancia
2. Iconicidad / abstracción
3. Monosemia / polisemia
4. Simplicidad / complejidad

Relación texto/ imagen:

Funciones del texto (anclaje, relevo, oposición,..)

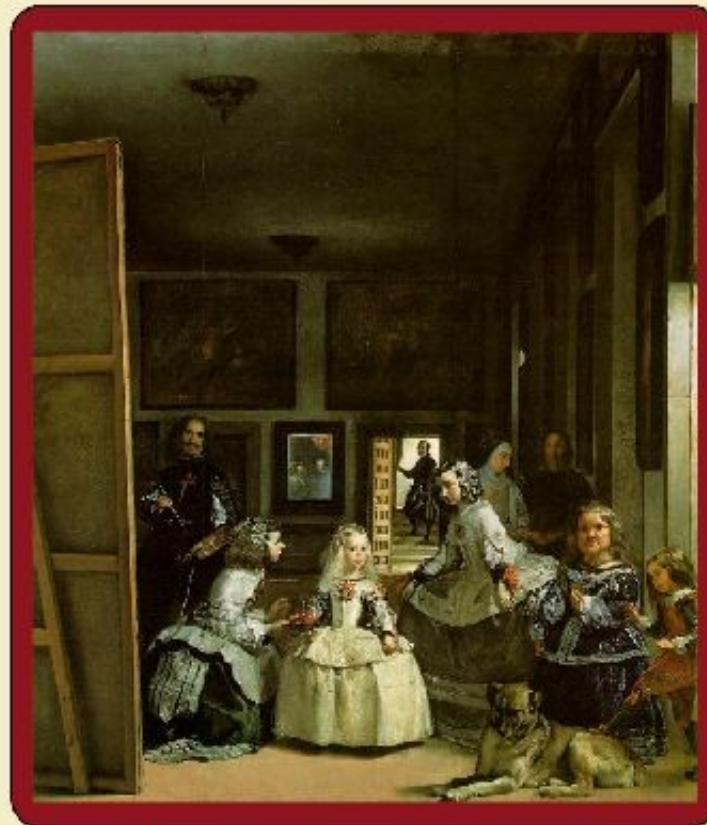
Lectura interpretativa (subjetiva):

1. Grado de significación
2. Connotaciones emocionales y valoración de la imagen.

Ejemplo de lectura de una obra de arte

Ficha técnica:

1. Autor:
Diego Velazquez
2. Título:
Las Meninas
3. Fecha de realización
1665
4. Ubicación actual
Museo del Prado
5. Genero
Pintura
6. Clasificación de la imagen
Imagen artística
7. Técnica empleada
Oleo sobre lienzo
8. Dimensiones
318 x 276 cm



Lectura descriptiva: (objetiva)

Consta de once figuras, más la acostada de un somnoliento mastín (estas se distribuyen en dos grupos de personajes), distribuidas en los dos ejes, frontal y transversal, que articulan la composición ondulante del cuadro.

La profundidad y altura de techo generan un gran vacío en penumbra animada por dos puntos de luz. El primero procedente de la ventana de la derecha, incidiendolos rayos sobre infanta Margarita. El segundo viene da atrás y corresponde a la radiante puerta del fondo y a la luz que rebota en el espejo donde estan reflejadas las imagenes de los reyes. Estos efectos claroscurostas y la superposición de las perspectivas, lineal y aérea, logran una sensación de realiad casi mágica.

El centro de interes está en la infanta Margarita en su cabeza. Esta se encuentra en el cruce de tres líneas de interrelación entre personajes. Además, es la única figura, si exceptuamos al perro, que recibe la mirada directa de otra.

En Las Meninas todos los personajes se presentan en un plano de igualdad sin jeraquias.

Características principales:

1. **Originalidad** / redundancia
2. **Iconicidad** / abstracción
3. Monosemia / **polisemia**
3. Simplicidad / **complejidad**

Lectura interpretativa: (subjetiva)

De la multitud de interpretaciones podemos considerar las dos que propone Francisco Calvo Serraller:

Una de carácter político, que sintetiza la esperanza de supervivencia de una dinastía cada vez más amenazada; y otra, que alegoriza el triunfo de la Pintura. Estas dos se pueden considerar complementarias.

4. La percepción visual y la observación

Percepción visual

Es un proceso durante el cual una persona recibe un conjunto de estímulos visuales.

La percepción de una imagen está en estrecha relación con la manera en la que cada individuo capta la realidad, la historia personal, los intereses, la educación y su contexto cultural.

Aspectos de la percepción:

- Aspectos objetivos:* Formas y colores del exterior.
- Aspectos subjetivos:* Nuestras creencias, conocimientos y estados anímicos.

Observación

Mirar las formas e imágenes con atención y estudiar sus cualidades visuales y su significado (lugar en el que se desarrolla la escena, color que predomina, formas que intervienen, como se relacionan, ...).

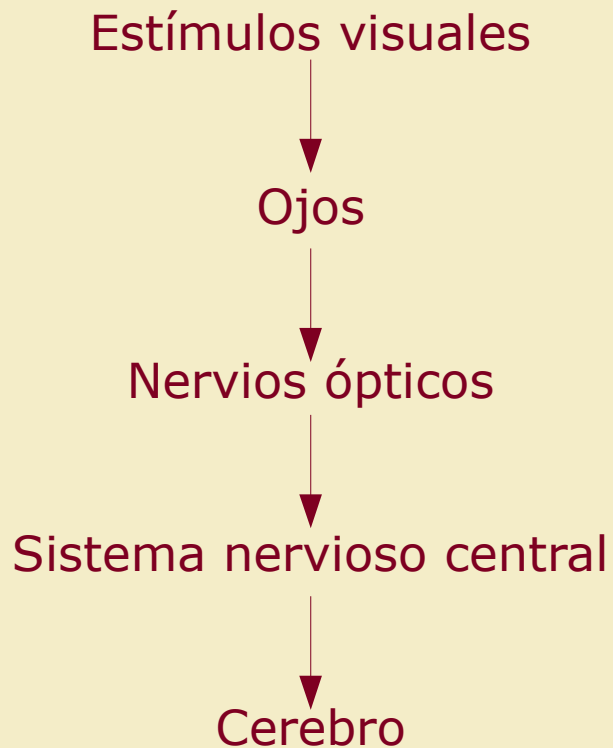
Tipos de observación:

- Analítica:* Identifica la forma, el color, la estructura de las partes, el material, etc. de los elementos que configuran una imagen.
- Funcional:* Comprende el significado, la función o acción de los elementos de una imagen

4.1 Fases de la percepción visual

El proceso de percepción de las imágenes se desarrolla en dos fases

Fase óptica y física



Fase interpretativa



4.2 Leyes de organización de la forma

Las formas que constituyen una figura surgen de la aplicación de una serie de reglas de organización, con un mero valor sintáctico, es decir de posición y de oposición. Estas son las leyes de la forma o de la Gestalt.

La forma es una estructura perceptual. Un conjunto limitada de elementos y de relaciones entre ellos, con una función o significado común.

Las leyes de la organización de la forma interactúan con el fin de obtener lo que los teóricos de la Gestalt denominan "**la buena forma**", la forma "**correcta**" o la forma "**mejor**"

Cuanto menor sea el esfuerzo por percibir una forma mayor sera su fuerza.

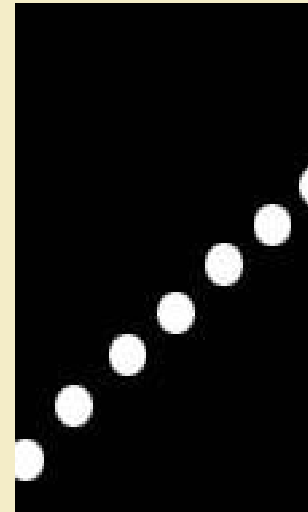
Ley de la proximidad

Los elementos próximos en el espacio y/ o tiempo, nos ayudan a agruparlos en una totalidad.



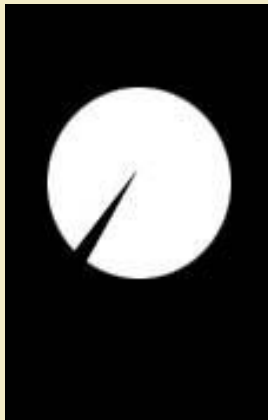
Ley de la continuidad

Toda unidad lineal tiende a ser continua en la misma dirección y con el mismo movimiento.



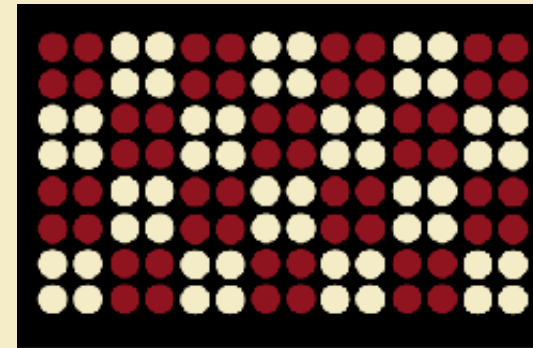
Ley del cierre o cerramiento

Tendemos a organizar las unidades ópticas en conjuntos compactos y cerrados. Tendemos a rellenar los intervalos entre las unidades. Si tenemos una forma parcialmente cerrada tendemos a completarla.



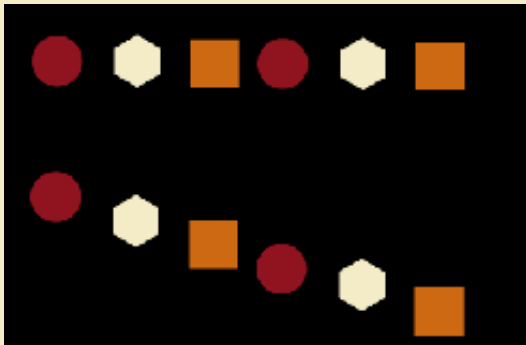
Ley de la semejanza o igualdad

Los elementos semejantes tienden a agruparse o relacionarse. La semejanza se puede basar en cualquier criterio: tamaño, textura, color, significado etc...



Ley del movimiento común

Tendemos a agrupar los elementos que se mueven conjuntamente en una misma dirección, o a los que se mueven lentamente en dirección contraria.



Ley de la experiencia

Reconocemos más fácilmente aquellas formas que ya conocemos, las que podemos identificar con algún significado que no es nuevo para nosotros.



Webquest

Lectura de imágenes: Percepción visual

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

Lectura de imágenes: Como se lee una imagen

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

Lectura de imágenes: Como se lee una obra de arte

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

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.