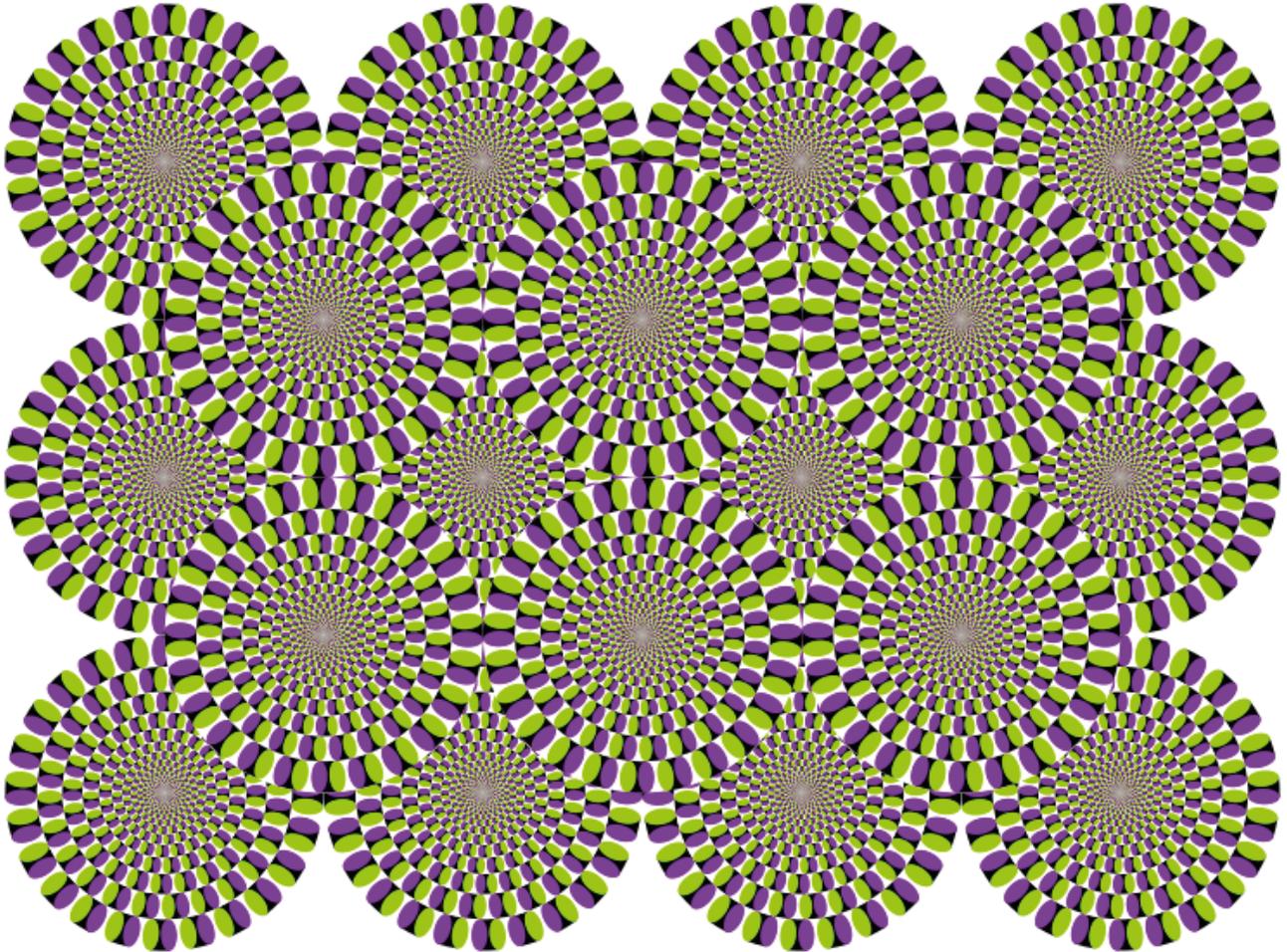


## 11-PERCEPCIÓN Y LECTURA DE IMÁGENES



Rotating snakes illusion.

fuelle: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Rotating\\_snakes\\_illusion.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Rotating_snakes_illusion.svg) y [https://es.wikipedia.org/wiki/Melissa\\_Hogenboom](https://es.wikipedia.org/wiki/Melissa_Hogenboom)

## PERCEPCIÓN Y OBSERVACIÓN

**Percepción visual:** Es la interpretación o discriminación de estímulos visuales del entorno. En dicho proceso intervienen **aspectos objetivos** como los colores, las formas, relaciones de tamaño, etc y **subjetivos**, relacionados con la experiencia, la cultura y circunstancias del receptor o persona que interpreta las imágenes. La percepción de imágenes es diferente para cada individuo.

**Observación:** Consiste en mirar las formas con atención y detenimiento estudiando sus cualidades visuales y su significado. Juega un papel fundamental en la percepción.

**Observación analítica:** Trata de identificar y reconocer las formas y los elementos que componen las imágenes.

**Observación funcional:** tiene relación con el significado, finalidad o acción de los elementos de una imagen.

## LEYES DE LA GESTAL Y PRINCIPIOS PERCEPTIVOS

**La Gestalt:** Fue una corriente de pensamiento psicológico nacida en Alemania, "Gestalt" en Alemán significa "forma", que se ocupó del estudio de la percepción visual. En torno a 1950 establecieron lo que se conoce como "leyes de la Gestalt" que son un conjunto de principios fundamentales de la percepción visual.

**Figura-Fondo:** De entre varias formas se percibe más fácilmente aquella que destaca por su forma, tamaño, posición o color. Figura y fondo no pueden percibirse simultáneamente.

**Cierre:** Figuras o formas con un contorno incompleto son completadas por nuestra percepción siempre y cuando las direcciones de los contornos estén dispuestas de forma continua y siguiendo una dirección concreta.

**Luz intensa:** Una luz intensa sobre una figura o cuerpo lo separa visualmente de su sobra y el fondo.

**Configuración simple:** Una forma sencilla se percibe con mayor facilidad que otras más complejas a su alrededor.

**Experiencia en la percepción:** Una figura o imagen se percibe más fácilmente que otras si forma parte de la experiencia del observador.

**Proximidad:** Elementos de la imagen cercanos se perciben como una misma figura o como un grupo.

**Semejanza:** Elementos iguales o parecidos se perciben como una sola figura.

**Continuidad:** Los elementos que se disponen siguiendo una misma dirección se perciben como uno solo.

**Contraste y homogeneidad:** los principios relativos a la figura y el fondo se pueden ver alterados mediante efectos de contraste (destaque de la figura respecto al fondo) y homogeneidad (integración de la figura con el fondo).

## ILUSIONES OPTICAS

**Ilusión óptica:** Es una imagen en la que percibimos algo que no es real o no se encuentra físicamente en la imagen, también muestran elementos distorsionados en forma, tamaño o color. En ocasiones se trata de dibujos o imágenes ambiguas que pueden interpretarse de forma opuesta. También pueden ser imágenes en las que se representan objetos o espacios imposibles.

**Diedro de Mach:** se trata de dos planos que pueden ser interpretados como dispuestos de forma cóncava o convexa.

**Ilusión de Schöeder:** consiste en presentar una serie de objetos o figuras cuyos planos o caras pueden interpretarse como orientados de un modo u otro. Este efecto visual se denomina **perspectiva reversible**.

**Figura de thiery y Cubo de necker:** son figuras similares a la ilusión de Schöeder.

**Figuras cinéticas:** son imágenes que producen la sensación de movimiento

**Efecto moiré:** Consiste en dos tramas generalmente de líneas superpuestas que al desplazarse una respecto a la otra ofrecen la sensación de un movimiento derivado.

## COMUNICACIÓN VISUAL

**Comunicación visual:** Es un proceso de producción, transmisión y recepción de información a través de imágenes.

**Contexto:** es el conjunto de circunstancias en que se da la comunicación visual.

**Significado:** es el sentido real o simbólico que tiene un mensaje visual.

**Significante:** es el conjunto de elementos visuales que forman la imagen que transmite la información.

**Código visual:** Conjunto de normas y procedimientos que relacionan significado y significante para que la imagen transmita la información correctamente.

**Emisor:** persona o grupo que transmite la información a través de imágenes.

**Mensaje:** Es la información que contiene la imagen.

**Receptor:** Persona o grupo que recibe o interpreta la información contenida en las imágenes.

**Medio o Canal:** Es la entidad a través de la cual se transmite o difunde la imagen puede ser televisión, internet, prensa.

**SopORTE:** Es el elemento físico que contiene la imagen, puede ser pantalla, papel, lienzo, etc.

## LENGUAJE VISUAL

**Lenguaje visual:** Es un sistema de comunicación que emplea elementos visuales para que se comprendan los mensajes.

**Lenguaje visual objetivo:** Trata de transmitir información de modo inequívoco y sin dar lugar a posibles interpretaciones.

**Lenguaje visual publicitario:** aporta información que se entienda de modo rápido, sencillo para conseguir vender un producto. Además trata de captar la atención mediante imágenes atractivas y sugerentes.

Los elementos principales del lenguaje publicitario son:

**Titular:** Es una frase, normalmente en la parte superior de la imagen que trata de captar la atención.

**Ilustración o imagen:** Imagen cuya finalidad también es captar la atención, expresar la idea del anuncio y convencer al espectador.

**Texto:** Explica con mayor detalle que el titular el contenido del anuncio mediante lenguaje escrito.

**Elementos de firma:** Trata de cerrar el mensaje, suelen ser el nombre del producto, la marca o el logotipo de la empresa.

**Lenguaje visual artístico:** Trata de transmitir sentimientos y sensaciones.

## FUNCIONES DE LAS IMÁGENES

**Descriptiva:** Explican formas de objetos, acontecimientos o situaciones de una forma objetiva y precisa.

**Informativa:** Son imágenes que ilustran noticias, anuncios o catálogos.

**Estética:** Tratan de expresar un ideal de belleza, destacan las fotografías artísticas o las obras de arte.

**Expresiva:** Son imágenes que transmiten emociones, pensamientos o inducen a la reflexión.

**Comunicativa:** Tres grupos de imágenes:

**Marca o logotipo:** es una imagen, un rasgo distintivo y característico cuya finalidad es la afirmación, el aviso o la diferenciación así como la identificación de un producto o empresa. Los logotipos forman parte de la imagen corporativa de las empresas.

**Signos:** Son imágenes que transmiten una indicación, orden o prohibición. Suelen ser **pictogramas** los cuales son imágenes claras y sencillas representadas con pocos colores planos a modo de siluetas.

**Símbolo:** Son imágenes que representan una idea o creencia, recuerdos o pensamientos.