



**CORPORACIÓN
UNIVERSITARIA
REMINGTON**

ESCUELA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

ASIGNATURA: Comunicación Visual

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

Este material es propiedad de la Corporación Universitaria Remington (CUR), para los estudiantes de la CUR en todo el país.

2011

CRÉDITOS



El módulo de estudio de la asignatura Comunicación Visual es propiedad de la Corporación Universitaria Remington. Las imágenes fueron tomadas de diferentes fuentes que se relacionan en los derechos de autor y las citas en la bibliografía. El contenido del módulo está protegido por las leyes de derechos de autor que rigen al país.

Este material tiene fines educativos y no puede usarse con propósitos económicos o comerciales.

AUTOR

Ómar de Jesús Morales Gómez

Maestro en Artes Plásticas Experiencia docente: Instituto cultural Colombo Soviético, 1984 – 1986. Instituto Colombo Iberoamericano, 1989 - 1991. Academia Superior de Artes, 1992 - 1999. Academia ASSTI, 1994 - 1998. CEDI, 1993 – 1996. Esditec, 1995 - 2002. Colombo Europeo , 1995 – 2002. Cedecomputo , 2001 – 2003. Censa , 2003 – 2004. Universidad Cooperativa de Colombia desde 2004. Universidad Funorie, 1998 – 1999. Corporación Universitaria Remington desde 2004 Experiencia profesional: Artista independiente con obras escultóricas y pictóricas implantadas en varios espacios públicos y privados
omar.morales@remington.edu.co

Nota: el autor certificó (de manera verbal o escrita) No haber incurrido en fraude científico, plagio o vicios de autoría; en caso contrario eximió de toda responsabilidad a la Corporación Universitaria Remington, y se declaró como el único responsable.

RESPONSABLES

Rubén Darío Gómez Gutiérrez

Director de la Escuela de Arquitectura y Diseño

Juan Diego López Medina

Decano del Programa de Arquitectura y Diseño

Director General Educación a Distancia

Elkin Darío Ocampo Toro

distancia.director@remington.edu.co

Vicerrector Académico Educación a Distancia

Octavio Toro Chica

distancia.direccion@remington.edu.co

Coordinadora de Medios y Mediaciones Tecnológicas

Angélica Ricaurte Avendaño

distancia.coordinadormmt@remington.edu.co

GRUPO DE APOYO

Personal de la Unidad de Medios y Mediaciones

EDICIÓN Y MONTAJE

Primera versión. Febrero de 2011.

Derechos Reservados



Esta obra es publicada bajo la licencia Creative Commons. Reconocimiento-No Comercial-Compartir Igual 2.5 Colombia.

TABLA DE CONTENIDO

1.	LA EXPRESIÓN Y EL OBJETO DE SIGNIFICACIÓN	9
1.1.	OBJETO DE SIGNIFICACIÓN	9
1.2.	EL MENSAJE GRÁFICO	15
1.3.	SINTÁCTICA	18
1.4.	CÓDIGOS VISUALES	20
1.5.	TAXONOMÍA DE LOS CÓDIGOS VISUALES.....	22
1.6.	Ejercicios por temas	24
1.7.	Prueba final.....	24
1.8.	Actividad	25
2.	LA DIMENSIÓN VISUAL DEL LENGUAJE	26
2.1.	CLASES DE IMÁGENES.....	26
2.2.	RETORICA DE LA IMAGEN	30
2.3.	DISCURSO EN EL DISEÑO VISUAL	33
2.4.	Ejercicios por temas	35
2.5.	Prueba final.....	35
2.6.	Actividad	36
3.	LA CREACIÓN DE MENSAJES Y EL PAISAJE	37
3.1.	Modelo de comunicación gráfica	37
3.2.	MODELO DE ANÁLISIS Y EXPRESIÓN GRÁFICA.....	40
3.3.	DISEÑO VISUAL Y APLICACIÓN EN EL PAISAJE	41
3.4.	Ejercicios por temas	42
3.5.	Prueba final.....	42
3.6.	Actividad	42
3.7.	RESUMEN.....	43
3.7.1.	RELACIÓN CON OTROS TEMAS.....	43
3.8.	GLOSARIO	43
3.8.1.	FUENTES.....	47

3.9.	METODOLOGÍA	48
3.9.1.	PRESENCIAL	48
3.9.2.	DISTANCIA	49

1. LA EXPRESIÓN Y EL OBJETO DE SIGNIFICACIÓN

Objetivo General

Analizar las dimensiones del signo y sus relaciones, la semántica, la sintaxis y la pragmática visual en la síntesis del mensaje gráfico como base para la comprensión y elaboración del mensaje gráfico.

Objetivos específicos

- ✚ Describir los objetos de significación a partir de conceptos establecidos.
- ✚ Proponer el mensaje gráfico por medio de formas y conceptos establecidos.
- ✚ Explicar el Diseño visual para producir una interpretación que genere significados.

Prueba inicial

- ✚ ¿Conoce usted los objetos de significación en el mensaje gráfico?
- ✚ ¿Conoce las formas y los conceptos establecidos en el mensaje gráfico?
- ✚ ¿comprende en el diseño visual la interpretación y sus significados?

1.1. OBJETO DE SIGNIFICACIÓN

Signo

El signo es un **objeto y acción** que representa y sustituye a otro objeto, fenómeno o señal. Del uso del signo surge la semiótica, (del griego “Semion”), como doctrina que estudia las reglas que gobiernan la producción, transmisión e interpretación de estos símbolos.

Se puede describir la comunicación entre los humanos, como una forma e intercambio de transferir mensajes, la única forma de hacerlo es por medio del **uso de signos**, tales como el que se emite a través del habla, letras, números, fotografías, etc.



Tomado de: <http://www.fotonostra.com/grafico/lineas.htm>

Los signos son el medio a través del cual se hace posible la transmisión de los pensamientos, significados e ideas. Se extrae de ellos lo que hace posible, una situación **sígnica**, la comunicación entre dos o más personas.

Los signos pueden ser, **naturales y artificiales**.

La primera gran división corresponde a los signos naturales que se diferencian de los signos artificiales. El rasgo diferencial entre ellos es la no participación directa del hombre en la creación de estos signos (naturales) y la participación directa en la creación de dichos signos (artificiales). En ambos casos el hombre lo interpreta, pero no siempre los crea, ya sea como actividad consciente o inconsciente.

Los **signos naturales** reciben también la denominación de **indicaciones** o **índices**. Así el humo como indicio de que hay fuego, las nubes como indicio de lluvia, las arrugas de la cara como síntomas de envejecimiento, etc.¹

Los **signos artificiales** se dividen a su vez en lingüísticos y no lingüísticos, incluyendo entre los primeros los sistemas verbales (los que sustituyen a partir de ellos: escritura, Morse, braille, etc.) de carácter natural o tradicional, (las lenguas o idiomas).

Los no lingüísticos o signos, se oponen a los verbales (base de todo el proceso de la comunicación humana), se dividen en, señales, símbolos e iconos. Los primeros influyen, según la teoría de Schaf, de una forma o de otra sobre la voluntad de los individuos mientras que los otros sólo actúan de forma inmediata.

Reznikov explica que todos los signos son **fenómenos materiales** que actúan directamente sobre los órganos de los sentidos. El disparo de un cohete como señal de ataque o el humo de una montaña, significa un incendio.²

Los signos icónicos

¹ <http://liliana-villarreal.lacoctelera.net/>

² <http://www.fotonostra.com/grafico/tiposdesignos.htm>

Funcionan de acuerdo con el principio de semejanza y en él pueden incluirse toda clase de imágenes, dibujos, pinturas, fotografías o esculturas.

Peirce los definía como signos que tienen cierta semejanza con el objeto a que se refieren. Así, el retrato de una persona o un diagrama son signos icónicos por reproducir la forma de las relaciones reales a que se refieren. Esta definición ha tenido aceptación gracias a la difusión hecha por su discípulo Morris, quien señaló además que el signo icónico tenía algunas de las propiedades del objeto representado, es decir, de su denotado.

Sin embargo, si se observa una imagen publicitaria, no siempre se representan todas las propiedades, ya que muchas de ellas están simplemente sugeridas a través de otras.³

El signo icónico reproduce algunas condiciones de la recepción del objeto, seleccionadas por un código visual y anotado a través de convenciones gráficas.

Los signos icónicos ofrecen al receptor real con toda la naturalidad de cada uno de ellos representándose a sí mismos. No poseen las propiedades de la realidad, sino que transcriben, según cierto código de reconocimiento, algunas condiciones de la experiencia.⁴

Cuatro características tienen los signos icónicos: ser **naturales, convencionales, analógicos y de estructura digital**.

Clasificación de los signos

El receptor es la persona a la que va destinado el signo. Así que el medio a través del cual se ha de interpretar este el signo ha de encontrarse familiarizado con el. Si el receptor no conoce el símbolo que el transmisor está ejercitando, difícilmente podrá comprender el mensaje del signo, propiamente dicho.⁵

Para que pueda comprenderse un mensaje, emitido a través de un signo deben incluirse tres aspectos: Los **sintácticos, semánticos y pragmáticos**.

Sintácticos: Estudian el signo según la forma percibida.

Semánticos: Estudian la forma en que el significado se encuentra conectado con el significador, la relación entre la forma y lo que significa la forma.

³ <http://www.fotonostra.com/grafico/signosiconicos.htm>

⁴ <http://es.answers.yahoo.com/question/index?qid=20100719134927AAkHnPc>

⁵ <http://www.fotonostra.com/grafico/clasesignos.htm>

Pragmáticos: Por su utilización y uso, el resultado de estos, los efectos del mismo.

SÍMBOLO

Los símbolos se diferencian, de los signos icónicos por tres características: Son objetos materiales que representan ideas abstractas.⁶

Funcionan por alegorías o metáforas, y van dirigidos a los sentidos.

Cuando un signo no sólo informa de un significado, sino que además evoca valores y sentimientos, representando ideas abstractas de una manera metafórica o alegórica, se conoce como símbolo.⁷

Veamos un ejemplo, **la araña**, ha sido representada visualmente en casi todas las culturas, como la mesopotámica, la egipcia y la maya. Simboliza la creación y la vida, por su capacidad para formar hilos a partir de su propio cuerpo, pero también ha simbolizado la muerte y la guerra por su aptitud cazadora y lo letal de su veneno.

En las religiones se utilizan símbolos que evocan en sus seguidores los valores y creencias propios de cada una de ellas, por ejemplo la luna creciente simboliza al islamismo; la cruz es el símbolo de los cristianos y la estrella de David representa a la religión hebrea.⁸



Tomado de: <http://santocaos.blogspot.com/2010/09/una-limpia-de-los-simbolos.html>
<http://www.atinachile.cl/content/view/77842/Acerca-de-los-simbolos.html>

Una de las maneras de conocer la realidad, es saber interpretar. La realidad se presenta con símbolos, con signos, con emblemas, con formas sujetas a la interpretación, cuyo proceso de integración a lo real implica un adherirse a la realidad. Las cosas forman símbolos, la realidad se presenta como un símbolo para interpretar.⁹

⁶ <http://liliana-villarreal.lacotelera.net/>

⁷ <http://www.elnuevodiario.com.ni/opinion/91902>

⁸ <http://cartelesyrotulos.blogspot.com/2009/10/comunicandonos.html>

⁹ <http://santocaos.blogspot.com/2010/09/una-limpia-de-los-simbolos.html>

Símbolo nacional

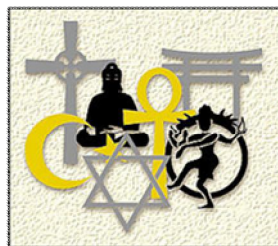
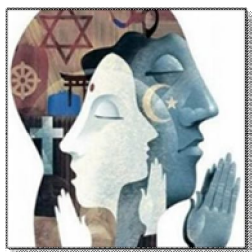
Los símbolos nacionales son aquellos que un país adopta para representar sus valores, metas, historia o riquezas y mediante los cuales se identifica y distingue de los demás, además de aglutinar en torno a ellos a sus ciudadanos y crear un sentimiento de pertenencia. Los símbolos nacionales por excelencia son la bandera y los colores nacionales, el escudo de armas y el himno. A ellos se añaden en ocasiones otros emblemas como puede ser una planta, animal u objeto asociado íntimamente con el país.¹⁰

Además de los símbolos Patrios, un árbol, una flor y un ave representan valores y sentimientos. Son los llamados Símbolos Naturales, que junto a comidas, músicas, juegos, y expresiones del habla configuran la llamada identidad nacional.

Los símbolos pueden componerse de información realista, extraídas del entorno, fácil de reconocer, o también por formas, tonos, colores, texturas..., elementos visuales básicos que no guardan ninguna similitud con los objetos del entorno natural. No poseen ningún significado, excepto el que se les asigna. Existen muchas formas de clasificar a los símbolos; pueden ser simples o complicados, obvios u oscuros, eficaces o inútiles. Su valor se puede determinar según hasta donde penetran la mente pública en términos de reconocimiento y memoria.¹¹

Símbolos religiosos

La representación de ideas abstractas mediante símbolos es de origen oriental. A lo largo de la historia, la fe ha estado ligada a una serie de símbolos significativos. En las sociedades primitivas, los símbolos y el tótem sirven para expresar las cualidades esenciales de la fe. Sólo los judíos y los musulmanes prohíben las imágenes en la adoración. En lugar de ello, subrayan la palabra y la necesidad de una cultura escrita para la participación de la oración. Fue en este contexto dominado por lo oral que surgió el cristianismo.¹²



Tomado de: <http://www.desdelagrada.com/2007/07/31/la-fifa-sancionara-los-mensajes-religiosos/>
<http://www.webislam.com/?idt=17756>
http://www.existedios.com/Gratis_ClipArt_Imagenes_Dibujos_Graficos_Biblia

¹⁰ <http://ar.answers.yahoo.com/question/index?qid=20090511132145AA4kdL1>

¹¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Signo_y_s%C3%ADmbolo

¹² <http://es.wikipedia.org/wiki/S%C3%ADmbolo>

Usos de signos y símbolos

Los signos y símbolos se utilizan desde el principio de la Historia. Nunca han sido desplazados del todo por el lenguaje escrito. Como medio de comunicación, han mantenido sus propias variadas funciones, y se han hecho más útiles a medida que ha aumentado la demanda de comunicación inmediata. Los signos y símbolos nos ayudan a:¹³

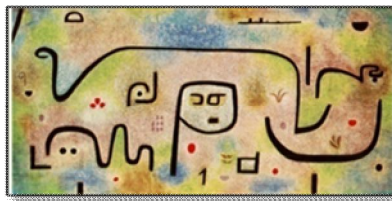
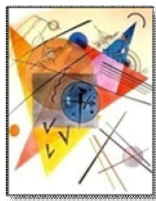
- Identificar sentimientos y a buscar liberación emocional en dicho conocimiento.
- Determinar las acciones adecuadas y el comportamiento aceptable.
- Diseñar edificios y conocer su significado.
- Identificar empresas y corporaciones.
- Representar a personajes.

A medida que abandonemos una época fundamentada en la cultura escrita y la imprenta, para entrar en un entorno dominado por la tecnología visual y auditiva, las reglas básicas de la comunicación cambian. Los símbolos y signos servirán en un futuro, como lo hicieron en el pasado, generando información y propagándola con inteligencia y rapidez.¹⁴

La abstracción

Es la representación de ideas, conceptos, pensamientos y sentimientos en donde la función de la imagen es restituir la impresión visual de algo real, con mayor o menor grado de realidad reproductiva.

Formas abstractas: son líneas inspiradas por la naturaleza sin significado. No son representativas y son independientes del mundo real, sin embargo, en su resultado material se observan determinadas imágenes.¹⁵



“La abstracción supone que la imagen no tiene parecido con una realidad concreta, puede ser producto de la fantasía (imágenes surrealistas) o relaciones arbitrarias (señal de tráfico: prohibido el paso). En algunos casos la representación no existe y la imagen se convierte en una realidad autónoma (pintura abstracta)”.

¹³ http://es.wikipedia.org/wiki/Signo_y_s%C3%ADmbolo

¹⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Signo_y_s%C3%ADmbolo

¹⁵ <http://www.roc21.com/blog/2008/05/24/abstraccion/>

Tomado de: <http://www.google.com.co/imgres?imgurl=http://definicion.de/wp-content/uploads/2008/11/http://www.google.com.co/imgres?imgurl=http://blog.educastur.es/camlaboral/files/2007/08/kl-ee->

Formas abstractas

Las formas abstractas son formas puras, sin posible identificación con imágenes ya existentes, son creadas por la imaginación y la fantasía del artista, también se les llama no figurativas.

La representación de estas obras es libre ya que no representan algún elemento del mundo natural o artificial.

Características de la abstracción

Pocos elementos - Mínimo en detalle – Simplificación - Rompe proporciones - Utiliza formas geométricas.

1.2. EL MENSAJE GRÁFICO

La significación

“Conocemos el significado cuando somos capaces de usar correctamente las palabras”.

El lenguaje nos permite conocer, pensar y hablar de la realidad natural o social que nos rodea; nos permite aprehender y transmitir la cultura generada por una sociedad. El lenguaje, es ante todo, un “instrumento” utilizado por el hombre para poder interpretar dicha realidad y poderla transformar en **Significación**.

Por eso la articulación de las palabras con el mundo no se lleva a cabo de un modo inmediato, sino a través del uso significativo de las palabras.

El lenguaje está en la naturaleza misma del hombre. Esto es un hecho fundacional de la condición humana, por lo tanto, el lenguaje no es simplemente un instrumento. El hombre es producto de su lenguaje. A sí mismo el lenguaje no es solo un instrumento, puede funcionar “como un instrumento” de interacción, de comunicación o de intercambio.¹⁶

De esta manera, el lenguaje cumple con una función básica: la de ser un instrumento por medio del cual aprendemos a **significar** y a expresar lo **significado**.

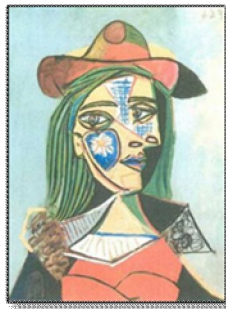
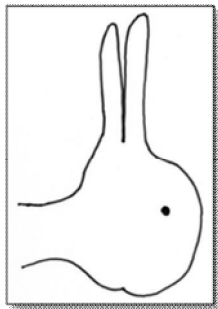
La significación es la razón de ser de cualquier proceso lingüístico.

¹⁶ <http://docencia.udea.edu.co/comunicaciones/bajopalabra/capitulos/Unidad2LaSignificacion.PDF>

En síntesis, la significación es una construcción humana que nace del proceso **signífico** permitido por la función **simbólica** del lenguaje. Por la facultad de representación mediadora de la realidad. **La significación**, nace como resultado de una triple relación: El hombre, las cosas y los fenómenos; el hombre y su experiencia subjetiva, y el hombre y su interacción con sus semejantes. De esta manera, **la significación** surge como representación de la realidad, como experiencia subjetiva y como medio de interacción social.¹⁷

La significación, es entonces, un producto social, porque se lleva a cabo por seres que están organizados en comunidades. Interpretamos la realidad de acuerdo con nuestra cultura, y esa interpretación está condicionada por un conjunto de prácticas sociales y culturales, propias de la comunidad a la cual pertenecemos.

Para comunicar algo significativo no basta con expresar un contenido semántico, sino que es preciso que el que participe de un diálogo reconozca nuestra intención comunicativa.



C

Tomado de: <http://jhcnewmedia.org/sociologia/?p=755>
http://memoriasdelornitorrinco.blogspot.com/2008_07_01_archive.html
<http://verbiclara.nireblog.com/post/2008/05/27/homonimas-homografas-homofonas>

Niveles de construcción de significado

La significación es una construcción que se realiza en tres niveles:

Nivel referencial:

La experiencia siempre nos ofrece un conocimiento de la realidad. Y a partir de las percepciones sensoriales, elaboramos una representación conceptual de dicha realidad, una imagen de ella. Transformamos la realidad en pura significación.

¹⁷ <http://docencia.udea.edu.co/comunicaciones/bajopalabra/capitulos/Unidad2LaSignificacion.PDF>

Podríamos pensar, entonces que en este nivel el significado de una expresión sea la realidad a la que la palabra se refiere.

Acá sería una visión elemental de la referencia y correspondencia a una concepción especular del lenguaje. Esto sería el lenguaje entendido como un espejo donde la realidad se ve fielmente reflejada. “Esta concepción olvidaría algo fundamental: que una imagen de la realidad no es, en modo alguno, idéntica a la realidad misma”.¹⁸

Nivel lógico:

En este nivel, la realidad elaborada, se le agrega categorías intelectuales. Y por medio de operaciones del pensamiento, se adiciona a los significados nociones de valores o contenidos de verdad, nociones de clase, de números, de orden, de secuencias, de tiempos, de causa efecto, etc.

Nivel socio-cultural:

En este tercer nivel los significados construidos en los niveles anteriores se ponen en contacto con la sociedad y con la cultura de los individuos. Acá se realiza una configuración semántica que permite inscribir los significados en un sistema compartido de valoración y de conocimiento de la realidad. Se elabora una interpretación cultural de la realidad. Según plantea Humberto Eco, “toda unidad semántica es una unidad cultural. En una lengua no hay nada que no haya pasado por la cultura”.¹⁹

La denotación

“**Toda imagen** ofrece un contenido denotativo (descriptivo, objetivo) y otro connotativo (latente, subjetivo)”.

Denotación - “Descripción objetiva de lo representado”.

“El **contenido denotado** se refiere a elementos explícitos dados por la imagen. Es una lectura literal de la imagen “(dibujo de letras, mujer árabe, niño atacando a un tanque, torso de mujer y copa, hombre tocando un órgano.....)”.



Tomado de: http://www.aloj.us.es/galba/digital/cuatrimestre_ii/imagen-pagina/analisis_anunc2.htm

¹⁸ <http://docencia.udea.edu.co/comunicaciones/bajopalabra/capitulos/Unidad2LaSignificacion.PDF>

¹⁹ <http://mundosemantico.blogspot.com/>

La denotación, entonces, representa aspectos relativamente objetivos de un mensaje, constituidos por elementos de carácter descriptivos o representativos de una imagen o texto.

La connotación

Connotación - “Descripción subjetiva de lo representado”.

“El **contenido connotado** se refiere a los mensajes no explícitos que aparecen en una lectura compleja de la imagen. Se trata de la interpretación que realiza el lector”.

La connotación en el proceso de lectura, el observador expresa cualquier aspecto puramente subjetivo que sugiere una imagen. La connotación participa activamente en la construcción del significado y relaciona cualquier tipo de mensaje.²⁰

Cuando analizamos el grado de connotación comprendemos que los aspectos son relativamente subjetivos, el mensaje es latente de la imagen (lo que sin aparecer en la imagen se comunica), estima aspectos (sociales, políticos, culturales, etc.) y presenta grados de polisemia de la imagen (significados diversos).

1.3. SINTÁCTICA

Sintáctica es el estudio de la relación de los significantes entre sí y la relación que existe con su propia estructura. De acuerdo con lo anterior, se ha realizado una división en el estudio de la sintáctica para mejorar su comprensión y aprovechamiento. Esta división es la siguiente: **La estructura formal**, que es el estudio de los elementos visuales que integran la figura o forma de los significantes. **La estructura Relacional**, que es el estudio de las relaciones que hay entre los significantes, como parte de un sistema de comunicación.

Sintáctica visual

En el mundo de las relaciones humanas vivimos en constante comunicación con los signos verbales y visuales. Estos signos cumplen las leyes de la sintáctica lingüística, pero no la de la sintáctica visual, ya que el lenguaje visual es mixto porque tiene signos verbales y no verbales. En el código del Diseño visual los signos gráficos son de dos tipos: **Las palabras escritas** del lenguaje verbal y los **signos visuales**. Los primeros son **verbales** y los segundos son **iconos** o no verbales.

“La dialéctica entre ambos es la matriz del mecanismo mental de la ideación visual”.

²⁰ http://www.aloj.us.es/galba/digital/cuatrimestre_ii/imagen-pagina/analisis_imagen.htm

La estructura

Una imagen visual es una creación en la que disponen una serie de elementos que configuran algo perceptible: una forma. Un producto visual aporta una nueva manera propia de ver el mundo. Los elementos que configuran la imagen se relacionan entre sí dándole su identidad formal.²¹

Toda imagen tiene una **estructura formal**. La estructura está contenida y viene determinada por la composición. El término estructura tiene una connotación sustentante y constructiva, referida al orden interno de la imagen. El objetivo de la composición es mantener el interés y la atención sobre la imagen. La armonía se consigue en la unidad y el orden. La creación de un producto visual necesita una planificación, implica reflexión y análisis.²²

Existe, también la estructura armónica, que consiste en el estudio de la estética y sus leyes de percepción, donde su objetivo principal es la estructuración armónica de las formas.

Articulación de signos

El signo tiene carácter articulado. Las unidades lingüísticas mayores son divisibles en partes pequeñas, reconocibles e intercambiables. El signo lingüístico tiene doble articulación porque puede someterse a una doble división.

En la primera articulación el signo se descompone en partes con significado y significantes. Las unidades de esta primera articulación se denominan monemas.

En la segunda articulación, el signo se divide en unidades más pequeñas sin significado, pero son distintivas. Las unidades de esta segunda articulación se denominan fonemas.

Existe una doble articulación que hace con unas pocas unidades de la segunda articulación se pueden formar todos los monemas de una lengua.

Según Stuart Hall, en su artículo codificar y decodificar, nos dice: **“La articulación de un signo arbitrario** -ya sea visual o verbal- con el concepto de un referente es el producto, no de la naturaleza sino de la convención, y la convención de los discursos requiere la intervención, el soporte, de códigos. Así Eco sostiene que los signos icónicos “lucen como los objetos en el mundo real porque reproducen las condiciones (esto es, los códigos) de percepción en el sujeto que los ve”. Estas “condiciones de percepción” son, sin embargo, el resultado de una alta codificación, (aún si son virtualmente inconscientes) de un conjunto de operaciones de decodificación. Esto es tan cierto con respecto a la imagen fotográfica o televisiva como lo es de cualquier otro signo. Los signos icónicos son, sin embargo particularmente vulnerables de ser leídos como naturales porque los códigos de percepción visual están ampliamente distribuidos y porqué este tipo de signo es menos arbitrario que el lingüístico: el signo lingüístico “vaca” no posee ninguna de las propiedades

²¹ <http://www.scribd.com/doc/25147577/trabajo-educacion-artistica>

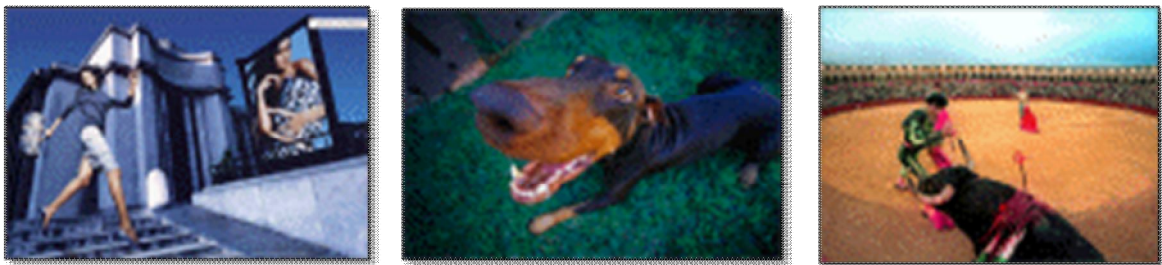
²² <http://www.scribd.com/doc/25147577/trabajo-educacion-artistica>

de la cosa representada, mientras que el signo visual parece poseer algunas de estas propiedades."

1.4. CÓDIGOS VISUALES

"La comunicación a través de la imagen se produce mediante un estímulo visual cargado de significados más o menos reconocibles, que el receptor asume de modo inconsciente. Imprescindibles para la correcta representación y "lectura" comprensiva y crítica del mensaje, estos se estructuran bajo un sistema de "reglas" denominados **códigos comunicativos**."²³

Los códigos visuales son los medios técnicos, con los cuales se elabora el mensaje visual y que en ciertos casos determinan algunas particularidades formales de la imagen que modifican su sentido. Ejemplo fotográfico:



Tomado de: http://www.aloj.us.es/galba/digital/cuatrimestre_ii/imagen-pagina/analisis_anunc2.htm

El uso específico como el objetivo de un gran-ángulo proporciona imágenes distorsionadas de la realidad. Los objetos cercanos se perciben con una exagerada acentuación del tamaño del primer plano, mientras que el resto se distancia fuertemente aumentando la sensación de profundidad de la perspectiva.²⁴

Códigos de expresión y contenido.

La comunicación a través de la imagen se produce mediante estímulos visuales cargados de diversos significados y expresiones, más o menos reconocibles, que el receptor asume de modo inconsciente por la vida emotiva.²⁵

Dentro de los códigos expresivos tenemos los siguientes:

²³ http://www.aloj.us.es/galba/DIGITAL/CUATRIMESTRE_II/IMAGEN-PAGINA/0cuadro.htm

²⁴ <http://manuelbassi.com.ar/Codigos%20Graficos.pdf>

²⁵ http://www.aloj.us.es/galba/DIGITAL/CUATRIMESTRE_II/IMAGEN-PAGINA/1codigos2.htm

Código espacial

Este código hace referencia al lugar y al espacio en el que se desarrolla el contenido de la imagen. Este código nos sitúa a una distancia y a un nivel determinado con respecto al tema.

Los códigos gestual y el escenográfico

Estos códigos hacen referencia a los gestos que manifiestan las figuras representadas así como a la escenografía que las acompañan. Se producen expresiones, gestos o actitudes de las figuras representadas, como alegría-tristeza-sorpresa-angustia, etc.

Además se debe tener en cuenta la escenografía y otros elementos que estén adjetivando el tema principal, como vestuario, maquillaje, etc.

El código lumínico

Este código se refiere al tratamiento luminoso por el que se representa la imagen y el tema en general. Se refiere a la naturaleza de la luz, su calidad y dirección.

La naturaleza de la luz diferencia entre la luz natural y la luz artificial.

Acá, en este código, la característica principal es la combinación de la luz, la dirección, la situación espacial y la variedad de la fuente luminosa que permiten muchos significados.

El código simbólico

El código simbólico alude al contenido y significado connotado de una imagen que representa un concepto comúnmente aceptado de tipo moral, social, político, cultural, etc.

Este código hace referencia a la expresión de ideas abstractas. La relación entre el símbolo y aquello que simboliza pueden establecerse por analogía. Ejemplo: la paloma, símbolo de la paz. La calavera símbolo de la muerte.²⁶

Códigos externos.

Son aquellos que tienen que ver con aspectos de forma, tamaño y contraste en la comunicación visual o a través de la imagen.

El marco referencial

Es un área determinada por sus bordes. Dentro de este se encuentran las formas naturales, las artificiales, las formas abstractas, las formas múltiples, la caligrafía, las formas orgánicas, las formas geométricas y las simples.

El contraste

²⁶ http://www.aloj.us.es/galba/DIGITAL/CUATRIMESTRE_II/IMAGEN-PAGINA/1codigos2.htm

El contraste es el efecto que permite resaltar el peso visual de uno o más elementos o partes de una composición grafica, mediante la oposición o diferencia visible entre ellas, permitiendo atraer la atención del espectador hacia la composición.²⁷

Repetición

Consiste en repetir la misma forma o figura en un dibujo o diseño.

Asimetría

Consiste en la falta de simetría o de proporción adecuada de las partes de un todo entre sí.

1.5. TAXONOMÍA DE LOS CÓDIGOS VISUALES

La **taxonomía** en el diseño grafico no pretende ser operativa, sino descriptiva. Muestra la complejidad de hechos comunicativos propios del diseño gráfico. Cada pieza de Diseño tiene características comunicacionales en relación con la forma o soporte (afiche, Señales, etc.).²⁸

Estas características sintácticas y pragmáticas están vinculadas a la grafía de que se trate, pero en general, están determinadas por las reglas de cohesión propias de la imagen.

La otra característica semántica y pragmática esta impuesta por restricciones específicas. Es decir, por las reglas que operan sobre el tipo de efecto deseado (informar, persuadir, etc.) y por el contexto social de la comunicación de masas (revistas, periódicos, etc.).

La variedad de estas características hacen difícil determinar un signo único para el diseño. Esto es lo diverso. El diseño gráfico funciona a niveles muy generales y reducidos. Lo que permite al diseñador situarse en lugares “políticos” diversos.²⁹

Cromático tipográfico

Conocer y comprender los colores y lo que nos transmiten, es importante y básico para trabajar con los tipos en el mundo del diseño grafico. Cuando se diseña una presentación y contamos con poco espacio, se utiliza el color para enfatizar las letras.

Para conseguir una buena legibilidad se diseña con tipos y color y se debe equilibrar cuidadosamente las propiedades del color (tono, valor, intensidad) y determinar el contraste adecuado entre las letras y su fondo. Es decir, cuando se combinan letras y colores, el equilibrio es importante.

²⁷ <http://www.scribd.com/doc/10000050/Tipografia-y-Diseno-Grafico-Para-Web>

²⁸ http://www.imageandart.com/tutoriales/historia_diseno/disenho_hoy_ayer/21ra_parte/index.html

²⁹ http://www.imageandart.com/tutoriales/historia_diseno/disenho_hoy_ayer/21ra_parte/index.html

El color tipográfico, es una ilusión óptica, creada por las propias proporciones y formas de los diseños tipográficos. Las fuentes tipográficas pueden estar impresas en el mismo color, cada una de ellas puede poseer un tono diferente, debido a las características propias de sus diseños tipográficos.

Las tipografías doradas o plateadas sobre fondos oscuros nos evocan elegancia y sofisticación, y son muy adecuadas, si se trata de un proyecto donde se incluye el lujo, la elegancia y el poder.³⁰



Tomado de: <http://www.fotonostra.com/grafico/colortipografico.htm>

Fotográfico

La taxonomía (del griego taxis, orden y nomos, método o ley) implica mirar, encontrar similitudes formales o conceptuales, establecer parámetros tipológicos, documentar y finalmente presentar de manera serial los resultados de un trabajo operacional fotográfico clasificatorio.

La fotografía es actualmente uno de los elementos más importantes en el diseño, debido principalmente a sus propiedades únicas.³¹

En primer lugar, la fotografía representa de un modo excepcional el mundo real que nos rodea. Una ilustración puede resultar bella y un icono significativo, pero ninguno de estos elementos causa tanto impacto visual, como lo es una fotografía representando un tema.

Ahora, en la actualidad, el uso de los retoques de imágenes resultan eficientes para modificar el aspecto de una o varias fotografías. Se les puede aplicar filtros, realizarles montajes, etc. Y con ello se consigue muy buenas composiciones que permiten contemplar e interpretar el mensaje que se desea transmitir. Se pueden usar diferentes tipos de fotografías, cada una de ellas con sus propias características y significados.

Morfológico

La morfología (del griego morfos y logos, estudio) es la disciplina que estudia la generación y las propiedades de la forma. Se aplica en casi todas las ramas del diseño.³²

³⁰ <http://www.slideshare.net/alicialara/trabajo-de-psicologia-de-los-colores>

³¹ <http://www.desarrolloweb.com/articulos/2084.php>

³² http://es.wikipedia.org/wiki/Morfolog%C3%ADa_%28dise%C3%B1o%29

En el diseño grafico, se emplea en el aspecto puramente tridimensional, aplicando en empaques, envases y formas que contengan exclusivamente productos o similares publicitarios. Es en realidad una comunicación eminentemente operativa.

1.6. Ejercicios por temas

Ejercicio del tema 1

Realice una investigación formativa sobre la significación de los logos de las tres (3) últimas olimpiadas, teniendo en cuenta el objeto de significación de cada logo.

Ejercicio del tema 2

Realice un afiche de tipo promocional estableciendo en las imágenes empleadas un mensaje denotativo.

Ejercicio del tema 3

Realice una composición gráfica (Imagen – texto) en donde aplique el concepto de sintáctica.

Ejercicio del tema 4.

Elabore una selección de imágenes donde se encuentre el concepto de los diferentes códigos visuales y analice y describa cada uno de ellos.

Ejercicio del tema 5.

Analice cinco (5) portadas de revistas y describa desde el punto de vista taxonómico sus respectivos códigos visuales.

1.7. Prueba final

- # Que es signo y como se clasifica?
- # En qué consiste el mensaje gráfico?
- # Cuáles son los códigos visuales que se utilizan en comunicación grafica?
- # En qué consiste la taxonomía de los códigos visuales?

1.8. Actividad

Lea y analice los contenidos sobre la unidad I: **La expresión y el objeto de significación**. A partir de dicho análisis realice una pieza gráfica **tipo afiche**, donde exprese taxonómicamente una imagen apoyada de texto con características simbólicas.

Tema libre.

Realice de forma **digital** en formato tabloide.

2. LA DIMENSIÓN VISUAL DEL LENGUAJE

Objetivo General

Describir el mensaje gráfico por medio de imágenes, tipos de imágenes, formas y conceptos establecidos en la grafica visual.

Objetivos específicos

- ✚ Analizar las clases de imágenes que existen en el lenguaje visual para aplicarlo a piezas gráficas.
- ✚ Aplicar la retorica de la imagen en piezas graficas, utilizando distintas figuras retoricas.
- ✚ Propone el discurso visual para aplicarlo en diferentes piezas gráficas.

Prueba inicial

- ✚ Conoce son las clases de imágenes que existen en la comunicación y el lenguaje visual?
- ✚ Conoce la retorica de la imagen y cuáles son sus figuras semánticas?
- ✚ Que es el mensaje gráfico en el discurso del diseño visual?

2.1. CLASES DE IMÁGENES

La visión es un medio con el cual se percibe y se entiende la realidad, y también es un modo de relacionarse o comunicarse con el mundo. Es en este sentido que se origina un proceso llamado el lenguaje visual.

El lenguaje visual facilita el proceso de captar y procesar mentalmente algo que se percibe, activándolo como conocimiento, que es reactivable en el momento de una acción en un determinado contexto. A este proceso se le llama **percepción visual**.

La comunicación visual es, entonces, un proceso de interacción apoyado en un lenguaje visual, y su signo característico es **la imagen**.³³

³³ <http://www.ull.es/publicaciones/latina/biblio/tesis/sicard/analisis/analisis/cap202.htm>

La sintaxis de la imagen comprende los principios básicos de la organización perceptual, expresando mediante elementos visuales. Estos elementos son imágenes existentes en la realidad o en la memoria e imaginación.

Las imágenes se pueden definir, entonces, como la representación más o menos exacta de una cosa. La palabra imagen procede del latín **Imago**, que quiere decir sombra o imitación.

Las imágenes, no solo se pueden representar en forma física, sino que pueden aparecer en el recuerdo de una manera figurativa o abstracta. Cualquier objeto puede dar origen a una imagen visual, táctil o sonora, según el tipo de percepción que se produzca.

Las imágenes

Las imágenes pueden aparecer de **forma natural**, como la de un niño, que se obtiene cuando se mira fijamente, como en una foto o retrato suyo, pintado en cualquier técnica o con movimientos grabados en un video.

Las dos imágenes, la de la foto y la del video, son registradas por observación directa. Son imágenes **naturales** y **elaboradas**; más el recuerdo es una imagen mental. Es posible, también, distinguir las imágenes por el soporte que se emplea (Papel, lienzo, CDS, etc.)

La imagen virtual, es la representación mediante un sistema óptico, como por ejemplo, un espejo o un lente. Esta imagen está formada por la proyección de rayos reflejados o refractados en las que convergen en un punto formando una imagen virtual.³⁴

En el Diseño Gráfico la utilización de imágenes o fotografías, se emplean para transmitir conceptos, mensajes indirectos o para reforzar ideas. Esto es parte de la comunicación visual. Igualmente se deben emplear con adecuada proporción cuando se emplea texto. Es decir tratar de obtener un correcto equilibrio.

Existen dos tipos de imágenes: La imagen conceptual y la imagen descriptiva. La primera refuerza una idea abstracta sobre un tema determinado. Esta imagen debe ser acentuada con un texto breve. Normalmente se emplea en el Diseño publicitario.³⁵

Las imágenes descriptivas son usadas para describir un producto u objeto.

Normalmente en un Diseño el equilibrio consiste en obtener los dos tipos de referencias visuales, donde la imagen pasa a ser otro objeto que compone un todo armonioso.

Las imágenes digitales en dos dimensiones

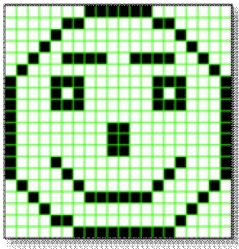
³⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen_virtual

³⁵ <http://www.webnova.com.ar/articulo.php?recurso=25>

Estas se dividen en dos tipos: **Imágenes vectoriales** e **imágenes de mapas de bits**.

Las primeras pueden admitir la incrustación de imágenes de mapas de bits en su interior y los programas especializados en dibujo vectorial (Corel Draw – Illustrator etc.)

Las imágenes de mapas de bits, se pueden representar mediante retículas de celdillas a las cuales se les va asignando valores.



Una imagen de 20 × 20 píxeles (total = 400). Podría medir 2 cm. o mil mts.

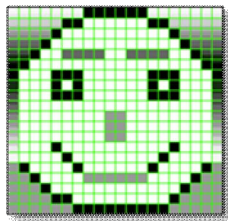
Tomado de: http://www.gusgsm.com/que_es_resolucionros.

Las imágenes digitales en dos dimensiones se realizan creando una retícula de cuatro lados, iguales de dos a dos 8 ancho y alto, siempre en este orden).

Cada una de las celdillas de dicha retícula se llama Pixel. Un pixel, es un concepto inmaterial que no tiene una medida concreta. No se puede afirmar si un pixel mide 1 cm. o 1 km. Es solamente una medida de división de celdas.

Todo lo anterior, significa que el pixel es sólo una unidad de división sin un tamaño real concreto. Solo cuando le asignamos una resolución a la imagen, estamos dándole un tamaño concreto al **pixel**.

Existen, además, las imágenes de escala de grises (8 bits por pixel). Son imágenes digitales en blanco y negro normales.³⁶



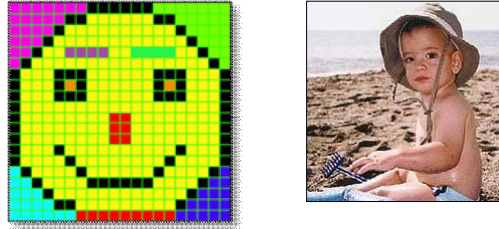
Una imagen de 20 × 20 píxeles (400) con 1 byte (8 bits) por píxel. Pesará 400 × 8 bits, es decir: 3.200 bits.

La imagen de 200 × 200 píxeles en escala de grises. La información es suficiente para reproducir fotografías en blanco y negro.

³⁶ http://www.gusgsm.com/imagen_mapa_bits

Tomado de: http://www.gusgsm.com/que_es_resolucionros.

Las imágenes RGB o Lab (24 bits por píxel), consiste en colorear, siguiendo el sistema de color de los monitores de televisión, basado en tres colores de luz (rojo, azul, verde)

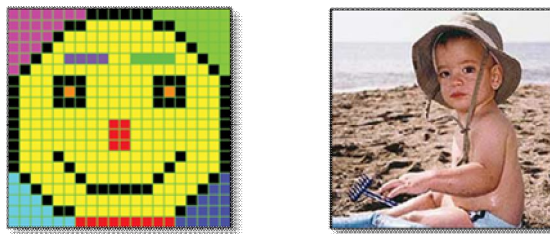


Una imagen de 20 × 20 píxeles (400) con 3 bytes (8 bits) por cada píxel. Pesará 400 × 8 × 3 bits, es decir: 9.600 bits.

La imagen de 200 × 200 píxeles en modo RGB, el tipo de color de las televisiones.

Tomado de: http://www.gusgsm.com/que_es_resolucionros.

Las imágenes CMYK (32 bits por píxel), consiste en la cuatricromía profesional (1 byte para el cian, otro para el magenta, otro para el amarillo y un cuarto para el negro)

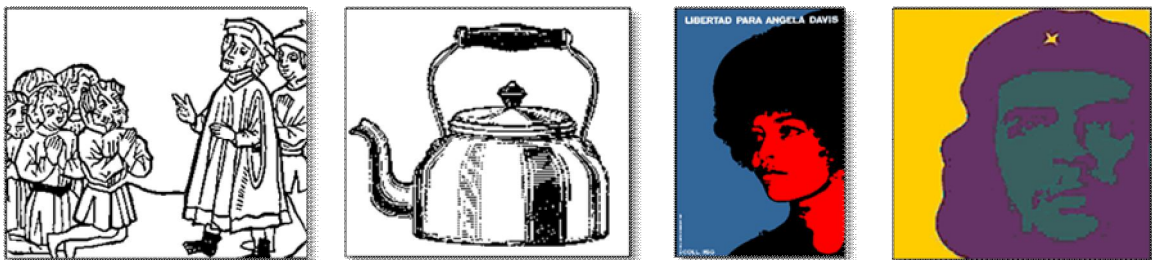


Una imagen de 20 × 20 píxeles (400) con 4 bytes (8 bits) por cada píxel. Pesará 400 × 8 × 4 bits, es decir: 12.800 bits.

La imagen de 200 × 200 píxeles en modo CMYK. Lo que ves es una representación RGB, no hay monitores CMYK.

Tomado de: http://www.gusgsm.com/que_es_resolucionros.

Existen otros tipos de imágenes, los cuales podemos usar digitalmente y que depende de su correcto uso, se pueden lograr efectos muy especiales: Las imágenes en color de 8 bits o menos, las imágenes de línea tradicionales, las imágenes de líneas digitales, las imágenes de trama y las vectoriales.



Tomado de: http://www.gusgsm.com/que_es_resolucionros.

La grafica como símbolo

“Lo grafico es más abstracto” que lo visual. Lo grafico incluye un grado de simplicidad. En lo grafico no todas las coordenadas están presentes, pero las presentes no son suficientes para proporcionar las ausentes”.

En lo grafico hay una participación o elaboración mayor o más consiente que frente a lo meramente visual. Cuando por esfuerzo de pretenda segregar lo grafico de lo visual en general se está llegando a la noción de representación o reproducción imaginaria de lo referido.

Lo grafico, puede ser una imagen puramente simplificada con categorías elementales. Es decir, conceptos de signos iconos, símbolos, diagramas, etc. “Lo grafico es un mundo de imágenes que tienen vida propia y que no necesitan ser acompañadas verbalmente”.

2.2. RETORICA DE LA IMAGEN

La retórica de la imagen aporta a la comunicación visual un método de creación. De hecho la ideas que sean originales aparecerán como transposiciones de figuras retoricas. Acá el proceso creativo se facilita y se enriquece si en cada diseño que se elaboré se utilice un proceso intuitivo. La posición y la función de la imagen retórica, será esencialmente de persuasión.

Los recursos que se utilizan para poder operar sobre una imagen, recibe el nombre de figuras retoricas.

En las figuras retoricas se enfrentan dos niveles del lenguaje: el lenguaje propio y el lenguaje figurado. La figura es la que posibilita el tránsito de uno a otro.

En síntesis, la figura constituye una alteración del uso normal del lenguaje, el cual tiene el propósito de ser más efectiva la comunicación. Cada signo contiene dos aspectos: Significante (su forma) y significado (el contenido), lo que genera dos grupos de figuras retoricas.³⁷

Las sintácticas – operan por medio de la forma del signo.

Las semánticas - Atienden los significados

La forma y el significado están en permanente juego interactivo y en el caso de las figuras se da una constante jerarquización de una sobre la otra.³⁸

³⁷ <http://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20061019132758AAypPT4>

³⁸ <http://www.scribd.com/doc/35908735/Retorica-de-La-Imagen>

Figuras retóricas

Sintácticas

Estas figuras se basan en la simple mostración. El nivel significativo se acaba en lo que se presenta. Tiene por objeto el significado, pero apelan al sujeto por medio de las leyes sintácticas de la composición. Estas leyes operan a través de diversas maneras de ordenar los signos con fines semánticos, particulares y hacen referencia a lo denotativo (primera significación).³⁹

Estas figuras se pueden ordenar en cinco grupos diferentes determinados por distintos modos de organizar formalmente la composición:

Transpositivas – Consisten en una alteración del orden normal, o sea, del orden esperado, ya sea visual o verbal.

Privativas – Consiste en suprimir parte de la imagen, que finalmente se sobreentiende de acuerdo con el contexto. A veces se perciben como ilustraciones de escenas fantásticas

Repetitivas – Consiste en la reiteración, que es síntoma de interés, de emoción o énfasis. Atrae la atención y hace más intenso el significado.

Acentuativas - consiste en destacar un elemento o parte de él por medios diferentes: Color, textura, nitidez, cambio de forma, cambio de proporción, contraste, etc.⁴⁰

Tipogramas - consiste en realizar un juego tipográfico compositivo determinado. El valor reside en lo sintático, en lo denotativo, donde predomina el valor estético de la composición sobre el aspecto significativo.

La lectura del texto no mantiene la orientación tradicional de izquierda a derecha, sino que se realiza en varios movimientos diferentes, que imprimen un ritmo especial al tiempo de lectura requerido por todo escrito.

Figuras semánticas

Estas figuras tienen por objeto el significado. Van mucho más allá de la simple mostración del valor real de la imagen. Tiene valor principal el significado a partir de un referente. Comprometen al observador comprometiéndolo en respuestas, sentimientos y emociones. Esta figura hace referencia a lo connotativo y se ordenan en cinco grupos.

³⁹ <http://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20061019132758AAypPT4>

⁴⁰ www.scribd.com/doc/35908735/Retorica-de-La-Imagen

Contrarias – Consisten en la unión de referentes opuestos y se basan en una contraposición de dos ideas o pensamientos. Producen asociación de contraste, choque, para dar mayor relieve al mensaje. Cuanto más fuerte sea la oposición, más nitido, será el mensaje en forma individual. Estas figuras contrarias se presentan en el humor, tomando la forma de ironía.⁴¹

Comparativas – Se basan en la comparación de referentes. Esta figura se esquematiza en un juego de similitudes y diferencias. Aquí se fragmenta la mente para poder ver y expresar distintos aspectos de una realidad unitaria. Existen diferentes modos de comparación: La **hipérbole**, la **metáfora**, las **personificaciones**, las **sustitutivas**, las **relaciones de inclusión** (Sinécdoque), **secuenciales** y los **gags tipográficos**.

Hipérbole: Es una comparación desmesurada, fuera de límite y medida. Es una exageración de términos en sentido positivo o negativo. Es un aumento o disminución de elementos en relación con un punto de comparación.

Metáfora: Es una traslación de sentido. Aquí los elementos se presentan por su aspecto menos conocido o habitual y cobran un valor, que nunca alcanzarán.

Personificaciones: Se comparan elementos animales, fantásticos o inanimados con los seres humanos, para lo cual se les atribuye la palabra, vida o acción. Se emplea en dibujos animados, donde se les da vida humana (voz, sentimientos y actitudes) a seres fantásticos o animales.

Sustitutivas: Consiste en la sustitución por otro. Existe dos tipos de relaciones, una de **contigüidad** y **metonimia**.

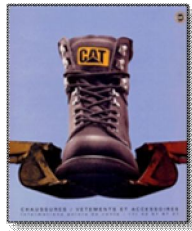
Sinécdoque: en esta figura se sustituye un elemento por otro, en base a una relación de inclusión. Es una relación de “más por menos”, del “todo por la parte”. Es una relación de inclusión que crea lo grande con lo pequeño.

Secuenciales: Son una serie de elementos, los cuales se relacionan entre sí progresivamente. Aparecen varios elementos o personajes, en calidad de protagonistas, que ilustran el desarrollo de una situación. Aquí se relata una historia o situación pasada. Se utiliza mucho en cine o en televisión.

Gags tipográficos: Son instrumentos tipográficos con valor semántico muy enfatizado. Alteran la caligrafía para que la letra también signifique. Los gags se ubican o se adaptan a cada una de las figuras retóricas.⁴²

⁴¹ http://estudiozar.blogspot.com/2010_08_01_archive.html

⁴² <http://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20061019132758AAypPT4>



Algunas imágenes retóricas.

Tomado de: <http://stefdyc.wordpress.com/2009/11/10/figuras-retoricas/>
<http://percepcion-audiovisual.blogspot.com/2007/05/las-figuras-retricas-no-slo-en-la-lrica.html>

2.3. DISCURSO EN EL DISEÑO VISUAL

Para entender al Diseño Gráfico como un discurso, es necesario definir **lo diseñado** como un algo que narra, a partir de una gramática determinada y entender sus predicados desde el concepto de sentido. **El sentido** se constituye desde la construcción de una imagen mental que se expresa y comunica visualmente, generando el dialogo entre el diseñador con lo que diseña o crea, y entre lo diseñado con el receptor, donde el discurso es el dialogo. Es así como el mensaje Posibilita la comunicación en su estructura de los significados.⁴³

El mensaje gráfico

Se puede definir el diseño grafico como un proceso de programar, proyectar, seleccionar y organizar una serie de elementos para producir elementos u objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a receptores determinados.

La finalidad principal del diseño gráfico es transmitir una información determinada por medio de composiciones gráficas, que llegan al público destinatario a través de diferentes soportes, como folletos, volantes, afiches, etc. El diseño, en el grafismo, busca transmitir las ideas esenciales del mensaje de forma clara y directa, usando diferentes elementos gráficos que le den forma al mensaje y lo hagan fácilmente entendible, comprensible por el público receptor.

En el diseño gráfico, no solamente es hacer un dibujo, una ilustración o una fotografía. El diseño es algo más que la suma de todos los elementos que lo conforman. Para poder comunicar visualmente un mensaje de forma efectiva el diseñador debe conocer a fondo los diferentes recursos gráficos a su disposición y tener la imaginación, la experiencia, el buen gusto y el sentido común necesarios para combinarlos de forma adecuada.

⁴³ http://foroalfa.org/es/articulo/104/El_diseno_grafico_como_discurso

El resultado final sería entonces, de un diseño gráfico, el grafismo. Es una unidad por sí mismo, aunque esté compuesta por variedad de elementos. La condición final de todo esto, es componer una obra final y única definida, que va más allá de las partes que la componen.⁴⁴

Aspectos semánticos

La selección de los elementos determina en gran medida el **aspecto semántico** del Diseño. La adecuada organización de estos elementos, refuerzan su aspecto, pero su finalidad esencial es sintáctico. Quiere decir esto, que su cometido es el de presentar los elementos significantes en un orden, de acuerdo a los requerimientos de percepción en función de facilitar el proceso y la comprensión del mensaje. Un estilo visual siempre expresa un contenido, aplicado a distintas funciones y significados. No se puede crear un estilo visual neutro o solo. No es posible diseñar tipografía neutra.

“Si el diseñador mantiene siempre el mismo estilo en toda la circunstancia, ciertos contenidos van a contradecir su forma de presentación”.

Tipos de discursos

El diseño grafico no es la única forma de comunicación social regulativa: comparte, también, con la comunicación política, la religiosa, la educación, etc. Abarca muchas esferas de la sociedad, y en cada una de ellas desarrolla su propia forma discursiva. El diseño gráfico, entonces, opera entre estos discursos. Es decir, el diseño grafico es una forma que actúa en distintos medios, televisión, cine, internet, libros, etc. Y ejerce su acción en distintos ámbitos discursivos (político, económico, religioso, etc.)

El diseño gráfico es un medio al servicio de otras esferas de la comunicación. Estas esferas de comunicación, se han determinado como esferas de actividad humana, que dan origen a diferentes tipos de discurso, que a su vez, cada forma genera distintos ámbitos de emisión. Es el caso de la literatura, la pintura, etc. En el caso del diseño gráfico, genera formas comunicacionales distintas y específicas para la relación en cada actividad o esfera. Como modo particular, este, a su vez, abarca múltiples esferas de acción social y en cada una de ellas, desarrolla su propia forma discursiva.

Sentido comunicacional

El sentido comunicacional se refiere a aquellas teorías de la comunicación, que nos remiten a conocimientos e ideas que todo el mundo posee en virtud de la experiencia directa. Los individuos producen un sin número de elaboraciones sobre el papel de los medios frente a la sociedad, su formación y vivencias. Por lo tanto, las teorías sobre el sentido comunicacional, se refieren

⁴⁴ <http://www.monografias.com/trabajos11/disegraf/disegraf.shtml>

específicamente a las vivencias de los individuos puestas al desarrollo creativo de los comunicadores visuales o diseñadores.⁴⁵

Temporalidad y cambios

En la actualidad, el campo del diseño gráfico abarca cuatro áreas fundamentales cuyos límites se superponen parcialmente en la actividad profesional. La clasificación se basa en la noción de que cada una de las áreas requiere una preparación y un talento especial o asesoramiento especial de acuerdo a la complejidad del proyecto. Las áreas son:⁴⁶

Diseño para información – Diseño editorial – señalética – infografía.

Diseño para la persuasión – identidad corporativa – etiquetas – envases.

Diseño para educación – material didáctico.

Diseño para administración – señalética urbana – billetes – sellos – etc.

Diseño tipográfico – tipos de fuentes.

Diseño de instrumentos de mandos – pantallas – cámaras – etc.

2.4. Ejercicios por temas

Ejercicio del tema 1

Realice en Photoshop una imagen aplicando en ella los diferentes efectos según el concepto de clases de imágenes.

Ejercicio del tema 2

Seleccione de revistas cinco (5) imágenes diferentes, de tipo publicitario. Analice y describa a que tipo de imagen retórica pertenecen.

Ejercicio del tema 3

Realice un volante promocionando un evento deportivo de alta competencia el mensaje debe ser claro y explícito al público receptor.

2.5. Prueba final

- ⚡ Que son figuras semánticas?
- ⚡ Qué es el sentido comunicacional?
- ⚡ Que es el aspecto semántico en la dimensión visual del lenguaje?
- ⚡ Cuáles son los cambios en la temporalidad en el diseño grafico?

⁴⁵ http://dash_udem.lacotelera.net/

⁴⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico

2.6. Actividad

Con base a la unidad II: **La dimensión visual del lenguaje.**

Realice fotográficamente, por medio de composiciones donde se muestre gráficamente las siguientes figuras retóricas: hipérbole, metáfora, Sinécdoque, personificaciones y Gags tipográfico.

Tenga en cuenta los aspectos semánticos del lenguaje visual. El formato a utilizar en cada figura semántica es tamaño afiche. La técnica a emplear es digital.

Tema libre.

3. LA CREACIÓN DE MENSAJES Y EL PAISAJE

Objetivo General

Analizar las posibles interpretaciones del lenguaje actual en el diseño visual, permitiendo la significación de un mensaje grafico en relación con el medio y su aplicación en el paisaje.

Objetivos específicos

- ✚ Describir modelos de comunicación gráfica para una adecuada interpretación.
- ✚ Explicar el modelo de análisis en la expresión grafica para realizar una diferenciación de conceptos.
- ✚ Proponer en el diseño visual la significación propia para su aplicación en el paisaje

Prueba inicial

- ✚ En qué consiste un modelo de comunicación gráfica?
- ✚ Qué es el modelo de Bruno Munari?
- ✚ Qué es el modelo y análisis de la expresión gráfica?
- ✚ Que es diseño visual y como se aplica en el paisaje?

3.1. Modelo de comunicación gráfica

Existe la necesidad de encontrar modelos con elementos adecuados, para tener una aproximación al problema que representa el trabajo del diseñador grafico en el contexto de códigos visuales.

Existe un modelo propuesto por Héctor Maldonado (1997), el cual es un modelo más analizado por los comunicólogos.

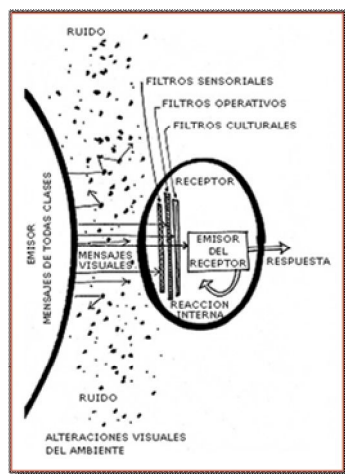


Modelo de Héctor Maldonado Willman.

Tomado de: http://www.uvmnet.edu/investigacion/episteme/numero10-07/enfoque/a_comunicacionydg.asp

En este modelo presenta un proceso de comunicación oral que reúne todos los elementos utilizados en la mayoría de los modelos y ayuda a esquematizar la forma en que puede darse la comunicación. Aquí el autor de este modelo integra una fuente, un codificador, un emisor, un mensaje, un canal, un decodificador, un receptor y la retroalimentación que corresponde a la respuesta del receptor ante el mensaje recibido.

Por otro lado, está el modelo de Bruno Munari (1973), el cual está desarrollado en el con texto de la comunicación visual. Se destaca en su propuesta los problemas causados por las alteraciones visuales que interfieren la óptima lectura de los mensajes visuales. Además, menciona que las interferencias físicas, producto del ambiente donde se desarrollan los signos visuales, pueden representar dificultades para la comunicación, como la interpretación dada por el receptor al mensaje. En este modelo, el autor, agrega **filtros** que distingue como sensoriales, operativos y culturales, que pueden afectar el modo de ver las cosas.⁴⁷



Modelo de Bruno Munari.

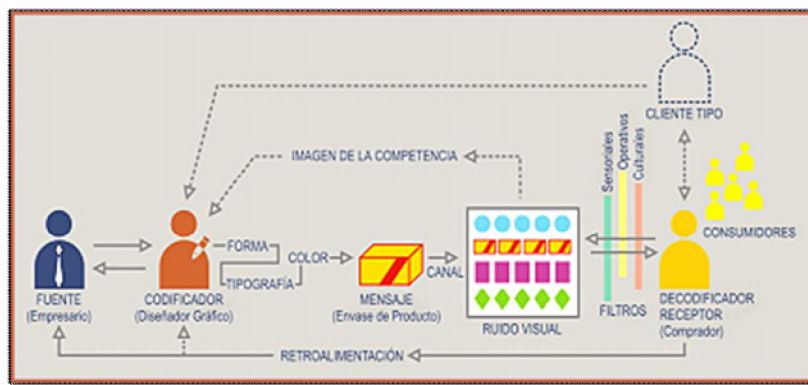
Tomado de: http://www.uvmnet.edu/investigacion/episteme/numero10-07/enfoque/a_comunicacionydg.asp

En este modelo, Munari, da por sentado el uso de códigos representándolos como mensajes visuales.

⁴⁷ http://www.uvmnet.edu/investigacion/episteme/numero10-07/enfoque/a_comunicacionydg.asp

Veamos un ejemplo, con base en las propuestas de los dos modelos mencionados anteriormente: “El diseñar el etiquetado de un envase para un producto determinado”.

“Pongamos el caso de un empresario que representa la fuente, quien encomienda a un diseñador gráfico diseñar un envase para un nuevo producto, por tanto, este profesional asume en ese momento el papel de codificador. El diseñador elige los códigos (forma, estructura, color, tipografía, etcétera) y, considerando aspectos relacionados con las características de un cliente tipo, particularmente su capacidad sensorial, operativa y cultural, así como un análisis de la imagen de la competencia, codifica un mensaje formulándolo a través del diseño del envase y su aspecto gráfico, mismo que es emitido a través de la cadena productiva (el canal) hasta llegar al anaquel de una tienda de autoservicio. Posteriormente, de entre un público consumidor, un comprador potencial decodificará (decodificador) aquellos aspectos necesarios para permitirle distinguir el producto entre otros muchos situados en el punto de venta (el ruido). Así, elegirá el envase y el producto para adquirirlo, demostrando su gusto por éste mediante la compra continua y el consecuente resultado de utilidad económica para el empresario (retroalimentación). Por tanto, el producto cumplió el objetivo de comunicación, recibiendo también la retroalimentación el diseñador gráfico al satisfacer su objetivo de codificar adecuadamente el producto. Veamos gráficamente el proceso.”⁴⁸



Interpretación de los modelos de comunicación.

Tomado de: http://www.uvmnet.edu/investigacion/episteme/numero10-07/enfoque/a_comunicacionydg.asp

En este ejemplo de interpretación se puede encontrar tres subniveles de comunicación: Primero - la comunicación que se establece entre el empresario (fuente) y el diseñador gráfico (codificador). Segundo - La información que produce el estudio de mercado sobre el cliente tipo y las

⁴⁸ http://www.uvmnet.edu/investigacion/episteme/numero10-07/enfoque/a_comunicacionydg.asp

posibilidades de venta del producto. Tercero – el resultado que se establece entre el producto y el consumidor.

Lo importante acá es la ubicación dentro del contexto de la comunicación a la disciplina del diseño gráfico.

3.2. MODELO DE ANÁLISIS Y EXPRESIÓN GRÁFICA

Emisor – El emisor es aquel objeto que codifica el mensaje y lo transmite por medio de un canal o medio hasta un receptor, perceptor y/u observador. En otro sentido, el emisor es aquella fuente que genera mensajes de interés o que reproduce una base de datos de la manera más fiel posible sea en el espacio o en el tiempo.

Un emisor puede ser un aparato, una antena por ejemplo o un emisor humano un locutor por ejemplo. La palabra **emisora**, deriva de emisor, es decir, que emite por medio de las ondas hertzianas.

Mensaje – El mensaje es el objeto de comunicación. Se define como la información que el emisor envía al receptor a través de un canal determinado o medio de comunicación (hablada o escrita). El término, también se aplica a los símbolos utilizados para transmitir un mensaje.

El mensaje es una parte fundamental en el proceso del intercambio de información.

En otros términos, el mensaje es el conjunto de elementos informativos que el emisor envía a quien cumplirá la función de receptor. Es solo, que a través del mensaje que la comunicación puede generarse. En este sentido, el lenguaje no es solamente un idioma, si no, también los símbolos, las señas o gestos que se estén transmitiendo.

Receptor - “Un receptor es una persona o un equipo que recibe una señal, código o mensaje emitido por un transmisor o emisor.”⁴⁹

El receptor en la comunicación, recibe el mensaje, y es quien identifica las señales que llegan, interpretándolas o descodificándolas. En la respuesta se confirma, también, la existencia de una adecuada comunicación.

Contexto – El contexto es un conjunto de circunstancias en que se produce el mensaje, y que permiten su adecuada comprensión. Tiene que ver a donde va escrita la palabra, es decir, la oración donde ella se encuentra.

En la comunicación lingüística, contexto es el significado de un mensaje, su relación a otras partes del mensaje, el ambiente en la cual la comunicación ocurrió, y cualquier percepción que pueda ser asociada con la comunicación.⁵⁰

En otras palabras, el contexto es la agrupación de circunstancias específicas de lugar y tiempo, en qué se está produciendo la acción de la comunicación.

Código – El código es el sistema de signos y reglas que se combinan, que es arbitrario y que debe estar organizado de antemano. El proceso de la comunicación que emplea ese código contiene un

⁴⁹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Receptor>

⁵⁰ <http://es.wikipedia.org/wiki/Contexto>

canal para la transmisión de señales. Es decir, el canal es el medio físico a través del cual se transmite la comunicación.⁵¹

3.3. DISEÑO VISUAL Y APLICACIÓN EN EL PAISAJE

El análisis visual es una estrategia en el diseño, tanto gráfico como en otros. Este análisis hace parte del aspecto artístico que contiene la expresión las disciplinas del diseño.

La observación de hechos de las escenas naturales y urbanas, son esenciales para una adecuada aplicabilidad del diseño en el paisaje. Las características del lugar, dan origen a la identificación del mismo para una jerarquización de las aéreas, que servirán para una correcta organización espacial, compositiva y aplicabilidad.

Aquí se descubren, por medio de la observación, hechos de escenas naturales y urbanas, que sirven de referente para crear opciones gráficas en el paisaje (Urbano o natural).

Para el diseñador, deben quedar claro los conceptos y bien definidos los resultados.

Un buen análisis, conlleva a una equilibrada aplicabilidad, donde el diseñador deberá aprovechar todo el análisis exhaustivo, para ponerlo al servicio de la creatividad y de su trabajo en la aplicación del paisaje, como medio de expresión bi y tridimensional.

Grafismo y paisaje

Las técnicas de rotulación en gran formato permiten a los diseñadores grandes áreas antes inabarcables. Desde la arquitectura, el urbanismo y las disciplinas afines, las intervenciones en espacios abiertos son más complejas y requieren mayor carga de significación y contenidos.⁵² Es en este sentido en que la imagen bidimensional diseñada encuentra diversas formas de proyectarse en el entorno. Una situación donde la aplicación del diseño gráfico se hace evidente es en los proyectos de señalización, lo que se llama **señalética**.

La aplicación de mensajes gráficos **in situ**, emplea normalmente soportes especialmente diseñados. La diferencia la sensibilidad del diseñador frente al paisaje sobre el que interviene. El diseño puede ser expresado de acuerdo al entorno, del análisis de dicho entorno y de las condiciones del proyecto.

Las posibilidades del grafismo y paisaje, son inalcanzables. Los diseñadores son los encargados de brindar estas posibilidades compositivas y constructivas, desde el punto de vista funcional y estético.

⁵¹ <http://www.monografias.com/trabajos14/semiotica/semiotica.shtml>

⁵² <http://blog.filmac.com/grafismo-y-paisaje/>

3.4. Ejercicios por temas

Ejercicio del tema 1

Elabore una etiqueta para una nueva bebida energética y sustente por que tendrá acogida en el público receptor.

Ejercicio del tema 2

Haga una investigación de tipo formativa sobre la marca CocaCola y su incidencia a nivel mundial.

Ejercicio del tema 3

Elabore un aviso exterior para un centro comercial de la ciudad teniendo en cuenta el entorno y su arquitectura.

3.5. Prueba final

- ⌘ Cuál es la diferencia entre el modelo de Héctor Maldonado y el de Bruno Munari?
- ⌘ Explique que es emisor, mensaje y receptor en el modelo de análisis y expresión gráfica?
- ⌘ Como se aplica el modelo el diseño gráfico en el paisaje?
- ⌘ Que es grafismo y paisaje?

3.6. Actividad

Realice un proyecto publicitario tipo valla y ubíquela en un espacio de ciudad.
Escoja uno de los siguientes productos a promocionar:

- ⌘ Licores finos y/o extranjeros
- ⌘ Teléfonos Celulares
- ⌘ Lociones
- ⌘ Relojes
- ⌘ Joyería fina

Realice la valla en maquetación, teniendo en cuenta el sitio de ubicación y su entorno, color, tipografía y significación apropiada.
Realice en medio digital y construya tridimensionalmente.

3.7. RESUMEN

3.7.1. RELACIÓN CON OTROS TEMAS

La significación en la comunicación visual es importante para el desarrollar y aplicar los conceptos que intervienen en la elaboración de piezas gráficas en el campo del Diseño.

Hablar de un lenguaje visual en la comunicación, es interactuar con sus significados y símbolos.

La expresión concepto-contextual en la producción publicitaria, el marketing, el Diseño gráfico actúa como un elemento fundamental a la hora de comunicar una idea. La fotografía, la señalética, por ejemplo son expresiones que actúan de una manea simbólica, que por medio de la significación, comunican una adecuada imagen a la hora de transmitir un mensaje.

Los programas digitales colaboran y alimentan las ideas creativas de los diseñadores que en cierta medida participan con significados propios de las imágenes, que las distintas aéreas del diseño han empleado. De igual forma, los modelos de comunicación se hacen necesarios en los medios gráficos audiovisuales, en la ilustración digital, en las animaciones y en los sitios web.

En síntesis, la expresión y el objeto de significación, la imagen y su retórica se hacen presentes en todas las actividades humanas, influye en el comportamiento y ayuda a la producción en el campo de las Artes y el Diseño en general.

3.8. GLOSARIO

Signo: (Del lat. signum).

1. m. Objeto, fenómeno o acción material que, por naturaleza o convención, representa o sustituye a otro.
2. m. Indicio, señal de algo. Su rubor me pareció signo de su indignación.
3. m. Señal o figura que se emplea en la escritura y en la imprenta.

Símbolo: (Del lat. simbŏlum, y este del gr. σύμβολον).

1. m. Representación sensorialmente perceptible de una realidad, en virtud de rasgos que se asocian con esta por una convención socialmente aceptada.
2. m. Figura retórica o forma artística, especialmente frecuentes a partir de la escuela simbolista, a fines del siglo XIX, y más usadas aún en las escuelas poéticas o artísticas posteriores, sobre todo en el superrealismo, y que consiste en utilizar la asociación o asociaciones subliminales de las palabras o signos para producir emociones conscientes.
3. m. Ling. Tipo de abreviación de carácter científico o técnico, constituida por signos no alfabetizables o por letras, y que difiere de la abreviatura en carecer de punto; p. ej., N, He, km y \$ por Norte, helio, kilómetro y dólar, respectivamente.

4. m. Numism. Emblema o figura accesorio que se añade al tipo en las monedas y medallas.

Sígnico:

1. adj. Perteneciente o relativo al signo (ll objeto, fenómeno o acción material).
2. adj. Perteneciente o relativo al signo (ll indicio).

Simplificación:

f. Acción y efecto de simplificar.

Simplificar: (Del lat. simplex, simple, sencillo, y -ficar).

1. tr. Hacer más sencillo, más fácil o menos complicado algo.
2. tr. Mat. Reducir una expresión, cantidad o ecuación a su forma más breve y sencilla.

Subjetivo: (Del lat. subiectivus).

1. adj. Perteneciente o relativo al sujeto, considerado en oposición al mundo externo.
2. adj. Perteneciente o relativo a nuestro modo de pensar o de sentir, y no al objeto en sí mismo.

Polisemia: (De poli-1 y el gr. σῆμα, significado).

1. f. Ling. Pluralidad de significados de una palabra o de cualquier signo lingüístico.
2. f. Ling. Pluralidad de significados de un mensaje, con independencia de la naturaleza de los signos que lo constituyen.

Significante: (Del ant. part. act. de significar; lat. significans, -antis).

1. adj. Que significa.
2. m. Ling. Fonema o secuencia de fonemas que, asociados con un significado, constituyen un signo lingüístico.

Icono: (Del fr. icône, este del ruso ikona, y este del gr. bizant. εἰκών, -όνος).

1. m. Representación religiosa de pincel o relieve, usada en las iglesias cristianas orientales.
2. m. Tabla pintada con técnica bizantina.
3. m. Signo que mantiene una relación de semejanza con el objeto representado; p. ej., las señales de cruce, badén o curva en las carreteras.
4. m. Inform. Representación gráfica esquemática utilizada para identificar funciones o programas.

Significado: (Del part. de significar).

1. adj. Conocido, importante, reputado.
2. m. Significación o sentido de una palabra o de una frase.
3. m. Cosa que se significa de algún modo.

4. m. Ling. Contenido semántico de cualquier tipo de signo, condicionado por el sistema y por el contexto.

Monema:

1. m. Ling. morfema (ll unidad mínima significativa).

Connotado: (Del part. de connotar).

1. adj. Am. Distinguido, notable.

2. m. p. us. Connotación (ll parentesco remoto).

Analogía: (Del lat. analogía, y este del gr. ἀναλογία, proporción, semejanza).

1. f. Relación de semejanza entre cosas distintas.

2. f. Razonamiento basado en la existencia de atributos semejantes en seres o cosas diferentes.

3. f. Biol. Semejanza entre partes que en diversos organismos tienen una misma posición relativa y una función parecida, pero un origen diferente.

4. f. Gram. Semejanza formal entre los elementos lingüísticos que desempeñan igual función o tienen entre sí alguna coincidencia significativa.

Sintáctica: (Del gr. συντακτικός).

adj. Gram. Perteneciente o relativo a la sintaxis.

Sintaxis: (Del lat. syntaxis, y este del gr. σύνταξις, de συντάσσειν, coordinar).

1. f. Gram. Parte de la gramática que enseña a coordinar y unir las palabras para formar las oraciones y expresar conceptos.

2. f. Inform. Conjunto de reglas que definen las secuencias correctas de los elementos de un lenguaje de programación.

Pragmático: (Del lat. pragmaticus, y este del gr. πραγματικός).

1. adj. Perteneciente o relativo al pragmatismo.

2. adj. Perteneciente o relativo a la pragmática (ll disciplina).

3. f. Disciplina que estudia el lenguaje en su relación con los usuarios y las circunstancias de la comunicación.

Taxonomía: (Del gr. τάξις, ordenación, y -nomía).

1. f. Ciencia que trata de los principios, métodos y fines de la clasificación. Se aplica en particular, dentro de la biología, para la ordenación jerarquizada y sistemática, con sus nombres, de los grupos de animales y de vegetales.

2. f. clasificación (ll acción y efecto de clasificar).

Sintaxis: (Del lat. syntaxis, y este del gr. σύνταξις, de συντάσσειν, coordinar).

1. f. Gram. Parte de la gramática que enseña a coordinar y unir las palabras para formar las oraciones y expresar conceptos.
2. f. Inform. Conjunto de reglas que definen las secuencias correctas de los elementos de un lenguaje de programación.

Retórico: (Del lat. *rhetoricus*, y este del gr. *ῥητορικός*).

1. adj. Perteneciente o relativo a la retórica.

Retorica: (Del lat. *rhetorica*, y este del gr. *ῥητορικὴ*).

1. f. Arte de bien decir, de dar al lenguaje escrito o hablado eficacia bastante para deleitar, persuadir o conmover.
2. f. Teoría de la composición literaria y de la expresión hablada.
3. f. despect. Uso impropio o intempestivo de este arte.
4. f. pl. coloq. Sofisterías o razones que no son del caso. No me venga usted a mí con retóricas.

Denotativo:

1. adj. Que denota.

Denotar: (Del lat. *denotāre*).

1. tr. Indicar, anunciar, significar.
2. tr. Ling. Dicho de una palabra o de una expresión: Significar objetivamente. Se opone a connotar.

Connotativo:

adj. Gram. Que connota.

Connotar: (De *con-* y *notar*).

1. tr. Ling. Dicho de una palabra: Conllevar, además de su significado propio o específico, otro de tipo expresivo o apelativo.

Contigüidad: (Del lat. *contiguītas*, -ātis).

1. f. Inmediación de algo a otra cosa.

Metonimia: (Del lat. *metonymia*, y este del gr. *μετωνυμία*).

1. f. Ret. Tropo que consiste en designar algo con el nombre de otra cosa tomando el efecto por la causa o viceversa, el autor por sus obras, el signo por la cosa significada, etc.; p. ej., las canas por la vejez; leer a Virgilio, por leer las obras de Virgilio; el laurel por la gloria, etc.

Grafismo: (De *grafo-* e *-ismo*).

1. m. Cada una de las particularidades de la letra de una persona, o el conjunto de todas ellas.
2. m. Expresividad gráfica en lo que se dice o en cómo se dice.

3. m. Diseño gráfico de libros, folletos, carteles, etc.

Codificar: (Del lat. codex, -ícis, código, y -ficar).

1. tr. Hacer o formar un cuerpo de leyes metódico y sistemático.
2. tr. Transformar mediante las reglas de un código la formulación de un mensaje.

Descodificar:

1. tr. Aplicar inversamente las reglas de su código a un mensaje codificado para obtener la forma primitiva de este.

3.8.1. FUENTES

3.8.1.1 Libros

- ✚ 3.2.1.1 CHEVALIER, Jean. Diccionario de símbolos. Traducción del francés Manuel Silvar y Arturo Rodríguez. 1ª ed., 6ª imp. 1108 páginas, tela. Barcelona: Editorial Herder. 2000.
- ✚ CIRLOT LAPORTA, Juan Eduardo. Diccionario de símbolos. Epílogo de Victoria Cirlot. Rústica (1ª ed., 4ª imp.) y cartóné (1ª ed., 8ª imp), 524 páginas y 300 ilustraciones. Colección: El árbol del paraíso. Madrid: Ediciones Siruela. 1997/2007
- ✚ AVILA, Raúl. La lengua y los hablantes. México: Trillas, 1990.
- ✚ BERRUTO, Gaetano. La semántica. México: Nueva Imagen. 1979.
- ✚ CONESA, Francisco y NUBIOLA, Jaime. Filosofía del lenguaje. Barcelona: Herder, 1999.
- ✚ BOBES NAVES, M. C. *La semiótica como teoría lingüística*. Gredos. Madrid 1979.
- ✚ CASETTI, F. *Introducción a la semiótica*. Fontanella. Barcelona 1980.
- ✚ Eco, U. *Tratado de semiótica general*. Lumen. Barcelona 1977.
- ✚ LLOVET, Jordi. *Ideología y metodología del diseño*. Barcelona, Gustavo Gili. 1981.
- ✚ ACASO, María, El lenguaje visual, Madrid, Paidós, 2006.
- ✚ SANZ, Juan Carlos. *El libro de la imagen*. Madrid, Alianza. 1996.
- ✚ ARNHEIM, Rudolf, Arte y percepción visual, Alianza Editorial, 1974.
- ✚ DONDIS, Donis A., La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual, Barcelona, Gustavo Gili, 1980.
- ✚ MARTÍNEZ – Val, Juan, Comunicación en el diseño gráfico, Ediciones del Laberinto, 2004.
- ✚ SANZ, Juan Carlos, Lenguaje del color. Sinestesia cromática en poesía y arte visual, Madrid, H. Blume / Akal, 2ª ed. actualizada y ampliada, 2009.

- ✚ ACASO, María, El lenguaje visual, Madrid, Paidós, 2006.
- ✚ ROLAND Barthes, “Retórica de la imagen”. Paidós Comunicación.
- ✚ MARÍA CECILIA Iuvare y BEATRIZ Podestá, “El discurso visual y sus medios de expresión”.
- ✚ BERLO, K. David. El proceso de la comunicación: Introducción a la teoría y la práctica. Edit. El Ateneo, Argentina.1996
- ✚ BLAKE, Reed H. – Haroldsen, Edwin O. Una taxonomía de conceptos de la comunicación. 5ta. reimpresión. Edit. Nuevomar. México.1989.
- ✚ MALDONADO WILLMAN, Héctor. Manual de comunicación oral Longman: Addison-Wesley.1996
- ✚ MUNARI, Bruno. Diseño y comunicación visual. Una contribución a una metodología didáctica. 13va. Edición. Edit. Gustavo Gili.1999.

3.9. METODOLOGÍA

3.9.1. PRESENCIAL

La metodología presencial se desarrollará con explicaciones teórico - prácticas por parte del docente, donde el estudiante elabora ejercicios de taller, aplicando los conceptos básicos aprendidos sobre los temas expuestos en clase.

Además el estudiante participará activamente de la investigación formativa, acompañada de exposiciones a nivel grupal e individual. El estudiante, acá, debe proponer nuevas formas de conocimiento y sustentará su propuesta.

Se realizarán lecturas y análisis de documentos de temas asignados por el docente.

Las clases presenciales se desarrollarán con ayudas didácticas y audiovisuales, empleando estos medios para una mejor transmisión del conocimiento.

Habrán asesorías al estudiante de los temas enmarcados en la asignatura, cuando el estudiante lo requiera.

Será una orientación, donde los que intervienen, deben participar activamente, demostrando interés y preocupación por cada uno de los temas tratados en clase.

3.9.2. DISTANCIA

La metodología se realizará con la orientación del tutor por medio de la virtualidad, manejando recursos propios de este medio.

Habrà una orientación del tutor, utilizando herramientas de comunicación desde el punto de vista tecnológico. Se realizaràn foros virtuales, correos electrónicos y se realizará la creación de un blog, que contenga las unidades con sus respectivos temas e imágenes, videos etc., que ilustren los contenidos tratados en la asignatura.

Cada una de los estudiantes, accederàn al blog de forma participativa, realizando sus comentarios y cumpliendo en el desarrollo de cada una de las actividades propuestas en la asignatura.

Esto conducirá a un buen control de actividades por medio del tutor y poder realizar un seguimiento con carácter evaluativo.

Se realizaràn 2 clases presenciales con la asesoría del tutor, para tener un mejor control del grupo y poder aclarar situaciones que no sean comprensibles en la virtualidad.

Por último, el tutor llevará un control de las actividades de carácter evaluativo, determinando tiempos para las entregas y respuestas de las evaluaciones desarrolladas por cada uno de los estudiantes.

EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura se hará a través de ejercicios que le generen al estudiante aprendizaje significativo y a la vez permitan evaluar los objetivos planteados para cada unidad.

Porcentajes de evaluación

10% Coevaluación

20% Parcial

30% Final

40% Seguimiento.