

Comunicación visual

La **comunicación visual** es un proceso de elaboración, difusión y recepción de mensajes visuales. En ella influyen: el emisor, el receptor, el mensaje, el código, el medio o canal y el referente.

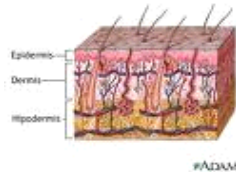
Funciones de la imagen

Función comunicacional:

- Informativa
- Persuasiva
- Recreativa

Función práctica (uso pedagógico)

- Traducción: una imagen más que 1000 palabras
- Transmitir sentimientos y actitudes.
- Mostrar procesos
- Comparación
- Observación de 2º grado: utilizo un instrumento para visualizar.
- Observación de lo extra terrestre: elementos fuera de la Tierra. Ej: luna, planetas.
- Simplificación: realidad compleja de manera simple. Ejemplo: corte de piel, absorción de la crema.
- Estudio del pasado: fotos antiguas.
- Falsear la realidad: ejemplo: un tenedor encerrando a una persona.



Otros elementos

El resto de elementos que influyen en este proceso comunicativo son el campo comunicativo, la marca, el signo y el símbolo.

El campo

El campo de la comunicación visual es aquel que abarca este tipo de comunicación, podremos agruparlo en tres secciones temáticas:

- Dibujo, pintura, escultura, tatuajes, moda.
- Diseño gráfico, industrial, urbanístico, publicitario
- Teatro, danza, cine, tv, signos, textos, sonido con imágenes

La marca

La marca es una *señal, un rasgo distintivo* que forma parte de un mensaje visual de afirmación, de aviso o de diferenciación.

- Huellas, tatuajes, piercing, firma, sellos, marcas comerciales...
- Marcar en una prenda con nuestro nombre.
- Adornar nuestra indumentaria es marca de nuestra identidad.
- El uniforme de cada equipo deportivo.
- El sello distintivo que llevan los animales de ganaderías.

El signo

Los signos son las imágenes que transmiten una *indicación, una orden o una prohibición*. La forma de estas imagen-signo o pictograma deben ser simples y claras, porque su finalidad es transmitir una información con la máxima rapidez. Ejemplos:

- Los gestos de nuestro rostro (tristeza, felicidad, desengaño...).
- Una mano levantada en gesto amenazante.
- Un dedo en los labios para indicar silencio.
- El lenguaje de los sordos.
- Los logotipos indicativos: aeropuerto, transporte público, señales.
- Los signos-letras de cada escritura.

El símbolo

Por último, el símbolo, que designa la imagen que *representa una idea, un recuerdo o un sentimiento*. Cada cultura utiliza imágenes diversas a las que otorga valor de símbolo, y define estos valores según sus creencias, gustos y costumbres. Ejemplo s:

- Una cruz roja símbolo de ambulancia, ayuda médica; en los países árabes es una media luna verde.
- El crucifijo cristiano, la media luna musulmana, y la estrella de David judía.
- El negro; luto, amarillo; ánimo, el verde; esperanza y el rojo; pasión. En otros países el blanco es el color del luto.
- Las banderas de cada país.
- Paloma- paz.
- Monumentos-símbolos. En Madrid el monumento al 11 M, los monumentos de batallas como arcos de triunfo, obeliscos...

Ilustración en prensa: imágenes que luego se multiplican por medio de la impresión. Tiene 3 funciones básicas:

- Adornar
- Informar
- Comentar

Infografía

Transcripción gráfica de la información. Traduce datos complejos gráficamente. Su función es informar.

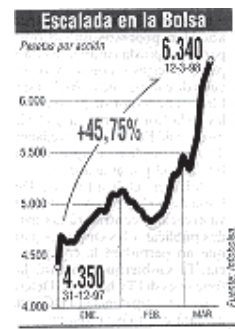
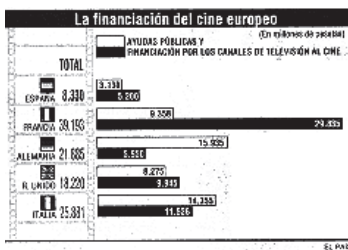
Los infográficos son muy útiles para presentar la información que es complicada de entender a través del puro texto. El lector común lee menos cada día, "los infográficos establecen la diferencia entre uno y otro diario" al convertir la publicación más visual, clara, directa y fácil de entender, "la infografía combina las habilidades del dibujo y diseño de un artista con las habilidades periodísticas de un reportero".

"una combinación de palabras y elementos visuales que explican los acontecimientos descritos en el artículo y sitúan a la historia o a sus protagonistas en un contexto determinado".

El infográfico no debe competir con el artículo ni ser mejor que la historia o la fotografía. Todos los elementos deben compartir las mismas responsabilidades con el objetivo de ofrecer mejor la información: son interdependientes. Otorgan mayor variedad y agilidad a la diagramación y pueden ser adecuadamente combinados con textos y fotografías para maximizar la comprensión de lo que es está informando. Un buen cuadro gráfico debe ser sencillo, completo, ético, bien diseñado y adecuado con la información que presenta.

Tipos de infográfico

- **Gráficos:** son los más comúnmente utilizados y presentan información numérica y estadística. Se dividen, a su vez, en gráficos de barra, de torta y de fiebre.



- **Mapa:** muestra la ubicación de un acontecimiento.



- **Tabla:** Es un cuadro sencillo en el que se presentan datos descriptivos que, a veces, no son fáciles de cruzarse y no se pueden comparar con facilidad. Puede aparecer como una simple lista de datos que se colocan en varias columnas, una al lado de la otra. Generalmente es buena cuando organiza información compleja que no puede presentarse utilizando, por ejemplo, un gráfico de barra o de fiebre. Existen unas tablas de datos que sólo presentan información sumaria del artículo. Estas tablas se utilizan para resumir la información del artículo y usualmente van acompañadas de algunos pictogramas que ayudan a la fácil identificación de la información allí tratada. Puede tratarse también de una cronología de hechos, de antecedentes o a manera de un cuadro sinóptico.

40,7844	Francos belgo-luxemburgueses
7,54257	Coronas danesas
1,93728	Marcos alemanes
367,000	Dracmas griegos
166,220	Pesetas españolas
6,56186	Francos franceses
0,796044	Libras irlandesas
1,937,81	Libras irlandesas
2,20379	Florines holandeses
13,7603	Chelínos británicos
202,482	Escudos portugueses
6,51125	Marcos finlandeses
6,56186	Coronas suecas
0,992397	Libras esterlinas
1,93670	Dólares estadounidenses
1,55632	Dólares canadienses
199,096	Yenes japoneses
1,60034	Francos suizos
8,21938	Coronas noruegas

- **Diagrama:** Es un gráfico que puede precisar de mayores habilidades artísticas. “Cuando el propósito del cuadro es mostrar cómo se ve o funciona algo. Los objetos o sucesos pueden mostrarse con leyendas o pueden ser graficados de diversos ángulos, su interior, o cómo un objeto ha evolucionado. De esta manera, podemos graficar un accidente, el interior de un edificio o cómo un objeto ha evolucionado, el funcionamiento de una cámara de televisión debajo del agua o la caída de un niño en un pozo.



Los infográficos pueden volverse más elaborados de acuerdo a la complejidad del artículo. De esta manera, un gráfico de barras puede combinarse con un diagrama y un gráfico de tarta, por ejemplo, para expresar una sola información

Partes de un infográfico

Para que un cuadro gráfico sea considerado completo debe poseer un titular, un texto explicativo corto, un cuerpo de información, una fuente y un crédito de autor.

El titular debe ser directo, preferentemente sintético a la vez que expreso el contenido del cuadro.

El texto debe ser sucinto y proveer al lector de toda la explicación necesaria para la comprensión del cuadro.

El cuerpo viene a ser la esencia misma del cuadro, la propia información visual: las barras, la torta, las líneas de fiebre, el mapa, etc. Este cuerpo necesita y presenta información tipográfica explicativa a manera de etiquetas que pueden ser números, fechas o palabras descriptivas.

La fuente indica de dónde se ha obtenido la información que se presenta en el infográfico y es muy importante, pues señala el origen de la misma.

El crédito señala al autor o autores del infográfico, tanto de la configuración como de la investigación. También se suele acompañar del nombre de la publicación en la cual se ha producido el cuadro.

La fuente y crédito utilizan, por lo general, una tipografía que no excede los siete puntos y se ubica en un lugar que no distraiga la atención del lector.

Caricatura

Ilustración para expresar sentimientos, criticar e ironizar.



Historieta

Las historietas expresan ideología, sentimientos, etc. Están presentes en los medios de comunicación gráficos, tienen una periodicidad dentro del medio.





periodicidad dentro del medio.



Publicidad

La publicidad tiene como objetivo persuadir para que el perceptor compre un producto o servicio determinado. Las campañas de bien público son utilizadas para cambiar hábitos arraigados en la población, por ejemplo: dejar de fumar.

Propaganda

La propaganda tiene como objetivo persuadir para que el perceptor adhiera a una ideología política determinada.