

Elementos de la comunicación visual en el diseño 1

El desarrollo de los productos y servicios ha crecido espectacularmente, lo que les obliga a competir entre sí para ocupar un sitio en el mercado. Es en este momento cuando surge la publicidad, y con ella la evolución del diseño gráfico como forma estratégica de comunicar, atraer y ganar la batalla frente a los competidores. El cómo se transmite una determinada información es un elemento significativotranscendental para lograr persuadir, convencer, e incluso manipular a gran parte de la sociedad.

El culto hacia los medios de comunicación visual utilizados en la antigüedad (como mosaicos, pinturas, lienzos...) ha permitido sobrevivir a muchos de ellos a la función temporal para la que fueron creados. Para estos objetos el medio ha acabado por convertirse en obra de arte, es decir, en el auténtico y definitivo mensaje.

La función del diseñador es, transmitir una idea, un concepto o una imagen de la forma más eficaz posible. Para ello, el diseñador debe contar con una serie de herramientas como, la información necesaria de lo que se va a transmitir, los elementos gráficos adecuados, su imaginación y todo aquello que pueda servir para su comunicación. Nuestro diseño debe constituir un todo, donde cada uno de los elementos gráficos que utilicemos posean una función específica, sin interferir en importancia y protagonismo a los elementos restantes (a no ser que sea intencionado).

Un buen diseñador debe comunicar las ideas y conceptos de una forma clara y directa, por medio de los elementos gráficos. Por tanto, la eficacia de la comunicación del mensaje visual que elabora el diseñador, dependerá de la elección de los elementos que utilice y del conocimiento que tenga de ellos. Lo primero que hay que hacer para diseñar algo (un anuncio en revista, una tarjeta...), es saber que es lo que se quiere transmitir al público y que tipo de público es ese, en definitiva, cual es la misión que debe cumplir ese diseño. El dilema con el que se encuentra el diseñador es cómo elegir la mejor combinación de los elementos y su ubicación (texto, fotografías, líneas, titulares...), con el propósito de conseguir comunicar de la forma más eficaz y atractiva posible.

CONCLUSIÓN

Hemos dejado claro la función del diseñador, hacer un diseño que comunique una idea o un concepto de una forma eficaz. El diseño debe servir de vehículo al propósito final que tenga nuestro mensaje, a la imagen que queramos transmitir. Para desempeñar su función el diseñador necesita una serie de requisitos: Información sobre lo que se va a comunicar. Elección de los elementos adecuados. Componer dichos elementos de la forma más atractiva posible

Antes de acometer el estudio de los elementos básicos que tendremos que considerar a la hora de plantearnos la realización del diseño, tendríamos que saber cuáles son las leyes que guían la percepción de las cosas. Es decir, cómo vemos e identificamos la línea, el color, el contorno, la textura y entorno que tienen las cosas.

La percepción de los objetos

La percepción está condicionada por el aprendizaje o conocimiento previo que tengamos de los objetos. Nuestro cerebro tiene tendencia a ubicar los elementos dentro de los parámetros referenciales que nos hemos construidos a través de la experiencia previa o conocimiento. **Hay varios factores que influyen en la percepción, como son:**

a. La agrupación: Tendemos a organizar los elementos que percibimos en torno a conjuntos significativos organizados. Tenemos varias formas de agrupación por:

- **Proximidad** (la cercanía de los distintos elementos nos hace tender a agruparlos).
- **Semejanza** (cuando los elementos son parecidos o iguales también tendemos a agruparlos).
- **Continuidad** (nuestra percepción crea continuidad significativa, como en las tramas de una imagen).
- **Simetría** (para que los elementos formen figuras conocidas).

Principio de proximidad



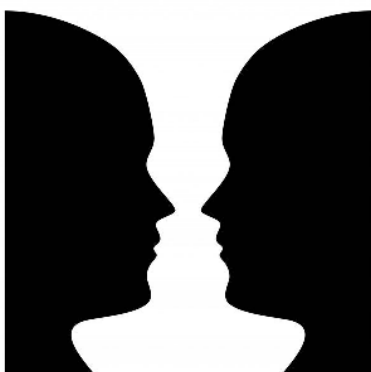
Principio de semejanza



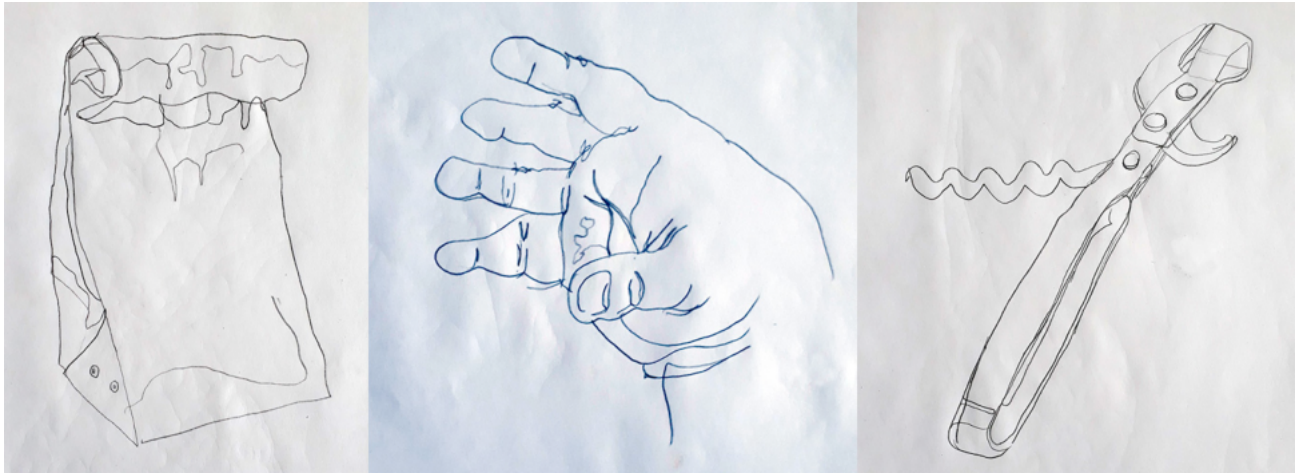
Principio de continuidad



b. Percepción figura-fondo: Percibimos los elementos separados del fondo, aunque también podemos tener la percepción contraria, percibir el fondo como figura (muy habitual en los juegos de negativo y positivo).

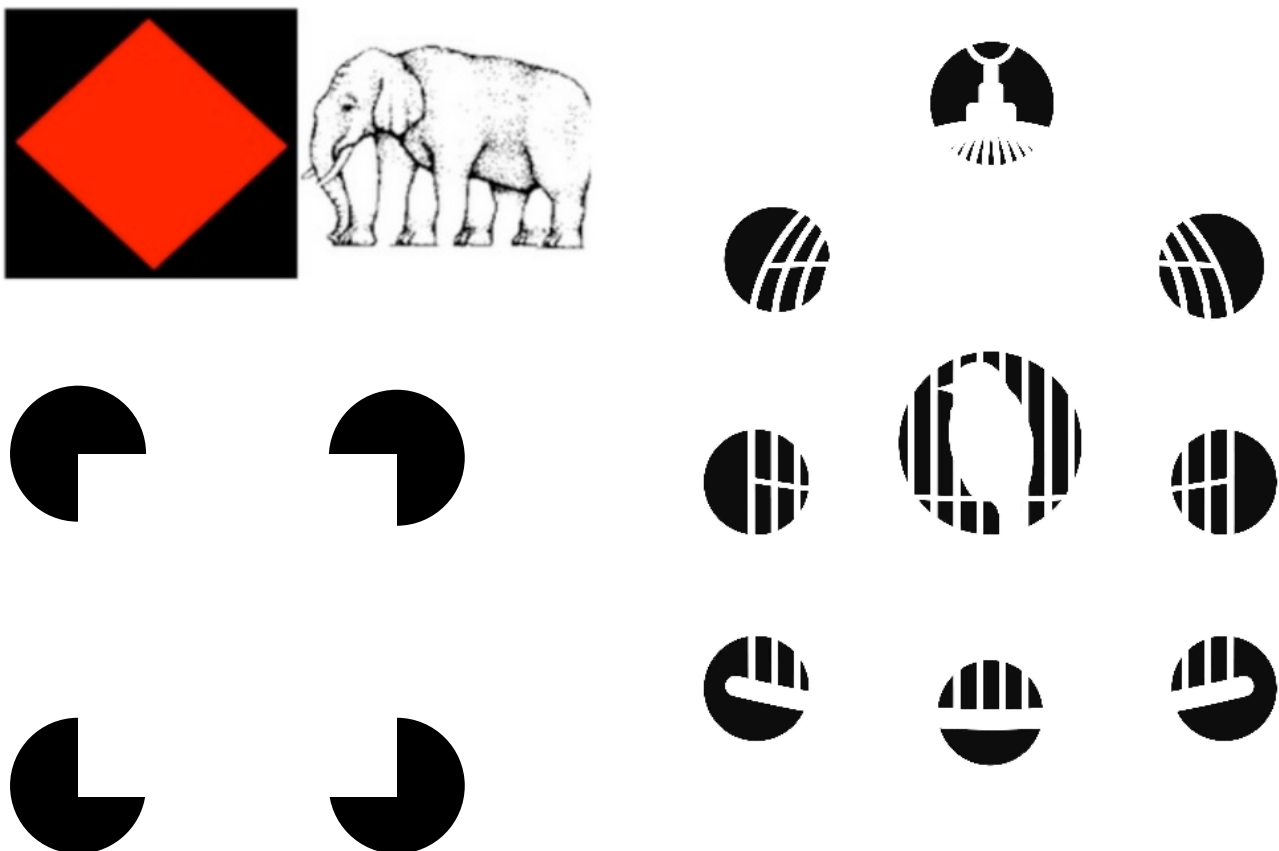


c. Percepción de contorno: El contorno es precisamente lo que nos hace distinguir o separar la figura del fondo. Está marcado por un cambio de color o de saturación del mismo.



d. Pregnancia: Es el proceso por el cual simplificamos algo que vemos para que sea más sencillo de memorizar y de relacionar. Algo es pregnante cuando es fácil de simplificar y al mismo tiempo de recordar. Por esa razón al estar incompleto el elemento somos capaces de llenar los espacios en blanco.

Al elefante lo relacionamos como un gran cuadrado inclinado, y al cuadrado lo podemos reconocer fácilmente aunque esté incompleto. Son figuras pregnantes, como la jaula del pájaro.



Actividad

Percepción Visual: Figura - Fondo



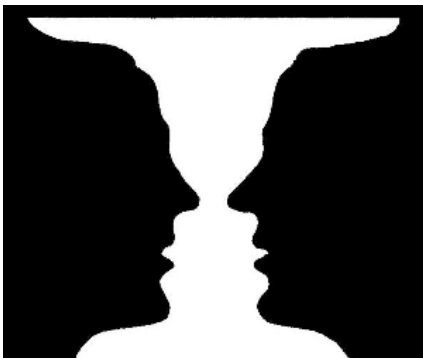
Cabezas de cerdo o lechuza



Pistola o cara



Gorila y leona o árbol



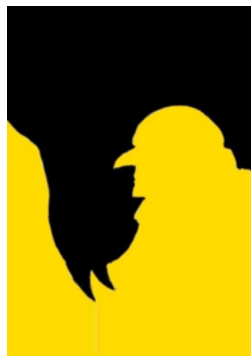
Dos perfiles o una copa



Dos perfiles de boca o una silueta de mujer



Batman o Joker



Batman o Pingüino



Dos niños jugando o África

Estas imágenes son algunos ejemplos del juego y confusión óptica entre figura y fondo que podemos encontrar. En muchas ocasiones este juego de la percepción entre Figura y Fondo se utiliza como herramienta en el diseño gráfico para dar un **mensaje más complejo** y **ámbito con una única imagen**.

ACTIVIDAD
Con estos ejemplos y otros tantos que puedes encontrar en internet. Realiza en un A4 un diseño en el que uses este juego de Figura-Fondo de la comunicación visual y la percepción.

*Puedes hacerlo en Blanco y Negro (B/N) o en dos colores.

*No trates de poner los detalles del interior de las formas que utilices, trabaja sólo con los contornos.

*Toma algún objeto y trata de reconocer algo en su contorno que pueda ser parte de

Haz una foto con el móvil del trabajo y envíala
Fecha de entrega 23 de Abril