

The background of the slide is a light gray gradient with several realistic water droplets of various sizes scattered across it. The droplets have highlights and shadows, giving them a three-dimensional appearance. The main title is centered in the middle of the page.

EL LENGUAJE VISUAL

2º ESO

EL LENGUAJE VISUAL

- EL **LENGUAJE VISUAL** ES UN SISTEMA DE COMUNICACIÓN QUE ESTRUCTURA Y RELACIONA LOS DISTINTOS ELEMENTOS VISUALES DE LAS IMÁGENES (PUNTOS, LÍNEAS, PLANOS, TEXTURAS, LUZ Y COLOR) PARA HACER POSIBLE LA COMPRENSIÓN DEL MENSAJE QUE SE QUIERE TRANSMITIR.
- UTILIZA UNA **SINTAXIS** ESPECÍFICA, QUE SE REFIERE AL CONJUNTO DE REGLAS NECESARIAS PARA CONSTRUIR Y COMBINAR DICHOS ELEMENTOS VISUALES.

LA SINTAXIS DE ESTA SEÑAL INDICATIVA CONSISTE EN UNA ESTRUCTURA VISUAL SIMPLE Y GEOMÉTRICA PARA QUE SE PUEDA PERCIBIR RÁPIDAMENTE. SE HAN COMBINADO FORMAS ESQUEMÁTICAS CON COLORES PLANOS Y CONTRASTADOS.



LA SINTAXIS DE ESTA ILUSTRACIÓN TAMBIÉN CONSISTE EN UNA ESTRUCTURA VISUAL SIMPLE PERO CON IMÁGENES QUE PUEDAN SER ATRACTIVAS AL PÚBLICO AL QUE VA DIRIGIDO AL TRATARSE DE UN CUENTO, EL INFANTIL



CLASES DE LENGUAJES VISUALES

- SEGÚN LA FINALIDAD QUE SE PRETENDA CONSEGUIR, SE PUEDEN DISTINGUIR TRES TIPOS DE LENGUAJES VISUALES: **EL LENGUAJE VISUAL OBJETIVO**, **EL PUBLICITARIO** Y **EL ARTÍSTICO**.



LENGUAJE VISUAL OBJETIVO



- EL **LENGUAJE VISUAL OBJETIVO** INTENTA TRANSMITIR LA INFORMACIÓN DE MODO QUE SE LE PUEDA DAR UNA SOLA INTERPRETACIÓN. UTILIZA, GENERALMENTE, FORMAS GEOMÉTRICAS O MUY SIMILARES A LA REALIDAD Y FOTOGRAFÍAS MUY DEFINIDAS E ILUMINADAS. EN ESTE DIBUJO TÉCNICO SE INDICA CLARAMENTE LA FORMA DE LAS PLANTAS DE DOS CASAS PARTICULARES.

LENGUAJE VISUAL PUBLICITARIO



- **EL LENGUAJE VISUAL PUBLICITARIO** DEBE REUNIR DOS CARACTERÍSTICAS FUNDAMENTALES: QUE EL MENSAJE VISUAL SE COMPRENDA CON FACILIDAD Y RAPIDEZ, PORQUE EL OBJETIVO PRINCIPAL ES LA VENTA O ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO, Y QUE LAS IMÁGENES SEAN SUGERENTES Y EXPRESIVAS PARA ATRAER LA ATENCIÓN DEL RECEPTOR. ESTE ANUNCIO PROPONE UNA IMAGEN SUGERENTE PARA CONVENCER AL RECEPTOR DE QUE ADQUIERA UN PRODUCTO DETERMINADO.

LENGUAJE VISUAL ARTÍSTICO



- EL **LENGUAJE VISUAL ARTÍSTICO** TIENE COMO PRINCIPAL OBJETIVO PRODUCIR DIFERENTES SENTIMIENTOS Y SENSACIONES EN EL ESPECTADOR, A TRAVÉS DE SUTILES COMBINACIONES DE LUCES Y COLORES Y CUIDADAS COMPOSICIONES.
- AQUÍ VEMOS UN EJEMPLO DE UNA PELÍCULA DE FRANK MILLER, “SIN CITY”, EN LA QUE EL DIRECTOR USA UNA ESTÉTICA DE CÓMIC PARA DAR MÁS AMBIENTACIÓN.

ELEMENTOS VISUALES DEL LENGUAJE PUBLICITARIO



- LA PUBLICIDAD ES UNA FORMA DE COMUNICACIÓN CON UN LENGUAJE VISUAL PROPIO. LAS PRINCIPALES CLAVES DEL LENGUAJE PUBLICITARIO SON UNA ADECUADA MAQUETACIÓN (FORMA DE DISPONER LOS ESPACIOS) Y UNA ACERTADA ELECCIÓN DE TEXTOS, GRÁFICOS Y FOTOGRAFÍAS. Y EL ASPECTO MÁS DESTACADO ES LA CAPACIDAD DE ATRAER LA ATENCIÓN DE LOS POSIBLES CONSUMIDORES.



Tantas novedades como veces tiras donde pone "empujar".



BRUSALI
CÓMODA
€79

#TantasNovedadesComo
las cosas que más pasan

- EL LENGUAJE DE LA PUBLICIDAD UTILIZA CUATRO ELEMENTOS PRINCIPALES: EL TITULAR, LA ILUSTRACIÓN, EL TEXTO Y LOS ELEMENTOS DE LA FIRMA.
- EL **TITULAR** ES UNA FRASE COLOCADA NORMALMENTE EN LA PARTE SUPERIOR DEL ANUNCIO Y TIENE EL OBJETIVO DE CAPTAR LA ATENCIÓN DEL ESPECTADOR E IDENTIFICAR EL PRODUCTO O EL TEMA QUE SE PRESENTA.
- LA **ILUSTRACIÓN** ES UNA IMAGEN CUYA FINALIDAD ES TAMBIÉN CAPTAR LA ATENCIÓN Y EXPRESAR LA IDEA PRINCIPAL DEL ANUNCIO.
- EL **TEXTO** O COPY EXPLICA MEDIANTE LENGUAJE ESCRITO LO QUE ANUNCIA EL TITULAR.
- LOS **ELEMENTOS DE LA FIRMA** TIENEN COMO FINALIDAD COMPLETAR EL MENSAJE Y CERRARLO. LOS MÁS HABITUALES SON EL NOMBRE DEL PRODUCTO (LOGOTIPO), EL ESLOGAN Y UNA DIRECCIÓN O FORMA DE CONTACTO.

Hay ciertas cosas que el dinero
no puede comprar

Para todo lo demás existe



- EL **ESLOGAN** ES UN LEMA QUE DESTACA LAS CUALIDADES O CALIDADES DEL PRODUCTO O MARCA. LAS CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE UN BUEN ESLOGAN SON: SIMPLICIDAD, ORIGINALIDAD, CREDIBILIDAD, Y SOBRE TODO CONSEGUIR QUE EL CONSUMIDOR SIENTA EL DESEO O LA NECESIDAD DE ADQUIRIR EL PRODUCTO.
- SUELE CONFECCIONARSE CON FRASES CORTAS MUY SONORAS, COMO JUEGOS DE PALABRAS, PARA QUE QUEDEN BIEN FIJADAS EN LA MEMORIA DEL CONSUMIDOR. EN ALGUNOS ANUNCIOS SE PUEDE EMPLEAR MÁS DE UN ESLOGAN.

The background of the entire image is a light gray gradient. It is decorated with numerous water droplets of various sizes and shapes, scattered across the top and bottom edges. The droplets have a realistic, glossy appearance with highlights and shadows, giving them a three-dimensional look.

ACTIVIDAD

FECHA LIMITE VIERNES 17 ABRIL A LAS 15:00

Hemos visto diferentes significados y clases del lenguaje visual. Vamos a trabajar con el lenguaje visual artístico.

Para ello vais a realizar un dibujo en el que vais a coger un elemento común de vuestras casas como por ejemplo un despertador, una lámpara, un frutero. Y vais a hacer una composición artística personal, original y propia. Puede ser más abstracta o realista, pero debéis **REINVENTAR ese objeto.**

Diseñadlo de otra manera diferente. No tiene por que ser factible, es decir, que funcione. Volved a vuestra etapa mas infantil donde dibujabais ese coche imposible, o ese barco volador.

Muchos de los cuadros de pintores famosos toman objetos cotidianos y los transforman a su manera.



La persistencia de la memoria,
Salvador Dalí, 1931

En la etapa del surrealismo, artistas como Dalí hicieron grandes obras a partir de objetos comunes y los rediseñaron a su antojo. En esta obra que tenéis a la izquierda vemos como Dalí usa esos relojes que parecen estar derritiéndose. Esto sería un buen ejemplo de ejercicio.



“Jarra, vela y cacerola esmaltada”, Pablo Picasso,
1948

Es esta obra de Pablo Picasso volvemos a observar objetos comunes. El artista ha recurrido a diferentes perspectivas frontales y laterales de la misma, para nada realistas, dándole a la obra una plasticidad y valor únicos y originales.

Se realizará en una lámina del bloc de dibujo, con la técnica que queráis.
Las técnicas que elijáis son libres: lápices, acuarelas, ceras, rotuladores, collage, témperas, acrílico.

Mandad la actividad a mi correo electrónico:

ernestoplastica@gmail.com

Esto es muy importante en el **asunto** poned: **Lenguaje Visual, nombre, apellidos, curso.**

Sois más de 220 alumnos que tengo en este curso y debido a la cantidad masiva de emails que mandáis, muchas veces se pierde vuestro ejercicio si no está bien nombrado.

Se entregará como ultimo día el **viernes 17 de abril a las 15:00 pm**, si se entrega después de ese día y hora se considerará retraso y se irá penalizando con menos nota.

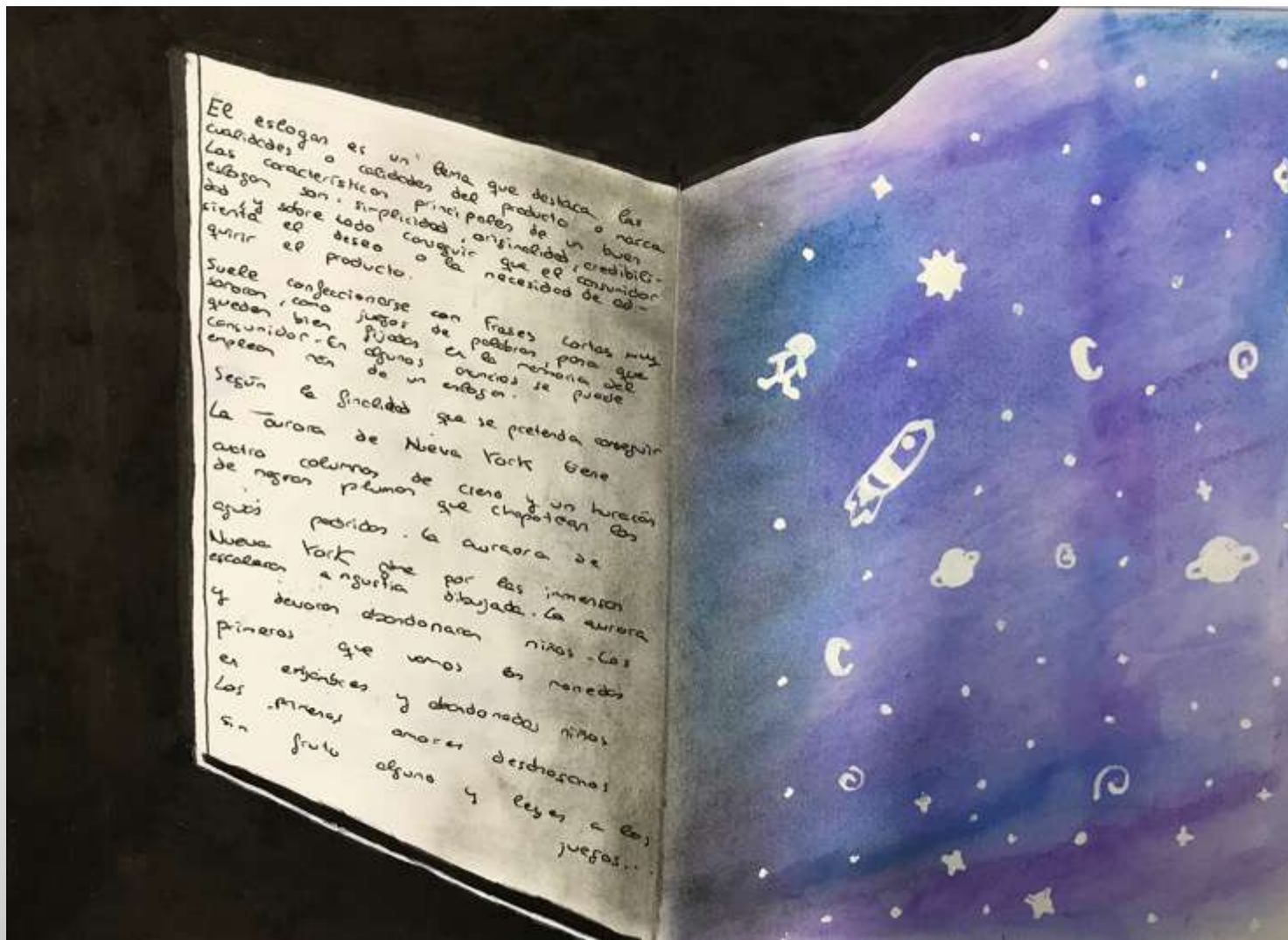
Recuerdo varias cosas: Se puntúa la **originalidad, el trabajo y la presentación.**

- ❖ **Originalidad:** Podéis tomar referencias internet, revistas, donde queráis, pero por favor, sed creativos, dadle vuestro toque personal. No es una tarea difícil, es hacer un dibujo libre dos veces con técnicas diferentes, así que pararos un poco en pensar **que queréis hacer y como lo vais a hacer.**
- ❖ **Trabajo:** un dibujo se nota perfectamente si se ha esforzado y trabajado o no. De ello dependerá de si tenéis mayor o menor nota. En las láminas anteriores, como las de la ilusión óptica, me habéis entregado objetos súper pequeños en una lámina que casi todo el fondo estaba blanco. Os recuerdo siempre que el fondo es igual de importante que la figura. Si en este ejercicio, no ocupa el dibujo **un 80 % de la lámina** como mínimo, **estará suspenso.**
- ❖ **Presentación:** La ejecución las actividades es vuestro sello y la primera impresión. Si está coloreado malamente, el trabajo se encuentra con arrugas, o el fondo blanco presenta manchas, ya pierde interés en vuestro trabajo, por muy bonito que sea el dibujo. Del mismo modo un trabajo no tan bueno pero con una **muy buena presentación** engaña al espectador y **gana interés.**
- ❖ Ya que os tiráis 2 horas, 8 horas, 1 día, 3 días, (2 meses aquellos que lo entregáis tarde)... Dadle la importancia que merece y dedicarle un mínimo de tiempo a hacerle una buena foto, ¡o varias! (¿por qué no?), para que se aprecie toda vuestra dedicación y esfuerzo.



A continuación os pongo una muestra de ejercicios de compañeros y compañeras que han realizado en años anteriores para que os sirvan de referencia.

En este dibujo artístico vuestra compañera utilizó la idea de la bombilla y creó esta lámpara. Como veis no tiene por qué ser realista, ha jugado con las formas y sobre todo con el color.



El eslogan es un tema que destaca las cualidades o calidades del producto. Las características principales de un buen eslogan son: simplicidad, originalidad, credibilidad y sobre todo conseguir que el consumidor sienta el deseo o la necesidad de adquirir el producto.

Suele confeccionarse con frases cortas muy sencillas, como juegos de palabras, para que queden bien fijados en la memoria del consumidor. En algunos anuncios se emplean rima de un eslogan.

Según la finalidad que se pretenda conseguir la Tarara de Nueva York Gene atra columnas de creta y un huracán de negras plumas que chapotean los aguas pedidos. La aurora de Nueva York que por las inmensas escaleras a ngustia dibujada. La aurora y devoran abandonan niños. Los primeros que vemos es ronedos es erjambes y abandonados niños. Los amigos amores desdichados sin fruto alguna y leyes a los juegos...

En esta composición el compañero ha usado el objeto cotidiano del libro. Imaginando ese cuento como al leerlo te transporta a otro mundo y puede desbordarse la imaginación. Las técnicas que ha utilizado son mixtas: rotuladores, lápices y acuarelas.



Otro alumno optó por dibujar a un músico con su saxofón. Esta es una imagen del libro, y como tal pierde puntos por la originalidad. No se le ocurría nada y optó por copiar una imagen. La técnica es mixta: lápices, ceras y re tintado con rotuladores. Si no se os ocurre nada podéis usar esa “opción”, la de copiar de otro lado, pero recordad que las compases son odiosas y claramente no podréis optar a un 10 por no ser originales.