

# CULTURA AUDIOVISUAL

Apunts

Editorial McGraw- Hill

- p.1 La percepció de la imatge
- p.2 Components de la imatge / Tipus d'imatges
- p.4 Lectura d'imatges
- p.8 Comunicació visual
- p.9 La publicitat
- p.14 La comunicació
- p.15 Funcions de la comunicació visual
- p.16 Signes i símbols
- p.17 Mitjans de Comunicació
- p.19 El còmic
- p.20 El cinema
- p.21 La TV
- p.23 El video

# 1. La percepció de la imatge

**Veure** suposa observar les coses que ens envolten, la forma, la textura, el color.

## 1.1 Veig tot el que miro?

Quan aturem la mirada en un punt fix, podem pensar en coses que no tenen res a veure amb el que tenim al davant. Per tant, hem de fer un esforç i veure el que mirem.

Per exemple, quan anem pel carrer mirem en moltes direccions, però només veiem allò que, per una raó o per una altra, necessitem veure o ens crida l'atenció: un semàfor si volem travessar el carrer, el logotip d'una farmàcia si anem a comprar medicines, etc.

El sentit de la vista ens permet percebre imatges, és a dir, determinar com són els objectes, on i com estan situats exactament en el nostre entorn.

Les imatges visuals estan presents en un gran nombre de llocs i ens criden l'atenció, informant i expressant nombrosos tipus de comunicats a través de les formes, els colors, les textures, els signes, etc. És el que passa quan mirem aparadors de botigues, cartells publicitaris, rètols lluminosos d'establiments comercials, senyals de trànsit, revistes, diaris, etiquetes, etc.



## 1.2 Components de la imatge

La imatge es compon de tres elements fonamentals: el significat que té, els elements visuals que la formen i els materials i les tècniques amb els quals està realitzada.

## Significat

Quan observem una imatge el primer que descobrim són els personatges, els ambients i els objectes representats. A partir d'aquesta anàlisi podem desxifrar fets, coneixements, idees, sentiments, etc. D'aquesta manera comprem el significat o tema de què tracta la imatge.

## Elements visuals

Després de captar el missatge ens centrem en els mitjans i els recursos que s'han utilitzat per aconseguir el significat que la imatge transmet; és a dir, en els elements visuals utilitzats: punts, línies, plans, colors i textures, com també l'ordenació espacial o composició.

## Materials i tècniques

Finalment, analitzem els materials (pigments, papers, cartons, plàstics, teles, etc.) i les tècniques (dibuix, pintura, fotografia...) amb els quals s'ha realitzat la imatge.



## 2. Tipus d'imatges

Al nostre voltant hi ha moltíssimes imatges. Són tan variades que cal agrupar-les segons criteris concrets que les diferenciïn per poder estudiar-les amb més comoditat. Aquí farem servir criteris que se centren en els aspectes més significatius que componen les imatges. Per exemple, d'on s'han pres les idees per realitzar-les (de la realitat, de la ment o d'unes altres imatges elaborades) o la mobilitat o no de les imatges (és a dir, si estan en moviment o són fixes). Per tant, classifiquem les imatges en els apartats següents:

- Visuals.
- Representatives de la realitat o figuratives.
- En moviment.
- Simbòliques.
- Fixes.
- Mentals.

Aquests tipus d'imatges no són excloents, de manera que les imatges es poden classificar en diversos d'aquests apartats alhora.

### 2.1 Imatges visuals

Són les imatges que percebem quan mirem directament una persona, un paisatge, un objecte, etc., és a dir, totes les que ens arriben a través del sentit de la vista.

## 2.2 Imatges representatives de la realitat o figuratives

Les imatges figuratives són les que representen la realitat de forma plàstica i amb el màxim grau de definició possible. Per tant, sempre tenen com a base una imatge visual.

Dins d'aquest apartat hi ha una àmplia gamma de possibilitats, com les diverses maneres de representar la realitat que han tingut i tenen els moviments artístics (hiperrealisme, expressionisme, impressionisme, etc.).

També són considerades imatges d'aquest tipus les obtingudes per mitjans tecnològics, com són la fotografia, el cinema, etc.

**Hiperrealisme:** moviment artístic que va sorgir a mitjan segle xx i que es caracteritza per la gran semblança que tenen les obres plàstiques (dibuixos, pintures, escultures...) amb la realitat.

**Expressionisme:** moviment artístic del principi del segle xx que es distingeix pel tractament apassionat dels temes i també per la forma violenta d'utilitzar el traç i els colors en la pintura.

**Impressionisme:** moviment artístic del final del segle xix que es caracteritza per expressar en les obres, normalment paisatges, fenòmens lluminosos i atmosfèrics de la realitat.



## 2.3 Imatges mentals

Són les que produeix el cervell per mitjà de la reflexió i el pensament. Per tant, són imatges generades per l'activitat intel·lectual de les persones. També s'anomenen *creatives, de la memòria o de la imaginació*.

És molt freqüent que els artistes, tant plàstics com músics, escriptors i creatius, en general, es basin en aquest tipus d'imatges durant l'inici i el desenvolupament de moltes obres.





## 2.4 Imatges simbòliques

Són les que es fan servir per representar idees o unes altres imatges més complexes. Es generen de dues maneres. La primera consisteix a establir relacions entre la imatge i la idea. Per exemple, un dels símbols més característics del cristianisme és el que formen les inicials de Crist en caràcters grecs  $\chi$  (*khi*) i  $\rho$  (*rho*). El yin i el yang, els dos principis de la filosofia taoista xinesa (el bé i el mal), es representen amb un cercle dividit per una línia sinuosa.

La segona forma sorgeix de l'existència de convencionalismes tradicionals que associen una idea amb una imatge; per exemple, els senyals que indiquen menjador, telèfon públic, gasolinera, etc.

## 2.5 Imatges fixes

Són les que resten immòbils en el suport que les conté. Es considera que estan incloses en aquest tipus d'imatges les fotografies, les pintures, els dibuixos, els gravats, els cartells, etc.



## 2.6 Imatges en moviment

Són les que varien de forma de manera continuada. La sensació de moviment que ens produeixen les projeccions cinematogràfiques, televisives o informàtiques està generada per la successió d'imatges fixes que ens passen per davant dels ulls a gran velocitat. Normalment, la il·lusió de moviment que experimentem quan veiem una pel·lícula en una sala de cinema està provocada per la projecció de 24 imatges per segon.



La comprensió i l'estudi de les formes dins de la imatge, i de les imatges en elles mateixes, és el que coneixem com a **saber veure**.

## 3. Lectura d'imatges

Com ja saps, llegir un text significa relacionar paraules que defineixen conceptes diferents de manera que, unides, ens donin la idea que el text vol transmetre.

En la lectura d'imatges passa el mateix: interpretem les formes aplicant uns valors i, per mitjà de les relacions que hi ha entre elles, podem comprendre i distingir els missatges visuals que la imatge vol comunicar.

Per llegir una imatge hem de diferenciar dos nivells de lectura fonamentals: una lectura objectiva i una altra de subjectiva. Totes dues són complementàries.

Per exemple, en la imatge de la dreta s'observa una natura morta formada per una fruitera amb peres verdes, pomes vermelles i plàtans grocs.

Podem observar que la línia, el color i les textures són els principals elements visuals utilitzats per definir les formes de la fruitera i de les fruites. El material sobre el qual estan pintades és el paper, i la tècnica utilitzada, a base de llapis de colors.

Vegem ara el segon nivell de lectura.

En el paisatge de la imatge de l'esquerra, la humitat del prat, el vent tranquil que fa moure l'herba i les figures que apareixen en la imatge comuniquen la sensació de tranquil·litat i repòs.



### Per saber-ne més

La **lectura objectiva** d'una imatge consisteix a fer una anàlisi dels **elements visuals** i de les **tècniques** i els **materials** amb què està realitzada, és a dir, a veure simplement allò que mostra la imatge, sense cap altra intenció o valoració.

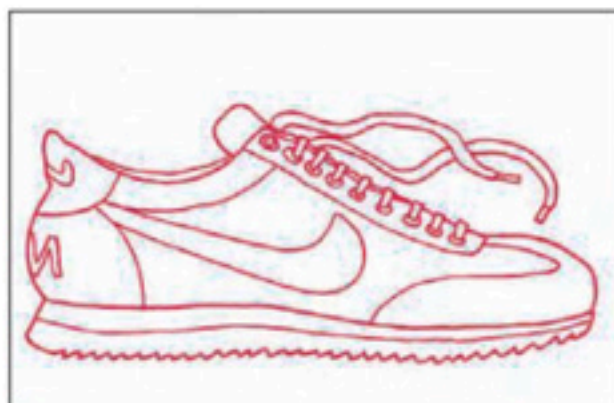
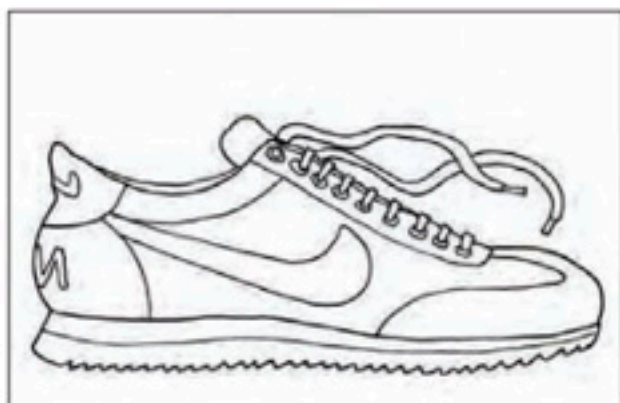


### 3.1 Pautes per a la lectura objectiva d'imatges

Com hem indicat, en la lectura objectiva d'una imatge cal descriure quins **elements visuals** la defineixen, **com han estat utilitzats** i quins **materials i tècniques** s'han utilitzat per obtenir-la.

Qualsevol dels elements visuals (punt, línia, pla, color, etc.) és suficient per poder representar un tema de manera diferent.

Mira la imatge de sota i observa com utilitzant només la línia s'ha representat la mateixa sabatilla d'esport i s'han obtingut significats diferents. Com pots comprovar, si utilitzem un o diversos elements visuals i els donem tractaments diferents, aconseguim caracteritzar i diferenciar una imatge d'una altra.



Si ens fixem un altre cop en les imatges de les sabatilles d'esport, observem que les línies estan fetes amb diferents instruments o materials (llapis de grafit, retolador gruixut i llapis de colors). Cada imatge té unes característiques pròpies que no responen només als elements visuals que la formen, sinó també als materials i les tècniques utilitzades en l'elaboració. El mateix passa amb les imatges inferiors de les palmeres.



## 3.2 Pautes per a la lectura subjectiva d'imatges

La lectura subjectiva d'una imatge està basada en el significat que ens transmet, és a dir, en les sensacions que ens produeix en analitzar-la. Per analitzar els significats d'una imatge, podem:

- **Catalogar** o classificar totes les figures, els objectes i les formes que conté la imatge.
- **Descriure** com són, quina funció desenvolupen, quins trets les caracteritzen, quines expressions, accions i actituds tenen, quines idees i sentiments comuniquen, etc. En definitiva, quins significats comunica la imatge.

A continuació proposem un exemple de lectura subjectiva perquè et serveixi com a ajuda a l'hora d'analitzar imatges. Comprovaràs que, a més de ser senzill, resulta divertit i es descobreixen aspectes que en un principi no havies imaginat.

### Catalogar els components de la imatge

En la imatge de més avall es veu un ambient selvàtic, amb arbres envoltats d'arbustos. En aquest espai hi ha un noi jove i un gos.

### Descriure els components de la imatge

A la imatge hi ha un elefant, visiblement enfadat, que persegueix un jove (Tintín), pèl-roig, amb el serrell enlaire. Porta una camisa i uns pantalons curts de safari que deixen veure uns mitjons marrons i les sabates.

Al costat del noi hi ha un gos de color blanc de mida petita (Milú). Tots dos corren desesperats per tal d'escapar de l'elefant.

Vinyeta de  
Tintín al Congo



### 3.3 Representar imatges amb formes

Hi ha, bàsicament, dos tipus de formes sobre un pla: les **figuratives** i les **abstractes**.

Les imatges que integren les formes figuratives també s'anomenen **figuratives**. N'hi ha algunes que reflecteixen més que unes altres la realitat que representen. El grau de semblança entre una forma o imatge i la realitat s'anomena **iconicitat**.



**Figuratives:** són les formes la representació de les quals té com a finalitat aconseguir l'aparença de tres dimensions (alçada, amplada i profunditat), és a dir, la sensació de volum i, per tant, la il·lusió de semblar-se a la realitat.

**Abstractes:** són les formes en les quals no es reconeix la realitat.

Les formes abstractes poden aparèixer en una imatge, creant la sensació de volum o essent simplement planes. Les imatges en les quals no es veu reflectida la realitat de cap manera també s'anomenen **abstractes**.



Vassily Kandinsky,  
Negre bigarrat



## 4.

# Comunicació visual

Quan ens comuniquem amb les persones ho fem a través de paraules, sons, gestos, escriptures, signes i imatges. Normalment utilitzem la combinació de diversos d'aquests recursos per expressar amb una eficàcia més gran les nostres idees i sentiments. Igualment, hi ha molts mitjans de comunicació, com ara la televisió, el cinema o la informàtica, que utilitzen la mescla de sons i imatges. En la premsa, llibres, còmics i cartells s'utilitzen les imatges juntament amb la paraula escrita.

En d'altres casos es produeix una comunicació únicament a través de la imatge, com pot passar quan contemplem un quadre, una escultura o una obra arquitectònica. Quan ens expressem només per mitjà d'imatges es produeix **la comunicació visual**.

## 4.1 Els llenguatges visuals

Com hem assenyalat, aquest tipus de comunicació utilitza exclusivament el llenguatge visual, és a dir, la imatge. Té l'avantatge respecte d'uns altres llenguatges de poder ser interpretat per la majoria de les persones, malgrat que siguin de cultures diferents.

En la fotografia, el cine, la televisió, el vídeo, el còmic i els dibuixos animats és fonamental el llenguatge visual, a través del qual ens transmeten missatges.

### La fotografia

És un mitjà que permet captar la realitat i, per tant, informar-ne. A més, possibilita la interpretació de la realitat de manera creativa.

### El cinema

Aquest mitjà audiovisual ha esdevingut el vehicle de comunicació i d'espectacle més important des que va aparèixer l'any 1895, data en què els germans Lumière van projectar la primera pel·lícula.

## La televisió

L'avantatge de la televisió és que permet transmetre, a la velocitat de la llum i al mateix temps, imatges i sons a milions de telespectadors, imatges prèviament gravades (reportatges, pel·lícules, concursos...) o amb la immediatesa amb què es produeixen els esdeveniments (retransmissions esportives, culturals, etc.).

## El vídeo

Aquest mitjà és molt utilitzat per amplis sectors de la societat. L'aparició del vídeo ha estat decisiva per a la televisió i ha propiciat la creació de formes expressives noves en l'àmbit de l'art (videoart, videoclip, etc.).

www.youtube.com

## El còmic i els dibuixos animats

Combinen la imatge i, normalment, el so, en el cas dels dibuixos animats, i la imatge i el text, en el còmic. A través d'una seqüència d'imatges, es descriuen uns personatges i les accions que desenvolupen al llarg de la història que ens narren.



**Publicitat:** és el conjunt de canals i mitjans (*mass media*) que s'utilitzen per divulgar o comunicar idees i productes amb la finalitat d'atraure el nombre més gran possible d'espectadors, usuaris o compradors.

## 5. La publicitat i els *mass media*

La **publicitat** pot arribar a ser el procés de comunicació més agressiu que suporta l'ésser humà. Utilitza totes les tecnologies que es poden introduir en la nostra societat, fins al punt de saturar els nostres sentits. Aquests canals de comunicació s'anomenen *mass media* i estan adreçats a una gran quantitat de població.

Actualment el nostre entorn està envaït per cartells publicitaris que transmeten missatges exhortatius de manera repetitiva, amb una gran capacitat de persuasió.

### 5.1 Tipus d'anuncis publicitaris

Segons el contingut, es poden distingir tres tipus d'anuncis:

#### De productes

Anuncien productes de tota mena. Es tracta d'objectes concrets que es poden comprar de manera individual. Aquests productes poden anar des d'un pot de xampú fins a un cotxe esportiu.

#### De serveis públics o privats

Anuncien fets, accions o prestacions que realitzen i ofereixen tant companyies públiques com privades. Aquests serveis els ofereixen, per exemple, les emissores de televisió (anuncien programes, concursos...), les empreses privades, com poden ser els bancs (ofereixen hipoteques, inversions...), etc.

#### De consells institucionals

Recomanen i suggereixen comportaments cívics. Aquests consells són oferts per institucions públiques com ara la Direcció General de Trànsit, el Ministeri de Medi Ambient, etc.

## 5.2 Canals de comunicació de masses

La publicitat mobilitza un gran nombre de canals de comunicació. Cada anunci publicitari està realitzat en el suport més adequat i, en moltes ocasions, és difós en diversos canals simultàniament.

### Mitjans audiovisuals

Són aquells anuncis publicitaris que tenen un suport sonor (àudio) i gràfic (visual) amb textos incorporats. Els principals canals de difusió són el cinema i la televisió.

La televisió és el millor mitjà de comunicació per a la publicitat; s'introdueix a les cases per vendre'ns fins i tot valors ideològics.

### Espots i videoclips

Són missatges molt breus que comuniquen les característiques del producte, servei o consell. Es tracta d'una petita pel·lícula comercial de 20 a 40 segons de durada en la qual apareix una gran varietat d'imatges.

### Mitjans gràfics o visuals

Són els mitjans que no tenen suport sonor i es comuniquen únicament amb imatges gràfiques sense moviment.

### Premsa

Són els diferents tipus de publicació sobre paper. Aquest canal és més barat que la televisió i s'adreça directament a un grup de consumidors, lectors definits segons la professió, les aficions, etc.

#### Diaris

És una publicació diària i, malgrat que les imatges no tenen gaire qualitat, permet fixar amb més insistència el missatge publicitari, repetint-lo diàriament.

#### Revistes

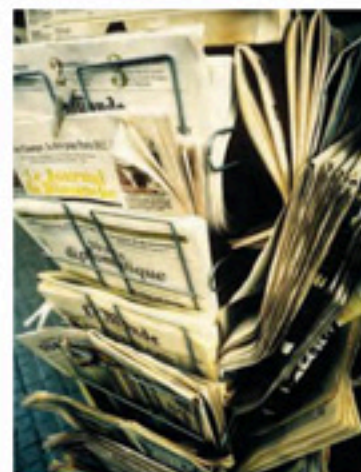
Els anuncis que hi apareixen tenen una gran qualitat d'imatge, són en color, i fins i tot poden oferir petites mostres de producte, cosa que els fa molt suggeridors i atractius.

### Exterior

La publicitat exterior es troba als carrers, les carreteres, els autobusos, etc. Aquest tipus de publicitat permet exposar l'anunci durant més temps i, en ocasions, s'utilitza com a reforç dels espots televisius.

#### Tanques

Generalment es col·loquen en els trams de carretera a prop dels centres urbans; solen ser imatges amb poc text.





Henri de Toulouse-Lautrec,  
cartell *Le chaîne Simpson*

## Cartells

Com les tanques, afavoreixen la lectura ràpida. Molts artistes, com per exemple Toulouse-Lautrec, Kandinsky, Joan Miró..., han realitzat cartells com a part de la seva producció artística.

## Atípica

Aquesta publicitat es basa en la sorpresa. Pot aparèixer en motxilles, cinturons, sabatilles, etc., que s'identifiquen amb productes o marques publicitàries.

## Directa

És una publicitat personalitzada i està adreçada a un nombre concret de consumidors, un barri o un col·lectiu de professionals, etc. Aquests missatges apareixen en forma de fullets que s'envien per correu o es dipositen directament a les bústies.

## Mitjans sonors

Són els que no utilitzen el suport visual, es difonen per ràdio, altaveus, megafonia, ...

### Ràdio

Malgrat que aquest mitjà va perdre importància amb la televisió, continua sent important en la difusió d'anuncis. Això es deu a la rapidesa per gravar i emetre missatges publicitaris, i al fet de ser un mitjà més barat que la televisió. Hi ha tres tipus d'anuncis radiofònics: els espots, els programes patrocinats i els anuncis per paraules.

## Internet i correu electrònic

A través del correu electrònic i Internet, les empreses han descobert un nou canal per a la publicitat. Els missatges són mixtos, combinen mitjans audiovisuals, gràfics i sonors.

## El disseny gràfic en la publicitat



El disseny consisteix a idear i dibuixar un objecte, una imatge o un producte que, d'una banda, pugui ser produït en sèrie i, d'una altra, sigui útil i, a més, bonic.

El disseny gràfic s'encarrega d'elaborar missatges per al món de la publicitat. Aquests missatges es creen en superfícies bidimensionals amb diferents suports, i els recursos gràfics que s'hi utilitzen són les imatges i els textos.

### Imatges

S'utilitzen generalment imatges fotogràfiques manipulades, amb un grau simbòlic elevat. Quan s'utilitzen dibuixos, la imatge sol pendre un estil únic, molt determinat.

Els recursos utilitzats pels dissenyadors són:

### L'analogia

Consisteix a col·locar dos elements per tal d'establir-hi comparacions. Generalment aquestes imatges associen un «abans» a la part esquerra i un «després» a la part dreta.

### La personificació

Es tracta d'atribuir qualitats humanes a objectes i animals.

### La metàfora visual

S'utilitza per substituir uns objectes per uns altres de semblants, més atractius.

### La hipèrbole

Es recorre a una gran exageració per qualificar o destacar un producte o una idea.



### Textos

S'utilitzen per evitar interpretacions que no tenen relació amb el missatge que es vol transmetre. Amb el text es destaquen o es contradiuen les imatges de manera totalment intencionada.

El text es pot dividir en tres blocs:

- **Eslògan**

És una frase breu i directa amb un llenguatge viu, basada en frases fetes utilitzades per captar l'atenció de l'espectador.

- **Cos del text**

Són els textos explicatius que exposen les excel·lències i els avantatges dels productes. El llenguatge està relacionat amb el producte i amb el consumidor al qual s'adreça.

- **Peu**

L'anunci es tanca amb el símbol, logotip o anagrama de la marca del producte.





Hi ha un gran nombre de procediments per transformar una imatge. La modificació d'imatges és un dels mètodes més utilitzats per artistes i dissenyadors per tal de buscar noves maneres d'expressió i comunicació.

T'ensenyarem en què consisteix aquest procediment i com posar-lo en pràctica per aconseguir sensacions diferents. Aprendre formes senzilles i divertides de crear nous significats d'una mateixa imatge per mitjà de la **distorsió d'un objecte**, l'**ondulació** i l'**escurçament d'una figura** i la **deformació d'un objecte**.

Per modificar una imatge has de seguir els passos següents:

- Tria la imatge que vols transformar.
- Talla-la en tires horitzontals o verticals segons et convingui; per fer-ho pots utilitzar unes tisores o



una fulla d'afaitar. L'amplada de les tires no ha de ser gaire fina i pot variar en funció de les finalitats estètiques que es pretenen.

- Finalment, has de recompondre la imatge enganxant les tires sobre un paper de manera lògica i ordenada, en funció de l'objectiu que et plantegis amb la modificació: distorsió d'una cara, allargament d'una figura, deformació d'un objecte, etc.

### Distorsió d'un objecte

Els passos que hem seguit per realitzar aquests exemples són els que hem explicat anteriorment. Observa que la distorsió s'ha generat desplaçant lleugerament les tires; en el primer exemple, de dreta a esquerra i de manera alternativa; i en el segon, unint-les en la part inferior i separant-les en la superior.



# 1. La comunicació

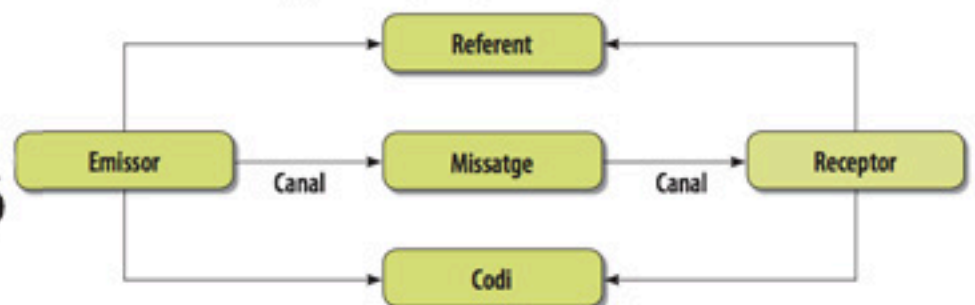
Amb el terme *comunicació* definim la capacitat dels éssers humans per relacionar-nos entre nosaltres, és a dir, els processos que portem a terme per intercanviar missatges i codis entre una persona que els emet (emissor) i una altra que els rep (receptor).

Els elements més significatius que intervenen en la comunicació són:

- **Emissor.** Persona, grup o objecte que emet un missatge.
- **Receptor.** Qui rep el missatge.
- **Missatge.** Els continguts que reben els nostres sentits.
- **Codi.** Conjunt de regles i signes estructurats de manera convenient per fer comprensible el missatge.
- **Canal.** Medi que fa possible la transmissió (fotografia, televisió, cartell, etc.).
- **Referent.** Fi que pretén la comunicació.

Mitjançant la posada en pràctica de diversos codis i llenguatges, l'ésser humà pot portar a terme diferents tipus de comunicació: gestual, oral, escrita, musical i mitjançant imatges.

## La comunicació visual



El llenguatge visual és el que utilitza exclusivament imatges per comunicar. Presenta el gran avantatge, respecte d'altres llenguatges, de poder ser interpretat per la majoria de les persones, fins i tot tenint aquestes diferents cultures i llengües. És el que succeeix, per exemple, amb els senyals de trànsit, els plans de carreteres, els esquemes de muntatge de mobles, de làmpades, etc.

La comunicació visual és la que es crea mitjançant l'intercanvi de codis i missatges realitzat per tècniques i procediments visuals específics dintre de cada mitjà de comunicació; per exemple, les diferents manifestacions gràfic-plàstiques (dibuix, pintura, escultura, etc.), la fotografia, el cinema, el vídeo o la infografia.

Com tot llenguatge, el visual també es basa en una sintaxi, és a dir, en una manera d'estructurar i compondre els seus elements: punt, línia, pla, textura, color, etc., per construir amb ells formes que, alhora, generin imatges. Aquest procés es desenvolupa emprant tècniques i procediments propis de cada mitjà de comunicació, com ja hem indicat.

## 2.

## Funcions de la comunicació visual

El llenguatge visual, com els altres llenguatges, té diferents funcions segons l'objectiu que es plantegi el missatge que vol transmetre. Les que ara et presentem són les més significatives:

- **Informativa.** Les imatges centren el seu missatge a transmetre informació. Per exemple, quan el semàfor està en color verd ens indica via lliure; o, la bandera vermella a la platja ens alerta de l'estat perillós en que es troba el mar.



- **Expressiva.** Les imatges provoquen i fan aflorar els nostres sentiments. És a dir, la seva finalitat no està en el que es veu a la imatge, sinó en les sensacions que produeixen.

- **Estètica.** En aquest cas, les imatges centren el seu missatge a comunicar, principalment, bellesa i harmonia. Aquestes sensacions provenen, habitualment, de les relacions de proporció i efectes (magnituds, color, textura, etc.) que tenen les formes que componen la imatge.



- **Representativa o descriptiva.** Són imatges que representen la realitat i estan realitzades per l'ésser humà. Estan dividides en dos tipus: les creades per la fantasia de l'autor i les que es realitzen copiant o interpretant la realitat.

Antonio López.  
*La Gran Via*, 1974-1981.



Com veus, les imatges poden tenir funcions diferents segons l'objectiu que pretenen dins de la comunicació visual. Malgrat tot, hauràs notat que totes elles tenen un factor comú: comunicar i explicar una idea o situació.

### 3. Signes i símbols en la comunicació visual

Al llarg de la seva història, l'ésser humà sempre ha utilitzat *signes*, *senyals* i *marques* com a mitjà de comunicació. Però va ser a partir del segle xx quan es va veure la necessitat d'establir, de manera organitzada, uns signes convencionals a manera de llenguatge que permetessin de captar un missatge ràpidament i amb facilitat a un gran nombre de persones. D'aquesta manera, es substitueix el llenguatge escrit, que resulta lent de comunicació i difícil en cas de no conèixer la llengua en què es manifesta. Un clar exemple d'això són els senyals de trànsit.

El **signe** és una imatge senzilla que representa un objecte o idea que ens transmet una informació per la que entenem la seva representació.

El **símbol** és un signe que representa una realitat de forma abstracta, fonamentant-se en unes idees que han d'ésser conegudes per comprendre el seu significat.

Ara analitzarem una sèrie de signes convencionals i les seves característiques més importants:



• **Marca.** És un signe distintiu que les empreses posen als seus productes per informar del seu origen, qualitat, etc.



• **Logotips.** En aquest cas, és una imatge que està formada per aquelles característiques més significatives d'una marca; habitualment és el signe que acostuma a identificar-la.



• **Pictograma.** Es denomina així a un signe molt simplificat, però el missatge del qual és entès ràpidament pel receptor.



• **Senyal.** Es un signe convencional similar al pictograma. Acostuma a ser de configuració abstracta i a estar realitzat dintre de figures geomètriques senzilles, que li serveixen de marc (cercle, triangle, quadrat, etc.). Els seus missatges indiquen diverses circumstàncies, per exemple, prohibicions, perillositat, etc.

## 4.

# Mitjans de comunicació

Com ja hem comentat, es denomina mitjà de comunicació al canal pel que es transmeten missatges. Perquè sigui més senzill, en el seu estudi dividirem els mitjans o canals de comunicació en dos grans grups:

- Els que basen els seus missatges en la transmissió d'imatges estàtiques: premsa, fotografia, disseny, pintura, escultura, arquitectura i còmic.
- Els que comuniquen els seus missatges a través d'imatges en moviment: cinema, televisió, vídeo i infografia.

## A Les imatges estàtiques

Aquest tipus d'imatges representen un instant de la realitat, és a dir, com si l'acció que capten s'hagués quedat aturada, fixa en el temps i en l'espai. Exposarem els mitjans de comunicació més importants que treballen amb aquest tipus d'imatges.

### Premsa

En aquest grup s'inclou el conjunt de publicacions impreses la fi principal de les quals és la d'informar. Per tant, en aquest camp es troben bàsicament periòdics i revistes de tot tipus (esports, política, economia, etc.). Aquestes publicacions cobreixen la necessitat de la societat de conèixer els esdeveniments que succeeixen, no solament en el seu entorn més proper, sinó també fora de les seves fronteres.

Comprova que els diaris i les revistes utilitzen la comunicació visual; per exemple, el disseny gràfic per a la composició de les pàgines o els anuncis publicitaris; la fotografia per recolzar les notícies que es narren en els textos; la il·lustració gràfica per descriure persones, animals, objectes, plans, etc.; les tires o vinyetes de còmic per caricaturitzar polítics, esportistes, artistes, etc.

És evident, doncs, la importància que per a la premsa escrita tenen les imatges estàtiques, no solament com a element de suport al text, sinó també com a reforç dels aspectes més rellevants que es volen transmetre.



### Fotografia

Analitzarem aquest mitjà en l'apartat *Aplicacions*.

### Disseny

El dissenyador català André Ricard va definir en una ocasió el disseny com «una manera d'entendre l'útil».

**Dissenyar** és una operació tècnica, creativa i estètica que consisteix a concebre, idear, projectar i representar un objecte o imatge abans que aquesta es fabriqui en sèrie.

Com a mitjà de comunicació, l'objectiu fonamental del disseny és unir dos conceptes importants, utilitat amb estètica, en la creació de productes. A més, intenta aconseguir formes d'acceptació segures entre els consumidors i poder fabricar els esmentats productes a preus que permetin una gran distribució.

Existeixen diversos tipus de disseny:

- **Gràfic.** Es centra en el camp de les publicacions, és a dir, llibres, revistes, cartells, periòdics, etc.
- **Industrial.** Es dedica al disseny d'objectes de producció industrial, com a cadires, cotxes, làmpades, etc.
- **Arquitectònic.** Desenvolupa projectes per a la construcció d'edificis, és a dir, hospitals, teatres, habitatges particulars, etc.
- **D'interiors.** Es dedica a la decoració, distribució i moblament dels espais interns dels edificis, com a cafeteries, restaurants, bancs, etc.
- **Tèxtil i de modes.** El primer es relaciona amb la creació de decorats de teles, tapissos, etc. El de modes dirigeix el seu treball a la creació de noves formes en la roba.

El disseny, com a disciplina creativa, no ha de confondre's amb el treball artesanal. El disseny es diferencia d'altres processos de treball perquè té unes maneres d'actuar pròpies i regulades, tant en la forma com en el temps; es denominen **fases del projecte de disseny** i són les següents:

- a) **Detectar les necessitats** i analitzar les **preferències** estètiques dels consumidors sobre el producte que es dissenyarà.
- b) **Precisar** la possible **demanda** que es pot presentar del producte i fer un estudi avaluant els aspectes econòmics de la situació.
- c) **Observar** les característiques que tenen **d'altres productes semblants** al que es dissenyarà per millorar-les.
- d) **Reflexionar** sobre les idees que es volen desenvolupar, tenint en compte els aspectes anteriors.
- e) **Concretar** alternatives mitjançant la realització d'esbossos, plans, maquetes i prototips de la idea.
- f) Estudiar els **materials** que s'empraran.
- g) **Realitzar el projecte tècnic**, compost per esbossos, plànols amb cotes i perspectives, tots ells a escala, necessaris per a la seva fabricació.
- h) **Construir la maqueta** del producte desenvolupat, també a escala.

## Còmic

El còmic és un mitjà d'expressió i comunicació que narra una història a través d'imatges o amb la unió d'imatge i text. Es caracteritza per crear una seqüència d'imatges que descriuen uns personatges i les accions que aquests porten a terme dintre de la història que relaten. Per tant, emulen al cinema i la televisió tan bon punt expressen les diferents parts de les que consta una acció en el transcurs del temps.

El còmic com avui el coneixem es va publicar per primera vegada als Estats Units a la fi del segle XIX, integrant el text a la imatge mitjançant els «globus».

Els **elements bàsics** del còmic són:

- **Vinyeta.** Representa un espai i un temps de l'argument o història que es narra. Es tracta, per tant, de la unitat narrativa en el còmic. La successió de vinyetes estructura, de manera lògica, el desenvolupament dels esdeveniments i les vicissituds que presenta la història.

La forma i la mida de les vinyetes varia segons les necessitats expressives i narratives del guió; malgrat tot, la forma quadrada o rectangular són les més utilitzades.

- **Enquadrament.** És el punt de vista des del qual s'observa l'acció que es desenvolupa en un espai concret i que es mostra dins de la vinyeta. Existeixen diversos tipus d'enquadrament; els més importants són:
  - *Gran pla general.* Mostra una gran extensió d'espai.
  - *Pla general.* Enquadrament en el que la figura humana ocupa una part important de l'espai.



- *Pla mitjà.* Aquell que mostra la figura humana des dels genolls o cintura cap amunt.
- *Primer pla.* Representa una part petita del cos d'una figura humana o d'un objecte.
- *Pla de detall.* Emmarca una part encara més petita que el pla anterior.

- **Línies cinètiques.** Mitjançant la seva aplicació es pot transmetre la sensació de moviment a figures o objectes.
- **Formes dels textos.** Les més utilitzades són:
  - *Globus.* Representen les expressions verbals dels personatges, tant si es refereix als seus diàlegs com als seus pensaments.
  - *Quadrícules o cartutxos.* Són textos que expliquen el que la imatge representa (funció d'ancoratge) i traslladen al lector a un altre lloc (funció de relleu).
  - *Veü en "off".* Són expressions de personatges que no apareixen a la vinyeta i acostumen a estar ocults per algun objecte.
- **Onomatopeies.** Són expressions verbals que imiten el so mitjançant lletres.

## B Les imatges en moviment

Aquest tipus d'imatges presenta la realitat en moviment. Els mitjans habituals pels que es transmeten imatges en moviment són el cinema, la televisió, el vídeo i la informàtica. Malgrat tot, el moviment que observem en elles no és real, sinó el resultat d'un efecte òptic basat en la successió d'imatges fixes que es sumen en els nostres ulls.

En efecte, per aconseguir la sensació de moviment, aquests medis projecten a una gran velocitat unes imatges fixes, en les que apareixen petits canvis de posició, color, llum, etc. en les seves formes.

### Cinema

Els germans Louis i Auguste Lumière van projectar la primera pel·lícula cinematogràfica el 1895. Des d'aleshores, el cinema ha estat el mitjà audiovisual més important com a vehicle de comunicació i com espectacle de masses. Sens dubte, ha estat i és promotor de gustos i modes de la gent de qualsevol part del món; per això se'l coneix com el «setè art».

Encara que el cinema com a art no té una vida llarga, sí són molts els aspectes que el configuren i defineixen. Ens centrarem ara en un d'ells: l'estructura del llenguatge cinematogràfic.

Si ens fixem, totes les pel·lícules es basen en la narració d'esdeveniments. Doncs bé, la narració està dividida en *seqüències* i aquestes, paral·lelament, en *escenes* que s'enregistren mitjançant *preses* i *plans*. Per tant, el llenguatge cinematogràfic es basa en una sintaxi de lectura amb codis que són indispensables perquè l'espectador compregui la narració.

Els **elements bàsics** del cinema són:

- **Seqüència.** És la part de pel·lícula que conté la narració completa d'una acció concreta. El temps que dura varia d'acord amb la importància que tingui dins del guió.

Els **elements bàsics** del cinema són:

- **Seqüència.** És la part de pel·lícula que conté la narració completa d'una acció concreta. El temps que dura varia d'acord amb la importància que tingui dins del guió.
- **Escena.** Relata l'acció que es porta a terme en un mateix temps i lloc.
- **Preses.** És l'enregistrament obtingut en el temps transcorregut des del moment en que comença a funcionar la càmera fins que s'atura. És habitual realitzar diverses preses d'una mateixa escena amb angles diferents.
- **Pla.** És la imatge immediata de cada acció.

Els plans poden ésser fixos o en moviment.

Els **plans fixos** són:

- *Primer pla.* S'empra per enregistrar un detall; per exemple, una flor, la cara d'un personatge, etc.
- *Pla mitjà.* Habitualment s'utilitza per mostrar els personatges de cintura cap amunt, encara que existeix una variant, denominada *pla americà*, que recull a les persones fins el genoll.
- *Pla general.* És el que enregistra els personatges dintre d'un escenari. Acostuma a utilitzar-se per mostrar i donar pautes a l'espectador del lloc on s'està desenvolupant una escena.

Els **plans en moviment** són:

- *Travelling.* És el pla que descriu la càmera en acompanyar al personatge o qualsevol altre element durant el seu desplaçament d'un lloc a un altre.
- *Panoràmica.* Mostra una visió general de l'escena. S'obté en realitzar un moviment de càmera de dreta a esquerra.
- *Grua.* És el pla que es capta en col·locar la càmera sobre una grua que s'eleva per prendre una visió des de dalt i en totes les direccions.

## Televisió

La televisió va ser ideada pel nord-americà Carey a començaments del segle xx. La primera cadena en emetre va ser la britànica BBC el 1929, amb imatges en blanc i negre; la cadena nord-americana CBS, en 1940, va ser la primera a transmetre en color. A Espanya va començar a funcionar TVE (Televisió Espanyola) en 1956 i TV3 en 1983.

Aquest mitjà audiovisual es fonamenta en la transmissió d'ones radiofòniques i hertzianes que el televisor converteix en so i imatges.

Les imatges que es veuen a través estan formades per línies lluminoses contínues compostes, alhora, per punts de llum (vermell, verd i blau) molt petits que van alternant-se i mesclant-se entre si de forma additiva, generant així tota la gamma de colors que percebem.

La **televisió per cable** és una modalitat de televisió independent de les antenes de recepció de les ones. Es diferencia de l'anterior en el suport de transmissió d'imatges; mentre que la tradicional o analògica ho fa mitjançant ones hertziànes, la televisió per cable es transmet mitjançant un cable òptic, que envia els senyals de forma codificada.

La darrera aportació tècnica a la emissió d'imatges i so a distància és la **televisió digital terrestre**. En aquesta, la informació a transmetre és codificada en forma de codi binari. Aquest senyal és captat i decodificat, donant lloc a les imatges i sons que es volen visualitzar. Teòricament, la televisió digital terrestre permet la transmissió d'informació més ràpida i amb una major qualitat que la televisió analògica. A més, fa servir menys ample de banda, per la qual cosa poden transmetre's més canals de televisió.



Existeixen diversos sistemes de televisió. A Europa el més usual és el sistema PAL, amb una definició de 625 línies a la pantalla, mentre que el que s'utilitza bàsicament a Amèrica i el Japó és el NTSC, amb una definició de 525 línies. Tots els sistemes aconseguen la sensació òptica de moviment mostrant a la pantalla del televisor 25 imatges per segon.

L'aparició del **vídeo** ha sigut fonamental per a la televisió, ja que permet d'enregistrar i arxivar imatges que es poden emetre en qualsevol moment. D'aquí que la majoria dels programes que avui veiem a les diferents cadenes de televisió estiguin enregistrats amb antelació a la seva emissió, el que permet una més gran qualitat i control en les emissions (concursos, serials, informatius, culturals, etc.). Malgrat tot, hi ha molts programes que s'emeten en directe, per exemple, retransmissions esportives, entrevistes, etc.

El gran avantatge d'aquest mitjà audiovisual és que milions de telespectadors poden veure de forma simultània imatges a gran velocitat, ben elaborades prèviament (reportatges, pel·lícules, etc.), o amb la immediatesa en que es produeixen els esdeveniments (retransmissions culturals, esportives, etc.).

## Vídeo

El vídeo és un mitjà audiovisual per enregistrar imatges. Va ser la marca Sony la que va comercialitzar el primer vídeo domèstic a mitjans del segle xx.

Les característiques d'aquest medi són les següents:

- La possibilitat d'enregistrar imatge i so al mateix suport de manera simultània.
- Visualitzar les imatges en el mateix moment del seu enregistrament.
- Poder veure les imatges enregistrades a través d'un televisor o d'un ordinador.
- Absència de revelatge de les imatges. Això permet una gran rapidesa en l'obtenció d'imatges llestes per ésser emeses.
- Simplicitat en el muntatge final. Amb aquest sistema es pot prescindir de tallar i unir trossos de pel·lícula ja que, a l'ésser un enregistrament magnètic, el procés es pot fer directament amb dos magnetoscopi o una taula mescladora d'imatges. En el cas de que l'enregistrament sigui digital, el procés es pot dur a terme mitjançant programes de tractament d'imatges.

En el cas del vídeo tradicional, el seu funcionament es divideix en tres fases:

- a) La càmera transforma els senyals lluminosos en senyals electromagnètics.
- b) El magnetoscopi, aparell que enregistra les imatges, registra els senyals electromagnètics en una cinta.
- c) Posteriorment, el mateix magnetoscopi reproduïx les imatges realitzant l'operació inversa, és a dir, transforma novament els impulsos electromagnètics en senyals lluminosos. D'aquesta manera, els senyals poden ser percebuts com a imatges a través d'un televisor.

El vídeo és un mitjà audiovisual relativament barat que presenta innumbrables possibilitats d'expressió. És molt utilitzat per amplis sectors de la societat, des dels àmbits científics (per exemple, per enregistrar intervencions quirúrgiques, documentals sobre la vida d'animals, plantes, etc.) a la creació de noves formes expressives dintre de l'art a través de la imatge i el so (vídeo-art, vídeo-clip) o a l'enregistrament de celebracions familiars, viatges, etc.

## La infografia



La **infografia** és una variant de la informàtica que s'ocupa de captar i reproduir imatges.

La imatge que s'obté mitjançant un sistema informàtic es denomina *digital*. Es caracteritza perquè està composta per píxels. El **píxel** és la superfície quadrada homogènia més petita que forma una imatge a la pantalla del monitor d'un ordinador. Cada un d'ells guarda la informació exacta del color concret d'aquesta part de la imatge.

Les càmeres fotogràfiques i de vídeo digitals enregistren imatges que, posteriorment, poden ser manipulades a l'ordinador mitjançant programes específics de dibuix o de retoc fotogràfic. És a dir, tan bon punt les imatges estan a l'ordinador es pot variar i retocar el color, les textures o les ombres; modificar o eliminar formes; i també, realitzar-ne altres de noves.

A l'actualitat és molt comú que dissenyadors, arquitectes, enginyers i professionals de la il·lustració utilitzin l'ordinador com a eina per realitzar esbossos, plans, maquetes i projectes en general, pel ràpid, econòmic, exacte i rigorós que resulta aquest sistema de treball.

Existeixen en el mercat una gran varietat de programes per a treballs concrets. Els més utilitzats per a disseny són els denominats CAD i AUTOCAD; hi ha també d'altres especials per a dibuix i pintura, igual que per animació, que s'utilitzen per elaborar imatges en moviment.

Finalment, es coneix com a **comunicació multimèdia** el conjunt dels treballs realitzats mitjançant l'ordinador que uneixen diferents mitjans d'expressió, com imatges fixes i en moviment, text i so.