

1

La imatge i el llenguatge visual

1. La percepció de la imatge
2. Tipus d'imatges
3. Lectura d'imatges
4. Comunicació visual
5. La publicitat i els *mass media*

Després de fer un viatge, una excursió o una visita a algun lloc amb la família, comentes amb les teves amistats els llocs nous que has conegut, el que t'ha passat, les sensacions i les emocions viscudes; en definitiva, parles sobre com t'has divertit.

Però no només pots comunicar les teves experiències amb la paraula, sinó també per mitjà de fotografies, postals i vídeos dels objectes, els esdeveniments, les persones i els llocs que has visitat.

Per tant, de la mateixa manera que les paraules, les imatges serveixen per expressar i comunicar alguna cosa: situacions, experiències, etc.



QÜESTIONS

- Què et comunica la imatge d'aquesta pàgina?
- Descriu un missatge visual que et transmeti la televisió.
- Què et comunica el despertador als matins?

Cb

COMPETÈNCIES BÀSIQUES

A banda de les competències artística i cultural, en aquesta unitat treballaràs també les competències següents:

- La competència **comunicativa lingüística i audiovisual** perquè hauràs de treballar la comunicació visual per transmetre idees, sentiments, pensaments, etc., i realitzar lectures, objectives i subjectives, d'imatges.
- La competència en el **tractament de la informació i competència digital** perquè hauràs de cercar imatges a diferents fonts.
- La competència d'**aprendre a aprendre** perquè et caldrà desenvolupar les habilitats necessàries per saber interpretar imatges mitjançant l'aplicació d'un mètode de lectura.
- La competència d'**autonomia i iniciativa personal** perquè hauràs de ser creatiu a l'hora d'interpretar, reconèixer i realitzar diferents tipus d'imatges.
- La competència **social i ciutadana** perquè hauràs de valorar la funció cultural de les imatges artístiques, les de la publicitat i els *mass media* en la història i en la societat actual.

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.



Sabies que...

La imatge és l'aparença visible d'una persona, un objecte o una cosa representada per algun mitjà plàstic (dibuix, pintura, escultura, fotografia, 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, classificarem 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.



Vincent Van Gogh,
*L'habitació de Vincent
a Arlès*

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.



Richard Estes,
Cafeteria

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.

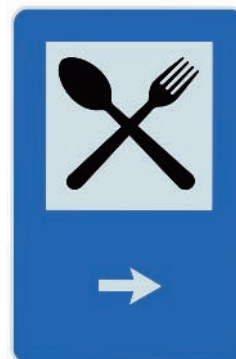
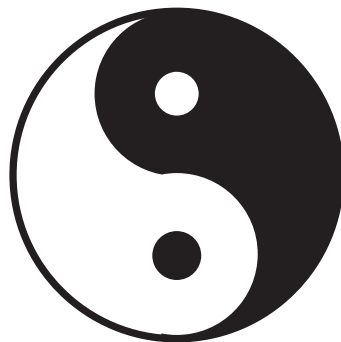


Picasso s'envoltava d'objectes per inspirar-se i crear les seves obres

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 χ (khi) i ρ (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**.



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.

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.

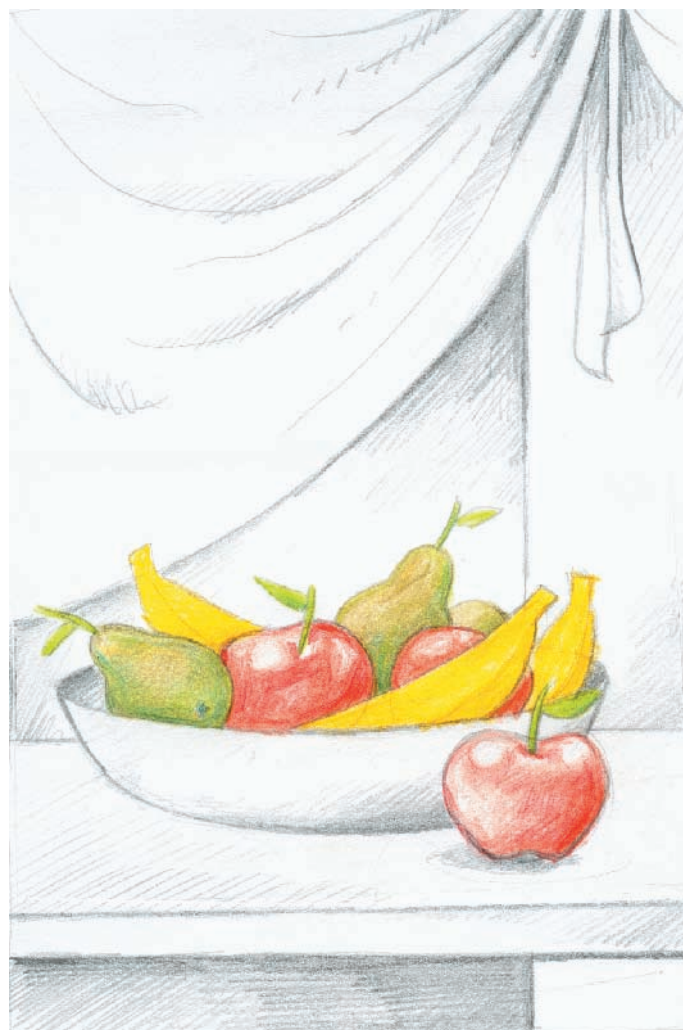
Per llegir una imatge hem de diferenciar dos nivells de lectura fonamentals: una lectura objectiva i una altra de subjectiva. Totes dues són complementàries.

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.



Recorda

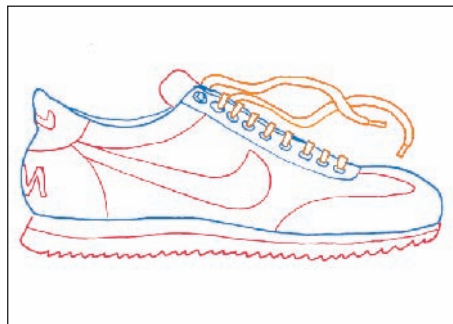
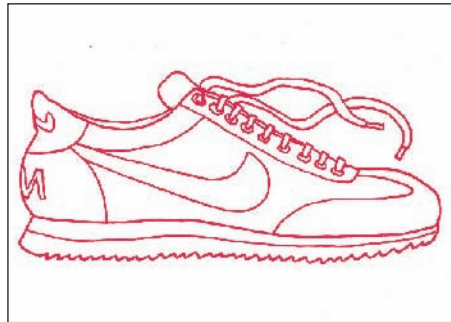
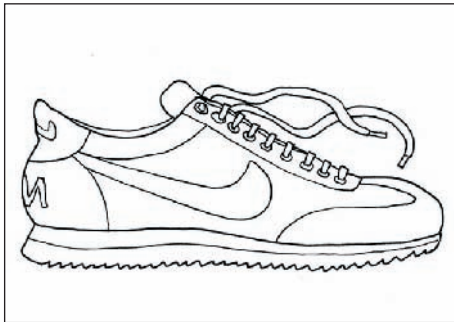
El segon nivell se centra en allò que suggereix la imatge, és a dir, en el **significat o tema** de què tracta. En aquest nivell es fa una **lectura subjectiva**, en la qual jutgem i valorem les sensacions que ens produeix la imatge.

3.1 Pautes per a la lectura objectiva d'imatges

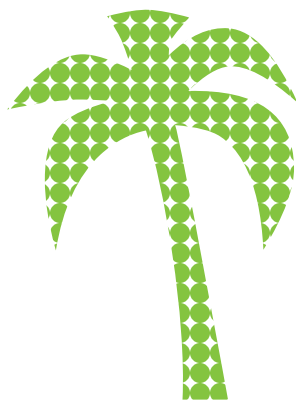
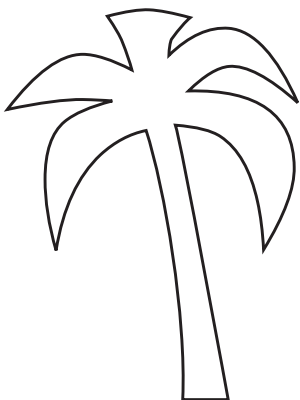
Com hem indicat, en la lectura objectiva d'una imatge cal descriure quins **elements visuals** la defineixen, **com han estat utilitzats** i quins **materials i tècniques** s'han utilitzat per obtenir-la.

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**.



Johannes Vermeer, *La puntaire*

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



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.

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.).



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, etc.

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.

NUEVO MAZDA3. PODRÍA TRANSFORMARTE.

zoom-zoom

Subes al nuevo Mazda3 y sientes un escalofrío. Porque te lleva por caminos muy diferentes a los convencionales. Con una línea más deportiva y motores de hasta 260 CV que te descubrirán tu lado más vivo. Prepárate, el nuevo Mazda3 va a transformarte.

mazda.CDN - 902 345 456

¡Esto es Zoom-Zoom!

mazda

Carrocería ponderada: entre 4,0 y 2,3 l/100 km. Emisiones CO₂: entre 128 y 221 g/km.

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.



Transformar imatges



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.





Transformar imatges

Ondulació de la figura

La sensació d'ondulació que transmet la figura s'ha aconseguit simplement desplaçant les tires seguint aquest moviment.



Escurçament de la figura

Aquesta figura fa la sensació que s'ha empetitit. En aquest cas, l'efecte s'ha aconseguit eliminant alguna tira del cos.



Deformació d'un objecte

Finalment, s'ha escollit la imatge d'un automòbil per deformar-ne la part del davant. Pots apreciar com ha influït la manipulació de la imatge per crear la sensació que ha xocat.



Ara fes-ho tu

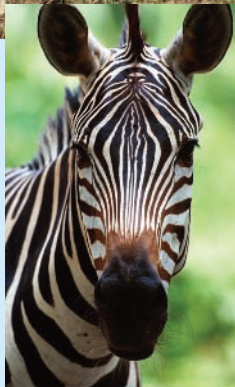
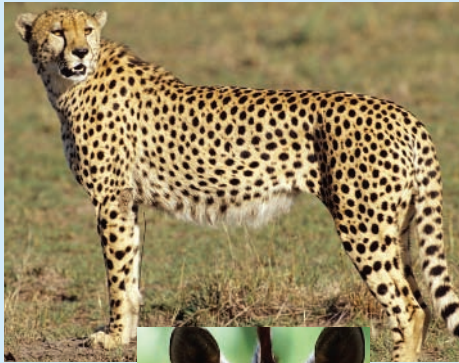
Anima't i transforma diverses imatges que t'agradin i et suggereixin alguna cosa. Ja has comprovat que el procediment és molt senzill, i els resultats, sorprenents.



Activitats

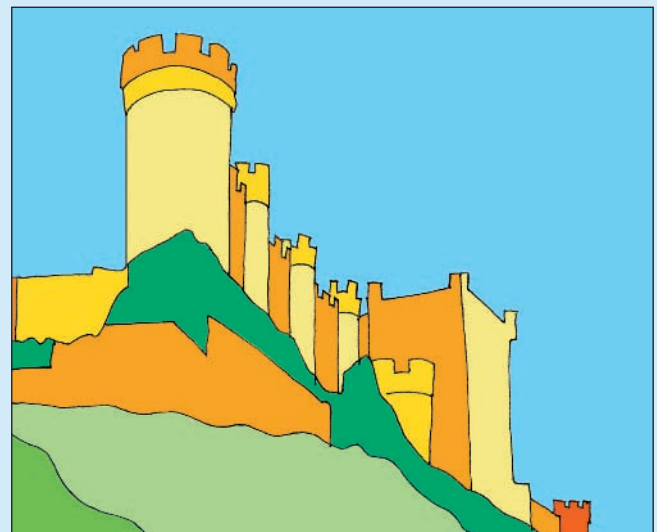
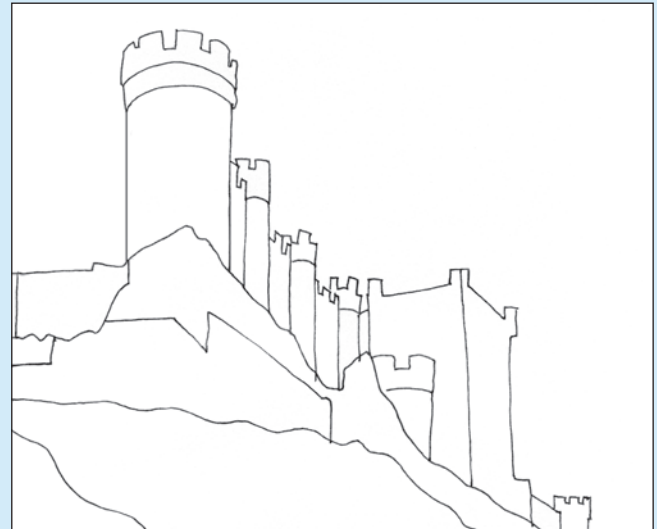
Utilització d'imatges per crear-ne de noves

1. Et proposem que inventis un animal combinant parts de dos o més animals. Els passos que has de seguir són aquests:
 - a) Busca fotografies d'animals a revistes, diaris, catàlegs, llibres de text, etc.
 - b) Fotocopia les imatges que no vulguis fer malbé (per exemple, les dels llibres); les altres les pots retallar directament.
 - c) Retalla parts diferents del cos de cada animal i uneix-les amb les d'altres animals.
 - d) Enganxa el resultat obtingut sobre un full de paper format A-4, blanc o del color que més t'agradi.



2. Ara, transformarem una imatge figurativa. Per fer-ho, repeteix aquests passos:

- a) Busca en alguna revista o catàleg de viatges la fotografia d'un paisatge senzill que t'agradi. Retalla'l i subratlla'n les formes més característiques.
- b) Sobre un full de paper blanc, format A-4, col·loca un full de paper carbó i, sobre aquest últim, situa la fotografia escollida. Calca les línies de les formes subratllades amb un llapis.
- c) Pinta les formes obtingudes amb els tons que vulguis. Fes-ho amb retoladors o llapis de colors.



Transformar i crear imatges

3. Observa amb molta atenció el quadre de Tom Wesselmann. Canvia el fons i la col·locació dels elements que hi apareixen per tal de crear un cartell publicitari. Utilitza un suport de cartolina gruixuda de la mida de 100 x 70 cm i aplica la tècnica del *photocollage*.



4. Tria un anunci publicitari i crea a partir d'aquest anunci una imatge artística nova amb un missatge diferent. Aquest treball consisteix a utilitzar els mateixos elements visuals però amb unes altres relacions formals i sobre un fons diferent.

Fes-ho en un suport de cartolina gruixuda de format A-4. Utilitza la tècnica més adient.



Altres propostes



Expressa't amb imatges

Reflecteix en un dibuix alguna cosa que t'hagi passat últimament. Utilitza un full de paper blanc, format A-4, i pinta amb retoladors o llapis de colors.

Interpreta imatges publicitàries

Les imatges publicitàries que apareixen a la premsa, referides a vehicles, productes de neteja, cosmètica, etc., ens comuniquen i ofereixen els avantatges que tenen els productes que anuncien.

Busca a revistes i diaris dues imatges de publicitat, retalla-les i enganxa-les sobre un full de paper. Després, realitza per escrit una lectura objectiva de cada imatge.

Dissenya un cartell per anunciar les festes del lloc on vius

Recorda els recursos que hem estudiat per relacionar les imatges i les característiques que han de tenir els textos. Fes el treball en un suport 100 x 70 cm. Utilitza la tècnica del fotocollage.



Què has après?

- Una imatge és...
- Els components fonamentals que la formen són...
- La comunicació visual consisteix a... (Explica-ho mitjançant un exemple.)
- Quan parlem dels significats d'una imatge ens referim a...
- Descriure els components de la imatge consisteix a...
- La iconicitat d'una forma o imatge és...
- Enuncia algun dels recursos que utilitzen els dissenyadors per crear imatges suggeridores i atractives. Enuncia els tipus d'anuncis publicitaris que coneixes amb exemples que ho expliquin.

Fes una composició amb formes abstractes

Realitza, sobre un paper de format A-4, un dibuix utilitzant únicament formes abstractes. Fes servir retoladors de colors.

Anuncia el teu institut

Dissenya un anunci publicitari per difondre'l a la premsa de manera directa. Analitza les característiques d'aquest tipus d'anuncis i convenç els veïns del teu barri o la teva localitat perquè matriculin els seus fills en el centre en el qual estudies.

Realitza una lectura de la imatge

Fes una lectura objectiva i una altra de subjectiva d'aquesta vinyeta de còmic seguint les pautes recollides en el text de la unitat. Comenta les impressions per escrit.