



Sesión 1 – Tema: Producción audiovisual

1. Percepción visual:

La percepción visual es la interpretación o discriminación de los estímulos externos visuales relacionados con el conocimiento previo y el estado emocional del individuo.

La mente configura, a través de ciertas leyes, los elementos que llegan a ella a través de los canales sensoriales (percepción) o de la memoria (pensamiento, inteligencia y resolución de problemas).

La percepción visual es un proceso activo, que sucede cuando el cerebro transforma la información lumínica que capta el ojo en una recreación e interpretación de varios elementos.

La psicología de la Gestalt es una teoría de la percepción surgida en Alemania a principios del siglo XX que alude a los modos de percepción de la forma de aquello que vemos. Nuestro cerebro decodifica la información que recibimos a través de diversas asociaciones que se producen en el momento de la percepción.

A continuación un resumen de algunos de los principios de la Psicología de la Gestalt más relevantes para nuestros objetivos:

- Ley de relación figura-fondo:

El fondo sostiene y enmarca a la figura y, por su contraste menor, tiende a ser desapercibido u omitido. La percepción sucede en forma de "recortes"; percibimos zonas en las que centramos la atención y a las que llamamos "figura" y zonas circundantes que quedan justamente en un plano de menor jerarquía al que denominamos "fondo".



a) Figura, es un elemento que existe en un espacio o "campo" destacándose en su interrelación con otros elementos.

b) Fondo: Todo lo que no es figura. Es la zona del campo que contiene elementos interrelacionados que no son centro de atención.

-Ley del Cierre: Nuestra mente añade los elementos faltantes para completar una figura.

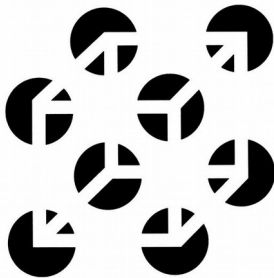
-Ley de la Semejanza: Nuestra mente agrupa los elementos similares en una entidad. De este modo, dos elementos de forma similar rodeados de elementos cuyas formas difieren a éstos, serán asociados. La semejanza puede darse a través de las variantes de la forma, el tamaño, el color, la textura, el tono de los elementos y la dirección de las formas.

- Ley de la Proximidad: El agrupamiento parcial o secuencial de elementos por nuestra mente.

- Ley de Simetría: Las imágenes simétricas son percibidas como iguales, como un solo elemento, en la distancia. Aún sabiendo que la mitad de nuestro cuerpo no es exactamente igual a la otra mitad, al dividirlo, percibiremos dos partes simétricas ya que responden a un mismo patrón de formas.

- Ley de Continuidad: La mente continúa un patrón, aun después de que el mismo desaparezca.

- Ley de Cerramiento: Nuestra mente tiende a completar las zonas faltantes de una forma.



- Ley de Pregnancia: Cuando una figura es pregnante, nos referimos al grado en que una figura es percibida con mayor rapidez por el ojo humano. Aquello que capte nuestra atención en primer orden, tendrá mayor pregnancia que el resto de las formas de la composición (pueden ser pregnancia por tamaño, color, posición, etc.)

Todas estas leyes responden al modo de percibir del ojo humano, a través del cual el cerebro decodifica la información visual. Constituye el modo en que percibimos constantemente. Actúa sobre nosotros, y nosotros actuamos en relación también a ello.

En cuanto al manejo de los códigos visuales, tanto para su estudio como su empleo en la creación de mensajes comunicacionales, es importante tener en cuenta las relaciones entre el campo y la figura, dónde además de las características formales la ubicación de los elementos también es generador de sensaciones e interpretado por nuestro cerebro.

Enlaces de interés:

- *Fundamentos del diseño:* <https://sarabenavidesfullana.files.wordpress.com/2014/05/act-3-ley-de-la-gestalt1.pdf>

- *Formas básicas del diseño gráfico* - <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1297.php>

- *Glosario:* <http://mumng.blogspot.com/2013/01/vectores.html>

2. Tamaño y calidad de las imágenes

Las imágenes digitales están compuestas por unidades elementales de imagen denominadas píxeles.

La resolución de una imagen se define como la cantidad de píxeles por unidad de longitud, y es la que nos indica el nivel de detalle y calidad de imagen que vamos a tener. Esto significa que el mejor indicador del tamaño y calidad de la imagen digital es sencillamente la cantidad de píxeles que la forman, la unidad de medida estándar para esto es el pixel por pulgada o ppi (del inglés "pixel per inch").

Contemplando esto es muy importante proyectar el trabajo de edición de imagen que queremos realizar, para que se adapte lo mejor posible al medio al que la vamos a llevar (pantalla, impresión normal o imprenta).

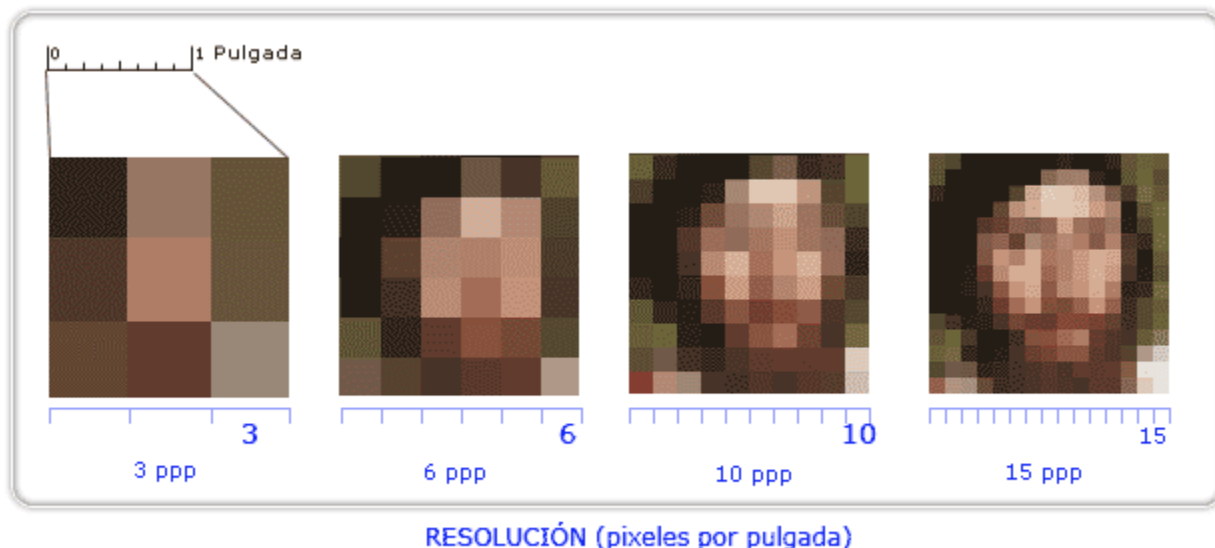
Por ejemplo un archivo trabajado en calidad para impresión se puede "exportar" en calidad para internet, pero un archivo trabajado en calidad para internet a la hora de imprimirlo, se nota de "mala calidad" en la imagen impresa.

Entonces cuando definimos el medio para el que estamos realizando el trabajo con una imagen, debemos asignar cuántos píxeles queremos que haya por pulgada, en el caso de GIMP el programa presenta plantillas de distintos tamaños con las resoluciones 72ppi (internet) y 300ppi (impresión). Esto significa que a menor cantidad de píxeles por pulgada menor calidad de imagen.

Finalmente el tamaño de una imagen significa la anchura y altura en píxeles.

Por criterio general el tamaño de una imagen se dice: ancho x alto (cuántos píxeles tiene en las filas y cuántos píxeles tiene en las columnas).

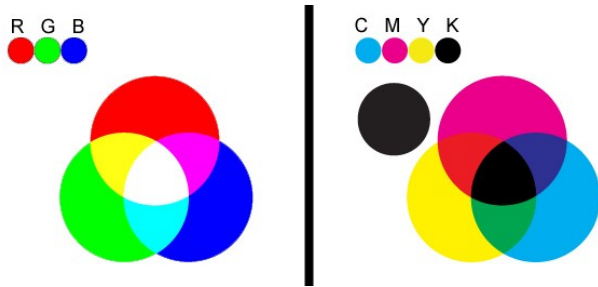
Ejemplo: 800x600 (800 de ancho y 600 de alto).



3. Modo de color

Hablaremos de 2 modos de color que nos interesan: RGB y CMYK

Depende de dónde vamos a tener la imagen, le asignaremos un modo de color u otro.



Si como medio final vamos a usar la pantalla (por ejemplo si la imagen la ponemos en una diapositiva de una presentación, en un sitio web o la mandamos por correo electrónico para que alguien la vea), debemos asociarla al modo de color RGB (en inglés: red-green-blue).

Si por el contrario estamos pensando en un diseño para imprimir en una imprenta, deberemos elegir el formato modo de color CMYK (en inglés: Cyan-Magenta-Yellow-Black), ya que las imprentas trabajan con unas planchas especiales para cada color.

4. El afiche

El afiche o cartel, es una forma visual de difundir un mensaje con fines informativos (predomina el texto sobre la imagen) o formativos (la imagen será reforzada con un texto corto).

En la actualidad los afiches se utilizan para todo tipo de comunicación, actividades o campañas. Tiene como propósito divulgar a través del texto y la imagen un tema específico, logrando captar la atención de quien lo vea para que comprenda el mensaje.

El afiche por sus colores, su tamaño de letra, imagen o mensaje, puede tener una gran aceptación, ya que interpretamos mejor la comunicación visualmente agradable.

El afiche comunmente se usa para comunicar actividades (eventos, cursos, etc.), pero también sirve para crear ambiente en un lugar, sensibilizar o visibilizar respecto a algún tema.

Un afiche tiene tres partes:

- Imagen y/o gráfica: todo afiche requiere de una imagen (fotografía, ilustración o dibujo) que apoyará el propósito del afiche.
- Texto: debe ser lenguaje sencillo, claro y muy conciso. Es para reforzar la imagen visual, no repetirla exactamente.
- Créditos: para algunos afiches se acostumbra a colocar los logos de organizaciones para visibilizar y dar credibilidad al mensaje.

Pasos:

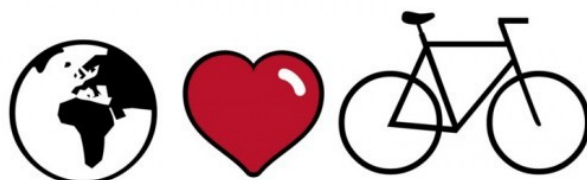
1. Identificar en forma clara el mensaje que desea comunicarle al receptor del afiche.
2. Definir el tamaño del afiche y los recursos gráficos y los contenidos que utilizará (imágenes y texto)
3. Disponer y diagramar (ordenar) los elementos escritos y gráficos de modo que resulte un todo armónico y organizado.

Recomendaciones para el afiche:

- Que sea llamativo
- Que se entienda a primera vista (se puede leer de manera rápida ya que es un texto breve)
- Que comunique un mensaje de interés
- Que vaya acompañado de una imagen gráfica que será la encargada de enfatizar y de convencer aún más
- Que tenga una estructura claramente jerarquizada, donde lo más importante esté al principio
- Que tenga un equilibrio y conjunción entre la imagen, el texto y los espacios
- Usar una tipografía legible y que atraiga la atención



la calle es tuya



muévete en bici

