

# Sensación de proyección y avance

TEXTO: FALSO  
FOTO: FALSA

“ Algunos de los elementos van a ser más o menos pesados en una determinada composición ”



Estos elementos pueden ser imágenes, texto, ilustraciones, espacios en blanco.

**T**odo mensaje en diseño gráfico se elabora siempre por medio de una combinación coherente y estudiada previamente, de los elementos visuales con los que hayamos decidido trabajar. Estos elementos pueden ser imágenes, texto, ilustraciones, espacios en blancos..., o por el contrario, construir nuestra composición con la ausencia deliberada de alguno de estos elementos.

El diseño deberá ordenarse habitualmente en una estructura rígida, coherente y dentro de los parámetros de la simetría en la disposición de los distintos elementos. El diseñador debe tener siempre presente, que cada elemento de la composición, en función

de la ubicación, dimensión o protagonismo que le asignemos, experimenta pequeñas variaciones en su significado. Por tanto, es muy importante la posición que se le da a cada uno de los elementos y encontrar el equilibrio formal entre todos ellos.

Por ejemplo, algunos de los elementos van a ser más o menos pesados en una determinada composición dependiendo de la ubicación que les asignemos y en función de los elementos que les rodean. Los situados a la derecha del área poseen un mayor peso visual y dan sensación de proyección y avance en la composición. Por contra, los situados a la izquierda retrotraen la composición y dan una sensación de ligereza visual más acen-

## Los situados a la derecha del área.

El diseño deberá ordenarse habitualmente en una estructura rígida, coherente y dentro de los parámetros de la simetría en la disposición de los distintos elementos. El diseñador debe tener siempre presente, que cada elemento de la composición, en función de la ubicación, dimensión o protagonismo que le asignemos, experimenta pequeñas variaciones en su significado. Por tanto, es muy importante la posición que se le da a cada uno de los elementos y encontrar el equilibrio formal entre todos ellos.



TEXTO: FALSO  
FOTO: FALSA

« Experimenta pequeñas variaciones en su significado »



Que cada elemento de la composición, en función de la ubicación, dimensión o protagonismo que le asignemos.

## El Diseñador debe tener siempre presente

**E**stos elementos pueden ser imágenes, texto, ilustraciones, espacios en blancos..., o por el contrario, construir nuestra composición con la ausencia deliberada de alguno de estos elementos.

El diseño deberá ordenarse habitualmente en una estructura rígida,

coherente y dentro de los parámetros de la simetría en la disposición de los distintos elementos. El diseñador debe tener siempre presente, que cada elemento de la composición, en función de la ubicación, dimensión o protagonismo que le asignemos, experimenta pequeñas variaciones en su significa-

do. Por tanto, es muy importante la posición que se le da a cada uno de los elementos y encontrar el equilibrio formal entre todos ellos.

Por ejemplo, algunos de los elementos van a ser más o menos pesados en una determinada composición dependiendo de la ubicación.

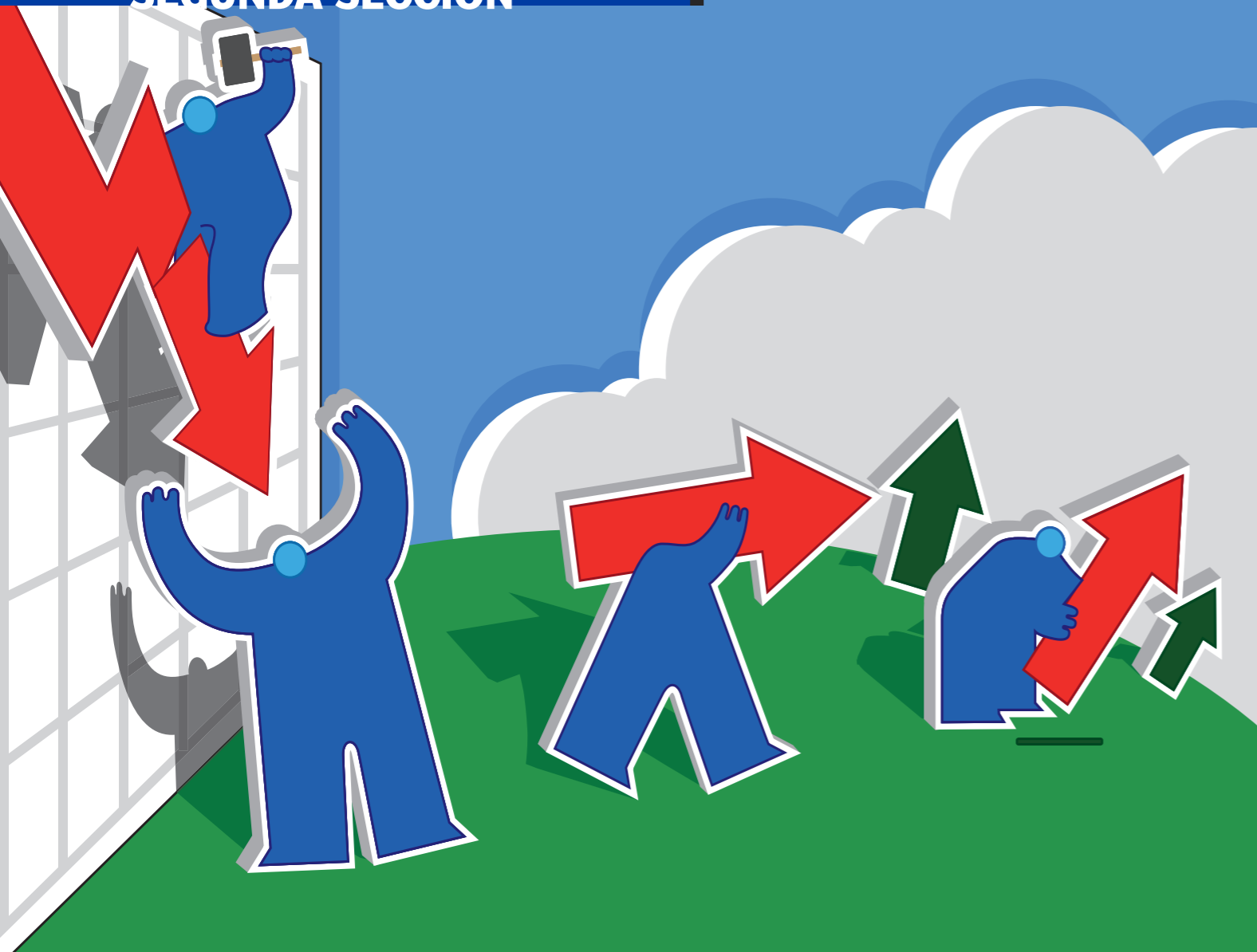
## DESGUACES Y RECICLADOS DIÓGENES

• venta de piezas y repuestos revisados • servicio grua • compra venta de vehículos •



Calle Mayor 000 00 00 00  
Periferia 000 00 00 00

diogenes@desguacesdiogenes.com  
00 000 Periferia



## Dentro de los parámetros de la simetría HACER MÁS EFICAZ NUESTRO MENSAJE

Por tanto, es muy importante la posición que se le da a cada uno de los elementos y encontrar el equilibrio formal entre todos ellos. Por ejemplo, algunos de los elementos van a ser más o menos pesados.

**M**ás todo mensaje en diseño gráfico se elabora siempre por medio de una combinación coherente y estudiada previamente, de los elementos visuales con los que hayamos decidido trabajar. Estos elementos pueden ser imágenes, texto, ilustraciones, espacios en blancos..., o por el contrario, construir nuestra composición con la ausencia deliberada de alguno de estos elementos.

El diseño deberá ordenarse habitualmente en una estructura rígida,

coherente y dentro de los parámetros de la simetría en la disposición de los distintos elementos. El diseñador debe tener siempre presente, que cada elemento de la composición, en función de la ubicación, dimensión o protagonismo que le asignemos, experimenta pequeñas variaciones en su significado. Por tanto, es muy importante la posición que se le da a cada uno de los elementos y encontrar el equilibrio formal entre todos ellos.

Por ejemplo, algunos de los elementos van a ser más o menos pesados en una determinada composición

dependiendo de la ubicación que les asignemos y en función de los elementos que les rodean. Los situados a la derecha del área poseen un mayor peso visual y dan sensación de proyección y avance en la composición. Por contra, los situados a la izquierda retrotraen la composición y dan una sensación de ligereza visual más acentuada según nos vayamos acercando al margen izquierdo de nuestra página.

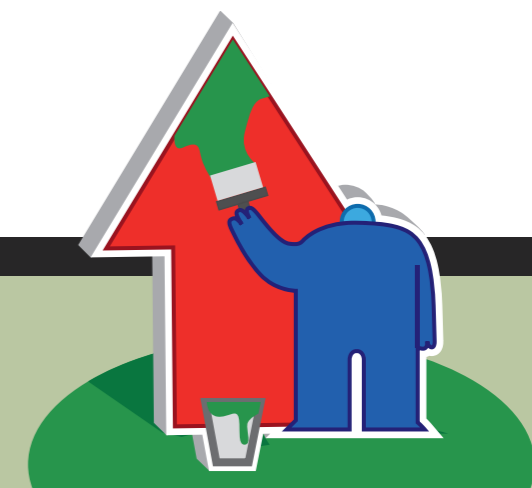
Lo mismo nos ocurre si utilizamos la parte superior o inferior del espacio. La parte superior de la composición es la que posee mayor ligereza visual, en esta parte el peso de los elementos es mínimo, al verse equilibrado por la zona inferior de la página. Por el contrario, en el borde inferior nos encontraremos que los elementos que ubiquemos tendrán un mayor peso.

“La individualidad visual de algunos nombres y productos es tan marcada que basta ver una pequeña parte de su imagen para identificarla. Así, basta ver las letras <Co > en blanco sobre rojo para reconocer un anuncio de Coca Cola.” (Autores del libro de diseño “Haga Usted mismo su Diseño”. Roger Walton, Keith Gillies, Lindsey y John Laing).

En una composición debemos buscar la máxima eficacia comunicativa, impactar visualmente al público receptor de nuestro mensaje. Realmente no existe una norma específica que nos asegure el éxito de nuestra composición, pero sí unas pautas, que si se conocen pueden hacer más eficaz nuestro mensaje.

Como ya vimos en la primera parte de elementos del diseño, hay que seguir una serie de pasos, como conocer el público al que va dirigido el mensaje, antes de empezar a diseñar. Analizaremos algunas pautas a seguir:

El diseño deberá ordenarse habitualmente en una estructura rígida, coherente y dentro de los parámetros de la simetría en la disposición de los distintos elementos. El diseñador debe tener siempre presente, que cada elemento de la composición, en función de la ubicación, dimensión o protagonismo que le asignemos, experimenta pequeñas variaciones en su significado. Por tanto, es muy importante la posición que se le da a cada uno de los elementos y encontrar el equilibrio



## La individualidad visual NO EXISTE UNA NORMA QUE ASEGURE EL ÉXITO

Lo mismo nos ocurre si utilizamos la parte superior o inferior del espacio. La parte superior de la composición es la que posee mayor ligereza visual, en esta parte el peso de los elementos es mínimo, al verse equilibrado por la zona inferior de la página. Por el contrario, en el borde inferior nos encontraremos que los elementos que ubiquemos tendrán un mayor peso.

- 1- La mayoría de pequeñas y medianas empresas no sabe muy bien qué está pasando con su negocio. Lo primero que hay que tener claro es la situación actual de nuestra empresa.
- 2- La clave para un negocio rentable, vaya la economía bien o mal, es dedicarnos a profundizar en la relación con los clientes actuales, comunicarnos con ellos a menudo y ofrecerles nuevas ofertas relevantes y además utilizar las estrategias de Marketing que más clientes nuevos pueden aportarnos.
- 3- Formar a la plantilla para mejorar su rendimiento y su productividad. Insistimos en que la formación y el reciclaje no es un gasto, sino una inversión.
- 4- Contar con un presupuesto B, que prevea un escenario de caída de ventas, reducir los gastos realmente prescindibles y generar un colchón para los próximos dos o tres años. Si la empresa tiene una situación financiera correcta lo primero que tiene que hacer es ahorrar y reducir los gastos variables.
- 5- Intentar diversificar el negocio en el exterior. En general no tenemos cultura exportadora pero hay que hacerlo.
- 6- Invertir en innovación. Para ello hay que identificar oportunidades, generar ideas diferentes y finalmente darles forma y explotarlas. Apostar por transformar nuestra empresa no es ni fácil, ni barato, ni siquiera admirado, ial menos hasta que se ha triunfado!
- 7- Es el momento de absorber empresas de nuestro sector que pasen por problemas económicos o que necesiten liquidez.
- 8- Destinar posible tiempo ocioso de nuestro personal a mejorar la empresa: mejorar el mantenimiento de maquinas e instalaciones; mejorar compras, replantear todos los proveedores; buscar ahorros energéticos, en consumos de maquinas, en iluminación.
- 9- No hay que ignorar la realidad, pero sí hay que ignorar a aquellos que lo único que aportan es pesimismo y generación de miedo. Los períodos de crisis no duran siempre, suelen pasar.
- 10- En último lugar, el ajuste de personal, teniendo en cuenta que puedes arrepentirte en el futuro de prescindir de gente válida.

TEXTO: FALSO  
ILUSTRACIÓN: THE END