



Principios fundamentales del diseño

gordongroup

4.



Acerca de gordongroup

gordongroup es una agencia de marketing y comunicación que proporciona un servicio completo, en un centro único, y ofrece una combinación exclusiva de servicios creativos, entre los que se incluyen el diseño y la edición de proyectos impresos y digitales, web, vídeo y otras soluciones digitales, redes sociales, campañas de marketing directo, gestión de eventos, formación y, por supuesto, estrategias globales de marketing y comunicación.

Visite su sitio web en www.gordongroup.com.

Principios fundamentales del diseño

El objetivo del diseño en el sector editorial es la creación de significado. Se trata de utilizar la forma, la estructura y la creatividad para transmitir su mensaje a todas las personas que desee, ya sean pocas o muchas. ¿Cómo lograrlo? Mediante la creación de un diseño y la organización de los contenidos de manera que sea visualmente interesante, atractivo y convincente para el público.

Independientemente de su experiencia como usuario de CorelDRAW®, estas páginas le resultarán muy útiles a la hora de planificar, crear y revisar sus diseños.

Un resultado deseable: un diseño que funcione

¿Ha experimentado dificultades alguna vez con la lectura de un menú, un programa o un póster? A veces, el material impreso, cuya intención era facilitarle la vida, no lo hace porque los elementos del diseño se colocaron en la página al azar.

Si desea crear diseños efectivos, debe seguir cuatro principios básicos del diseño: proximidad, alineación, repetición y contraste.

Vamos a examinar con más detalle estos cuatro principios para ver por qué son tan importantes en el proceso de diseño.

Principio 1: Proximidad

¿Alguna vez ha visto diseños con texto y gráficos que parecen no tener relación alguna? El texto y las imágenes parecen estar dispersas y sin relación, lo que transmite una sensación de anarquía en el diseño.

El principio de **proximidad** dicta que los elementos relacionados deben agruparse para formar una unidad coherente. Al utilizar este principio, puede reducir el desorden y aumentar la claridad. Su contenido y el mensaje se simplifican, con lo cual aumentan las posibilidades de que los usuarios lo lean y lo recuerden (Figura 1).



Figura 1: Observe cómo están organizados los grupos de texto y las fotografías en la página. La proximidad de elementos relacionados ayuda al lector a examinar el contenido de la página.

Principio 2: Alineación

Cada elemento de la página debe tener una relación con otro elemento para asegurar que la lectura sea fácil y fluida. Para tener éxito con el diseño, los elementos no deben distribuirse de forma arbitraria e ilógica. La **alineación** crea una imagen limpia y sofisticada que ayuda a atraer la atención hacia el mensaje y a conectar visualmente los elementos (Figura 2).

Por norma general, un elemento clave en la página sirve de punto de enfoque con el cual están alineados todos los demás elementos. Cuando añade un nuevo elemento al diseño, debe alinear los dos elementos en una línea invisible.



Figura 2: Al alinear los elementos de una página el contenido tiene más sentido y está mejor organizado, lo cual lo hace más atractiva su lectura.

Principio 3: Repetición

Es la naturaleza humana. Por alguna razón, necesitamos ver, oír y hacer las cosas varias veces para que causen una impresión. El diseño no es una excepción.

La **repetición** de elementos visuales en su diseño, tales como colores, formas, texturas, líneas y listas de marcas, le ayudarán a hacer hincapié en los mensajes importantes. La repetición crea uniformidad, organización e interés visual, para aumentar las probabilidades de lectura del producto final (Figura 3).

Una pequeña advertencia sobre el principio de repetición: hay que tener cuidado de no excederse. Demasiada repetición de un elemento puede crear desorden en la página y dificultar la comprensión del mensaje. Cuando tenga dudas, mantenga el diseño simple.



Figura 3: La repetición de temas visuales, como círculos, colores y fuentes, ayuda a dar uniformidad al diseño y al mismo tiempo deja libertad de creación.

Principio 4: Contraste

¿Ha leído alguna vez un anuncio que le haya hecho preguntarse “qué quieren decir”? Su confusión podría deberse al uso de demasiados elementos conflictivos, cada uno compitiendo por su atención y todos con la misma importancia en la página. Para evitar esta confusión, resalte los elementos más importantes para que contrasten con los elementos secundarios (Figura 4).

El uso de contraste es esencial para diferenciar los elementos y organizarlos en orden jerárquico en el diseño. Al contrastar colores, tamaños, texturas o fuentes, puede crear un efecto visual intenso y dirigir la atención hacia su mensaje clave. La diferencia entre elementos debe apreciarse; para que su diseño sea efectivo, haga que los elementos se diferencien en 180 grados.



Подробности взаимоотношений франшизы регулируются договором франшизы, но у большинства франшиз есть общие черты.

Доклад консультанта

Создание бизнеса: Стоит ли Вы заниматься франшизой? Открытие нового бизнеса отчасти средни ходьбе по канату. Оно даёт устойчивую прибыль только после преодоления некоторого риска, поэтому необходимо с самого начала ознакомиться с информацией и реалистично настроиться. Один из первых вопросов – это правовая форма бизнеса. Франшиза – это такой вариант, в котором риск удачно уравновешивается прибылью.

Франшиза – это отношение между владельцем торговой марки или торговой фирмы (правообладателем) и частным лицом или организацией (получателем франшизы), заключающим договор об использовании в бизнесе официально зарегистрированной торговой марки. Подробности их взаимоотношений регулируются на основании договора о франшизе, но у большинства франшиз есть схожие характеристики. Как правило франшиза продает товары или услуги, которые или поставляются правообладателем, или, как минимум, соответствуют установленным им стандартам. Проще говоря, правообладатель обеспечивает то, что наработано опытом ведения определенного типа бизнеса, а получатель франшизы приносит свой труд и всё то неослаемое, что требуется бизнесу, чтобы встать на ноги и процветать.

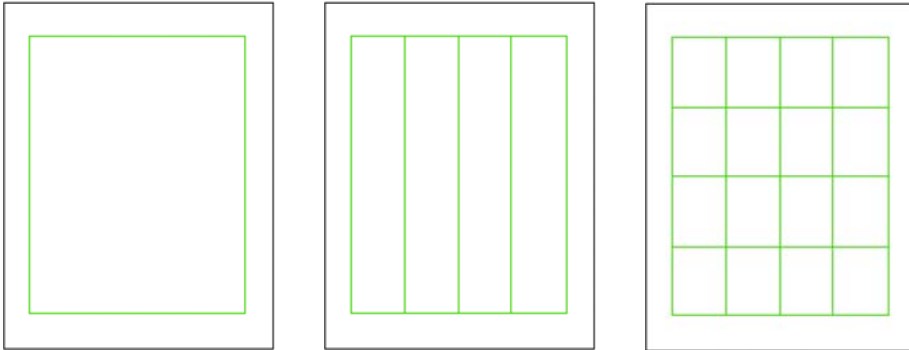
(Название улицы) д. 3 кв. 187
100000 МОСКВА И. П.
Тел. +7 (495) 344-0798
Моб. +7 (712) 456-7890
Факс +7 (123) 567-8901
E-mail: info@CompanyCompany.ru



Figura 4: El texto grande del titular contrasta con el texto del cuerpo y la foto más grande contrasta con la más pequeña. Los elementos están relacionados pero son distintos y estas diferencias crean interés visual.

Cuadrículas 101

¿Qué sería del mundo del diseño sin las cuadrículas? En pocas palabras, una cuadrícula es un marco de líneas paralelas, horizontales y verticales, que proporciona un método sistemático y coherente para la colocación de objetos. Las cuadrículas conforman la base de todo el diseño y son fundamentales para crear trabajos de edición uniformes, coherentes y fáciles de examinar. Las cuadrículas pueden ser sencillas o tan complejas como necesite. Puede crear cuadrículas fácilmente con el software de autoedición y diseño gráfico CorelDRAW. Vamos a ver algunos de los formatos de cuadrícula más frecuentes (Figura 5).



Cuadrícula de una columna

Cuadrícula de varias columnas

Cuadrícula modular

Figura 5: Formatos de cuadrícula comunes

La cuadrícula de **una columna** es la más utilizada para el diseño de página de los libros. Para crear más espacio para el lomo, los diseñadores de libros a menudo hacen los márgenes interiores más anchos que los márgenes exteriores.

La cuadrícula de **varias columnas** es la que se usa con más frecuencia en artículos, folletos, boletines informativos y pósteres. Este formato de cuadrícula se puede utilizar de muchas maneras. Las columnas exteriores con frecuencia se reservan para imágenes o pies de foto, o una combinación de ambos.

La cuadrícula **modular** contiene un número uniforme de columnas y filas. Este formato permite un número casi infinito de combinaciones de diseño (Figura 6).



Figura 6: Esta cuadrícula modular ofrece un número casi ilimitado de posibilidades de diseño y, al mismo tiempo, su alineación mantiene la página limpia y organizada.

Aspectos básicos del diseño

La forma en que distribuye (organiza) su contenido es un componente esencial del proceso de diseño. Mediante el uso de tamaño, resalte, posición y espacio puede hacer que la atención del lector se dirija al contenido más importante. Este aspecto de la distribución se denomina jerarquía de diseño. Se pueden ver ejemplos de esta distribución jerárquica en periódicos, revistas y pósters (Figura 7).

UL. SOMEWHERE 1
81-116 GDYNIA
POLSKA

TEL: 02-231 123 4567
KOMÓRKA: 02-221 234 5678
FAX: 02-221 012 3456

ABC technologia

Bolesław Reymont przyłączył się do firmy ABC technologia w styczniu, jako Dyrektor ds. Marketingu i Sprzedaży. Bolesław ma ponad 20-letnie doświadczenie w zakresie sprzedaży środków anestetycznych szpitalom w Lubuszu.

Bolesław został goręco polecony przez Organ Doradczy firmy ABC technologia. Leszek Kaczyński zajęł miejsce Józefa Gomułka jako Kontroler Korporacji firmy ABC technologia. Leszek jest zawodowym księgowym z ponad 20-letnim stażem pracy. Leszek został goręco polecony przez audytorów ABC.

Casimir Poniatoński rozpoczyna pracę w maju, jako stażysta na okres 18m. Będzie on pomagał we wszystkich obszarach.

ABC technologia przeprowadza się do nowej siedziby

Firma ABC technologia z radością zawiadamia, że od czasu poprzedniego biuletynu z października 2007 r. poczyniliśmy znaczne postępy.

W styczniu, firma ABC technologia przeprowadziła się do nowej siedziby w Polsce, w Warszawie. Od tej pory nasze biura zostały całkowicie wyremontowane i wyposażone, i obecnie trwają w zakładzie przygotowania do zainstalowania naszej zastrzeżonej aparatury do odzysku i oczyszczania środków anestetycznych. Kierujemy specjalne podziękowania do licznych udziałowców i przyjaciół, którzy pomagali i nadal pomagają w tym przedsięwzięciu.

W ciągu ostatnich sześciu miesięcy sfinalizowaliśmy projekty zakładów oraz przyznaliśmy kontrakty. Korporacja XYZ przygotowała początkowe projekty procesu i oprzyrządowania dla aparatury do odzysku. Firma 123 Filters, renomowany dostawca wysokiej jakości technicznych układów do filtracji płynów jest w trakcie

wytworzenia aparatury do odzysku, której dostarczenie przewiduje się na sierpień 2007 r.

Firma Dr. Władysław Prus & Wspólnicy, przy Wydziale Chemii i Technologi Materiałów Uniwersytetu Krakowskiego, przygotowała diagramy P&ID dla aparatury do oczyszczania środków anestetycznych. Firma Big Gas and Oil Production Equipment Ltd, producent i wytwórca aparatury do przetwarzania ropy naftowej i gazu, załatwiła niedawno zamówienie na aparaturę w obecności Janusza Wajdy, Kierownika Projektu w firmie ABC technologia. Dostawa spodziewana jest na koniec czerwca.

NOWY LOKAL ZAPEWNI BARDZIEJ PRODUKTYWNA, JAŚNIEJSZA PRZESTRZEŃ DO PRACY.

WWW.ABCTECHNOLOGIA.PL

Figura 7: La mirada del lector se dirigirá hacia la historia de la derecha, debido al título y el texto de mayor tamaño. El contenido de la columna de la izquierda es menos importante, por lo que el texto es más pequeño y se ha colocado sobre un fondo de un color diferente.

Fuentes

La fuente, o tipo de letra, es el diseño de un conjunto de caracteres impresos. Es esencial elegir la fuente y el tamaño de fuente correctos para comunicar el mensaje con éxito. Las fuentes tienen diferentes personalidades y el tipo que elija debería reflejar el mensaje y el tono de la pieza.

Si la fuente es demasiado pequeña o complicada, el lector puede decidir que no vale la pena el esfuerzo. Si utiliza demasiados atributos de negrita, subrayado o mayúsculas, creará muchos elementos compitiendo entre sí y puede que el mensaje no se comunique como es debido. El uso de más de tres tipos diferentes de fuente puede estropear un buen diseño.

A menudo las fuentes se ordenan en categorías según contengan o no "serifs", es decir, trazos diminutos finales en la parte superior e inferior de las líneas principales de una letra. Aunque existen miles de fuentes (demasiadas para mencionarlas todas aquí), la mayoría se clasifican en seis categorías (Figura 8).



Figura 8: Seis categorías de fuentes

Independientemente de la tipografía que elija, asegúrese de que es legible y apropiada para su público. No use una fuente demasiado sofisticada. Piense en la fuente como una manera de mejorar la legibilidad del mensaje y reforzarlo.

¡A diseñar!

Ahora que ha revisado algunos principios fundamentales del diseño, ¿está preparado para ponerlos en práctica? No hay mejor herramienta para comenzar que CorelDRAW Graphics Suite X7, una solución de software completa que le permite emprender una amplia variedad de proyectos de diseño con plena confianza y éxito, desde la creación de logotipos hasta folletos publicitarios de varias páginas o atractivos letreros.

Copyright © 2015 Corel Corporation. Reservados todos los derechos. Todas las marcas comerciales o registradas son propiedad de sus respectivas empresas.