

Técnicas de composición

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA



Definir el enfoque

Como lo decían cuando se estaba en la escuela “**tener enfoque es algo muy importante**”. Un elemento clave para cualquier buena composición es un punto focal sólido, ya que ayuda a dirigir naturalmente los ojos de los espectadores hacia las partes importantes del diseño.

Cuando se elija el punto focal se debe tomar en cuenta que el objetivo principal de todo diseño es la comunicación. Independientemente de que se esté comunicando una idea, cierta información o simplemente un sentimiento o una emoción, el diseño está contando una historia específica, así que se debe procurar elegir dicho punto que ayude a contar esa historia de la manera más contundente y efectiva.

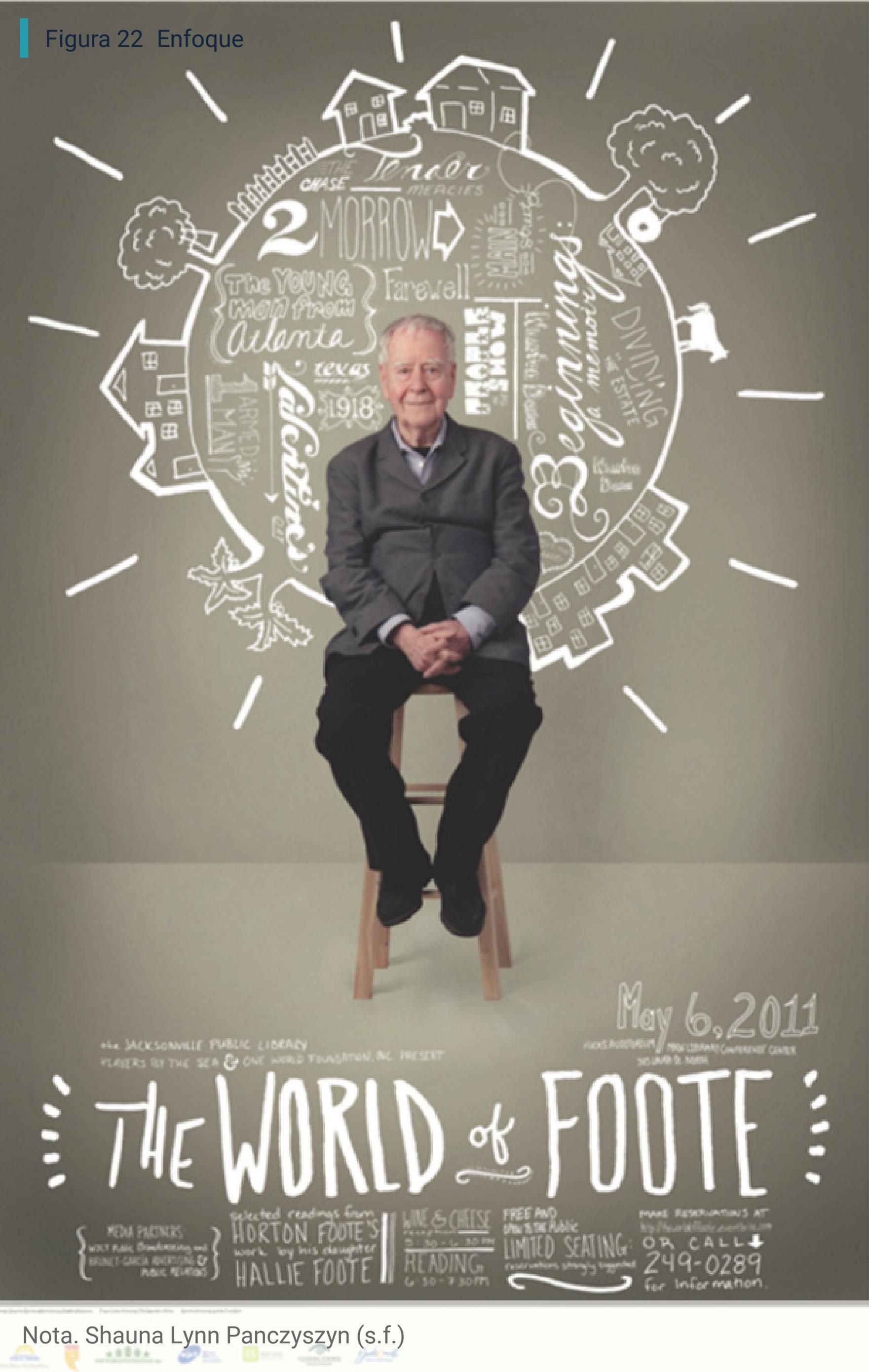


Figura 21 Punto focal



Algunas maneras de llamar la atención es mediante técnicas como la escala, el contraste y las líneas guía, lo cual se discutirá con mayor detalle más adelante. Por el momento, se puede analizar el ejemplo que aparece en la figura 21, elaborado por Matthew Metz para la cadena de moda Nordstrom, donde el punto focal es la modelo y su ropa. Razón por la que ella ha sido ubicada en el centro, además tiene letras y un bloque de color posicionado, de manera que resalte y dirija la atención hacia su rostro, luego su atuendo y las líneas guía dirigen los ojos por debajo de su marco y gradualmente hacia la otra información.

Figura 22 Enfoque



Del mismo modo, la siguiente figura, ejemplo de diseño de un póster por Shauna Lynn Panczyszyn, pone el enfoque en la fotografía del hombre. Orienta el enfoque de esta imagen al colocarlo en el centro, enmarcándolo con los gráficos y usando gráficos garabateados para guiar el ojo hacia la fotografía.

Figura 21 Punto focal

Líneas guía

Así como se apunta a algo cuando se desea que los demás lo vean, al posicionar algunas líneas y formas de ciertas maneras se puede controlar el punto de vista del diseño, es decir, hacia dónde se mueven los ojos de los espectadores cuando lo ven. Un uso común de las líneas guía con el que se podría estar muy familiarizado es dentro de los organigramas, los cuales usan líneas para dirigir los ojos de un punto al siguiente, de manera obvia.

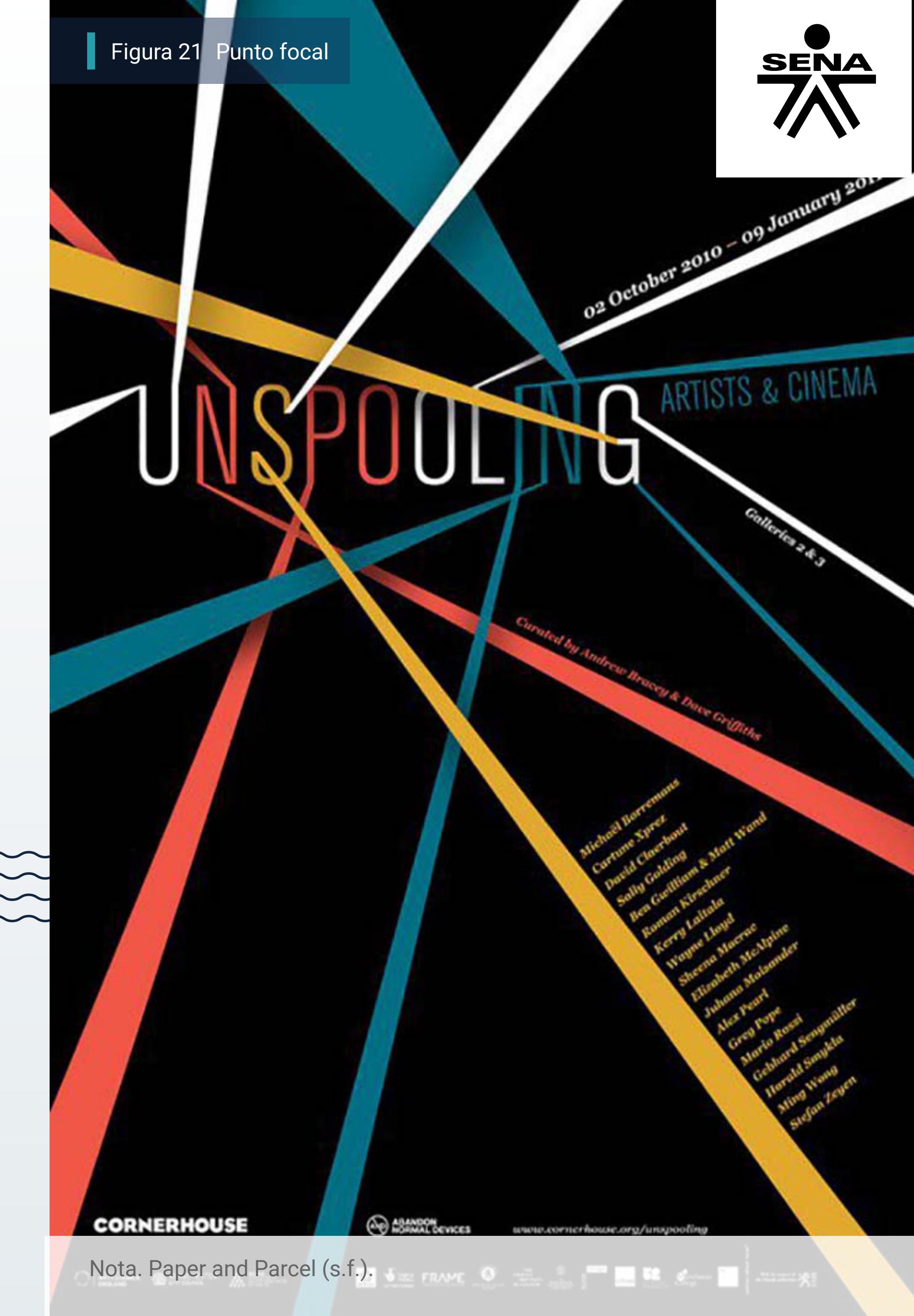
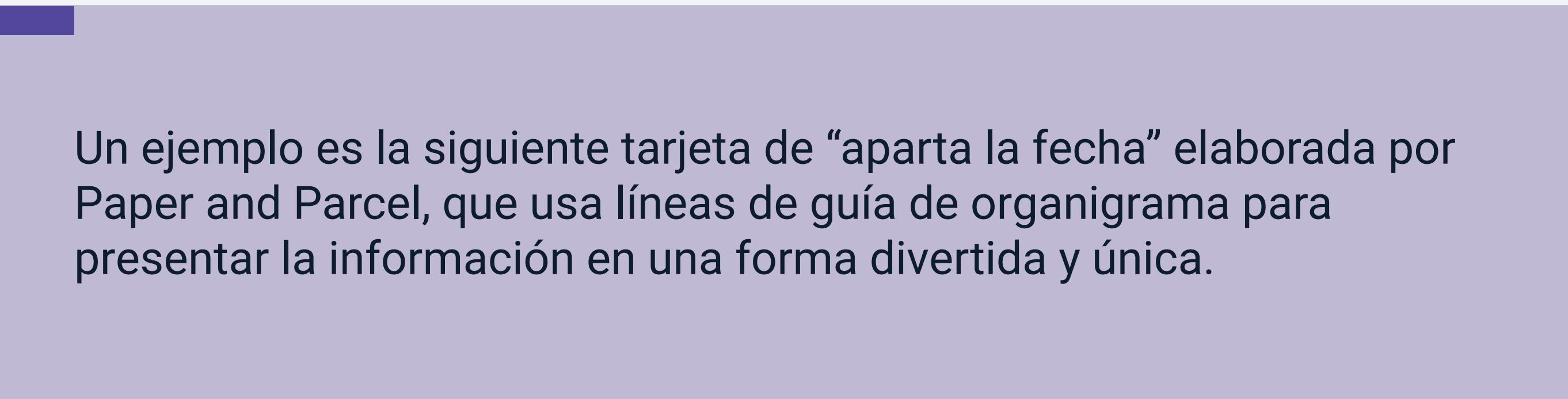


Figura 21 Líneas y formas dentro de la imagen



Nota. Trick Pony (s.f.).

Claro, no todos los diseños tendrán líneas tan evidentes para ajustarlas al dirigir el punto de vista, pero esto no significa que se esté en una balsa sin remos. Ello quiere decir que se deben encontrar formas y líneas dentro de las imágenes y de los elementos gráficos y, usarlos para dirigir el ojo de cierta manera.

Un ejemplo de esto puede observarse en el siguiente póster de Trick Pony, que utiliza la línea al lado del brazo izquierdo del hombre para dirigir el ojo hacia y desde el logo, y luego hacia el resto de la imagen. De este modo, las formas de la imagen se han utilizado para dirigir la vista.

Escala y jerarquía

La escala y la jerarquía visual son algunos de los fundamentos creativos que pueden crear o destruir los diseños, así que es importante tener un buen entendimiento de ellos para mantener una composición exitosa.

En una explicación muy breve, la jerarquía es la colocación y diseño de elementos en orden para señalar su importancia de manera visual. Así que se puede hacer que un elemento importante sea más grande y llamativo que uno que no lo sea, el cual podría ser más pequeño o tenue. La jerarquía es especialmente importante cuando se trata de la letra, como se muestra en la siguiente figura.

Figura 25 Escala y jerarquía



La escala con frecuencia se utiliza para comunicar la jerarquía al dirigir la atención hacia y lejos de ciertos elementos, indicando de este modo su importancia para la comunicación.

Equilibrio de los elementos

El equilibrio es muy importante en muchos sentidos y por supuesto que sus diseños no son la excepción. Pero

¿cómo encontrar ese **perfecto equilibrio** dentro de los diseños ?



En la figura que aparece a continuación se muestra un ejemplo.

Figura 25 Escala y jerarquía



Nota. Jennifer Wick (s.f.).

Figura 27 Equilibrio simétrico



Es preciso discutir sobre dos tipos comunes de equilibrio y cómo dominarlos; primero, se tiene el equilibrio simétrico, este tipo de equilibrio hace exactamente lo que indica su nombre –equilibra el diseño usando la simetría–. Al reflejar ciertos elementos del diseño de izquierda a derecha o de arriba hacia abajo se puede crear un fuerte sentido de equilibrio, como se muestra en la siguiente figura.

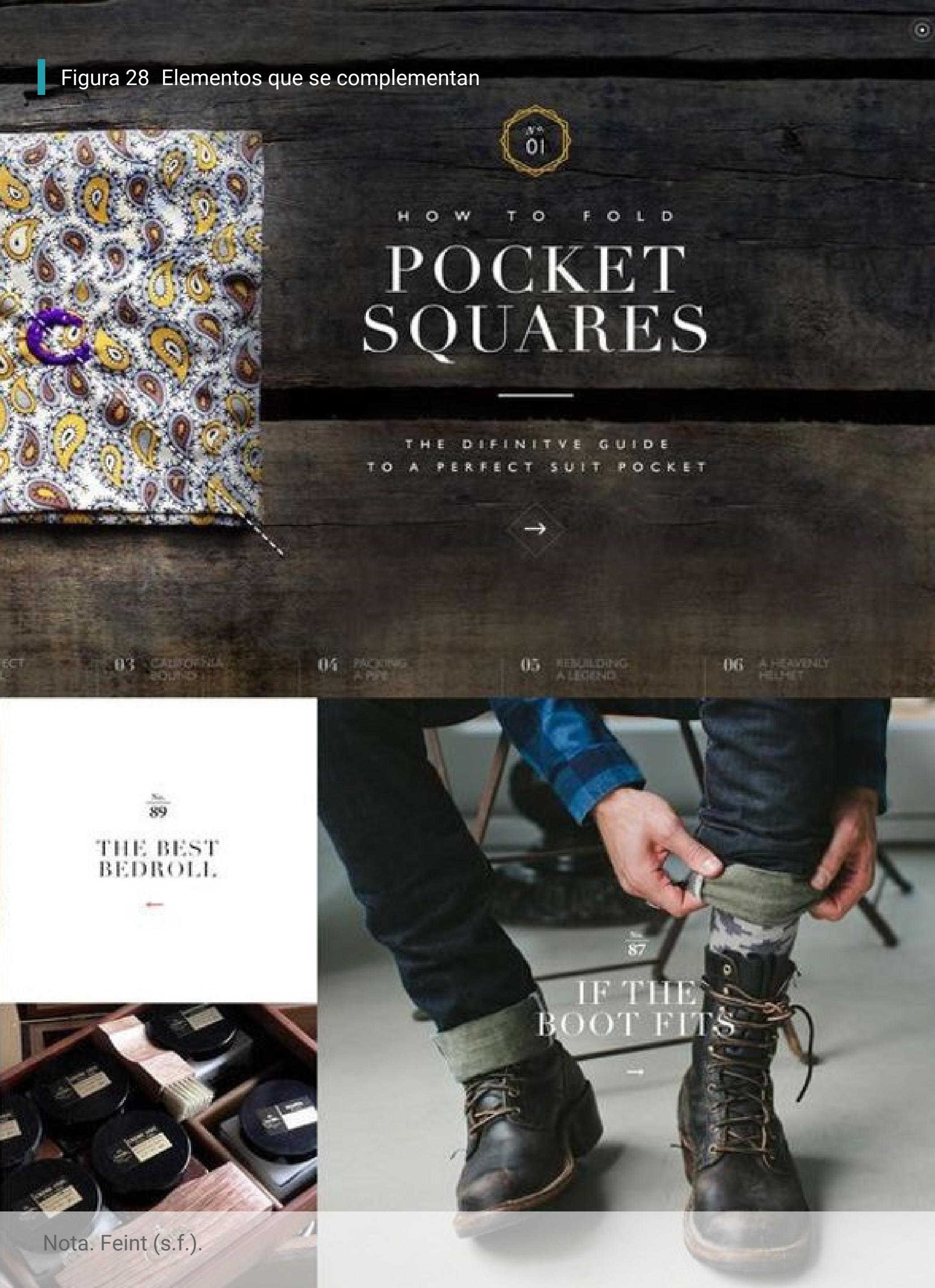
Figura 27 Equilibrio simétrico



En este diseño, los tres círculos centrales son los elementos más grandes, pero se equilibran gracias a la letra, a los gráficos de línea fina y al círculo pequeño con mucha textura que está en la esquina inferior.

Otro tipo de equilibrio y posiblemente el más común es el equilibrio asimétrico, que también es un término bastante claro, dado que habla de crear equilibrio sin simetría.

Figura 28 Elementos que se complementan

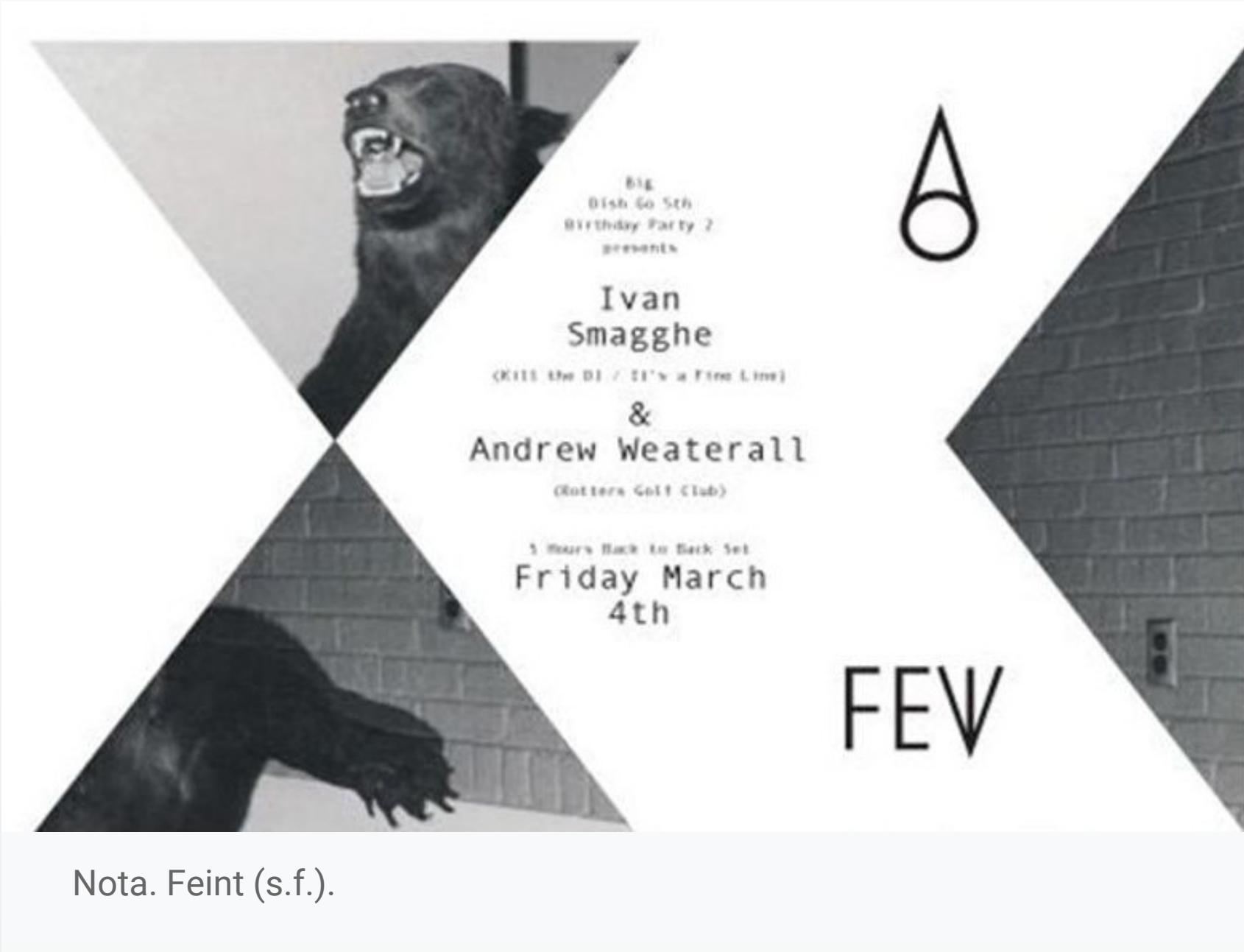


Nota. Feint (s.f.).

Usar elementos que se complementen entre sí

Algunas maneras de llamar la atención es mediante técnicas como la escala, el contraste y las líneas guía, lo cual se discutirá con mayor detalle más adelante. Por el momento, se puede analizar el ejemplo que aparece en la figura 21, elaborado por Matthew Metz para la cadena de moda Nordstrom, donde el punto focal es la modelo y su ropa. Razón por la que ella ha sido ubicada en el centro, además tiene letras y un bloque de color posicionado, de manera que resalte y dirija la atención hacia su rostro, luego su atuendo y las líneas guía dirigen los ojos por debajo de su marco y gradualmente hacia la otra información.

Figura 29 Colorear las fotos del mismo modo



Colorear las fotos del mismo modo

Con la prevalencia de filtros y herramientas de ajuste de imágenes se es capaz de colorear y ajustar fotos para tener paletas más cohesivas y complementarias. Esto se puede observar en este diseño de póster elaborado por A is a name, donde se utiliza un filtro monocromático en todas las fotos para enlazar cada imagen entre sí, en una forma más natural, como se muestra en la siguiente figura.

Figura 30 Contraste

Definir el enfoque

El contraste es una herramienta sumamente útil para resaltar y ocultar ciertos elementos del diseño. Al aumentarlo o usar un color distintivo de alto contraste se ayuda a que un elemento sobresalga y llame la atención. De igual manera, al reducirlo, se hace que un elemento se desvanezca en el fondo.

En el siguiente ejemplo desarrollado por Thebault Julien se usan colores de alto contraste para enmarcar y resaltar las imágenes focales, además de tipografías llamativas para destacar los fragmentos clave de información. Pero también se utilizan letras más ligeras y delgadas para empujar los otros elementos un poco fuera del centro de atención.



Nota. Thebault Julien (s.f.).

Figura 31 Repetición



Nota. Mauro De Donatis y Elizaveta Ukhabina (s.f.).

En el diseño visualizado de los creativos Mauro De Donatis y Elizaveta Ukhabina cada composición de formato es similar, las únicas diferencias son el contenido escrito, los colores y el uso de imágenes. Esta composición repetida ayuda a los lectores a reconocer rápidamente el formato y, por lo tanto, a familiarizarse con la información de manera rápida.

Repetir elementos

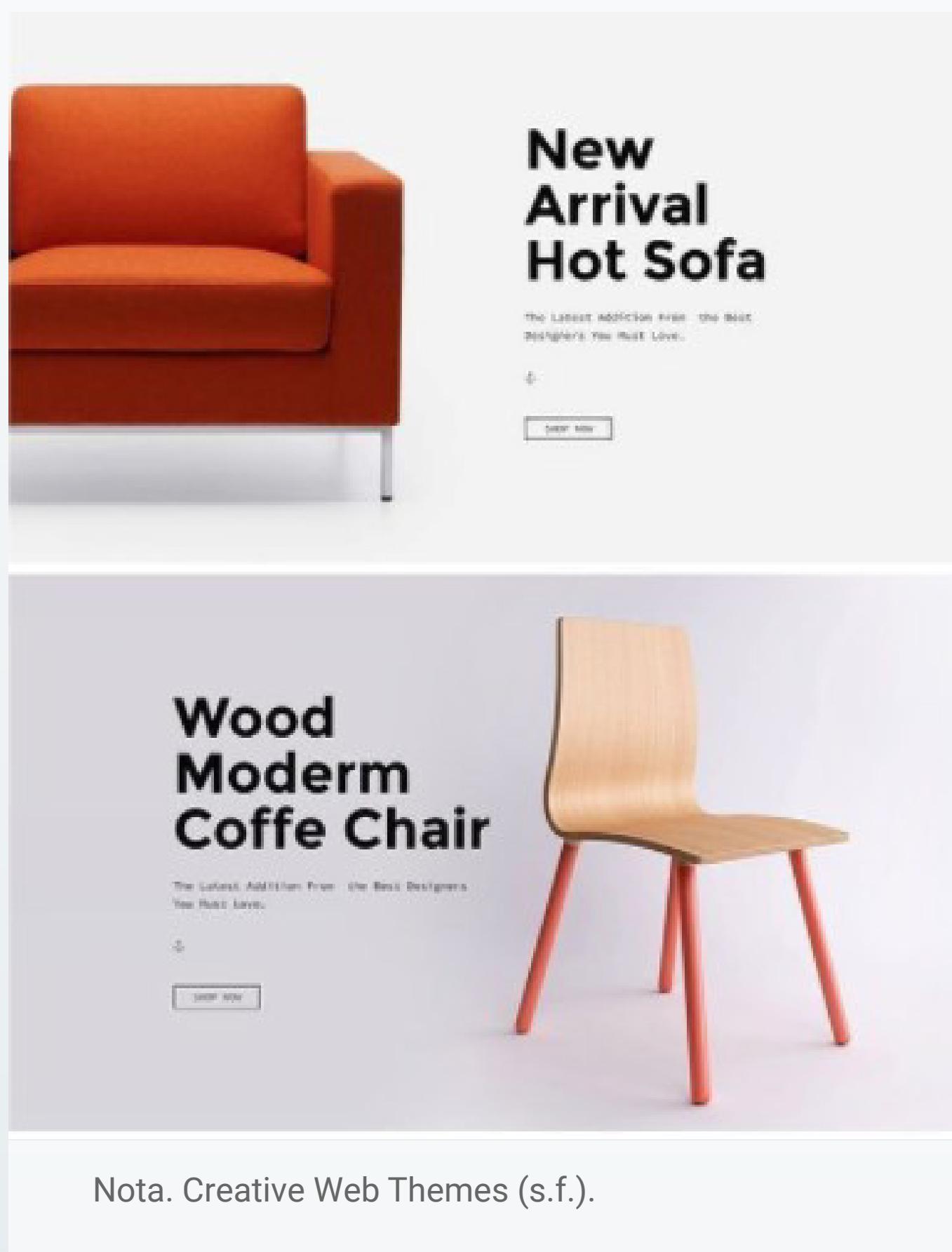
Repitan: “la repetición crea composiciones exitosas”. Para mantener la consistencia y un formato lógico hay que intentar tomar elementos específicos de una sección del diseño y aplicarlos en otras secciones; tal vez un estilo de letra puede usarse en más de una sección del diseño o quizás un motivo gráfico más de una vez. Así que hay que probar armarlo con elementos repetidos.

La repetición es un factor clave cuando se trata de formatos de múltiples páginas. Repetir elementos de formato y/o diseño ayuda a que cada página pase a la siguiente, creando un conjunto cohesivo de ellas, como se muestra en la siguiente figura.



Dejar espacios en blanco

Figura 32 Espacios en blanco



Algunas maneras de llamar la atención es mediante técnicas como la escala, el contraste y las líneas guía, lo cual se discutirá con mayor detalle más adelante. Por el momento, se puede analizar el ejemplo que aparece en la figura 21, elaborado por Matthew Metz para la cadena de moda Nordstrom, donde el punto focal es la modelo y su ropa. Razón por la que ella ha sido ubicada en el centro, además tiene letras y un bloque de color posicionado, de manera que resalte y dirija la atención hacia su rostro, luego su atuendo y las líneas guía dirigen los ojos por debajo de su marco y gradualmente hacia la otra información.

Dividir espacio en tercios

Usar la regla de los tercios es una estupenda manera de empezar la composición del diseño, ya que proporciona una guía rápida para posicionar y enmarcar los elementos.



Lo anterior, se puede observar en este diseño de sitio web creado por Gajan Vamatheva para National Geographic, luego tómese un momento para imaginarse dónde se intersectarían las líneas de la regla de los tercios. Quizás se note que estas lo hacen encima de los puntos focales de cada imagen –los excursionistas en la primera imagen, el ave más grande en la segunda–. Las líneas se intersectarían en puntos alrededor de los cuadros de texto, dirigiendo el ojo hacia estos puntos, como se muestra en la siguiente figura.



Figura 33 Dividir espacio en tercios

THE WILD

Nota. Gajan Vamatheva para National Geographic (s.f.).

Dividir espacio en tercios

Usar la regla de los tercios es una estupenda manera de empezar la composición del diseño, ya que proporciona una guía rápida para posicionar y enmarcar los elementos.



Lo anterior, se puede observar en este diseño de sitio web creado por Gajan Vamatheva para National Geographic, luego tómese un momento para imaginarse dónde se intersectarían las líneas de la regla de los tercios. Quizás se note que estas lo hacen encima de los puntos focales de cada imagen –los excursionistas en la primera imagen, el ave más grande en la segunda–. Las líneas se intersectarían en puntos alrededor de los cuadros de texto, dirigiendo el ojo hacia estos puntos, como se muestra en la siguiente figura.



Nota. Gajan Vamatheva para National Geographic (s.f.).

