

PRINCIPIOS DE DISEÑO DE EXHIBICIONES

PRINCIPIOS DE DISEÑO DE EXHIBICIONES



Balance Formal

Balance Informal



Balance Formal

- Tenemos la tendencia a comparar lo que hay a la izquierda de un escenario y lo que hay a la derecha del mismo. Cuando haya idénticos elementos a uno y otro lado, tenemos un “Balance Formal”.

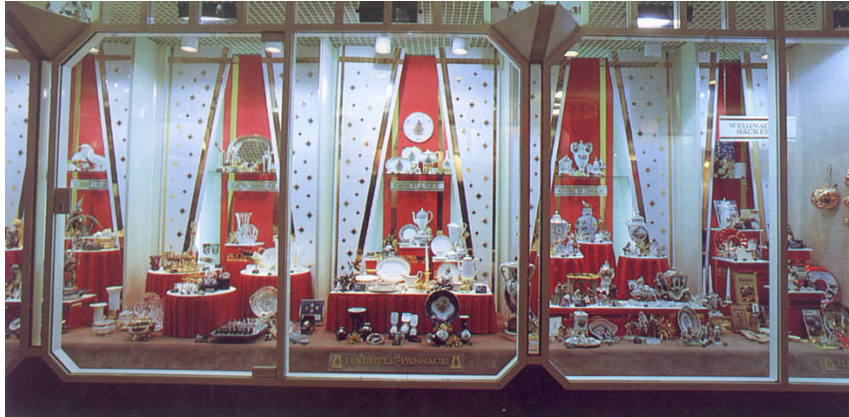


Balance Informal

- Trace virtualmente una línea vertical en el centro de la exhibición
- Coloque a lado y lado de la línea, productos que tengan diferente peso óptico
- Ubique los objetos de mayor peso óptico más cerca al eje central y los menos pesados, más lejos de él, de manera siempre proporcional
- Este mismo efecto se logra aplicando la misma norma en productos con variaciones de línea, tamaño, color, textura o forma.



PRINCIPIOS DE DISEÑO DE EXHIBICIONES



Repetición



Zig-zag



Radial



Escalonamiento



Pirámide

Repetición

- Usando la repetición de la mercancía se logra no solamente cambiar la proporción respecto del espacio disponible sino también cautivar al observador creando una sensación de fuerza y poder importantes.



Zig-zag



- **Desarrolle un Zigzag** que conduzca la vista del observador: se puede hacer en dos dimensiones o aprovechando la profundidad de la vitrina; esta composición produce el efecto de conducir la vista del observador, al tiempo que le introduce mayor impacto a la percepción.

Radial

- **Rayos de Rueda:** este arreglo propicia en la mente del observador una rara sensación de movimiento que hace que lo exhibido cobre un gran dinamismo.

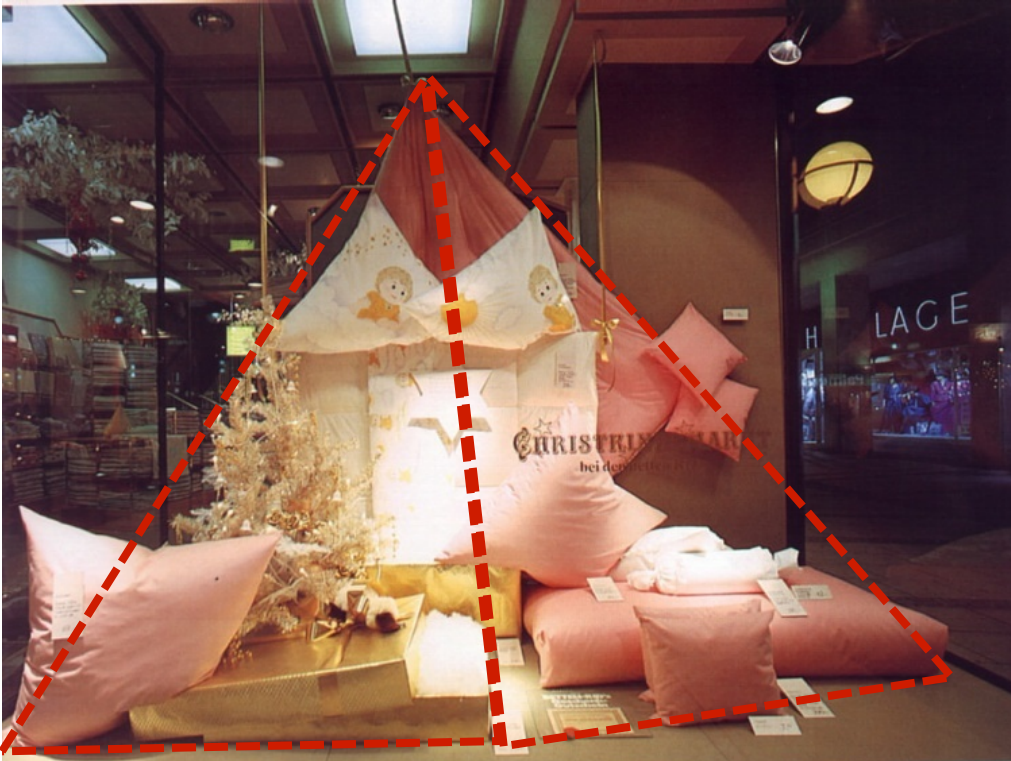


Escalonamiento

- El escalonamiento da la oportunidad de elevar el producto hasta el nivel de mayor impacto que es la altura de los ojos. Crear escalonamiento también crea una agradable sensación de “movimiento” que dinamiza la exhibición.



Pirámide



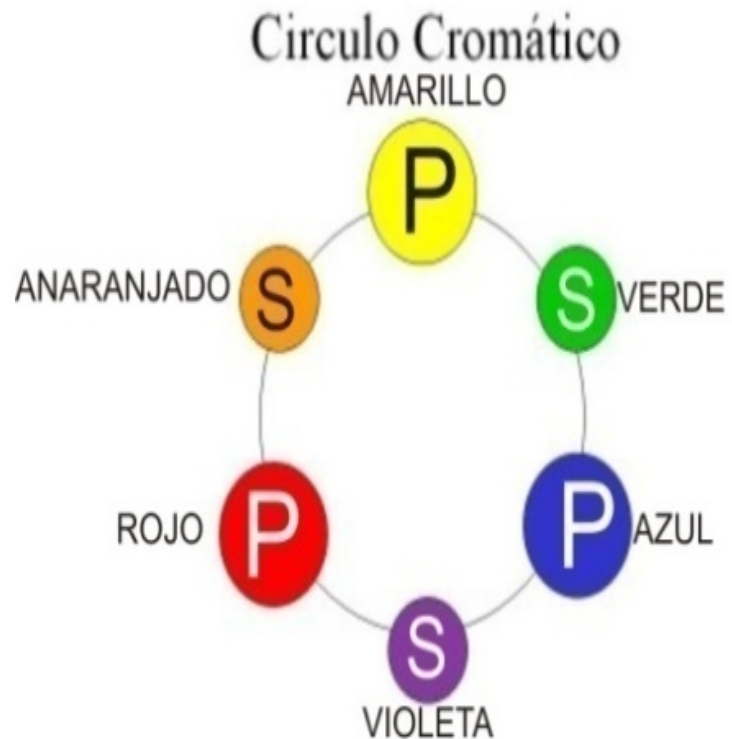
- Esta figura tiene una connotación valiosa, pues al darle la forma de un triángulo apoyado en su base, se puede combinar eficazmente con otras figuras a fin de conquistar la atención sobre determinados artículos

EL COLOR COMO ELEMENTO VITALIZADOR

En una exhibición, los colores crean impresiones en los clientes: el rojo representa poder y fuerza; el azul infunde tranquilidad y quietud. Esta dicotomía surge de nuestra percepción acerca de la naturaleza y la forma como la asociamos: el fuego es caliente y sus colores son amarillo, naranja y rojo, (Colores cálidos); en la naturaleza se destacan los colores azul y verde y su temperatura produce en promedio sensaciones de frescura, por lo cual se les conoce como "colores fríos". Se piensa que la "temperatura" de los colores tienden a afectar la demanda de los productos; la verdad es que el efecto mayor se logra cuando el color es concordante con la mercancía o la marca que se quiere exhibir: por ejemplo, el helado asociado al azul y el verde y el pollo asado asociado al rojo y el amarillo.

Los colores están constituidos por cuatro elementos fundamentales:

- Matiz: descripción de la claridad del color: más claro o más oscuro.
- Tinte: al añadir colores más claros o blancos se obtienen colores derivados.
- Sombras: cuando se añade colores oscuros o negro se obtienen derivados más oscuros.
- Intensidad: se refiere al brillo o falta de brillo de un color.



- Cuando se combinan objetos con colores opuestos dentro del círculo cromático se logra un efecto de **“contraste”**. Cuando la combinación es mediante dos colores que están vecinos en el círculo cromático se logra el efecto de **“complementación”**
- El efecto de contraste se puede conseguir igualmente mediante el uso de la forma y el tamaño.

CÍRCULO CROMÁTICO

