

El principio de proximidad en las diapositivas:

¿Cuántas veces hemos experimentado dificultades en entender una diapositiva? En la mayoría de los casos la causa es una diagramación azarosa, que puede corregirse mediante la alineación y el principio de proximidad enunciado en la entrada anterior. El siguiente es un ejemplo de diapositiva en la que es difícil establecer las relaciones entre sus elementos.



Al aplicar la Gestalt se obtiene un mejor resultado, ya que los elementos relacionados se vinculan más claramente. El principio de alineación aporta organización y el de proximidad, conexión. Así, el todo resulta más ordenado y fácil de comprender.



Arriba: Se igualaron las imágenes para facilitar su alineado y el texto se limitó solo a lo esencial, ubicándolo cerca de la imagen correspondiente para que conformen grupos bien definidos.

Proximidad y espacio en blanco:

El espacio en blanco está implícito en el principio de proximidad. Como vimos, dejar blanco es esencial para la claridad del diseño; pero si los ítems no están bien agrupados ese blanco perderá efectividad, tal como se aprecia en la diapositiva que siguen.



Arriba: La diapositiva no está repleta de elementos y está bien balanceada. Sin embargo, la falta de agrupamientos lógicos debilita la claridad del diseño y desperdicia espacio en blanco.

Al ver el ejemplo anterior, los ojos de la audiencia se detienen 6 veces: una por la imagen, cuatro por cada texto y otra por el logo. Si en cambio aproximáramos racionalmente los distintos elementos, facilitaríamos la lectura y la haríamos más fluida. Toda la composición ganaría en claridad y organización. La que sigue es una posible diagramación que aprovecha mejor el espacio en blanco, al sumar la proximidad a la diagramación.

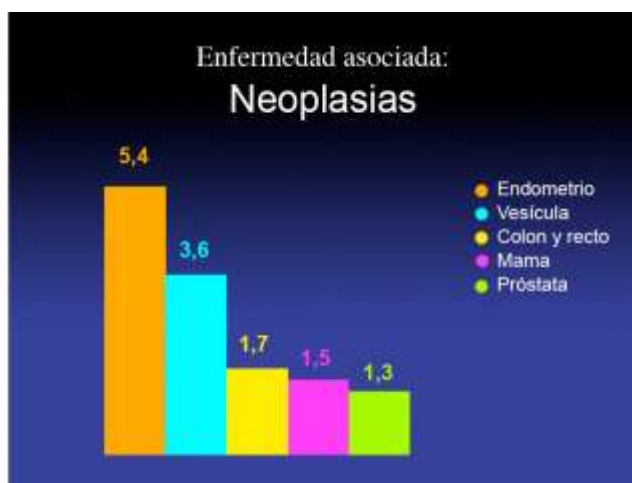


Arriba: La proximidad de los elementos relacionados mejora la comprensión y la lectura fluye en vez de interrumpirse. Al aproximar e igualar el color de fondo de la diapositiva con el de la imagen, el espacio vacío también luce mejor organizado.

El ejemplo anterior muestra la importancia de los conceptos de separación y proximidad como clarificadores de la información. Una diapositiva que no relaciona con claridad sus contenidos aún puede llegar a entenderse, pero la audiencia gastará una energía extra en entender lo que debería ser fácilmente comprensible.

Un buen contraste cumple con dos condiciones:

En entradas anteriores vimos la importancia del contraste para destacar lo importante del resto. También establecimos que para que funcione no hay que ser tímidos y debemos aplicarlo con decisión, marcando claramente la diferencia.



Arriba: La diapositiva de la izquierda tiene el título compuesto en dos tipografías muy similares (Times y Cambria). Un primer rediseño (a la derecha) aumenta el contraste de tamaño y el tipográfico al usar Arial en vez de Cambria.

De los ejemplos anteriores se desprende otra observación: a menudo conviven distintos medios de destacar y enfatizar. La idea es maximizar las diferencias. Nuevamente; contrastar exige dejar la timidez en un rincón y ser decididos, incluso exagerados en ciertas ocasiones.

Sin embargo, hay que recordar que si todo se destaca, entonces nada se destaca y nada llama la atención. De este modo el observador se confunde, ya que no sabe qué es más importante ni por dónde comenzar a ver la imagen. Es como si al destacar los conceptos importantes de un libro subrayáramos todos sus párrafos: eso equivaldría a no destacar nada.



Arriba: Al reducir la paleta a dos colores, podemos poner énfasis en el dato que nos interese destacar y que de otro modo se perdería entre tanta diferencia.

Entonces, no conviene contrastar a mansalva sino a conciencia, con criterio. El objetivo es minimizar el ruido y maximizar la señal, dirigiendo la atención al dato importante. En resumen, el contraste cautiva al ojo y guía la mirada pero como vimos, requiere de los diseñadores dos cualidades sin las cuales no sería efectivo: decisión y criterio.