

Algunos principios de diseño visual

Muchos profesionales se dedican a plasmar visualmente información con el objetivo de informar, educar, persuadir... Del mundo del diseño gráfico se pueden extraer consejos muy valiosos para diseñar un Powerpoint efectivo. En el libro [“The Non-designer’s Presentations Book”](#) de Robin Williams se analizan los principios básicos del diseño visual y cómo pueden aplicarse concretamente en una presentación. Los cinco principios seleccionados y ejemplos que se ofrecen a continuación están basados fundamentalmente en este libro.

1. Principio de contraste.

“Si dos elementos no son exactamente iguales y no cumplen la misma función, hazlos MUY diferentes”

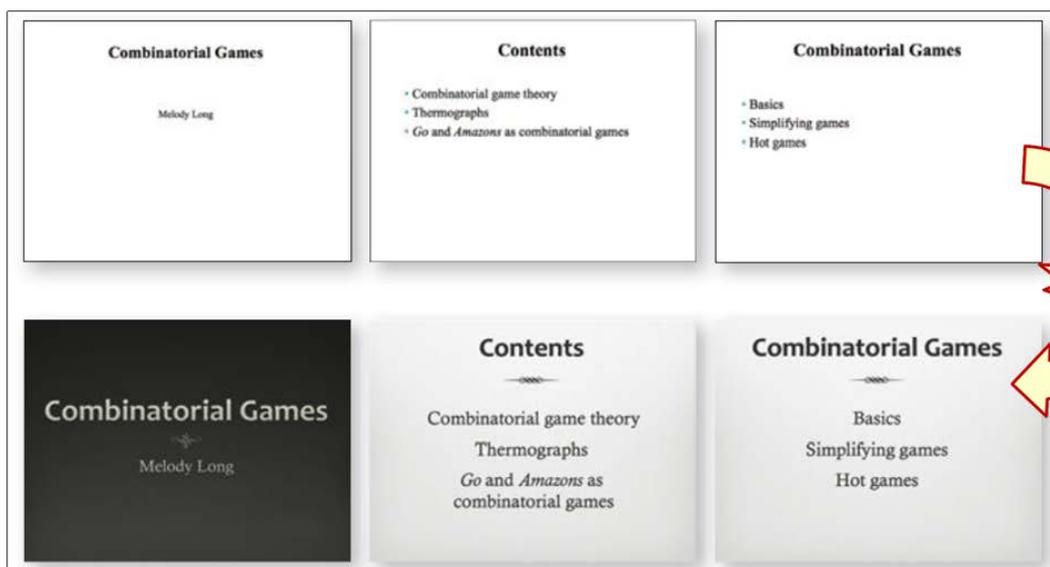
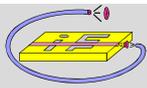
Los diferentes elementos que vamos colocando en cada transparencia cumplen a veces misiones muy diferentes, y sin embargo no los diferenciamos suficientemente. **El contraste se puede lograr con el tamaño, la forma, el color, la posición, ...**

La siguiente imagen es un ejemplo de la primera diapositiva de una presentación (extraído del libro [“The Non-designer’s Presentations Book”](#) de Robin Williams). A la izquierda se observa la idea inicial, que incluye dos elementos (título y autor) que apenas se diferencian visualmente. A la derecha, una propuesta con un elevado contraste (tamaño, tipo de letra y color) que además prioriza lo que queremos que la audiencia capte más fácilmente: el título.



(Fuente: Robin Williams “The Non-designer’s Presentation Book”)

Otro ejemplo muestra cómo puede aplicarse el contraste para diferenciar una diapositiva en concreto (la del título) de las demás, y los diferentes elementos de cada diapositiva entre sí. El texto se ha agrandado para que sea más legible, y los títulos especialmente para resaltarlos. También se ha jugado con los tipos de letra (título y texto).



(Fuente: Robin Williams "The Non-designer's Presentation Book")

El que exista un gran contraste entre el texto y el fondo es fundamental, ya que los equipos de proyección pueden cambiar drásticamente los colores y el contraste respecto a lo que nosotros vemos en la pantalla del ordenador.



(Fuente: Robin Williams "The Non-designer's Presentation Book")

2. Principio de repetición.

"Repetiendo elementos o alguna característica a lo largo de toda la presentación, conseguimos una idea de unidad"

Este principio puede parecer contradictorio con el de contraste, pero en realidad **son complementarios**. Debemos contrastar lo que es diferente, pero a la vez conservar aspectos comunes para que todas las diapositivas parezcan partes de la misma presentación, y no un "cosido" rápido de diapositivas cogidas de aquí y allá. Se pueden repetir palabras, texto, colores, imágenes, la disposición de los elementos...

En el siguiente ejemplo se pueden ver varias diapositivas de una presentación que cumplen el principio de repetición (mismo estilo de título y texto, por ejemplo), pero con un aspecto anodino, “soso”. Además, se ha descuidado la colocación de los elementos con saltos de línea variables que no cumplen ningún propósito concreto, y el tipo de fuente (sin remates y con aspecto moderno), no cuadra mucho con el contenido de la presentación: “Introducción al Renacimiento”. La segunda versión que se propone mejora mucho: un fondo y un tipo de letra para el título con personalidad le dan esa consistencia y unidad que buscamos con el principio de repetición. La tercera versión es aún mejor: el título tiene ahora un contraste importante con el resto de la diapositiva, y el tamaño del texto, que era excesivamente pequeño sin motivo, se ha aumentado.

<p>Introduction to the Renaissance</p>	<p>'Renaissance'</p> <ul style="list-style-type: none"> • Humanism • Rhetoric • Neo-platonism • Reformation 	<p>'Humanism'</p> <ul style="list-style-type: none"> • Refocusing on old learning • Poetry, oratory, rhetoric: <i>humanae litterae</i> • The love of words: editing and translating
<p>LADY RHETORIC</p> <p>Margarita Philosophica (1504)</p>	<p>Rhetoric</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inventio: discovery • Dispositio: organization • Elocutio: style • Memoria: recall • Pronuntiatio: delivery 	<p>Imitatio</p> <p><i>'Poesy therefore is an art of imitation'</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Copying form but supplying new content • Copying content but supplying new form
<p>INTRODUCTION TO THE RENAISSANCE</p> <p>LYNN ROSSON, Ph.D.</p>	<p>'Renaissance'</p> <ul style="list-style-type: none"> • Humanism • Rhetoric • Neo-platonism • Reformation 	<p>'Humanism'</p> <ul style="list-style-type: none"> • Refocusing on old learning • Poetry, oratory, rhetoric: <i>humanae litterae</i> • The love of words: editing and translating
<p>LADY RHETORIC</p> <p>Margarita Philosophica (1504)</p>	<p>Rhetoric</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inventio: discovery • Dispositio: organization • Elocutio: style • Memoria: recall • Pronuntiatio: delivery 	<p>Imitatio</p> <p><i>'Poesy therefore is an art of imitation'</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Copying form but supplying new content • Copying content but supplying new form
<p>HUMANISM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Refocusing on old learning • Poetry, oratory, rhetoric: <i>humanae litterae</i> • The love of words: editing and translating 	<p>HUMANISM</p> <p>Lady Rhetoric Margarita Philosophica 1504</p>	
<p>RHETORIC</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inventio: discovery • Dispositio: organization • Elocutio: style • Memoria: recall • Pronuntiatio: delivery 	<p>RHETORIC IMITATIO</p> <p><i>Poesy therefore is an art of imitation</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Copying form but supplying new content • Copying content but supplying new form 	

(Fuente: Robin Williams “The Non-designer’s Presentation Book”)

Otro ejemplo que se ilustra el uso simultáneo de los principios de contraste y repetición es el de la siguiente figura. Se trata de una presentación sobre el uso de juegos en la educación. Las diapositivas originales pueden mejorarse en muchos aspectos, sobre todo eliminando el texto que pensaba leerse literalmente. Además, las imágenes empleadas son inconexas: se han mezclado clip-arts dibujados “a mano”, otros hechos con el ordenador, y fotografías. En la figura puede verse el cambio propuesto: en primer lugar, se han creado diapositivas diferentes como cabeceras de cada sección. Estas cabeceras incluyen una fotografía que luego se repite en el margen izquierdo de todas las diapositivas de esa sección. De esta forma, la cabecera contrasta con el resto, indicando el cambio de capítulo; además, las fotografías repetidas dan consistencia y unidad a cada capítulo. El texto se ha resumido y distribuido en múltiples diapositivas, pero ... ¡son gratis!

<p>What is a Game</p> <ul style="list-style-type: none"> A game is a recreational activity involving <ul style="list-style-type: none"> – a goal that the players try to reach. – some set of rules that determines what the players can do. Games involve one or more players and are played primarily for enjoyment, but may also serve an educational or simulational role. 	<p>Focused Individual Games</p> <ul style="list-style-type: none"> Review and reinforce basic information Bloom's Taxonomy, lower levels of <ul style="list-style-type: none"> – Knowledge – Comprehension User plays repeatedly until wins Awards for completion and score 	<p>Now Is the Time</p> <ul style="list-style-type: none"> New generation of learners Games generation <ul style="list-style-type: none"> – Grown up playing games with visual elements, high stimulation and activity levels – Accustomed to learning through games – Traditional lectures/assessments may seem boring Games are one solution to this new reality
<p>WHAT IS A GAME?</p>	<p>GAMES GENERATION</p>	
<p>WHAT IS A GAME?</p> <p>A recreational activity</p>	<p>GAMES GENERATION</p> <p>New generation of learners</p>	
<p>WHAT IS A GAME?</p> <p>Involves one or more players</p>	<p>GAMES GENERATION</p> <p>Grew up playing games</p>	
<p>WHAT IS A GAME?</p> <p>Can serve educational or simulational role</p>	<p>GAMES GENERATION</p> <p>Traditional assessments may seem boring</p>	

(Fuente: Robin Williams "The Non-designer's Presentation Book")

3. Principio de alineamiento.

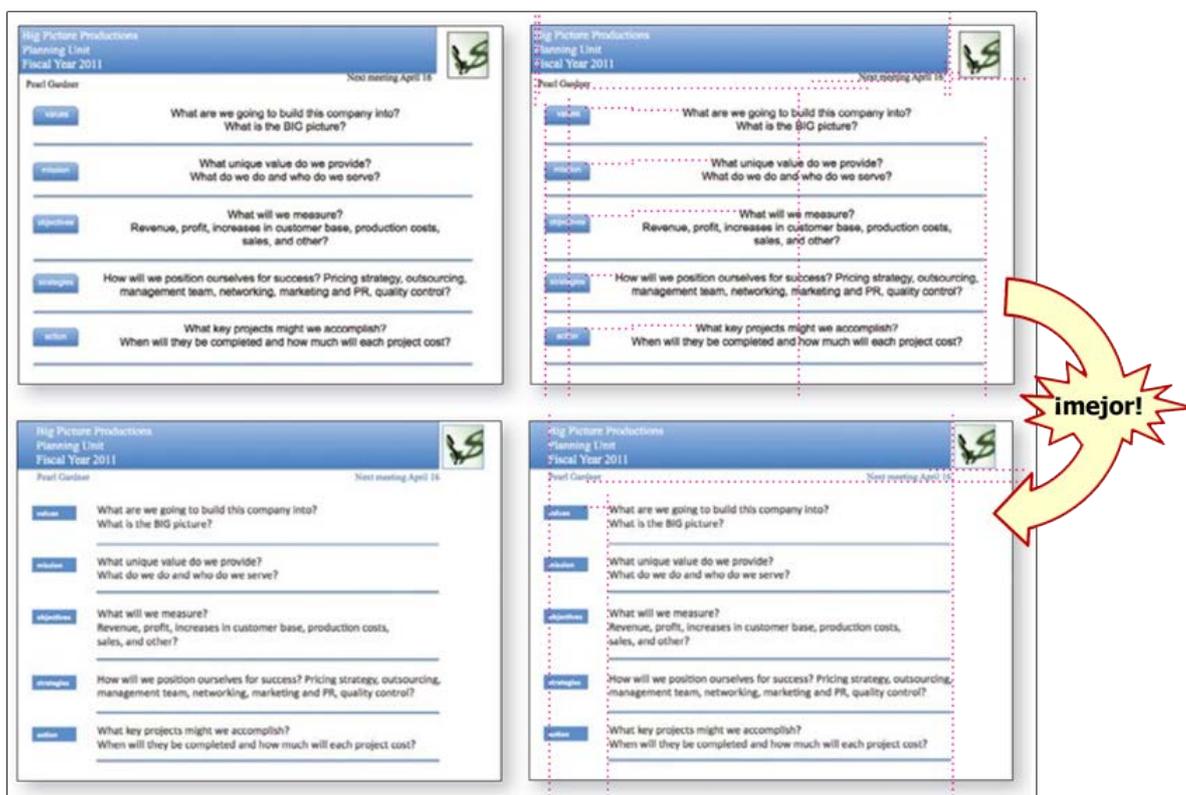
“Nada debe estar colocado en la pantalla de forma arbitraria. Todo elemento debe tener al menos un borde conectado con otro elemento.”

El alineamiento entre los elementos de la diapositiva dar una sensación de estructura y coherencia, y aunque es un efecto sutil, aumenta la claridad de nuestra presentación. El siguiente ejemplo ilustra este principio:



(Fuente: Robin Williams “The Non-designer’s Presentation Book”)

En el siguiente ejemplo puede comprobarse cómo la diapositiva superior parece más compleja y desorganizada que la inferior, y la única diferencia es el alineamiento de los elementos (a la izquierda se muestran explícitamente los bordes con líneas rojas).



(Fuente: Robin Williams "The Non-designer's Presentation Book")

En las últimas versiones de Powerpoint se ha incluido una funcionalidad pensando en este principio: al mover un elemento de una diapositiva, se marcan automáticamente posibles alineamientos entre el centro del elemento o sus bordes, y los demás elementos de la pantalla.

4. Principio de proximidad.

"Agrupa juntos los elementos que están relacionados. La cercanía física implica relación"

Los elementos que están físicamente próximos en la pantalla se interpretan como relacionados y conectados, y viceversa. Debemos jugar con esta idea a la hora de colocar los elementos, prestando especial atención al espacio entre ellos.

El siguiente ejemplo (igualmente del libro "[The Non-designer's Presentations Book](#)" de Robin Williams) ilustra esta idea: la diapositiva original de la izquierda incluye cuatro líneas separadas igualmente, pero en realidad son dos elementos diferenciados, un título "*Introduction to Photoshop...*" y su autor. Aproximando las tres primeras líneas del título y separándolas a su vez de la última, se consigue mostrar más claramente lo que se pretendía. Incluso alguien que no entienda inglés podrá darse cuenta realmente de que se trata de un título y un autor.



¡mejor!

(Fuente: Robin Williams "The Non-designer's Presentation Book")

Un error común que va en contra del principio de proximidad es el alineamiento del texto y las imágenes. Es habitual que el texto esté alineado a la izquierda, si se coloca a la izquierda de una imagen, quedará un espacio en blanco que separará a ambos tanto físicamente como en el sentido intelectual: los percibiremos como elementos diferentes. La solución es muy sencilla: alinear el texto con el borde de la imagen. El siguiente ejemplo lo ilustra muy bien:

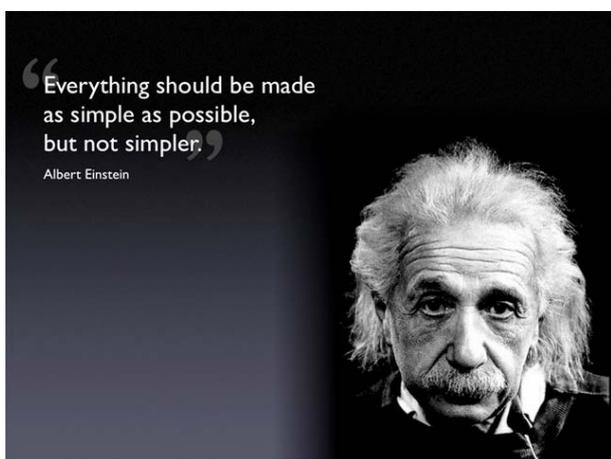


(Fuente: Robin Williams "The Non-designer's Presentation Book")

5. Principio de claridad.

*“Ve al grano. Simplifica. Sé específico. No es necesario mostrarlo todo. La pantalla debe reforzar el mensaje. Todo lo demás es **ruido**, y sobra”*

Este principio puede aplicarse a todos los aspectos de una presentación, no solo al diseño visual de las diapositivas. Todo lo que sea accesorio y no contribuya al mensaje central y al propósito, debe eliminarse, es ruido. En lo que se refiere al diseño visual, es habitual empeñarse en meter la mayor cantidad de elementos posibles en una diapositiva, pensando así que daremos una impresión más profesional: multitud de datos, varios gráficos, gran cantidad de texto, el logotipo de la empresa, un fondo recargado... Lo único que se consigue es confundir. Pero la dificultad radica en saber seleccionar qué es lo importante y qué es lo accesorio, ¿hasta dónde se puede “cortar”? Como dijo Einstein: *“Todo debe hacerse tan simple como sea posible, pero no más”*.



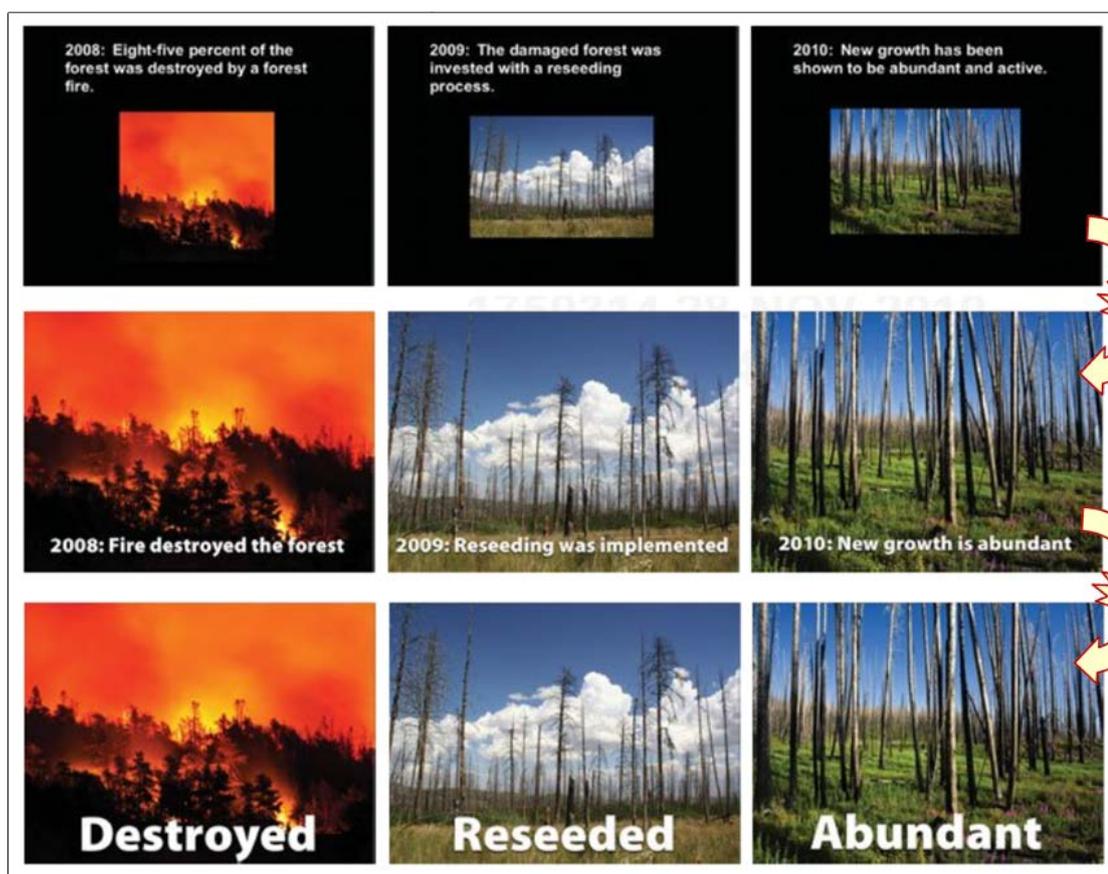
(Fuente: <http://www.friendship-quotes.info/celebrity-quotes/albert-einstein-simple-quote/>)

En el siguiente ejemplo, una diapositiva ya de por sí sencilla y clara se ha simplificado aún más: el texto pensaba decirse de palabra, así que se pudo quitar (¡que no sea un recordatorio para el que expone!), y el fondo... ¿qué aporta?



(Fuente: Robin Williams "The Non-designer's Presentation Book")

El próximo ejemplo aplica el principio de claridad. En el diseño original, se incluye mucho texto que se iba a decir de palabra, y que en el fondo explica tres eventos: la destrucción, la replantación y la regeneración de un bosque. Si se reduce el texto, es posible llevar las fotografías, que son de gran calidad e impactantes, a pantalla completa. El texto puede también simplificarse dejando explícitos los tres eventos que se quieren mostrar. Los detalles (el año, el proceso de replantado...) pueden contarse de palabra.



(Fuente: Robin Williams "The Non-designer's Presentation Book")

El título de la diapositiva puede jugar un papel fundamental a la hora de aplicar el principio de claridad. La costumbre es plasmar títulos con palabras sueltas que indican simplemente dónde estamos: "Índice", "Objetivos", "Capítulo 1", "Situación actual". Esto no contribuye a clarificar nuestro mensaje. Si aprovechásemos el título para exponer la conclusión principal de esa diapositiva, o recordar nuestro mensaje, conseguiríamos un mejor apoyo al discurso. El extremo opuesto, si escribimos un título con frases completas iguales a lo que se va a decir de palabra, tampoco ayuda al principio de claridad. Un planteamiento intermedio puede ser la mejor solución: "El producto A es más adecuado" en lugar de "Conclusiones", o "La situación actual es de transición" en lugar de "Situación actual", etc..

El título debe resumir nuestro mensaje y no sólo dónde estamos



El siguiente ejemplo, extraído del blog [“El Arte de Presentar”](http://elartedepresentar.com) de Gonzalo Álvarez, ilustra cómo el título puede ayudar a clarificar el mensaje.



(Fuente: <http://elartedepresentar.com/2011/03/29/lo-que-deberias-saber-para-crear-buenos-titulos-de-transparencias-para-tus-presentaciones>)

También el **fondo** juega un papel importante. De hecho, muchos de nosotros empezamos el proceso de creación de una presentación con esta pregunta: ¿qué fondo pongo? Deberíamos entonces añadir una segunda pregunta: ¿qué misión cumple el fondo, para qué vale? Si no aporta algo concreto, seguramente sea “ruido” y pueda (y deba) eliminarse. El fondo nunca debe competir con el resto de elementos por la atención de la audiencia.

Véase la siguiente diapositiva de ejemplo: ¿Qué misión cumple el fondo? ¿aporta algo? Normalmente, el fondo solo consigue quitar contraste al texto y hacerlo ilegible.



(Fuente: Robin Williams "The Non-designer's Presentation Book")

Mención aparte merecen las **animaciones**, esos elementos que aparecen volando hasta situarse en su sitio. Si una animación no es relevante y no aporta nada al propósito, debe eliminarse, es ruido, una simple distracción, que va en contra del principio de claridad.

Para saber más

Los libros "[El Arte de Presentar](#)" de Gonzalo Álvarez, "[Presentation Zen Design](#)" de Garr Reynolds, "[Slide:ology](#)" de Nancy Duarte y "[The non-designer's presentation book](#)" de Robin Williams tratan en profundidad numerosos aspectos del diseño visual de las diapositivas.

[Cómo conseguir la simplicidad en el diseño](#) (en inglés).

En la web "[Before & After Magazine](#)" pueden encontrarse multitud de consejos y ejemplos gratuitos de diseño visual que podemos aplicar a nuestras presentaciones.

El profesional del diseño Mariano Sarmiento ofrece en este artículo del blog [El Arte de Presentar](#) sus consejos para diseñar transparencias: <http://www.elartedepresentar.com/2013/05/disenio-de-transparencias-5-consejos-de-un-estudio-de-diseno-y-comunicacion-grafica/>