

Antes de publicar, mira

Guía visual para crear imágenes y vídeos con intención

COMPOSICIÓN · PUNTO DE INTERÉS · CONTRASTE · PESO VISUAL · VÍDEO



01 • COMPOSICIÓN

La regla de los tercios

Dividir el encuadre en tres partes iguales en horizontal y tres en vertical crea una cuadrícula de nueve espacios. Los cruces forman cuatro puntos fuertes que pueden ayudar a dirigir la mirada. Eso no significa que centrar esté mal: el centro funciona cuando buscamos simetría, equilibrio o estabilidad. La diferencia está en la intención.

PREGUNTA ÚTIL

¿Qué quiero que vea primero la persona que está mirando?



02 • PUNTO DE INTERÉS

Qué debe descubrir primero la mirada

El punto de interés es aquello que queremos que la persona vea primero. Puede ser un rostro, un producto, una palabra o cualquier elemento importante para el mensaje.

La posición ayuda, pero también influyen el enfoque, el color, la luz, el contraste, el tamaño y el espacio alrededor.

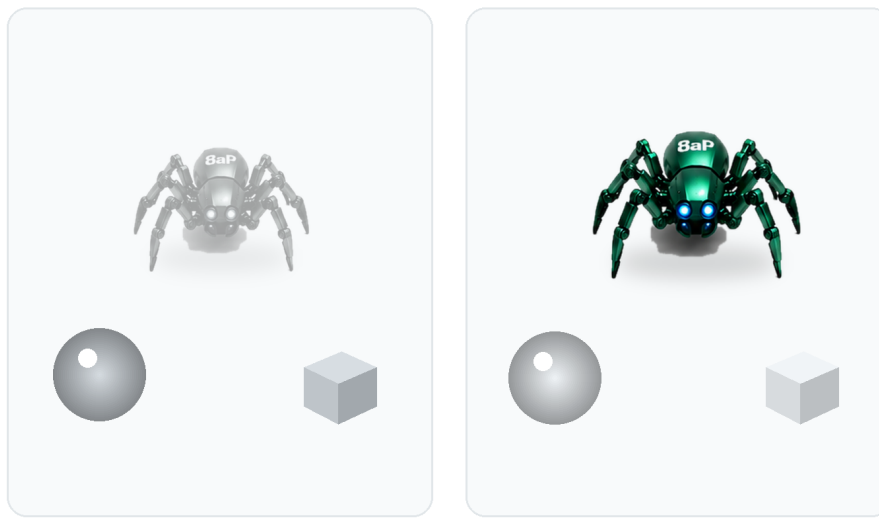


03 · CONTRASTE

Hacer visible lo importante

El contraste crea diferencias y nuestro cerebro detecta las diferencias antes que la uniformidad. Un elemento puede destacar por color, luminosidad, tamaño, forma, enfoque, textura o movimiento.

No consiste en hacerlo todo más fuerte. Consiste en hacer que una cosa destaque respecto a las demás.

**DESTEJIENDO HUMO**

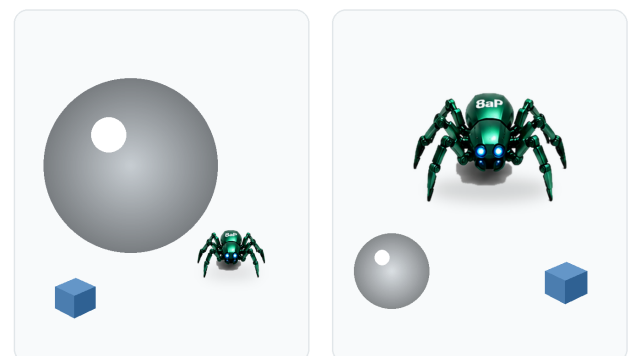
Más saturación, más sombras y más efectos no significan automáticamente más impacto. A veces solo significan que cinco elementos están gritando a la vez.

04 · PESO VISUAL

Quién manda en la composición

El peso visual es la capacidad que tiene un elemento para atraer atención dentro del encuadre. Puede ganarlo por tamaño, contraste, color, detalle, posición o espacio vacío.

El objetivo no es repartir el peso de forma matemática, sino conseguir un recorrido claro: primero miro aquí, después allí y finalmente entiendo el conjunto.



05 · VÍDEO

Empieza por el resultado

En vídeo no solo dirigimos la mirada; también decidimos qué ve la persona primero en el tiempo. Los primeros segundos deben darle una razón para quedarse.

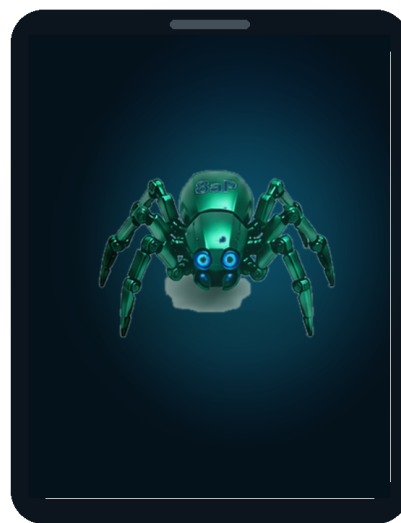
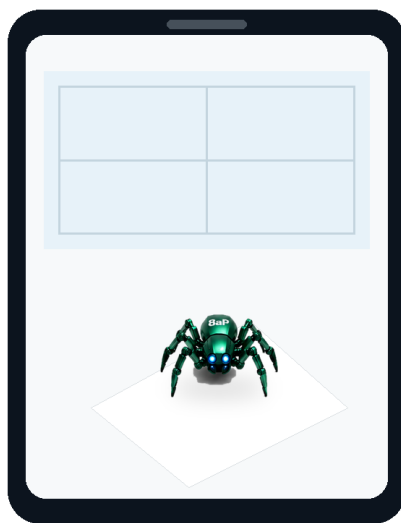
Una apertura lenta obliga al espectador a esperar para descubrir por qué debería seguir mirando. Mostrar primero el resultado crea una pregunta inmediata: «¿Cómo lo ha conseguido?».

VERSIÓN LENTA

«Hoy vamos a enseñarte cómo hacer una fotografía de producto con materiales sencillos...»

RESULTADO PRIMERO

«Esta fotografía parece de estudio. Está hecha junto a una ventana y con una cartulina de 2 euros.»

**ESTRUCTURA SENCILLA**

Resultado → problema → proceso → llamada a la acción. No es una fórmula obligatoria; es una forma de pensar qué parte merece realmente abrir el vídeo.



REVISIÓN FINAL

Antes de publicar, mira

Una última revisión de treinta segundos puede evitar que una buena idea termine convertida en una pieza confusa.

- ☐ ¿Sé qué quiero que vea primero?
- ☐ ¿Hay un punto de interés claro?
- ☐ ¿La composición ayuda al mensaje?
- ☐ ¿Existe suficiente contraste para distinguir lo importante?
- ☐ ¿Algún elemento tiene demasiado peso y compite con el protagonista?
- ☐ ¿Hay espacio para que la imagen respire?
- ☐ ¿El formato encaja con el canal?
- ☐ En vídeo, ¿muestro pronto lo que hace interesante la historia?

Crear contenido no es llenar un calendario

Es conseguir que una idea se entienda, se recuerde y tenga una razón para existir.

Qué puede hacer La Octava P por tu empresa

Creamos contenidos digitales pensados para comunicar, conectar con tu público y apoyar los objetivos de tu marca. Primero la idea y el mensaje; después, el formato.

¿Tejemos tu estrategia?

Hilamos fino.

Seguimos tejiendo redes y destejiendo humo.

