

# GUÍA RÁPIDA PARA EL DISEÑADOR GRÁFICO RECIÉN EGRESADO

CONSEJOS BÁSICOS PARA UN DISEÑO FUNCIONAL Y PRÁCTICO

POR  
HERNÁN CORTÉS DÍAZ

ASESORA  
DRA. MARÍA ITZEL SAINZ GONZÁLEZ  
PROFESORA-INVESTIGADORA

PROYECTO PILOTO: EGRESADOS Y ALUMNOS  
QUE TENGAN EXPERIENCIA PROFESIONAL.  
ACUERDO 494-9/101 Y ACAD 001601

2/3

# ÍNDICE

<b>Presentación</b> .....	<b>1</b>
<b>Bio</b> .....	<b>2</b>
<b>Consejos básicos para un diseño funcional y práctico</b> .....	<b>3</b>
<b>Función de un diseñador gráfico</b> .....	<b>4</b>
<b>Menos es más</b> .....	<b>5</b>
<b>Sé breve y directo</b> .....	<b>5</b>
<b>Legibilidad</b> .....	<b>6</b>
<b>Bloqueo mental</b> .....	<b>6</b>
<b>Divórciate de ti mismo</b> .....	<b>7</b>
<b>Olvídate de ti</b> .....	<b>7</b>
<b>Rebélate</b> .....	<b>8</b>
<b>Cultura visual</b> .....	<b>8</b>
<b>El medio</b> .....	<b>9</b>
<b>Orden</b> .....	<b>9</b>

# PRESENTACIÓN

Este manual es resultado de un proyecto de servicio social en el que alumnos y egresados con experiencia profesional buscan compartir con actuales estudiantes, futuros graduados y graduadas de la UAM Azcapotzalco, parte de los conocimientos, actividades y aptitudes que han encontrado de utilidad en el mercado de trabajo y/o que han desarrollado a partir de las necesidades que han encarado ahí.

Los resultados y productos son diversos, pues parten del proceso particular que cada uno ha llevado, las dificultades con que se ha enfrentado y los espacios de oportunidad que ha descubierto y que, en perspectiva, considera relevantes.

Los objetivos del proyecto general abarcan tres ángulos:

1. Contribuir a la preservación y difusión de la cultura mediante actividades de este tipo.
2. Contribuir a la formación integral de los alumnos y egresados a través de actividades, cursos y talleres extracurriculares.
3. Que alumnos con experiencia profesional y egresados retribuyan a la UAM-A la formación que han recibido mediante la aportación única que pueden ofrecer a sus compañeros y al resto de la comunidad.

En este caso, este manual se centra en el tercero, a partir de la experiencia adquirida por el autor a lo largo de varios años, primero como diseñador gráfico novato y más tarde desde una posición de liderazgo. Gracias a ella, ha logrado percatarse de algunas exigencias comunes a las que no todos los recién egresados o egresadas han podido enfrentarse con éxito. Así, el documento resultante resume de manera puntual algunas dudas que podrán resolverse ágilmente y que ayudarán a que transiten más fácilmente por sus primeras experiencias laborales.

Esperamos les sea de utilidad.

Dra. Ma. Itzel Sainz González

Profesora-investigadora y asesora del proyecto  
Grupo de Investigación Diseño e Interacción Tecnológica  
Departamento de Investigación y Conocimiento

## BIO

Hernán Cortés Díaz.

He trabajado desde muy temprana edad, inicié en la UAM en octubre de 1994 y siempre tuve un empleo y estudié al mismo tiempo, a mitad de la carrera estuve en un negocio de rotulación e impresión digital, donde aprendí muchos aspectos de producción en esos medios. Posteriormente colaboré para el departamento de nuevos proyectos de Grupo Mágico, el cual era dueño de parques de diversiones como Divertido y Cici en Acapulco. Al finalizar la carrera, tuve el gusto de trabajar para Argo Publicidad y Diseño con quien en ese entonces era mi asesor de proyecto terminal, Emilio García. Dado que era un grupo que reunía un despacho de diseño y publicidad, un buró de servicios de pre-prensa y una imprenta, pude conocer todo el proceso de diseño hasta la impresión del producto final. Posteriormente trabajé para Cinemex, donde pude aportar a la consolidación de una empresa en pleno crecimiento y formación, hasta ser el grupo internacional que ahora es. Actualmente, soy gerente de publicidad para un grupo inmobiliario con varios centros comerciales, hoteles, clubes de golf, condominios, etc.

Aprovecho este espacio para agradecer a los profesores que compartieron sus conocimientos a lo largo de la carrera, a los más duros que sacaron lo mejor de mí, a los más pacientes, a los compañeros que me guiaron a lo largo de ese proceso tan difícil de aprendizaje, a quienes toleraron mi rebeldía y mis errores.

# CONSEJOS BÁSICOS PARA UN DISEÑO FUNCIONAL Y PRÁCTICO <sup>2/3</sup>

Después de varios años de esfuerzo, de estudiar sobre los fundamentos del diseño, de estudiar sobre tensión, balance, equilibrio, etc., por fin estás en la vida profesional. Estás en tu primer trabajo o estás preparando tu primera exposición o tu primer portafolio fotográfico. Pero la vida escolar es totalmente distinta a la profesional. Si bien tenías semanas para presentar un proyecto, analizarlo con tu asesor y tus compañeros, negociar que se extendiera el plazo de entrega, etc., en lo profesional, los tiempos son muy cortos, no se extiende ningún plazo de entrega, casi todo representa ganancias o pérdidas en dinero y prestigio. Tendrás que entregar tres propuestas de un anuncio, adaptar un arte a 15 distintos medios, desarrollar un logotipo, responder correos, supervisar impresos, todo el mismo día. No hay pretextos, no hay excusas. No es mi intención asustarte, mi intención es ayudarte a ser más eficiente, competitivo y profesional, que ahorres tiempo y puedas crecer en todos los aspectos en un México donde hay alrededor de 350 escuelas impartiendo esta carrera, donde la oferta de diseñadores sobrepasa la oferta de empleo, donde encuentras sitios en los que se “subasta” y se abarata el costo del diseño, como en [99designs.com](http://99designs.com) o [designcrowd.com](http://designcrowd.com).

Este manual contiene puntos básicos, para consultarse de manera rápida y poder evitar errores comunes que cuesten dinero, prestigio o tu empleo. He usado ilustraciones propias con el fin de hacer más claros los conceptos, eso no significa que deban ser la base de ningún diseño.

Existen varios conceptos sobre cuál es la función de un diseñador gráfico, pero me gustaría resumirla de la manera más simple:

# UN DISEÑADOR GRÁFICO RESUELVE PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN

Recuerda, debes **definir el problema** esencial y cuál es la solución. Porque a veces, en el afán de demostrar que somos buenos, perdemos de vista el objetivo primordial de nuestro trabajo.

**Solución  
correcta**



**Problema:  
Saludar**

**Solución  
incorrecta**



**Solución  
incorrecta**



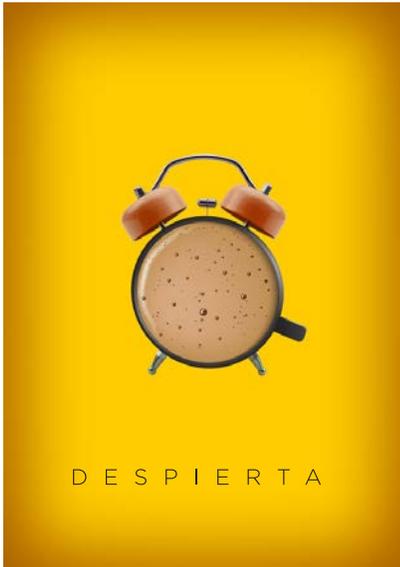
**Problema:  
Exaltar el ánimo  
con estridencia**

**Solución  
correcta**



# MENOS ES MÁS

Enfócate en el objetivo de tu diseño, en el problema y su solución; entre más sencilla y clara sea la idea se comprenderá mejor; tu mensaje principal es la parte más importante. Pero esto no tiene que estar peleado con el estilo del diseño. En el ejemplo se ven dos estilos distintos, pero ambos cumplen el mismo objetivo.



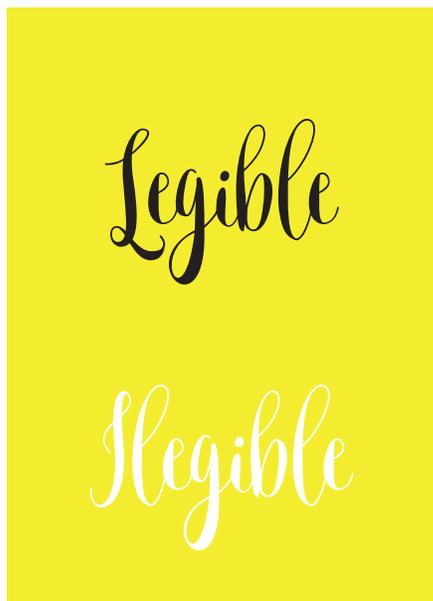
# SÉ BREVE Y DIRECTO

Utiliza oraciones cortas y resalta palabras clave, recuerda que vivimos en la era de la información, concéntrate en los mensajes importantes. Olvídate de "retar a tu audiencia" y usa ideas claras; nadie gasta su tiempo resolviendo acertijos.



# LEGIBILIDAD

No sacrifiques legibilidad por originalidad. Si tu mensaje principal no se lee o no es totalmente claro, ese diseño no sirve, recuerda que tu objetivo es COMUNICAR. Pero este también puede ser un recurso, cuando buscas quitarle peso a algunos elementos.



# BLOQUEO MENTAL

Cuando tengas un bloqueo mental y no encuentres la respuesta, **trabaja**, recuerda que en la vida profesional el tiempo es oro y hay que cumplir tiempos de entrega con un cliente, con una fecha de apertura, con una inauguración, etc. Tendrás que volverte un profesional del diseño, en el que uses más la razón que con la inspiración. Trabaja en tu diseño probando otras posiciones de los elementos, olvídate de ellos, prueba con otros, experimenta, vuelve a probar nuevas formas y lograrás un diseño antes de lo que te imaginas.



# DIVÓRCIATE DE TI MISMO

Es muy común que encontremos nuestro propio estilo para diseñar, pero corres el riesgo de volverte demasiado repetitivo y monótono. Olvida todo lo que has hecho e intenta nuevas cosas, reinventate cada día.



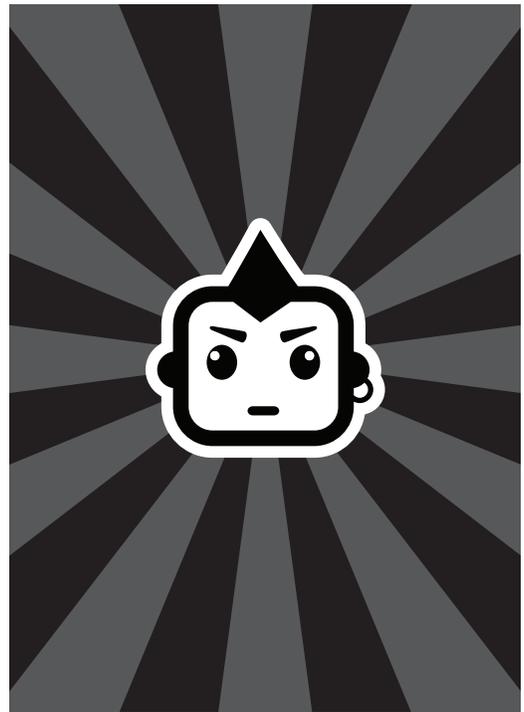
# OLVÍDATE DE TI

Tú **no diseñas para ti**, diseñas para los demás. Debes ponerte en los zapatos de quien será tu audiencia y pensar en qué es lo que ellos quieren y necesitan. Obviamente, tu criterio es el que debe decidir qué diseño es mejor para tu audiencia.



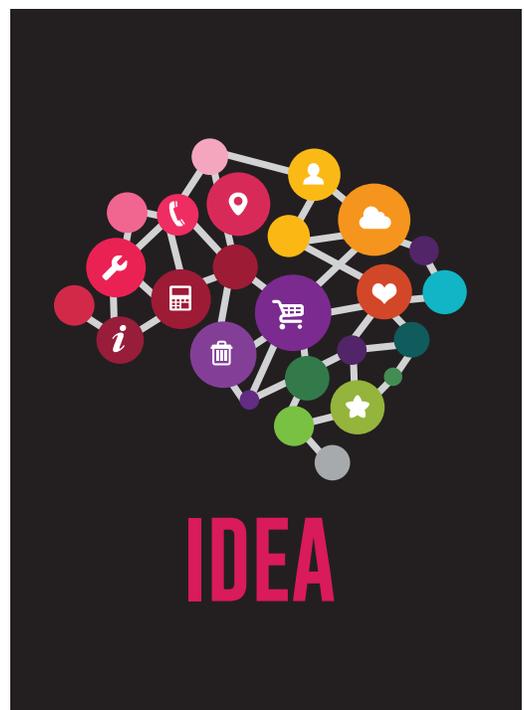
# REBÉLATE

Puede parecer contradictorio con el punto anterior, pero no lo es, es complementario. El diseño es solo para gente rebelde, gente que se cuestione a cada instante el porqué de las cosas, por qué no pueden ser de otra manera, por qué tienen que ser como son, por qué no intentar **algo nuevo**.



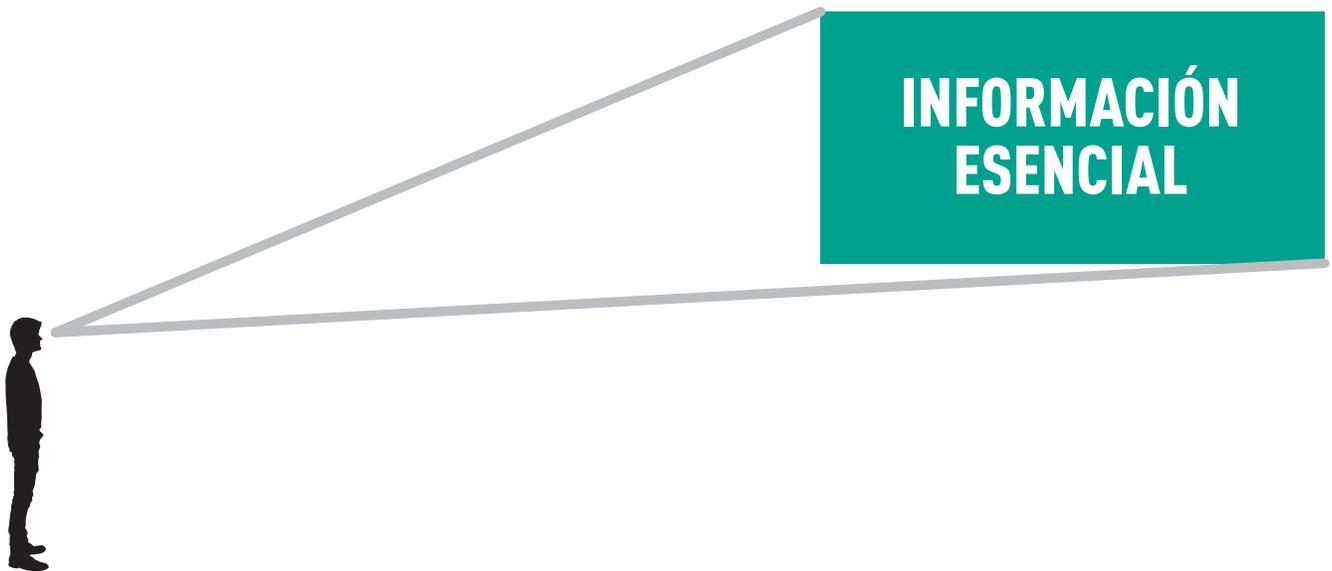
# CULTURA VISUAL

Lléname de cultura visual de **TODO TIPO** desde la exposición artística más experimental, hasta cultura popular como El Libro Vaquero, conoce la manera de pensar de diferentes personas y estratos sociales, regiones de tu ciudad, estados, países, gustos, ideologías. La **creatividad** se alimenta de la información con que cuentas y la manera en que la proceses.



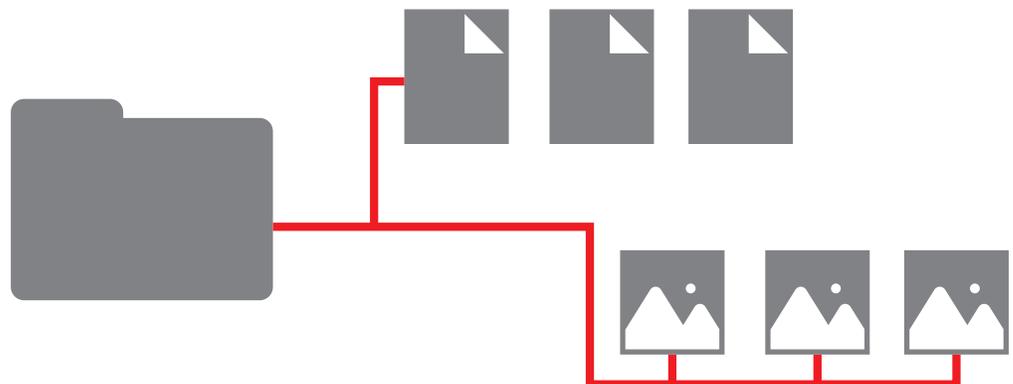
# EL MEDIO

Toma en cuenta el medio. No es lo mismo el diseño y cantidad de información para una revista que tendrás en tus manos y la puedes apreciar detenidamente, a un diseño para un anuncio espectacular que solo será visto por un breve instante. Tampoco es lo mismo diseñar un *flyer*, que es estático, a diseñar un video, el cual tiene movimiento y se desarrolla de manera distinta.



# ORDEN

Mantén el orden en tus archivos y carpetas, así como en los objetos dentro de cada archivo. Haz simple tu trabajo, quizá te tome un poco más de tiempo ordenar las cosas desde un principio, pero después, el trabajo va a fluir de mejor manera.



La imaginación es la principal herramienta de un diseñador gráfico, en todos los sentidos; para poner en existencia cosas nuevas, para previsualizar en la mente el tipo de diseño que vas a realizar, para crear sensaciones o historias, muchas veces, impresas solamente en pequeños trozos de papel. Piensa siempre en lo que quieres decir, cuál es tu mensaje, cómo lo quieres comunicar. En algunos casos, es bueno que te pongas en contacto con tus emociones, piensa que sensaciones despierta tu diseño en el receptor e imagina que sentiría esa persona al ver tu trabajo, ese individuo que es distinto a ti, que creció en un lugar diferente a donde lo hiciste tú y que le gustan cosas, que quizás, jamás te gustarían a ti.

Lléname de información de todo tipo, aprende como se expresa la gente, que dicen, que les gusta hacer, que anhelan en la vida, así, será más fácil entender las diferentes preferencias de las personas en un mundo tan variado y complejo. Imagina como te gustaría ver tu diseño, los colores, visualiza que lo tienes en tus manos, su textura, su forma. Esto te ayudará a trabajar más rápido, a enriquecer tu obra y a conectar mejor con tu público objetivo.

A final de cuentas, lo que importa es que encuentres tu propio estilo de trabajo y de diseño, pero mientras eso sucede, esta información podría hacerte ver más eficiente.