

# Creativa

LA REVISTA DE  aula  
creativa

N.º 07  
SEPT  
2016



**PROHIBIDO SENTARSE  
A ESPERAR  
QUE SUCEDA**

# Si tienes un sueño, persíguelo



**ÚLTIMAS  
PLAZAS**

**Matricúlate antes del 15 de Septiembre  
y aprovecha nuestros descuentos**

**10%** y **15%**  
DESCUENTO y DESCUENTO  
(desempleados)

**+ INFO  
AQUÍ**

 **aula  
creativa**

EDITORIAL



SANTIAGO DE LA QUINTANA

DIRECTOR DE AULA CREATIVA

3

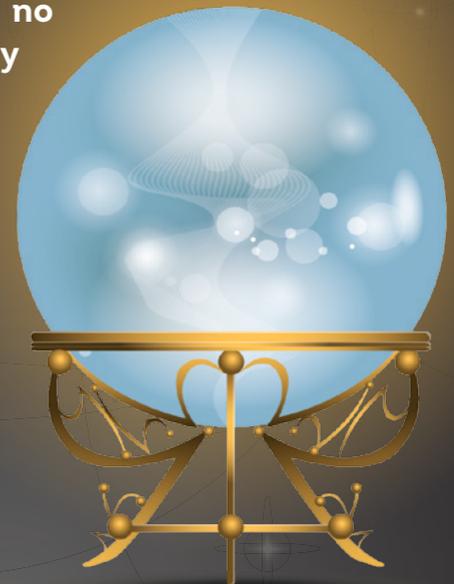
## REGRESO AL FUTURO

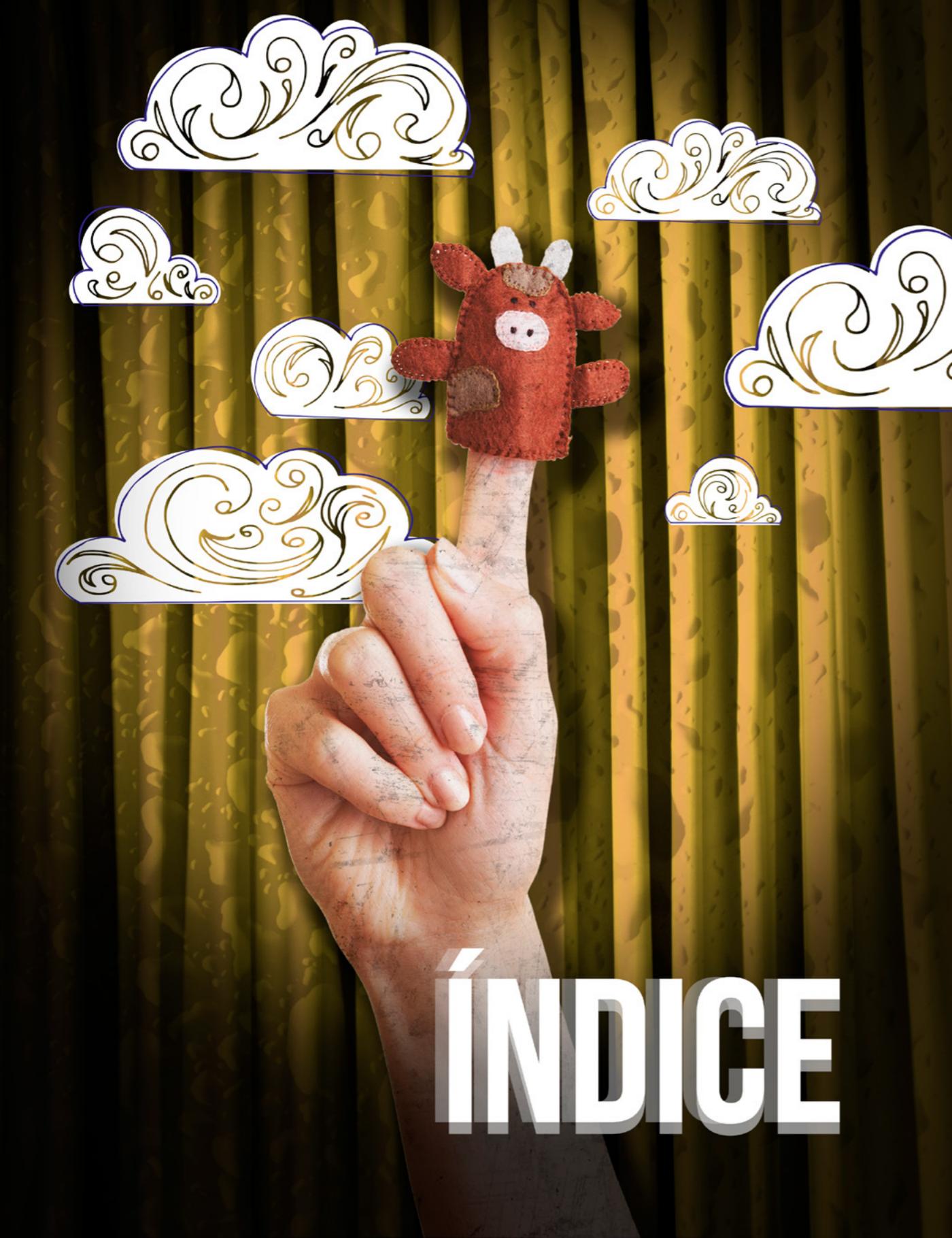
Estamos en plena recta final del verano y ha llegado el momento de ponerse de nuevo en marcha. Atrás quedan la playa, los chiringuitos y los festivales de música.

Septiembre es un mes excelente para desenfundar el portfolio y para dejarse ver por las agencias y los estudios. Las ofertas de empleo están ahí esperándote y, como ex-alumno, puedes acceder a ellas de forma vitalicia a través de nuestra página web. En esta época muchas empresas, como si de equipos de fútbol se tratara en plena pretemporada, aprovechan la vuelta del verano para afinar sus plantillas y, en concreto, para optimizar sus equipos creativos.

Dice un proverbio budista que “saber y no hacer es peor que no hacer”. Así que ya sabes, no pierdas tiempo, ponte manos a la obra y empieza a seleccionar ofertas de empleo. El fin del verano puede ser el principio de un nuevo rumbo en tu carrera profesional.

Debes tener fe y creer en tus posibilidades. Una buena formación, talento y entusiasmo son una fórmula infalible que te llevará muy lejos. ¡Mucha suerte!





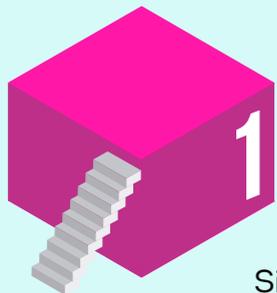
# ÍNDICE

- 03 EDITORIAL** / SANTIAGO DE LA QUINTANA
- 06 NOTICIAS**
- 08 TRABAJAR SIN HIPOTECAS** / APOLONIA MORA ORTIZ
- 14 LIBERA TU TALENTO** / CARMEN CARRATALÁ SÁNCHEZ
- 18 VIVIR DEL CUENTO** / CARMEN SÁNCHEZ
- 22 ESO YA ESTÁ HECHO** / CARLOS DE VIDANIA
- 26 LA CREATIVIDAD** me ha hecho  
creer en mi misma/ MARÍA RAMOS ORTÍZ
- 30 LA CLAVE Y LA RUINA** / NURIA ESCUDERO DUCH
- 34 PARA GUSTOS LOS COLORES** / OLMO RODRÍGUEZ
- 38 PROHIBIDO SENTARSE** a esperar que  
suceda / PAULA CASTRO TAÓBAS
- 42 ¿10.000 HORAS?** ¡está chupao! / RICARDO PERALTA D.
- 46 MENTIRAS Y VERDADES** sobre  
diseñadores/as gráfic@os, web y  
programadores/as / ADRIÁN MARTÍN LLORENTE



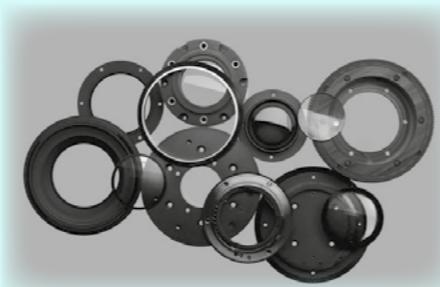
**+ INFO:**  
[www.londondesignfestival.com](http://www.londondesignfestival.com)  
 VISITAR

## EL LONDON DESIGN FESTIVAL ABRIRÁ SUS PUERTAS EL 17 DE SEPTIEMBRE



El London Design Festival es una de las citas más importantes a nivel mundial para los profesionales del diseño. Este importante certamen, que se celebrará entre los días 17 y 25 de septiembre, acogerá conferencias, exposiciones y eventos que atraerán a profesionales de todo el mundo.

Si aún te quedan vacaciones, el London Design Festival es una excelente oportunidad para conocer nuevas tendencias.



## MADRID GAMING EXPERIENCE: LA NUEVA CITA CON LOS VIDEOJUEGOS

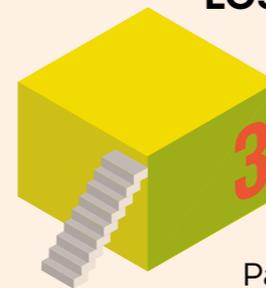
Madrid Gaming Experience pretende convertirse en una nueva referencia para los apasionados de los videojuegos. Más de 30.000m2 en los pabellones 12 y 14 de IFEMA acogerán diversas zonas: e-sports, desarrolladores de Gamelab Academy, Zona Manga, etc. El objetivo es atraer a más de 100.000 visitantes durante los días 28 de octubre y 1 de noviembre. Con esta apuesta, IFEMA pretende liderar en España el sector de los videojuegos y el ocio digital, al reunir en su programa anual dos citas especializadas como son Madrid Gaming Experience y Gamergy, además de contar con eventos como Exponga y Japan Weekend.



**+ INFO:**  
[www.ifema.es](http://www.ifema.es)  
 VISITAR



## LO QUE NOS PREPARA PIXAR PARA LOS PRÓXIMOS TRES AÑOS



Los genios californianos nos reservan grandes sorpresas que sin duda volverán a revolucionar las taquillas. En junio de 2017 llegará a los cines "Cars 3", la tercera entrega de la franquicia protagonizada por Rayo McQueen.

Para junio de 2019 está previsto el estreno de Los Increíbles 2, la esperadísima secuela de la familia de superhéroes.

En noviembre de 2017 se estrenará Coco, inspirada en la fiesta mexicana del Día de Muertos. Para el verano de 2018 podremos ver Toy Story 4, cuya trama será una historia de amor entre Woody y Bo Beep una muñeca de porcelana.



PLAY TRAILER LOS INCREÍBLES II

## LLEGA UNA NUEVA ENTREGA DE STAR WARS

La trama de Rogue One: una historia de Star Wars se desarrolla antes de los hechos que se narran en Star Wars: una nueva esperanza (1977) y se centra en la historia de unos héroes a los que les une un objetivo común: robar los planos de la primera Estrella de la Muerte.

La película está protagonizada por Felicity Jones (La Teoría del Todo), Diego Luna (Elysium), Ben Mendelsohn (El Caballero Oscuro) y Forest Whitaker (El último rey de Escocia).

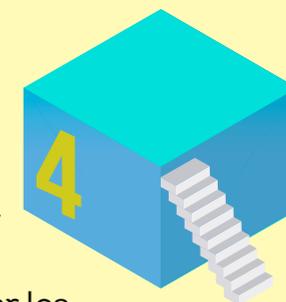
La nueva entrega confirma el propósito de Disney, actual propietaria de los derechos, de relanzar el universo Star Wars tras la compra de Lucasfilm en 2012 por un total de 4.05 millones de dólares.



PLAY



TRAILER ROGUE ONE:  
 UNA HISTORIA DE STAR WARS





# TRABAJAR SIN HIPOTECAS



APOLONIA MORA ORTIZ • DIRECTORA DE ARTE MOMENTUM - McCANN ERICKSON

MÁSTER EN CREATIVIDAD PUBLICITARIA 2008

**iT**

**e dispones a buscar curro pero no tienes padrino ni eres un pibón? Pues estás de suerte. Disfruta de una vida laboral sin hipotecas. Sin gastos de apertura, ni intereses, ni comisiones, ni cuotas de mantenimiento.**

Mi padre estrenaba camisa nueva. Ese día iba a la Facultad con la familia al completo. ¿Cómo no? ¡Que la niña se gradúa! En la cara de todos los padres se veían miradas de orgullo y de ilusión. Después de tantos años de esfuerzo para que pudieran estudiar, por fin se licenciaban y pronto encontrarían un buen trabajo. Al final del acto, la profesora de creatividad publicitaria cerraba su speech augurándonos un gran futuro y nombrando a antiguos alumnos que hoy ocupaban grandes puestos en agencias de publicidad. Fulanita, hija del jefe de la multinacional tal, menganito, sobrino del director de la agencia cual, y así sucesivamente.

No se me olvidará la cara de decepción de mi padre al escuchar esas palabras. Desde la primera fila, me giré y vi como al fondo mi padre agachaba la cabeza y se miraba el pecho. Empezaba a sentirse ridículo con su camisa nueva. Si no tenía padrino que ofrecer a su hija, poco iba a tener que celebrar.

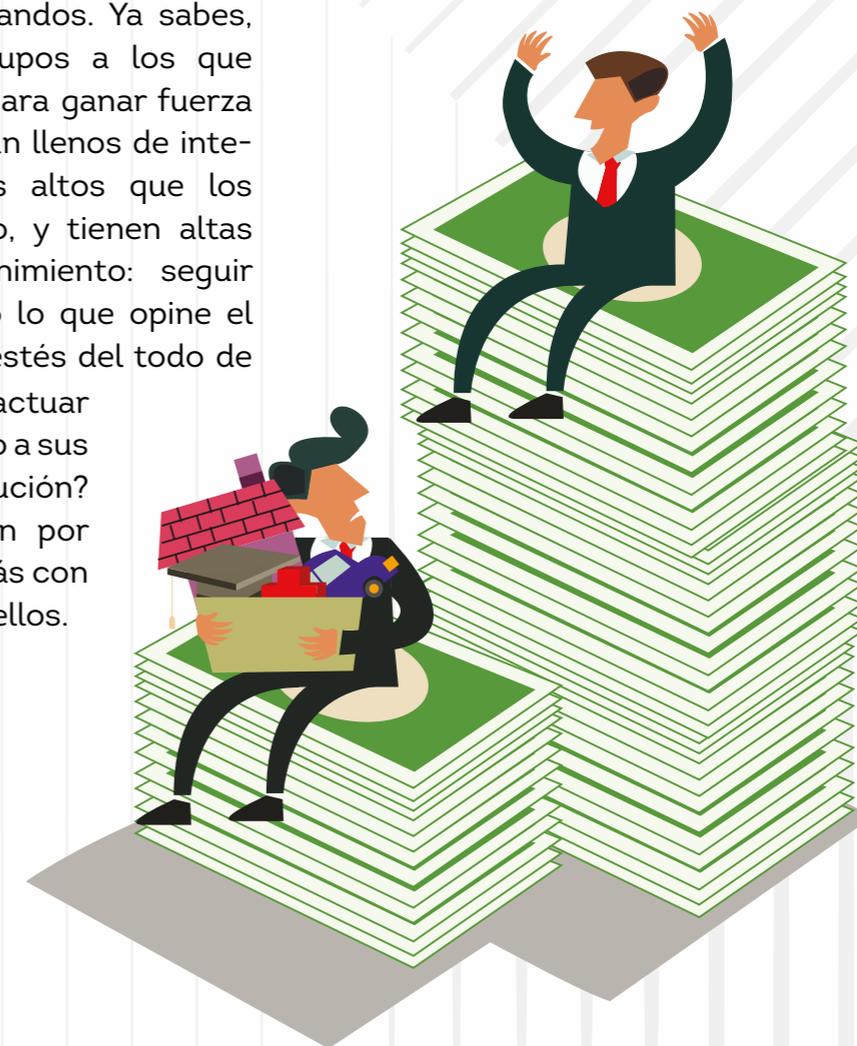




Eso, al menos, fue lo que mi profesora acababa de sentenciar. Casi veinte años después, puedo responder con rotundidad a ese comentario. De eso nada, monada. Se equivocó usted enormemente. Lo que hizo pensar a mi padre que sería una carencia y un freno para mi desarrollo profesional, fue (eso creo yo y eso me ha dicho la experiencia) la mejor de mis suertes. Presentarse en una empresa como un folio en blanco. Ahorrarse en la entrevista de trabajo el “vengo de parte de” y tener que elogiar a alguien que no conoces durante un buen rato. Si, además, eres una persona “normal”, nada despampanante, más que mejor. Miraditas de “vaya tetas” y propuestas incómodas que te ahorras (bueno, algún loco siempre hay por ahí ☺). Y no tendrás que luchar contra la idea preconcebida de “esa tía seguro que es tonta,

Son miles las ventajas. En el trabajo, ¡hipotecas cero! Los padrinos, para las bodas. En el curro, mejor sin parentescos. Uno mismo, con su trabajo, su talento, su tesón. Además, tendrás la suerte de que nadie dudará de las razones por las que estás en tu puesto. Si no hay padrino, sólo podrá ser porque mereces la pena. Si tienes gastos de apertura, estarás vetando a alguien de por vida. Mucho mejor ahorrarte esas comisiones y poder hablar alto y claro sin limitaciones de “depende de quien se trate. Fuera “cascarones de huevo”, todos al mismo saco.

Cuidado con los bandos. Ya sabes, esos pequeños grupos a los que uno puede unirse para ganar fuerza frente a otros. Están llenos de intereses, mucho más altos que los de cualquier banco, y tienen altas cuotas de mantenimiento: seguir la corriente a todo lo que opine el grupo (aunque no estés del todo de acuerdo) y nunca actuar en sentido contrario a sus leyes. ¿Tiene retribución? Sí, sin duda. Darán por hecho que si no estás con ellos, estás contra ellos.



Y, por último, lo más importante. ¡No te hipoteques contigo mismo! Si comienzas a currar o ya lo haces pero te suben el sueldo, intenta que lo único que cambie sean los números de tu cuenta corriente. Si tu vida depende de esos dígitos, les estarás dando la capacidad de destrozar tu vida. No les des tanto poder a un número, hombre. Son muy inestables y no merecen mucha confianza.

Si, en cambio, sigues tu ritmo habitual, tendrás en tu poder la mejor de las armas para hacer frente en tu empresa y en tu vida: en NO MIEDO.

Te dará la libertad absoluta de opinar, de decir, de actuar. Sin tener que pensar en lo que puedes perder. Si te despiden, unos números menos en la cuenta y punto pelota.



Y, ya sabéis. Quien no tiene padrino, no se bautiza. ¡Bravo, bravo! Mira que bien, así nos liberamos también de los dioses. Un peso menos. Recordad que si creéis en alguno, desde luego no viven en una agencia de publicidad. Nadie es nadie de antemano. Que os demuestren cómo son en el día a día. Os daréis cuenta de que muchos gigantes en las empresas son hinchables XXL que se desinflan con un alfiler. Le sentaba genial la camisa nueva y sí, tenía mucho que celebrar. Muchos años de trabajo de la niña, (espero que sean muchos más) desde el esfuerzo, el talento y la libertad. Sin hipotecas. Sin gastos de apertura, ni intereses, ni comisiones, ni cuotas de mantenimiento. Y es que quien no tiene padrino... ¡Tiene un tesoro! ■



# LIBERA TU TALENTO



CARMEN CARRATALÁ SÁNCHEZ • [WWW.BEHANCE.NET/CARMENCARRATALA](http://WWW.BEHANCE.NET/CARMENCARRATALA)

MÁSTER PLUS DISEÑO GRÁFICO Y CREATIVIDAD PUBLICITARIA 2015/2016

**E**s más seguro que a estas alturas del cuento ya te hayas percatado de que todo el mundo tiene problemas y que todos en algún momento hemos sucumbido a nuestras inseguridades. Dependiendo de la edad que tengas es probable que hayas pasado ya por algún tipo de crisis existencial o hayas sentido que no sabes bien hacia donde te diriges.

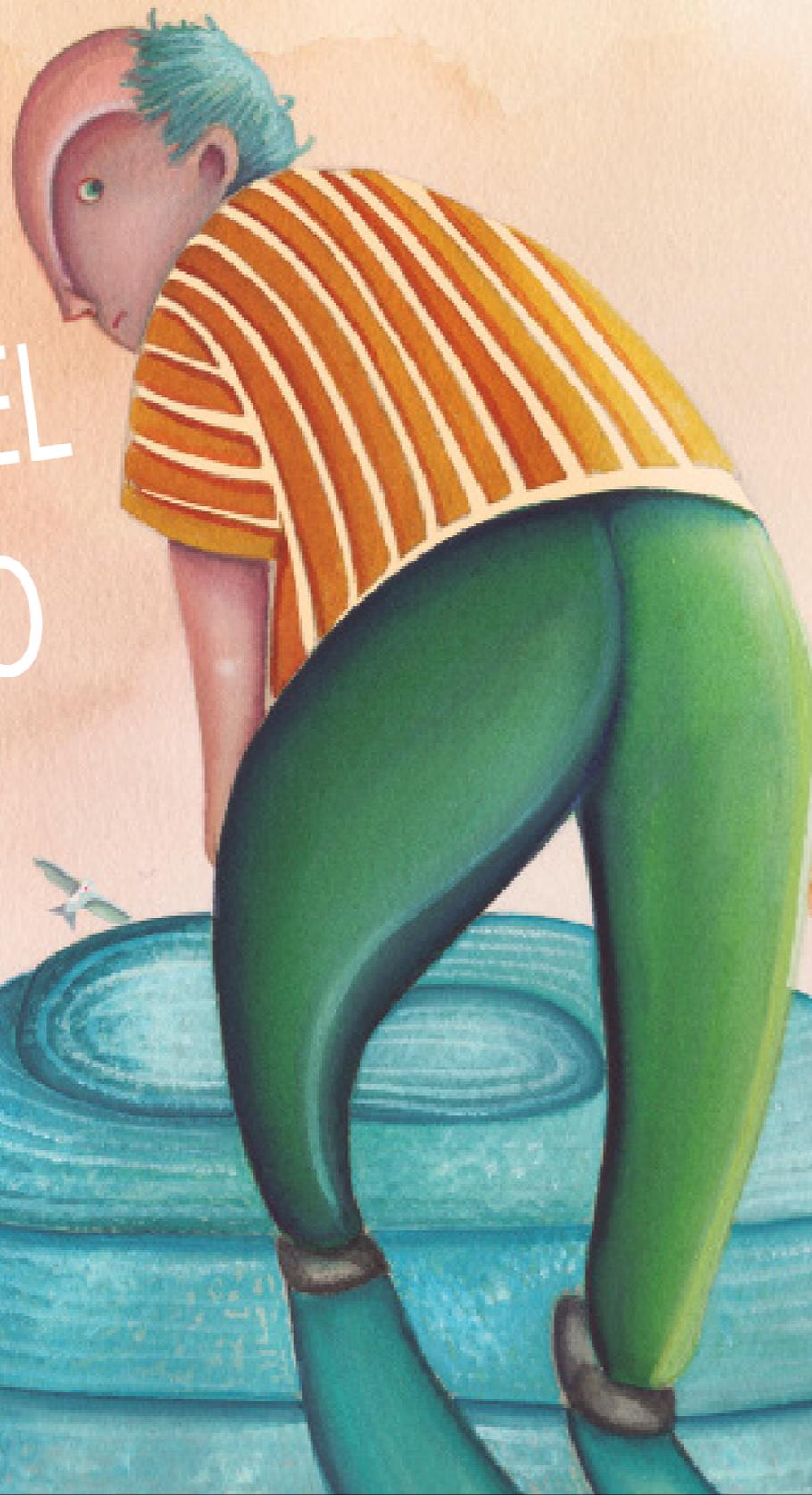
Si aún no has pasado por alguno de estos momentos de no encontrarse, estate prevenido porque de un momento a otro te va a pasar. Los miedos son el villano que tenemos dentro absolutamente todos pero por suerte también albergamos en nuestro interior a su propia antítesis: el talento.

En ocasiones será difícil de encontrar o no será tan obvio como para una persona que canta como los dioses o deja las obras de Velázquez solo aptas para hoteles de carretera, pero lo cierto es que todos tenemos alguno.

A algunas personas se les da extremadamente bien hablar, comunicarse o escuchar y son algunas de estas joyas que solo los demás pueden apreciar. Normalmente una persona que sabe escuchar o



# VIVIR DEL CUENTO



CARMEN SÁNCHEZ • [WWW.CARMENSANCHEZ.ES](http://WWW.CARMENSANCHEZ.ES)

ILUSTRADORA Y DISEÑADORA GRÁFICA • MÁSTER C. PUBLICITARIA, DISEÑO GRÁFICO Y WEB 2013/15

Una imagen vale más que mil palabras, pero acompañada de una buena historia es la leche.

Cuántas veces nos hemos quedado fascinados por una gran historia de amor en la gran pantalla, un buen libro que nos envuelve y absorbe o tu mejor amiga con su labia te convence de cualquier plan absurdo ¡pero lo pinta tan bonito!

No hay que negarlo, al ser humano nos encanta que nos cuenten cuentos, es más, hay cantidad de expresiones que encierran muchos y distintos significados.

**EXPRESIONES COLOQUIALES CON MUCHO CUENTO**

**QUÉ TE CUENTAS**  
En el registro coloquial, saludamos a alguien que no hemos visto desde hace mucho tiempo con esta expresión, para que nos cuenten qué han hecho desde la última vez que lo vimos.

**¡NO ME VENGAS CON CUENTOS!**  
Cuando discutimos con alguien, decimos esta frase para expresar que los argumentos de la otra persona son poco convincentes y, en ocasiones, irreales, como los cuentos.

**VENIR A CUENTO**  
Significa que algo tiene relación con el tema que se está hablando.

**UN CUENTO CANTO**  
Utilizamos esta expresión cuando queremos decir que lo que se cuenta es mentira.

**VIVIR DEL CUENTO**  
Decimos que alguien vive del cuento cuando vive gracias a los demás y no gracias a sus propias acciones.

[WWW.DEROCACENTRO.COM](http://WWW.DEROCACENTRO.COM)

←  
**VISITAR De Boca en Boca**

Lo que llaman precisamente storytelling no sólo en publicidad, sino en el álbum ilustrado, en animación y en otros campos.

Desde pequeños somos unos grandes narradores natos y artistas en potencia, se ha demostrado lo bueno de contar cuentos a los niños para desarrollar la creatividad y a día de hoy, como ilustradora infantil en potencia, puedo decir que disfruto enormemente de álbumes infantiles ilustrados e invito a pasearos por cualquier librería y sin vergüenza alguna consumir cuentos como "Olivia" de Ian Falconer, "Cómo lavar a un mamut lanudo" de Michelle Robinson & Kate Hindley o "Los miedos del Capitán Cacurcias" de Sonja Wimmer & José Carlos Andrés. ¡Los váis a disfrutar!

La Princesa Marmota



El Efecto Caracol

Kou



Y no sólo la infantil, estamos experimentando un boom de la ilustración sin precedentes, cualquier persona se siente identificada con Moderna de Pueblo de Raquel Córcoles Diario de una volátil de Agustina Guerrero o disfruta con Croqueta y Empanadilla de Ana Oncina, sí, se lleva el cómic y con sabor femenino.

Los Cuentos también son para niños crecidos

Si te gusta ilustrar y/o narrar historias esto es como buscar pareja, habrá una editorial que te corresponda y empecéis un **Bonito Romance**.

**Nunca dejes de creer en tu trabajo**, a veces hay que escuchar al niño que llevamos dentro, es un pequeño sabio.

- 1
- 2
- 3

Os dejo una muestra de mi trabajo.  
Si estás interesad@ en mi trabajo puedes escribirme a [ilustracarmen@gmail.com](mailto:ilustracarmen@gmail.com) o a través de mi web.



# eso YA está HECHO



CARLOS DE VIDANIA

PROFESOR DEL CURSO DE DIRECCIÓN DE ARTE

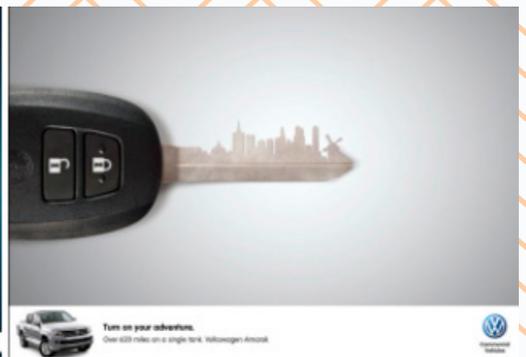
# Y

*a tenemos la idea; una buena idea, la desarrollamos, le damos forma y cuando por fin conseguimos una buena campaña, alguien, generalmente otro creativ@, nos dice aquello de “eso ya está hecho...”*

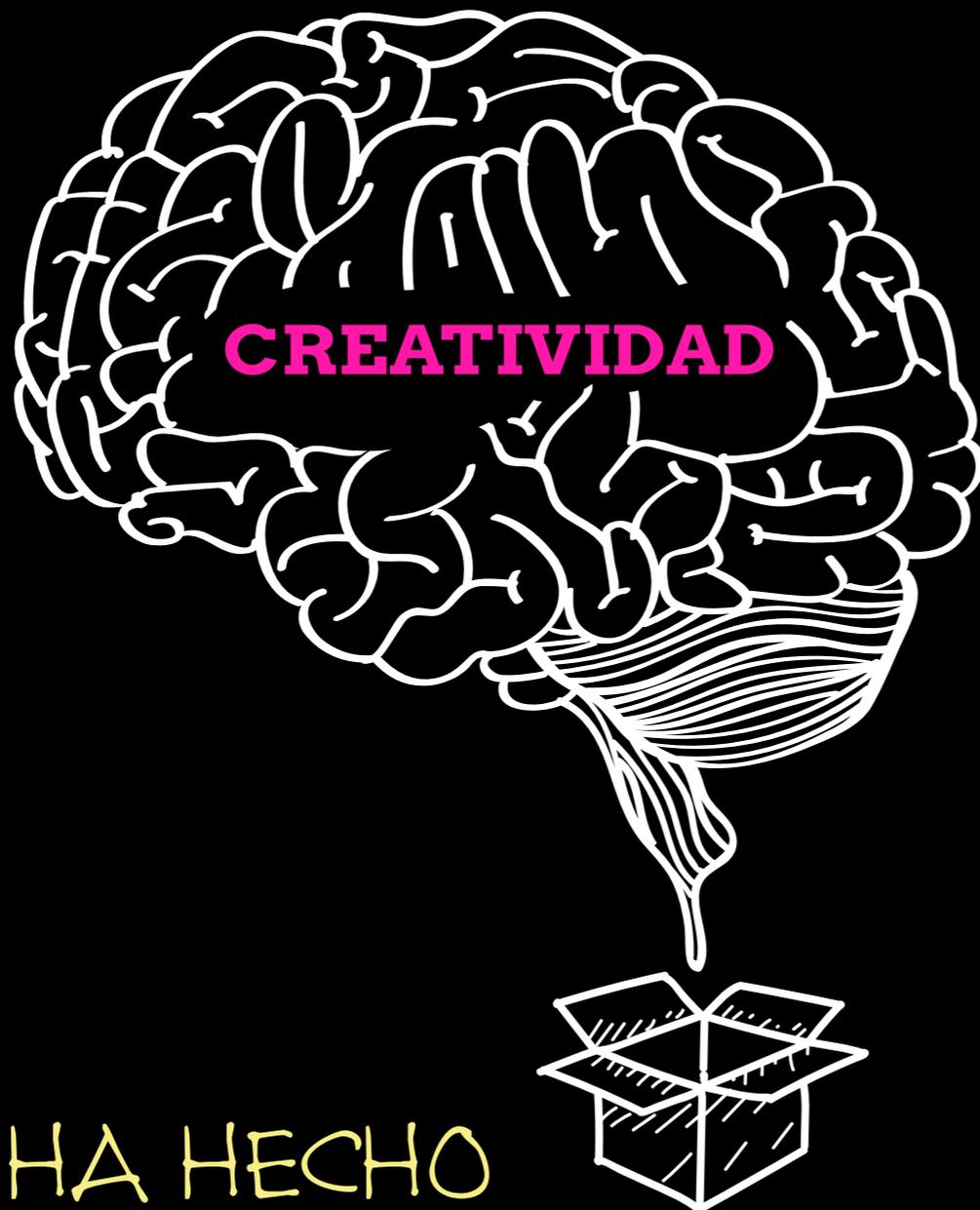
Con la sensación de tener un problema y en plena inquietud, buscamos esa otra campaña, la original, para comprobar en cuanto y en que se parece a la nuestra. Casi siempre encontramos argumentos para defender nuestro trabajo, para pensar y decir, que el parecido no es plagio, sino más bien una “convergencia creativa”: a productos casi iguales con beneficios casi iguales, es hasta lógico que las soluciones creativas puedan llegar a ser las mismas. Además recurrimos a aquello de “todo está inventado”, que en gran medida es cierto. Muchas veces la creatividad, no solo la publicitaria, consiste en reinterpretar, en reinventar sobre lo ya creado.

A pesar de todo el esfuerzo por defender nuestro trabajo y nuestra

honradez, y una vez recuperada la objetividad, nuestra campaña ( ¿o era la de ellos?) pasa al cementerio de las grandes ideas fallidas: la papelera, y comenzamos otro nuevo camino, con mosqueo y rabia, para encontrar, esta vez sí, la gran idea que no se parezca a ninguna otra, aunque sepamos que todo está ya inventado... ¿o no? Os dejo con unos ejemplos que ilustran perfectamente lo contrario a lo que os he contado. Trabajos de grandes agencias con grandes creativos, se supone, que no han tenido el menor reparo en sacar adelante campañas que “ya están hechas” y que por una inocente ignorancia o por cara dura, han sido publicadas. Plagios o “convergencias creativas”, vosotros mismos ■



LA



ME HA HECHO  
**CREER**  
 EN MI MISMA

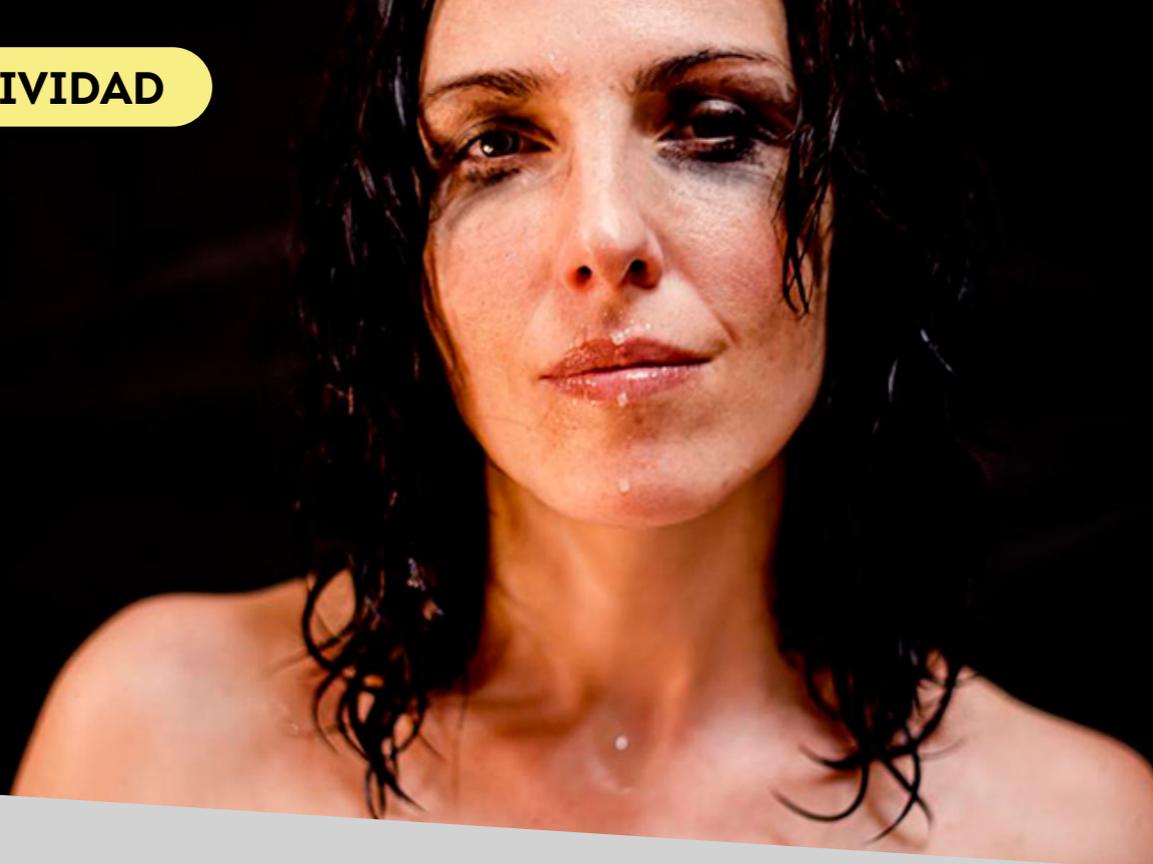


MARÍA RAMOS ORTIZ • [WWW.BEHANCE.NET/LORRAINEGIMCA](http://WWW.BEHANCE.NET/LORRAINEGIMCA)

MÁSTER PLUS DISEÑO WEB Y CREATIVIDAD PUBLICITARIA 2015/2016

**A** veces la vida, cansada de dar pequeños toques de atención, golpea con fuerza y te envía bien lejos de lo que, hasta ahora, considerabas normal y estable. Casa, trabajo, deudas, más trabajo...

Tras 14 años me encontré sin el deber de seguir esa vida que tan poco me estaba gustando. Comenzaron los miedos, las prisas, las dudas... Sabía que yo no estaba preparada para volver a estar encerrada, que mi cabeza no paraba de dar vueltas sobre distintos ejes y notaba que, si seguía así, una parte importante de mi se anularía. Comprendí que era el momento de empezar lo que había estado en segundo y tercer plano durante tanto tiempo. Supe que era el momento de reinventarme, pero sobre todo, de hacer lo que me gustaba y es así como decidí hacer el Master de Diseño Gráfico y Creatividad Publicitaria. No tenía claro para que me iba a servir si a mí lo que más me entusiasmaba era la fotografía, pero siempre he creído que aprender es algo que nunca se debería dejar de hacer y en este caso no iba a ser menos. ¡¡Ya sacaría partido de ello!! Conocer las herramientas adecuadas me dio un sinfín de posibilidades para el que ahora es uno de mis trabajos.



El diseño me ayuda a retocar las fotografías que realizo, a crear mis propios logos, a sentirme segura en un ámbito que tenía sujeto con imperdibles y la creatividad publicitaria me ha dejado pautas para pensar diferente aunque, cuando comencé el curso, me daba miedo desentonar en el grupo...¿Creativa? Quizá el concepto no encajaba en mi forma de ser.

Considero la creatividad como algo normal, no creo que sea un don y mucho menos que solo puedan tener los "inspirados". La creatividad está, o por lo menos en mi caso, en las cosas que hago habitualmente, cosas pequeñas como escuchar música, hablar con un amigo, ver una película, internet... No tengo una pared llena de post it de colores, ni un corcho lleno de recortes, tampoco suelo leer sobre ello y no hago brainstorming conmigo misma. La creatividad se tiene que cuidar y alimentar y cada uno debemos elegir lo que mejor nos convenga para ello. Hay que aprender de los grandes pero no tiene por qué gustarte todo lo que hacen. Quizá un compañero de clase te inspire más con un boceto que una obra de un artista reconocido.

La creatividad me ha hecho creer en mi misma. Ahora es cuando me gustaría poder contar, para poner la guinda al relato, que soy una

fotógrafa exitosa o que me gano la vida gracias al diseño pero no estaría diciendo toda la verdad. Lo que sí puedo decir es que me he dado cuenta de que no tengo límites. Con los años y la experiencia me ha dejado de importar el estar encasillada en un perfil y, a la vez, he aprendido a compaginar todas mis facetas creativas tales como la fotografía, escritura, piano y pequeñas cosas de diseño. Tengo el éxito deseado: hacer lo que me gusta. NO tengo meta fija, siempre se separa cada vez que me acerco a ella y eso ¡me encanta!

A ti, que has llegado hasta el final, solo puedo decirte que hagas lo que hagas busca siempre algo que te llene de verdad, eso es lo que te vas a llevar, el resto, a veces, son pequeños o grandes sacrificios para poder seguir haciendo lo que te hace feliz. Cada uno tiene su propio sinónimo de felicidad, el mío es muy particular pero sobre todo sencillo: dar a mis horas buenos minutos.

Eso es lo que intento hacer, no siempre es posible, en el día a día de una persona normal, con mil cosas siempre por hacer, sin tiempo para todo pero con ideas y muchas ganas de llevarlas a cabo. Hoy quizá no pueda pero... ¿mañana? ■



# LA CLAVE Y LA RUINA

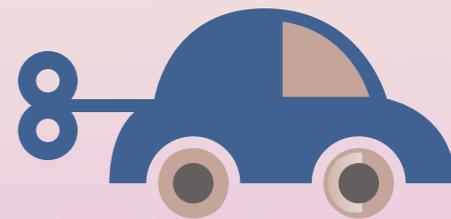


NURIA ESCUDERO DUCH • [BLOG PERSONAL](#)

MÁSTER CREATIVIDAD PUBLICITARIA FEBRERO 2014 • COPY EN FACTORÍA DE IDEAS FELICES

**Q**UIZÁS LA CLAVE Y LA RUINA DE TRABAJAR EN PUBLICIDAD SEA ESA COSA MÁGICA Y ENREVESADA QUE HACE QUE NUNCA DEJES DE IMAGINAR OTRAS PROFESIONES. MUY RECOMENDABLE PARA GENTE CON MENTE INQUIETA. YO ME PASO EL DÍA PROBÁNDOME TRAJES QUE NO ME CORRESPONDEN. DE TODOS LOS COLORES, DE ARRIBA ABAJO, CUANDO ME LEVANTO O CUANDO ME ACUESTO, LO QUE HAGA FALTA PARA LOGRAR ESCRIBIR EL COPY CON EL QUE VESTIR A UNA MARCA.

Para mí es un ejercicio de "improvisación controlada": primero amueblas tu cabeza con todo lo que te hace falta para pensar y segundo, piensas. ¿El problema? nunca sabes cuánto tiempo te llevará crear, el tiempo nunca tiene en cuenta qué pasa por tu cabeza ese día, si estás cansado, triste o poco inspirado... He estudiado métodos mágicos que prometen "invocar a la creatividad" sin que me sirvan para mucho, porque a mí hasta ahora me funciona más enriquecerme mucho de todo lo que puedo, de todo lo que me pasa, de cada atardecer, de exprimírle el cerebro a la gente que sabe conversar a las horas más locas del día. En definitiva, se trata de vivir. Eso es lo que me lo da todo para empezar a trabajar, para empezar a vestir a mis ideas.



Y es que en un mundo donde reinan las etiquetas, el afán de vestir a las cosas es infinito. Será porque cuando un cliente te pide una campaña, tienes que poder ser el ama de casa que no eres, o el ejecutivo agresivo y sexy sobre el que se abalanzan todas, que tampoco eres. O será porque la creatividad exige salirte de tu cuerpo (y muchas veces de tus casillas) para experimentar qué se siente estando en otros lugares, comiendo comida que no te gusta o conduciendo coches por carreteras que solo conoces gracias a Google. El caso es que trabajar en publicidad parece darte la inestabilidad exacta para nunca estar satisfecho con tus decisiones, las alas perpetuas que te llevarían a preparar una maleta cada día. Ahí está la clave y la ruina: creas una idea bonita que nace de la inseguridad más dudosa. Pero la creas, porque supongo que soñando y perdiéndote al final acabas escribiendo lo que buscabas. Porque hay un punto en el que frenas tus viajes mentales y te sale algo, das en el clavo y aciertas. Lo que yo no sabía es que este trabajo nunca terminaría de frenar mis ansias de ser otra cosa, que me llevaría a imaginarme diariamente más



y más trajes, posibles e imposibles, pero todo perfectamente compatible con ser creativa. Puede que no haga falta saber ahora qué quieres ser de mayor, aún haciéndote mayor. Así que mientras la publicidad me exija darle vueltas a las cosas, caben tantos trajes en mí que creo que nunca llegaré a estar vestida del todo. Y así es como yo crezco, entre el amor y el odio a los trajes que no visto. (Opinión extremadamente subjetiva de una joven copy con algunos pájaros en la cabeza y que, por encima de todo, trabaja para vivir) ■



# PARA GUSTOS LOS COLORES



OLMO RODRÍGUEZ MORENO • [WWW.MATERIAGRIS.ES](http://WWW.MATERIAGRIS.ES)

DISEÑADOR GRÁFICO/WEB EN MATERIAGRIS • MÁSTER DISEÑO WEB 2013

“**La vida es color de rosa**”, **“verde que te quiero verde**”, **“lo veo todo negro**”, **“es una ciudad muy gris”**...**Los colores están en boca de todos, muy presentes en nuestras sensaciones. Además de percibirlos por la vista, nos sirven para describir nuestros estados de ánimo.**

Aunque dicen que “para gustos los colores”, hay ciertos patrones de gustos comunes para casi todas las personas. Y es que se podría decir que existe una Psicología del Color. Así se titula el libro de Eva Heller, psicóloga experta en teoría del color. Tras una encuesta a 2.000 hombres y mujeres con edades comprendidas entre los 14 y 97 años, el 45% de los encuestados eligió el azul como el color favorito y el 20% el marrón como el menos deseado. ¿Pero qué hace que tantas personas coincidan en valorar más el azul, el verde o el rojo que el marrón, el rosa o el gris? ¿Qué factores psicológicos, emocionales o culturales se esconden tras estas estadísticas?

Hay muchos factores que influyen en la elección de un color. Para un diseñador es muy importante conocer las emociones que transmite cada color a la hora de elegir uno u otro en sus piezas gráficas. No puedes decir a un cliente que elegiste el naranja para su logo porque es el color favorito de tu hijo...Hay argumentos de peso detrás de cada decisión en un diseño. Entonces, ¿cómo actúan los colores sobre los sentimientos? Estos apuntes extraídos del libro “Psicología del Color” pueden ser muy útiles en tus decisiones como diseñador:

# azul

“Es el color preferido. El color de la simpatía y la fidelidad”. Si tengo una entrevista de trabajo, definitivamente me pondría una camisa azul.

# rojo

“El color de las pasiones - del amor al odio. Alegría y el peligro”. Si ves una araña en la selva, corre. Si es roja, ¡¡corre más!!

# amarillo

“El color más contradictorio. Optimismo y celos. Diversión y traición”. Complicado. Si tuviera dudas, no usaría el amarillo.

# verde

“El color de la fertilidad, la esperanza y la naturaleza”. ¿Has visto algún logo de una empresa ecológica que no sea verde?

# negro

“El color del poder y de la elegancia”. Los logos de Armani, Dolce & Gabbana y Calvin Klein son negros. Y es que el negro pega con todo.



LINK AL LIBRO PSICOLOGÍA DEL COLOR (Eva Heller)  
VISITAR

# blanco

“El color más importante de los pintores. El color del bien y de la perfección”. Casi cualquier diseño sobre fondo blanco queda bien. Las versiones blancas de los logotipos funcionan a la perfección.

# naranja

“El color de la diversión. Exótico y llamativo”. Si necesitas transmitir juventud, energía y buen rollo, no dudes en contar con el naranja.

# rosa

“Dulce y delicado, escandaloso y cursi”. Un color culturalmente asociado a la feminidad. El peso de los prejuicios culturales.

# marrón

“Color de lo acogedor, de lo corriente”. Un color feo para la mayoría pero que está presente en todas partes.

# gris

“El color del aburrimiento”. Ojo, el gris no es tan malo. Combina muy bien con otros colores. Un ligero gris de fondo puede ayudarte en muchos diseños ■

# PROHIBIDO SENTARSE A ESPERAR QUE SUCEDA



PAULA CASTRO TÁOBAS • [WWW.BEHANCE.NET/CASTROGIARDELLI](http://WWW.BEHANCE.NET/CASTROGIARDELLI)

DIRECTORA GRÁFICA Y DIRECTORA DE ARTE • MÁSTER DISEÑO GRÁFICO Y CREAT. PUBLICITARIA

**C**reo que uno de los momentos más satisfactorios que vivimos a lo largo de nuestras vidas es el de darnos cuenta de cuál es nuestra vocación. Conseguir hallar el equilibrio perfecto entre disfrutar de lo que haces y aportar un beneficio mientras lo haces.

La vocación se puede encontrar con siete años, con veinticinco, con cincuenta o con ochenta. Nunca temprano ni tarde, porque no tiene fecha de llegada.

El caso es que cuando aparece, lo hace para abrirnos puertas. Nos da la oportunidad de establecernos metas, y no hay nada que más ilusione. Poder marcarnos objetivos y luchar por conseguirlos, aprovechando bien el viaje para aprender, caerse, levantarse, conocer personas, defraudarse y enorgullecerse.

En mi opinión, este viaje es más apasionante que llegar a la propia meta, y por eso debemos sacarle el máximo partido.

En mi caso, todo empezó hace cinco años, antes de escoger una carrera que estudiar. El universo de la creatividad siempre ha sido muy atractivo para mí, y sin entender muy bien cómo funcionaba, me adentré en él. Ha sido (y está siendo) un recorrido con muchos sentimientos encontrados.

Satisfacción y frustración, inspiración y estancamiento. Pero al final la balanza siempre se inclina hacia lo positivo, porque realmente es mi vocación. No hay nada que me guste más.

Cuando llega el momento de lanzarse al mercado laboral, tras un tiempo de formación, debemos poner toda nuestra ilusión y ganas y no rendirnos jamás ante una, cinco o treinta negativas.

Si alguien me pidiese un consejo, el mejor que podría dar es que tenemos que creer en lo que hacemos y jamás darnos por aprendidos. Y menos en un contexto como éste, porque las tendencias se renuevan constantemente, porque lo que hoy está bien mañana puede estar mal y porque equivocarse, rectificar e instruirse continuamente es un tesoro. Toda persona que se proponga una meta con ganas, la alcanza. Lo que no llega en un año, llegará en diez. Pero no debemos sentarnos y confiar en que el objetivo se cumpla solo. Todo depende de nosotros, y es algo que debemos agradecer, porque si no, ¿qué gracia tendría?



Por mi parte, seguiré peleando y disfrutando cada momento en el camino. Empapándome cada vez más de la parte artística de la creatividad publicitaria, reafirmandome en lo importante que es la fuerza visual de una marca o campaña. Basándome en el lapidario refrán, la gran idea, si bella, dos veces grande. Y aquí estamos para engrandecer, emocionar y tener un ojo disciplinado, pero siempre acompañado de una mentalidad salvaje ■





# ¿10.000 horas?

# ¡ESTÁ CHUPAO!



RICARDO PERALTA D. • [PORTFOLIO BEHANCE](#) • [PERFIL DOMESTIKA](#)

DIPLOMATURA CREATIVIDAD PUBLICITARIA 2012



**S**eguro lo hemos escuchado muchas veces: para convertirse en experto en una materia, necesitarás al menos 10.000 horas de práctica, lo dijo el psicólogo sueco K. Anders Ericsson.

No pretendo afirmar la validez de ese postulado, pero me da pie para compartir una idea músculo que me impulsa en esta carrera llamada diseño.

¿10000 horas son suficientes? No, ¿Entonces? ¿Seríamos capaces de dedicar 10000 horas a algo que no nos gusta? Exacto, no. Para ser buenos en algo lo primero es saber que eso que hacemos nos apasiona. Cuando te apasiona algo eres capaz de hacerlo cada día, por muchas horas y más aún, es decir, pensar en 10000 horas (si ese postulado fuera cierto) ya no es una tarea titánica sino más bien algo alcanzable y natural. Cuando una actividad es una pasión en nuestra vida lo hacemos con alegría y los sacrificios son bienvenidos con una sonrisa. Es lógico, cuando hay amor por algo el esfuerzo es un descanso y cuando hay amor siempre hay tiempo y cuando hay tiempo hacemos lo que nos llena.

Si, suena romántico, lo sé, pero es mi vivencia y la vivencia compartida con otros colegas y amigos de otras disciplinas.

Pero esa pasión no solo es por la profesión que hemos elegido (el diseño) sino también apasionarte por cada proyecto y por el cliente. Si creen en los objetivos, los servicios y producto del cliente potencial, entonces con la mayor alegría y convicción elaborarás tus proyectos, porque serán proyectos en los que crees. ¿Quién no desea clientes con quienes puedas crecer paso a paso?, clientes en quienes creas en su filosofía, en sus objetivos y apasionarte por verlos crecer, sentir pasión por su visión. Si ocurre así, sin duda el trabajo será perfecto y limpio. El proceso creativo no admite tristezas, es un proceso que genera sentimientos de satisfacción y alegría, y eso solo se da cuando crees en el cliente y el proyecto.

Por eso creo que la clave de nuestro trabajo está en saber qué queremos hacer, qué área de la comunicación se nos da bien y nos apasiona imaginarnos hacerlo por muchos años. Pero también identificarte con el cliente y buscar aquellos en los que te sientas comfortable trabajar. Porque el trabajo debe ser motivo de alegría.

¿Y qué ocurre con los desafíos? Los hay, siempre, pero si te apasiona la profesión, las dificultades las verás como bendiciones disfrazadas.

¿Y por qué poner tanto énfasis en tener pasión? Porque de las 24 horas que tiene el día al menos un tercio la dedicamos a actividades relacionadas al trabajo y si el trabajo que haces no te apasiona entonces ese lastre es una carga muy dura cuya factura se siente a la larga.

Tanto hablar de pasión ya me dio el calentón, voy a correr la tinta que hay mucho por diseñar :)

Un abrazo ■





## Mentiras y Verdades sobre:

DISEÑADORES/AS

GRÁFICOS

Diseñadores WEB  
y Programadores



ADRIÁN MARTÍN LLORENTE • [WWW.CREAQUETECREA.COM](http://WWW.CREAQUETECREA.COM)

PROFESOR DE DISEÑO WEB EN AULACREATIVA



Las personas que no están metidas en el mundo creativo y digital, normalmente confunden estas profesiones y las engloban dentro del perfil genérico de informático.

Yo soy un tipo creativo, pero mi tía sigue pensando que soy informático porque trabajo con ordenadores. Y al mismo tiempo me pregunta que cuando voy a dejar de hacer dibujitos y encontrar un trabajo serio. Hay mucho desconocimiento sobre el trabajo de estas tres profesiones, que si bien están relacionadas entre sí, son muy diferentes. Muchas personas piensan que el ordenador lo hace todo, pero la realidad es que se requiere de mucha formación, experiencia y pasión. Confundir a un diseñador gráfico con un diseñador web o un programador, es como confundir a un arquitecto con un albañil, o a un electricista con un fontanero.

En este artículo analizamos estos tres perfiles profesionales desde un punto de vista cómico, tratando de recopilar los típicos estereotipos de unos y otros. Aprenderás a reconocerlos y, si eres uno de ellos, por favor no te ofendas y vuelve a leer el título del artículo.

# DISEÑADORES/AS GRÁFIC@S



Los diseñadores gráficos son creativos por naturaleza. De pequeños jugaban a la plastilina, dibujaban y hacían construcciones de 'Lego'. Tienen un desarrollado gusto por lo estético y resuelven los problemas con creatividad.

Su trabajo va mucho más allá de diseñar un logotipo o un cartel bonito. Son profesionales de la imagen y la estética.



## ¿Que conocimientos tienen y que herramientas manejan?

Un buen diseñador tiene conocimientos sobre fundamentos de diseño, tipos y usos de tipografías, formas compositivas del color, composición...

Principalmente utilizan herramientas digitales como Photoshop, Illustrator e Indesign... aunque también es normal verles con un cutter en la mano, pegamento de spray y las manos pintadas de algo.

## ¿Cómo funciona su mente?

Los diseñadores gráficos trabajan principalmente con el hemisferio creativo de su cerebro. Son personas despiertas e inquietas, pero también alocadas y desorganizadas. De todo hacen una tormenta de ideas, pero no saben cambiar una bombilla sin hacer antes un croquis. Son muy críticos con todo. Critican y critican, especialmente las cartas de los restaurantes. Pero les cuesta aceptar críticas de sus propios diseños porque para ellos no hay mejor diseño que el suyo. Cuentan chistes malos y hacen juegos de palabras absurdos.



### ¿Cómo es su imagen personal?

Los diseñadores gráficos tienen un estilo moderno, 'hipster', pero también un poco descuidado; Ellos llevan barba de tres días y pantalones apretados. Ellas llevan el pelo con mechones de colores o rastas. Los diseñadores gráficos son en general gente muy 'guay', muy 'cool'.

Visten camisetas frikis, con mensajes y humor gráfico.

Usan cascos muy grandes, para escuchar música Indie o Pop, que nadie conoce.

También se les puede ver llevando un libro bajo el brazo, que nunca leen, pero compraron porque les apasionó la portada.

### ¿Cuáles son sus miedos?

Su mayor miedo es esperar las revisiones de un cliente y tener que defender después sus propias ideas.

Sienten temor al enviar un diseño terminado a imprenta. Para el impresor, siempre es culpa del diseñador, y viceversa.

También tienen miedo a dar un presupuesto y pasarse o pillarse los dedos, o tal vez acabar trabajando gratis.



### ¿Cuáles son sus pasiones?

Son fanáticos de Apple y adictos al café. Como son muy creativos en diferentes disciplinas, suelen tocar algún instrumento en un grupo de música mediocre.

Les gusta ir a cines pequeños para ver películas en versión original de directores desconocidos.

En su tiempo libre hacen montajes de fotos y falsifican Dnis.

Para inspirarse, fuman tabaco de liar, y algunos creen ser más creativos cuando añaden algún tipo de estupefaciente.

### ¿Qué odian?

Indiscutiblemente, los diseñadores gráficos odian la tipografía Comic Sans. Su uso solo está justificado si estas diseñando la invitación para un cumpleaños de un niño de 3 años en un parque de bolas.

También odian los diseños feos al más puro estilo 'Power Point' y las imágenes pixeladas.

# Programadores



Los programadores tienen una mentalidad más técnica y analítica. De pequeños jugaban a las maquinitas, videojuegos o juegos de rol, y eran los mejores en clase de matemáticas. El trabajo de un programador es hacer que las entrañas de una aplicación o página web funcionen a la perfección, al margen de las cuestiones estéticas. Leen, escriben y entienden códigos complejos al estilo de la película Matrix.



## ¿Que conocimientos tienen y que herramientas manejan?

Realmente un programador no necesita trabajar con un programa demasiado sofisticado. Su trabajo es escribir código, y eso lo pueden hacer con un simple bloc de notas.

Sus lenguajes de programación preferidos son javascript, JQuery, Sql, php, C#...

## ¿Cómo funciona su mente?

Los programadores trabajan principalmente con su hemisferio racional. Son organizados, técnicos, minuciosos, casi maniáticos. Son inteligentes aunque algunos carecen de inteligencia emocional. Se dice que son un poco retraídos y con poca vida social. Claro, para ser un crack en el mundo de la programación tienes que invertir mucho tiempo y restárselo a otras actividades.



### ¿Cómo es su imagen personal?

La estética de un programador es la de un auténtico Nerd. Utilizan gafas muy grandes y con mucha graduación. (De tanto trabajar con código, muchos han perdido su vista). Son despreocupados de su imagen. Visten camisetas anchas de 'Star wars' o 'Los Simpsons', y pantalones marrones tipo camping con muchos bolsillos.

Muchos programadores son gordos, porque no son muy amigos del deporte y si de alimentarse a base de precocinados y donuts frente al ordenador.

Están listos para figurar en la próxima película de Torrente.

### ¿Cuáles son sus miedos?

Uno de sus mayores miedos es ligar, no saben como hacerlo aunque hayan recopilado todos los trucos que existen en la red.

También tienen miedo a mostrar un proyecto en desarrollo. Ellos lo llaman "beta" y con ello quieren decir que falla más que una escopeta de feria.

Finalmente otro de los grandes temores de un programador web es que se cuelgue el servidor.

### ¿Cuáles son sus pasiones?

Su mayor pasión fuera del trabajo es... programar. Y si les sobra tiempo, se divierten programando. Programan cosas.

También disfrutan viendo documentales sobre conspiraciones y películas de anime japonés.

Sienten pasión por su propio teclado, así que es normal ver que lo llevan bajo el brazo a cualquier sitio.

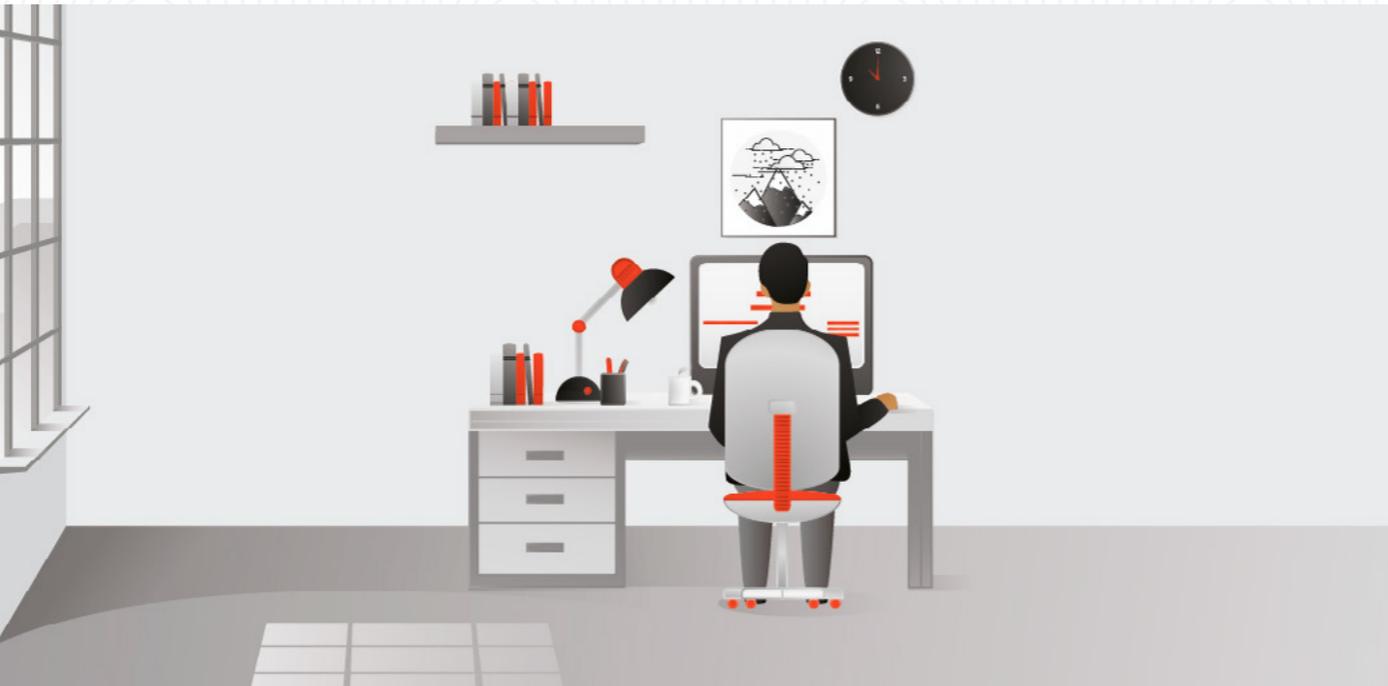
### ¿Qué odian?

Los programadores odian que un jefe o cliente les pida que se pongan a diseñar. No es su campo, y hay que decirlo, los programadores diseñan feo.

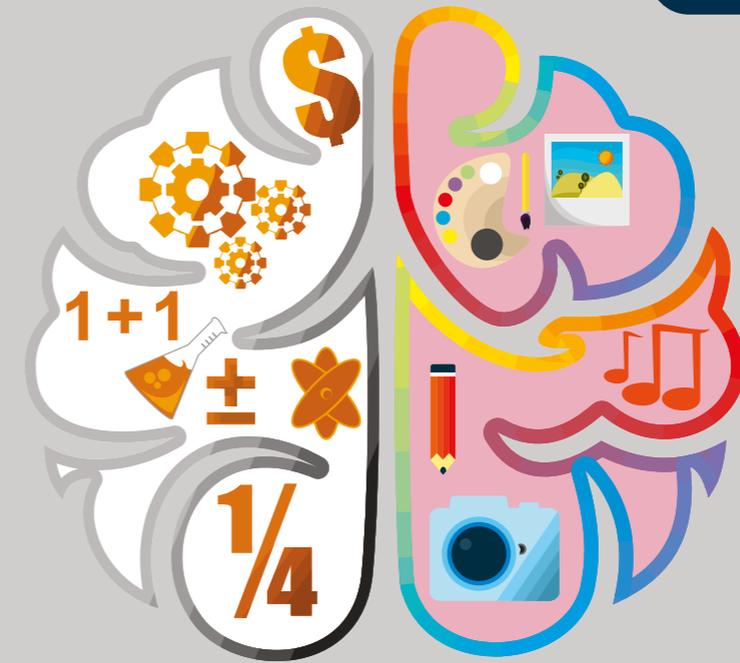
Muchos odian los ordenadores Mac y prefieren trabajar bajo Windows o Linux.



# Diseñadores WEB



Los diseñadores web son un híbrido, una mezcla entre diseñador gráfico y programador. Los primeros diseñadores web fueron programadores que tenían cierto gusto creativo, o bien diseñadores gráficos que sentían cierta atracción por el mundo del código. El diseñador Web trabaja con sus dos hemisferios: creativo y racional. Desarrollan una mente dual para trabajar entre dos mundos. Por eso debemos esperar que un diseñador web sea una mezcla de las otras profesiones, con mayor tendencia hacia una u otra.



## ¿Que conocimientos tienen y que herramientas manejan?

Para empezar, un buen diseñador web tiene una base previa de diseño gráfico. Al menos debería manejar con un nivel intermedio Photoshop e Illustrator.

En segundo lugar, independientemente de la herramienta que utilicen, los diseñadores web tienen amplios conocimientos sobre el lenguaje Html, Hojas de estilo Css, y otras cuestiones como hosting, Ftp, Usabilidad, estándares, diseño responsive...

Saben preguntar a google y manejan cientos de recursos que facilitan su día a día. Tienen picardía y son verdaderos maestros del copia y pega.

## ¿Cómo funciona su mente?

Como comentábamos antes, trabajan con una mente dual: creativos por un lado, técnicos y organizados por otro. Son personas inquietas, con facilidad de aprendizaje y con un humor muy particular que el resto de los mortales no entiende.

También son muy envidiosos. A un diseñador web siempre le gustan los proyectos de los demás en lugar de los suyos propios.

### ¿Cómo es su imagen personal?

Primero intenta imaginar una mezcla entre un diseñador gráfico y un programador.

Después, añádele un aspecto de informático trasnochado, con ojeras que delatan que ha estado trabajando hasta las tantas de la mañana. Otra forma de reconocerlos es escucharlos. Hablan inglés fatal, pero dicen cosas como “home”, “link”, “call to action”, “on page”, “vertical scrolling”...

### ¿Cuáles son sus miedos?

Su mayor temor es visualizar su proyecto web en una versión anticuada del navegador 'Internet Explorer', el eterno enemigo de los estándares web.

Tienen miedo a que un familiar o amigo les encargue una página web, porque probablemente acabarán haciéndola gratis.

Y finalmente les atormenta que la tecnología y los estándares web que dominan, evolucionen y cambien. Saben que son eternos estudiantes y siempre tienen que estar preocupados de estar a la última.



## DESIGN

UPLOAD YOUR DESIGN NOW

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

UPLOAD



### DESIGN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

LEARN MORE

### ABOUT US

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

LEARN MORE

USER NAME

PASSWORD



COPYRIGHT © Website Name

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

### ¿Cuáles son sus pasiones?

Son amantes del minimalismo, la elegancia y la usabilidad.

Les encanta rediseñar su propia página web una y otra vez, para incorporar sus últimas ideas y descubrimientos.

Se sienten atraídos por todo lo que se mueve en pantalla, y son capaces de hacer click 20 veces en el mismo botón para ver de nuevo el efecto.

### ¿Qué odian?

Los diseñadores web odian las páginas recargadas, llenas de colores y animaciones, al más puro estilo de los años 90.

También odian tener que esperar demasiado tiempo para que una página web se cargue. No tienen paciencia.

Y cuando la web se carga, no pueden evitar poner a prueba su funcionamiento, haciendo click en cualquier sitio y abriendo y cerrando los paneles. Buscan el más mínimo error para sentirse mejor y decir “yo esto no lo hubiese hecho así” ■



Diseño y maquetación: Materiagris para Aula Creativa.

Han colaborado: Santiago de la Quintana, Apolonia Mora Ortiz, Carmen Carratalá Sánchez, Carmen Sánchez, Carlos de Vidania, María Ramos Ortiz, Nuria Escudero Duch, Paula Castro Taobas, Olmo Rodríguez, Ricardo Peralta D. y Adrián Martín Llorente.

