

# Creativa

LA REVISTA DE  aula  
creativa

## 5 HÁBITOS PARA NO SER CREATIVO

N.º 09  
MAYO  
2017

# MÁSTERS Y CURSOS INTENSIVOS de verano

Infórmate  
sobre nuestros  
DESCUENTOS



Comienzo  
Julio-2017



Formación  
Presencial



Financiación  
sin intereses

+ INFO  
AQUÍ

 aula  
creactiva

15  
años  
FORMANDO  
CREATIVOS



SANTIAGO DE LA QUINTANA

DIRECTOR DE AULA CREATIVA

Se acerca el verano, una época que suele marcar un punto y aparte en el calendario. Suele ser un momento excelente para fijarnos nuevos objetivos y para completar nuestra formación con programas especializados, aprovechando circunstancias como la jornada intensiva o incluso las vacaciones.

En Aula Creativa recibimos cada verano a decenas de alumnos cuyo objetivo es actualizar sus conocimientos para ampliar su horizonte profesional. El ritmo más pausado del verano favorece la inmersión en nuevas disciplinas y permite aprovechar el tiempo al máximo.

En nuestra página web puedes informarte de los cursos que impartimos en verano y seguro que encuentras el programa académico que mejor se adapta a tus necesidades.

Espero que además este verano podamos recargar todas las baterías de cara a la recta final del año y que podamos disfrutar de todas los atractivos del verano: las terrazas, las piscinas, el sol, y por qué no, también de la canción del verano.



# ÍNDICE

**03 EDITORIAL** / SANTIAGO DE LA QUINTANA

**06 NOTICIAS**

**08 ENHORABUENA, JULIO!!**

**10 5 HÁBITOS PARA NO SER CREATIVO** / JESÚS VÁZQUEZ

**15 TAREAS DE MANTENIMIENTO Y SEO** / JUANMA ARENOSA

**20 CUATRO LETRAS** / CARLOS DE VIDANIA

**24 SI VAS DE FREELANCE por la vida** / RICARDO GAZTELUMENDI

**30 LA AUTOSENSURA y otros cuentos para no dormir** / CARMEN CARRATALÁ

**34 4 LECCIONES DE DISEÑO de Milton Glaser** / OLMO RODRÍGUEZ

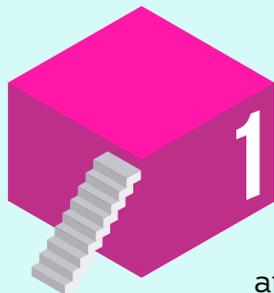
**38 POR ENCIMA DE LA PARRA... todo cobra sentido** / PILAR VERA

**42 CREA PARA DIVERTIRTE** / LAURA SABIO

**46 ROMPIENDO TÓPICOS** / DAVID SANTÁS



## SEE YOU IN HELL: EXPOSICIÓN DE RAMÓN MAIDEN



La Fiambrera Art Gallery presenta 'See You In Hell', la primera gran exposición de Ramón Maiden en España. Una retrospectiva que reúne más de 40 obras del artista catalán. Universo creativo formado por estampas barrocas, románticas, modernistas o de estilo art-decó, sobre las que el artista interviene con bolígrafo o tinta china. Tenéis hasta el 3 de junio para visitar la exposición ubicada en calle Pez 7, muy cerca de Aula Creativa.



**+ INFO:**  
[www.lafambriera.net](http://www.lafambriera.net)



VISITAR

## EL SURREALISMO DE ESCHER LLEGA AL PALACIO DE GAVIRIA

La muestra está compuesta de 200 obras del visionario holandés cuyas creaciones han marcado las mentes de los científicos y el imaginario de los diseñadores, además de haber ejercido una fuerte influencia en el mundo del arte. La exposición reúne varias obras maestras de este genio del surrealismo como Mano con esfera reflectante, Relatividad (o Casa de Escaleras) y Belvedere.



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



VISITAR



## MARKETING CATALYZERS



Los próximos 25 y 26 de septiembre la ciudad de Málaga acogerá Marketing Catalyzers, uno de los mayores eventos de marketing en España. Con un espacio de más de 10.000m2 para conferencias y feria comercial, Marketing Catalyzers es el punto de encuentro para afiliados, anunciantes, agencias, redes publicitarias, creativos y

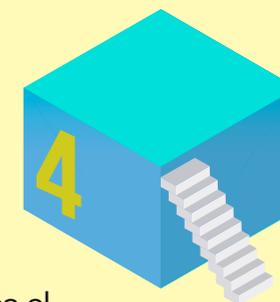
empresarios de la industria. Entre los speakers, encontraremos conocidos ponentes como Ken Segall, Risto Mejide, Adam Hopkinson y Macarena Cenalmor.



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

## ARTE Y CINE. 120 AÑOS DE INTERCAMBIOS

Del 26 de abril al 20 de agosto de 2017 en CaixaForum, podéis visitar la exposición "Arte y cine. 120 años de intercambios". En ésta, se muestran los vínculos del cine con el resto de las artes. Sus influencias mutuas es el principal propósito de la esta exposición, organizada a partir de una selección de obras procedentes de las colecciones de La Cinémathèque française, que se complementa con piezas cedidas por prestigiosas instituciones museísticas españolas y francesas.



VISITAR



**+ INFO:**

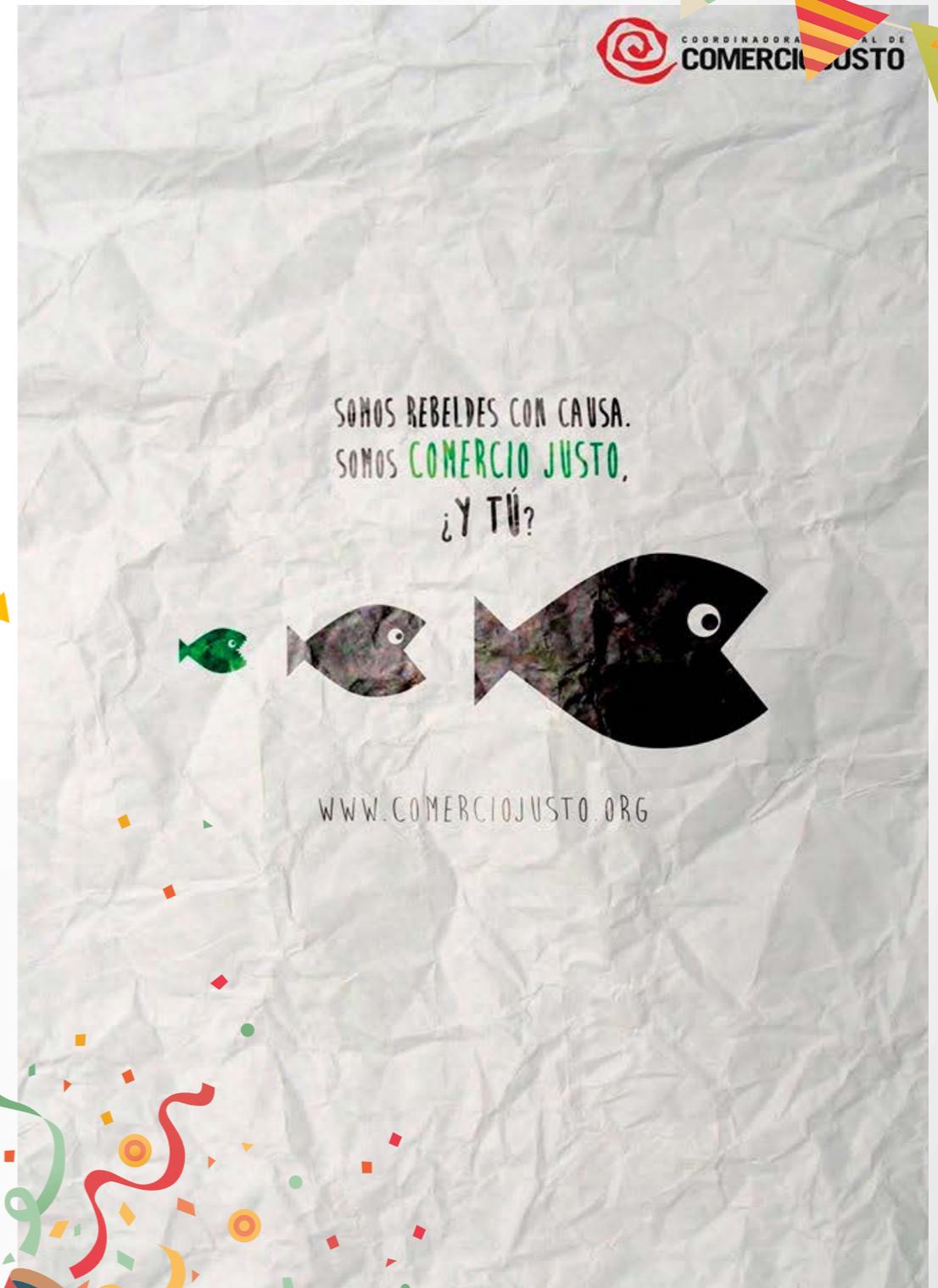


# Enhorabuena, Julio!!

**Nuestro ex-alumno Julio Plaza,  
ganador del concurso de  
carteles para el  
Día Mundial del Comercio Justo**

Nos llena de alegría comunicar que nuestro ex-alumno Julio Plaza ha ganado el concurso de carteles para el Día Mundial del Comercio Justo 2017. El concurso está organizado por la Coordinadora Estatal de Comercio Justo y se habían presentado 117 propuestas.

**¡¡Enhorabuena, Julio!!**



# 5 HÁBITOS PARA NO SER CREATIVO



JESÚS VÁZQUEZ

PROFESOR DE CREATIVIDAD PUBLICITARIA EN AULA CREATIVA

**N**o seas más creativo. Confórmate con una vida insulsa, previsible, aburrida. Sigue siempre los pasos de los demás y no demuestres ninguna iniciativa. ¿Para qué? ¿Para que el reconocimiento y los aplausos siempre se los lleven otros? No merece la pena. Si no quieres ser más creativo y deseas llevar una vida rutinaria, desapasionada y carente de emociones, sigue leyendo.

Te propongo 5 hábitos que te ayudarán a vivir siempre alejado de las buenas ideas. Así podrás quedarte para siempre en tu zona de confort y te evitarás vivir riesgos innecesarios que sólo te traerán problemas.



## 1º. NO VIAJES

Ni se te ocurra moverte de tu ciudad. ¿Qué se te ha perdido por ahí fuera? Viajar te reportará nuevas experiencias que aportarán a tu alma una nueva visión de la vida. Por eso viajar es peligrosísimo, y especialmente a otros países, te pueden sobrevenir tentaciones de cuestionar tus ideas o, lo que es peor, de reinventarte. Procura no salir nunca de tu ciudad.

Conocer lugares lejanos y culturas diferentes suele ser una fuente de conocimiento que sólo conduce a replantearse tu vida. Estás muy bien donde estás. No viajes y por nada del mundo viajes solo. Viajar solo te obliga a abrirte a lo desconocido y te ofrece nuevas perspectivas de la realidad que a lo mejor te hacen pensar más de la cuenta.



## 2º. NO ARRIESGUES

Haz siempre lo mismo y de la misma manera. ¿A estas alturas de la vida vas a cambiar? Menuda tontería. Repite, repite, repite. Obedece las pautas que otros han inventado para ti. ¿Para qué vas a probar cosas nuevas? Arriesgar es para los insensatos y los alternativos. Disfruta de las innumerables ventajas de permanecer instalado en tu zona de confort. Llevas ahí mucho tiempo y por algo será. De esta forma tus ideas siempre se parecerán y serás siempre fiel a tu estilo. Sin contaminantes exteriores. Sin influencias. Dudar es una tortura que no te mereces. Eso queda para los débiles.



**3º. NO LEAS**

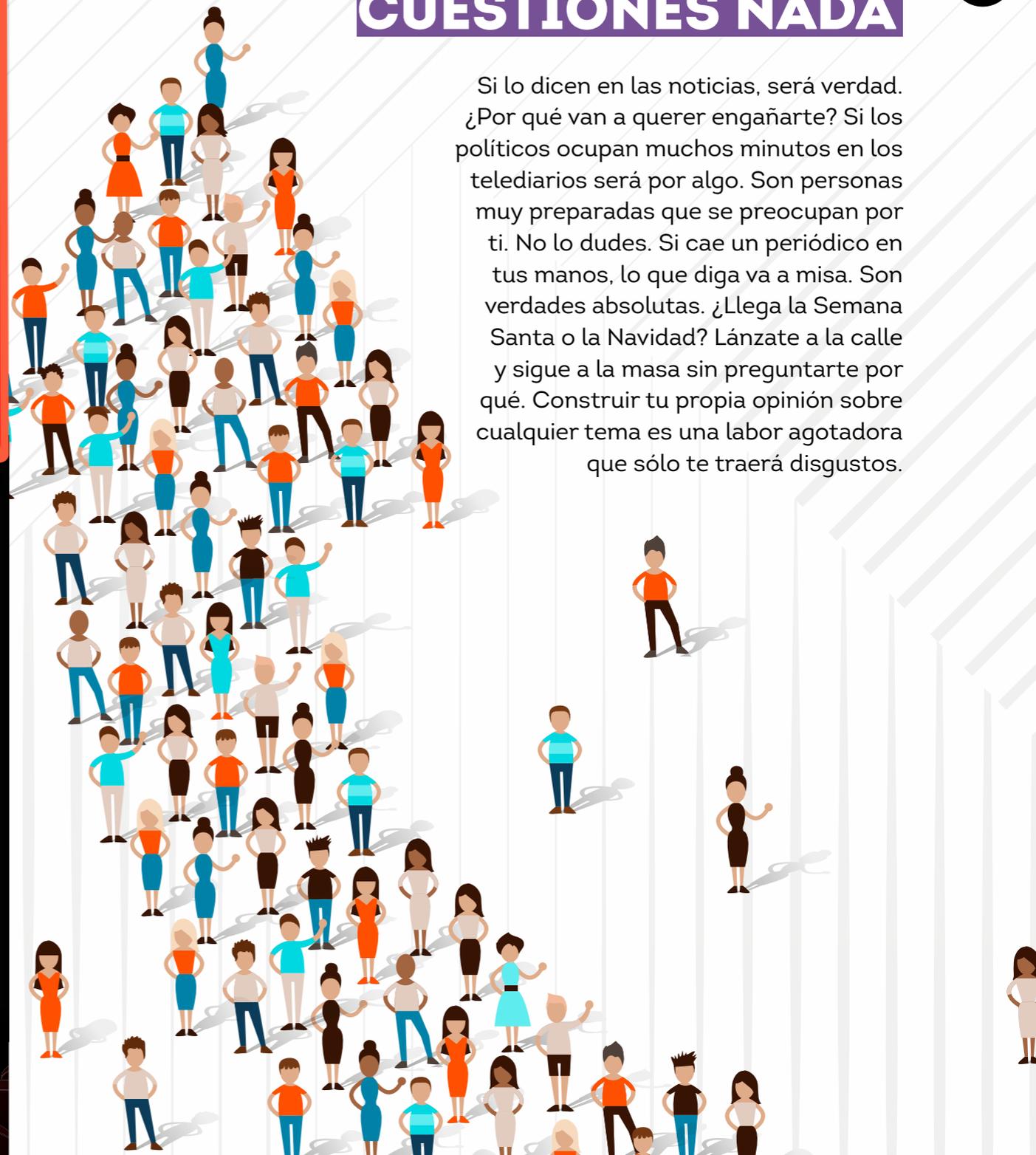
Leer entrena el cerebro, desarrolla la imaginación y aumenta el vocabulario. ¿Y todo eso para qué? No te compliques la vida. No necesitas incrementar tus conocimientos ni aprender nuevos conceptos. Si lees, siempre tendrás temas de conversación y te verás obligado a mantener conversaciones inteligentes que pueden aportarte nuevas ideas. Procura que siempre haya una WIFI cerca de ti para evitar la tentación de leer un libro. Los libros los carga el diablo.

**4º. NO VAYAS AL CINE**

Coppola. Hitchcock. Scorsese. Spielberg. Los hermanos Cohen. Tarantino. Estos nombres son tabú para ti. Los cines son espacios diabólicos que muestran mundos que hacen pensar. No los pises. Y si alguna vez un amigo o amiga irresponsable te empuja a una de esas salas, asegúrate de que proyecten alguna de la saga "Fust & Furious" o similares. El virus del cine es uno de los más peligrosos que existen.

**5º. NO TE CUESTIONES NADA**

Si lo dicen en las noticias, será verdad. ¿Por qué van a querer engañarte? Si los políticos ocupan muchos minutos en los telediarios será por algo. Son personas muy preparadas que se preocupan por ti. No lo dudes. Si cae un periódico en tus manos, lo que diga va a misa. Son verdades absolutas. ¿Llega la Semana Santa o la Navidad? Lánzate a la calle y sigue a la masa sin preguntarte por qué. Construir tu propia opinión sobre cualquier tema es una labor agotadora que sólo te traerá disgustos.



# Tareas de mantenimiento y seo



JUANMA ARENOSA

PROFESOR DEL CURSO DE SEO

**E**xisten muchas preguntas y dudas sobre cómo gestionar las tareas de mantenimiento en un website sin que afecte al posicionamiento obtenido en el índice de Google. Todas las empresas, en algún momento, tienen que hacer una parada en el camino para solucionar problemas técnicos, actualizar inventario, mejoras en la pasarela de pagos, etc... Recientemente Google ha explicado las opciones que tenemos al respecto y la correcta forma de gestionar estos “altos en el camino”.

## Opción 1a

### BLOQUEO DEL CARRITO DE LA COMPRA

Si un e-commerce necesita, de manera temporal bloquear a sus usuarios el acceso a la compra, lo puede hacer a través de: Modificar el archivo robots.txt denegando el acceso con la correcta sintaxis

**User-agent:** [nombre del robot al que queremos hacer referencia]

**Disallow:** [la ruta URL que queremos dejar fuera]

o impedir que Google indexe la sección en concreto añadiendo en el <head> esta etiqueta

**<meta name="googlebot" content="noindex">**

Adicionalmente, se debería dejar de mostrar el carrito de la compra a los usuarios, retirando su enlace, añadir un mensaje o mostrar información temporal explicando las razones.

## Opción 2a

### MOSTRAR UNA CAPA O UN POP-UP

Si necesitamos bloquear el acceso completo a los usuarios de la web con un mensaje similar a “temporalmente no disponible” o similar a través de una página, capa o un pop-up, el servidor debería notificar un código 503 HTTP (“Service Unavailable”). Por ejemplo, un 503 HTTP podría presentarse de la siguiente forma bajo PHP.

```
header('HTTP/1.1 503 Service Temporarily Unavailable');  
header('Retry-After: Sat, 8 Oct 2011 18:27:00 GMT');
```

**Importante**– El 503 HTTP debe ser tratado siempre como una solución temporal. Si Google comprueba que la notificación 503 está siendo recurrente durante un plazo de tiempo largo, puede interpretar que el error es permanente y podría, retirarnos del índice. Google volverá a realizar un crawling a la página con un 503 después de una semana, antes de empezar a considerarlo como un error permanente.

## Opción 3a

### APAGAR EL SERVIDOR

En algunas ocasiones se puede dar el caso que tenemos que apagar completamente el servidor si, por ejemplo, necesitamos mover físicamente el servidor de un sitio a otro. En este caso, sería recomendable tener otro servidor temporal que pudiera indicar el 503 HTTP de la solución anterior para todas las URLs (con una página explicativa para los usuarios).

Podríamos seguir los siguientes pasos:

Establecer un tiempo de vida bajo en el DNS TTL (Time to Live) de 5 minutos unos días antes.

Cambiar las DNS temporalmente a las IPs del servidor temporal  
Apagar el servidor cuando todas las llamadas están redirigidas al servidor temporal.

Cuando estemos listos, arrancamos el servidor de nuevo.

Cambiamos las DNS al nuevo servidor.

Modificamos el DNS TTL de nuevo como estaba antes.

# cuatro

# LETRAS



CARLOS DE VIDANIA

PROFESOR DEL CURSO DE DIRECCIÓN DE ARTE

*Hay agencias que por lo que sea nos gustan, aunque las conozcamos y quizá sea por eso, solo "por fuera", por lo que hacen y por como lo hacen. A mí me ocurre con SCPF y sé que no descubro nada nuevo, ni soy el único.*

Para los que andéis despistados y no sepáis de quien hablo, os ubico: son los de "¿Te gusta conducir?" (BMW), los de "Bienvenidos a la república independiente de tu casa" (IKEA), "Nuevos tiempos" (Banco Sabadell)... como para no gustar.

Una de esas agencias que piensa a largo plazo, que construye marcas, exigente en la estrategia y rotunda en la expresión creativa. "Empeñada" en crear una forma propia y diferente de comunicar, no como "pose" sino como resultado de como entienden ellos esto de la publicidad.

Casi siempre me sorprenden y me refiero ya como director de arte, siempre hay "algo" que no es más de lo mismo, una forma de tratar la tipografía, una estética, un tipo de plano...

Como una imagen vale más que mil palabras, yo barriendo pa' casa, os "dejo" con un spot y una recomendación.



El spot es un spot de esos “pequeños”, quiero decir que no es lo que llamamos una gran película, no es una gran producción ni es el buque insignia de la marca (no es “la mano” de BMW), es más bien una pieza puntual, el spot de un producto (Solvia inmobiliaria) de la Marca (Banco Sabadell) pero por eso mismo creo que expresa perfectamente todo lo anterior, siendo lo que es se ha hecho diferente, notorio, original... Que buena la dirección de arte, su estética, todos los detalles que crean un mundo propio para contar, eficazmente, lo que tiene que contar: la casa que quieres, la que tienes en tu cabeza, TU CASA, Solvia te la ofrece. Un spot creativo, eficaz y además barato. Y la recomendación es que entréis en [www.scpf.com](http://www.scpf.com) creo que les retrata perfectamente, sorprenderos de como es y lo que dice. Que distinta a cualquier otra página de cualquier otra gran agencia, es otra cosa, es SCPF, y se nota.

Por cierto, detrás de las cuatro letras hay cuatro profesionales como la copa de un pino:

Toni  egarra



Luis  uesta



Ignasi  uig



Félix  ernández



iChapeau!

# SI VAS DE FREELANCE POR LA VIDA



RICARDO GAZTELUMENDI

MÁSTER CREATIVIDAD PUBLICITARIA 2011

## E

En las escuelas y academias nos enseñan las principales técnicas y herramientas para desarrollar nuestra creatividad y el uso de aplicaciones de diseño como el archiconocido paquete Adobe, pero no nos enseñan a encarar otros aspectos profesionales que tarde o temprano llegarán.

Cuando trabajas para una empresa no tienes que preocuparte por hacer un presupuesto o por cubrirte las espaldas de algunos clientes.

Ser freelance o autónomo es ser de aquí y de allá. Si bien trabajas para un estudio o agencia en algún momento se te presentará la oportunidad de hacer trabajos freelance. Otra opción es que decidas serlo por convicción o necesidad de autoemplearte. Da igual, todos pasaremos por el mismo puente y tendremos las mismas dudas. Cuánto cobro? Cómo me cubro las espaldas? y un extenso etcétera.

El freelance debe ser un poco de aquí y dar lo mejor de ti como diseñador o creativo, y ser de allá siendo un poco de comercial,

**¿CUÁNTO COBRO?:** Como todos, cometí muchos errores buscando el precio justo hasta que simplemente deje de buscarlo porque llegue a la conclusión de que el precio justo varía según el cliente. Cada cliente tiene necesidades, tiempos y presupuestos diferentes. Hay clientes que te dan libertad creativa total y otros que simplemente quieren que ejecutes lo que ellos quieren, funcione o no. No busques tarifarios en internet, generalmente están fuera del mercado real. Trata de identificar que tipo de clientes tienes, cuales te consumen más tiempo en reuniones, cuales quieren siempre cambio sobre cambio, cuales te dan libertad creativa, cuales saben exactamente lo que quieren y cuales no, cuales te dan un briefing preciso y cuales lo cambian con cada llamada. El precio justo será el precio que tú mism@ te des como profesional. Lo que te aconsejo es que definas tu propio valor como freelance, siendo objetivo y autocrítico con tus habilidades.

No debemos confundir freelance o autónomo con que seamos poco profesionales y por consiguiente baratos. Debemos dar una imagen profesional dentro de nuestro mundo informal. Eso nos otorga por parte del cliente una cuota de respeto y seriedad. Por eso te sugiero que uses cláusulas en tus presupuestos que te den una imagen más profesional y que te cubrirán las espaldas como por ejemplo:

**LÍMITE DE REVISIONES:** No podemos estar de cambio en cambio, de corrección en corrección. Nos podemos llevar días haciendo tantas versiones como se le ocurran al cliente y al final entramos en un bucle, entramos en un bucle, entramos en un bucle.



**DURACIÓN Y ALCANCE DEL PROYECTO:**

Esto va ligado al punto anterior. El plazo para realizar el trabajo será de xx horas, días o meses. Y si te contratan para un diseñar un cartel luego no se puede pretender que por el mismo precio y tiempo diseñemos un logo, página web u otras piezas. Imagina que diseñas una web para portfolio y cuando está lista para estar on line el cliente te dice que ahora quiere vender zapatillas. Ese sería otro proyecto, inicialmente te contrató para una web portfolio y ese fue el alcance.

**RESPONSABILIDAD DE ORTOGRAFÍA:**

Eres diseñador, no redactor. Los textos deben ser dados por el cliente y deben estar previamente revisados por el cliente. Si el cliente no dispone de textos lo más indicado es contratar a un redactor que los haga. Puedes redactar un titular o un subtítulo, pero imagina que debes ocuparte de redactar todo un catálogo.

**USO DE FOTOGRAFÍAS:** Si el cliente quiere utilizar fotos y no dispone de ellas tiene dos opciones o contratar a un fotógrafo que las haga o comprarlas. Se debe dejar muy claro que el uso de material con derecho de autor es delicado y debemos tener un código de ética profesional y respetar la propiedad intelectual de nuestro colegas. No podemos simplemente estar usando fotos de Google como piensan algunos clientes.

**ENTREGA DE ARCHIVOS EDITABLES:**

Un mago no revela sus ilusiones, un fotógrafo no entrega los negativos. No debemos entregar los editables. Imagina que vas a un restaurante y comes una de sus especialidades, como te gusto le dices al chef que te de la receta para que tú se la lleves al cocinero del bar de tu calle y así poder comerla cuando quieras. Si el cliente quiere los editables debe pagar por ellos adicionalmente al trabajo creativo de diseño. El chef trabajo mucho para crear una gran receta, si quieres comer su plato pues debes ir a su restaurante.

Estas son algunas ideas que te doy y que puedes adaptar si eres diseñador, copy, creativo, fotógrafo o tienes cualquier otra disciplina, si eres freelance o autónomo **debes ser de aquí y de allá.**

# LA AUTOCENSURA

Y OTROS CUENTOS  
PARA NO DORMIR



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

MÁSTER PLUS DISEÑO GRÁFICO Y CREATIVIDAD PUBLICITARIA 2015/2016

**S**EGÚN LA REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA, LA CREATIVIDAD ES SIMPLE Y LLANAMENTE LA CAPACIDAD DE CREAR. NO PODEMOS CULPAR SU SIMPLEZA, NO ENTRAREMOS AL TRAPO (AL MENOS HOY) SOBRE QUÉ DEBERÍAN O NO RECOGER LOS ILUSTRES ACADÉMICOS, PERO ENTRE NOSOTROS: TÚ Y YO SABEMOS QUE SER CREATIVO NO ES SOLO ESO.

Ser creativo es una aventura con presentación, nudo y desenlace. Un recorrido lleno de héroes, enemigos, satisfacciones y derrotas. Según esta definición todos somos creativos y es muy probable que sea verdad, pero ¿tenemos todos la misma capacidad creadora?, ¿habría sido capaz, cualquiera que lo intentara, de sacar la espada de Excalibur?, ¿somos todos capaces de salir de los lugares comunes y proponer nuevas soluciones a viejos problemas? Probablemente la respuesta sea no.

Asumido que todos tenemos la habilidad de crear, admitamos también que algunos la desarrollan más que otros. Hay personas que realizan en su día a día, de una manera en ocasiones inconsciente, ejercicios de visión divergente. Donde tu madre ve un coche con un faro fundido, a ti te parece que hay un Seat Ibiza que te está haciendo ojitos. Cuando la tetera suena es que el té ya ha subido, pero a ti te están silbando porque te has levantado que te sales.



# el héroe

32



## Tú, el creativo

Para llegar a proclamarte un ser creativo hace falta una especie de duelo y es un proceso que requiere valor. Hay quien pensará que estás un poco tarumba, y hay quien creerá que eres un flipado, que crees que las musas velan cada noche las esquinas de tu cama.

Solución para superar esta primera y única fase del duelo: No intentes luchar contra ellos y mucho menos contra ti, asúmelo. Arturo no pidió ser el rey de Camelot, solo lo era.

## Tú, el censor

Por alguna razón que se escapa a mi entendimiento, a estas alturas del cuento seguimos hablando de censura, de la impuesta exteriormente me refiero. Dónde está el límite, dónde se falta al respeto, qué se puede o no se puede decir... eso es tema aparte, un tema que desgraciadamente es una realidad.

Teniendo claro que esto existe, que alguien te va a decir qué debes o puedes decir ¿Vas a ser tú mismo quien se imponga más trabas?, ¿vas a criar tú los dragones contra los que te va a tocar luchar? La revolución del pensamiento es una necesidad constante en la evolución del ser humano. Siéntate a esperar al guardián de lo políticamente correcto, pero no seas tú quien ponga la primera piedra.

La creatividad debería trabajar siempre al filo de la navaja. Te vas a equivocar, te vas a pasar de la raya, pero no hay mejor lección que la prueba - error. Apuesto a que el hijo de Guillermo Tell llevaba la raya en medio de las veces que su padre fallaría en el intento de trinchar la manzana.



# el enemigo

33



# el escenario

## La mohosa biblioteca de tu mente

Al igual que el significado de las palabras está recogido en el diccionario, el significado de las imágenes está recogido en una especie de archivo más o menos común que tenemos interiorizado.

Por suerte, ese archivo de imágenes es flexible y depende en gran parte de tu cultura, tu entorno y tus vivencias. Es un archivo necesario para comprender con facilidad lo que te rodea. Necesario, sí, pero aburrido.

Los lugares comunes siempre son así, necesarios pero llenos de polvo.

## la misión

## Darle la vuelta al cuento

Estos son los dos grandes obstáculos del creativo del S XXI: (o quizás de todos los tiempos) la autocensura y los lugares comunes. En nuestras manos está romper con todo esto.

En nuestras manos está aprender a hablar sin palabras, a explicar la tristeza con confeti y no con una bucólica ventana en un día lluvioso. Quizás contando el cuento desde otra perspectiva consigamos darle la vuelta a todo lo demás y terminemos merendando en el techo.

Quizás la disidencia creativa sea la única manera de cargar las escopetas de argumentos y evolución, quizás sea el momento de sacar las balas de los cuarteles para meterlas en los tinteros. Sin miedo, confiando en que el final siempre son perdices.



## 4 lecciones de diseño de Milton Glaser



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

DISEÑADOR GRÁFICO/WEB EN MATERIAGRIS • MÁSTER DISEÑO WEB 2013

# M

ilton Glaser, una referencia internacional en el mundo del diseño gráfico. Nacido en el Bronx de Nueva York en 1929, Glaser es conocido sobre todo por sus especialidades: diseño editorial e identidad corporativa. Autor de más de 300 carteles, de logos míticos como 'I Love New York' o 'DC Comics' y de publicaciones como Paris Macht, L'Express o Esquire. A continuación, compartimos los consejos de esta figura clave del diseño gráfico.

## 1 Solucionar un problema es más importante que tener razón

Como diseñador, frecuentemente te verás envuelto en discusiones con tus clientes. Ellos imaginaban un resultado diferente a tu propuesta y tu discutirás si tu diseño es mejor. Pero este tipo de debates no te llevarán a ninguna parte. Los cambios forman parte de la rutina de todo diseñador. Al fin y al cabo, los diseñadores somos "soluciona-problemas". Aceptar las críticas del cliente constructivamente nos ayudará a re-examinar la situación y llegar a mejores soluciones.

## 2 La certeza cierra la mente. Las dudas son positivas para crear algo nuevo

La perfección es inalcanzable. Para mejorar como diseñador hay que abandonar cualquier idea de perfección. Lo perfecto es enemigo de lo bueno y a menudo muchos diseñadores se quedan bloqueados por miedo a no alcanzar un resultado perfecto. Además, el ritmo de trabajo suele ser alto de manera que no podemos caer en la parálisis creativa.

## 3 No hay que temer el fallo ya que es una forma de aprender

Falla más, falla mejor. Cada error es una oportunidad de aprendizaje. Es importante mirar los proyectos con perspectiva, ¿qué es lo más grave que puede pasar? Si nunca fallamos significará que siempre buscamos soluciones convencionales que no nos hacen evolucionar. Además como diseñador necesitas innovar, lo que significa aventurarse en territorios desconocidos donde hay más probabilidad de error. Hay que salir de la zona de confort.

## 4 Hay 3 respuestas a una pieza de diseño: Sí, No y WOW!

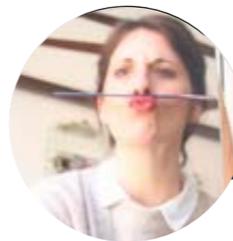
Impresionar al público objetivo de tu producto es el mayor éxito de un diseño o campaña. Tocar la fibra de la gente y que se hable de tu trabajo es síntoma de un resultado brillante. La competencia es dura, hay grandes diseñadores por lo que hay que alcanzar un resultado que sobresalga en la multitud. Busca siempre una segunda opinión a tus piezas y si el resultado no es WOW, entonces inténtalo de nuevo y esfuerzate más.



En definitiva, la clave es mantenerse activo y en movimiento. No intentarlo es peor que fallar. No podemos sentarnos a esperar la inspiración, toma lápiz y papel y deja volar tu creatividad en cada proyecto. Investiga, explora, dibuja, escribe, diseña. **La creatividad llama a la creatividad.**

# POR ENCIMA DE LA PARRA...

*todo cobra  
sentido*



PILAR VERA MARAÑÓN • [WWW.BEHANCE.NET/PILARVERA](http://WWW.BEHANCE.NET/PILARVERA) • [WWW.INSTAGRAM.COM/VIDAVERITA](http://WWW.INSTAGRAM.COM/VIDAVERITA)

EX ALUMNA MÁSTER CREATIVIDAD PUBLICITARIA

*Soy como un niño que cuestiona todo y da respuestas creativas que a veces ni yo me creo. Normalmente, una de mis frases más usadas es "en verdad si lo piensas..."*



Son muchos años, o no tantos, de infinidad de preguntas que te haces a ti mismo, y que al final llegas a la sencilla respuesta de "simplifica y actúa".

Porque en verdad si lo piensas, no hay que darle tantas vueltas a las cosas. Y eso fue lo que me dije para encauzar mi pasión por el arte, la creación y el diseño tras casi cuatro años en la parra (en realidad cuatro años de aprender de los clientes y coger experiencia en ventas en una conocida marca de joyerías).



Sin duda era el momento de ponerme por encima de la parra sin pararme a pensar en los "años que pude haber perdido". Estos años no fueron una pérdida, siempre han sido aprendizajes que llevo conmigo.

Pero siempre te llega la hora. La hora de coger tus ilusiones, mezclarlas con tus sueños y cambiar el rumbo radicalmente, mientras más brusco menos dolor en el proceso.



Fue lo que hice yo. Corté el hilo y me dejé caer hasta el final del pozo para saltar con fuerza y llegar al día de hoy. Durante el máster en la escuela he aprendido miles de cosas que he venido sumando a lo que anteriormente estudié (Diseño de Modas y Decoración de Interiores). Y ahora, busco reflejar la pasión que pongo día a día en las fotografías y mi marca personal.

#### Al mismo tiempo que estoy con esto

Antes estaba en la parra, o eso me decían todo el rato. No estaba mal, era mi mundo. Ahora que he conseguido estar desde más arriba, veo como he evolucionado. He aprendido nuevos métodos y técnicas. Añadí más herramientas en mi proceso creativo y me gusta. Estoy contenta, siento que soy yo la que está presente en todo lo que hago. Llegué a analizarme y sacar lo bueno y utilizar lo malo de la mejor manera.

En verdad si lo piensas lo mejor que hice fue volver a estudiar y seguiría haciendolo. Pero ahora estoy en ese punto en el que voy ajustando mi portfolio para poder mostrarlo y poder crecer profesionalmente demostrando mi experiencia previa y mi nueva pasión descubierta en las aulas. Quiero trabajar contenta y seguir sintiendome por encima de la parra

**En verdad si lo piensas, lo mejor está por venir.**

## \*Mi marca: VIDAVERITA

Me costó mucho llegar a mi marca personal. VidaVerita es el reflejo de lo que ahora soy. Hasta que llegas a descubrir quien eres realmente, es un camino igual de complejo que el darse cuenta que estás pensando demasiado y actuando muy poco.

“Verita” me decían en el colegio y “Vida” es porque para mí no hay nada como vivir la vida “buscando solo lo más vital, el resto da igual” (como dice Baloo en El libro de la selva). Sí, soy una friki de Disney y ser frikis de algo nos hace auténticos también.

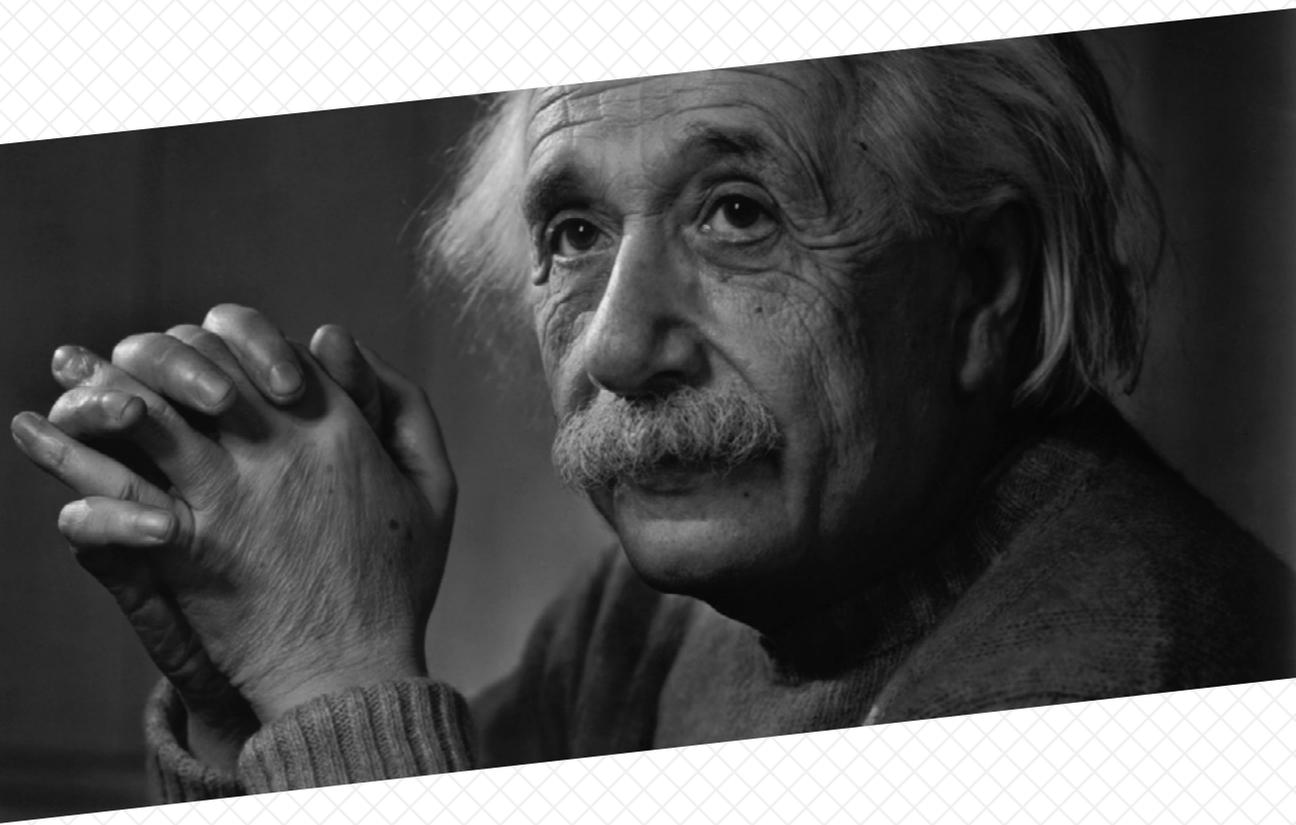
VidaVerita es diseños de camisetas e ilustraciones en las que cuento todo lo que a día de hoy me hace reír, me hace pensar, me duele, me enfada e incluso me hace llorar. Quiero que otros vean mi mundo, y que se den cuenta de lo realmente importante. Animales y personajes de la niñez que no deberíamos perder nunca. Esa soy yo. Eso es VidaVerita.



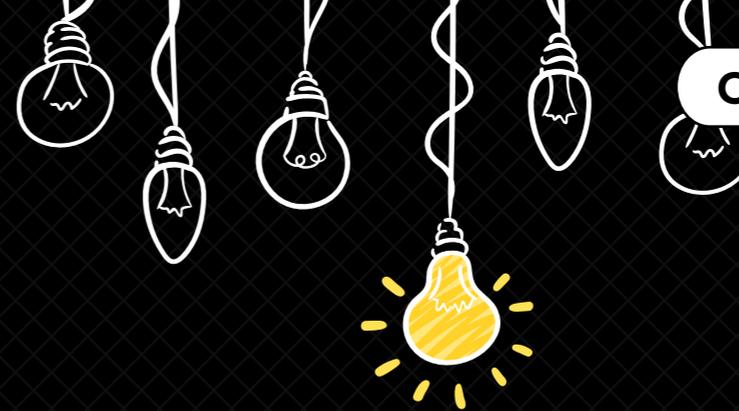


llegaron, porque si tuviera que escribir sólo sobre ellos me llevaría toda la revista... Ah, también podéis buscar la copia descarada que hizo Microsoft 8 en un centro comercial a modo de guerrilla del "The Fun Theory", al que seguro le seguirán saliendo hijos bastardos.

Se le atribuye a Albert Einstein la frase "La Creatividad es la Inteligencia divirtiéndose". Y no puedo estar más de acuerdo con ella. **Todos sabemos de rutinas, el reto está en volverlas divertidas.**



Estamos en una época genial para divertirnos: con la cultura de los videojuegos, la Generación X, Z y Millennial (esa suerte de horóscopo para definir targets), la empresa variando para ser 2.0, 3.0, o vete a saber por qué número van ya. Plataformas digitales, VR, pop-up stores, Street MK y guerrilla, **miles de caminos y vías donde experimentar y evolucionar.** ¿Te suena el término **Gamificación?** Viene pisando fuerte desde 2012, pero sigue resonando con fuerza.



Hablo de época, sin embargo, y no sólo de profesión. Muchas veces a los Creativos nos tachan en otros sectores de tener ínfulas gracias al nombrecito de marras, y tienen razón. ¿Acaso, por ejemplo, una persona de Recursos Humanos, no puede ser creativa? Imagínate un proceso de búsqueda de trabajo donde, desde que te apuntas, cada día tienes un reto que resolver durante una semana: una prueba, un puzzle relacionado con tus competencias, un problema. Es un reto al que te enfrentas. Si resulta entretenido, no digo ni divertido, invertirás tiempo en él. Y si el premio es optar a un puesto de trabajo, pues... Vamos, que la clave está en dar aquello a lo que **"dar una vuelta" para convertirlo en otra cosa atractiva, interesante y/o divertida.**

Coincidirás en que, si estás interesado en la Publicidad, el Marketing, la Creación de Contenidos, etc., tienes a tu niño interior a tu lado y pujante. Que le explicas a diario dónde quieres estar para que esté orgulloso. Que lo que quieres (y él espera) es **que no vuelvas a trabajar, sino que sólo te diviertas.**

Que sí, que luego ya vendrán los cambios del cliente, feedbacks, ASAP, para ayer, propuestas Frankenstein y mil traumas más. Pero cuando eso te pase, regresa a tu niño interior y choca con él esos 5. Algo saldrá, aunque sea una VI, y os divertiréis mucho por el camino **haciendo que otros se diviertan tanto o más que vosotros.**



# Rompiendo tópicos

Vamos a soltarnos la melena y a hablar sin tapujos sobre tópicos y mitos en torno al diseño web, a sincerarnos un rato que siembre viene bien. Hoy voy a hablar de frases que muchas veces escuchamos y que bajo mi punto de vista son tópicos con los que tenemos que acabar.



DAVID SANTÁS ÁLVAREZ

PROFESOR DE DISEÑO WEB EN AULACREATIVA

*Yo soy de letras  
y el código no es para mí*

Seamos sinceros, es una excusa fácil. Todos tenemos claro que hay 2 hemisferios en el cerebro, uno más analítico el cual suele ser el perfil de programadores, matemáticos y físicos, y otro más creativo que es el perfil de diseñadores, ilustradores y artistas de distinta índole. Cada persona trabaja más con un hemisferio que con otro y por eso se muestran más aptitudes para la creatividad o para las matemáticas, pero seamos serios, eso no quiere decir que no puedas trabajar con código. No se trata de desarrollar la teoría de la relatividad o de determinar la estructura de Lewis, trabajar bien con el código te hace mejor profesional, te da velocidad, mejor entendimiento del diseño web y te permite llevar a cabo cualquier idea que tengas en la cabeza. No hay excusas, rompamos con los estereotipos y digámonos a nosotros mismos yo puedo con esto y con más, que nadie te ponga límites empezando por ti mismo.

*Yo es que solo se diseñar así  
es mi estilo*

Un buen profesional se adapta a las necesidades del cliente y debe ser capaz desde hace una web corporativa maniatado a un manual de identidad a realizar un proyecto totalmente libre con plena libertad para diseñar a nuestro antojo. No dejemos que nuestro ego nos impida ver la realidad, somos artistas pero porque podemos llevar a cabo cualquier idea en nuestra cabeza y convertirla en una web, no porque nuestro ego nos impide ser flexibles.

## Para qué hacer un HTML con lo molonas que son las plantillas de Wordpress

Si, son muy chulas, tienen mil opciones y se gana muchísimo tiempo. Pero si hay una cosa que nos diferencia de otras profesiones es que nosotros disfrutamos con nuestro trabajo. No hay mayor satisfacción que comenzar un proyecto desde 0 y verlo terminado. La superación personal y diseñar sin ataduras no tiene precio, es lo que carga nuestras pilas. Vivimos y amamos el diseño, y muchas veces por trabajos repetitivos, demasiado encorsetados vamos perdiendo la chispa que nos da ilusión en el día día del trabajo. Busca proyectos en los que no te ate nada, desde 0 y verás como tu motivación se dispara.

## Bah lo dejo así, Total para lo que paga...

Los inicios son difíciles pero también son parte del aprendizaje. Harás trabajos cobrando poco o nada pero no por ello debes dar un peor servicio. Tus diseños son tus bebés, siéntelos como una parte tuya y una oportunidad de expresar tu potencial. Mima cada proyecto porque eso te abrirá muchas puertas y te realizará por un trabajo bien hecho.

## Yo era guay ¿Me estoy convirtiendo en un friki?

Si, ahora vas al McDonalds y pides un menú hamburguesa, ves cada web de otra forma. Te emocionas con un parallax o das margin a los problemas, al que no le guste pues `display:none`.

## Eso me han dicho que se hace en un momento

Si claro, con 40 personas todo se hace en un momento. Se el primero en dar valor a tu trabajo y en marcar los tiempos, pero sobre todo debes ser siempre muy claro. La gente generalmente no sabe el trabajo que lleva hacer una web y conoce al primo de un amigo que le ha contado no se qué. Un cliente siempre va a agradecer que seas sincero, y si aún así insiste entonces es que no te conviene ese proyecto. Cobra una parte por adelantado siempre y que no te de miedo decir esto cuesta más porque no estaba en el presupuesto. Muchas veces por miedo a querer cobrar más lo que conseguimos es quemarnos, hacer un peor trabajo y crear un cliente insatisfecho. Un buen profesional siempre habla claro, y el cliente lo sabe.



## Seguro que *se te ocurre algo*

Si claro, soy el dios del diseño y por cambiar una imagen soy capaz de cambiar por completo tu web. Ante la ignorancia, educamos al cliente. Le explicamos el por qué de las cosas, le enseñamos cual es nuestro trabajo, el objetivo y el resultado en base a un estudio y a un tiempo empleado. El diseño no es inspiración divina, es el resultado de un trabajo en el cual cada día actúan más factores. Con la llegada de UX los diseños se realizan basados en una información que antes no había, esto no quiere decir que nos limite nuestra creatividad si no que nos permite cumplir más efectivamente con la necesidad del cliente.

## Un amigo programador *dice que así se hace mejor*

Zapatero a tus zapatos. La maquetación web no tiene nada que ver con la programación y por norma general los programadores no maquetan bien. Un diseñador web es un especialista en maquetación, en HTML y en CSS. Que nadie discuta tus conocimientos, tu eres el experto no ellos por saber programar.

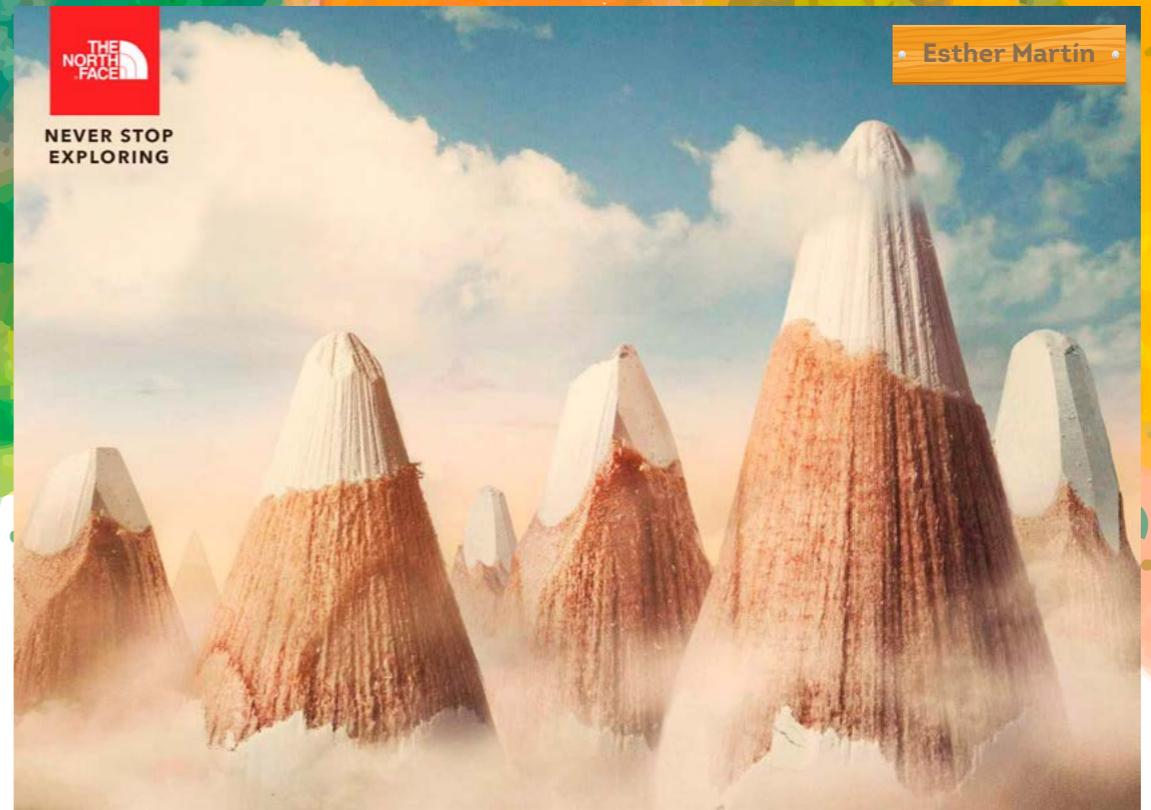
En resumen, estamos hartos de escuchar estos tópicos y ya es hora de romper con ellos. Ahora que vamos con bicicletas fixie, tenemos bares de cereales y más barberías que peluquerías es el momento.



# TRABAJOS DE ALUMNOS



• Hiroko Furuichi •



• Javier Gómez •

JAVIDEA  
Ideas que vencen



• Ana Gómez •



• Laura Peláez •

WHITER. STRONGER.  
DREAMS CAN COME TRUE

Colgate MAX WHITE ONE

Manos Unidas  
Gracias a todos nuestros voluntarios.

héroes anónimos

• Noelia Morales •

• Manuel Pablo Lopez •

**TWIZY**  
SUPERVIVIENTE  
URBANO

DESDE 5.495 €  
VEHICULO URBANO  
NO NECESITA COMBUSTIBLE  
NO CONTAMINA

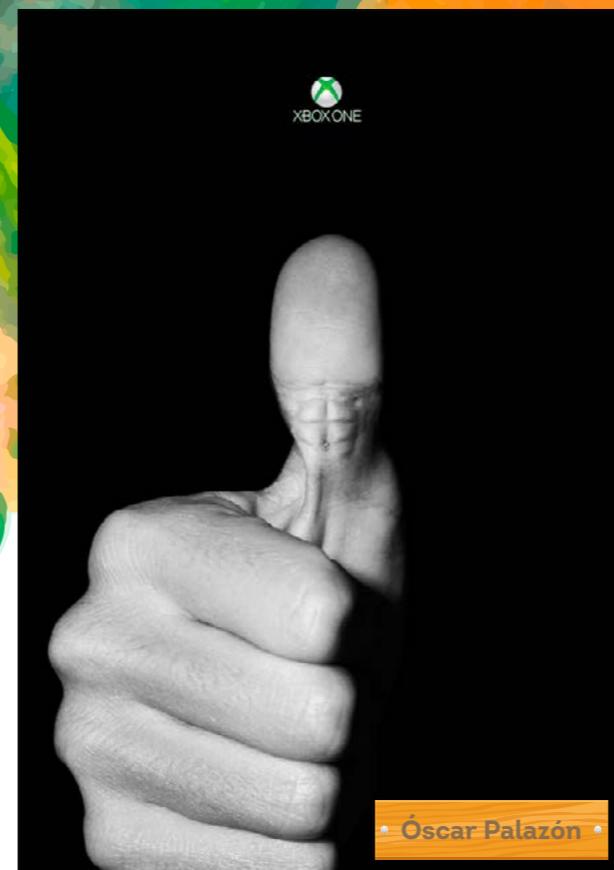
RENAULT

nos mueve algo más que el corazón

Manos Unidas



• Noelia Morales •



• Óscar Palazón •



• Valeria Este •



• Rosa Cubillo •



• Mario Cabrero •



• Marion Alamercery •

Comienza tu viaje





Diseño y maquetación: Materiagris para Aula Creativa.

Han colaborado: David Santás Álvarez, Jesús Vázquez, Carmen Carratalá Sánchez, Juanma Arenosa, Carlos de Vidania, Laura Sabio, Pilar Vera Marañón, Ricardo Gaztelumendi y Olmo Rodríguez.

