CREACTIVA

Nº12 - JUNIO 2018

La revista de arte,
diseño y publicidad
de **Aula Creactiva**

En este número
destacamos el artículo:
4 Hábitos para convertirte en diseñador web profesional

aula creactiva

¿Buscas un destino para este verano?

Santiago de la Quintana
Director de Aula Creactiva

Ya estamos en verano. Con él a más de uno nos abordarán los inevitables buenos propósitos, de una forma parecida a como nos ocurre cuando se acerca un nuevo año. La jornada intensiva, las vacaciones y en algunos sectores la reducción del ritmo de trabajo, pueden ser las excusas ideales para cursar un programa académico este verano que complete nuestra formación.

En Aula Creactiva queremos presentarte nuestros **Cursos Intensivos de Verano**. Una fórmula muy práctica tanto para ampliar tus conocimientos como para conocer jóvenes con tus mismas inquietudes. Además, para las personas que viven fuera de Madrid, y sobre todo para los extranjeros, suele ser una excelente oportunidad para viajar y conocer a fondo otra cultura.

Los Cursos de Verano que impartimos en Aula Creactiva tienen lugar durante los meses de julio y septiembre, y en agosto nuestra escuela permanece cerrada por vacaciones. Por esa razón, muchos estudiantes extranjeros que se matriculan en nuestra escuela en verano, aprovechan el mes de agosto para recorrer otras zonas de España e incluso de Europa.

También aprovecho esta ocasión para presentarte el nuevo formato de nuestra revista, más dinámico y más digital. Espero que te resulte útil.

Promoción Otoño 2018

¡Ya te puedes matricular!

MÁS INFO

aula creactiva

ÍNDICE

2 ¿Buscas un destino para este verano?

6 Noticias

8 4 Hábitos para convertirte en diseñador web profesional

11 Entrevista a Manuel Porras

12 Cómo diseñar un logo en 9 pasos

16 3 Mejores portfolios de diseño gráfico

20 Sistemas de Diseño: Cómo aprender a diseñar páginas web consistentes

22 Campañas de alumnos

26 Entrevista a Sandra Martín

Creactiva
aulacreactiva.com

Director
Santiago de la Quintana

Edición
Materiagris

Contacto
C/ Mejia Lequerica, 12
28004 Madrid España
Tel 91 591 36 35

El cartel de nuestro alumno Antonio Lorente, ganador de la Feria de Almería

La Feria y Fiestas de Almería ya tienen su cartel y esta edición ha sido elegida la propuesta de Antonio Lorente, alumno de nuestro Máster Plus de Creatividad Publicitaria y Diseño Gráfico.

En palabras de su alcalde: "un diseño moderno, fresco y diferente, pero sin perder la esencia de la Feria".

Evento: Feria Almería
Lugar: Almería
Fecha: Agosto 2018

Víctor Sánchez Greca, ganador del Concurso de Carteles de las Fiestas de San Juan

El cartel ganador del Concurso de Carteles de las Fiestas de San Juan 2018 es obra de Víctor Sánchez Greca de Madrid. En esta edición del Concurso se presentaron un total de 40 obras.

A la hora de decidir la obra premiada el jurado se ciñó a lo establecido en las bases: tema, características técnicas, rotulación y lema.

Evento: Fiestas de San Juan
Lugar: Coria
Fecha: Junio 2018

Noticias

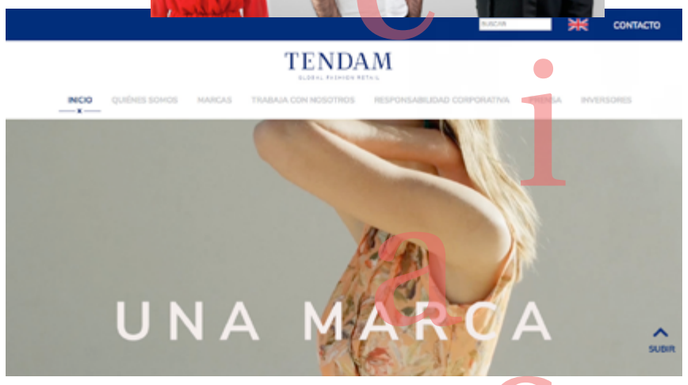
Gabriel Sánchez Casero, finalista del concurso Metro Madrid diseño del logotipo del Centenario

Más de 1.500 diseños participaron en el concurso público celebrado para elegir el logo del Centenario de Metro Madrid. La madrileña Azucena Herranz fue la ganadora, premiada con un abono anual y 5.000 euros.

Ha sido elegido por un jurado formado por representantes de la Comunidad de Madrid, Metro de Madrid y expertos de Marca y Marketing. "El logo ganador mantiene la esencia del actual, es innovador y tiene elementos que evocan otras épocas", explican desde metromadrid.es

3º por la izquierda – Gabriel Sánchez Casero

Evento: Concurso Metro Madrid
Lugar: Madrid



Grupo Cortefiel rediseña su web de la mano de Las 12 en Punto, estudio confundado por nuestro ex alumno Pablo Ojero

Las 12 en Punto es un estudio especializado en diseño web, diseño gráfico, SEO/SEM y Marketing online. Está formado por Berta Mallenco, Paula López y Pablo Ojero.

En Las 12 en Punto se encargan de aportar soluciones a pymes desde el diseño web hasta la creación visual de su marca.

Pablo Ojero es cofundador de Las 12 en Punto y estudió el Máster de Diseño Web en Aula Creactiva (promoción 2013).

WEB

4 hábitos para convertirte en un diseñador web profesional

En Diseño Web se valora principalmente experiencia en maquetación de interfaces y dominio de herramientas como Boostrap, WordPress, Photoshop, etc. Sin embargo, en el día a día del diseñador web es imprescindible gestionar los proyectos de manera ágil y eficiente. A continuación repasamos una serie de hábitos que te convertirán en un auténtico profesional.

1. PLANIFICACIÓN ANTES DE DISEÑAR

Cuando una web cae en tus manos, el instinto del diseñador te invita a "pintar" interfaces directamente. Es el momento de respirar hondo y tomar perspectiva. Una web es un proyecto complejo y es importante establecer una sólida base inicial. Como si de un edificio se tratase, no podemos comenzar a levantar muros si todavía no hemos fijado unos cimientos firmes. Enfoca el proyecto con una visión global.

Briefing / Contrabriefing

En la mayoría de los casos el cliente no entrega un briefing propiamente dicho. Como experto web, tu labor también es asesorar al cliente y detectar las necesidades del proyecto. Hacer las preguntas adecuadas para analizar las funcionalidades a desarrollar. No es lo mismo lo que el cliente cree que quiere y lo que realmente quiere. En muchas ocasiones, tendremos que presentar un contrabriefing en el que se amplíen o corrijan las indicaciones del briefing inicial. Esto ayudará a adelantarse a los problemas del futuro y minimizar las incidencias.

"Fasear" el proyecto

Tradicionalmente el proceso de trabajo consistía en presentar al cliente un proyecto prácticamente terminado con el gran riesgo que esto supone. Lo ideal es dividirlo en etapas: requerimientos-diseño-implementación-prueba. Y en cada fase del proyecto aplicar estas etapas iterativas. De esta forma se van superando tareas ya aprobadas por el cliente. La comunicación debe ser constante con el cliente para afinar al máximo el desarrollo y no sufrir grandes "sobresaltos".

Diseñar los detalles correctos en el momento adecuado

Trabajar en aspectos más estructurales y con una visión global nos permite avanzar más rápido. Si desde el principio nos centramos en detalles muy específicos (por ejemplo, el diseño de un efecto sobre un icono) podemos atascarnos y ralentizar el proyecto.

Elegir el software necesario

Las enormes prestaciones y la agilidad que ofrece WordPress lo han convertido en un referente del mundo web y en la primera opción de muchos diseñadores. El 29% de las webs han sido construidas con este gestor de contenidos. Sin embargo, no todos los proyectos encajan en WordPress y no debemos descartar desarrollar una web 'ad hoc' si el presupuesto nos lo permite. Definir el software o incluso el theme que más se adapta al proyecto es una decisión muy importante. No escatimes tiempo en explorar las diferentes opciones y analizar a la competencia (aprenderás mucho si te fijas en otras referencias).

2. LA ARQUITECTURA DE INFORMACIÓN ES ESENCIAL

La Arquitectura de Información consiste en la estructuración y organización de los contenidos con el objetivo de alcanzar una buena navegación. Crear un sitio web o una app con una arquitectura de información usable influirá muy positivamente en la experiencia de usuario.

Aquí intervienen leyes ux que todo diseñador debe conocer:

- **La teoría de los 3 clics**. Como su propio nombre indica, los usuarios deberían ser capaces de encontrar lo que buscan en un máximo de 3 clics. Cuanto más clics tenga que hacer el usuario, menos le gustará tu web porque considerará que la interfaz tiene una navegación difícil. El usuario debe percibir que cada clic le acerca a su objetivo. De lo contrario sentirá frustración y se marchará de la web.

– **Equilibrio en la cantidad de opciones**. La libertad de elegir entre múltiples opciones no es algo positivo en el mundo web. Según la ley de Hick (formulada en la década de los 50), a mayor número de opciones, más tiempo necesitamos para tomar una decisión. De acuerdo con este principio psicológico, si reducimos el número de opciones en pantalla, mejoraremos la experiencia de usuario. ¿Quién no tarda siglos en elegir sus platos cuando el menú de un restaurante es interminable?

Tener muy presentes estos conceptos nos ayudará a dar coherencia a la navegación y a simplificar al máximo la complejidad de un producto digital. Aumentar el tiempo de permanencia en una web tiene una conexión directa con el engagemet. Una métrica clave en el SEO.

3. FEEDBACK DE USUARIOS

Como indicábamos en el apartado de la Planificación, en cada una de las fases del proyecto es recomendable obtener feedback del cliente. Igualmente es conveniente testar las funcionalidades y la navegación con usuarios. Este proceso iterativo nos permitirá afinar al máximo el producto y detectar errores antes de su lanzamiento. Así evitaremos los grandes costes que supondría rehacer todo el desarrollo.

Al enfrascarnos en el diseño de una web, corremos el riesgo de perder perspectiva. Por ello, probarlo con usuarios nos mostrará datos muy valiosos y situaciones en las que seguramente no habíamos reparado. Nuestra mente se termina "viciando" y la visión de un tercero aportará frescura y objetividad.

4. COMUNICACIÓN CON DESARROLLADORES

Habitualmente un proyecto web es un trabajo en equipo. Incluso si eres freelance, probablemente necesites asociarte con un desarrollador para implementar determinadas funcionalidades. Esto significa que la comunicación es imprescindible. Si no hablas el mismo idioma que el desarrollador, aumentarán los riesgos de errores graves.

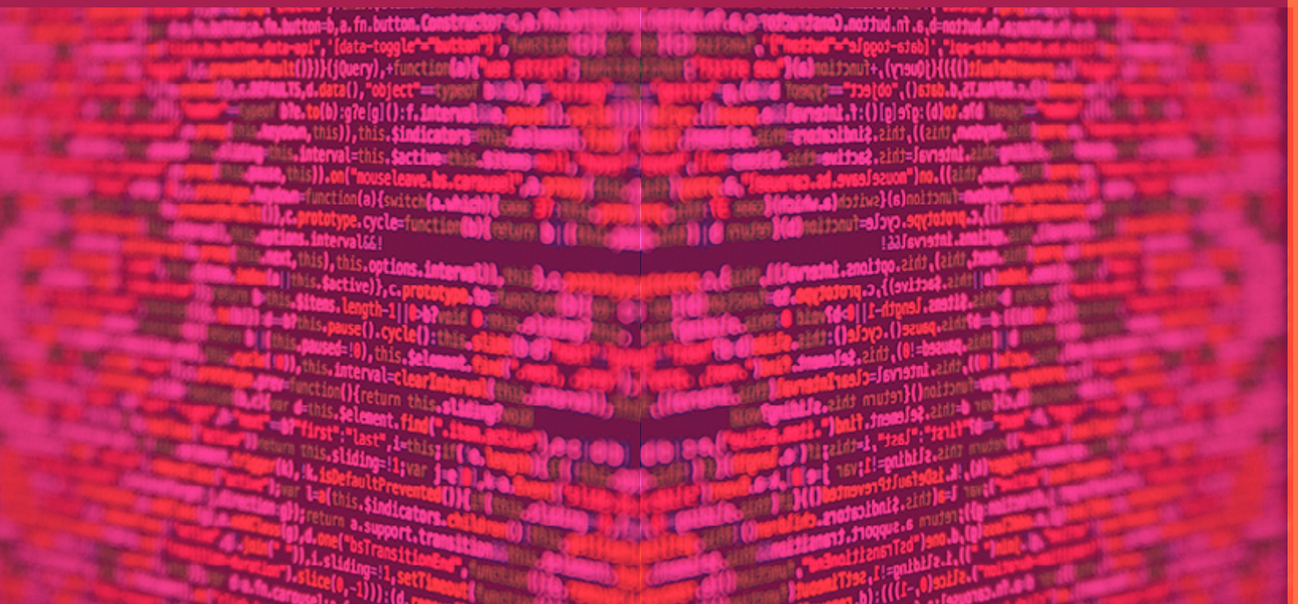
Lógicamente un diseñador web no tiene los mismos conocimientos que un desarrollador, ni siquiera usan el mismo lado del cerebro ;). Por eso, hay que ser proactivo y entregar unos diseños súper completos al desarrollador. Cuantas más indicaciones y explicaciones sobre las funcionalidades, más te lo agradecerá. No hay que dar nada por hecho y es preferible pecar de "sobreinformación".

Involucrar al desarrollador en el proceso de diseño, en las reuniones con el cliente y en las sesiones de brainstorming le ayudará a entender a la perfección los objetivos. Además, desde su perspectiva más técnica posiblemente le surgirán propuestas y soluciones diferentes.

Minimizar las probabilidades de error será positivo tanto para el cliente como para el diseñador. Desarrollar un website es complejo y corre el riesgo de atascarse. Si nos adelantamos al futuro y prevemos incidencias, el trabajo fluirá mejor.

En definitiva, las aptitudes de un diseñador web a la hora de gestionar un proyecto son indispensables. Además de aportar soluciones técnicas y visuales, el profesional debe encarar los proyectos con agilidad para asegurar un flujo de trabajo eficaz. Siempre surgirán imprevistos, pero está en nuestra mano reducirlos.

> Si quieres convertirte en un diseñador web profesional, infórmate sobre nuestro Máster haciendo clic **aquí**.



VÍDEO

Entrevista a: MANUEL PORRAS

¿En qué consiste el Marketing de Contenidos? ¿Por qué es tan importante la usabilidad? ¿Cuál es la relación entre contenido y SEO?

Hablamos con Manuel Porras, Content Manager y Subdirector en Neoattack.

DISEÑO GRÁFICO

CÓMO DISEÑAR UN LOGO EN 9 PASOS

Todos tenemos grabados en la mente logotipos como los de Nike, Apple o Twitter. ¿Qué los haces tan especiales? Un gran logo es único y memorable; es capaz de transmitir los valores de una marca y quedarse grabado en nuestra memoria. Para los diseñadores gráficos, el diseño de un logotipo es posiblemente el reto más difícil y a la vez más motivador. Si bien no hay una fórmula única, a continuación repasamos los pasos más habituales en el proceso de diseño de un logotipo.

1 INVESTIGACIÓN

Antes de enfrascarse en el desarrollo de una identidad corporativa, es necesario aprender lo máximo de la marca. Para ello tendrás que estudiar su historia y reunirte con el cliente hasta captar los valores esenciales de la marca. Formula preguntas al cliente como "¿qué hace la empresa? ¿Qué problemas resuelve a los clientes? ¿Cómo es tu cliente ideal?". Además, es vital conocer bien a la audiencia a la que se dirige: "¿quiénes son? ¿Qué compran? ¿Qué años tienen?". Después un exhaustivo análisis podrás perfilar un briefing definitivo.

2 KEYWORDS

Tras interiorizar los conocimientos obtenidos en la investigación, es el momento de "destilarlo" en forma de keywords. Realiza una lista con palabras clave relacionadas con el sector de la marca. Por ejemplo si hay que hacer el logo para una aseguradora de coches, las keywords podrían ser "conducir", "seguridad", "escudo", "protección", "cinturón de seguridad", etc.

3 REFERENCIAS VISUALES

Crea una carpeta en la que ir añadiendo imágenes relacionadas con el sector. Esta research de elementos clave nos dará un contexto en el que buscar inspiración. En muchas ocasiones comenzamos la búsqueda en Pinterest o Behance donde encontraremos conceptos visuales ya trabajados por diseñadores (exploración también aconsejable). Sin embargo, las imágenes originales del sector nos dan una perspectiva más amplia de ideas que no han sido "procesadas" por otros profesionales creativos.

"El diseño es el pensamiento hecho visual"

- Saul Bass

4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Para empatizar definitivamente con la marca es importante analizar a su competencia: qué colores predominan, tipografías más utilizadas, cómo se adaptan sus logotipos a redes sociales y otros formatos, etc. De esta manera, podemos descubrir oportunidades para diferenciarnos de los competidores y buenas prácticas para encajar bien en el sector.

5 BOCETOS

Tras crear ese "caldo de cultivo creativo", es momento de lápiz y papel. Abre tu cuaderno y dibuja todas las ideas que lleguen a tu mente sin limitación. Recuerda que no tienen que ser dibujos perfectos sino trazos rápidos de ideas. Dibujar estimula tu mente y hace fluir la creatividad.

6 REFINA LAS MEJORES IDEAS

Durante el bocetado irán surgiendo propuestas más sólidas. Haz una selección con aquellas ideas más prometedoras para trabajarlas más a fondo. No hay un número fijo de propuestas, pero un buen número podría ser 3 opciones. Presentar demasiadas podría confundir al cliente y transmitir la idea de que no lo tenemos demasiado claro…

"Ser imaginativo es primordial. Hay que descubrir cosas, observar"

- Milton Glaser

7 DÉJALO REPOSAR

En los proyectos de branding, es muy recomendable "alargar" el proceso durante 2 o 3 semanas en las que alternas con otros trabajos. Descansar y desconectar también ayuda a tu mente a "respirar". Al volver sobre los diseños planteados tendrás una visión más objetiva. Mejor trabajar en un logo dos horas al día durante dos semanas que diez horas en un solo día.

8 TURNO DE ILLUSTRATOR

Una vez has perfilado 3 opciones sólidas, llega el momento de Illustrator. Vectoriza tus bocetos y experimenta con las formas, trazos, tipografías, etc. Prueba tu logo en positivo y negativo, en horizontal y vertical…Las posibilidades del programa te aportarán recursos para mejorar tus ideas.

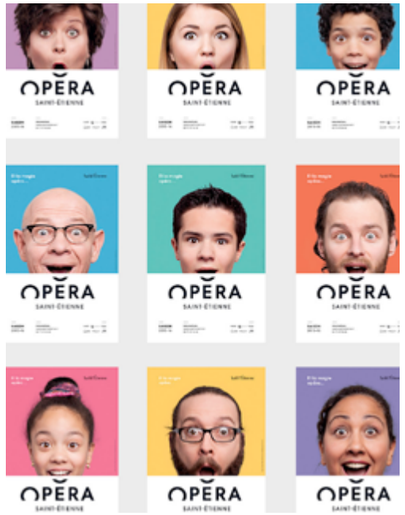
9 PRESÉNTALO BONITO

En la fase final toca vender la idea al cliente. En el desarrollo de una identidad corporativa es importante aterrizar el logotipo sobre piezas "reales". Para lo cual, los mockups son un recurso espectacular con el que podrás lucir tus propuestas. También es importante la maquetación de la presentación para que la idea quede bien arropada y consistente.

3 mejores portfolios diseño gráfico

No es ningún secreto que Behance es un escaparate ideal y una fuente de inspiración para los creativos, diseñadores, ilustradores y artistas de todo el mundo. Si bien es recomendable tener tu propio dominio y web como diseñador, Behance se ha convertido en el primer paso para dar a conocer tus trabajos a una comunidad internacional. Tanto si te estás iniciando en el mundo del diseño gráfico como si ya eres un profesional, tienes que estar sí o sí en Behance. Su app pone a tu disposición infinidad de referencias con las que inspirarte a diario.

Sin duda, esta plataforma es una oportunidad para aprender de los mejores diseñadores y para difundir tus propios proyectos. Intercambiar feedback con otros usuarios te dará perspectiva y una visión más fina. Y es que la formación del diseñador nunca termina. Día a día tienes que renovarte y empaparte de las nuevas tendencias. Por eso hemos seleccionado 6 de los mejores portfolios de diseño gráfico que puedes encontrar en Behance.



Graphéine

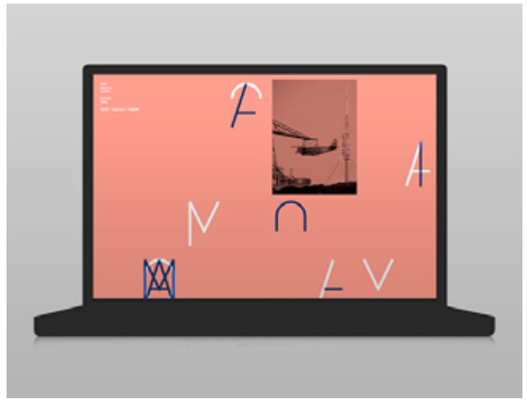
Graphéine es una agencia especializada en branding y diseño de marcas. Más de 15 años de experiencia en el diseño de identidad visual avalan a esta agencia francesa que ya cuenta con casi 4 millones de vistas de sus proyectos en Behance.

Jessica Walsh

Incluida por Forbes en la lista de “los 30 mejores creativos menores de 30 años”, Jessica Walsh es una reputada Directora de Arte en Sagmeister & Walsh y profesora en The School of Visual Arts en Nueva York. En su curriculum cuenta con numerosos galardones como Type Director’s Club, Art Director’s Club, SPD, Print, New York Festivals, D&AD o TDC Tokyo y clientes como Museum of Modern Art, Institute of Contemporary Art Philadelphia, The New York Times, Levis o Adobe.

TwoPoints. Net

TwoPoints.Net nace en 2007, “un pequeño estudio que piensa a lo grande”. En sus 10 años de trayectoria TwoPoints.Net acumula gran variedad de proyectos al más alto nivel. En su portfolio encontramos desde músicos y fotógrafos a desarrolladores de software y escritores. TwoPoints.Net está dirigido por Lupi Asensio y Martin Lorenz, dos diseñadores gráficos con educación alemana, holandesa y española.



DISEÑO WEB

SISTEMAS DE DISEÑO

CÓMO APRENDER A DISEÑAR PÁGINAS WEB CONSISTENTES

El diseño de una web suele ser un trabajo complejo. Los cambios del cliente pueden suponer horas y horas de correcciones que eternizan el proyecto. Por ello, es necesario tener una metodología clara que nos ayude a controlar el tiempo empleado y la calidad del resultado final. ¿Cómo minimizar el impacto de los cambios del cliente? ¿Por dónde empezar el diseño de una web? ¿Cómo optimizar al máximo el tiempo de trabajo? ¿Cómo conseguir que todas las partes de la web conserven la misma esencia?

Compañías como Airbnb, Uber o IBM han cambiado la forma de diseñar productos digitales incorporando su propio sistema de diseño. Un sistema de diseño es un conjunto de componentes "reutilizables", construidos bajo unas reglas de identidad, que pueden ser combinados para construir elementos mayores.

Los sistemas de diseño aseguran la consistencia de un producto digital. En el diseño de una web deben aplicarse aquellas reglas de identidad establecidas en una guía de estilo para se transmita una imagen de marca sólida en lugar de una colección de páginas. Los sistemas de diseño van más allá de las guías de estilo y agilizan los procesos de trabajo. Se trata de un lenguaje visual central que asegura una experiencia de usuario excelente en todos los canales y plataformas de la marca (el sistema de diseño de Shopify es una referencia).

¿QUÉ ES EL DISEÑO ATÓMICO?

El Diseño Atómico es una metodología de creación de sistemas de diseño creada por Brad Frost, diseñador web, speaker y consultor estadounidense.

Se divide en 5 niveles de elementos: átomos, moléculas, organismos, plantillas y páginas. Los diferentes componentes se van combinando hasta formar organismos más complejos y construir un universo propio, único y reconocible.

El resultado es una interfaz construida con diferentes bloques que pueden subdividirse y recomponerse de forma ágil lo que nos permite adaptarnos más fácilmente a futuros cambios. Átomos. Son la partícula básica y principal. Podrían ser etiquetas, cajas o botones de una web. También pueden ser elementos más abstractos como colores, tipografías o micro-animaciones.

Átomos. Son la partícula básica y principal. Podrían ser etiquetas, cajas o botones de una web. También pueden ser elementos más abstractos como colores, tipografías o micro-animaciones.

Moléculas. Combinaciones de átomos que dan lugar a unidades fundamentales como por ejemplo un "buscador" (que se sub-dividiría en 3 etiquetas + una caja + un botón).

Organismos. Grupos de moléculas que unidas dan lugar a formas más complejas como las diferentes partes de una interfaz (por ejemplo, el header de una web). Estos elementos son más reconocibles para el cliente.

Plantillas. Se forman a partir de grupos de organismos para generar las diferentes páginas de una web. Las plantillas aportan un contexto a elementos más abstractos como moléculas u organismos. Aquí es donde el cliente puede apreciar mejor el futuro diseño final.

Páginas. Los wireframes son completados con contenido real para formar las diferentes páginas de la web. Las páginas son la pieza con más nivel de detalle y donde se comprueba la efectividad del sistema de diseño. En esta etapa de diseño podemos detectar mejor si es necesario modificar determinados elementos.

CONSTRUYENDO UN SISTEMA DE DISEÑO

Una metodología de diseño clara y ágil va desde lo abstracto a lo concreto, generando un universo de elementos consistentes y escalables. ¿Cuáles son los pasos clave? Desde invisionapp.com nos indican la siguiente guía:

Auditoría visual. El primer paso es hacer una auditoría visual del diseño actual y detectar las necesidades y mejoras.

Identidad visual. Los elementos principales de la identidad visual son:

- Color. 1-3 colores principales que representen la marca y tonos en gris para abrir las posibilidades de diseño.
- Tipografía. La mayoría de los sistemas incluyen 2 tipografías: 1 para headings y otra para el cuerpo de texto. El uso de demasiadas tipografías generaría confusión y sobrecarga al usuario.
- Tamaño y espaciado. El correcto uso de estos dos valores proporciona ritmo y equilibrio al universo visual.
- Imágenes e ilustraciones. Definir un estilo para el tipo de imágenes, ilustraciones e iconos para asegurar una coherencia a lo largo de toda la web.

Librería UI. Recopila todos los elementos producidos para diseñar el sistema visual (botones, formularios, imágenes) y elimina aquellos descartados.

Documenta cada componente y cuándo debe utilizarse.

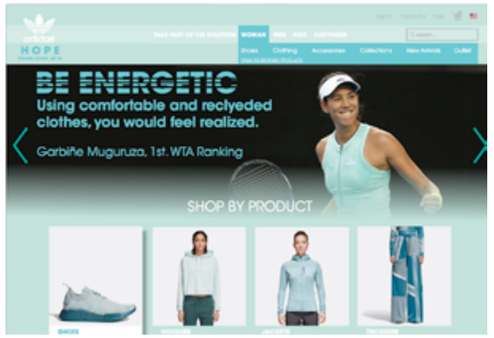
¿POR QUÉ SON IMPORTANTES LOS SISTEMAS DE DISEÑO?

Los sistemas de diseño han revolucionado los procesos de trabajo entre diseñadores y desarrolladores, permitiendo cambiar componentes fácilmente para crear nuevas evoluciones. Además, ayuda a alinear más rápidamente a todos los integrantes del equipo integrándoles bajo unos mismos patrones. Entre sus ventajas más destacadas, los sistemas de diseño aportan uniformidad a todos los elementos de una web y refuerzan la comunicación de la marca. Creando un lenguaje visual consistente se asegura una mejor experiencia de usuario.

TRABAJOS DE ALUMNOS

CREATIVIDAD PUBLICITARIA

CARLOS PAVÓN
DANIEL CRUZ
JOAQUÍN ESPINOSA
CLARA ESTRADA



CREATIVIDAD PUBLICITARIA

CRISTINA REDONDO
LIDIA FARLÁN
MIGUEL ÁNGEL CATALÁN

DISEÑO GRÁFICO

ANA I. URBAJENA (1)
GABRIEL GALLEGO (2)
IRENE DEBORA (3)
INMA ROS (4)

DISEÑO WEB

INMA ROS (1)
CAMILO ESPEJO (2)
ABEL TOMÉ (3)
BÁRBARA NEGRETE (4)

VÍDEO

Entrevista a: SANDRA MARTÍN

Sandra Martín trabaja como Social Media Manager en Neoattack gestionando clientes de Social Media tanto en la parte orgánica como en la publicidad en redes. En la entrevista, Sandra nos habló sobre Marketing Digital, redes sociales, Marketing de Contenidos, SEO, SEM…

aula
creactiva