



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO

**DISEÑO DE MATERIAL PARA LA DIFUSIÓN DE LOS
“CURSOS DE ESCRITURA CREATIVA - OTOÑO 2022”
IMPARTIDOS POR EL CENTRO DE ESTUDIOS MEXICANOS UNAM-ESPAÑA**

TESINA

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

PRESENTA

LARA KAREN VELAZQUEZ BUSTAMANTE

DIRECTORA DE TESINA

MTRA. MARA GONZÁLEZ GUINEA

CDMX, México 2023.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO

**DISEÑO DE MATERIAL PARA LA DIFUSIÓN DE LOS “CURSOS DE
ESCRITURA CREATIVA - OTOÑO 2022” IMPARTIDOS POR EL CENTRO DE
ESTUDIOS MEXICANOS UNAM-ESPAÑA**

TESINA

MODALIDAD: RECUPERACIÓN DE EXPERIENCIA PROFESIONAL

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

PRESENTA

LARA KAREN VELAZQUEZ BUSTAMANTE

DIRECTORA DE TESINA

MTRA. MARA GONZÁLEZ GUINEA

CDMX, México 2023

Agradezco a la UNAM que me ha abierto las puertas a tantas oportunidades, experiencias y aprendizajes. A la vida que siempre sabe lo que hace, que no acepta un “no” como respuesta y que pone todo en donde debe de estar. Gracias por esta gran aventura.

Agradezco a mis padres por estar siempre y apoyarme en cada paso, por celebrar conmigo cada una de mis victorias y no dejarme sola en los momentos difíciles. Por enseñarme el valor de la familia y el amor incondicional.

A mis hermanos por acompañarme no solo en esta etapa sino en todas y cada una de ellas.

A Diego y Víctor, que desde el día uno me hicieron sentir como en casa, incluso estando del otro lado del mundo.

A Sandrine por compartir tanto como profesional como amiga, por ser tan bondadosa, valiente y creativa, aspiro a ser como tú en todos los aspectos.

A la Mtra. Mara por acompañarme en la elaboración de esta tesina y por motivarme a siempre dar más de mí en este proyecto. Admiro su pasión a la enseñanza y le agradezco en nombre de todos sus alumnos, ha dejado en mí valores que llevaré conmigo toda la vida.

A mis sinodales, que los he elegido por marcar mi paso por la Facultad de Artes y Diseño, pero sobre todo mi desarrollo personal, entre sus enseñanzas me quedo con la importancia de encontrar un espacio en blanco incluso en los días más difíciles, el cuestionarte las verdades absolutas modernas, de aprender de los errores y afrontar las adversidades.

A Madrid, la ciudad que nunca duerme, por hacerme reír, llorar, conocerme y por presentarme a personas tan “majas”, por alimentarme con tortillas, tinto de verano y hermosas vistas. Me has cambiado la vida por completo y te extrañaré para siempre.

A Cansu, Matheus y Julia por convertirse en mi segunda familia.

Y por último, pero no menos importante, a los que se quedaron, a los que me recibieron con brazos abiertos, a los que extrañé y a los que extraño.

Índice

1. Prácticas Profesionales en el Centro de Estudios Mexicanos UNAM-España.....	10
1.1. Actividades realizadas en las prácticas profesionales.....	11
1.1.1. Cursos de Escritura Creativa / OTOÑO 2022.....	12
1.1.2. SIN FRONTERAS I Encuentro de Científicos Mexicanos y Españoles...13	
1.1.3. V Curso de Pensamiento Mexicano.....	14
1.1.4. Cápsula Informativa UNAM-España.....	15
1.1.5. I Premio de Relato UNAM-España.....	16
1.1.6. Primera Llamada I Encuentro de Artes Escénicas.....	17
1.1.7. Radio UNAM - Cápsula UNAM España.....	18
1.1.8. Cine por mujeres Films by women Madrid.....	19
2. Metodología en el diseño gráfico.....	20
2.1. Métodos en el diseño.....	21
2.2. Metodologías en el diseño.....	22
2.3. Constantes metodológicas en el diseño gráfico.....	24
2.4. Metodologías de diseño.....	25
2.4.1. Complejo Funcional de Victor Papanek.....	25
2.4.2. Metodología Proyectual de Bruno Munari.....	27
2.4.3. Metodología del Design Thinking.....	30
2.4.4. Diseño Centrado en el Usuario.....	31
2.5. La evolución del diseño.....	33
3. Propuesta de Ambrose y Harris y el proyecto “Cursos de Escritura Creativa”.....	35
3.1. Fase 1. La definición (briefing).....	36
3.2. Fase 2. Investigación (antecedentes).....	37
3.3. Fase 3. Ideación (posibles soluciones).....	38
3.4. Fase 4. Prototipo (desarrollo).....	39
3.5. Fase 5. Selección (racionalizar).....	40
3.6. Fase 6. Implementación (entrega).....	40
3.7. Fase 7. Aprendizaje (retroalimentación).....	44
Conclusiones.....	45
Referencias.....	49
Anexo.....	51

Introducción

Antes de realizar mis prácticas profesionales, no solía otorgar mucha importancia al proceso integral del diseño gráfico, es decir, me enfocaba principalmente a la generación y creación de ideas, ya que consideraba que era la etapa más crucial, la cual merecía dedicarle todo el tiempo disponible; además, el proceso detrás de la materialización de esas ideas no era algo que consideraba prioritario, en consecuencia, no le prestaba la debida atención que merecía. Sin embargo, con el tiempo y la experiencia adquirida durante mis prácticas, comprendí la relevancia del proceso en el diseño gráfico, pues este influye en la calidad y efectividad del resultado final.

Cuando me integré a UNAM-España tenía grandes expectativas, anhelaba vivir una enriquecedora experiencia profesional, mi objetivo era sumergirme de lleno en el campo laboral, así como enfrentarme a los desafíos que implicaba vivir en un nuevo país, también anhelaba ejercer mi carrera profesional en el ámbito de la cultura, pero sobre todo aspiraba a aprender de esa experiencia única. Además, me motivaba mucho la idea de representar a una institución mexicana en el extranjero y ser parte de las actividades culturales que ellos organizaban.

Durante el periodo de mis prácticas profesionales, me encontré con una serie de desafíos que cambiaron la forma en la que solía realizar proyectos. El primero de los retos a los que me enfrenté fue organizar eficientemente las tareas que se me asignaban, ya que había diversas responsabilidades que requerían mi atención, como el diseño de posts para redes sociales, el diseño de identidad para los diferentes cursos, etc. Gracias a ello aprendí a gestionar mi tiempo y establecer jerarquías en las

actividades para priorizarlas frente a otras. Esto me impulsó a adquirir habilidades de planificación y administración del tiempo.

El segundo reto fue trabajar en contra del tiempo, pues debía cumplir con plazos ajustados sin comprometer la calidad del trabajo. Esta situación me obligó a desarrollar habilidades para priorizar tareas y mantener la calma bajo presión, lo cual considero es y será muy valioso para mi carrera profesional.

Por último, me encontré ante el desafío de recibir retroalimentación proveniente de diversas instituciones. Esta situación se convirtió en una valiosa oportunidad para aprender a defender mis diseños de manera fundamentada y con seguridad. A través de este proceso, adquirí habilidades para presentar argumentos que respaldaran mis decisiones creativas. Esta lección me permitió no sólo mejorar mis capacidades de comunicación y argumentación, sino también consolidar confianza en mis propias habilidades como diseñadora.

En el primer capítulo de este informe hablaré sobre el Centro de Estudios Mexicanos UNAM-España y su papel como representante de la Universidad Nacional Autónoma de México en la ciudad de Madrid. Además daré una introducción al proyecto Cursos de Escritura Creativa impartidos en Otoño 2022 siendo este el principal en este informe. Por último compartiré las actividades que realicé en cada proyecto en el que la UNAM España participó durante mi estadía en Madrid.

En el segundo capítulo, me enfoco en destacar las características del método y la metodología, resaltando sus características particulares; realizando una aproximación por las diversas metodologías del diseño que existen en la actualidad, partiendo desde el complejo funcional de Victor Papanek hasta la fascinante incorporación de la Inteligencia Artificial en nuestros procesos de diseño. Este último acercamiento me pareció importante para comprender la evolución y el futuro de la disciplina del diseño y sus procesos, especialmente en una era de progreso tecnológico tan importante como la que estamos viviendo actualmente.

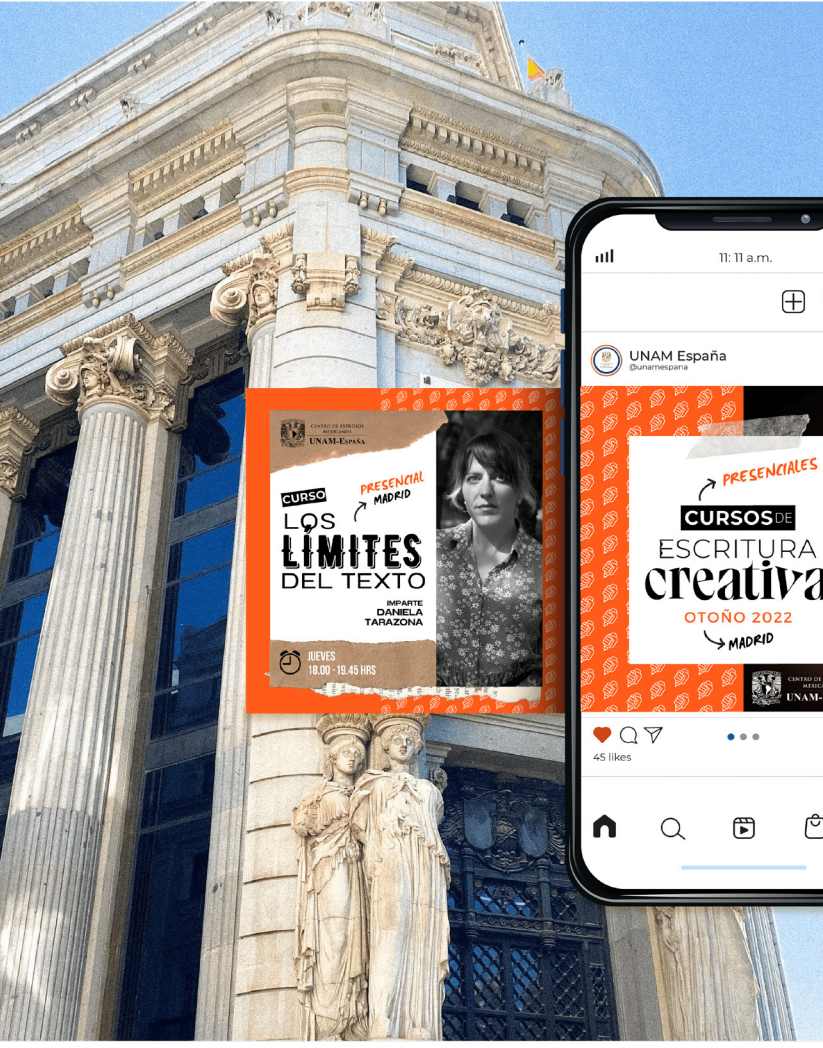
En el último capítulo realicé una comparación entre mi proceso de diseño durante la difusión de los Cursos de Escritura Creativa Otoño 2022 y el método de Design Thinking propuesta por Ambrose y Harris en Metodología del diseño (2010). Para realizar la comparación, indagué en los pasos realizados para el diseño de distintos materiales, tanto físicos como digitales e identifiqué conexiones entre la teoría de

destacados diseñadores del pasado y las prácticas actuales en el campo del diseño. Además, esta comparación me permitió identificar tanto los logros como las áreas de mejora en mi proceso de diseño.

Durante la elaboración de este informe me enfrenté a dos importantes limitaciones; para empezar, el tiempo y la extensión del proyecto, estos factores representaron una limitante, ya que a través de mi investigación recopilé mucha información que hubiera deseado discutir en este informe; sin embargo, mantener la objetividad implicó tomar decisiones para abordar sólo lo más relevante y significativo.

En segundo lugar, la utilización de los términos “metodología” y “método” como sinónimos, me encontré con que la mayoría de los textos de diseño suelen usarlos de manera intercambiable, lo que genera confusión y dificulta su delimitación en el discurso. Esta falta de claridad en la terminología complicó la comprensión de las ideas, que en más de una ocasión solían superponerse unas con las otras. Aguilera (2013) comenta que la falta de distinción de estos conceptos ocasiona visiones equívocas que se traducen a confusión al momento de reflexionar sobre su contenido y aplicación (p.82).

A pesar de estas limitaciones, me esforcé por presentar la información más relevante y aquella que más conectaba con mi enfoque durante este informe, intentando en todo momento evitar confusiones en el discurso. La objetividad fue un elemento clave para mantener la calidad y coherencia en la tesina.



Prácticas Profesionales en el Centro de Estudios Mexicanos UNAM-España

En esta primera parte trataré sobre el papel del Centro de Estudios Mexicanos UNAM-España como representante de la Universidad Nacional Autónoma de México en la ciudad de Madrid, además presentaré al proyecto Cursos de Escritura Creativa impartidos en Otoño 2022 -en el cual se enfoca este informe-, y después compartiré con el lector las actividades que realicé en cada proyecto en el que la UNAM España participó durante mi estadía en Madrid.

La Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) abrió en noviembre del 2013, el Centro de Estudios Mexicanos UNAM-España (UNAM-España) en la ciudad de Madrid. El motivo principal de la creación de este centro era colaborar con el Instituto Cervantes, la Universidad de Salamanca y la Universidad de Buenos Aires en el lanzamiento del Servicio Internacional de Evaluación de la Lengua Española (SIELE). Este proyecto permite la certificación global del dominio del idioma español, al incorporar las distintas variedades lingüísticas de esta lengua.

Cabe mencionar, que UNAM-España forma parte del proyecto de internacionalización de esta institución educativa, el cual inició en 1921 y ha permitido que la Universidad tenga presencia en cuatro continentes a través de sus sedes en diferentes países. Hoy en día la misión del Centro es fomentar la movilidad, el vínculo, la cooperación y la colaboración tanto dentro de la UNAM como entre instituciones, así como promover la enseñanza del español y difundir la cultura mexicana. Todo esto, con el fin de beneficiar a la comunidad universitaria en México y España, como a los mexicanos en el extranjero. Mientras que la visión es ser la representación de excelencia de la UNAM en España, contribuyendo al posicionamiento internacional mediante el impulso de actividades académicas, científicas y culturales.

La UNAM-España, por un lado, respalda programas académicos, de vinculación, intercambio y cooperación en campos de interés para la UNAM, incluyendo la enseñanza del español como lengua extranjera, por otro lado se involucra en la promoción y divulgación de la cultura mexicana e hispánica en general. Además, promueve la participación de la UNAM en debates relevantes para México, a nivel nacional e internacional.

El diseño gráfico tiene un gran papel al difundir las actividades y eventos realizadas por la UNAM-España, ya que no sólo se realiza diseño para redes sociales, sino también para formatos impresos que se comparten con la comunidad; en este sentido, el diseño debe ser atractivo para llamar la atención del público objetivo, así como generar interés en el evento, y de esta manera incentivar la participación del público, algo que es primordial para el continuo desarrollo de la UNAM-España.

A pesar de que es primordial el papel del diseñador en este centro, internamente no hay una persona cubriendo este puesto y en cambio abre la convocatoria anualmente a estudiantes recién egresados a realizar sus prácticas profesionales en el Centro de Estudios Mexicanos en la ciudad de Madrid.

Actividades realizadas en las prácticas profesionales

Realicé mis prácticas profesionales en la UNAM-España, con una duración de 6 meses entre julio y diciembre del 2022; en el transcurso de estas prácticas tuve la oportunidad de vivir en Madrid (España) y de desarrollarme como diseñadora gráfica, también trabajé de la mano con Sandrine Ortega y Diego Celorio -quienes conformaban la Secretaría Administrativa de este centro-, los cuales me hacían llegar la información de los eventos en cola para el desarrollo del diseño y difusión, esto a través de planeación de contenido para redes sociales, páginas web, edición video u otra actividad.

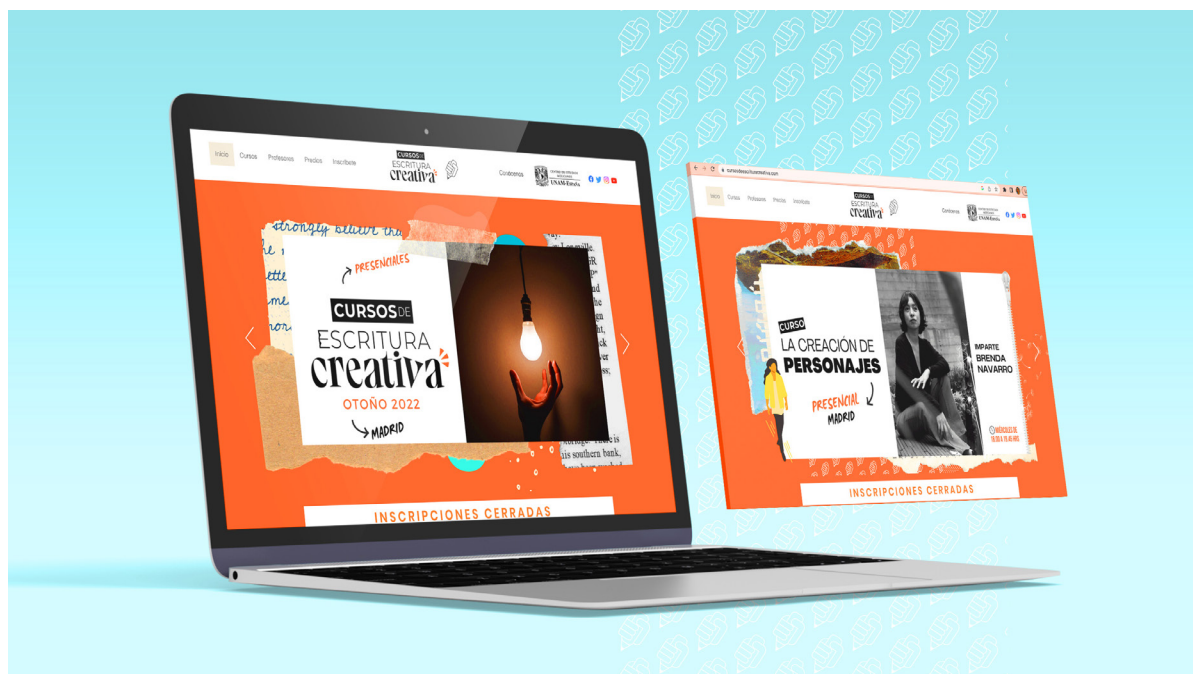
Durante mi estancia participé en diversos eventos organizados por la UNAM-España, entre los cuales destacan los Cursos de Escritura Creativa Otoño 2022, un curso impartido por profesores de la Universidad Nacional Autónoma de México y la Universidad Autónoma de Madrid; en ellos tuve la oportunidad de desarrollar la identidad gráfica, página web, diseño para formatos impresos y contenido para redes sociales.

Cursos de Escritura Creativa / OTOÑO 2022

Los cursos de escritura creativa (para conocer el proceso de elaboración y las características de los productos diseñados, véase el Anexo) se impartieron en las instalaciones de la UNAM-España (Calle Barquillo 6, Int. D, Madrid, España) del 19 de septiembre al 12 de diciembre de 2022; fueron impartidos por escritores mexicanos de renombre en la comunidad de escritura hispana como Jorge Volpi, Brenda Navarro y Daniela Tarazona. Al ser la primera edición de los cursos, el proyecto de diseño incluyó identidad gráfica, página web (destinada a las información de los cursos), cartel, material para difusión en redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram), entre otros.

Además del proyecto Cursos de Escritura Creativa / OTOÑO 2022, durante mis prácticas profesionales realicé los siguientes proyectos: SIN FRONTERAS: I Encuentro de Científicos Mexicanos y Españoles, V Curso de Pensamiento Mexicano, Cápsula Informativa UNAM-España, I Premio de Relato UNAM-España, Primera Llamada I Encuentro de Artes Escénicas, Cine por mujeres | Films by women | Madrid y Cápsula Unam España por Radio UNAM. A continuación expongo brevemente sobre ellos.

Figura 1. Mockup de página web para los cursos de escritura creativa otoño 2022.



Nota. Disponible en www.cursosdeescrituracreativa.com

SIN FRONTERAS I Encuentro de Científicos Mexicanos y Españoles

El proyecto SIN FRONTERAS I Encuentro de Científicos Mexicanos y Españoles fue un evento realizado en la ciudad de Madrid, del 17 al 19 de octubre de 2022, la UNAM-España en colaboración con la Fundación Casa de México en España y la Fundación Ramón Areces organizaron una serie de diálogos entre científicos mexicanos y españoles en las áreas de biología, matemáticas, astrofísica, neurociencias, entre otras, donde se intercambiaron avances, investigaciones e ideas en el ámbito de las ciencias.

En lo concerniente al diseño del proyecto SIN FRONTERAS I Encuentro de Científicos Mexicanos y Españoles, el tiempo de realización fue muy corto, con solo dos semanas para diseñar todos los materiales necesarios: identidad gráfica, página web, trípticos, post para redes sociales y banners. Diseñé la página web del evento (www.cemespana.wixsite.com/encuentrodeciencia) y un programa digital para compartir en las redes sociales, por último se compartió vía newsletter con la audiencia de la UNAM-España.

Para dar a conocer el evento, diseñé una invitación que se compartió en las principales redes sociales y una semana antes del evento en los cuatro periódicos más importantes de Madrid (El Mundo, El País, La Razón y ABC). También diseñé un tríptico (véase Figura 3) con toda la información de las ponencias, éste se distribuyó durante los días del evento a los asistentes a manera de fomentar la asistencia al resto del ciclo de conferencias. Además, se llevó a cabo una campaña en Facebook Ads dirigida a estudiantes de licenciatura y posgrados, así como profesionales interesados en biología, neurociencia, física, matemáticas, ingeniería, geología y astrofísica.

Durante las sesiones de SIN FRONTERAS I Encuentro de Científicos Mexicanos y Españoles, tomé fotografías para el registro del evento para su posterior publicación en redes sociales, así como videos cortos para invitar a la comunidad digital a asistir a las sesiones siguientes. Asimismo, se editaron los videos de todas las ponencias de SIN FRONTERAS I Encuentro de Científicos Mexicanos y Españoles para su publicación en YouTube. Por último, diseñé las constancias de participación para los científicos mexicanos y españoles invitados.

Figura 2. Invitación al evento SIN FRONTERAS I Encuentro de Científicos Mexicanos y Españoles.



Figura 3. Tríptico con el horario de las ponencias impartidas durante el I Encuentro de científicos mexicanos y españoles.



V Curso de Pensamiento Mexicano

La quinta edición del Curso de Pensamiento Mexicano, es un curso impartido en la modalidad en línea, realizado en colaboración con la Universidad Autónoma de Madrid, tuvo una duración de 11 sesiones y contó con la participación de 22 especialistas en historia. A solicitud de la Secretaría Administrativa de la UNAM-España desarrollé la identidad gráfica para la quinta edición de los cursos (véase figura 4) y una página web para la consulta de los requisitos, programación de las clases, ponentes e inscripción, así como un cartel que se imprimió para la difusión del curso en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Autónoma de Madrid. También realicé el diseño de publicaciones para diferentes plataformas de la UNAM como Facebook, Instagram y Twitter, además de incluirlo en la sección “Te recomendamos...” del boletín informativo de la UNAM-España. Asimismo, para los participantes (estudiantes y ponentes) diseñé constancias de asistencia (véase Figura 5). Debido a que el curso se impartió en línea, todas las sesiones se grabaron; posteriormente las edité para su publicación en YouTube, permitiendo que los estudiantes pudieran consultarlas en el futuro.

Figura 4. Presentación de la identidad gráfica para el V Curso de Pensamiento Mexicano organizado por UNAM-España y la Universidad Autónoma de Madrid.



Nota. Sitio web disponible en <https://cemespana.wixsite.com/vcursopensamientomex>

Figura 5. *Diseño de las constancias de asistencia otorgadas a los participantes del V Curso de Pensamiento Mexicano*



Cápsula Informativa UNAM-España

A petición de UNAM Internacional realicé un video acerca de la sede UNAM-España, para la primera etapa escribí el guión bajo la supervisión de Sandrine Ortega y Diego Celorio, después hice una recolección de imágenes y videos de los eventos en los que el Centro ha participado a lo largo de su existencia, a continuación, grabé mi voz leyendo el guión. El video final tuvo una duración de 36 segundos, lo adapté a tamaño youtube 1920 x 720 y a 1080 x 1920 para redes sociales (véase Figura 6).

Figura 6. *Imagen rescatada del segundo 28 del video con dimensiones 1920x720*



I Premio de Relato UNAM-España

El premio fue organizado en colaboración con importantes entidades como Centroamérica Cuenta, Literatura UNAM y Revista de la Universidad de México, la convocatoria se abrió a escritores de cualquier edad con la condición de ser ciudadanos de cualquier país latinoamericano viviendo en España e invitó a los participantes a escribir sobre un tema que reflexionara entorno a la experiencia migratoria en España.

Para la difusión del I Premio de Relato UNAM-España la Secretaría Administrativa me solicitó el diseño de posts para redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter (véase Figura 7), así como crear un video, éste con un formato de 1080x1920 y dirigido a la comunidad latinoamericana residente en España, se compartió en la sección de reels de Instagram, por lo que logró una gran respuesta por parte de la audiencia. Todo esto contribuyó a la difusión y la respuesta de participación en el curso, alcanzando más de 30 participantes.

Figura 6. Diseño de post para Instagram para difusión del I Premio de Relato UNAM-España.

The image shows a screenshot of an Instagram post. On the left is a red promotional graphic for the 'I Premio de Relato UNAM España' competition. The graphic includes logos for 'CENTRO DE ESTUDIOS MEXICANOS UNAM-ESPAÑA', 'REVISTA DE LA UNIVERSIDAD DE MÉXICO LITERATURA UNAM', and 'centroamérica cuenta'. The main text on the graphic reads 'I PREMIO DE RELATO UNAM ESPAÑA sobre la experiencia de la migración latinoamericana en España'. Below this, it says 'Dirigido a escritores de cualquier edad con la condición de ser ciudadanos de cualquier país latinoamericano que vivan en España.' and 'Recepción de relatos: del 26 de septiembre al 26 de noviembre de 2022'. At the bottom of the graphic, it says 'Leer las bases del concurso en: www.cemespana.unam.mx'. On the right is the Instagram post interface. The post is from 'unamespana Madrid' and contains the following text: 'CONVOCATORIA ABIERTA | I PREMIO DE RELATO UNAM ESPAÑA SOBRE LA EXPERIENCIA DE LA MIGRACIÓN LATINOAMERICANA EN ESPAÑA 2022'. It includes details about the target audience and the theme, and provides a link to the competition rules. The post has 60 likes and a comment field at the bottom.

Nota. Más información sobre el premio en www.cemespana.unam.mx/notas.php?id_nota=90

Primera Llamada I Encuentro de Artes Escénicas

El encuentro tuvo lugar en las instalaciones de la Fundación Casa de México en España, el 16 de diciembre del año 2022. Para su difusión, el equipo de Fundación Casa de México en España diseñó la invitación (véase figura 8) y por mi parte, la adapté a diversos formatos para de esta manera compartirla en diferentes canales, como historias de Instagram, publicaciones en Facebook, tweets y un newsletter mediante la herramienta Mailchimp, entre otros.

Asimismo, durante el evento se realizaron sesiones grupales con la participación de reconocidos expertos en el ámbito de las Artes Escénicas en México y España. Para documentar este importante encuentro, hice el registro fotográfico de las sesiones (véase Figura 9) y diseñé una campaña en redes sociales para invitar a la sesión abierta al público, con publicaciones e historias creativas que destacaron los principales atractivos del evento.

Figura 8. Invitación al evento *Primera Llamada I Encuentro de Artes Escénicas*, diseño por el equipo de Fundación Casa de México en España.

Fundación Casa de México en España

Primera llamada: las artes escénicas en México y España hoy

Participan:

- Evoé Sotelo - directora de Danza UNAM
- Juan Ayala - programador de Cultura UNAM
- Natalia Menéndez - directora artística del Teatro Español y las Naves de Matadero
- María Folguera - directora artística del Teatro Circo Price
- Jorge Volpi - director de UNAM España

Miércoles 16 de noviembre
19:30 h (Madrid) / 12:30 h (CDMX)

Más información y reservas en www.casademexico.es
Actividad presencial con emisión en línea por Facebook Watch

CENTRO DE ESTUDIOS MEXICANOS
UNAM-ESPAÑA

Nota. Más información sobre el encuentro en: <https://www.casademexico.es/teatro/primera-llamada-las-artes-escenicas-en-mexico-y-espana-hoy/>

Figura 9. Fotografía de la última mesa en la Primera Llamada I Encuentro de Artes Escénicas



Nota. Más información sobre el encuentro en: <https://www.casademexico.es/teatro/primera-llamada-las-artes-esenicas-en-mexico-y-espana-hoy/>

Radio UNAM - Cápsula UNAM España

Por iniciativa de Radio UNAM se realizaron cápsulas informativas sobre las diferentes sedes de la Universidad alrededor del mundo. Para llevar a cabo este proyecto, me solicitaron la recolección de sonidos que identifican los espacios más representativos de la Ciudad de Madrid, buscando capturar la esencia sonora de esta metrópoli. Además, llevé a cabo el registro de grabación del testimonio de un estudiante de la Universidad Nacional Autónoma de México que se encontraba realizando intercambio académico en Madrid, con el fin de enriquecer la producción sonora.

Cine por mujeres | Films by women | Madrid

Para este proyecto, diseñé de una invitación al festival Cine por Mujeres en Madrid (véase Figura 10), se utilizó para promover y difundir las actividades en las que participó Diana Cardozo, reconocida directora mexicana por su galardonada película “Estación Catorce”, la cual recibió el premio a Mejor Película. Dentro de las actividades que se realizaron en su visita a España, destaca el taller de guión que impartió en la Fundación Casa de México durante el mes de noviembre. También, realicé el diseño de una invitación a la clausura del festival en donde se llevó a cabo la premiación oficial de Diana Cardozo, esta se compartió a través de historias en redes sociales.

Figura 10. Post realizado para la difusión de la participación de Diana Cardozo en el festival Cine por mujeres 2022.



Nota. Para más información sobre el evento visitar www.festivalcinepormujeres.com

Metodología en el diseño gráfico

En este capítulo me enfocaré en las características del método y la metodología, resaltando sus características particulares; también realizaré un acercamiento por las diversas metodologías del diseño que existen en la actualidad, partiendo desde el complejo funcional de Victor Papanek hasta la incorporación de la Inteligencia Artificial (IA) en el proceso del diseño. Esta última aproximación me parece importante para comprender la evolución y el futuro de la disciplina del diseño, especialmente en una era de progreso tecnológico tan importante.

Entre las fuentes de información que abordan la metodología y el método en el diseño destacan aquellas que cuestionan el método como guía definitiva y en cambio expresan su valor dialéctico, tales como *¿Cómo nacen los objetos?*, *Diseñar para el mundo real* y *Design Thinking*. Entre los especialistas que participan de esta postura se encuentran Bruno Munari, Papanek, Gavin Ambrose y Paul Harris; otras fuentes de información tratan sobre el diseño en el contexto actual, la evolución hacia las nuevas tendencias y el uso de tecnologías en desarrollo; entre los especialistas que se aproximan al diseño desde estas perspectivas destacan Ellen Lupton, Andy Campbell, Ruben Sahagún, Hassan-Montero y Ortega-Santamaría.

Cabe aclarar que, la palabra “diseño” tiene y tendrá tantas definiciones, como cabezas hay en este mundo; sin embargo, para términos de este trabajo me acercaré a las definiciones de diseño ofrecidas por algunos expertos. Según Papanek (1973), el diseño es “el esfuerzo consciente para establecer un orden significativo” (p.19). A partir de esta definición, se puede concebir el diseño como la creación y atribución de significado a un elemento, con el fin de lograr su comprensión, es decir, dotarlo de un valor que trascienda su mera existencia. Además, el diseño es una actividad en proceso con cualidades resolutivas, tiene la capacidad de descubrir problemas y en contra de su propia naturaleza, el diseño puede llegar a crearlos.

Para tratar sobre la metodología del diseño, primero, me acercaré al método como término universal y su diferencia ante la metodología, así como en relación con el diseño como disciplina; luego, me aproximaré a la metodología del diseño, como son la de Papanek, la Ambrose y Harris, la de Munari, a la de Design Thinking y a la del Diseño Centrado en el Usuario, después trataré sobre el diseño actual, la evolución de los métodos y cómo han sido afectados por las nuevas tecnologías.

Métodos en el diseño

Antes de aproximarme a los métodos en el diseño es importante definir esta noción, el método ha recibido diversas definiciones a lo largo de los años. Muestra de esto es que para Vilchis (1986) se utiliza para describir los procesos lógicos fundamentales en cualquier investigación o disciplina (p.12), mientras que Ander (1995) argumenta que el método es la secuencia de pasos, reglas o procedimientos, diseñados para lograr un objetivo específico (p. 39-42 1995, citado por Morales, 2019). Comúnmente se usan los términos método y metodología sin distinción, pero en este caso es primordial encontrar el punto de inflexión, donde la metodología va más allá del proceso, ésta se define como la disciplina que investiga, interpreta y entiende los métodos utilizados en diferentes contextos y la lógica en las fases del mismo.

Los métodos del diseño son una serie de pasos ordenados que funcionan como guía de acción en el proceso creativo, éstos son “dictados por la experiencia” (Munari, 1983, p. 12), es algo que se comparte desde lo que se ha vivido y puede (o no) funcionar en el resto de las personas. Por su parte, Papanek (1973) señala que el método se refiere al uso de herramientas, tratamientos y materiales, así como la manera en la que interactúan para tener el resultado deseado. Con estas dos definiciones, se puede identificar el método del diseño con la planificación y normativa involucrados en el desarrollo y aplicación de un proyecto de diseño.

En relación con lo anterior, los métodos desempeñan un papel fundamental al organizar y dar sentido a todos los factores involucrados en el proceso, cabe que

mencione, que para diseñador los métodos no son rígidos ni absolutos, al contrario gozan de un valor dialéctico por lo que evolucionan a cada paso; en este sentido, Brown (2008) señala que el proceso del diseño siempre requerirá volver a fases anteriores a evaluarlas a medida que se avanza en el proyecto. A través de esta serie de pasos, es posible para el diseñador recopilar, ordenar y comparar las ideas, de esa manera se logra estructurar además dar sentido a los pensamientos creativos.

Munari señala al método como un “ente liberador” (p.12), que permite saber qué hacer para conocer o hacer las cosas. A modo de reflexión, esto es como la historia, se dice que es bueno conocer la historia para no cometer los mismos errores; de la misma manera, reconocer las buenas prácticas del diseño y los métodos que han demostrado resultados exitosos, funcionan como punto de partida.

Aunado a lo anterior, estos métodos probados brindan un marco sólido y confiable desde el cual se exploran nuevas ideas, impulsando así la evolución del diseño. Asimismo, la clave para el proceso de diseño, según Heskett (2005), radica en la acumulación de conocimiento y en la comprensión del método (p.16), dicho de otro modo, al tener una base sólida de métodos establecidos, se construye sobre ellos, así, se utilizan como punto de partida para la creatividad y la experimentación.

Rubio (2006) en “La metodología del diseño como instrumento para la creatividad” señala que la innovación es el resultado de la inspiración en torno al discurso metodológico del diseño. En otras palabras, el método no es la clave, sino una herramienta que guía a un espacio de reflexión y eventualmente a la inspiración.

Metodologías en el diseño

La metodología del diseño se encarga de establecer los lineamientos generales y los enfoques del proceso, al mismo tiempo hace el análisis de la lógica entre los pasos de un método y la capacidad del mismo. Así pues, su objetivo principal es lograr el “máximo resultado con el mínimo esfuerzo” (Munari, 1983, p.12). En relación con esto, la meta de la metodología del diseño es generar soluciones creativas e innovadoras.

La selección de la metodología se basa en las necesidades específicas del proyecto en cuestión, dado que cada proyecto tiene requisitos así como desafíos únicos, por lo

que es importante elegir una metodología que se ajuste a esas necesidades particulares. Ambrose y Harris (2010) proponen que el planteamiento del proceso de diseño debe considerar tres factores: el producto, los valores y la propuesta. A continuación expongo brevemente sobre estos factores enunciados por estos autores:

La metodología del diseño se encarga de establecer los lineamientos generales y los enfoques del proceso, al mismo tiempo hace el análisis de la lógica entre los pasos de un método y la capacidad del mismo. Así pues, su objetivo principal es lograr el “máximo resultado con el mínimo esfuerzo” (Munari, 1983, p.12). En relación con esto, la meta de la metodología del diseño es generar soluciones creativas e innovadoras.

La selección de la metodología se basa en las necesidades específicas del proyecto en cuestión, dado que cada proyecto tiene requisitos así como desafíos únicos, por lo que es importante elegir una metodología que se ajuste a esas necesidades particulares. Ambrose y Harris (2010) proponen que el planteamiento del proceso de diseño debe considerar tres factores: el producto, los valores y la propuesta. A continuación expongo brevemente sobre estos factores enunciados por estos autores:

- a. El producto se refiere al resultado tangible o intangible que se crea a través del diseño. Puede ser un objeto físico, una interfaz digital, una experiencia de usuario o incluso una estrategia de comunicación.
- b. Los valores se relacionan con los principios que guían el diseño. Estos valores pueden incluir la sostenibilidad, la ética, la inclusión, la accesibilidad, entre otros. Es esencial considerar cómo el diseño puede contribuir a la sociedad, al medio ambiente y a las necesidades de las personas de manera ética y responsable.
- c. La propuesta es la combinación única de características y valores que hacen que el producto se destaque en el mercado. (pp.16-17)

Al seleccionar una metodología, se busca optimizar el proceso de diseño y aumentar las posibilidades de éxito en la creación de soluciones efectivas para el cliente en cuestión.

Constantes metodológicas en el diseño gráfico

En el estudio de los métodos se han encontrado elementos similares entre ellos, a este fenómeno se le conoce como constantes metodológicas, que se repetirán en todas las metodologías del diseño. Aunque cada metodología puede tener su propio enfoque y énfasis específico, las constantes metodológicas proporcionan una base compartida de prácticas que se consideran fundamentales para el proceso de diseño en general. Según Vilchis (1986), se han identificado cuatro constantes metodológicas en el diseño:

1. Información e investigación
2. Análisis
3. Síntesis
4. Evaluación

A su vez, Villa y Zamora (2004) relacionan estas constantes metodológicas con los siguientes conceptos:

1. Información e investigación -> Necesidad
2. Análisis -> Usuario
3. Síntesis -> Creatividad
4. Evaluación -> Forma - Función

En seguida, trataré sobre estos elementos constantes que se presentan en las diferentes metodologías del diseño, dejando de lado el autor, la intención de la metodología o incluso el contexto de la misma.

Metodologías de diseño

Complejo Funcional de Victor Papanek

Papanek (1971) introduce el complejo funcional a la disciplina del diseño, que consiste en un esquema de seis conceptos que se conectan entre sí, dependiendo uno del otro y conectándose siempre a través del concepto “función”, el autor propone que el valor estético es parte inherente de la función (p.31), por lo que responde y al mismo tiempo contraargumenta la famosa pregunta: “¿se debe diseñar basado en funcionalidad o estética?”

Figura 11. *Diagrama de Complejo funcional de Victor Papanek.*



Nota. Adaptado de Diseñar para el mundo real (p.31) por Victor Papanek, 1971, Pol-len edicions.

Este diagrama (véase Figura 11) se incluye en el libro Diseñar para el mundo real de Papanek, como una guía de elementos a considerar para diseñar con esta metodología. A continuación presento un resumen de los componentes del diagrama de Papanek:

- Método: el método es la interacción de las herramientas, tratamientos y materiales, abogando por el uso creativo de éstos pero respetando las características y posibilidades de los mismos.
- Utilización: la utilización atiende a responder las siguientes entorno al producto de diseño: ¿sirve? y ¿por qué razones sirve?
- Necesidad: la necesidad es un componente que incita al desprestigio del diseño por moda, por “pose” y en cambio propone investigar e inundarse de las verdaderas necesidades humanas.
- Telesis: la telesis se refiere a la propiedad de diseñar con respecto al contexto en el que el objeto de diseño actuará, esto incluye la época, la cultura, las condiciones del lugar y el orden socioeconómico.
- Asociación: la asociación consiste en el aspecto de asociación de elementos, es decir cómo a través del diseño se debe ser consistente con lo que se quiere comunicar, prestando especial atención a las formas y sonidos que sin intención comunicarán.
- Estética: la estética es una herramienta de configuración de elementos que tiene el fin de obtener resultados agradables y significativos para los sentidos.
- Papanek (1971) introduce el complejo funcional a la disciplina del diseño, que consiste en un esquema de seis conceptos que se conectan entre sí, dependiendo uno del otro y conectándose siempre a través del concepto “función”, el autor propone que el valor estético es parte inherente de la función (p.31), por lo que responde y al mismo tiempo contraargumenta la famosa pregunta: “¿se debe diseñar basado en funcionalidad o estética?”
- Este diagrama (véase Figura 11) se incluye en el libro Diseñar para el mundo real de Papanek, como una guía de elementos a considerar para diseñar con esta metodología. A continuación presento un resumen de los componentes del diagrama de Papanek:
- Método: el método es la interacción de las herramientas, tratamientos y materiales, abogando por el uso creativo de éstos pero respetando las características y posibilidades de los mismos.
- Utilización: la utilización atiende a responder las siguientes entorno al producto de diseño: ¿sirve? y ¿por qué razones sirve?

- Necesidad: la necesidad es un componente que incita al desprestigio del diseño por moda, por “pose” y en cambio propone investigar e inundarse de las verdaderas necesidades humanas.
- Telesis: la telesis se refiere a la propiedad de diseñar con respecto al contexto en el que el objeto de diseño actuará, esto incluye la época, la cultura, las condiciones del lugar y el orden socioeconómico.
- Asociación: la asociación consiste en el aspecto de asociación de elementos, es decir cómo a través del diseño se debe ser consistente con lo que se quiere comunicar, prestando especial atención a las formas y sonidos que sin intención comunicarán.
- Estética: la estética es una herramienta de configuración de elementos que tiene el fin de obtener resultados agradables y significativos para los sentidos.

Metodología Projectual de Bruno Munari

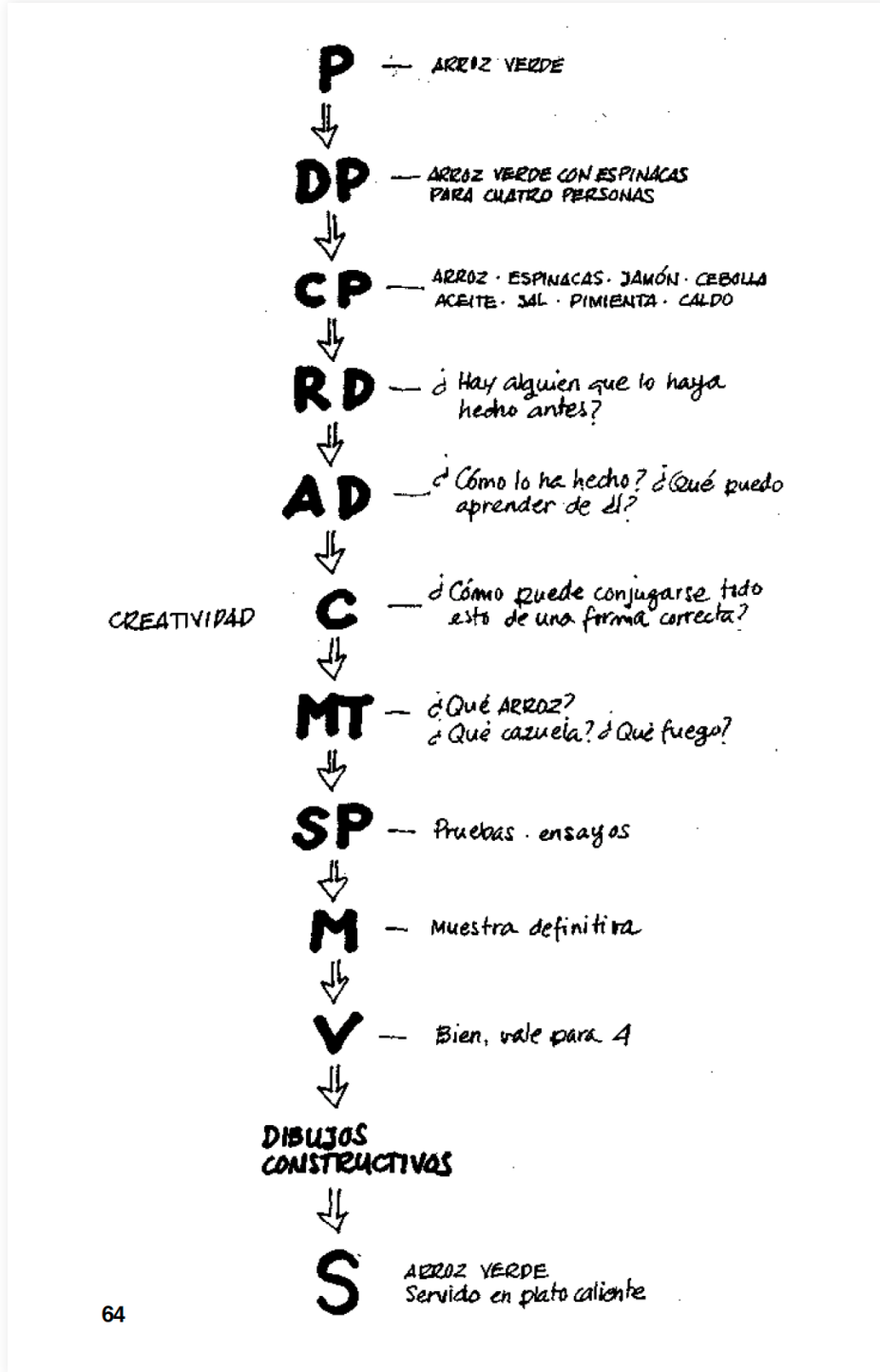
Ahora, me acercaré a la metodología proyectual de Munari presentada en *¿Cómo nacen los objetos?* (1983). La propuesta de Munari involucra un método de once pasos, que en palabras del autor, su enfoque “no es una fórmula fija que se pueda aplicar a todos los proyectos de diseño” (p.19), y al contrario, está dotado de flexibilidad tal que puede ajustarse a las necesidades de cada proyecto. Un claro ejemplo de cómo funciona una metodología en la vida real, es que el autor transformó su propuesta a lo largo de sus publicaciones editoriales. En seguida, presento los once pasos de la metodología proyectual de Munari (1983):

- Identificación del problema: el primer paso implica reconocer la existencia del problema, independientemente de su naturaleza.
- Definición del problema: en este paso habrá que preguntarse ¿qué?, ¿cómo? y ¿para qué? de esta manera se van poniendo límites al objeto a diseñar
- Elementos del problema: el tercer paso consiste en descomponer el problema en sus elementos para conocerlo mejor. Aquí se encontrarán aquellos subproblemas dentro del problema, donde cada uno de ellos tendrá una solución óptima que muchas veces estará en contradicción con las demás.
- Recopilación de datos: recoger todos los datos necesarios para estudiar estos

elementos uno por uno.

- **Análisis de datos:** el análisis permitirá identificar pros y contras de lo que se ha hecho antes. El análisis nos dotará de ideas sobre lo que no hay que hacer, puede orientarnos hacia la resolución correcta y más adelante a una más creativa.
- **Creatividad:** en esta etapa, se busca superar la idea intuitiva inicial de resolución y reemplazarla por una solución más creativa. Se fomenta el pensamiento lateral y la exploración de nuevas perspectivas.
- **Materiales - Tecnología:** se realiza una recopilación de los materiales y tecnologías disponibles para el proyecto. Esto permite evaluar las opciones disponibles así como las oportunidades.
- **Experimentación:** se basa en la prueba de los materiales, técnicas e instrumentos, de esta forma darles nuevos usos e identificar oportunidades de innovación.
- **Modelos:** en esta etapa se trabaja con bocetos a escala, los cuales representan soluciones parciales. Estos modelos proporcionan una representación visual de las ideas en desarrollo.
- **Verificación:** consiste en presentar el trabajo al público objetivo y se recibe retroalimentación. Esta retroalimentación es fundamental para identificar posibles mejoras y ajustes necesarios.
- **Dibujos Constructivos:** es el momento de realización de aquellos planos que brindarán información técnica y específica sobre el prototipo.

Figura 12. Esquema explicativo de la Metodología Proyectual de Bruno Munari



Nota. Adaptado de ¿Cómo nacen los objetos? (p.64) por Bruno Munari, 1981, Editorial Gustavo Gili

Metodología del Design Thinking

Brown (2008), en su artículo “Design Thinking”, comenta que se trata de una metodología que impregna todas las áreas de la innovación, se basa en una filosofía de diseño centrada en las personas (p.2), además, busca empatar las posibilidades tecnológicas a la mejor estrategia a nivel negocio para crear valor y oportunidades en el mercado (p.4). Brown destaca tres momentos dentro de esta metodología: la inspiración, la ideación y la implementación, momentos a los cuales se retorna varias veces en busca de la perfección de ideas.

Por su parte, Ambrose y Harris en 2010 proponen un método para el diseño basado en el “boom” del Design Thinking y plantean un proceso que cuenta con siete fases que se describirán a continuación:

- Definición (Briefing) el briefing consiste en definir el proyecto con el objetivo de dar vida a la propuesta general de un diseño. Este debe contestar las preguntas: ¿quién lo requiere? ¿por qué? ¿qué? ¿dónde? ¿para quién? y se le deben agregar descriptores o claves que representen ventajas diferenciales.
- Investigación (Antecedentes) la investigación recopila datos sobre el público objetivo como el consumo y estilo de vida.
- Ideación (Posibles soluciones) consiste en la ideación y contiene la lluvia de ideas, el esbozo y la adaptación de un diseño probado.
- Prototipo (Desarrollo) se enfoca en proponer soluciones a través de prototipos que tanto el diseñador como el cliente pueda manipular y tener un primer feedback del diseño.
- Selección (Racionalizar) corresponde al proceso de elección de costes, tiempos y otros elementos que intervienen en la solución final del diseño.
- Implementación (Entrega) el diseño pasa a la etapa de producción, sea impresión, construcción web, etc. Finaliza esta etapa una vez entregado el trabajo completo.
- Aprendizaje (Retroalimentación) consiste justamente en el aprendizaje del proceso, para aplicar lo aprendido en futuros proyectos. La retroalimentación que recibimos en esta última etapa es clave para el aprendizaje.

El diseñador, como señala Munari (1983), siempre debe estar dispuesto a modificar su pensamiento y a reconocer la importancia de sustentar sus decisiones tanto en los datos

concretos como en los resultados tangibles (p.62). Por tanto, la fase de aprendizaje que se propone en esta última metodología es vital en el proceso de diseño para cualquier diseñador, ya que tiene la oportunidad de adquirir nuevos conocimientos, habilidades y perspectivas que enriquecerán su práctica.

Los métodos mencionados han sido adaptados por los diseñadores y se han modificado, de acuerdo con las necesidades del proyecto, es decir, cada vez que el diseñador retoma una metodología, la adapta a sus necesidades, experimenta el método en carne propia y obtiene resultados, evoluciona en función del proyecto. En este sentido, el diseñador no experimentará un método igual que el anterior.

Diseño Centrado en el Usuario

Otra metodología importante en los últimos años es el Diseño Centrado en el Usuario (DCU), ésta ha sido ampliamente utilizada como un enfoque integral para investigar y desarrollar principios en el diseño de interfaces de usuario. Según la norma ISO 13407:1999 “Human-centred design processes for interactive systems”, el DCU es un enfoque para el desarrollo de sistemas interactivos que se centra específicamente en hacer que los sistemas sean utilizables.

El DCU pone énfasis en colocar a los usuarios en el centro de atención durante todo el proceso de diseño, desde comprender sus necesidades y expectativas hasta evaluar la usabilidad y la experiencia del usuario. Hassan y Ortega (2023) opinan que al adoptar este enfoque, se busca asegurar que las interfaces sean intuitivas, eficientes y satisfactorias para los usuarios finales, creando una interacción óptima con los sistemas.

Hassan y Ortega en su Informe APEI de Usabilidad desglosa la metodología de DCU en cuatro etapas:

- Entender y especificar el contexto de uso: consiste en identificar a quiénes se dirige el producto, cómo lo utilizarán y bajo qué condiciones.
- Especificación de requisitos: se trata de identificar los objetivos que deben cumplir tanto los usuarios como los proveedores del producto.
- Producir soluciones de diseño: esta etapa se divide en varias fases secuenciales, que

van desde las primeras soluciones conceptuales hasta la solución final de diseño.

- Evaluación: consiste en la validación de las soluciones de diseño, determina si el sistema cumple con los requisitos establecidos o, en su defecto, se detectan problemas de usabilidad mediante pruebas con usuarios.

Algunas de las actividades (pasos del método) que sirven en función de esta metodología son los siguientes (Hassan y Ortega, 2023, p.43):

- Test de Usuarios
- Protocolo 'think-aloud' o 'pensamiento en voz alta'
- Evaluación Heurística
- Card Sorting
- Eye Tracking
- Etnografía

Este acercamiento al DCU deja ver que comparte rasgos con otras metodologías, por ejemplo: la primera etapa que corresponde a entender y especificar el contexto de uso está presente en todas las anteriores, en Papanek como Telesis mientras que en Ambrose y Harris surge como Investigación (Antecedentes); no obstante, Hassan y Ortega (2023) enfocan esta metodología en el desarrollo de interfaces digitales.

Las metodologías del diseño surgen como respuesta a la necesidad de compartir una secuencia de pasos para enseñar o facilitar una actividad en particular, y de esta manera resolver un "problema" al que el diseñador se enfrentará. Victor Papanek reconoce que el diseñador descubre problemas donde nadie los vio antes, y acto seguido intenta resolverlo.

En relación con lo anterior, iniciar un proceso de diseño sin metodología supone una pérdida de tiempo y recursos importante, en palabras de Munari (1983): "Malgastarán mucho tiempo en corregir los errores que no habrían cometido de haber seguido un método proyectual ya experimentado" (p.19).

Aprender de lo ya existente en el diseño permite comprender y aprovechar las soluciones que se han desarrollado en el pasado, pues existen muchas lecciones valiosas que se pueden extraer de los procesos de diseños anteriores, tanto en términos de aciertos como de errores. Al estudiar y analizar las propuestas previas de los especialistas, se puede construir sobre esos conocimientos y evitar repetir errores. Sobre esto Papanek (1973) señala que no debemos diseñar lo que ya se ha diseñado.

La evolución del diseño

En EXTRABOLD: Un manual feminista, inclusivo, antirracista y no binario para el diseño gráfico, Lupton (2023), menciona que la diseñadora Rachel Berger ha observado un fenómeno interesante en los últimos años: la gradual desaparición de los portafolios de diseño tradicionales (p.196). Esta tendencia podría ser un efecto colateral del avance del diseño en la industria de la tecnología.

Con base en lo anterior, Lupton (2023) destaca que el proceso de creación de interfaces es un viaje en el que participan diversos equipos de diseño, desarrollo e ingeniería, por lo que este enfoque multidisciplinario dificulta la atribución individual de ideas, ya que las aportaciones se entrelazan y se funden en un trabajo colectivo. Además, el diseño de la interfaz tiende a desvanecerse en la experiencia del usuario, quedando en un segundo plano (p.196).

La creatividad, entonces, queda en un plano compartido entre los diseñadores, desarrolladores, marketeros, entre otros profesionales involucrados, donde cada uno aporta su perspectiva, conocimientos y habilidades, lo cual enriquece el resultado final. Esto confirma lo que comenta Lupton (2023) sobre la creatividad: “...never comes from nothing...” nunca viene de la nada, ya que apunta que la creatividad es un trabajo en equipo (p.196).

Durante mucho tiempo, la creatividad se consideró como una cualidad exclusivamente humana; sin embargo, en la actualidad, con el avance de la Inteligencia Artificial (IA), esto se ha puesto en duda, ya que la IA ha demostrado ser capaz de generar contenido creativo en diversos campos, como la música, la literatura, el arte y el diseño.

La IA utiliza algoritmos y modelos de aprendizaje automático para analizar y compilar millones de imágenes por segundo (Álvarez et al., 2020, pp. 2-12). A partir de esta información, puede generar nuevas ideas originales. La capacidad de la IA para reconfigurar conceptos existentes de formas novedosas ha dado lugar a resultados remarcables y, en ocasiones, difíciles de distinguir de las obras creadas por humanos. Don Allen Stevenson (2023), diseñador de Realidad Extendida (es una combinación de las denominadas tecnologías inmersivas: Realidad virtual, VR, más

Realidad aumentada, RA) dice que en tiempos de Inteligencia Artificial (IA) no sólo se muestra el trabajo final sino el recorrido que toma hacerlo, a través de bocetos, videos time lapse, fotografías, etc.

Como todo avance en la tecnología, la IA ha sido atacada, criticada y menospreciada por el distintos ámbitos creativos, Ridder y Bogaert (2023) mencionan que ante la polémica se ha dicho que “crear con IA no requiere habilidades creativas”; sin embargo, estos autores hacen una excelente comparación en “The Age of Creative AI”, que permite comprender este rechazo, refieren a cuando los retratistas decían lo mismo ante la aparición de la cámara digital, y señalan que hoy más que nunca se sabe que sí se requiere habilidad.

También, Ridder y Bogaert señalan que la pregunta no es si la IA reemplazará a los creativos, sino cómo los creativos humanos se adaptarán y colaborarán con la IA para generar valor e innovación, asimismo transformarán su papel de creadores a editores. Seguramente se enfrentan grandes cambios en el campo del diseño y su método, por lo que los diseñadores se verán en la necesidad de adaptarse. Lo bueno, es que como dice Heskett (2005), la evolución del diseño no sustituye al anterior, sino que se superpone y por tanto, enriquece la disciplina (p.34).

Propuesta de Ambrose y Harris y el proyecto “Cursos de Escritura Creativa”

Durante el proceso de diseño del material de difusión para los Cursos de Escritura Creativa - Otoño 2022 repliqué los procesos que en mis proyectos escolares llevaba a cabo: atravesando por el bocetaje, la digitalización, la presentación de opciones, la retroalimentación del cliente, rondas de ajustes y desarrollo de materiales y aplicaciones. No está demás mencionar, no me basé en ningún método específico. Casi un año después de realizar este proyecto, he adquirido más conocimientos que me permiten identificar áreas de oportunidad y/o etapas ausentes, así como los aciertos. Estas equivocaciones se han convertido en oportunidades de mejora, enriqueciendo mi quehacer como diseñadora gráfica.

A continuación compararé mi proceso de diseño con el método de siete pasos que Ambrose y Harris exponen en el libro *Design Th!nking* (traducido al español como *Metodología del diseño*), a través de esta comparación he encontrado grandes áreas de mejora y reflexiones que compartiré paso por paso.



Fase 1. La definición (briefing)

Como mencioné en el apartado 2, el primer paso que considera Ambrose y Harris es el de la definición (briefing), sobre este paso estos especialistas mencionan que consiste en definir el proyecto con el objetivo de dar vida a la propuesta general de un diseño y atiende a contestar las siguientes preguntas: ¿quién lo requiere?, ¿por qué?, ¿qué?, ¿dónde? y ¿para quién?, además precisan que deben agregar descriptores o claves que representen ventajas diferenciales.

Lo anterior en relación con mi colaboración en el proyecto Cursos de Escritura Creativa - Otoño 2022 de la UNAM-España (para conocer el proceso que realicé en este proyecto, véase el Anexo), de este proyecto sobresale lo siguiente:

A través de correo electrónico, me compartieron la información general de los cursos de escritura creativa, así como las primeras ideas de lo que querían en los posts para redes y el sitio web.

El proyecto de diseño incluía, por ser la primera edición, identidad gráfica y página web, así como cartel y publicaciones para la difusión en redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram),

Reuní información para elaborar lo solicitado en el proyecto de diseño.

Aunado a lo anterior, ambas acciones dieron respuesta a las preguntas planteadas por Ambrose y Harris: ¿quién lo requiere?, ¿por qué?, ¿qué? y ¿dónde?, pero considero que hizo falta la profundización en el público objetivo, pasar por alto este elemento afectó la difusión del curso y al mismo tiempo la distribución de los

tiempos en el proceso de diseño.

Es importante destacar que, de acuerdo a la metodología expuesta, es imprescindible que se tome en cuenta al público objetivo ya que si desde el inicio se tiene claridad en el público objetivo la dirección del diseño y planeación en la difusión de los contenidos puede personalizarse de una manera más efectiva.

Cabe resaltar que la realización de la definición (o briefing) en el proyecto, me permitió poner límites al proyecto, por ejemplo: en el tipo de formato en el que existiría el objeto de diseño, en este caso completamente digital.

Fase 2. Investigación (antecedentes)

En cuanto al paso dos que proponen Ambrose y Harris denominado Investigación (antecedentes), atañe -como antes apunté- a la recopilación de datos sobre el público objetivo, como el consumo y estilo de vida. En el caso del proyecto Cursos de Escritura Creativa, realicé una investigación de los cursos de escritura que se impartían por instituciones españolas de forma presencial en la ciudad de Madrid, consulté en google, redes sociales así como plataformas creativas como Crehana y Coursera en español, para de esta manera identificar similitudes, diferencias y relaciones visuales entre ellos, esto me ayudó a tener una idea más clara de lo que se estaba haciendo gráficamente con respecto al ámbito de la escritura.

La ventaja de realizar esta recopilación de información fue que pude tener una visión general de los cursos existentes de escritura, así como la difusión que se les daba tanto en formatos físicos como digitales, además de identificar los elementos utilizados y repetidos en diferentes aplicaciones.

También, considero que en este paso también se hizo presenté la tesis de Papanek, ya que al diseñar en un contexto cultural diferente al que hasta en ese momento me había desarrollado, incluyendo mis estudios, era importante situarme en el diseño que se realiza en España. Para recordar un poco, tesis es una noción relacionada con la propiedad de diseñar con respecto al contexto del diseño, esto involucra todos los aspectos que rodean el proyecto como es la época, la cultura, las condiciones del lugar y el orden socioeconómico.

Fase 3. Ideación (posibles soluciones)

Como antes mencioné, la ideación (posibles soluciones) consiste en generar un grupo de ideas o una lluvia de ideas, un esbozo y en la adaptación de un diseño probado. Como parte del proceso realicé bocetos para la identidad de los cursos, tanto en papel como en digital; esta etapa fue complicada, pues se trataba de una identidad gráfica que representaría la esencia de los cinco cursos que se impartirían, cuyas temáticas eran muy distantes entre ellas. Gracias a esta etapa, fue posible explorar y experimentar con una variedad de elementos gráficos, formas y colores, con lo cual creé moodboards creativos que trabajé en la siguiente fase (véase Figura 13).

Figura 13. Primera propuesta de moodboard resultado del bocetaje y digitalización de las primeras ideas.

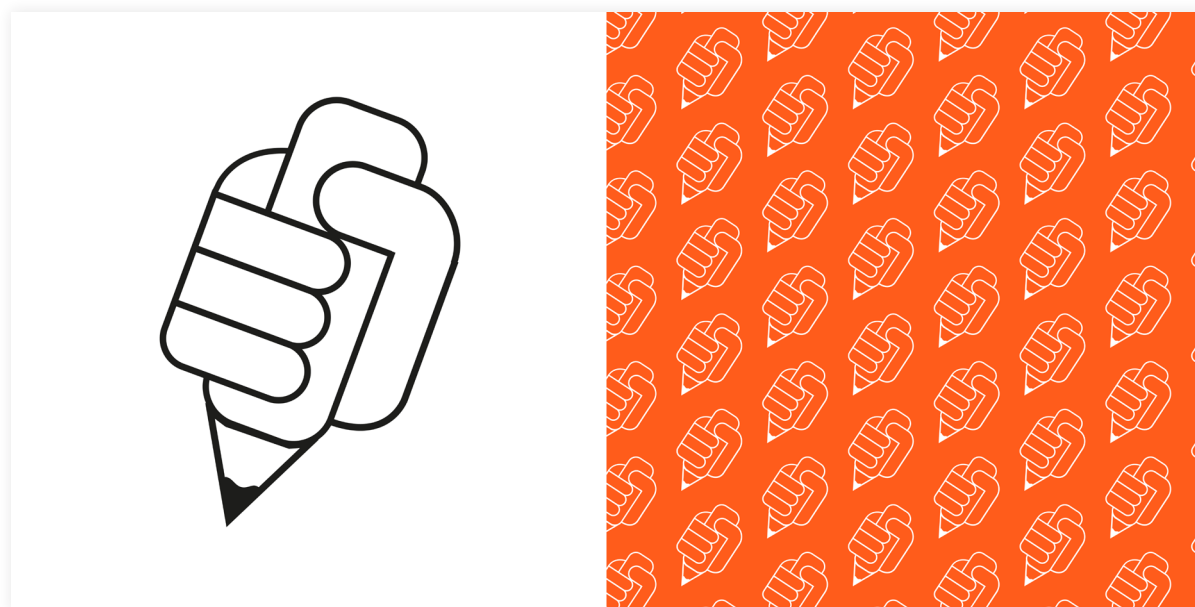


Fase 4. Prototipo (desarrollo)

El paso prototipo (o desarrollo) de Ambrose y Harris se enfoca en proponer soluciones a través de prototipos que tanto el diseñador como el cliente pueda manipular y tener un primer feedback del diseño. Este paso en el proyecto Cursos de Escritura Creativa (para conocer los detalles de esta fase véase el Anexo), correspondió con la presentación de dos opciones de moodboard al equipo de UNAM España y, a sugerencia del equipo, creé una tercera. Sobre esta última retoma elementos de las anteriores, entre las características formales del diseño destacan: el color naranja y la figura del lápiz sostenido por una mano en diagonal a 30 grados (para conocer las características formales a profundidad, véase el Anexo).

El paso del prototipo (o desarrollo) me ayudó en la selección de los elementos necesarios y crear una identidad gráfica con la que el equipo de UNAM-España se sintiera identificado, así como continuar con las siguientes etapas del proyecto.

Figura 14. *Isotipo de los cursos de escritura creativa y su aplicación como patrón.*



Fase 5. Selección (racionalizar)

La selección (racionalizar), como arriba apunté, corresponde con el proceso de elección de costes, tiempos y otros elementos que intervienen en la solución final del diseño. En este paso, consideré para el proyecto Cursos de Escritura Creativa el presupuesto que se le daría a Meta para publicidad a través de post en redes sociales, correspondientes con Facebook e Instagram.

Es importante que anote, realicé el paso de la selección a la par de todos los anteriores, por lo cual conforme surgían ideas del equipo o más resolvía el tema de presupuesto y tiempos, ejemplo de esto son los carteles impresos colocados en las universidades de Madrid, a causa del tiempo no se pudieron imprimir fuera de las oficinas de UNAM-España, sino se imprimieron en papel bond de tamaño carta; una mejor planeación se hubiera podido reemplazar por carteles más grandes y en papel de mayor gramaje. Considero que esta última opción habría tenido una mayor presencia en las universidades donde fueron colocados.

Fase 6. Implementación (entrega)

La implementación (entrega), como escribí en el apartado 2, es el paso donde el diseño pasa a la etapa de producción, sea impresión, construcción web, etcétera, y finaliza con la entrega del trabajo completo. Este paso en el proyecto de diseño Cursos de Escritura Creativa, produjo la identidad gráfica, la página web y carteles físicos y digitales (para conocer a detalle el proceso y las características formales, véase el Anexo); algunos aspectos importantes de esta producción, los apunto a continuación:

- La identidad gráfica derivó de dos opciones previas y del primer feedback.
- El logotipo tiene una composición centrada y niveles de jerarquía (incremento de la escala en las palabras “escritura” y “creativa”); en la selección de la tipografía, la prioridad fue la legibilidad (opté por utilizar Montserrat Regular y Almoneda Bold), en las variaciones de la tipografía tuve el propósito de dar un toque distintivo (véase Figura 15).

Figura 15. Identidad gráfica para los cursos de escritura creativa y sus variaciones.



Figura 16. Página de Inicio del sitio web para Cursos de Escritura Creativa Otoño 2022.



- La página web está alojada en la aplicación Wix, contiene información general y específica de los cursos, los profesores, los precios y la inscripción (esta información está distribuida en cinco páginas de navegación interna).
- Sobre el diseño de página web, en la elección de los colores en el diseño de la página web retomé los colores de la identidad gráfica para buscar un equilibrio entre la legibilidad, la estética y la funcionalidad (véase Figura 16), así como al seleccionar las tipografías, me enfoqué en encontrar opciones legibles para los textos (empleé la familia de fuentes sans-serif, en particular Helvetica y Neue Helvetica, junto con algunos elementos en Montserrat).
- Para hacer más orgánica la interacción a través de información presentada en la página web coloqué botones al final de cada una de las páginas para seguir avanzando.
- Respecto a los carteles, digitales para redes sociales e impresos para colocar en puntos estratégicos de la ciudad, también diseñé banners para portadas de redes sociales, posts para publicidad en Meta y plantillas de correo electrónico en la plataforma de Mailchimp.
- Para la difusión de cada curso realicé una composición tipográfica diferente, donde usé distintas fuentes sans serif con variaciones de grosor y peso, así mismo repetí elementos, como el color naranja y patrones para lograr un estilo visual unificado (véase Figura 14), además los elementos gráficos los retomé de los títulos y las portadas de los libros más significativos de cada autor; esto resultó en composiciones estilo collage con elementos que conectan a la escritura, el arte y la creatividad (véase Figura 17 y 18).

La realización de la implementación (o entrega) de Ambrose y Harris, por un lado, permitió que el proyecto cursos de escritura creativa tuviera una narrativa transmedia a través de las diferentes plataformas disponibles, estas fueron la página web de la UNAM España, la página web de los cursos de escritura creativa, la página institucional de facebook, instagram, twitter, presencia en blogs para mexicanos en España, entre otros. Por otro lado, aprendí a identificar los tiempos de producción que requería para diseñar una identidad gráfica, para diseñar un post, esperar aprobaciones, programar publicaciones en la plataforma de meta business, entre otras actividades que conllevan trabajo en equipo.

Figura 17. Banner de difusión para el módulo “Las claves de la ficción” impartido por Jorge Volpi.



Figura 18. Banner de difusión para el módulo “La creación de personajes” impartido por Brenda Navarro.



Fase 7. Aprendizaje (retroalimentación)

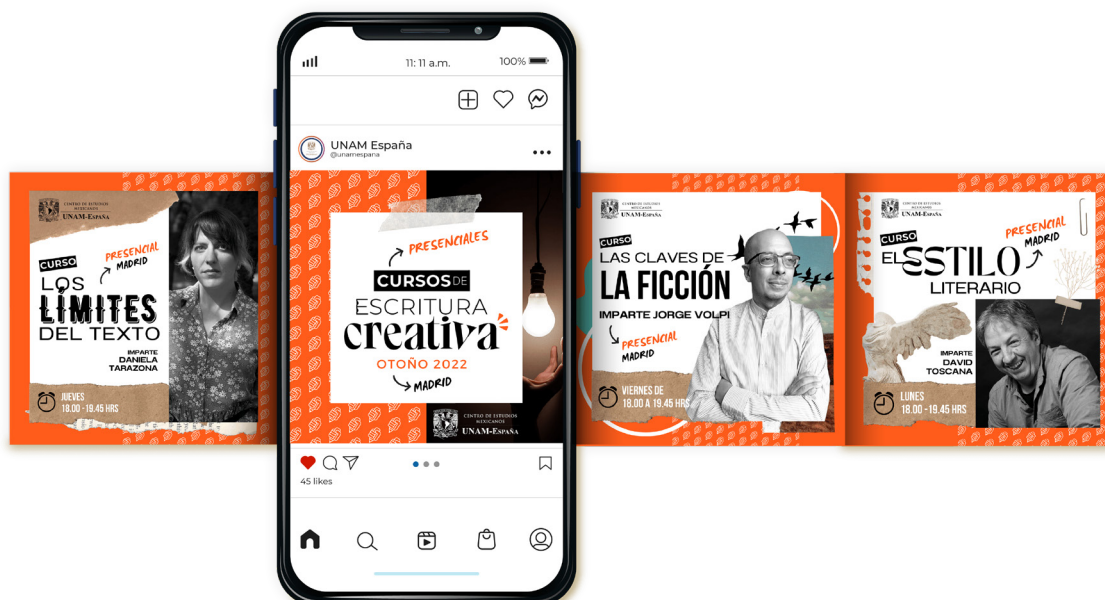
El paso del aprendizaje (retroalimentación), como anoté en el apartado 2, consiste justamente en el aprendizaje del proceso, para aplicar lo aprendido en futuros proyectos. La retroalimentación recibida en esta última etapa es clave para el aprendizaje

A pesar de la buena campaña de difusión integral (incluyó redes sociales, carteles impresos, presencia en google y blogs), los cursos no tuvieron la respuesta esperada, dado que en lugar de una distribución equitativa de los estudiantes en los diferentes módulos, se registró una mayor demanda hacia los cursos impartidos por los escritores más activos en la comunidad de escritura hispana. Esta situación provocó que no fuera posible llevar a cabo todos los módulos previstos en el programa de estudios.

En mi opinión, uno de los aspectos débiles en la ejecución de este proyecto fue la planificación de los pasos en el tiempo disponible. Al momento de iniciar mis prácticas profesionales, la UNAM-España se encontraba en período vacacional, lo que me llevó a trabajar de manera autónoma en una primera instancia; cuando se reanudaron las actividades, se aceleró el proceso de aprobación y el de realizar ajustes a la misma velocidad.

Personalmente, considero que el plazo para la difusión e inscripción de los estudiantes fue muy corto, y tratándose de un curso con costo de 240 Euros, se pudo haber tenido una consideración especial para aquellos que no contaban con esa cantidad de dinero de manera inmediata.

Figura 19. *Mockup de instagram para las publicaciones dirigidas a redes sociales.*



Conclusiones

A la luz del informe, percibo el proceso de diseño como una entidad conformada por microprocesos que trabajan de manera conjunta hacia un objetivo común, que en este caso es resolver el envío de la información. Cada uno de estos microprocesos desempeña un papel esencial en el conjunto general y deben ser planeados, dándoles así un tiempo y espacio dedicado a que fluya la creatividad.

Aunado a lo anterior, concibo el trabajo del diseñador como una tarea que se transforma a lo largo del proceso, dicho de otro modo, en ciertos momentos el diseñador asume el papel de planificador y gestor del tiempo, mientras que en otros, su responsabilidad radica en la concepción de ideas. Además, debe actuar como el promotor de su propia obra, presentando las características de su diseño y defendiendo sus decisiones. En última instancia, también se desempeña como editor, al recibir retroalimentación de sus clientes, lo que le permite encontrar un equilibrio entre lo que se necesita y lo que se desea. Al identificar esta dinámica multifacética del diseñador se puede ver la versatilidad y variedad de habilidades que el diseñador debe dominar para alcanzar el éxito en su labor creativa.

Cabe mencionar, mis expectativas sobre las prácticas en la UNAM-España se vieron cumplidas, pues resultó ser una experiencia profesional repleta de aprendizajes y desafíos: desde el diseño de proyectos desde cero, que tendrían un impacto en un evento internacional entre México y España, hasta la vivencia en Madrid y la adaptación a la velocidad del idioma y las expresiones locales.

Durante este periodo, tuve la oportunidad de enfrentar emocionantes retos

como publicar mi diseño en los periódicos más importantes de Madrid o la ocasión que presenté mis diseños ante uno de los profesores de renombre de la Universidad Autónoma de Madrid. Estas experiencias me permitieron crecer como profesional y explorar mi creatividad al máximo. Además, la experiencia de vivir en Madrid fue fascinante, aunque a veces desafiante debido a las diferencias culturales.

En general, esta experiencia superó ampliamente mis expectativas y me siento agradecida por haber tenido la oportunidad de vivir una etapa tan enriquecedora tanto en lo profesional como en lo personal. Todo lo aprendido y experimentado en estas prácticas seguramente deja una huella en mi desarrollo como diseñadora.

En cuanto al proyecto de los Cursos de Escritura Creativa Otoño 2022, mis expectativas iniciales eran bastante altas y superaban las limitaciones que aún no tenía del todo claras. Dos de las principales limitaciones que surgieron fueron el tiempo de inscripción disponible y los lugares ofertados para tomar el curso. Estas restricciones afectaron directamente mis plazos de desarrollo del diseño y la difusión en medios digitales. A pesar de estas limitaciones, fue un valioso aprendizaje para mí, ya que me permitió ser más consciente de la importancia de una planificación organizada en el proceso de diseño, desde el briefing hasta la entrega.

Sin lugar a dudas, esta etapa en particular ha sido reveladora y ha permitido una profunda reflexión sobre la relevancia de los métodos utilizados y la selección adecuada de la metodología en el proceso de diseño. Ha sido un gran descubrimiento para mi comprensión de cómo estas variables influyen en el resultado final y en la eficacia del diseño en sí mismo.

Durante este periodo, he llegado a comprender que los métodos empleados en el diseño son los cimientos sobre los cuales se construye cualquier proyecto creativo. La elección adecuada de los enfoques y técnicas utilizadas puede determinar el éxito de una propuesta, ya sea en términos de funcionalidad, estética o usabilidad. Es una parte fundamental que no debe subestimarse ni dejarse al azar.

Cada proyecto de diseño tiene sus propias necesidades y requisitos específicos, y una metodología bien adaptada puede optimizar el proceso y garantizar resultados más efectivos. La selección adecuada de una metodología nos permite establecer un marco de trabajo coherente, definir objetivos claros, identificar las etapas del proyecto y asignar los recursos necesarios de manera eficiente.

Asimismo, he descubierto que los métodos y la elección de la metodología no solo afectan al producto final, sino también al equipo de trabajo y a la interacción entre sus miembros. La adopción de una metodología específica puede influir en la comunicación, la colaboración y la sinergia entre los diseñadores y otros profesionales involucrados en el proceso. Una metodología bien definida y comunicada adecuadamente puede promover una mayor eficiencia, cohesión y calidad en el trabajo conjunto.

En resumen, esta experiencia ha sido una revelación en cuanto a la importancia de los métodos y la elección de la metodología en el diseño. Ha ampliado mi perspectiva sobre cómo estas variables pueden impactar no solo en el resultado final, sino también en el proceso de trabajo y en la colaboración entre los miembros del equipo. Ahora comprendo que invertir tiempo y esfuerzo en la planificación y selección adecuada de métodos y metodologías puede distinguir un diseño exitoso.

Personalmente incorporaré a mi proceso de diseño el valor de la creatividad como una tarea colaborativa de la que se puede aprender de todos los involucrados alrededor de un proceso de diseño. He descubierto lo enriquecedor que es estar abierta a las ideas y perspectivas de los demás, ya que enriquece y amplía mi propia creatividad.

Además, he tomado conciencia de la importancia de la lectura de la teoría en mi crecimiento como diseñadora. Aunque nuestra generación se ha visto inundada de estímulos visuales y digitales, he aprendido que la lectura sigue siendo una fuente invaluable de conocimiento y comprensión. Hoy más que nunca, considero fundamental integrar esta actividad como un elemento clave en mi desarrollo profesional.

Por último, la dialéctica del diseño (con esto quiero decir, la importancia de cuestionar, implementar y argumentar sobre las ideas del diseño que se han presentado en años anteriores), estoy segura que esta práctica eventualmente llevará a la propuesta de nuevos pensamientos sobre la disciplina, que no sólo enriquecerán sino también esclarecerán la tarea de los diseñadores en la era de la tecnología y la Inteligencia Artificial.



Instituto Cervantes



Referencias

Álvarez, M., Quirós, L. & Cortés, M. (2020). Inteligencia artificial y aprendizaje automático en medicina. *Revista Médica Sinergia*, 5(8).

Aguilera, R. (2013). Identidad y diferenciación entre Método y Metodología. *Estudios políticos: Novena época*. Número 28.

Angulo, R. (2013). Evolución de los métodos de diseño. La investigación. [Versión electrónica del artículo]. https://www.researchgate.net/publication/3444677399_Evolucion_de_los_metodos_de_diseno

Ambrose, G., & Harris, P. (2010). *Design Th!nking*. London, Inglaterra: AVA book.

Brown, T. (2008). *Design Thinking*. Harvard Business Review. [Versión electrónica del artículo]. <https://hbr.org/2008/06/design-thinking>

Campbell, A. (2019). *Queer X Design: 50 Years of Signs, Symbols, Banners, Logos, and Graphic Art of LGBTQ*. Massachusetts, Estados Unidos de América: Rockport Publishers.

Cepeda, J. et al. (2018). Metodología y enseñanza en el diseño. La aplicación de diferentes modelos para mejorar la enseñanza y la práctica de la profesión. *Cuadernos de Arquitectura, Edición Especial*.

Hassan-Montero, & Ortega-Santamaría, S. (2009). Informe APEI sobre Usabilidad. Gijón: Asociación Profesional de Especialistas en Información.

Heskett, J.(2005). *El diseño en la vida cotidiana*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Judkins, R. (2021). *El arte del pensamiento creativo*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Langrish, J. (2004). Darwinian Design: The Memetic Evolution of Design Ideas. *Design Issues*, 20(4). https://www.researchgate.net/publication/249562658_Darwinian_Design_The_Memetic_Evolution_of_Design_Ideas

Llovet, J. (1979). *Ideología y metodología del diseño*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Lupton, E. (2023). *Extrabold un manual feminista inclusivo antirracista y no binario para el diseño gráfico*. New York, Estados Unidos de América: Princeton Architectural Press.

Morales, A., & Gonzales E. (2019). Enseñanza y uso de métodos de diseño en México. *Percepciones del profesorado. Formación Universitaria*, Vol. 13. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-50062020000100035&lng=en&nrm=iso&tlng=en

Munari, B. (1983). *¿Cómo nacen los objetos?* Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.

Öztunç, B. (2023). *UX Design Methodology*. LinkedIn: <https://www.linkedin.com/pulse/ux-design-methodology-bora-%2525C3%2525B6ztun%-2525C3%2525A7%3FtrackingId=ekrfBhnBQN2K%252FzGEAhH47w%253D%-253D/?trackingId=g%2FS1h4RfabO50UHxDsIwhg%3D%3D>

Papanek, V. (1973). *Diseñar para el mundo real*. Madrid, España: H. Blume Ediciones.

Ridder, P., & Bogaert, N. (2023). *The Age of Creative AI*. Primer informe. Board of Innovation.

Rubio, L. (1998). *La metodología del diseño como instrumento para la creatividad*. Departamento de Síntesis Creativa. UAM - X. [Versión electrónica del artículo]. <https://reencuentro.xoc.uam.mx/index.php/reencuentro/article/view/312/312>

Vilchis, L. (1986). *Análisis general de los fundamentos teóricos de la metodología de diseño*. Tesis para optar por el grado de Maestría en Artes Visuales con orientación en comunicación y diseño gráfico. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional Autónoma de México]. TESIUNAM.

Villa, E., & Zamora, F. (2004). *Evaluación de la enseñanza de la materia : metodología del diseño gráfico en la UNITEC*. [Tesis de Licenciatura en Artes Visuales, Universidad Tecnológica de México]. TESIUNAM.

Villa, E. (2021). *El diseño de la identidad gráfica para los XIX Juegos Olímpicos de México 68*. [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Autónoma de México]. TESIUNAM.

Anexo

El proceso que seguí para diseñar los materiales de difusión del proyecto Cursos de Escritura Creativa - Otoño 2022 de la UNAM-España, en general, corresponden con los siguientes pasos: el bocetaje, la digitalización, la presentación de opciones, la retroalimentación del cliente, las rondas de ajustes y el desarrollo de materiales y aplicaciones. A continuación describo cada uno de los pasos.

En primer lugar, la Secretaría Administrativa de UNAM-España me informó a través de correo electrónico sobre el proyecto Cursos de Escritura Creativa - Otoño 2022 de la UNAM-España, lo informado, grosso modo, correspondió con los siguiente:

- Organización de los módulos del curso,
- Temáticas y nombre de los módulos (El estilo literario, Escribir antes de escribir, La creación de los personajes, Los límites del texto y Las claves de la ficción),
- Quienes impartirían los cursos (escritores mexicanos de renombre en la comunidad de escritura hispana como Jorge Volpi, actual director de la UNAM-España, escritor y profesor reconocido en el ámbito de la escritura; Brenda Navarro, redactora, guionista, reportera y editora, premiada con el XLII Premio Tigre Juan, sus textos han sido traducidos a 7 idiomas; Daniela Tarazona, escritora novelista y ensayista, reconocida como uno de los 25 secretos literarios de América Latina por la Feria Internacional del Libro de Guadalajara),
- Lugar donde se impartirían los cursos (instalaciones del Centro de Estudios

Mexicanos (CEM) UNAM-España en la ciudad de Madrid, Calle Barquillo 6, Int. D),

- Fecha aproximada de inicio,
- Plazas ofertadas (8 lugares por curso (público en general con interés en literatura y escritura creativa),
- Primeras ideas de lo que querían en los posts para redes y en el sitio web. Al ser la primera edición de los cursos la Secretaría Administrativa proyectó el diseño de identidad gráfica, de un página web (para almacenar toda la información necesaria del curso), de cartel y de material para redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) y micrositio.

En segundo lugar, realicé una investigación de los cursos de escritura que se impartían por instituciones españolas de forma presencial en la ciudad de Madrid, consulté en google, redes sociales y plataformas creativas como Crehana y Coursera en español, para identificar similitudes, diferencias y relaciones visuales entre ellos, esto ayudó a tener una idea más clara de lo que se estaba haciendo gráficamente con respecto al ámbito de la escritura.

En seguida, realicé los bocetos para la identidad de los cursos, tanto en papel como en digital, este paso fue complejo, pues se trataba de una identidad gráfica que debía representar la esencia de los cinco cursos, cuyas temáticas eran muy distantes entre ellas.

Después, elaboré y presenté dos opciones de moodboard al equipo de UNAM-España, el resultado de esta sesión de avances fue la decisión de crear una tercera opción donde retomé componentes de ambas propuestas previas, los elementos conservados fueron la tipografía Montserrat, el color naranja y los elementos gráficos de la composición (como figuras de la esquina superior derecha de la letra a), más adelante trato a detalle sobre las características formales.

Todo lo anterior, lo realicé en aproximadamente dos semanas, ya que el tiempo era limitado (eran las últimas semanas de agosto y los cursos iniciarían el 14 del siguiente mes, septiembre).

Luego, trabajé en la tercera propuesta con los elementos elegidos en el primer feedback y una vez aceptada la identidad trabajé el sitio web a través de la aplicación

de Wix y desarrollé la interfaz completa en aproximadamente una semana y media con el apoyo de Sandrine Ortega en la creación de copy's así como organización de la información, la página web incluyó información general y específica de los cursos, profesores, precios e inscripción.

Una vez terminado el sitio web, diseñé los siguientes formatos para la difusión de los cursos: carteles para redes sociales e impresos para colocar en puntos estratégicos de la ciudad, banners para portadas de redes sociales, posts para publicidad en Meta y plantillas de correo electrónico en la plataforma de Mailchimp.

Además, diseñé un formulario en la plataforma de Mailchimp para inscripción al boletín informativo, con la intención de crear una audiencia de interesados en el campo de la escritura y estar en contacto con ellos para futuros eventos. el centro

A la par, el equipo de UNAM-España realizó una campaña publicitaria a través de Facebook Ads dirigida a estudiantes y profesionales del campo de la literatura, escritura y creatividad, específicamente con estudios de licenciatura, maestría o doctorado en este campo y profesores de la materia, se limitó un radio de 2km. aproximadamente de la UNAM-España, se determinó una duración de 1 semana. Asimismo, entre Sandrine Ortega y yo, nos enfocamos en la difusión de los cursos a través de todas las plataformas de la UNAM-España.

Características formales

Desde los primeros bocetos, considere la tipografía Monserrat Regular, el color naranja y los elementos gráficos (como las figuras de la esquina superior derecha de la letra a); estos fueron seleccionados por el equipo de trabajo para generar una tercera propuesta, algunos datos por los que propuse estos elementos son los siguientes:

- La tipografía Montserrat es simple y legible, ideal para darle contraste a Almoneda Bold que destaca por la variedad de ángulos y pesos a través de sus caracteres.
- El color naranja (Pantone Orange 021C) por su calidez y su capacidad para evocar energía, juventud y creatividad, lo cual se alinea con la naturaleza del proyecto en cuestión. Además, este color tiene la ventaja de generar un alto contraste con muchos otros colores, lo que lo hace muy visible y

fácilmente reconocible, algo fundamental para lograr una identidad gráfica efectiva.

- El lápiz sostenido por una mano en diagonal a 30 grados, esta imagen en forma de patrón permitió integrar texturas atractivas y reconocibles a lo largo de los diferentes soportes de difusión de los cursos.
- La inclusión de esta figura me permitió establecer un vínculo visual con el tema central de los cursos -la escritura creativa- mientras que la diagonalidad de la mano y el lápiz crearon una sensación de movimiento y dinamismo en la composición. De esta manera, esta figura se convirtió en un elemento clave en la construcción de una identidad gráfica sólida y coherente para los cursos.

Características formales del logotipo

Sobre el logotipo, basé la construcción en una composición centrada, es decir, alineé todos los elementos al eje central, así como creé niveles de jerarquía en el diseño: incrementando la escala de las palabras “escritura” y “creativa”, de esa manera le di prioridad en la composición. La elección de esta composición centrada equilibró visual en el logotipo y todas las palabras en el mismo.

Respecto a la tipografía del logotipo, mi principal objetivo al seleccionar la tipografía fue garantizar su legibilidad; para lograr esto, opté por utilizar Montserrat Regular para las palabras “curso de escritura” y Almoneda Bold con una escala horizontal del 125% e interletrado de 5pts. para la palabra “Creativa”. Además, realicé variaciones en la tipografía seleccionada para darle al logotipo un toque único y distintivo, por ejemplo, en la letra “E” de la palabra “escritura”, agregué una deformación curva sobre el asta para enfatizar la naturaleza creativa del curso. Además, en la palabra “Creativa”, roté la letra “v” en un ángulo de 340 grados para añadir dinamismo y energía a la composición.

Características formales de la página web

Para el diseño de página web, utilicé como color predominante el naranja y algunas de las aplicaciones que le dí fueron en el fondo de la página principal, botones de llamado a la acción y tablas, además usé el color blanco para diferenciar el

encabezado y garantizar una buena legibilidad de las páginas internas del sitio.

Para resaltar ciertos elementos importantes en la página, utilicé el color azul aqua (Pantone 7465 C) como color secundario, por ejemplo: en la página principal agregué una columna con el calendario semanal de los cursos, resaltando esta sección del resto de las secciones. En el caso del pie de página, utilicé el color negro de fondo, con una variación del logo calado en blanco y resaltando los iconos de datos de contacto en color naranja. La elección de los colores en el diseño de la página web retomé los colores de la identidad gráfica, para equilibrar la legibilidad, la estética y la funcionalidad.

En tema de tipografía web, a menudo existen limitaciones por el navegador y las adaptaciones que la web permite. Una ventaja que destacó al trabajar con la plataforma Wix es su amplia variedad de opciones tipográficas. En lo concerniente a la elección de fuentes tipográficas, empleé la fuente sans-serif, en particular Helvetica y Neue Helvetica, junto con algunos elementos en Montserrat, pues ofrecen una legibilidad y claridad óptimas para la lectura en pantalla, además de ser una familia que repetidamente se usa en dispositivos móviles (como teléfonos inteligentes), principalmente en redes sociales, lo que a mi parecer, garantiza una experiencia de usuario agradable y efectiva.

Asimismo, construí la página web con cinco páginas de navegación interna (véase Figura 16), donde cada página abarcó un aspecto distinto de los cursos. A continuación señalo los componentes de cada página:

En la página principal, coloqué el carrusel de imágenes que ofrecen información de los módulos del curso, como modalidad y ciudad, en este caso presencial en la ciudad de Madrid, además de los escritores que imparten cada curso y el título del mismo, más adelante los días en los que se imparten y un acceso directo a la suscripción del boletín informativo.

En la segunda página del sitio web está la descripción general de los cursos, donde se presenta una breve introducción temática de cada uno de ellos y la información sobre el día, hora, cupo y fecha de inicio y finalización.

La tercera página, denominada “Profesores”, proporciona una breve síntesis curricular de cada uno de los escritores mexicanos que imparten los cursos, la cual

no sólo incluye información sobre su trayectoria profesional, sino también sus redes sociales para que los usuarios puedan identificarlos.

La cuarta página, “Precios”, presenta los costos de cada curso de manera individual y el esquema de descuentos según la cantidad de inscripciones realizadas.

La última página, “Inscríbete”, da información respecto al proceso de inscripción, el pago y la confirmación del mismo. En esta página se pone a disposición de los usuarios el formulario de inscripción para expresar su interés por los cursos ofertados y de esta manera comenzar el proceso de inscripción.

Para hacer más orgánica la interacción a través de la información presentada en la página web, coloqué botones en el final de cada una de las páginas para seguir avanzando hacia la inscripción a los cursos, esto permitió que hubiera un tránsito continuo entre las páginas e identificar en qué página el usuario pasaba más tiempo, en cuál abandonaba el sitio web o si llegaba hasta la parte inferior de la página.

Características formales de los carteles y otros materiales

En lo concerniente a los carteles, para la difusión de cada curso realicé una composición tipográfica diferente, donde usé distintas fuentes Sans Serif con variaciones de grosor y peso, por ejemplo: en el curso “Las claves de la ficción” donde elegí la fuente Anantason ExtraExpand para “Las claves de” y Bebas Neue Cyrillic para “la ficción”. De esta forma busqué darle personalidad propia a cada uno de los cursos, manteniendo una coherencia en el contraste del peso y forma de la tipografía. Además, repetí elementos de la página web, como el color naranja y patrones, para lograr un estilo visual unificado.

Aunado a lo anterior, los elementos gráficos que utilicé fueron conceptualizados de los títulos y las portadas de los libros más significativos de cada autor, sin dejar de lado la temática del curso a impartir, esto resultó en composiciones estilo collage con elementos que conectan a la escritura, el arte y la creatividad.

Los banners y los formatos para redes sociales empleé en una composición centrada con los elementos colocados sobre un rectángulo blanco como base para mejorar la legibilidad de los títulos de los cursos. Como mencioné anteriormente, usé elementos diversos, como imágenes de stock, fotos de los autores, texturas, vectores y patrones, lo cual resultó con un estilo tipo collage que se compartió en todas las plataformas seleccionadas (véase Figura 17 y 18).

Figura 20. Cartel digital con la información general de los cursos.

CURSOS DE ESCRITURA creativa
OTOÑO 2022 PRESENCIALES MADRID

CENTRO DE ESTUDIOS MEXICANOS
UNAM-ESPAÑA

INSCRIPCIONES ABIERTAS
www.cursosdeescrituracreativa.com

LUNES 18:00-19:45
EL ESTILO LITERARIO
IMPARTE DAVID TOSCANI

MARTES 18:00-19:45
ESCRIBIR ANTES DE ESCRIBIR
IMPARTE RICARDO CHÁVEZ CASTAÑEDA

MIÉRCOLES 18:00-19:45
LA CREACIÓN DE PERSONAJES
IMPARTE BRENDA NAVARRO

JUEVES 18:00-19:45
LOS LIMITES DEL TEXTO
IMPARTE DANIELA TARAZONA

VIERNES 18:00-19:45
LAS CLAVES DE LA FICCIÓN
IMPARTE JORGE VOLPI

Más información en www.cursosdeescrituracreativa.com

