

Lista de verificación para el diseño

Preguntas que debe hacerse al desarrollar elementos creativos:

- ☐ ¿Esta táctica se ajusta a mi estrategia?
 - Redacte un resumen creativo (consulte una plantilla en la siguiente página antes de comenzar con el diseño y asegúrese de que los materiales que usted elabore tengan sentido según sus metas y su público).
- ☐ ¿Estos diseños reflejan la marca de mi organización?
 - Si su organización cuenta con lineamientos de uso de su marca, asegúrese de cumplirlos.
 - Si no tiene una guía de uso de la marca, eche un vistazo a los materiales del sitio web, las redes sociales y otros recursos para hacerse una idea de los colores, los tipos de letra, el tipo de imágenes y el estilo visual general de su organización.
- ☐ ¿Mi archivo cumple con los requisitos técnicos de la plataforma o la impresora?
 - Asegúrese de que su archivo sea del tipo y las dimensiones sean correctas. Para los materiales impresos, consulte con su impresor si tiene que agregar sangrado o marcas de recorte.
- ☐ ¿El contenido se presenta de una manera fácil de leer y que tenga sentido?
 - Tiene que crear una jerarquía visual que ordene la información de la más a la menos importante. La información más importante debe ser lo que primero llame la atención de la vista. Cree contraste entre elementos usando diferentes tamaños, formas, tipos de letra, colores, colocaciones y espacio en blanco.
- ☐ Los espacios en blanco (o espacios negativos) no son de color blanco necesariamente, más bien son los espacios entre los elementos del diseño y se usan para darle al contenido más espacio para respirar y facilitar su lectura.
- ☐ ¿Este gráfico tiene un mensaje o un llamado a la acción que sean claros?
 - Solo debe intentar expresar un solo mensaje principal; si tiene demasiados, corre el riesgo de confundir al lector o hacerlo perder el interés.
 - Cuando sea adecuado, no olvide incluir un llamado a la acción claro para invitar al público a hacer algo, aunque se trate de algo tan simple como “Consulte más información aquí”.
- ☐ Si va a usar fotografías, ¿eligió las que van mejor con su objetivo?
 - Compruebe que las fotos muestren la diversidad de su comunidad o de su público meta. Las fotos “de verdad” son más auténticas que las de archivo y son preferibles si tiene acceso a ellas y permiso de usarlas.
 - Las fotos deben estar bien iluminadas y recortadas alrededor de las personas para generar un mayor impacto (pero no vaya a cortar las caras).
- ☐ ¿Todas las personas pueden ver esta imagen?
 - Al publicar imágenes en redes sociales, incluya una descripción en el campo del texto alternativo. La mayoría de las descripciones se generan en automático, pero revíselas para cambiarlas si es necesario. (Mire cómo agregarlas en [Instagram](#), [Facebook](#), [Twitter](#), [LinkedIn](#)).