

Entrevista

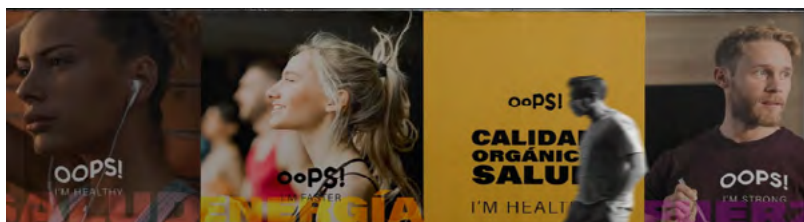
Diseñar con criterio Una conversación con Eduardo Espinoza, de Tipos Libres



Por **Mónica Paola Fernández Gómez**
“El diseño se sustenta en la gente, no en la gráfica.”
Eduardo Espinoza

Emilio Eduardo Espinoza Gómez es diseñador y consultor en identidad, estrategia y comunicación visual, con más de 30 años de trayectoria. Es fundador y director de Tipos Libres, desde donde desarrolla proyectos para instituciones públicas, privadas y culturales. Ha impartido más de 160 conferencias y ha sido un actor clave en la profesionalización del diseño en México. Su práctica se articula en torno a una idea central: el diseño no se sostiene en la forma, sino en la comprensión profunda de las personas y los problemas que habitan cada proyecto, integrando pensamiento estratégico y criterio en cada proceso.

En un momento donde el diseño parece correr al ritmo de la inmediatez, Eduardo Espinoza fundador de Tipos Libres recuerda que detrás de toda solución visual debería existir una lectura profunda del problema, del contexto y, sobre todo, de las personas. En esta conversación reflexiona sobre su formación, su manera de abordar los proyectos, el papel del pensamiento crítico y el lugar que hoy ocupa la inteligencia artificial en los procesos creativos.



Sobre comenzar: del oficio al diseño

MF:

¿Cómo decidiste estudiar diseño gráfico?

EE:

Fue una decisión casi circunstancial. Yo quería salir de Oaxaca y estudiar una carrera, pero no tenía totalmente claro cuál. Me interesaba la arquitectura, también la publicidad, y el diseño apareció como un punto intermedio entre lo creativo y la

1



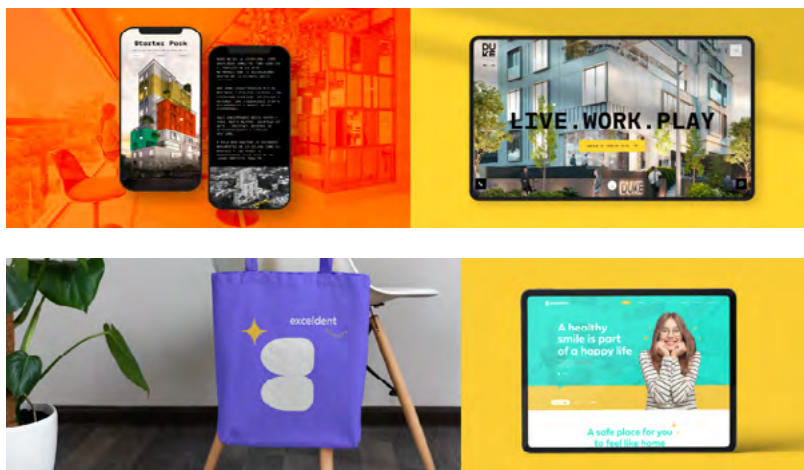
comunicación. Curiosamente, fue al empezar a trabajar muy pronto, desde la universidad cuando realmente me enamoré de la profesión. Ahí entendí el diseño desde el oficio, desde lo manual, desde el hacer.

MF:

¿Ese primer acercamiento práctico cambió tu forma de ver la profesión?

EE:

Totalmente. Antes el diseño tenía una dimensión mucho más manual y eso te daba otras herramientas: te obligaba a pensar en materiales, procesos, incluso en tres dimensiones. Hoy muchas cosas están digitalizadas y, aunque eso no es necesariamente malo, sí cambia la manera en que se construye el pensamiento proyectual.



Diseñar no es imponer una forma

MF:

Con el tiempo, ¿cómo cambió tu manera de entender el diseño?

EE:

Muchísimo. Cuando empecé, sustentaba mi trabajo en la gráfica, en la forma, en la estética. Con los años me di cuenta de que eso, aunque importante, no era suficiente. El diseño empieza a tener sentido cuando entiendes que lo que haces va dirigido a personas, no a composiciones bonitas. Ahí cambió por completo mi manera de abordar los proyectos.

MF:

Entonces, cuando inicias un proyecto, ¿cómo estructuras tu proceso antes de llegar a una decisión formal o visual?

EE:

Lo primero es entender qué problema vamos a resolver. Si no hay un problema claro, muchas veces ni siquiera aceptamos el proyecto. A partir de ahí viene la investigación: contexto, objetivo, audiencia, cultura, cliente, usuario. La forma aparece después. Y eso nos ha llevado a no tener un “estilo” como estudio, porque los proyectos no deberían partir del gusto del diseñador, sino del problema que necesitan resolver.

MF:

Eso conecta también con la arquitectura: muchas veces se diseña más para la firma del autor que para quien habita el espacio.

EE:

Sí, y creo que ahí hay un error frecuente en muchas disciplinas creativas. A veces queremos imponer una estética o una firma, cuando en realidad deberíamos entender primero cómo vive, cómo usa, cómo siente y cómo se mueve la gente en esos espacios o con esos objetos. Diseñar no debería ser imponer una forma, sino responder con claridad a una necesidad real.

Pensar primero en la gente

MF:

En esa lógica, ¿cómo identificas si una solución realmente está funcionando?

EE:

Cuando está bien sustentada. Cuando puedes argumentar por qué una decisión está ahí y cómo responde a un problema real. Muchas veces en el gremio se presenta primero la gráfica para impresionar, cuando en realidad lo primero que tendrías que mostrar es qué problema estás resolviendo. Después ya viene el cómo.

MF:

Y eso también cambia la relación con el cliente.

EE:

Claro. Cuando involucras al cliente desde la investigación y el proceso, el resultado final deja de ser una sorpresa. Se vuelve la suma de conversaciones, observaciones y decisiones compartidas. Ahí el cliente no solo ve una propuesta visual: entiende el sentido del proyecto.

MF:

Eso me parece muy valioso, porque en arquitectura también pasa: muchas veces se diseña el espacio desde la lógica del autor y no desde la vivencia cotidiana de quien lo habita.

EE:

Exactamente. Si yo fuera arquitecto, querría entender cómo vive la gente de verdad: cómo comen, cómo descansan, cómo se mueven dentro de su casa, qué hábitos tienen, qué necesitan. Porque muchas veces el diseño se hace desde una idea idealizada de uso, pero la vida real siempre termina transformando los espacios. Y eso no está mal: al contrario, es parte de entender cómo se usan y cómo se viven las cosas.

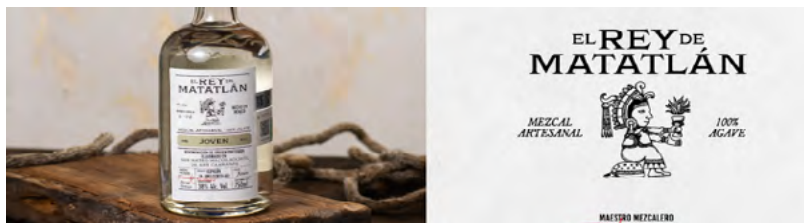
El diseño se sustenta en la gente

MF:

Si tuvieras que definir el diseño en una sola frase, ¿cómo lo harías?

EE:

Diría que el diseño se sustenta en la gente, no en la gráfica. Durante mucho tiempo pensé que lo importante era la forma, la estética, la composición. Y sí, eso importa, pero con los años entendí que el verdadero centro del diseño está en las personas: en cómo viven, cómo perciben, qué necesitan, qué entienden y qué esperan.



MF:

Entonces, ¿el diseño no empieza en la imagen?



EE:

No. Empieza en la lectura del problema. La imagen es consecuencia. Cuando eso está bien planteado, la parte visual encuentra un mejor lugar y tiene más sentido.

Errores, proceso y criterio

MF:

¿Qué lugar ocupan los errores o la iteración dentro de tu metodología de trabajo?

EE:

Errores siempre va a haber, pero se reducen muchísimo cuando existe un proceso. Puedes llamarle metodología sprint, design thinking o cualquier otro nombre; al final se trata de responder tres cosas: qué problema voy a resolver, cómo lo voy a resolver y para qué lo voy a resolver. Cuando descompones un proyecto en partes más pequeñas y entiendes cada una, el margen de error disminuye muchísimo.

MF:

Y también se reduce el riesgo de que el cliente rechace una propuesta final.

EE:

Claro, porque si el cliente está involucrado desde el principio, difícilmente llega al final diciendo “esto no era”. Cuando hay acompañamiento, observación e investigación, el proyecto se va construyendo con mayor claridad. La falla suele aparecer cuando solo haces una entrevista rápida, desapareces dos meses y luego regresas con una propuesta cerrada.

Diseñar en tiempos de inteligencia artificial

MF:

¿Qué lugar ocupa hoy la inteligencia artificial en el diseño?

EE:

Yo no la veo como una amenaza, sino como una herramienta. El problema no es la inteligencia artificial; el problema es cuando nosotros dejamos de pensar críticamente y nos volvemos solo ejecutores. La IA puede ayudarte a optimizar tiempos, recursos o tareas repetitivas, pero quien tiene que saber qué pedir, cómo pedirlo y para qué pedirlo sigue siendo el diseñador.

MF:

Entonces, ¿qué deberían fortalecer hoy los jóvenes diseñadores?

**SOMOS UN EQUIPO CONVENCIDO QUE EL
DISEÑO Y LA COMUNICACIÓN GRÁFICA SON
HERRAMIENTAS DE DESARROLLO ECONÓMICO Y
NOS COMPROMETEMOS CON LOS CLIENTES
PARA LOGRAR RESULTADOS VALIOSOS.**

EE:

El pensamiento crítico. Muchísimo. Más que dominar una herramienta específica, lo importante es aprender a leer un problema, a analizar, a argumentar y a construir criterio. Si tienes eso, cualquier herramienta incluida la inteligencia artificial se vuelve una aliada. Si no lo tienes, solo acelera soluciones vacías.

MF:

En ese sentido, la inteligencia artificial no reemplaza el criterio.

EE:

Exactamente. La herramienta puede ejecutar, pero no sustituye la lectura profunda del problema. Y ahí sigue estando la responsabilidad del diseñador.

Una idea para cerrar

MF:

Si pudieras dejar una sola idea a quienes están comenzando en el diseño, ¿cuál sería?

EE:

Que no diseñen solo para que algo se vea bien. Que entiendan para quién están diseñando, qué problema están resolviendo y qué impacto puede tener eso en la vida de alguien. Cuando haces eso, el diseño cambia de nivel.

En tiempos de automatización, velocidad y sobreproducción visual, la conversación con Eduardo Espinoza recuerda algo esencial: diseñar sigue siendo, antes que nada, un ejercicio de lectura, criterio y sensibilidad humana.