

DISEÑAR
ES ENCONTRAR
LA FORMA MÁS CLARA
DE CONTAR UNA IDEA

PORTAFOLIO

DISEÑO GRÁFICO · FOTOGRAFÍA · VIDEO · WEB



01

INTRODUCCIÓN

Durante más de dieciocho años he trabajado entre el diseño gráfico, la fotografía, el video, el desarrollo web y la comunicación visual.

Con el tiempo entendí que ninguna de esas disciplinas es realmente el centro de mi trabajo.

Lo que hago es **escuchar, entender y encontrar** la mejor forma de comunicar una idea.

Cada proyecto ha sido distinto, pero todos han compartido algo: **transformar lo complejo en algo claro, útil y memorable.**

XL Congreso Nacional de Ingeniería Biomédica

Tecnologías para un México saludable



CAPÍTULO

DISEÑANDO LA IDENTIDAD DE LA INGENIERÍA BIOMÉDICA EN MÉXICO

2014 — 2024

CARTEL CNIB 2015

Congreso Nacional de Ingeniería Biomédica

Mazatlan International Center
29 al 31 de Octubre Mazatlán, Sinaloa

XXXVIII
#CNIB2015
www.somib.org.mx



CAPÍTULO 01 ·

Hay profesiones que hablan un lenguaje muy técnico. La ingeniería biomédica es una de ellas.

Yo entré a ese mundo por un camino poco común: primero desde la ingeniería en electrónica y después desde el diseño gráfico. Con los años me di cuenta de que podía unir dos mundos que muchas veces parecen separados: **el pensamiento técnico y la expresión visual.**

Entre 2014 y 2024 colaboré con empresas, asociaciones, colegios de profesionistas y congresos relacionados con la ingeniería biomédica en México.

Ahí entendí que no se trataba solamente de hacer logotipos. **Se trataba de construir identidad.**

*Traducir un mundo técnico
a un lenguaje visual
más humano.*

SOMIB

Sociedad Mexicana de Ingeniería Biomédica.

No se trataba de borrar una identidad con décadas de historia, sino de ayudarla a evolucionar. Se refinó la geometría, se buscó mayor simetría en el trazo del electrocardiograma y se actualizó la tipografía para una lectura más contemporánea.

Modernización con respeto: no cambiar por cambiar, sino permitir que una identidad histórica siga viviendo en el presente.

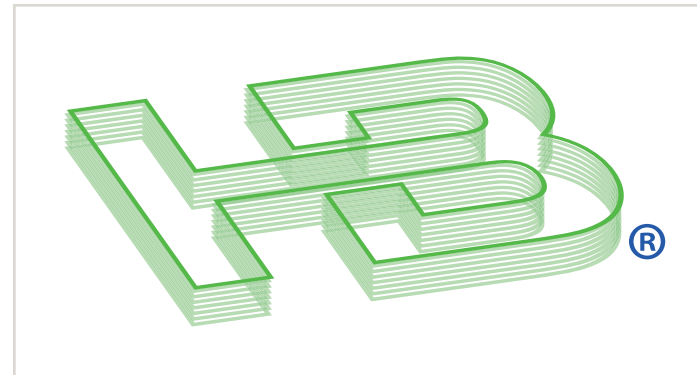


HB MEDICAL IMAGING

El concepto está escondido a simple vista.

Las líneas que forman las iniciales representan **las distintas capas o cortes** que se generan en estudios de imagen como una resonancia magnética o una tomografía.

Hablar de tecnología médica sin los símbolos evidentes: en lugar de una máquina, un órgano o una cruz, la identidad toma una idea del propio proceso de diagnóstico y la convierte en forma.



310MED

Un ejercicio más sutil.

Dentro de la construcción tipográfica aparece escondida **la lectura de BIO MED**. Es uno de esos detalles que no se descubren de inmediato, pero que adquieren sentido cuando conoces la historia de la marca.

Incluso el nombre tiene un origen personal: 310 era el número de la casa relacionada con la historia de su fundador.



CIBEJ

COLEGIO DE INGENIEROS BIOMÉDICOS
DEL ESTADO DE JALISCO

Diseñar para una institución de este tipo significa pensar más allá de una campaña o de una temporada.

Ese símbolo puede acompañar a la institución durante muchos años y terminar formando parte de su historia.

Ahí entendí que diseñar una identidad institucional implica asumir cierta **responsabilidad con el tiempo**: no diseñar sólo para lo que está de moda hoy, sino crear algo que pueda seguir teniendo sentido mañana.



CONGRESOS NACIONALES DE INGENIERÍA BIOMÉDICA

Cada congreso necesitaba su propio lenguaje visual. Uno de los retos que más disfruté fue alejarme de los clichés habituales: prótesis, brazos robóticos, piezas mecánicas o representaciones literales de tecnología médica.

El proyecto que más recuerdo fue el congreso de Mazatlán. La imagen central fue un venado construido con una geometría triangular, casi matemática. La intención era unir dos ideas aparentemente lejanas: la identidad del lugar y el lenguaje tecnológico.

No era necesario mostrar una prótesis para hablar de ingeniería. Podíamos hablar de ingeniería con **estructura, geometría, abstracción y contexto**.



Vistos en conjunto, estos proyectos nunca fueron solamente logos, carteles o identidades. Fueron una manera de participar visualmente en una comunidad profesional y acompañar parte de su evolución.

CAPÍTULO



CONTAR HISTORIAS A TRAVÉS DEL TIEMPO

FOTOGRAFÍA · VIDEO · DRON
PERSONAS · LUGARES · PROCESOS



CAPÍTULO 02 · DOCUMENTAR UNA TRANSFORMACIÓN

Hay proyectos que pueden fotografiarse en un instante. Y hay otros que sólo pueden entenderse con paciencia.

Durante aproximadamente **un año documenté la construcción** de una nueva área de quirófanos y recuperación para la Clínica del Noroeste, en Hermosillo.

Cada cierto tiempo volvía con la cámara. Al principio había obra negra, concreto y estructura. Después aparecieron instalaciones, cableado, acabados y equipamiento: procesos fundamentales que a veces, visualmente, parecen no avanzar entre una semana y otra.

También hubo vuelos de dron, recorridos, detalles y muchísimas horas de material.



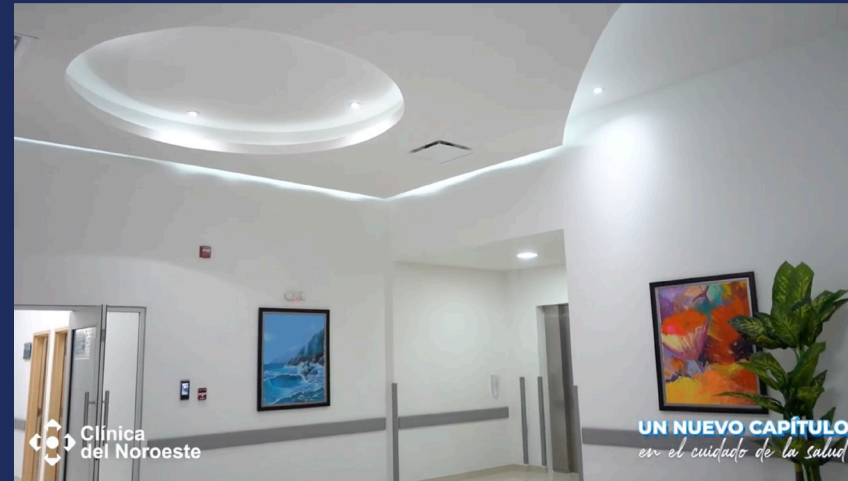
CAPÍTULO 02 · EDICIÓN Y SÍNTESIS

El verdadero reto comenzó cuando terminó la grabación. Había que contar prácticamente un año completo de transformación en aproximadamente un minuto y medio.

Ahí apareció una de las decisiones más difíciles de cualquier proceso creativo: **dejar cosas fuera**.

Había tomas que me gustaban. Momentos que había dedicado tiempo a registrar. Detalles que técnicamente mostraban avances reales. Pero si no ayudaban a contar la historia final, tenían que desaparecer.

El objetivo no era demostrar cuánto material había grabado. Era mostrar una transformación: ir desde la obra negra hasta un espacio médico terminado y funcionando.



VIDEO · 2:00 MIN

Fotografía

Dron

12 meses

Edición

Color

Música



NATURALEZA, ARQUITECTURA Y TERRITORIO

Un lugar no se cuenta solamente a través de sus paisajes o su arquitectura. También se cuenta observando la vida que sucede dentro de él.

Fotografiar estos espacios ha significado detenerme en sus habitantes, sus detalles y sus ritmos. Cada imagen busca mostrar algo más que una especie o un entorno: la relación entre naturaleza, territorio y conservación.



RETRATOS, EVENTOS MÚSICA, CONGRESOS, INSTITUCIONAL, DOCUMENTAL

Hay historias que suceden una sola vez: una expresión, un encuentro, un escenario o un instante compartido.

En retratos, eventos, congresos y proyectos institucionales, mi trabajo consiste en observar y anticipar. Estar presente sin intervenir demasiado, para encontrar esos momentos que ayudan a recordar no solamente lo que ocurrió, sino también cómo se sintió.



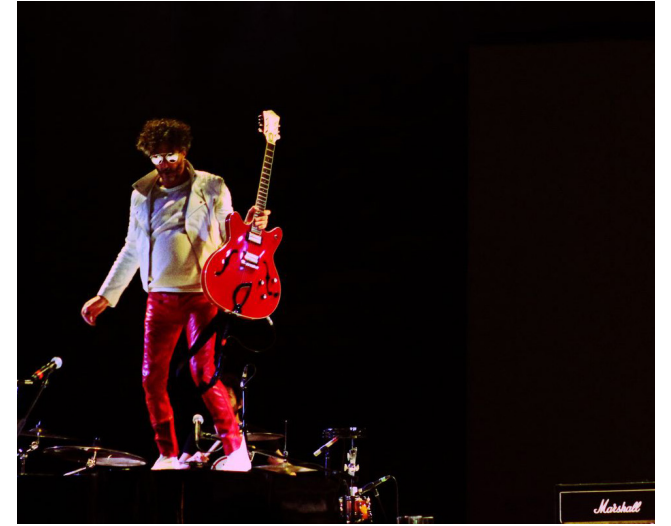
CHICHÉN ITZA



DISEÑO DE STAND PARA 310MED



CONGRESO NACIONAL DE INGENIERÍA BIOMÉDICA 2024



CONCIERTOS - ZOÉ - KINKY - FITO PÁEZ

*“Contar una historia no significa
mostrarlo todo. Significa elegir lo esencial.”*

CAPÍTULO



CUANDO LAS IDEAS NECESITAN CONVENCER



CAPÍTULO 03 · PLANTEAMIENTO

No todos los proyectos comienzan con una hoja en blanco. Muchas veces la idea ya existe. La empresa ya existe. La institución ya tiene una historia. El profesionista ya sabe lo que quiere decir.

Lo que falta es encontrar la manera correcta de presentarlo.

He trabajado con instituciones públicas, empresas privadas, profesionistas y emprendedores que, aunque pertenecían a mundos distintos, compartían una misma necesidad: **comunicar mejor**.

El formato cambia constantemente. Pero el problema suele ser el mismo: hay una idea valiosa que necesita encontrar la forma adecuada de llegar a alguien más.



DISEÑOS DE CÁRTEL CNIB



CAPÍTULO 03 · PLANTEAMIENTO

A lo largo de los años los proyectos me han llevado a trabajar en contextos muy distintos. Algunos han sido institucionales; otros comerciales, culturales, educativos o profesionales.

Cada uno ha requerido entender un lenguaje diferente. No se comunica igual una institución pública que una empresa. Tampoco se construye de la misma manera una identidad, una campaña, una publicación o una pieza pensada para una audiencia específica.

Esa diversidad terminó convirtiéndose en una parte importante de mi manera de trabajar: antes de diseñar, necesito entender el mundo al que pertenece cada proyecto.

Porque una solución puede funcionar perfectamente para un cliente y ser completamente equivocada para otro.

Diseñar también significa aprender a cambiar de lenguaje sin perder claridad.



OTROS CÁRTELES Y PUBLICIDAD



CAPÍTULO 03 · PLANTEAMIENTO

Con el tiempo también aprendí que tener más herramientas no necesariamente significa utilizarlas todas.

Hay proyectos que necesitan una **identidad completa**. Otros solamente una fotografía precisa, una publicación, una presentación, un sitio web o una pieza capaz de explicar una idea en unos cuantos segundos.

El trabajo comienza mucho antes de abrir un programa. Comienza preguntando qué queremos comunicar, a quién necesitamos llegar y qué necesita entender esa persona.

A partir de ahí se toman las decisiones: **qué mostrar, qué eliminar, qué jerarquizar y, sobre todo, qué medio puede contar mejor esa historia.**

Por eso nunca he entendido el diseño como una fórmula que pueda repetirse de un proyecto a otro.

Cada problema pide su propia solución.

Y cada solución, su propia forma.



MÁS LOGOS, MÁS CLIENTES

CON QUIÉN HE TRABAJADO

SECTOR PÚBLICO

Instituciones del Estado de Sonora

Delfinario Sonora

Estero El Soldado

Centro Ecológico

Organismos y ayuntamientos

SECTOR PRIVADO

Empresas de tecnología médica

Clínicas y grupos hospitalarios

Empresas pequeñas y medianas

Proyectos de marca desde cero

COMUNIDAD PROFESIONAL

Asociaciones y colegios

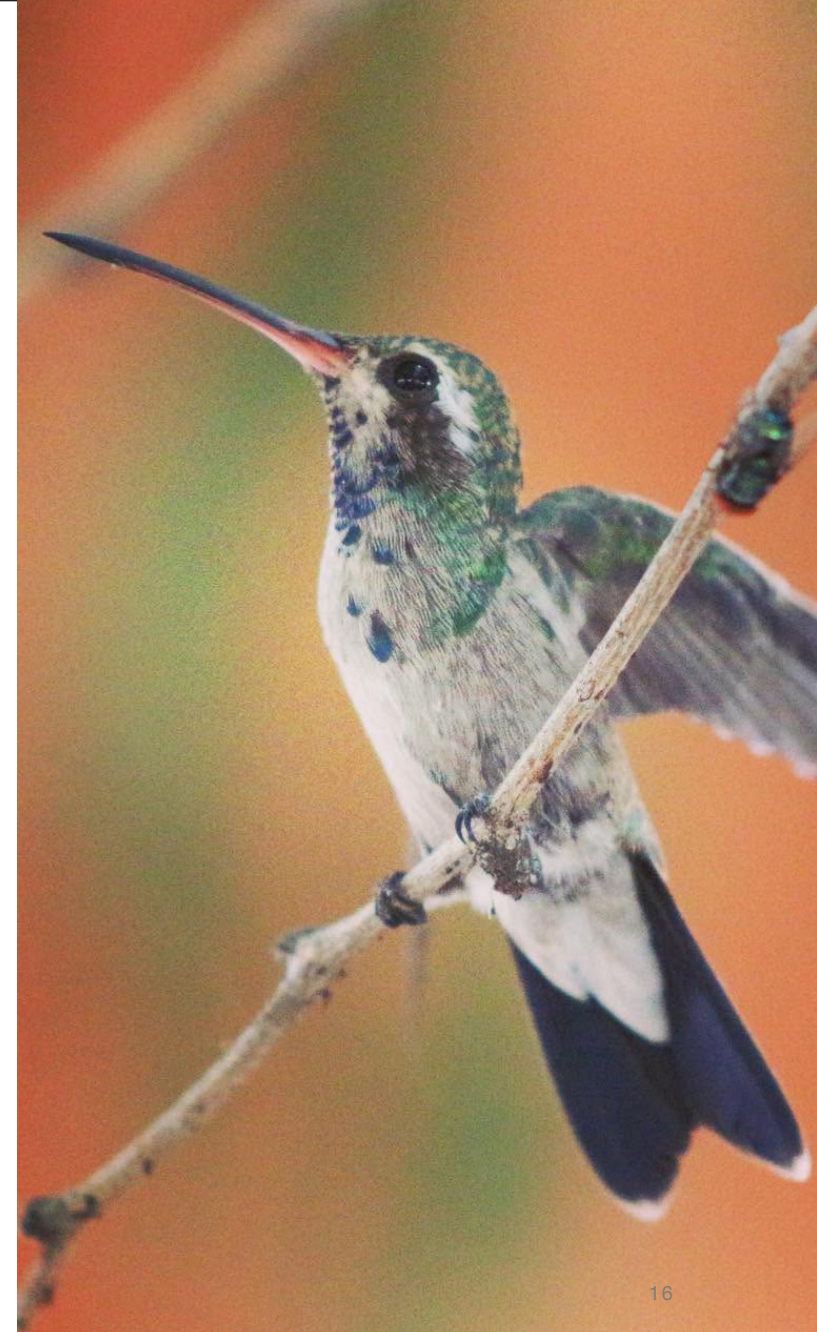
Congresos nacionales

Profesionistas independientes

Emprendedores

*El diseño no es el destino.
El diseño es el puente
entre una idea y la persona
que necesita entenderla.*

Entre una empresa y su cliente. Entre un profesionalista y su audiencia. Entre algo complejo y una explicación clara.



CAPÍTULO 03 · MÉTODO

Mi trabajo ha pasado por muchas disciplinas. No porque quisiera acumular servicios, sino porque cada problema ha pedido una herramienta diferente.

A veces esa herramienta fue una cámara. Otras una tipografía. Una interfaz. Una presentación. Una página. Un video. Un libro.

Lo importante nunca fue la herramienta. **Fue la historia que necesitaba ser contada.**

01

ESCUCHAR

Entender el contexto, el sector y lo que el cliente realmente necesita decir.

02

ENTENDER

Traducir lo técnico o complejo en una idea clara y jerarquizada.

03

DISEÑAR

Elegir el formato y ejecutarlo con precisión: identidad, editorial, foto, video o web.

QUÉ PUEDO HACER POR TU PROYECTO

IDENTIDAD DE MARCA

Logotipo, sistema gráfico y manual de uso.

DISEÑO EDITORIAL

Libros, informes, brochures y publicaciones institucionales.

PRESENTACIONES

Keynotes, decks institucionales y material para conferencias.

FOTOGRAFÍA

Institucional, producto, arquitectura y documentación de procesos.

VIDEO Y DRON

Corporativo, timelapse de obra, entrevistas y postproducción.

WEB

Sitios institucionales, portafolios y landing pages.

CIERRE

Después de tantos años trabajando en distintas disciplinas, entendí que todas tienen el mismo punto de partida.

Y si este portafolio logra mostrar un poco de cómo observo y de cómo convierto una idea en algo que puede verse, entenderse, recordarse —y a veces incluso sentirse—, entonces ya hizo su trabajo.

Lic. León Felipe Pacheco Reynoso

Futurama, Creative Design and Multimedia

ESCUCHAR.

ENTENDER.

Y LUEGO DISEÑAR.



¿TRABAJAMOS JUNTOS?

leon@futuramamx.com

+52 662 310 0175

www.futuramamx.com

Hermosillo, Sonora, México

LINKEDIN · INSTAGRAM · BEHANCE

GRACIAS
POR TU TIEMPO.

