



Secciones:  
Diseño en movimiento  
Versus  
Tutoriales  
Tecnologías  
Tendencias  
Fotografía  
Ilustración

# REVISTA punto y línea

Año 1 | Número 1 | Noviembre 2012

Artículos Interesantes:

Londres 2012.

Fotografía National Geographic  
Y el estilo fotográfico de:  
Alejo Gastelum.

Ilustración de:  
Diego Rodríguez

social  
migos  
por y mas sano  
eracio

# REVISTA punto y línea

Año 1 | Número 1 | Noviembre 2012

## DIRECTORIO DE LA UNIVERSIDAD

**Dr. Heriberto Grijalva Monteverde**

Rector

**Dra. Arminda Guadalupe García de León Peñúñuri**

Vicerrectora de la Unidad Regional Centro

**Dr. Enrique Fernando Velázquez Contreras**

Secretario General Académico

**M.E. Rosa Elena Trujillo Llanes**

Secretaria General Administrativa

**Dra. María Rita Plancarte Martínez**

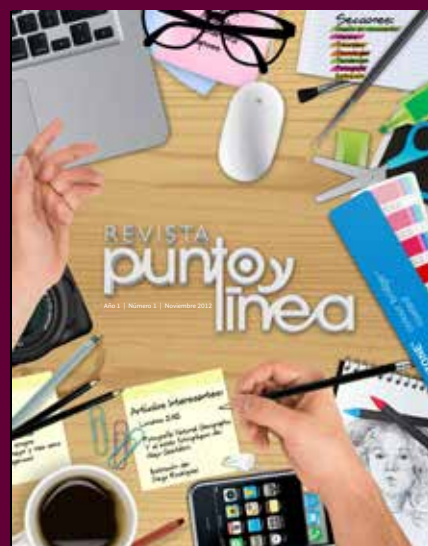
Directora de la División de Humanidades y Bellas Artes

**Ing. Heriberto Encinas Velarde**

Jefe de Departamento de Arquitectura y Diseño

**M.C. Mónica Aguilar Tobín**

Coordinadora de la Licenciatura en Diseño Gráfico



## PUNTO Y LÍNEA,

Volumen I. No. 1,

Noviembre de 2012.

Publicación bimestral  
editada por la

Universidad de Sonora, a  
través del Departamento  
de Arquitectura y Diseño.

Bldv Luis Encinas y

Rosales s/n Col. Centro,

C.P. 83000, Hermosillo,

Sonora. Tel. 259-21-78 y 80.

Impreso en la imprenta de la  
Universidad de Sonora. Este  
número se terminó de imprimir  
el 25 de Noviembre del 2012.

Tiraje de 250 ejemplares.

Comentarios y colaboraciones

a los teléfonos: 66-21-49-87-55

con Andrés Elizalde o al correo:

andres.elizalde@guaymas.uson.mx

## DIRECTORIO DE LA REVISTA

Responsable del Proyecto D.C.G. Andrés Abraham Elizalde García, M.E.

Responsables de sección  
Tecnología Lizbeth Adriana Borrego Rivera, Adriana Mellado Moreno

Fotografía Rubi Farías Bojórquez, Carla María López Piña,  
Carolina Vizcarra Olvera

Tendencias Guadalupe Cuevas Navarro, María Reneé Leyva Carranza,  
Diana Carolina Ruiz Vázquez

Ilustración José Eduardo Puente Molina , Gerardo Moreno Walker

Diseño en Movimiento Karla Melissa Palafox Chávez, Martha Cecilia Valenzuela  
Morán, Niurka Margoth Villa Vega

En línea Wenzel Neudert Alatorre, María Isabel Rodríguez López,

Versus Diana Astrid Contreras Arce, Haydeé Grissel Pérez Gaspar

# Contenido

## MISION

Fomentar la cultura del diseño gráfico en nuestra sociedad mediante la investigación y el trabajo en equipo, con artículos que promuevan la creatividad y la retroalimentación, de forma que permita a los alumnos aplicar sus conocimientos en la práctica profesional.

## VISION

Ser reconocida como la mejor revista de diseño gráfico a nivel universitario, en diseño, impresión y contenido, y que sea la plataforma para el desarrollo de talento de los estudiantes de la División de Humanidades y Bellas Artes de la Universidad de Sonora

Tendencias del Diseño	2
Diseño en movimiento	10
En línea: Tendencias en la Web, Tutoriales	16
InTech: Diseño y Tecnología	20
Los 10 +	24
Versus	26
Fotografía   Entrevista	28
Fotografía	34
Ilustración	38

Esta revista da inicio hoy con gran entusiasmo y esfuerzo por parte de nuestro alumnos de la primera generación del taller editorial. Nuestra mejor intención es que continúe publicándose bimestralmente hasta que logre los objetivos plasmados por ellos mismos en la misión y visión. Este primer número es la culminación de una serie de actividades de investigación que dieron motivo a los nombres de las secciones y artículos de interés que seguramente serán también del agrado de nuestra comunidad gráfica.

La primera impresión es la que cuenta, al menos eso es lo que en la vida diaria se comenta en la profesión del diseño, es por eso que este número está dedicado al color, para que cada uno de nuestros colaboradores pueda vivir de manera individual todos los aspectos que involucran el proceso de impresión en selección a color, desde el diseño digital que involucra algunos de los programas que ya han recorrido en la materia de informática, hasta la concepción misma de la composición que interpretan en las materias de apoyo en la carrera como es el caso de los talleres y las materias teóricas.

Es muy probable que nuestra revista vaya dando giros acorde a las diferentes tendencias que forman parte del diseño editorial, eso ya se lo dejamos al tiempo... y al trabajo, mismo que nos irá guiando para darle un sentido cada vez más oportuno a la esencia misma de lo que da forma a cada una de las ideas que plasmamos, y que da origen a nuestro nombre: *punto y línea*.

Editorial

# Reciclaje en El Diseño



Estas lámparas están realizadas con ganchos, su nombre es Hangelier Lamp, y fueron realizada por el estudio de diseño "*Organelle Design*".

Como pueden ver, ideas hay muchas, y esto es sólo en cuestión de lámparas, pero los artículos que ya no usamos pueden ser reutilizados para diferentes objetos en nuestra casa, así que antes de tirar algo piensen en el fascinante diseño que podrían crear con ello.

<http://isopixel.net/archivo/2012/02/el-diseño-y-el-reciclaje/>

El reciclaje y los productos sustentables son lo que está de moda, y no es capricho, es más bien cuestión de necesidad. Crear una cultura del reciclaje es básica en todo el mundo.

Tan sólo en México se producen 30 millones 733 mil toneladas al año de basura y 84 mil 200 toneladas diarias, de los cuales sólo el 77% de los residuos se recolecta de manera oportuna y únicamente el 50% se dispone o recicla de manera segura. Por tanto, 57 mil toneladas quedan abandonadas en tiraderos de basura en cielo abierto, cabañas, caminos, lotes baldíos y ríos.

¿Preocupante, no? Es por esto que debemos poner nuestro granito de arena en cuestiones de reciclaje.



Muchos diseñadores alrededor del mundo no sólo están preocupados por evitar la generación de más basura, también, se preocupan por reciclar lo ya existente, ya se han creado diferentes productos e inclusive obras de arte. Aunque por otro lado, no necesitas ser un experto para crear alguno de estos bellos objetos, solo es cuestión de un poco de tiempo e imaginación, crear objetos únicos para tu casa y saber que al mismo tiempo estas ayudando al planeta.

*Empecemos por algunas lámparas.*

¿Aún conservan cassetes en sus casas? Puede ser que en casa de su abuelita aun tengan algunos guardados que pensaban tirar a la basura. ¿Qué les parece utilizarlos para crear una lámpara como esta?.

Estos diseños fueron propuestos por OOO MY DESIGN dentro de la expo REHOGAR.



Este modelo, realizado con material 100% reciclado fue fabricado por **Black Valley Design Collective** un grupo de ex-estudiantes de diseño industrial y su profesor. Se dieron a la tarea de recabar los cubiertos de plástico utilizados en el comedor de la escuela y experimentar un poco con su forma y las propiedades del plástico en el que están fabricados.

Inspirada en un diseño famoso, que originalmente es de cristal.

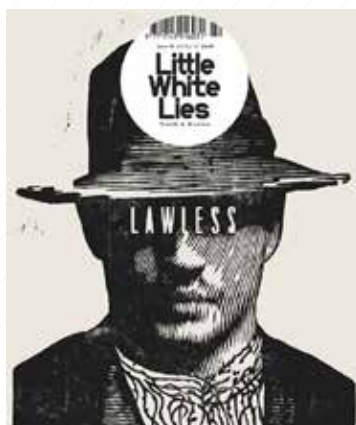
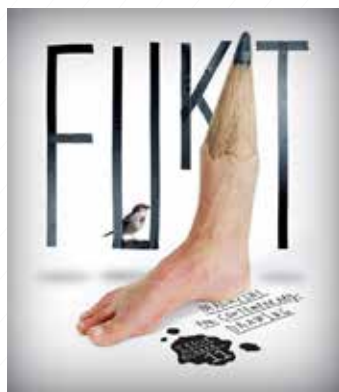
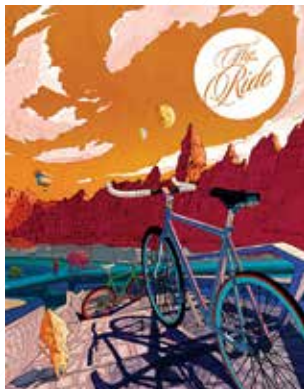
Esta lámpara cambia el costoso cristal por papel reciclado, una colorida y muy buena opción para tu habitación.

Si ya no sabes que hacer con la enorme pila de revistas que tienes acumuladas en tu habitación, esta sería una linda forma de reciclarlas.



# TRASO

El arte de las portadas de revistas:  
Top ejemplos increíbles de 2012



El arte del diseño de impresión y portadas de revistas es ahora más importante que nunca. Con los recortes, iPads, y el internet, es imperativo que los directores de arte, editores y fotógrafos consiguieran gran reconocimiento en portadas de revistas.

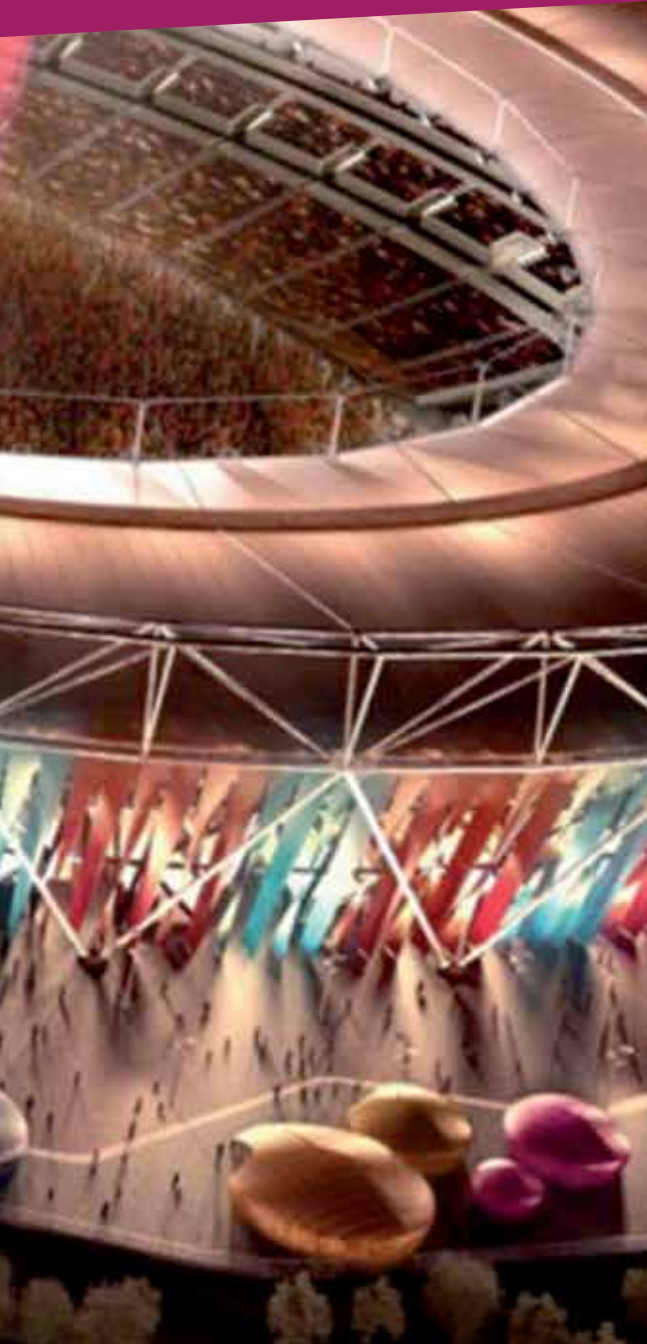
Por suerte, celebraciones como los premios D &AD siguen apoyando el arte de portadas de revistas. Y con razón, sólo hay que echar un vistazo a nuestra selección de 20 de las mejores portadas de revistas del año y podrías sorprenderte de la increíble variedad de talento que ofrecen.

An aerial night view of the London Velodrome, a large, circular, illuminated structure with a complex, lattice-like roof. The interior is brightly lit, and the surrounding area is dark, with some lights visible in the distance. A purple triangular overlay is positioned in the upper right corner, containing the text 'El Diseño en Londres' in white and yellow.

# El Diseño en Londres



# utilizado en: es 2012



2012 Olympics Games  
AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm  
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz  
1234567890 &#x26;@!~\}|{  
!@?.,:;'"\*~—<=+>«»#&^º  
AAAÅÄÇÈÉÊËÌÍÎÏÐÓÔÕÖ  
1Ü0Ü99ZÐAÇE àáâãäåæçèéëìíîïðóôõö  
ōššúůűýğžžþıçœ



**S**in duda uno de los eventos más importantes que marcaron las nuevas tendencias del diseño es lo que dejó las Olimpiadas de Londres 2012, con su controversial y muy llamativo diseño utilizado hasta en los más mínimos detalles. Este acontecimiento marcará la pauta en las siguientes olimpiadas y en cuestiones de Diseño romperá con muchos estigmas, cuando se busca la creatividad y nuevos atractivos visuales que resulten en imágenes más interesantes.

La imagen de unas Olimpiadas supone la cara al público del país anfitrión, por ello es un trabajo que se realizó con esmero para impresionar no sólo a Inglaterra sino al mundo entero, sobre todo, más que en la anterior cita olímpica. No podemos negar que cada vez que se produce un evento de estas características echamos la vista atrás y comparamos con lo que ya conocemos para preguntarnos: ¿lo hicieron mejor?

Y tú ¿Qué piensas del Diseño de las Olimpiadas Londres 2012?

# La Imagen de Londres



## El logotipo

Es el elemento principal de cualquier imagen corporativa y por ello siempre es difícil acertar con los gustos de todo el mundo. En esta ocasión los británicos han roto moldes. Pues ni aluden a un elemento deportivo, ni algo representativo del país. Han elegido una representación abstracta. Se trata de un elemento rompedor y que seguramente creará escuela. El encargado del diseño ha sido Wolff Ollins y quien ha realizado la adaptación gráfica ha sido la agencia FutureBrand.

Al igual que existen personas que lo odian también existen personas a las que les encanta. Pues el ser humano siempre busca un significado a lo que ve y por ello, imágenes como esta hacen que busquemos como locos un sentido. Intentamos ver formas escondidas, hallar algo oculto en el diseño y descubrir por fin “qué” representa.

## La tipografía

Es otro elemento que forma parte del logo pero es lo suficientemente importante para destacarlo aparte. La tipografía que acompaña al emblema fue diseñada posteriormente al logo, por lo que se buscó, al igual que con el elemento gráfico, impactar. Esta tipografía, en opinión de muchos “extraña”, encaja perfectamente con los dinámicos trazos del logo, eso sí, no es demasiado legible

si lo reducimos o en textos largos. Por eso mismo, porque quien crea un elemento así conoce muy bien sus carencias, no encontramos esta tipografía en todos los textos. Quedando reservada para detalles como: títulos, señalética en los recintos...

## Los pictogramas

Otro elemento fundamental en el que parece imposible poder sorprender son los pictogramas representativos de cada deporte. Han de ser simples, de fácil comprensión y a su vez reflejar un estilo coherente junto al logotipo. En el caso de Londres 2012, nos encontramos con dos versiones de los mismos: una en masa (reellenos de color) y otros en línea. Sin duda la originalidad representativa a llegado con estos últimos, la llamada versión dinámica de los pictogramas, la cual utilizan en diversos espacios no só



## El evento que marcó el año en temas sobre Deporte y de Diseño Gráfico



lo como indicaciones sino como un elemento más de la decoración.

### Mascota

Y cómo olvidar a la mascota. Ese ser que normalmente no sabemos muy bien qué es, es ideal para vender en forma de peluche. En este caso, como todo en estas Olimpiadas, está muy bien pensado. Cada detalle tiene su motivación, ya sea para representar a Gran Bretaña o simplemente añadir elementos olímpicos al diseño.

### Otros elementos

Hablando de diseño, esto podría ser interminable. Pues cada acontecimiento deportivo (como la inauguración) de estos Juegos lleva tras de sí una cantidad enorme de elementos gráficos. Desde la señalética, las entradas, el podio e incluso las medallas, todo es diseño. Como podemos ver no es sólo deporte.

### Estampillas

El estudio Hat-Trick ha diseñado una serie de cuatro sellos para marcar el inicio de las Olimpiadas de Londres 2012.

Los sellos muestran monumentos emblemáticos de Londres mezclados con los deportes olímpicos, para celebrar tanto el deporte como los hitos de Londres.

Citando a Hat-Trick: “La idea de la fusión de monumentos de Londres y los deportes era una idea que teníamos desde el principio. Vimos un montón de maneras de hacerlo, pero éste fue el más exitoso, es simple y funciona a pequeña escala, lo cual es crucial para diseñar en un espacio tan pequeño”.

Obviamente, como estudio de Diseño basado en Londres, ganar este proyecto fue una oportunidad única y enormemente emocionante. Lo que más nos llamó la atención fue lo bien que los atletas cooperaron, todos estuvieron muy concentrados y serviciales”.

### Fuente:

[redisenio.ning.com/profiles/blogs/estampillas-olimpicas-londres-2012](http://redisenio.ning.com/profiles/blogs/estampillas-olimpicas-londres-2012)

[xombit.com/2012/08/londre-2012-disenio](http://xombit.com/2012/08/londre-2012-disenio)

[disenofilia.com/el-diseno-en-londres-2012/](http://disenofilia.com/el-diseno-en-londres-2012/)



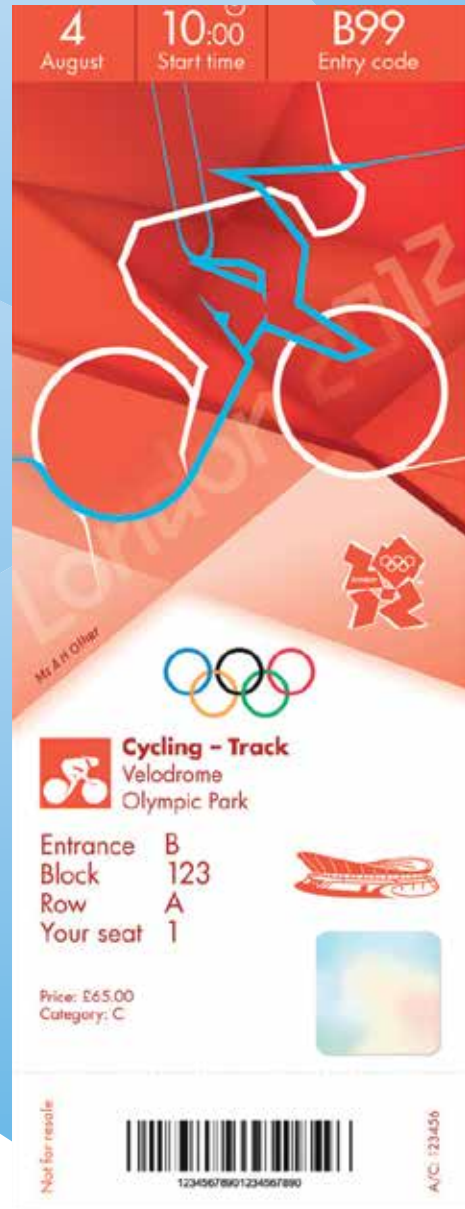
# Londres 2012

## Futurebrand Diseñando

Presentado por el Comité Organizador de los Juegos Olímpicos, el diseño de los tickets para presenciar las diferentes disciplinas deportivas de los pasados Juegos Olímpicos de Londres estuvo a cargo del estudio Futurebrand, perteneciente a McCann Worldgroup. Los boletos están divididos en los colores que fueron elegidos para cada deporte. Poseen un pictograma y una impresión de seguridad para evitar falsificaciones.

Las entradas tuvieron un pictograma del deporte al que dieron acceso y fueron de diferentes colores -rosa, azul, naranja, lila y amarillo- en función de dónde se celebró el evento para ayudar a los espectadores a encontrar su destino. Todas las entradas, que contenían también un dibujo del recinto donde se disputó la competencia, fueron del mismo tamaño, a excepción de la que dio acceso a la ceremonia de inauguración, que fue mayor y de color dorado. En los pases también vino impreso el nombre del comprador, un código de barras y un holograma, así como otras medidas de seguridad para evitar la reventa y la falsificación.

Los trigésimos Juegos Olímpicos de la era moderna se celebraron en la capital británica del 27 de julio al 12 de agosto, mientras que los Paralímpicos tuvieron lugar del 29 de agosto al 9 de septiembre.





Diseño en Movimiento



Artículo tomado de Revista a! Diseño.

# PS3 cambió su logotipo

## tres veces en tres años

<http://www.vidaextra.com/cultura/sony-cambia-el-logo-de-ps3-por-tercera-vez-en-tres-anos-y-eso-no-es-normal>

Resulta extraño que Sony haya cambiado 3 veces de representación gráfica en su consola de tercera generación y que, además, lo haya hecho en 3 años, una por año hasta encontrar el camino que, aparentemente, debe quedar como definitivo. Veámoslo con ejemplos.

Cuando PlayStation 3 vio la luz a finales del 2006 se presentó de un modo muy concreto. Era un dispositivo moderno, nos lo vendían como lo último en tecnología y con un diseño innovador. Se utilizaba una tipografía conocida por una película y esto ya era un tanto extraño.

Elegir una tipografía y representación de un modo exactamente igual que la película más taquillera del momento no podía ser bueno y, evidentemente, no lo era.

Spider-Man y PlayStation 3 unidos por una misma tipografía, demencial.

Ver fig 3.1



PlayStation 3 se vio reencarnada en una versión más pequeña y reducida a la que le dieron el nombre de PS3 Slim.



Fig 3.1



Fig 3.2

Desde hace mucho tiempo, las tipografías palo seco, se suelen asociar a las nuevas tecnologías. Quizá es algo inherente al ser humano o puede que venga por la sensación de perfección que desprenden, pero no cuando una compañía quiere que asociemos un producto a un gran avance

En el segundo rediseño de marca, Sony seguía apostando por la tipografía original y, de hecho, el slogan oficial de la compañía seguía siendo el mismo que desde el inicio había acompañado la andadura de la consola.



Un dispositivo ultra-moderno, con tecnología impresionante y avances en hardware contra los que la competencia no podía hacer nada.

Resumiendo, misma idea general, mismo concepto de marca y reajustes radicales en la visibilidad del logotipo para intentar enmendar el error del principio. Y todo esto en el segundo año de vida del producto.

**Tercer rediseño:** Ahora, con PS3 Slim se deshecha la tipografía que había representado a la consola de Sony desde su nacimiento y se pasa a algo radicalmente distinto. Formas suaves, redondeadas y espaciadas que borran de un plumazo el mensaje Hi-Tech que había mantenido la compañía desde el inicio.

Así que en el tercer año de vida de la consola nos encontramos ante el tercer rediseño de la imagen gráfica de la marca que, además, coincide

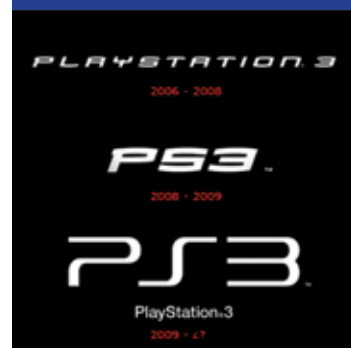
con el rediseño de la propia consola y la reubicación de la campaña de marketing que la sustenta.

Quizá este nuevo enfoque le vaya muy bien a Sony, no tiene por que ir mal si el producto y la oferta son buenos, pero no deja de ser evidente que las cosas se hicieron mal desde el principio o que, cuando menos, no tenían una idea clara.

No deja de resultar esto más evidente si recapitamos y observamos los cambios estéticos que se han producido en la imagen de Nintendo Wii o Microsoft Xbox 360 desde su nacimiento. Seguro que han habido retoques más o menos afortunados, temporadas en los que se aplicaban de un modo diferente o pequeñas actualizaciones en ellos pero, ¿alguien se ha dado cuenta?.

Al fin y al cabo los cambios drásticos se hacen cuando algo no va bien y se ha de conseguir cambiar una inercia negativa.

### CAMBIOS EN EL LOGOTIPO DE SONY



Siempre se ha dicho, se dice y se dirá que tantos cambios en una marca sólo pueden llevar a que el consumidor se planteé cosas que no debería plantearse y hasta obtenga en recompensa lo último que los ejecutivos de la compañía querrían regalarle, la desconfianza.

Dani Candil

## PS3 Reduce su tamaño y peso



El 28 de septiembre de 2012, el nuevo sistema PS3 estuvo disponible con nada menos que 500 GB de almacenamiento, además de otra versión económica de 12 GB, que saldrá al mercado posteriormente. El nuevo modelo es un 25% más pequeño y 20% más ligera que la PS3 actual.

La nueva versión te ofrece la posibilidad de personalizar tu experiencia con PS3 en función de tus necesidades.

# ABSOLUT VODKA

Una imagen, una estrategia

Siempre se ha caracterizado por sus

Diseños innovadores

y creativos



Muchos fabricantes diseñan para una máxima funcionalidad o visibilidad y no para la experiencia real del consumidor.

El diseño consiste en aportar soluciones humanas que ofrecen un nuevo conjunto de experiencias sensoriales.

“Absolut, Apple, Imac o Gillette son marcas que se esfuerzan en presentar formas frescas y experiencias sensoriales que gustan a los consumidores”

“Una marca que inspira creatividad y que se presta para dejar volar la imaginación”

La marca Absolut Vodka con el paso de los años, nos deleita con un nuevo concepto gráfico en cada sabor que lanzan al mercado, es por eso que diseñadores de todas partes del mundo se han unido para dar a conocer sus propias creaciones, si-

guiendo la misma línea gráfica que caracteriza esta marca; una marca que inspira creatividad y que se presta para dejar volar la imaginación y crear posibilidades de diseños. La marca de Absolut vodka es una de las más reconocidas alrededor del mundo; su publicidad en revista ha resultado impactante, creativa e inspiradora. Y aunque sus anuncios están diseñados al 100% con el objetivo de recordación de marca, es muy interesante estudiarlos.



# ABSOLUT DESIGN

## En México... Absolut Vodka le rinde tributo

“Es así como Absolut Vodka ha decidido regresarnos un poco del amor que le profesamos en forma de Absolut México”

El artista tomó como eje tres elementos importantes de la civilización maya: Balam, el guerrero jaguar que iluminó la tierra durante el día y peleó en el inframundo por la noche; Kukulcán, la serpiente emplumada que fundó la cultura maya, y Hurakan, el dios del fuego, la tormenta y el viento.

Esta increíble edición, que contiene el tradicional vodka producido en Ahús, Suecia, estará disponible este mes en tiendas de autoservicio y de prestigio. Anteriormente, Absolut Vodka ha rendido tributo a distintas ciudades en sus botellas de edición limitada: Río de Janeiro, Londres, Brooklyn y New Orleans son algunas de las presentaciones más exitosas gracias a la creatividad de los artistas que las han intervenido.

Entre las tantas cosas por las que nuestro país es reconocido alrededor del mundo está la calidez con la que se recibe y se trata en estas tierras al visitante extranjero, en especial si su nombre es vodka.

Es así como Absolut Vodka ha decidido regresarnos un poco del amor que le profesamos en forma de Absolut México, invitando a uno de los artistas mexicanos más reconocidos del momento a intervenir la icónica botella de este elixir proveniente de los campos de trigo en un pequeño pueblo en Suecia.



Dr Lakra, artista y tatuador Mexicano

Desempeñado como tatuador, ha tomado la botella para intervenirla de la misma manera en que la piel se encuentra con la tinta, agregando tres importantes símbolos de una de las culturas más importantes en el territorio mexicano: la cultura maya.



# Skyfonts

## Renta de Tipografías en la Web

Típico que estás súper entrado realizando un diseño para un proyecto y cuando estás a punto de terminar te das cuenta de que viene uno de los momentos más difíciles: elegir la fuente correcta (momento, hora de una pregunta, ¿soy la única que deja la selección de tipografía hasta el último?).

No sé ustedes pero para mí una fuente mal elegida puede hacer que tu diseño se vea completamente destruido, la tipografía es un elemento igual de importante que el color, la forma o la textura y amigos, tal vez hiera susceptibilidades con esto pero “helvética” no lo es todo en la vida, es estética

y funcional, sí, pero algunas ocasiones debemos ir más allá, el detalle es que esto algunas veces se vuelve un problema especialmente si la fuente que creemos será el toque final, no es gratuita y no sólo eso ¡además es carísima!

¿Qué podemos hacer en un caso como el anterior? Aquí es cuando entra a la acción un proyecto que me pareció bastante interesante, su nombre es “SkyFonts”.

SkyFonts es un sitio web que muchos diseñadores van a amar, puesto que su finalidad es rentar fuentes, así tal cual, eliges la fuente que te parezca adecuada y la rentas por el tiempo que te sea necesario, ¿no es maravilloso?.

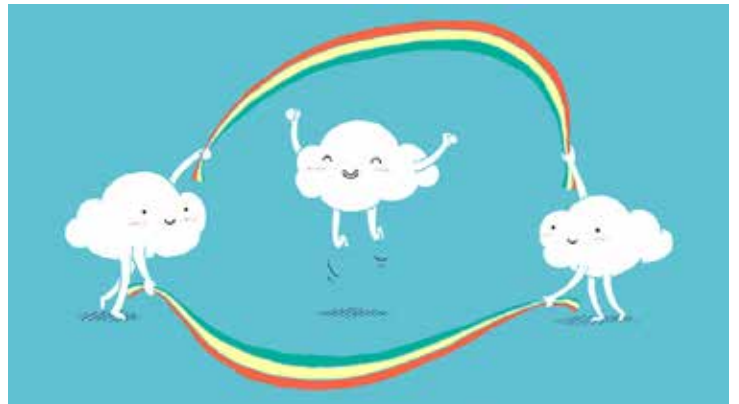
Si quieres obtener más información puedes consultar su sitio web colocado en ésta página, ¡qué lo disfrutes!.



Web: [www.skyfonts.com](http://www.skyfonts.com)

¡Con solo registrarte a *Skyfonts* contarás con acceso a una basta cantidad de tipografías de clases distintas! A su vez, podrás escoger el período de tiempo en el cual darás uso a la tipografía de tu elección.

est lat exeri tationseque dent estempos et vo-  
repu- luptame cuquam facerum expedio nse-  
et pa- cupptatemLiqui alique nullaborest hillest  
onsed emquaera cusam, es dolupidus aut mint-  
. Ria emp orumqui dolor sed magnimu scip-  
reium sus aut eum rest, sedit volorerit quatem.  
um a Nestrumque eum veni doluptis andis qui  
sa et reptae magniscit haruptiusae non et u



Double Rainbow Skipping



This is not a Pipe

# I ♥ Doodle

Un sitio lleno de inspiración

Desde el 2003 *Lim Heng Swee* mantiene un sitio con ilustraciones diversas y un sólo propósito: Hacer sonreír a la gente que lo visita: “I love doodle” es el nombre de este sitio.

Sus dibujos tienen, en su mayoría, temáticas inocentes, así como personajes y utensilios cotidianos puestos en situaciones ingeniosas y creativas. Muchos de sus trabajos han sido seleccionados para ser impresos en camisetas, termos, viniles y protectores para computadoras.

Si quieres ver más de este ilustrador, puedes ingresar a su sitio web [ilovedoodle.com](http://ilovedoodle.com).

*Imágenes:* Lim Heng Swee, [ilovedoodle.com](http://ilovedoodle.com),

*Títulos:* [en.lafraise.com/User/profile/id/1013589](http://en.lafraise.com/User/profile/id/1013589)

*Fuente:* [isopixel.net](http://isopixel.net)



Wisdom Tooth



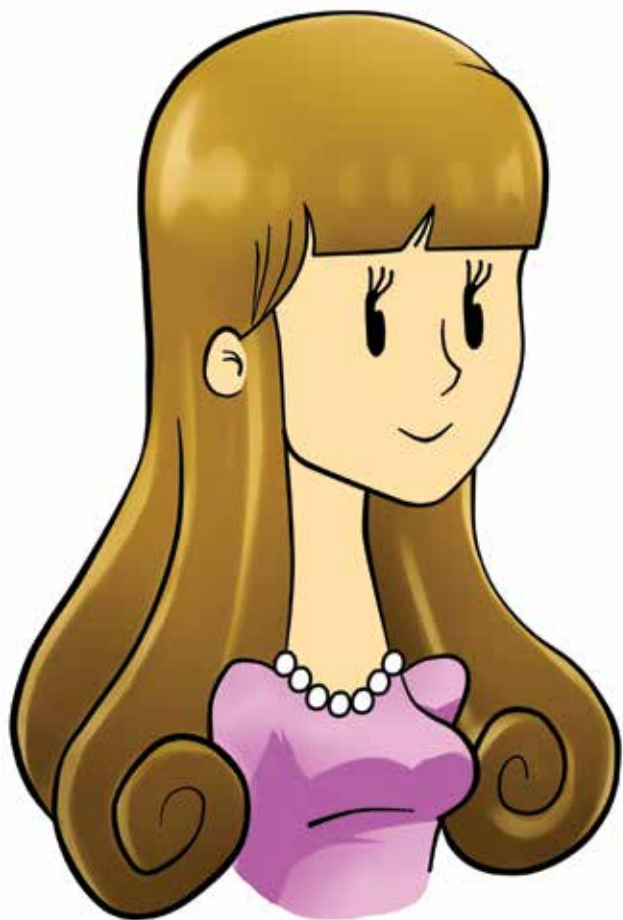
Flying



Nature Music

# Tutoriales

Pequeños tips con grandes resultados

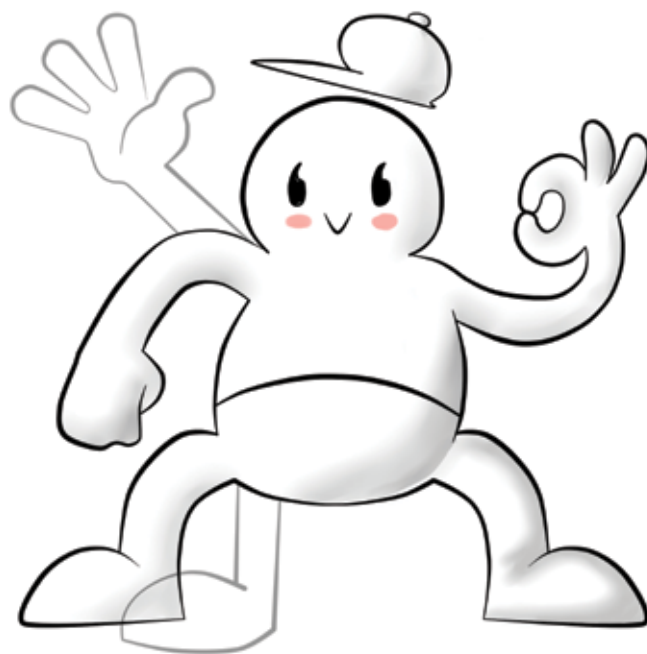


## Photoshop Digital Make Up

Con este Tutorial nos enseña de manera muy básica y rápida como crear maquillaje de manera digital, para esas veces donde se necesita retocar imágenes de modelos y necesitamos que tengan ciertos colores, aquí podemos aprenderlo de una manera muy sencilla.

Link:

<http://youtu.be/9M-5JEqfhFc>



## Frame by Frame Walking Animation

En este Tutorial se explica uno de los principios más básicos de la Animación con Flash, el principio del Frame by Frame, durante 25 minutos aprenderás como hacer caminar a un personaje cuadro por cuadro, excelente para adentrarse en el mundo de las animaciones.

Link:

<http://youtu.be/81upsx5pNQ8rgt>

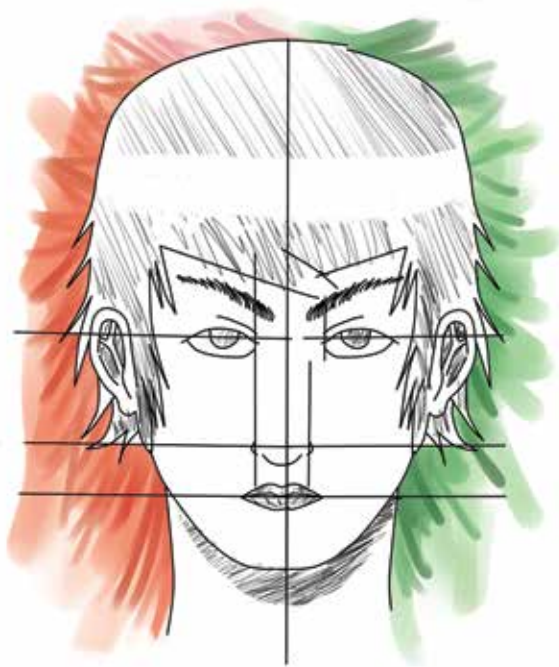


## Introducción al Curso de Dibujo de figura humana

A lo largo de once capítulos te enseñan diversas técnicas y estilos para la creación de personajes aprendiendo de la correcta proporción humana de igual manera darle dinamismo a estos, aquí en enlace para el capítulo uno.

Link

<http://youtu.be/n5hQc48tO9>



### Sitios de Interés

- [www.photoshoptutorials.ws](http://www.photoshoptutorials.ws)
- <http://www.tutorialized.com>
- <http://www.good-tutorials.com>
- [www.flashperfection.com](http://www.flashperfection.com)
- [www.videocopilot.net/tutorials](http://www.videocopilot.net/tutorials)
- <http://www.blender.org/education-help/tutorials/animation/>
- <http://www.entheosweb.com/dreamweaver/default.asp>
- [http://www.garysimon.net/webdesign\\_tutorial/1](http://www.garysimon.net/webdesign_tutorial/1)

### ¿Buscas algún Tutorial en especial?

Si deseas algún Tutorial/ Guía en concreto, házmelo saber enviando un correo.

**Escribeme a:**

wenzelneudert@gmail.com

# IMPRESIÓN 3D



Fuente: Neopixel/Lavanguardia.com

## La tecnología que viene

Probablemente muchos de nosotros hayamos escuchado este término o leído acerca de impresoras 3D. De igual manera muchos no se imaginan qué son o para qué nos podrían servir.

Para quien no está familiarizado con la impresión en 3D, puede resultar difícil de creer. Pero esta nueva tecnología ya está a punto para aplicarse a gran escala. En la actualidad la utilizan cientos de empresas y tiene aplicaciones que abarcan desde el diseño de calzado hasta el de piezas de aviones, pasando por el sector del automóvil, la arquitectura, el diseño industrial o la joyería. La revista The Economist la definió como “una nueva tecnología que cambiará el mundo”.

Lo cambiará, según la prestigiosa revista económica, porque hará que sea tan barato producir un artículo único como producir miles, y por lo tanto socavará las economías de escala.

Permitirá que las impresoras fabriquen pocas unidades de muchos de los productos que hoy día requieren cadenas de montaje y mano de obra humana.

Una impresora en 3D funciona de modo similar a una impresora convencional. Pero hay dos diferencias importantes.

La primera es que no imprime con tinta sino con resinas, metales o algún otro material con que se quiera construir un objeto.

La otra gran diferencia es que la bandeja de impresión baja una fracción de milímetro entre capa

y capa. Es decir, se imprime una capa, la bandeja baja un nivel, se imprime una segunda capa encima, la bandeja vuelve a bajar, se vuelve a imprimir y al cabo de unas horas se obtiene un objeto con volumen.

“Cualquier cosa que se pueda diseñar con ordenador en 3D se puede imprimir. Los únicos límites son el tamaño de la impresora y la imaginación”

explica Francesc Astort, product manager de Objet España.

Hoy día, la impresión en 3D empieza a utilizarse, además de para crear prototipos y maquetas arquitectónicas, para producir objetos que se comercializarán e incluso a tomado parte del arte gráfico digital, ahora reproducido en 3D. También emerge un mercado de productos personalizados como prótesis de cadera, instrumentos de ortodoncia y, según citaba The Economist, hasta zapatillas adaptadas a la forma del pie de deportistas profesionales.



## ¿Pero quién o qué tipo de empresas usan esta tecnología?

Grandes corporativos a nivel mundial que se dedican a la creación y fabricación de productos diversos como herramientas, artículos deportivos, tenis, juguetes, firmas arquitectónicas, son empresas que necesitan y les viene como anillo al dedo este tipo de impresoras.

Entre algunas de estas empresas encontramos a grupo Adidas, que gracias a impresoras como la Connex - 500, puede realizar pruebas funcionales de modelos hechos de distintos materiales, incluyendo materiales digitales compuestos creados al instante, en las etapas iniciales del proceso de diseño y desarrollo, lo que permite un ahorro de tiempo y dinero considerable.

Para mejorar constantemente sus productos, Adidas buscó lo último en tecnología para revolucionar continuamente el diseño, el desarrollo y los procesos de producción, por eso fue una de las primeras en instalar este sistema de impresión 3D encontrando una gran oportunidad de aumentar su capacidad y exactitud en sus prototipos.

Es así que con impresoras 3D, los

diseñadores pueden llegar rápidamente al concepto de producto final y satisfacer rápidamente los deseos de los clientes además de detectar y eliminar los errores inmediatamente.

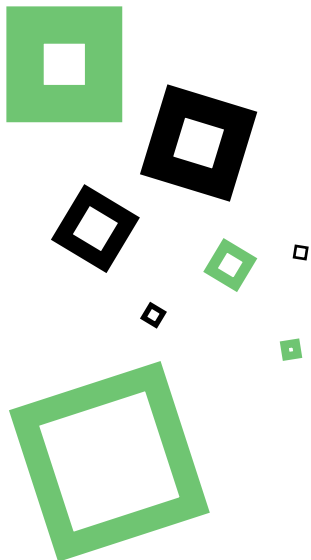
Aunque cualquiera puede diseñar un objeto en 3D con un ordenador personal si dispone del programa adecuado, la tecnología no está a punto para el uso doméstico. Las impresoras en 3D de Hewlett Packard se sitúan actualmente entre 15,000 y 20,000 euros, un precio prohibitivo para la mayoría de hogares. Tampoco hay en estos momentos demanda de impresión en 3D por parte de los usuarios domésticos. Pero, aunque es imposible predecir cómo se extenderá esta nueva tecnología en el futuro, su precio está destinado a bajar a medida que su uso se amplíe.

Ya se empiezan a ver los peligros que traerá la impresión 3D.

Cuando puedas replicar cualquier objeto con facilidad pronto te darás cuenta de que hay un montón de objetos que no deseas que otros dupliquen.

Algunos ejemplos obvios son las llaves de tu casa, oficina y auto.





*Especialistas de la industria han ventilado el lanzamiento de la versión ultra pequeña del iPad con tan solo 7.8 pulgadas, la cual presuntamente apareció en el mercado a un precio de USD \$299 dólares.*

# iPad Mini

¡Tuvimos su llegada en Octubre!

(ElectronicosOnline.com Magazine / Oswaldo Barajas)

Los rumores sobre el lanzamiento del iPad Mini de Apple se han esparcido sobre la web, esto después de que el gigante de Internet Google Inc., anunciará su nueva tableta Nexus 7, con dimensiones de 7 pulgadas, lo que ha causado una inmediata infiltración de información a los medios de comunicación sobre la nueva tableta de la firma de la manzana.

Algunos portales como Yahoo News señalan que la nueva tableta podría presentar una pantalla de 7.8 pulgadas y saldrá con una etiqueta comercial de USD \$ 299 dólares.

Algunos otros portales han apunta-

do que el lanzamiento de esta pequeña versión de la afamada tableta, colocarán al corporativo Apple en los cuernos de la luna dentro del segmento de las tabletas.

Aunque en el sitio de prensa por Internet de Apple no ha compartido ningún detalle sobre el iPad Mini, la dispersión de esta noticia ha generado una emoción editorial que por unanimidad especula que este nuevo iPad miniatura alcanzará un récord de ventas de alrededor de 10 millones de unidades al cierre de este año, es decir tan solo tres meses después de que sea presuntamente lanzado.

La anterior información se extrae







a partir de las ventas reportadas por la firma de la manzana sobre su ahora icónica tableta iPad de tamaño normal, por lo que además se atreven a pronosticar ventas de la siguiente tabletita de hasta 35.2 millones para el 2013.

Los datos obtenidos por diversos actores analistas para atreverse a arrojar tan comprometedoras estimaciones, se basan directamente en el volumen de ventas, las cuales poseen un comportamiento preferencial por parte de los consumidores y posiblemente represente el iPad el 25% del mercado actual de las tabletas, el otro 75% del mercado se reparte entre otras compañías y sus tabletas.

Uno de los analistas industriales de la firma de consultoría IDC, especialista en el área de Dispositivos Móviles Conectados, de nombre Tom Mainelli informó en uno de sus recientes artículos que inclusive con el lanzamiento de la nueva tableta de Google, Nexus 7, el historial del iPad ha sido superior y debido a la reducción del costo tiene grandes posibilidades de asegurar su dominio en este segmento.

Se prevé que cuente con una memoria base de 8 Gb, una resolución de 1024 x 768 pixeles, una interfaz enriquecida y basada en la versión adelantada de su sistema operativo iOS 6.



## AMAZON VS APPLE

### “Amazon devela nuevo Kindle Fire más grande que competirá con iPad de Apple”

<http://www.noticias24.com/tecnologia/noticia/15542/amazon-devela-nuevo-kindle-fire-mas-grande-que-competira-con-ipad-de-apple/>

El fundador y director de la tienda en línea Amazon, Jeff Bezos, develó una nueva tableta Kindle Fire, de mayor tamaño y con pantalla de alta definición, en una aparente apuesta por obtener parte del mercado de la tableta iPad de Apple.

El nuevo Kindle Fire HD estará disponible en su tamaño regular, de 7 pulgadas, pero también habrá una versión con pantalla de 8,9 pulgadas, dijo Bezos en una conferencia de prensa en Santa Mónica, en el oeste de Los Ángeles (California, Estados Unidos).



FOTO: AFP



FOTO: AFP

# 10+

## LOGOS costosos DEL MUNDO

Los 10+ es una colección de piezas creativas, que incluye los mejores proyectos en alguna categoría o los más destacados



### 1. POSTEN

55 Millones de dólares

Correos de Noruega rediseño su imagen para hacerla más duradera, confiable y solida. Su idea detrás del nuevo diseño es mantenerse a nivel de empresas como UPS y FEDEX quienes tienen logos más universales y abstractos.

**Luis López**

**www.creadictos.com** Como creativos siempre nos preguntamos si estamos cobrando suficiente, o si nuestro trabajo vale lo que nos pagan. Por eso es bueno saber cuanto cuesta un trabajo como el tuyo. Pero no busques compararte con los ejemplos que verás a continuación (a menos que diseñes para grandes multinacionales). No es lo mismo rediseñar el logo de Google, que es visto diariamente por miles de millones de personas en todo el mundo, que crear el logo de la panadería de la esquina que sólo lo ven unos pocos.

Las grandes marcas invierten cantidades enormes de dinero en su identidad gráfica y para esto contratan grandes firmas de Branding o expertos en identidad de marca. Sin embargo es muy difícil conocer el costo real de este tipo de inversión,

ya que no sólo los costos reales se mantienen ocultos, sino el nivel de profundidad al cual se llega a nivel de imagen de marca.

Diseño de logo y la sesión de los derechos así como el manual de identidad gráfica y aplicaciones en diferentes medios impresos, digitales o audiovisuales, sitio web y una estrategia de marketing, pueden aumentar la factura fácilmente. Elementos a tener en cuenta al momento de ver sus altos costo.

Además de nuestros 10 identidades de marca más costosas del mundo, tenemos un bonus con un logo que muestra uno de los mejores logos del mundo que parece ridículamente económico por lo que representa hoy en día en términos de recordación y marca.

Así que recuerda que no importa cuanto cobres por tus diseños, lo que importa es que valores tu trabajo y tu tiempo. Disfruta de los 10+ logos más costosos del mundo.



### 2. TRANSLINK

1.4 Millones de dólares

Un logo para un sistema de pago que parece más al de una empresa de transporte. Uno de los más criticados desde su presentación por su alto precio y la falta de identificación con el servicio.



### 3. PEPSI

1 Millón de dólares

El nuevo logo de la marca americana consiste en diferentes formas pero manteniendo los mismos colores de siempre. Un cambio no muy drástico, pero bastante criticado al momento de su presentación.

# starz

## 4. STARZ

25 Millones de dólares

Este logo convierte la estrella en un elemento que aparece en el espacio negativo entre la A y la R, dándole un carácter solido y que crea un punto de atracción inmediato al ser utilizado como un brillo en la mayoría de sus campañas.

# ANZ

## 5. ANZ

15 Millones de dólares

Creada por M&C Saatchi la nueva imagen de este banco Australiano, basa su nueva imagen en un elemento gráfico bastante abstracto que muchos no entienden y que pareciera no tener una unión clara con el resto del logo.

# BBC one

## 6. BBC ONE

1.8 Millones de dólares

Una de las marcas más reconocidas del Reino Unido, creo esta nueva imagen para mejorar su posicionamiento dándole un dinamismo con un contraste de tamaños.



## 7. EDINBURGH

1.6 Millones de dólares

El alto costo de este logo esta basado principalmente en su etapa de investigación y búsqueda de elementos relacionados con la identidad de la ciudad y como los habitantes se sentirían identificados con diferentes formas y colores.



## 8. VERISIGN

1,280 Millones de dólares

Su exorbitante costo esta relacionado a la sesión de derechos que esta imagen representa, debido a que la marca Verisign es un standard de calidad y seguridad en un sitio web. La marca representa mas 170 mil millones de dólares en transacciones al año y cada sitio web que esta certificado y posee este logo paga una comisión por el uso del mismo... de ahí el gran costo de este logo.



## 9. ACCENTURE

100 Millones de dólares

Esta marca fue seleccionada luego de más de 3 meses de investigación en mas de 42 países del mundo en donde está presente. Encuestas de nombre e identidad fueron realizadas entre sus empleados para llegar a este resultado.



## 10. BP HELIOS

220 Millones de dólares

Este girasol muestra la visión de la nueva empresa formada por tres grandes compañías, BP Amaco, Castrol y Arco. En 2010, BP fue identificada como una de las marcas más relevantes de la década.

# BONUS



## NIKE

\$35 Dólares

La diseñadora gráfica Carolyn Davidson creo en 1971 lo que hoy es uno de los logos mas famosos del mundo, sencillo, recordable y muy practico. El chulo "swoosh" de Nike es uno de los logos más reconocidos en todo el mundo. Aunque en su momento el pago por el diseño fue su tarifa normal en la agencia donde trabajaba dentro de Nike, en 1983 la marca americana le dio como reconocimiento un anillo de diamantes y acciones dentro de la compañía.



¿Te interesó?

Aun hay más, tenemos un bonus con 2 logos mas que muestran; un logo que vale lo que costo, y uno que parece muy costoso para lo que es.

Checalos en:

[www.creadictos.com](http://www.creadictos.com)

# VERSUS

Para próximos aficionados

## ¿Cuál es la mejor?



NIKON D5100

La mejor cámara del mundo no existe, lo que hay que buscar es la cámara que se adapte a nuestras necesidades.

<http://www.blogdelfotografo.com>

Antes de elegir una cámara réflex es necesario que tengas presentes tres cosas muy simples si queremos hacer las cosas bien:

**Primero:** No existe la mejor cámara de fotos. Cada marca y cada modelo ofrece unas prestaciones u otras.

**Segundo:** ¿Qué quieres? ¿Qué buscas? Es importante que tengas bien claro qué prestaciones te importan más que otras. ¿Te interesa que la cámara tenga pantalla giratoria? ¿Es necesario que tenga una buena grabación de vídeo? ¿Vas a hacer con ella muchas fotos de noche? Estas preguntas te ayudarán a descartar cámaras y a quedarte con la que más se aproxime al uso que de ella quieres hacer.

**Tercero:** No te dejes intimidar por la terminología y los tecnicismos.

Si quieres empezar en la fotografía réflex con buen pie es aconsejable que escojas una cámara afín a tu nivel. Si empiezas desde un nivel cero entonces huye de esas cámaras que pesen demasiado. No están pensadas para ti, no te harán más feliz, créeme.

La **NIKON D5100** y la **CANON T3I**, las dos son cámaras excelentes para aquellos que quieren empezar en la fotografía réflex con una buena máquina cuyas prestaciones no se se queden cortas.

Cada una compite con la otra y la supera en una serie de aspectos, por eso aquí te presentamos las ventajas de cada una y así tomes la mejor decisión.

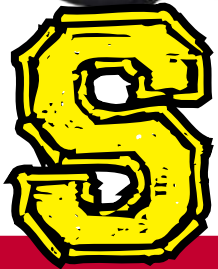
16 Megapíxeles

Duración batería  
660 fotos

Puntos de enfoque  
11

Motor de enfoque  
No

Resolución de pantalla  
921.000p



## CANON T3I

**18 Megapíxeles**

Esto será relevante sólo si necesitas hacer grandes ampliaciones donde la definición sea relevante.

**Duración batería  
440 fotos**

Sera conveniente si eres un fanático que apenas empieza, la duración de la batería sera de mucha ayuda para seguir practicando.

**Puntos de enfoque  
9**

Una herramienta muy atractiva si tus fotografías son de paisajes.

**Motor de enfoque  
Si**

Compatibilidad con objetivos posiblemente más económicos.

**Resolución de pantalla  
1.040.000p**

Al igual que el primer punto, esto será importante sólo si necesitas hacer grandes ampliaciones donde la definición sea relevante.

No podríamos concluir tajantemente que la *Nikon D5100* sea mejor ni que la *Canon T3I* lo sea.

Cada una de las dos se luce en algo: la *Nikon D5100* dispone de un sensor ligeramente más grande y por lo tanto la calidad de sus fotos podría resultar un poco mejor, pero en cambio carece de un motor de enfoque propio, cosa que la *Canon T3I* sí que tiene, lo que le permite mayor compatibilidad con objetivos posiblemente más económicos. Por otro lado el precio de la Canon T3I es más barato, si bien no es mucha la diferencia.



### “Tus primeros pasos en fotografía réflex”

Aprender fotografía réflex es algo difícil, pero te prometo que enseñarla es aun más difícil: a veces sabes cómo hacer cosas pero no sabes cómo explicarlas. Encima, cuando se trata de personas principiantes la dificultad de enseñarles fotografía es mucho mayor: hay gente que se asusta rápido (inconscientemente), gente que se agobia con los tecnicismos y las abreviaturas y acaba abandonando una gran afición como es la fotografía réflex.

“Tus Primeros Pasos en Fotografía Réflex” nace con la finalidad de acercar la fotografía réflex digital al usuario aficionado, en un lenguaje simple y llano.

**Si te interesa saber un poco mas respecto a este libro, te recomiendo visitar, su descarga es gratuita**

<http://www.blogdelfotografo.com>



Al estilo personal de:

# Alejo Gastélum

Estudiante de 7° semestre de Diseño Gráfico



## Alejo Gastélum

26 años, Estudiante del 7º Semestre de la carrera de Diseño Gráfico.

Muchacho grande, alto, fornido, de gustos culinarios delicados y gran apetito, buen sentido del humor y un gran talento en el diseño.

Gran gusto por la Fotografía y el Diseño Editorial.





Ha trabajado durante varios años en Revistas como “El Integral”, y actualmente en “Tiempo Nupcial” y “Tiempo Kids”, de éstas últimas nos da una probada del trabajo fotográfico que ha venido desempeñando aparte de su trabajo en el diseño de éstas revistas.

Su trabajo nos dice que no se ha desarrollado en un solo ámbito fotográfico en específico, sino que más bien ha decidido experimentar en todos y ponerle su sello personal a cada uno.

Su mentalidad: congelar momentos interesantes jugando con la iluminación, el contraste y en la mayoría de los casos, el modelo.

A la izquierda:

Fotografía comercial.

Sesión utilizada para la Revista en la que trabaja actualmente. La modelo: nuestra compañera de la carrera Ma. René Nuñez.

A la derecha:

Fotografía Social/Expresiva

Alejo desempeñándose en el perfil de fotógrafo de eventos sociales, demostrando mucha creatividad, talento y espontaneidad para capturar estas imágenes.







## Blanco y negro

Alejo se ha desenvuelto en todos los ámbitos fotográficos, como el periodísticos relacionados íntimamente a su trabajo, además del artístico, comercial, expresivo, arquitectónico, en movimiento y nocturno.

Su gran inquietud nos da como resultado el portafolio que nos presenta en esta sección.

## Retratos exterior/interior

En ésta página.

Mostrando el fino sentido de los detalles que ha desarrollado con la práctica y que se ha convertido en parte de su estilo en el que observamos la dedicación que Alejo invierte a esta bella profesión.



# FOTOGRAFÍA DE NATIONAL GEOGRAPHIC: EXCEPCIONAL





NATIONAL  
GEOGRAPHIC  
Photograph by Chris Button

2018 NATIONAL GEOGRAPHIC PHOTOGRAPHY  
© COPYRIGHT CHRIS BUTTON. ALL RIGHTS RESERVED.

## NATIONAL GEOGRAPHIC

Es mundialmente conocido por la calidad, originalidad y belleza de sus fotografías. Desde sus inicios la fotografía ha ocupado un lugar especial como medio de comunicación en National Geographic. Las impresionantes imágenes de paisajes, gente, lugares y eventos lejanos de todo el mundo, son el trabajo de los más prestigiosos fotógrafos profesionales del mundo. Para agrupar sus mejores capturas, tienen un apartado en su página web

llamado Visions of Earth, donde muestran algunas de las mejores fotografías de naturaleza hechas por sus fotógrafos. Se encuentran agrupadas por años, y cada mes añaden unas cuantas a la colección. Sus imágenes son una marca, registrada si se quiere, basadas en la obsesión profesional: para obtener la foto deseada, un fotógrafo de National Geographic puede permanecer meses en el lugar. Las excepcionales fotos de NatGeo retratan los rinco-

nes más remotos del planeta y abarcan diferentes culturas, algunas muy poco conocidas en occidente. Sus profesionales se destacan, además del insuperable nivel de su trabajo y el conocimiento de distintas disciplinas, por la preocupación activa por la preservación de las áreas y los recursos naturales de la Tierra.

A continuación, mostramos algunas de las mejores imágenes de esta extensa galería elegidas por los chicos de My Modern Metropolis.



En el Parque Nacional de Bemahara podemos encontrarnos con estas rocas y puntas erosionadas de piedra caliza a 90 metros de altura de un bosque. Aquí se concentran muchos investigadores en estudiar especies raras y en peligro de extinción de la isla.



La furia del volcán Chaitén parece convertir el cielo en llamas. A las numerosas partículas de piedra pómez se suman a las nubes de gas y humo, generando enormes rayos por todo el cielo.



En el Centro de chimpancés Sanaga-Yong, más de una docena primates crean esta escena de dolor; mirando como Dorothy (una chimpancé de 40 años) fallece por una insuficiencia cardíaca.



En Jammu, una ingente cantidad de llamas de queroseno salen de la boca de este hombre. La foto se capta en mitad del 342 aniversario del nacimiento de Guru Gobind Singh, el fundador de la religión Sijista, la quinta religión más practicada del mundo.

# Ilustración







# Diego Rodríguez

## Nombre Completo:

Diego Alonso Rodríguez Serrano

## Edad: 21 años

Carrera: Diseño Gráfico

## Portafolio:

dhtenshi.daportfolio.com

## DIEGO DICE:

### ¿Desde cuándo Dibujas?

Desde que tengo memoria hacía dibujos calcados de libros de colorear. Pero dibujar en serio empezó como a los 13 años cuando fui a un pequeño curso de unos 6 meses de "dibujo de cómic" con el Arq. Abraham Katase, ahí me enamoré del dibujo al ver los trabajos tan increíbles de él.

### ¿Qué técnicas manejas?

Lápices, colores de palo, acrílico, tintas, óleo y por supuesto las digitales en Photoshop y Painter.

### ¿Tienes algún familiar al que le guste la Ilustración o el dibujo?

Pues tengo algunos de hecho, pero ninguno que se dedique a eso. ¿Qué triste no?

### ¿Cómo te Inspiras?

Que pregunta tan complicada... viendo el cielo, me fascina ver el atardecer cuando hay nubes presentes, para mi es todo un espectáculo. También viendo fotos de mi novia (aww). Y ni se diga viendo trabajos de mis artistas favoritos. Son demasiados factores, creo que sería ridículo anotarlos todos.

### ¿Cuánto tiempo le dedicas a dibujar?

(Risas). Creo que no tanto como debería. Varía mucho, cuando hay trabajo o un concurso al cual participar, puedo pintar más de 7 horas en un día, pero más comúnmente, dibujo unas 2 horas.

### ¿Cuánto tiempo te lleva realizar una ilustración?

Pues de hecho, es muy variado. Una ilustración común para la revista en que trabajo me toma unas 4 o 5 horas. Una que haga para una portada, poster o concurso me puede llevar entre 8 y 15 horas. Es muy, pero muy raro que me llegue a pasar de 15 horas, se vuelve tedioso y aburrido para mí.

### ¿Que le recomiendas a las personas para lograr una mayor habilidad para la Ilustración?

Disciplina. Esto es de los que quieren, no de los que pueden. Se nace con talento, pero sin disciplina vas a ser uno más "que sabe dibujar". Les recomiendo mucho llevar siempre un cuaderno de dibujo a todas partes, copiar a personas, tratar de entender lo que dibujas para que

luego puedas sacarlo de tu mente, sin modelo. Estudiar (no copiar solamente) fotografías de retratos, dobleces, escenarios, etc. Así aprenderás mucho cómo funciona el color en distintos materiales y superficies, y ni se diga de cómo funciona la luz y los reflejos de ésta. Estudiar, estudiar y estudiar más. Aprende más uno que entiende lo que copia una foto en 15 minutos que uno que dibuja en la zona de confort por 2 o 3 horas.





**Retrato del viejo a lápiz.** Un retrato hecho por ejercicio en la universidad basado en una foto. Me encantó trabajar en esto, nunca me tomo el tiempo para dedicarle horas a un retrato que no sea un trabajo o encargo.



**PS ilustracional.** Es mi idea para representar el tema "Viajeros". Hice un concepto y una historia detrás de ésta ilustración. En realidad la titulé "Encontrando el Reino de los Cielos", y sólo entran los que tienen el cristal azul, por eso la conexión de las pequeñas luces azules.



**Bitcoin gambling.** Ésta es una ilustración que sirvió para un artículo de la revista Bitcoin Magazine. Será publicada en la revista no. 4, que se venderá en Noviembre 2012. Es básicamente 4 ilustraciones pequeñas en 1 imagen.



**Niño morenito de perfil.** Éste pertenece a una serie de retratos de niños de las “Brigadas SOS” que es una organización que se dedica a cuidar, alimentar y hablarles del amor de Dios a niños de escasos recursos, así como a sus padres. Él es Jesús, y tiene unos 12 años ahorita.



**Aine portrait.** Éste es un retrato que marcó algo muy importante en mi aprendizaje. Aprendí mucho haciendo este retrato observando obras de W. Adolph Bouguereau. Claro que no lo hago como él, pero pues es un avance.



**Guerrero.** Portada de prueba que hice para conseguir un trabajo creando un cómic. Fue una gran experiencia.

puntoy  
línea  
.uson.mx



"El saber de mis hijos  
hará mi grandeza"