

El diseño desde
otro punto de vista

REVISTA
punto y
línea

Año 2 | Número 2 | Marzo 2013

Sr Cucho

Arte Vs Diseño Gráfico

Rediseño de Starbucks

Design blogs que debes seguir este 2013

Tips en Fotografía

Tecnología Oled Samsung

Los 10 anuncios en la Historia de la Mujer

Los juguetes de los diseñadores



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

REVISTA

punto y línea

Año 2 | Número 2 | Marzo 2013



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

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 2. No. 2,

Marzo de 2013.

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 31 de Marzo del 2013. 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	Sylvia Elena Durand Guerara, Jackeline Tapia Meneses
Fotografía	Rubi Farías Bojórquez, Carolina Vizcarra Olvera
Tendencias	Guadalupe Cuevas Navarro, María René Leyva Carranza, Diana Carolina Ruiz Vázquez
Ilustración	Vera C. Castillo Figueroa, Gerardo Moreno Walker, José Eduardo Puente Molina
Diseño en Movimiento	Dayanne Martínez Coronado, Karla Melissa Palafox Chávez, Martha Cecilia Valenzuela Morán
En línea	Wenzel Neudert Alatorre, María Isabel Rodríguez López,
Versus	Diana Astrid Contreras Arce, Haydeé Grissel Pérez Gaspar
Diseño web	Vera C. Castillo Figueroa, Wenzel Neudert Alatorre
Diseño de Portada	Eduardo Puente Molina

Contenido

MISIÓN

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.

VISIÓN

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 +	26
Versus	30
Fotografía Eréndira Treviño	32
Ilustración Sr Cucho	36

En nuestra tercera edición de punto y línea encontramos artículos que van mostrando un mayor interés por la proyección del diseño en diferentes ámbitos. Nuestros contenidos son ahora enriquecidos con la retroalimentación de alumnos y maestros de nuestra licenciatura.

Por otro lado, el primer grupo que forma parte de la primera generación de alumnos de diseño gráfico de la Universidad de Sonora está por egresar y con este número cierran un capítulo muy importante en su formación editorial, pues si bien en la planeación contempla su colaboración en los próximos dos números, es esta edición la que coincide con su última participación en la distribución y venta.

Por este motivo en esta ocasión nuestra editorial está dedicada a la primera generación de alumnos de diseño gráfico de esta universidad ¡Enhorabuena! Que sea su vida llena de éxito y que tengan presente que esta revista quedará agradecida por la semilla que han sembrado y esperamos que perdure por muchos años más. Existe una gran motivación por parte de todos los que formamos el área docente de ver sus sueños realizados y estamos con la firme convicción de apoyarlos en su vida profesional, pues la escuela de la vida es parte de lo que nos interesa también formar parte en su carrera como profesionistas.

Esperamos que las siguientes generaciones llenen de vida estos espacios como lo han hecho nuestros colaboradores de estas primeras tres ediciones y que perdure mientras nuestros alumnos así lo demanden. ¡Felicidades!

Editorial

los
JUGUETES
de los
DISEÑADORES



Serie Heroes and Villains YUM YUM

Creado por: Beth y Jonny

Redacción:
Carolina Ruiz



Son nombres para describir a los juguetes coleccionables producidos en edición limitada, los cuales son creados por diseñadores y artistas. Estos juguetes pueden ser de diferentes materiales, entre los más importantes se encuentran el plástico y el vinil.

Los juguetes de diseño son pequeñas obras de arte fabricadas especialmente para decoración o coleccionismo. Generalmente son producidos en pequeñas cantidades, y hechos por diseñadores o artistas. Pueden ser de cualquier material: vinilo, plástico, madera o tela, y debido a su valor artístico suelen ser muy caros. Muchas veces se encuentran a la venta en galerías de arte. He aquí una seguidilla de

fotos de las más famosas marcas fabricantes de juguetes de diseño.

Beth y Jonny son los creadores de Yum Yum, un estudio que “hace cosas felices para hacerte feliz”. Y logran cumplir con su misión haciendo animaciones para disfrutar con tus amigos y los juguetes de vinilo para iluminar tu escritorio o tu casa.

Beth Algieri y Jonny Plummer vienen trabajando juntos de 2007, son dos diseñadores londinenses que crearon el estudio Yum Yum para compartir su pasión: crear cosas nuevas y excitantes.

Heroes and Villains es el nombre de esta serie de Art Toys realizados con PVC reciclado y procesado para

eliminar las sustancias tóxicas. Algieri y Plummer crearon estos juguetes de diseño tan ideales que, sin duda, despiertan la imaginación y sugieren miles de historias.

Sus juguetes nos muestran personajes muy particulares, perfectos para coleccionar, llenos de vida y muy cómicos.

En sus animaciones deciden poner a prueba a esos personajes que alguna vez fueron juguetes, sometiéndolos a situaciones cotidianas con un desenlace inesperado.



Impact

se uso por primera vez en Egipto

70% de los subtítulos en los sueños son en

HELVETICA

17% de los banqueros en Tailandia usan

Gill-Sans

para sus tarjetas de presentación

Avant-Garde es también el nombre de una banda psychedelic-trans-power metal-alternativa-funk



el gato de Albert Einstein se llamaba



Didot

En la mitología griega

Verdana

era conocida como el arma letal usada en contra de ZEUS

cada 5 minutos

un diseñador sufre un

paro cardiaco

por el uso de la tipografía

Comic Sans

diseños ajenos

tipografías que debes de tener

Las tipografías son un herramienta muy útil para los diseñadores. Es importante tener en consideración la manía sobre las tipografías y tener un buen argumento e inteligencia al momento de utilizarlas. Las tipografías usadas en el diseño web son muy básicas y pueden aburrir al diseñador con el tiempo, existen algunos programas como el sIFR que te ayudan a insertar cualquier tipografía a una pagina web y darle un diseño mas interesante y novedoso.

Para los demás diseñadores, debemos contar con una colección amplia y variada al menos que seamos unos diseñadores excéntricos y diseñemos una tipografía especial para cada proyecto que realizamos.

En este artículo te mencionamos algunas tipografías que son gratuitas de descargar en tu computadora para que las incluyas en tu próximo diseño.

advent

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 100% {&}[!](?)-+=

zafino

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 100% {&}[!](?)-+=

BEBAS

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789 100% {&}[!](?)-+=

babel

abcdefghijklmno pqrstuvwxyz
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789 100 (!) ? -+

cash

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789 100 [!](?)-+=

champagne & limousines

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789 100% {&}[!](?)-+=

just the way you are

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789 100% {+}[!](?)-+=

eight one

abcdefghijklmno pqrstuvwxyz
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789 100 {&}[!](?)-+=

kenyan coffee

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789 100% {&}[!](?)-+=

LONG TALL SALLY

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789 100% {&}[!](?)-+=

remachine script

ABCDEFGHIJKLMN
 OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 {&}[!](?)-+=

oktober

abcdefghijklmno pqrstuvwxyz
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789 100% {&}[!](?)-+=

kg cold coffee

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789 100% {&}[!](?)-+=

Kyne morgan

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789 100% {+}[!](?)-+=

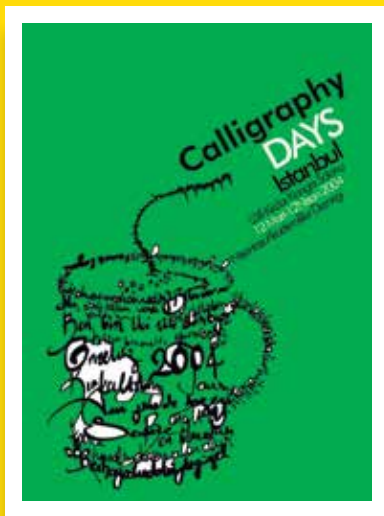
TELEGRAFICO

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

walkway

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTU-
 VWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789 100% {&}[!](?)-+=

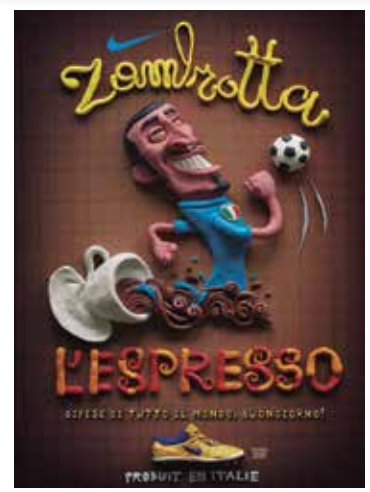
Para mas tipografias puedes consultar el link
<http://www.designyourway.net/blog/resources/top-87-fonts-a-designer-should-download/>
 que es de donde se recaudo la información de este artículo.

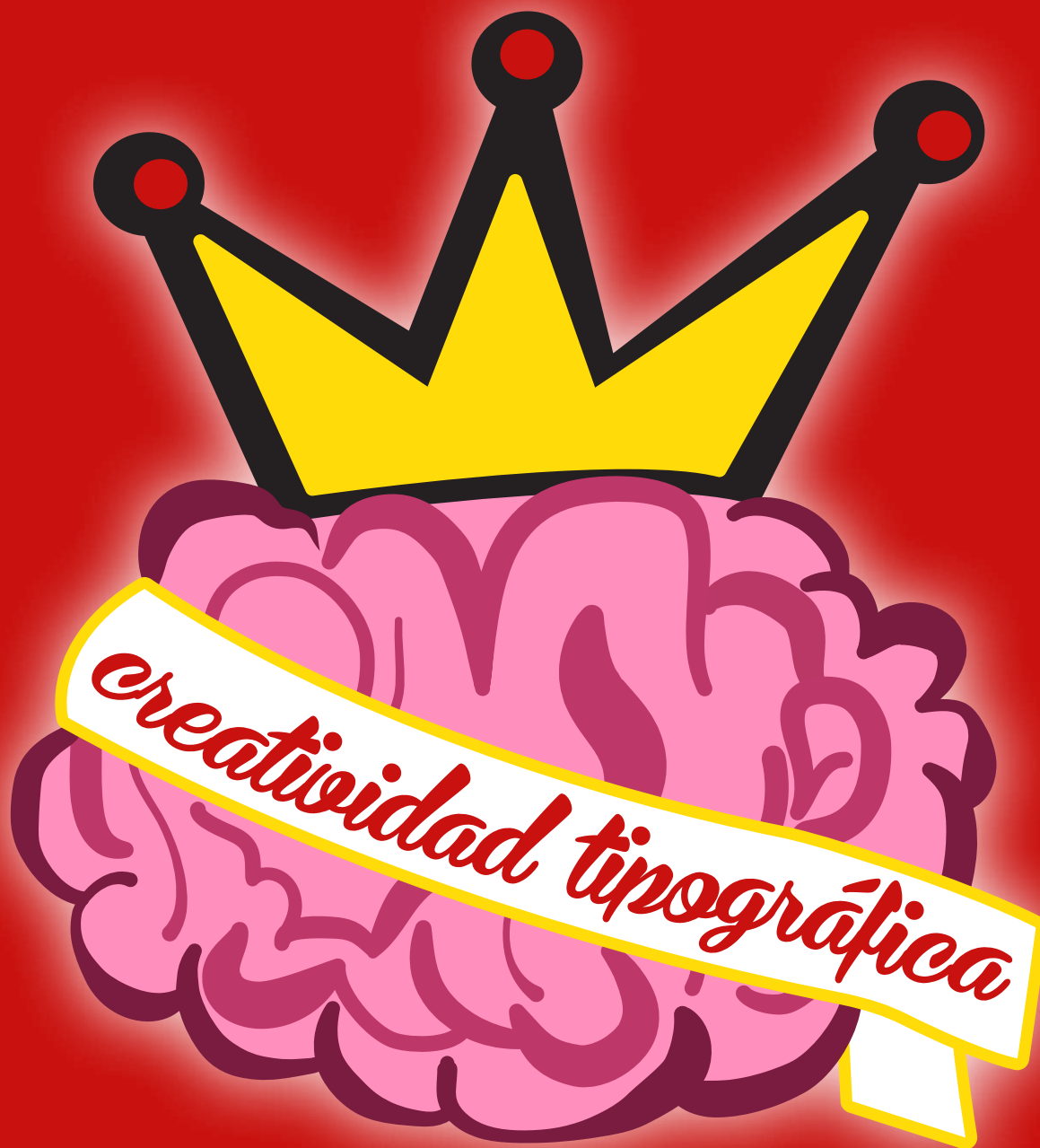


La tipografía es el oficio que trata el tema de las letras, números y símbolos de un texto impreso (ya sea sobre un medio físico o electromagnético), tales como su diseño, su forma, su tamaño y las relaciones visuales que se establecen entre ellos.

Es entonces que la Tipografía creativa contempla la comunicación como una metáfora visual, donde el texto no sólo tiene una funcionalidad lingüística, y donde a veces, se representa de forma gráfica, como si se tratara de una imagen.

Tipografía creativa en Publicidad





El primer paso para pensar creativamente acerca de la tipografía depende de una actitud mental y de almacenamiento de ideas.

Hoy, más que nunca estamos bombardeados por un flujo incesante de palabras e imágenes.

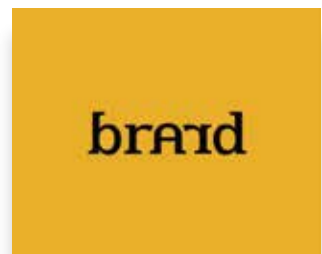
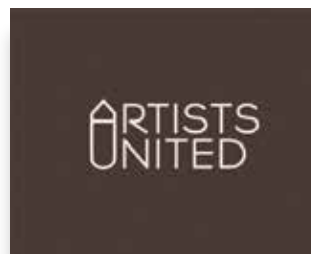
Debemos tener la capacidad de distinguir aquello a lo que como espectadores somos sensibles para saberlo aprovechar. Es importante siempre examinar las modalidades gráficas tanto en tiendas como en paneles publicitarios y registrar de modo consciente y crítico aquello que vemos.

La tipografía proviene del griego *típos*, golpe y *gráfo*, escribir) es el arte y técnica del manejo y selección de tipos, originalmente de plomo, para crear trabajos de impresión. Según el tipógrafo Stanley Morison la definió como:

Arte de disponer correctamente el material de imprimir, de acuerdo con un propósito específico: el de colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto escrito verbalmente.

creatividad en LOGOTIPOS tipográfica

Si creías que usar tipografía para publicidad espera ver estos diseños de logotipo tipografico los cuales estan resueltos de una manera muy creativa por diseñadores talentosos, donde nos muestran de una a dos palabras usando correctamente el negro, negativo, positivo, espaciado, los colores, acentos todo esto creando asociaciones interesantes.





DISÑO
CIENTO

DC COMICS™

DC Comics es una compañía editorial estadounidense dedicada a la realización y venta de cómics, fundada en 1934 con el nombre de National Allied Publications por Malcolm Wheeler-Nicholson, para luego tomar el nombre de DC Comics en 1937. Las iniciales DC son una abreviatura de Detective Comics, uno de los primeros títulos emblemáticos de la compañía.

Bajo esta marca han crecido grandes personajes ilustrados que le han dado un giro al comic, tales son el caso de Superman, Batman, la Mujer Maravilla, la Liga de la Justicia, Flash,Linterna Verde, Los Jóvenes Titanes y Watchmen. Durante décadas DC Comics ha sido una de las dos mayores compañías de cómics en Estados Unidos, siendo la otra su archienemiga Marvel Comics.

Pero ahora sí, ya conocida la marca, entraremos en el mundo del diseño gráfico, DC Comics decidió darle un giro a su identidad corporativa, pero vaya de qué manera!, pocas son las empresas que realmente han tomado decisiones que valgan la pena y esta es una de ellas.

Ahora estamos hablando de un diseño mucho más limpio, más de acuerdo a los tiempos actuales, por un lado recupera el grafismo, es decir, la marca escrita, utilizando para ello una tipografía en negrita de palo seco. Pero lo más interesante tiene que ver

con el isotipo o parte icónica de la marca, las letras D y C, las cuales se unen de una manera genial!.

Los diseñadores de Brainchild Studios mezclaron una C en 2 dimensiones con una D en relieve gracias a los degradados, una D que se dobla y se abre a modo de hoja de cómic, para dejar ver lo que hay en su interior, una clara alusión al mundo de los cómics.

Resulta además divertido por la cantidad de variaciones y que se le puede dar a este resultado.



DC Comics.



Discovery History.

¿CUAL ES TU OPINION?

Algunos dicen que se parece al logotipo de Discovery History.



1940



1941



1949



1970



1972



1974



1976



2005



DC COMICS™

2012

REVISTA
punto
linea

speedesign

Velocidad en el diseño

Resulta interesante pensar cuanto tiempo habrán tenido los diseñadores para realizar cada una de estas piezas de diseño. ¿Habrán contado con el *tiempo suficiente* como para encontrar la musa inspiradora? ¿Han modificado con el tiempo?

RELACIÓN DISEÑO-VELOCIDAD

Seguramente al escuchar el término velocidad, se te vino a la mente conceptos como carros, aceleración, tiempo, incluso con la fórmula matemática $\text{velocidad} = \text{metros sobre segundos}$, sin embargo la velocidad no esta tan ajena a nosotros ya que se encuentra a diario en nuestras actividades, y que decir en esta disciplina del diseño.

Y es que, los tiempos han cambiado, y aunque algunos estén esperando su encuentro con la musa inspiradora para crear piezas de diseño deben apurarla a llegar. Hoy en día los tiempos con los que contamos los diseñadores se van reduciendo de una manera significativa.



El logo de BMW corresponde a la representación de las hélices en movimiento del frente de un avión. Esto se debe a que el objetivo de sus fundadores no era el de crear una casa automotriz, sino el de dar vida a una fábrica de motores de avión.

El emblema de BMW se ha mantenido bastante constante a lo largo de su historia. Tan solo se han encontrado ligeros cambios en el color y la forma de su tipografía.

Porsche es una de las marcas de automóviles deportivos que ha mantenido más arraigada la estética de sus nuevos modelos. En esta misma línea de pensamiento, la prestigiosa firma alemana a lo largo de los años ha conservado el mismo logotipo en el capó de sus coches sin que se produjese el más mínimo cambio.



PORSCHE



JAGUAR

Desde que la empresa paso a ser llamada jaguar, su insignia se cambió por la de un jaguar saltando a través de las letras que forman el nombre de la compañía. El salto de este animal fue construido para representar la velocidad, la potencia y la agilidad que distingue a estos autos. Posteriormente y para estar en constancia con los tiempos que corrían, el antiguo logotipo de jaguar, sufrió algunos retoques. A través del arte digital, se le introdujeron pequeños cambios a la insignia como por ejemplo la estilización del animal.



LA VELOCIDAD Y LOS MENSAJES

De seguro alguna vez has escuchado la típica frase, ¿Para cuándo es?.. ¡Era para ayer! Es así que la lógica de la rapidez típica del mercado necesita generar su producción casi en lo instantáneo, esto se fusiona con el diseño exigiéndole al diseñador la creación de piezas novedosas y llamativas en un escaso periodo de tiempo.

Otro ámbito en el que aparece la fusión entre el diseño y la velocidad es en los mensajes. Gracias al uso de tecnologías como internet, Facebook, twitter la gente goza periodos de atención más cortos. Razones por las que los publicitarios y diseñadores nos la debemos ingeniar para conseguir generar mensajes cortos y de lectura veloz pero sin dejar de ser efectivos.

“Todos los esfuerzos de la sociedad se dirigen hacia el mismo lugar: **Conseguir cada vez más velocidad**”

PUBLICIDAD DE ALTA VELOCIDAD

La publicidad ha encontrado soluciones desde donde anunciarse. A si ha llegado a colocarse en grandes carteles de autopistas que no son más que una de las tantas muestras del fenómeno social que alude a la velocidad.

Ejemplo de ello son los espectaculares, donde, al aparecer en carreteras tienen una función muy importante, deben ser capaces de llamar la atención y hacer llegar el mensaje en cuestión de segundos mientras un conductor se encuentra manejando, así como este hay más ejemplos en los cuales es importante considerar el factor velocidad-tiempo, no sólo laboralmente, si no en todas tus actividades diarias.

PUBLICIDAD MAZDA



PUBLICIDAD MITSUBICHI



Starbucks

REDISEÑA SU LOGOTIPO



Uno de los primeros re-diseños de imagen que más dió de que hablar en 2011 fue presentado por la cadena de cafeterías mas conocida y grande del mundo.

Starbucks llegó a su aniversario numero 40 en marzo de 2011 y para celebrarlo ha re-diseñado su imagen, la cual no mostraba cambios trascendetales desde 1992.

La nueva versión del logo se conserva de la mejor manera en la tradición de los elementos principales que lo componen, ellos son: la sirena y el color verde, creando a una versión mas sencilla y limpia sin perder en ningún momento su principal aporte al reconocimiento masivo de la empresa frente a sus clientes alrededor del mundo.

Historia tras la *nueva imagen*

Diseñado por Terry Heckler en 1971, la sirena icónica que en el se muestra, esta basada en un grabado en madera del siglo XV que representaba las sirenas de la mitología nórdica. Al evocar el trabajo de la madera y mezclarlo con una forma femenina, la imagen encontró rápidamente la aceptación de los clientes locales. Principalmente hombres que trabajaban en la industria portuaria de Washington.

Sin embargo, la imagen pronto se encontró enfrentado nuevos desafíos. ¿Cómo colocar una sirena de pechos desnudos al lado de un camión que deambularía la ciudad? ¿Eliminarla? La decisión tomada fue modificar la forma y el largo del cabello para que este recubriera el hasta entonces torso desnudo de la sirena, con un estilo más limpio y estilizado.

Años después, la sugestiva pose de la sirena, se convirtió en otro desafío para la marca, principalmente durante su expansión por los Estados Unidos. Un *re-diseño* que originó el acercamiento de la sirena, para evitar mostrar sus "extremidades" y darle mayor importancia a su rostro, ese es el principal atractivo de las sirenas.

El logotipo de Starbucks que el mundo conoce se centra en el rostro cálido y acogedor de la sirena, en lugar de su cuerpo.

El esquema aun utilizado de sello, enmarca una de las identidades corporativas más famosos del mundo. *La historia de la modificación Heckler y las razones de cada nuevo diseño del logotipo representan la evolución del marca a través del tiempo.*

Lo mas importante de la nueva imagen es la desaparición del nombre de la marca "Starbucks" y su producto principal, café "coffee" así como el círculo definido que acompañaba la imagen desde sus inicios. La nueva imagen de Starbucks le da más importancia a la sirena, liberándola del anillo que la encerraba y haciéndola aún más acogedora como imagen de bienvenida.

La desaparición de la palabra "coffee" llega en un momento en el que la marca se posiciona no solo como un distribuidor de café, sino como un estilo de vida, además de una gran cantidad de productos que son producidos y distribuidos por la marca, lo cual en algunos países llevaba a agregar la palabra té o bebidas a base de café, en su imagen, haciéndolo perder identidad. Más allá de todo Starbucks ya se ha convertido para el mundo un sinónimo de café y la estrategia es continuar diversificando sus productos.

El nombre de la marca Starbucks desaparece del elemento principal de la imagen,

dándole más importancia al símbolo de la marca antes que a la tipografía, esto permite un mejor posicionamiento a nivel mundial al no involucrar directamente ningún texto y dándole a la marca un estatus de símbolo mundial multicultural y universal. Algo así como la M de McDonalds, la cual todos reconocemos.

En este momento la marca se enfrenta a uno de los cambios de identidad mas trascendentales que ha tenido con la versión de 2011. Un riesgo que no ha sido dejado al azar y que es el resultado de más de 2 años de investigación por parte de su equipo de imagen y diseño. Muchos pueden decir que es un gran riesgo no mantener su nombre en la nueva versión, pero al ser una marca tan mediatizada como lo es, además de la gran presencia online que tiene, la estrategia lo debería llevar a no tener ningún problema con ello, además conserva la misma línea de marca de siempre.

Como bien lo dijo su sitio de internet, la nueva imagen de Starbucks está disponible en sus productos y cafeterías en primera medida a partir de Marzo de 2011 y se esperaba que reemplazara por completo la imagen anterior a mediados del mismo año, incluyendo todo tipo de productos derivados.



¡Design Blogs que debes

Como diseñadores, estar actualizados constantemente es sumamente importante checar tendencias, nuevos estilos, así como herramientas novedosas es primordial en nuestra formación.

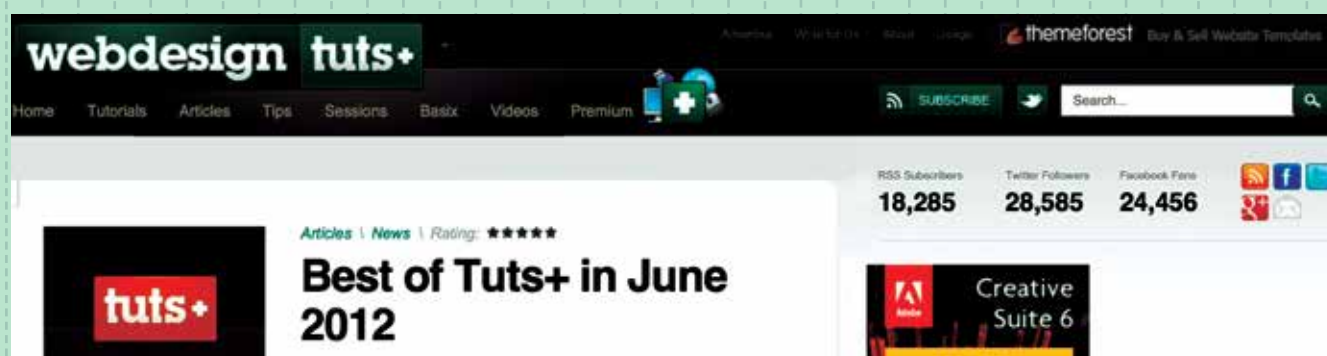
Sin embargo, en la web existen miles de blogs y sitios sobre diseño, de los cuales, quizá pienses que sería algo sencillo seguir a cada uno de ellos por igual, sin embargo, de seguro acabarías en todo un lío de información.

Es por eso que, el popular sitio americano “**ColourLovers.com**” enfocado mayormente sobre tendencias y recursos para diseño gráfico, recientemente publi-

có una la lista, la cual contiene tanto blogs como sitios en la web con mayor contenido y calidad, así que por lo tanto, no debes de perderte este 2013.

En ellos encontrarás información como tutoriales, inspiración, tendencias, concursos, novedades, así como recursos para cada una de las ramas que el diseño gráfico ofrece.

Así que, ¡te aconsejo que no dejes pasar la oportunidad de echarle una ojeada a esta fantástica lista! ¿Quién sabe? podría ser que ella encuentres la respuesta a muchas de tus dudas o la inspiración para tu siguiente diseño u entrega.



1. Webdesign Tuts +

<http://webdesign.tutsplus.com/>

Personalmente es uno de mis favoritos, además de contar con un contenido realmente extenso, especialmente en tutoriales, tanto gráficos como en video, cuenta con una gran fuente de recursos así como

artículos, tips y una sección especial llamada: **Tuts+Premium**.

Mayormente este blog se enfoca en el diseño web, ilustración y manipulación digital de fotografías.

seguir este 2013!

Tendencias, Recursos e Inspiración...

2. Designzzz

<http://www.designzzz.com/>



Además de contar con una variedad de recursos y tutoriales, **su mayor calidad se encuentra en sus artículos e inspiración**, los cuales se muestran como una fuente de información sumamente enriquecedora.

Divido en secciones como “arte digital”, “fotografía”, “diseños” e “ilustraciones” muestra una gran cantidad de tips, así como entrevistas y consejos impartidos por diseñadores y personajes dedicados al mundo del diseño gráfico.

3. Cool Hunting

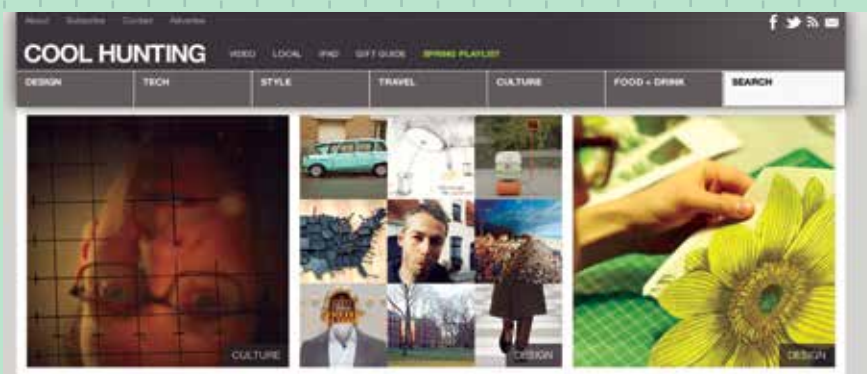
<http://coolhunting.com/>

Principalmente se enfoca en novedades y tendencias mundiales, sin embargo no sólo comparte noticias sobre el diseño en general, sino que también muestra tecnología, viajes, productos, cultura y estilos.

A su vez comparte eventos de carácter cultural mundial, tanto de diseño como de otras artes las cuales complementan el campo gráfico.

Fuente: <http://www.colourlovers.com/>
Redacción: Isabel Rodríguez

Imágenes:
<http://erretres.com>,
<http://trade.nosis.com>,
<http://avexdesigns.com>



En este artículo sólo te hemos mencionado tres blogs elegidos por su servidora, sin embargo, ¡ColorLovers.com se encargó de realizar una lista de los 100 mejores blogs! Colocaremos el enlace abajo de ésta sección,

¡así que no dejes de pasar la oportunidad de darle una ojeada!, ya que no sólo te sacará de varios apuros, si no probablemente notarás que realizar tu siguiente diseño será una tarea más sencilla.

<http://www.colourlovers.com/web/blog/2013/01/30/design-blogs-to-follow-in-2013-infographic>

Tutoriales

Pequeños tips con grandes resultados



Crear una Pagina Web con HTML5

HTML5 establece una serie de nuevos elementos y atributos que reflejan el uso típico de los sitios web modernos.

En este tutorial aprenderemos los principios básicos de como programar paso a paso una pagina web en HTML5.

Link:

<http://tinyurl.com/c6cu7aq>

Taller para redactar artículos de opinión

Como Diseñadores Gráficos a veces se nos podemos llegar a redactar artículos de opinión sobre diversos temas (no necesariamente de nuestra rama) en la siguiente conferencia nos muestran diversos tips y experiencias ante situaciones reales de como mejorar nuestra redacción.

Link:

<http://youtu.be/xe7rozLyELc>





10 muestra de portafolio de diseñadores Freelance

Excelente link donde podemos apreciar diferentes maneras de presentar nuestro portafolio de trabajo, no se lo pueden perder.

Link:

<http://tinyurl.com/asyc938>

Sitios de Interés

- www.photoshoptutorials.ws
- <http://www.tutorialized.com>
- <http://www.good-tutorials.com>
- www.flashperfection.com
- 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

¿Buscas algún Tutorial en especial?

Si deseas algún Tutorial/Guía o Tips en concreto háznoslo saber enviándonos un correo.

Escribeme a:

wenzelneudert@gmail.com

GOOGLE GLASS



El producto Google Glass Explorer Edition estará disponible para los desarrolladores de Google I/O por \$1500 el año 2013, mientras que la versión para consumidores estará lista en el 2014. El propósito de Google Glass

sería mostrar información disponible para los usuarios de smartphone sin utilizar las manos, permitiendo también el acceso a Internet mediante órdenes de voz, de manera comparable con Svoice o Siri, característica del iPhone. El sistema operativo será Android.

Project Glass es parte del Google X Lab de la compañía, que ha trabajado en otras tecnologías futuristas, como un vehículo autónomo. El proyecto fue anunciado en Google+ por Babak Parviz, un ingeniero eléctrico que trabajó poniendo las pantallas en las lentes; Steve Lee, manager del proyecto y “especialista en geolocalización”; y Sebastian Thrun, quien desarrolló Udacity y trabajó en el proyecto de piloto automático para coches Google Car. Google ya ha patentado Google Glass.

Google Glass es un proyecto increíble, que nos hace creer que por fin estamos viviendo uno de esos futuros prometidos en el que los coches vuelan, tenemos colonias en la Luna o que podemos teletransportarnos de un sitio a otro en segundos. Es un futuro prometido en el que el acceso a la información está ahí, es transparente y Google Glass en cierta forma permite acceder a ella. Glass es el primero de una nueva clase de elementos tecnológicos. Imposible de entender por algunos, indiferente para otros, excitante para unos más. Al ser el primero de su clase, las preguntas que se ciernen sobre este aparato no son pocas. Y es que al final, colectivamente tenemos que pensar en que se trata de una herramienta, como tal podría ser usada para no tan buenas utilidades como Google nos ha mostrado en varios vídeos.

PROTOTIPOS

Aunque las gafas de realidad aumentada no son una nueva idea, el proyecto ha conseguido la atención de la prensa por tener un diseño más fino y ligero que otros prototipos y ser desarrollado por Google. El primer prototipo de Project Glass se parece a un par de gafas normales donde se han sustituido las lentes por pantallas.

The New York Times publicó que las gafas estarían disponibles al público “más o menos al precio de un smartphone normal” a finales de 2012,¹⁵ pero otras publicaciones afirman que las gafas van a tardar más en estar a la venta. El producto se empezó a probar en abril de 2012.



TECNOLOGÍA OLED

Así de increíbles son las pantallas flexibles de Samsung



La compañía surcoreana Samsung iniciará la producción en masa de un móvil con pantalla flexible a principios de 2013, según ha adelantado The Wall Street Journal.

El rotativo estadounidense señala que se trata de una pantalla hecha de plástico, no de vidrio, lo que proporcionaría al terminal mayor resistencia a los golpes y a las caídas haciéndolo casi irrompible.

Samsung siempre ha tenido en mente añadir este tipo de pantallas a móviles, “smartphones” incluso tablets y al parecer no queda mucho para que los usuarios puedan verlo.

Según ha confirmado una fuente cercana a Samsung al diario estadounidense, la surcoreana está en la última fase de desarrollo de las denominadas pantallas flexibles para dispositivos

móviles y espera que se lancen en el primer semestre de 2013.

Brian Berkeley, quien encabeza el laboratorio de pantallas para Samsung Electronics Co. en San José, California, mostró el prototipo de teléfono, que consiste en un paquete duro del tamaño de una caja de fósforos, con una pantalla a colores del grosor de una hoja de papel.

La pantalla no parece tan flexible como para doblarse como una hoja de papel, pero sí lo suficiente para enrollarse. La compañía también mostró un video de un concepto futuro, con un aparato del tamaño de un teléfono que se abre como un libro y deja ver una pantalla del tamaño de una tableta.



La compañía mostró la novedad el miércoles durante una presentación en el marco de la feria International CES de dispositivos electrónicos en Las Vegas.

Una de las ventajas de la tecnología OLED es que permite pantallas mucho más finas que la LED convencionales. Samsung ha aprovechado esta característica para profundizar en el desarrollo de unas pantallas flexibles que podrían revolucionar la industria.

La surcoreana presentó sus progresos en este campo en el CES 2013 que se celebró la pasada semana en Las Vegas. En una de sus ruedas de prensa, enseñó la pantalla, que ya tiene nombre, Youm, y varios conceptos y prototipos.

La pantalla tiene un grosor ínfimo y permite jugar con diferentes diseños como no es posible con la tecnología actual. Un directivo de Samsung primero hizo una demostración con una pantalla funcional en la que se reproducía Need for Speed Most Wanted.



Mucho más sorprendentes son otros conceptos, como una especie de listón en el que se enrolla una pantalla. Dicho dispositivo tiene unas dimensiones prácticamente de un bolígrafo,

pero la pantalla se puede desenrollar para adoptar el tamaño de un tablet.

Sin embargo, en el prototipo que más se centró la surcoreana

fue en un híbrido de teléfono y 'tablet', un 'phablet', o tabléfono, como propone Fundeu. Se trata de un 'gadget' que se dobla por la mitad y tiene dos pantallas.



LA GUERRA DE LOS SMARTPHONES

EL CONTRAATAQUE DE SAMSUNG: EL GALAXY S4

Señores, la guerra continúa. Samsung y Apple siguen peleando por quién es más innovador tecnológicamente y qué compañía se lleva el pedazo más grande del pastel.

Apple lanzó su iPhone 5 al mercado el pasado mes de septiembre. Desde entonces, ha tenido casi medio año para tomar algo

de ventaja respecto a Samsung. Pero la firma coreana no quiso dar más ventaja a la competencia al presentar al nuevo integrante de la familia, el Samsung Galaxy S4, en un evento realizado en el Radio City Music Hall en Nueva York el 14 de marzo.

Planteado como el gran rival del iPhone 5 y con funciones increíblemente nuevas y atractivas, el Samsung Galaxy S4, busca posicionarse en la mente del consumidor como primera marca en cuanto a tecnología y mantenerse allí dentro del segmento de teléfonos inteligentes. Algunos rumores han sugerido que el nuevo teléfono inteligente llegará a Europa en abril, mes en que también se espera que llegue a México. Se dice también que llegará a los Estados Unidos en mayo o junio. Estas fechas se alinean con el lanzamiento de el Samsung Galaxy S3. Poco

después del lanzamiento de este producto, Apple salió a destacar los beneficios de su iPhone 5 por medio de un sitio llamado “¿Por qué el iPhone?” En esta página se destacan diferenciales relacionados con la duración de la batería, la conectividad LTE, el asistente de voz Siri, entre muchos otros.

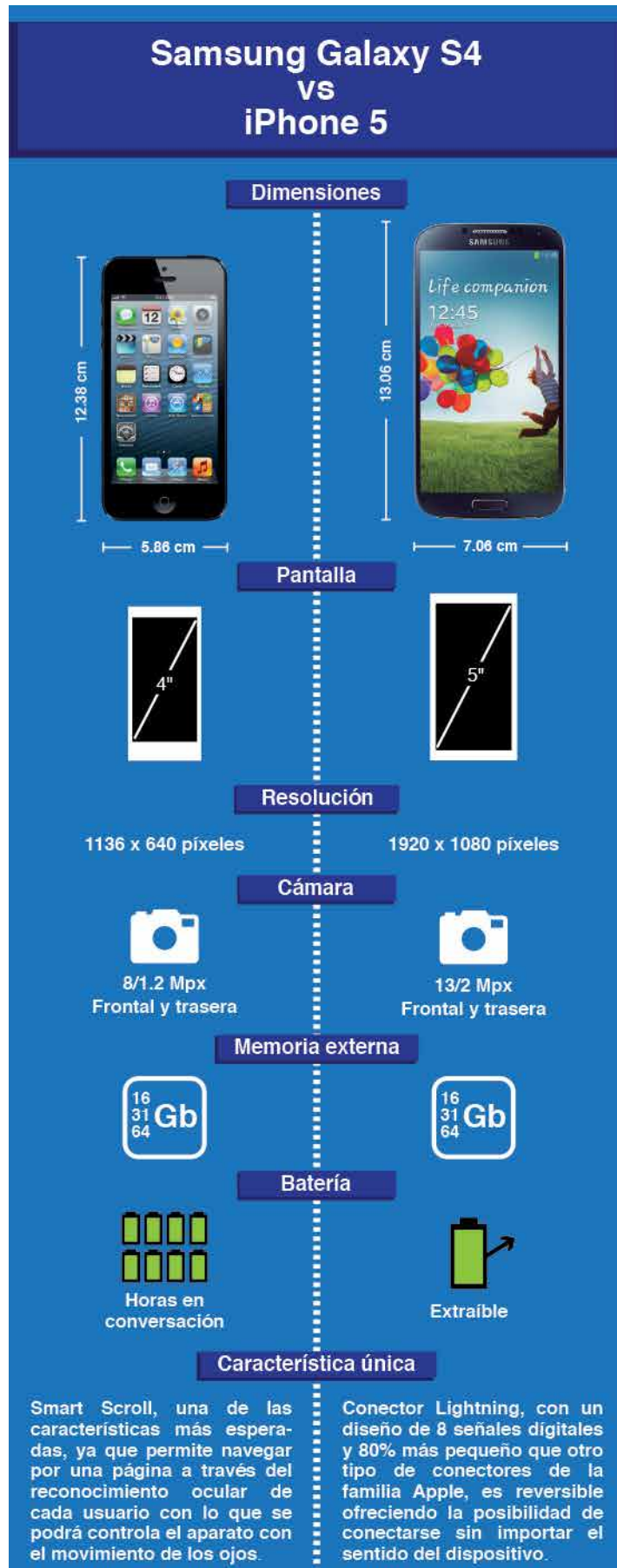
Esta agresiva estrategia de comunicación basada en potenciar las fortalezas y remarcar las debilidades de la competencia es propia de Apple, que siempre se ha caracterizado por atacar al líder imperante en el mercado.

Más allá de esta lucha por liderar la tecnología, el mercado tiene sus propios números. Según la consultora Strategy Analytics, en 2012 la empresa surcoreana vendió 213 millones de teléfonos inteligentes en todo el mundo, mientras que la compañía californiana vendió 135.8 millones.

Mientras tanto, en los Estados Unidos, el iPhone continúa al frente en las ventas. En el último trimestre de 2012 se convirtió por primera vez en la mayor vendedora de teléfonos móviles en territorio norteamericano. Los analistas estiman que 2013 también se inclinará a favor de Samsung, alcanzando el 33% del mercado, en tanto que Apple mantendrá el 21%.

Evidentemente la guerra entre estas dos marcas lleva los avances tecnológicos a los extremos, por lo que la rapidez de los movimientos y desarrollos de ambos gigantes perfilan en un mercado cada vez más competitivo.

Ya que el Galaxy S4 y el iPhone 5 son los smartphones más potentes del mercado actual, se antoja hacer comparaciones como la que se presenta a la derecha, quedando el ganador a juicio del lector.



Los 10+ Anuncios en la historia de la mujer



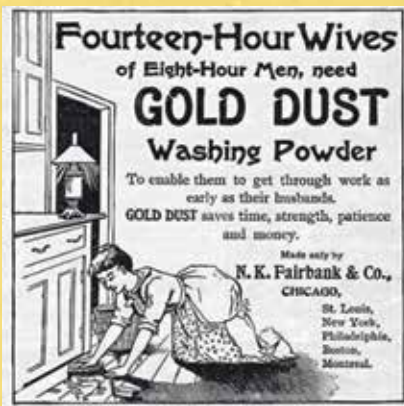
Durante décadas, los anunciantes y los publicitarios han explorado diferentes maneras de representar a la mujer en la publicidad para meterse en el bolsillo al consumidor.

Y podríamos decir que sus estrategias han funcionado.

Pero la manera en que la mujer es retratada en la publicidad ha cambiado a la lo

largo de los años y lo ha hecho porque también ha cambiado la visión que la sociedad tiene de la mujer.

Con motivo de la celebración del Día Internacional de la Mujer, les ofrecemos a continuación varios anuncios que nos muestran la evolución de la imagen de la mujer en la publicidad durante el último siglo.



1893

Por aquel entonces comenzaron a surgir en Estados Unidos las primeras asociaciones a favor del sufragio femenino. Sin embargo, y como demuestra el siguiente anuncio, el lugar de la mujer parecía seguir estando en la cocina, muy lejos todavía de las urnas.



1900

Las mujeres seguían luchando por aquel entonces por defender su derecho a votar, pero los anunciantes seguían sin tomarse demasiado en serio sus reivindicaciones. Prueba de ello es este anuncio, en que la expresión "declaración de independencia" aparece matizada con unas nada inocentes comillas.



1943

Este anuncio, creado por J. Howard Miller para Westinghouse Electric, donde presenta a Rosie the Riveter.

Rosie es un icono cultural en los Estados Unidos y representa a millones de mujeres que ocuparon los puestos de los hombres en las fábricas mientras estaban en la Segunda Guerra Mundial.

Este cartel publicitario en estilo vintage captura los geniales diseños que las compañías usaban para promocionar sus productos en el siglo 20.

En los años 80 este anuncio sería recuperado por el movimiento feminista por su especial fuerza.



1950

Con la pregunta “¿Quién dice que éste es un mundo de hombres?”, TWA se atrevió en los años 50 a desafiar a aquellos que seguían pensando en las mujeres como meras amas de casa.



Sin embargo, anuncios como éste se empeñaban en contradecir que el mundo estaba poblado por algo más que hombres poderosos y mujeres sumisas.



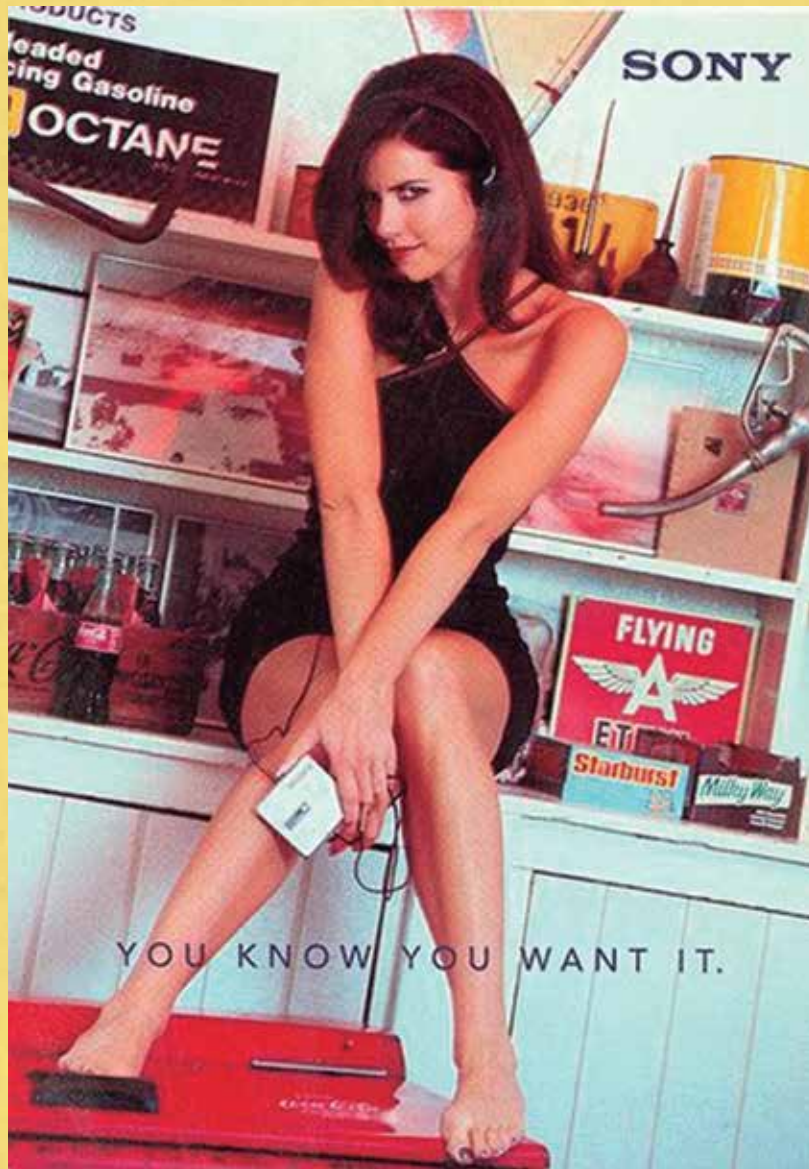
1960

En los años 60 las mujeres podían ya votar, estaban liberadas sexualmente y eran intelectualmente relevantes, pero, eso sí, no podían permitir que sus cuerpos tuvieran forma de pera.



1980

Llegan los 80 y hace su aparición un nuevo tipo de mujer, una mujer que es madre trabajadora y que lleva trajes masculinos.



1990

En los 90 comienza la era de la imagen hipersexualizada de la mujer en la publicidad.



2004

Ogilvy & Mather se marcó un tanto con este anuncio para Dove protagonizado por mujeres “reales” con curvas “reales”. Sin embargo, las malas lenguas aseguran que, pese a la naturalidad de las protagonistas de esta campaña, Ogilvy & Mather y Dove también recurrieron en ella a Photoshop.



2012

Actualmente la sensualidad y la belleza de la mujer siguen siendo explotados dentro de los anuncios, pero ahora se muestra una independencia y el concepto de que las mujeres pueden ser todo: mamá, empleada, empresaria, esposa, amiga, etc.

LA ETERNA

VERSUS

¿Cuál es el punto preciso entre diseño gráfico y arte?

El diseño gráfico y el arte tienen muchas características que los vinculan, al final sus objetivos y lo que logran van por senderos muy separados.

Algunos dicen que es igual, otros que no, otros hablan sobre una relación que lleva a la perfección y otras tantas cosas. Hace algún tiempo me empecé a preguntar cual era el punto en el que arte y diseño se relacionan, que los une, que los separa, como funciona, etc. En otras palabras ¿Cuál es el punto preciso entre diseño y arte?

El hecho de ponerle concepto a una pieza gráfica, o de concebir una pieza gráfica bajo un concepto, no hace que estas se convierta en diseño gráfico. En otras palabras, si lo único necesario para hacer diseño fuera el concepto no servirían de nada las leyes y reglas visuales, de comunicación, o los conceptos de tipografía y color, etc.



ARTE

Es la manera de expresar una visión personal de algo real o imaginario, mientras que el diseño es el proceso de crear algo con el fin de ser usado por el humano.

Los artistas muestran lo que tienen dentro, muestran sus sentimientos, sus vivencias, muestran lo que son.

CONCL

Por más que muchos elementos artísticos sean usados en diseño, nunca se va a encontrar ese "punto preciso", ya que estos elementos van y serán usados bajo una perspectiva diferente dentro de lo que es diseño y arte.

Aunque el arte y el diseño sean dos cosas diferentes como lo vimos

ARTE V

CONTROVERSIAS

¿ARTE O DISEÑO?

DISEÑO

Este proceso de crear algo, se refiere a comunicar el mensaje a un público determinado.

El diseñador muestra a la persona como es, da un mensaje para que todos lo entendamos, crea iconos, señales, signos y símbolos para que todos veamos claramente un concepto.



USIÓN

anteriormente, hay una cosa en la que sí coinciden y tienen en común:
La Estética.

No existe obra o diseño existoso que carezca de estética, ya que sin ésta, el "diseño" u "obra" no provocarían nada al público o espectador.

S DISEÑO

FOTOGRAFÍA

José Enrique Vizcarra R.

5

Sé parte de la escena al tomar una foto, no un observador

9

La simplicidad es la clave

13

Los mejores amigos
Fotografía y
Yuxtaposición

6

Subexponer 2/3 del stop al disparar en plena luz del día

10

Utiliza la luz a tu favor

14

Siempre es mejor subexponer que sobreexponer

7

Suscríbete a un club de fotografía

11

Crea tu estilo de fotografía

15

La composición de fotografía y pintura son similares

8

Una buena foto no requiere de una explicación

12

Aprende a leer un histograma

Eréndira estudió en la Unison la Lic. en Artes Plásticas con especialidad en pintura. Ha participado en exposiciones dentro y fuera del país en colectivas e individuales, ha diseñado y realizado escenografías para teatro para diferentes directores y compañías de teatro.



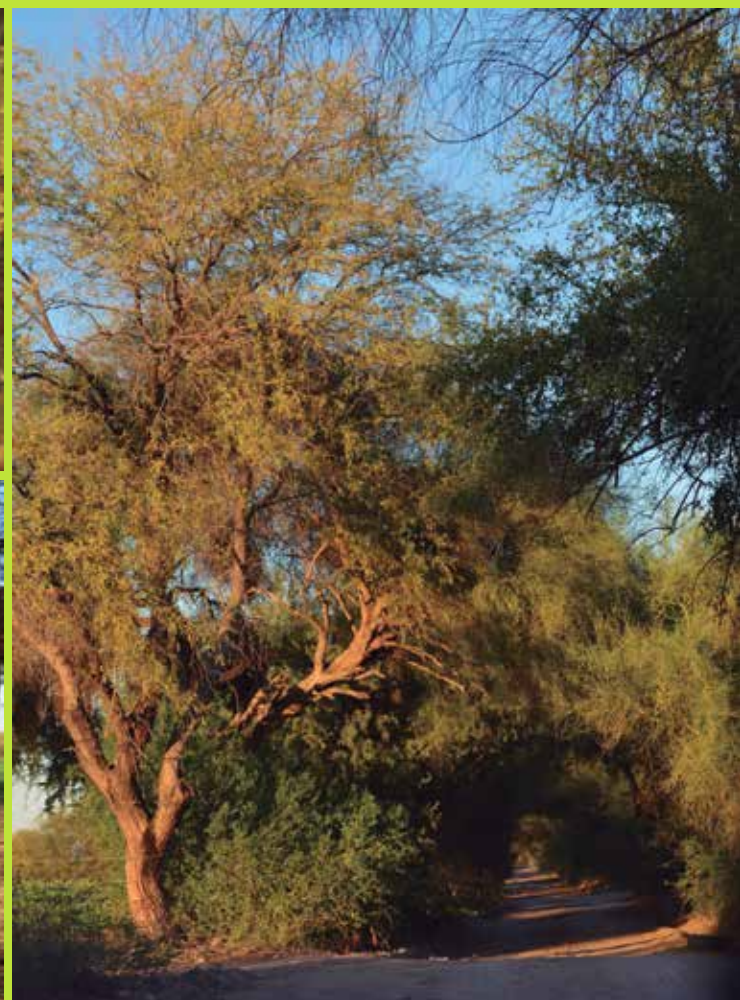
Eréndira Treviño

Artista plástico

Actualmente dá clases en la Unison a alumnos de la Licenciatura en Diseño Gráfico, y también imparte clases de artes plásticas en el ITH.



2013
Sonora, México.





2013
Hermosillo, Sonora.



2012
Kino, Sonora.



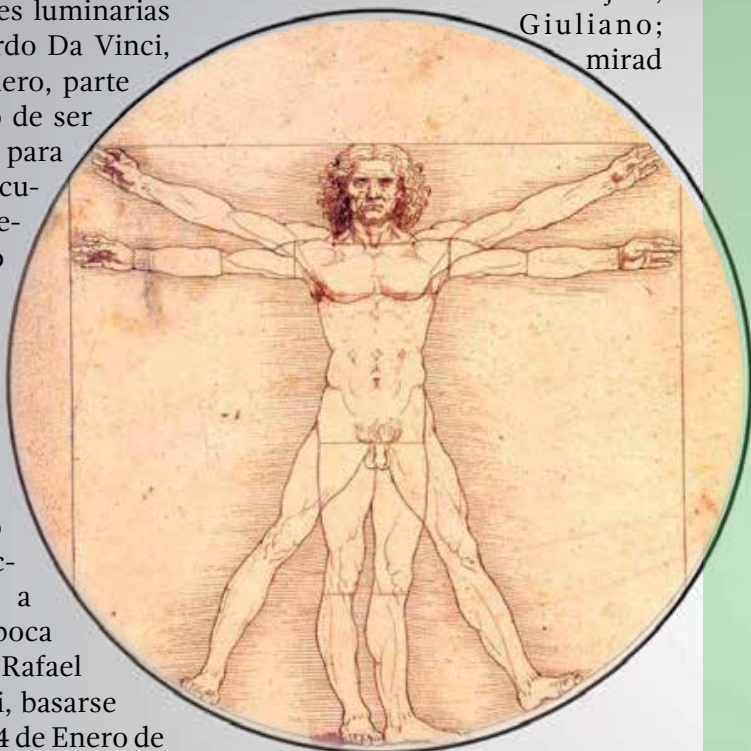
Cuando se empieza una ilustración lo más importante es tener la seguridad que tu trabajo será el mejor que hayas realizado, ya que sin confianza no tendrás buenos resultados.

Consejos del Lápiz

La anatomía es básica para el dibujo de personajes. No se puede dibujar a un ser humano si ni se sabe como es. Grandes luminarias del arte como Leonardo Da Vinci, dedicaron mucho dinero, parte de su vida y el riesgo de ser juzgados y ejecutados para poder comprender el cuerpo humano. El modelo estético anatómico ideal que tenemos en el arte occidental está basado en las proporciones que utilizaron los griegos en su arte.

En el renacimiento hubo un hecho espectacular que facilitó a los artistas de esa época como Miguel Ángel, Rafael y Leonardo Da Vinci, basarse en estos estudios. El 14 de Enero de 1506, en Roma, Italia, el ciudadano agricultor Felice de Fredis estaba trabajando en su viña, escarbando para hacer un pozo y encontró una escultura de mármol, la noticia se regó como pólvora llegando a los oídos del Papa Julio II, el cual envió al arquitecto Giuliano de Sangallo, para variar los vagos de Leonardo y Miguel Ángel, Da Vinci ya estaban en el lugar. Miguel Ángel saludó a su compadre Giuliano de Sangallo diciendo.

“¿Quién dice que los griegos no conocían a fondo la anatomía?” se acerco a la estatua mientras tocaba el relieve muscular” -fijaos, Giuliano; mirad



como se contraen los músculos del abdomen.”

“Es el Laocoonte” (un gran personaje de la historia griega), dijo sangallo, y acto seguido salió corriendo para llevarle el chisme al Papa.

Poco tiempo después llegó el santísimo padre. Todo el mundo guardó silencio y se arrodilló, menos Miguel Ángel que estaba parado con los brazos cruzados viendo la estatua.

Ante la expectación general, el Papa caminó de tras del lado derecho del hombro de Miguel Ángel y quedo al lado de él. Todavía en su trance sin haber notado la presencia del Papa, Miguel Ángel habló:

“-Este es el hombre que Dios creó, hecho a imagen y semejanza de Él mismo- y añadió conmovido. ”- ¡Alabado sea su autor, por los siglos de los siglos!”

El Papa se arrodillo y respondió:

“-Amén.”

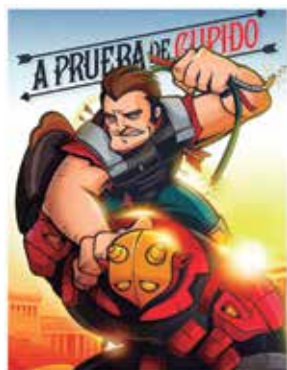
Las mediciones que estableció Leonardo Da Vinci, como las del hombre perfecto son tomadas de la medida de la cabeza del boceto como patrón. la estatura de un ser humano debe medir el equivalente de la suma de ocho cabezas y media (y luego se quejan de las proporciones largas de los personajes de manga), la mayoría de los dibujantes modernos utilizan la medición de siete cabezas y media para dibujar el cuerpo humano, en niños y personajes de baja estatura se usan de cinco hasta seis cabezas. Otra de las reglas estéticas es que la mano de la persona mida lo mismo que la cara, obviamente que es solo

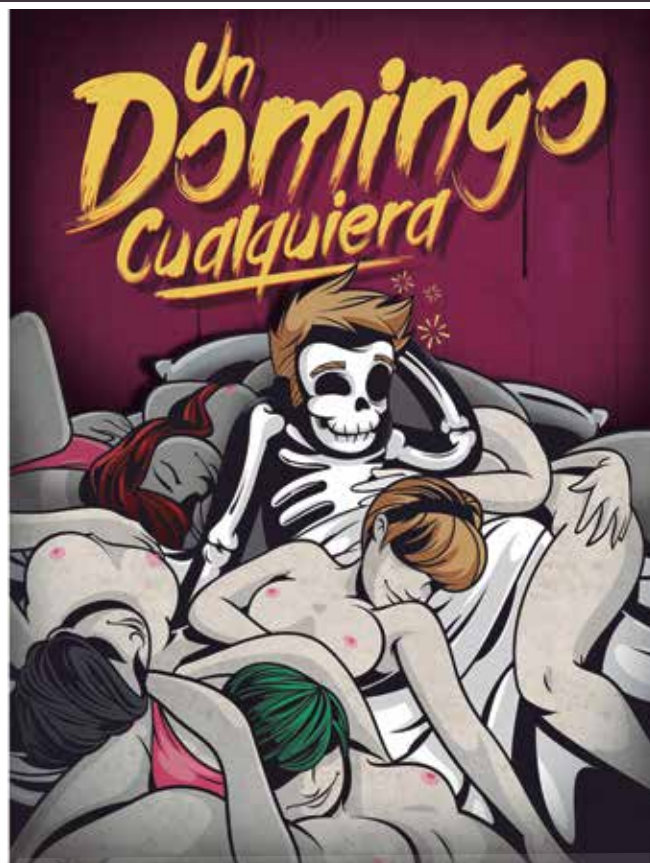
un adorno estético ya que pocas personas de manos y dedos largos tienen esta característica en la realidad.



Sr. CUCHO

ILUSTRADOR





Julio Mendoza es joven profesionalista al que le apasiona el ilustrar y compartir su trabajo con el resto. Natal de Ciudad Obregón y egresado de la UNO (UVM) de la carrera de diseño gráfico, actualmente Julio ejerce exitosamente como ilustrador y nos ha contado un poco sobre el mundo del gran Señor Cucho.....

¿Cómo empezaste a dibujar?

Desde muy chiquito estoy rayando donde sea, muchas veces mis hermanos se metían en problemas pero yo no porque siempre estaba dibujando. Tienes que sentir una pasión por el dibujo para poderlo sacar adelante. Te vas superando.

¿En qué te inspiras?

Mis ilustraciones vienen de ver el trabajo de los demás, la música y cuando se me ocurren frases, se forman algunos personajes o ideas pero siempre primero se me ocurre alguna frase, algo chistoso o escojo algún tema y en base a eso empiezo a bocetar. El boceto fino es a lápiz y de ahí empezamos la vectorización y es cuando veo lo que quiero hacer muchas veces lo empiezo en Illustrator y lo termi-

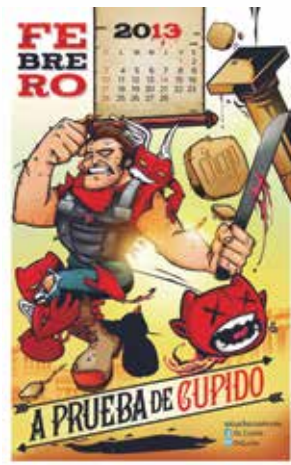
no en Photoshop, dependiendo del efecto que le quiera dar.

Primero se me viene la frase y luego ya me imagino la ilustración. Por ejemplo este de un domingo cualquiera es un personaje que me viene de un capítulo de los Simpson, cuando Homero se va al infierno y le dan rosquillas y decían que el otro sujeto a la decima rosquilla se volvió loco y Homero come y come... Entonces primero la frase fue “un domingo cualquiera” y es un sujeto que se muere, y por vivir una vida de holgazán su infierno va a ser vivir un domingo todos los días pero en lugar de volverse loco, el hace como Homero y lo disfruta entonces es vivir todos los domingos como el los vive.

¿Has tenido algunos problemas por tus ilustraciones?

A través de las ilustraciones te expresas, pones un poco de comedia, la gente se ríe no se ríe pues no le puedes dar gusto a todos pero siempre sin faltar respeto, que yo lo piense no significa que sea la verdad, entonces se tiene que cuidar eso y trabajar en una agencia te enseña mucho eso, prefiero ser apreciado y vivir la fiesta en paz.

“Trato de no encasillarme y ser versátil.”



¿A qué ilustradores admiras?

El primero que vi y yo dije es enserio se puede hacer esto? y tenia 18 años y ni sabia usar la computadora, fue Jorge Alderete y su trabajo empezó muy expresivo, haciendo tributo y haciendo lo que el quería con sus ideas y de la nada ves sus trabajos en tenis nike y te quedas ooh yo quiero y también hay otros como Alberto cerriteño que el me acuerdo cuando recién vi su trabajo todavía no tiene la fama que tiene ahorita que ya salió en portadas y entonces ves el progreso y dices este bato le dio le dio le dio, y hubo otros como Mr. Kon algunos conferencistas cuando íbamos al creativo pero si el primero fue Alderete hay por ejemplo hay otro gringo idos74 y van creciendo tus expectativas y repito, no estoy diciendo que el trabajo es mejor que el otro pero al ver cosas nuevas no te encasillas en algo y vas agarrando mas tips y sabiendo más cosas, creciendo.

¿Qué proyectos tienes a futuro?

Pues la verdad este tipo de cosas como esta entrevista o que ya me han invitado a dar platicas, por el momento, en el estado. Pero si quisiera que se expandiera más, a lo que me refiero es el que te inviten a dar una conferencia, eso es lo que te tiro ya me dieron mi moneda Béhance estoy muy orgulloso de eso, como platicas todo lo que se pueda para darme a conocer y decirles a las personas lo que hago y que se inspiren en lo que estoy haciendo eso es lo que me mata, me tiro de condorito, lo que venga lo mejor para poder hacerme crecer porque la verdad el nombre pesa y es lo que quiero.

“Cuido lo que voy a interpretar y lo investigo, es como cuando no sabes si una palabra lleva o no acento y vas a Google.”

¿Cuál es tu opinión y consejo para los ilustradores de Hermosillo?

Hay demasiada competencia, entonces que traten de hacer lo más creativos posibles en cuanto a su trabajo en cuanto a lo que vayan a representar expresar o manifestar y eso hace la diferencia y también, mucho cuidar el detalle en cuanto al trabajo porque mientras mas ganas y detalle le metas a la ilustración mas vas a hacer que la gente volteen a ver tu trabajo, si te vas a tardar 3 días en hacerla tárdate 3 días no hay problema no pasa nada disfrútalo, igual se va a agradecer. El detalle es bien importante y eso hace la diferencia para las ilustraciones y como muy importante hay mucha competencia, camareatela y no te lo echas de enemigo porque para que si mejor vas a aprender de ellos. Mucho de métele muchas ganas al trabajo, se diferente, no hagas manga, por favor no hagan manga... neta, si van a casarse con su estilo que sea el suyo. Se vale porque es por tu estilo por el que te contratan clávense 3, 4 días, clávate y que se atrevan.

¿Cuál es el ideal del Sr. Cucho?

Soy un idealista y creo que una persona puede hacer la diferencia, creo que si se puede, que traten de opacarte y que te la vendan por todas partes de que así no es en todos lados y no se puede, eso del no se puede esta tan trillado como ser un idealista. Entonces tu mismo no puedes darte un balazo, matarte, es importante que sigas tus creencias lo que piensas y si quieres hacer la diferencia y te tropiezas no te agüites y levántate y suena bien trillado pero es la verdad porque estamos en un mundo donde la cursilería se piensa que te hace débil pero en verdad te hace fuerte y no tiene nada de malo expresarlo.

“Suena trillado pero el trabajo duro es constante.”


La verdad si quieres estar en este “bussiness” tienes que estar en la red social del momento....

www.behance.net/SrCucho
www.facebook.com/SrCucho
www.srcucho.com.mx

PAPELES  CARTONES
PARA DIBUJO Y MONTAJE



OLEO  PASTELES
ACUARELAS  ACRÍLICOS

PINCELES  LÁPICES  CARBONES




arte&papelería

Bldv. Navarrete 262 Interior 4
entre Obregón y Real
Col. Villa Satélite

6622-6025-38

15%
descuento

Presentando tu
credencial UNISON
al mencionar este anuncio

La funcionalidad
es importante
el **Diseño**
lo es aún más

HERMOSILLO, SONORA

Av. Ing. Rogelio Villanueva Varela No. 50
Col. La Victoria, C.P. 83304,
Tel. (662) 109 22 00, Fax 662 280 0038
Hermosillo, Sonora, México

CULIACÁN, SINALOA

Carretera El Dorado 16499 Sur
Sindicatura Costa Rica, C.P. 80430
Tel. (667) 846-10-39
Tel. (667) 846-10-90

TIJUANA, BAJA CALIFORNIA

Carretera Libre a Tecate
Km. 149 (Cuenca Lechera)
Tijuana, Baja California, C.P. 21400
Tel. (664) 971-1461 al 63


TRABIS®

soluciones para
todas las obras



YouTube

LinkedIn





La calidad de tu material, es la **BASE** para tu **DISEÑO**

Pinceles • Papel • Cartones • Pinturas • Bastidores
Lápices • Colores • Acuarelas • Blocks de dibujo •
Folders • Plumas • Agendas • Pincelines • Crayolas
Borradores • Tintas • Cintas • Material para maqueta
Guarro • Fabriano • Canson • Bockinford • Waterford
• Bond • Opalina • Albanene • Acetato y todo lo que
necesitas para montaje y presentación de tus
trabajos y maquetas



15%
descuento

Alumnos UNISON
Presentando este cupón

*Promoción no acumulable con otras promociones

*No aplica en artículos con descuento



Teléfonos:
2.13.59.87
2.13.10.91

¡Visítanos!
Monterrey No. 85 Col. Centro