

REVISTA

puntoy línea

Año 6 | Número 1 | Enero-Marzo 2017



Hello



¿Qué TE Inspira?



漢字

DER. el SIMPO



Suerte.
Mis amigos :D



Send Nudes
6621050647



.GIF



Kari memes
- before -
- nenes



☺

Sharpie.

S

Hand

www.puntoylinea.uson.mx





Directorio de la Universidad

Dr. Heriberto Grijalva Monteverde
RECTOR

Dra. Arminda Guadalupe García de León
Peñúñuri
**VICERECTORA DE LA UNIDAD REGIONAL
CENTRO**

Dr. Enrique Fernando Velázquez Contreras
SECRETARIO GENERAL ACADÉMICO

M.C. María Magdalena González Agramón
SECRETARIA GENERAL ADMINISTRATIVA

Dr. Rosario Fortino Corral Rodríguez
**DIRECTOR DE LA DIVISIÓN DE
HUMANIDADES Y BELLAS ARTES**

Ing. Heriberto Encinas Velarde
**JEFE DE DEPARTAMENTO DE ARQUITECTURA
Y DISEÑO**

M.E. Mónica Aguilar Tobín
**COORDINADORA DE LA LICENCIATURA DE
DISEÑO GRÁFICO**



Nuestra portada: "Influencers"
por Mood Board LDG's

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.

¿Qué te inspira?

Nuestro tema "¿Qué te inspira?" tiene como objetivo mostrar los diversos aspectos que nos inspiran como diseñadores. De esta forma existen un sin número de "influencers" que van formando parte de las tendencias en el diseño.

Algunos personajes, modas, estilos, tecnología, fotografía y el arte en general son motivo para hacer un recorrido de los "influencers" más destacados en nuestras secciones.

Las formas por medio de las cuales nos inspirarnos pueden ir de la mano con nuestra vida diaria en el diseño, como son la música, la lectura y algunos otros aspectos motivacionales, ya que a final de cuentas, buscamos complementar nuestro trabajo con algo que nos haga sentir más plenos y felices.

En un mundo cada vez más acelerado, el cambio en aquello que nos inspira se va haciendo cada vez más rápido y puede ser una o más las formas que nos hacen la vida en el diseño más sencilla. De este modo, lo que en algún momento fue motivo de inspiración en el pasado, es probable que en el presente ya no lo sea, o puede ser que en algún momento algo que no nos parecía motivador, en un futuro sí lo sea. Y a ti, ¿Qué te inspira?

- Editorial Punto y Línea

Directorio de la Revista

RESPONSABLE DE PROYECTO
D.C.G Andrés Abraham Elizalde García

CREATIVIDAD
Larisa Arce Hernández
Gabriela Argentina Santa Cruz Preciado

IN_TEC
Estefanía Anaya Pérez
Elizabeth Moreno Martínez

CONOCE A
Catalina Guiffo Cardona
María Margarita Maciel Cabrera
Teresita de Jesús Montaña Coronel

LOS 10 +
Diana Raquel Barreras Díaz
Andrea Montenegro Mendoza
Mario Adali Rodríguez González
Jorge Adolfo Romo Castillo

GRÁFICOS SOCIALES
Mario Kenneth Neudert Alatorre

LA BOMBILLA
Angélica Sarahi Armente Encinas
Paloma Castro Ruedafloros
Patricia Molina Nieblas

TENDENCIAS
Sergio Carlos Valenzuela Chávez

ILUSTRACIÓN
Flor Marian Espinoza Gaxiola
María José Rentería Ayala
Raúl René Romero Ramos

FOTOGRAFÍA
Radamés de Jesús Molina Nieves
Yoselín Murrieta Núñez
Alina Toledo Santos
Priscila María Zepeda Estrada

Año 6, No. 1, Enero-Marzo 2017

Publicación trimestral editada por la Universidad de Sonora, a través del Departamento de Arquitectura y Diseño Gráfico. Blvd. Luis Encinas y Rosales s/n. Col. Centro. C.P. 83000, Hermosillo, Sonora. Tel. 259-21-78 y 80. Impreso en los talleres del Departamento de Arquitectura y Diseño de la Universidad de Sonora. Este número se terminó de editar el 13 de Marzo del 2017. Tiraje: 150 ejemplares. Comentarios y colaboraciones al celular 662 149 87 55 con Andrés Elizalde o al correo andres.elizalde@guaymas.uson.mx



CONVOCATORIA PRIMER INGRESO

2017

UNISON
ILUMINA
Tu Futuro



La Dirección de Servicios Escolares hace pública la presente
CONVOCATORIA 2017 para el ingreso a sus programas de Licenciatura
en sus seis campus: Hermosillo, Nogales, Santa Ana, Caborca,
Navjoa y Cajeme.

Consulta el procedimiento para ingresar a la Universidad de Sonora en:

www.admision.uson.mx

Zim&Zou

Paper Craft

cutter · pegamento · papel



Todo comienza y termina sobre papel

Zim&Zou son dos artistas franceses que residen en Nancy, Francia. Lucie Thomas y Thibault Zimmermann estudiaron diseño gráfico durante tres años. El amor por el papel inició como una diversión, ya que la familia de Lucie trabajaba en una fábrica de papeles en La cordillera de los Vosgos y tenían accesibilidad a muchos tipos de papeles.



suele salir de lo convencional mientras dejan de lado la computadora. Su proceso creativo comienza sobre el papel, para después ser cortado y ensamblado creando increíbles volúmenes. Su material favorito es el papel, ya que es un material versátil y fácil de esculpir y con gran variedad de colores, el cual manipulan para crear coloridas esculturas con texturas únicas.

En este trayecto deciden enfocarse a diseñar instalaciones utilizando objetos tangibles como papel, madera, fieltro entre otras cosas. Su concepto

Zim&Zou han desarrollado increíbles proyectos para grandes marcas como Hermés, IMB, Mirossoft, TIME, The Washinton entre otros.



FRONT END



Por ESTEFANÍA ANAYA Y ELIZABETH MORENO

En el mundo del desarrollo web, existen dos campos de trabajo que aunque conectados, aplican a necesidades distintas. El **front-end** es la parte del software que interactúa con los usuarios y el **back-end** es la parte que procesa la entrada desde el front-end, es decir, donde se maneja la administración del sitio.

En años recientes, las dos partes que forman parte de la realización del front-end han sido entremezcladas cada vez más y más, permitiendo que los diseñadores puedan también participar en la programación.

Al desarrollador Front-end, lo nombraremos como el responsable del diseño y la máxima funcionalidad de un sitio. Para una página web, será de suma importancia la manera en la que el usuario interactuará con la información del mismo.

Para lograr sus objetivos, el diseñador/desarrollador de Front-end deberá fijar su atención en elementos como **las barras de menú, enlaces externos citados en el sitio, carritos de compra, entre otros.**



El diseñador gráfico que busque trabajar en el diseño digital de páginas web, encontrará su campo laboral en el front-end.

El front-end consiste de dos partes:

Diseño web

Desarrollo web

Softwares tales como **Adobe Dreamweaver** y **Adobe Muse** permiten trabajar con una interfaz amigable para los que no conocen a fondo los lenguajes de programación.

Se refiere al aspecto meramente estético, los visuales de nuestra página web que el usuario va a ver. El diseño de los botones, los banners, el fondo, entre otros detalles.

El desarrollo web ya es meterse más en el aspecto de la programación que irá conectado a los elementos diseñados específicamente para la página. Es cuando se utilizan los lenguajes de programación tales como HTML, CSS y JavaScript, que son los más comunes.

CONOCE A

NICHOLAS RUGGERI

FRONT-END DEVELOPER



INFLUENCER DESTACADO

Nacido en Italia, se ha distinguido a lo largo de su carrera por trabajar con empresas internacionales tales como Piaggio, Diesel, Fendi, entre otras.

8

Punto y Línea



En el conjunto de habilidades que le corresponden se pueden mencionar algunas como manejo y conocimiento de diseño responsivo, HTML5, Photoshop, Illustrator, entre otras herramientas.

Obteniendo resultados que sobresalen por su buen gusto y funcionalidad, te presentamos algunos de los proyectos de Nicholas para que puedas apreciarlo por ti mismo:



www.ruggeri.io



[nicholasruggeri](https://www.facebook.com/nicholasruggeri)



[nicholasruggeri](https://www.linkedin.com/in/nicholasruggeri)



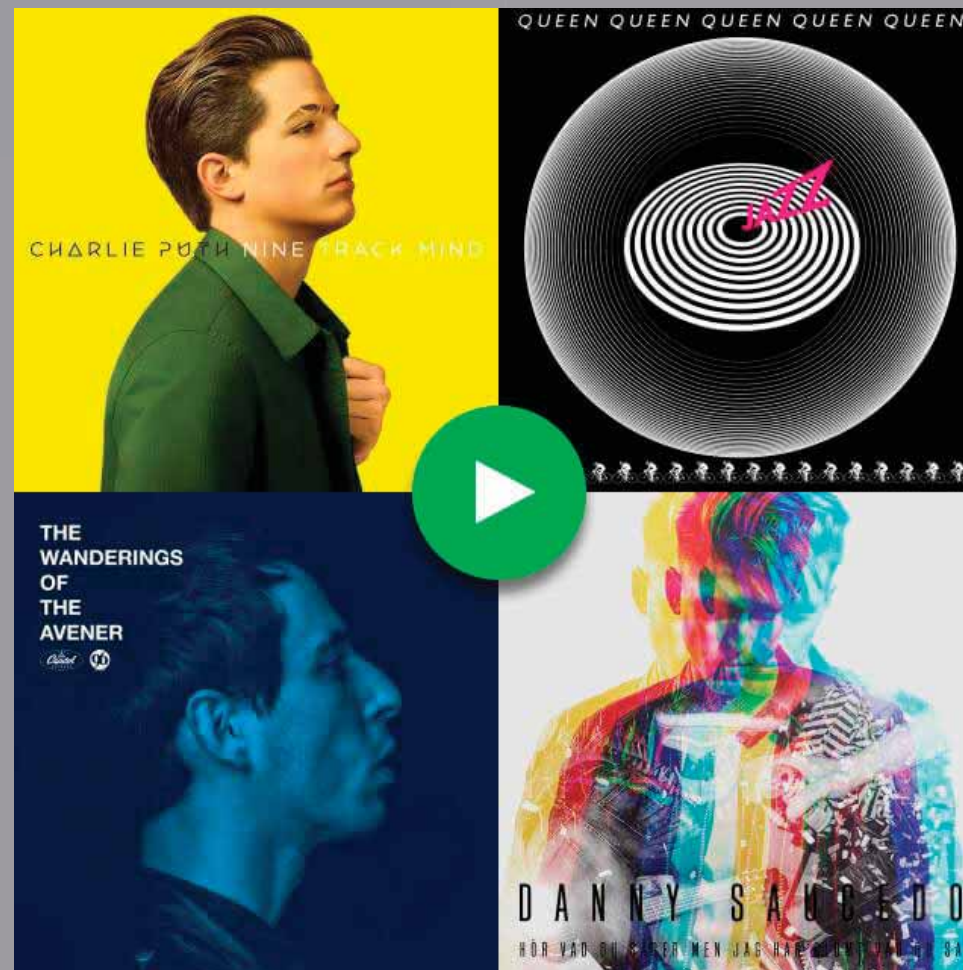
[nicksruggeri](https://twitter.com/nicksruggeri)



nicholasruggeri



[nicholasruggeri](https://github.com/nicholasruggeri)



SNAP by elica



WEATHERYMOOD

Conoce a:

Leo Burnett

Periodista de formación y publicista de vocación, Leo Burnett fue, como lo ha calificado la revista Time, uno de los personajes más influyentes del siglo XX y un referente para la publicidad contemporánea.

Su mayor logro fue dotar de un carácter puramente humano a la comunicación comercial. Durante toda su carrera, este profesional nacido en St. Johns (Michigan) priorizó la calidad del trabajo y el servicio al cliente por encima de cualquier interés lucrativo.

Una máxima que le llevó a escalar la cima del éxito y con la que convirtió a marcas desconocidas en referentes publicitarios de todos los tiempos.



10

Punto y Línea

Algunas pinceladas sobre su vida

Leo Burnett (21/10/1891- 07/06/1971) nació en St Johns (Michigan). Su actitud curiosa e inquisitiva sobre el mundo le llevó a completar sus estudios de periodismo en la Universidad de Michigan, institución en la que trabajó como reportero durante algunos años, hasta que la crónica negra llamó a su puerta de la mano del Peoria Journal.

En este diario, Burnett se dedicó durante unos meses a cubrir los sucesos más truculentos que acontecían en el estado de Illinois. No obstante, su carácter empedernido y ambicioso le condujo hasta Detroit, la cuna del automovilismo en 1917.

Un año más tarde el publicista conoció el amor de la joven Naomi Geddes, con quien contrajo matrimonio en 1918. Un año más tarde la suerte siguió sonriendo al joven Burnett que, con 28 años, consiguió empleo en Cadillac Motor Company donde, tras mucho esfuerzo, promocionó

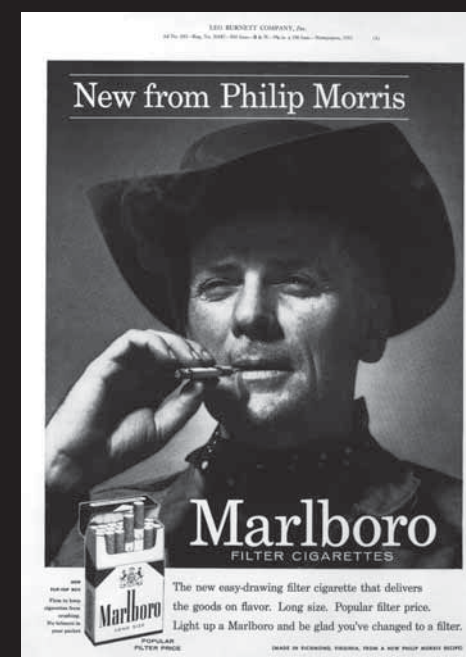
hasta convertirse en el director de publicidad de la automovilística.

La coyuntura de crisis económica y la búsqueda de nuevas oportunidades hicieron que la pareja regresara a Illinois en 1920, donde Burnett se puso a trabajar al frente de Lafayette Motors.

Su vinculación al motor terminó cuando la agencia de publicidad de Homer McKee tocó a su puerta y le ofreció trabajo, primero como redactor y después como jefe creativo, entre 1923 y 1930.

Antes de embarcarse en su propia aventura, Burnett se mudó a Chicago donde trabajó como vicepresidente creativo para la agencia Erwin, Casey & Company. Encandilado por las oportunidades que le ofrecía la ciudad, y con un bagaje empresarial muy amplio, Burnett apostó por fundar su propia agencia.

El Hombre de Marlboro: Philip Morris había contratado a la agencia de Burnett en 1955 para desarrollar una campaña para los cigarrillos 'Marlboro'. La revista sobre publicidad y medios Advertising Age describe la campaña de la siguiente manera: "Burnett cogió una marca de cigarrillos menor, con una imagen femenina predominante (debido a que eran cigarrillos con filtro), y la convirtió en un éxito de ventas usando fotos con primeros planos de hombres viriles y masculinos". Hoy en día este *cowboy* está visto como símbolo de las enfermedades que el tabaco provoca, pero no existe duda alguna que fue ésta la imagen la que convirtió a Marlboro en el mayor vendedor de la industria tabacalera del mundo. La inspiración de Burnett para el sumamente masculino Marlboro Man apareció en 1949, gracias a una publicación de la revista LIFE, donde la fotografía (tomada por Leonard McCombe) y la historia del vaquero Clarence Hailey Long llamaron su atención. En 1964 Burnett situaba al *cowboy* por primera vez en el idílico Marlboro Country. En 1971 hizo su primera aparición en televisión. Fue catalogado, en 2006, como la persona más influyente que nunca ha vivido y como el icono publicitario del siglo XX, por la revista Ad Age.



La primer campaña publicitaria "Hombre Marlboro" (1955 por Leo Burnett).



Un proyecto pequeño lleno de GRANDES ideas

No fue hasta el 5 de agosto de 1935 cuando Burnett se decidió a crear su propia agencia: Leo Burnett Company. Inc. La sede principal se ubicó en Palmerhouse (Chicago) y en un inicio sólo contó con ocho trabajadores, tres clientes y un capital social de 50.000 dólares.

Un portfolio que no lo hacía destacar entre las grandes corporaciones de Estados Unidos, cuya confianza se granjeó a base de trabajo honesto.

La Gran Depresión americana hizo tambalear su negocio, que sobrevivió a una de las recesiones más duras que había atravesado el viejo continente en el último siglo y que vio cómo la publicidad se centralizaba en torno a las grandes oficinas de Madison Avenue.

No obstante, su relación con las marcas, unida a su particular manera de entender la comunicación, hicieron que aquella oficina se convirtiera años más tarde en una de las factorías de anuncios más importantes del mundo.

Los datos no engañan. Leo Burnett cuenta ya con sucursales en 93 países y emplea a más de 9.000 personas en todo el mundo. Eso sí, el éxito no vino solo.

Fue "un salto al vacío". Así denominó Burnett la inauguración de su agencia. Un germen que tardaría en dar sus frutos, pero al que se orientó desde el primer momento.

10

“Cuando buscas alcanzar las estrellas puede que no lo consigas nunca, pero tampoco te llenarás de barro”, decía Burnett cuando le espetaban lo descabellado de su idea.

Su relación con las marcas

Abanderado de la Publicidad honesta, este publicista puede presumir de haber convertido a marcas desconocidas en referentes contemporáneos. Entre su cartera de clientes figuran Coca-Cola, Kellogg's, Marlboro, McDonald's, Tampax, Walt Disney y Nintendo. Aunque los inicios fueron más humildes.

El debut llegó de la mano de Gigante Verde, Hoover y Realsilk Hosiery, tres clientes que le hicieron facturar 900.000 dólares durante el primer año y que ya hacían prever el éxito de este visionario.

Aunque las cuentas más potentes se harían esperar. En un principio el publicista tanteó a Hershey Chocolate Company e incluso realizó un packaging a medida para sus chocolates. Una acción que la firma rehusó y que llevó al propio Burnett a probar suerte con Wrigley, otro fabricante de la competencia al que tampoco convencieron sus ideas.

Al cabo de un año, este emprendedor no había logrado captar ninguna cuenta grande que asegurara la subsistencia de la agencia y sustentase el nombre de su pequeña firma. Y así fue durante algunos años más hasta que en 1940 se hizo con la gestión de American Meat Institute para el que produjo una de las campañas más emblemáticas de Estados Unidos.

Sus contribuciones

Leo Burnett humanizó la profesión y convirtió los productos en medios sobre los que articular una nueva retórica. Sin engaño, sin falsas promesas y con mensajes creíbles que despertaban la curiosidad del gran público.

En este sentido, este visionario apostó siempre por piezas llenas de emotividad que evocasen una respuesta por parte de los usuarios. Así lo hizo, por ejemplo, en el caso de Gigante Verde. El publicista construyó la identidad de la marca sobre un personaje ficticio que despertó las filias de los consumidores.

Muy en relación con su carácter sincero, Burnett siempre buscó el valor inherente que hace que “la gente continúe comprando un producto” y que lleva al fabricante a destacar entre el resto. Este estudioso de la comunicación defendió que todos los anuncios deberían enfatizar este aspecto por encima del resto de cualidades perceptibles.

“Tienes que hacerte notar”, comentaba, aunque “de forma natural, sin gritos y sin trucos”. Esta estrategia tan circunscrita al producto le hizo ganarse el apoyo de Tampax, que contó con él para el desarrollo de una de sus primeras campañas.

Entre sus ideales estaba el de llegar al mayor número posible de personas. Un reto al que hizo frente gracias a arquetipos populares que forman parte del imaginario colectivo. Así lo hizo en el caso de Gigante Verde, pero también de Marlboro.

Desde sus comienzos, el estilo de Burnett destacó por su sencillez. Alcanzar a todos los estratos requería de un lenguaje llano, comprensible, con el que todos los estadounidenses pudieran sentirse identificados.

Un pilar FUNDAMENTAL para muchos creativos

La labor de Burnett ha allanado el camino a muchos creativos del sector que han hecho de la curiosidad su mantra, como propugnó este publicista. En diciembre de 1967, casi al término de su carrera, Leo Burnett hizo historia con su discurso ‘When To Take My Name Off The Door’.

En él, invitaba a sus empleados a quitar su nombre de la puerta el día que “pasasen más tiempo intentando ganar dinero y menos tiempo haciendo publicidad, nuestra publicidad”.

Su contribución ha influido en el *know-how* de los profesionales de todo el mundo y su legado alimentó durante años el pensamiento de la Escuela de Publicidad de Chicago, que defendió la humanidad como el activo principal de estos profesionales.

Sólo unos días después de pronunciar su célebre discurso, el 7 de junio de 1971, Leo Burnett falleció en su granja de Illinois a los 78 años de edad. El genio murió pero sus ideas siguen ilustrando a los amantes de una disciplina que Burnett engrandeció.



12

Punto y Línea



// Yo no entré en la publicidad como si nada, sino que fue la publicidad quien me atrapó. //

Leo Burnett

Las manzanas de Leo Burnett

Cuando las puertas de su agencia se abrieron en 1935, la recepcionista, desde el primer día, ponía un bol lleno de manzanas para dar la bienvenida a cada visitante. Al enterarse el público de Chicago de que Leo Burnett ofrecía manzanas a sus clientes, las burlas asomaron e incluso apareció un artículo en un periódico que decía: “Dentro de poco, Leo Burnett estará vendiendo manzanas en una esquina en vez de regalarlas”. En la actualidad, todas las oficinas de Leo Burnett de todo el mundo reparten más de 750.000 manzanas cada año. Esos boles llenos de manzanas son el símbolo con el que los empleados y clientes de la compañía recuerdan al visionario fundador publicista.



Los lápices

Los lápices negros siempre llenaban los bolsillos de este profesional. Cuentan sus clientes que en medio de cualquier reunión los posaba sobre la mesa y alegaba que ni siquiera los lápices negros podían interponerse a la creatividad.

Medio siglo después, sus oficinas en medio mundo utilizan estos lapiceros como homenaje manifiesto a su fundador

TOP 10+ INFLUENCERS EN EL DISEÑO



14

Punto
y Línea

La influencia es la acción y efecto de influir. Este verbo se refiere a los efectos que una cosa produce sobre otra o al predominio que ejerce una persona.

Hemos recopilado lo que nosotros, junto con un grupo variado de diseñadores consideramos como las 10 cosas que más influyen al momento de diseñar

1. MODA

Nosotros como diseñadores gráficos podemos aprender de la moda, ya sea sobre la teoría del color, las aplicaciones o las tendencias del diseño al seguir lo que está ocurriendo en la moda actualmente.

Estructura, Equilibrio y Armonía.

En la moda predomina el color. Ten esto en cuenta al elaborar tus propios diseños y considera una paleta en particular. Al igual no olvides los accesorios, la moda no sólo es ropa, también es estilo en general: desde el cabello hasta el maquillaje. Así como en la moda, en el diseño gráfico también hay elementos que sirven como accesorios y con ello tener una estética total. Pueden ser sombras largas hasta crear un brillo realista. También

una de las maneras de inspirarte en la moda es conocer a detalle el diseño de las telas. El combinar estampados con texturas y los colores adecuados.

La moda está evolucionando todo el tiempo; cada diseñador tiene una apariencia distintiva. Así que sigue el trabajo de tus diseñadores de moda favoritos para obtener alguna estimulación creativa.

2. VIAJES

Es una de las mejores inversiones que podemos hacer. Viajar cumple con tres de los mejores ejercicios para estimular tu cerebro:

Novedad. Variedad. Desafío.

Entrar en contacto con otras culturas y otras personas te permite conocer y aprender de cómo otros viven, piensan y en general su visión de las cosas.

Traemos para ti destinos turísticos donde puedes encontrar mayor inspiración ya sea por los espacios abiertos y contacto con la naturaleza o el ambiente urbano y moderno que tienen algunos de éstos.

- Hawaii - EE.UU.
- Santolin - Grecia
- Machu Picchu - Perú
- Venecia - Italia
- Tulum - México

- Nueva York - EE.UU.
- Paris - Francia
- Riviera Maya - México
- Valladolid - España
- Sydney - Australia

10



3. NATURALEZA

Los artistas y diseñadores siempre se han sentido atraídos e inspirados por el mundo orgánico y natural. En los últimos años las mentes creativas han comenzado a mirar a la naturaleza para encontrar soluciones de diseños bellamente funcionales y encaminados al mundo orgánico. El diseño tiene una influencia muy grande de la naturaleza, pues ésta es:

Perfecta, armoniosa, proporcionada, equilibrada, simétrica, increíblemente geométrica.

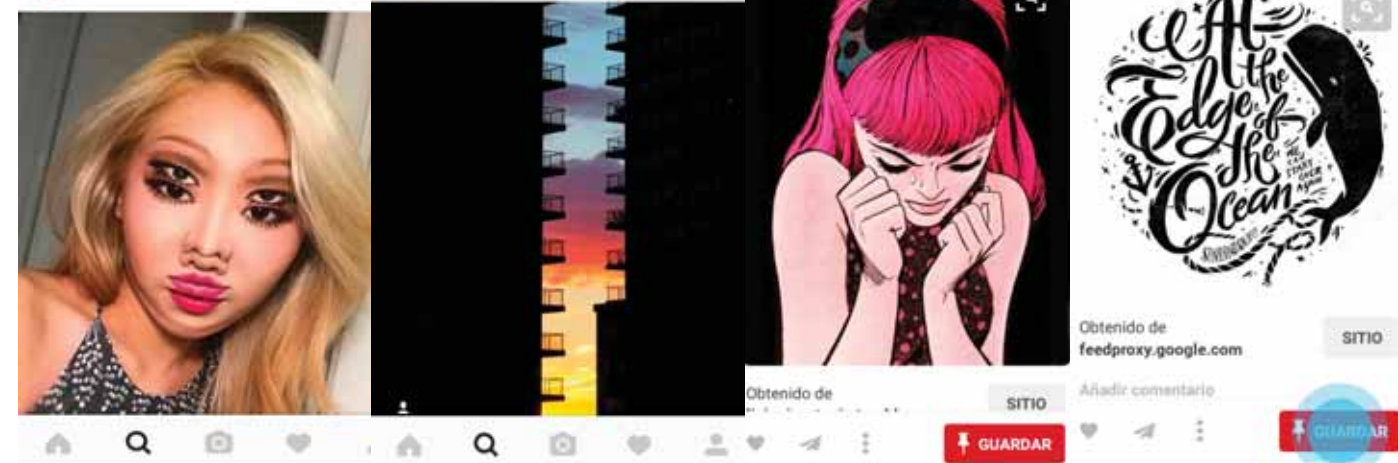
16

Los principios y bases que se siguen con respecto a la naturaleza hacen que el diseño sea estético de una manera simple y sin disturbios.

Por supuesto, no es tan simple y fácil todo el estudio y análisis que se hace para llegar a este diseño "perfecto", pero el resultado sí da la apariencia de una belleza muy simple.

Punto y Línea
art_spotlight

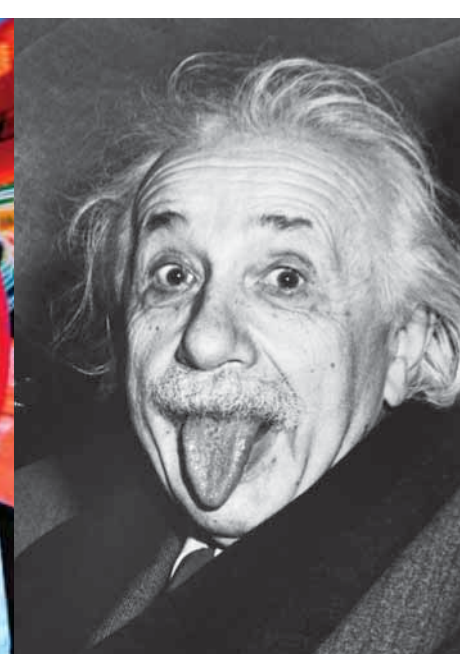
artselect



4. Redes Sociales

Las redes sociales sin duda alguna pueden ser una distracción cuando es el momento de tener que crear un proyecto o un trabajo, pero al ver el lado positivo pueden llegar a dirigir tu creatividad por un sentido más adecuado

utilizando las redes sociales como fuente de inspiración, el observar y seguir a los diferentes usuarios que comparten contenidos que llegan a ser una gran fuente de creatividad para nuestros diseños.



5. ÍDOLOS

A lo largo de la historia han existido personas que han dejado marca con grandes éxitos.

Marilyn Monroe, John Lennon, Steve Jobs, Björk, Albert Einstein, Beethoven, entre muchos otros.

Estas personas llegan a convertirse en nuestros ídolos y aspiramos a ser como ellos, queremos crecer y lograr algo único e irrepetible. Son una fuente enorme de inspiración, sus vidas, sus trabajos, sus éxitos al igual que sus

derrotas. Son la clase de personas que demostraron que trabajando duro cuando estás en el fondo te puedes levantar y seguir luchando por avanzar en la vida.

18



6. TELEVISIÓN

La televisión es un medio que tiene una gran habilidad para influenciar y "lavarle el cerebro" al público que la ve. El ver la televisión parece ser una parte integral de nuestro día a día, y muchas personas piensan que es imposible pensar en la vida sin ella. Es un medio que nos provee información, entretenimiento, y comodidad. Todo lo que experimentamos nos moldea a la forma en la que estamos ahora, y

todo lo que vemos en la televisión influye en la manera en que pensamos de cierta medida. No sólo los programas y películas son los que influyen en nuestra personalidad, sino también los comerciales son algo que nos afecta a nosotros en gran medida con respecto a nuestras elecciones y decisiones; ya que los comerciales reciben mucho de tiempo al aire.

7. MÚSICA

Te recomendamos un playlist para ese momento de concentración en el cual debes enfocarte en sacar el trabajo.

- Red Hot Chili Peppers - Otherside
- Oasis - Wonderwall
- M83 - Midnight City
- Queen - Don't Stop Me Now
- Justin Timberlake - Rock Your Body
- Phoenix - If I Ever Feel Better
- Pink Floyd - Another Brick in the Wall
- Kanye West - Runaway
- Café Tacvba - Eres
- Daft Punk - Around The World



9. ARTE

El arte ha sido —y sigue siendo— una gran influencia para la mayoría de los diseñadores. Los diseñadores gráficos han aplicado las estéticas y los principios de bastantes carteles de movimientos artísticos y su representación, ya que ambas ramas tienen su esencia en común, la cual es enviar un mensaje a sus receptores. El arte es influyente en la medida que el autor busque hacer que la gente entienda su obra, sea ésta:

una poesía, una obra de teatro, una pintura,
una pieza musical o una escultura.

Con arte, nos referimos a todo tipo de arte, desde la pintura, el dibujo, la escultura, la arquitectura, al igual que la danza, el teatro, el arte urbano como el graffiti, ir a museos,

galerías o exposiciones de arte; ya que toda forma de arte tiene la capacidad de influir e inspirar.



10. SALUD

Cuando estás sano física y emocionalmente, sueles ser más creativo. Cuando se reducen tus niveles de estrés, y no estás trabajando bajo presión muchas veces el resultado de tus diseños es más espontáneo y fluye de manera natural.

Cuando tienes una dieta balanceada, y haces ejercicio, estás llevando una vida más sana, y cuando estás sano eres más activo y por ende al momento de diseñar uno se siente con más energía y optimismo.

18

Punto
y Línea

8. PELÍCULAS

En este top te recomendamos las películas que todo diseñador debe ver alguna vez, ya sea por sus matices de color o tipo de encuadre.

- The Shining (1980) - Stanley Kubrick
- El Gran Hotel Budapest (2014) - Wes Anderson
- El Laberinto del Fauno (2006) - Guillermo del Toro
- La Naranja Mecánica (1971) - Stanley Kubrick
- Coraline (2009) - Henry Selick
- Matrix (1999) - Lana y Lilly Wachowski
- Inception (2010) - Christopher Nolan
- El Mago de Oz (1939) - Metro-Goldwyn-Mayer
- Viaje a la Luna (1902) - Georges Méliès
- Pulp Fiction (1994) - Quentin Tarantino

Pascual Redondo

Co-Fundador de Hermografía



20

Punto y Línea

Hermografía, es un proyecto sonorensé que comenzó en el año 2016, en el que **Humberto Nuñez** y **Pascual Redondo** (Co-Fundadores de Hermografía) decidieron informar a la comunidad base a información visual del pasado, presente y futuro de Hermosillo, representado en imágenes, animaciones o vídeos con la intención de brindar información rápida y sencilla de nuestra ciudad para que todos sepamos vivirla mejor y sacarle todo el provecho posible. Se trata de hablar de y apoyar a los que mueven Hermosillo hacia delante.

Contactamos a Pascual Redondo la visión detrás de este proyecto y nos ha contestado una serie de preguntas.

K: ¿Quién eres y qué hacías antes de Hermografía?

P: Soy **Pascual Redondo** diseñador gráfico de H. Caborca, Sonora. Criado en el Ejido Cerro Prieto del Sáric y actualmente viviendo en Hermosillo. Antes de Hermografía trabajaba en **The Branding People**, estudio de diseño en la Ciudad de México, encargado de proyectos de branding y contenido digital.

K: ¿Cómo comenzó la idea de formar Hermografía?

P: Mi compa y socio **Humberto Nuñez** me contó la idea hace poco más de 1 año. La idea de ver (leer, conocer, compartir) a Hermosillo de una manera más bonita. Siempre nos preguntábamos ¿por qué tengo que ver la información de una forma aburrida?

K: ¿Por qué enfocarse solamente en un sector tan específico como tu ciudad?

P: Porque **queremos presumir Hermosillo**.

En mi vida,
NO HE VISTO, SEÑORES
UNA LINDA CIUDAD TAN HERMOSA,
como una que vi
POR EL NORTE,
y se llama
Hermosillo. Sonora.
Adiós Juan Gabriel
...y muchas gracias.
@Hermografía



"Queremos presumir Hermosillo."

Porque la información que se está generando en el estado, el país, el mundo, ya la puedes encontrar en muchos otros medios.

K: ¿Qué es lo que te inspiró para empezar hacer infografías de tu ciudad?

P: La necesidad de ver información mejor diseñada, más disfrutable, más entretenida en mi timeline de **facebook** o en **twitter** o en **instagram**.

K: ¿Cuál es el motivo de Hermografía?

P: Ofrecer una identidad gráfico/informativa para Hermosillo. Que la gente voltee a ver la ciudad, gente dentro o fuera de ella.

K: ¿Quiénes son tu inspiración?

P: Mi morra Fanny, la familia, los compas. Pero más que nada la gente que hace de Hermosillo un lugar mejor de lo que ya es. Al final una ciudad la hace su gente y por eso existe Hermografía, por los que hacen Hermosillo. Una cheve bien helada en Kino. Tengo un tatuaje de Pink Floyd.

K: ¿Cómo ha reaccionado el público hermosillense al ver noticias de su ciudad de una manera a la que no estaban acostumbrada?

P: Sorpresivamente muy bien, no esperábamos esa aceptación en tan poco tiempo. Ya hasta la misma gente nos propone cosas que pongamos en Hermografía.

K: ¿Cómo vez a la comunidad de diseñadores en Hermosillo?

P: Chin.... Hay mucho talento y la nueva 'racita' trae cosas chilas desde muy morros. Falta difusión.

K: ¿Qué le puedes decir a la comunidad de diseñadores y creadores de contenido en Hermosillo para que empiecen sus proyectos?

P: Que se alivianen. **Que hagan las cosas YA!** Hoy el contenido evoluciona y caduca muy rápido, debe haber constancia y sobre todo mostrar tu chamba. A veces estamos atascados de 'talacha' pero neta con una hora al día que le dediques a tus proyectos personales te lo vas a agradecer todo la vida.

Sigue a el trabajo de **Hermografía** en sus redes

Instagram | @hermografia
Facebook | @hermografia
Twitter | @hermografia
www.hermografia.com





Greenery
15-0343



Abstract

Abstract toma el diseño y lo desgrana en sus partes: la necesidad, el impulso, la imaginación, la producción en masa.

La cadena **Netflix** estreno una serie documental en el que cada diseñador expone su filosofía y arte en cada episodio, parte de ellos te llenan de energías para trabajar después y durante lo estas viendo, es una bomba de sentimientos.

Presenta diseñadores de ocho disciplinas diferentes, diseño gráfico con **Paula Scher** parte del Estudio Pentagram; fotografía con **Platon**, famoso por su trabajo de retrato y colaboraciones con The New Yorker); Ilustración con **Christoph Niemann** conocido autor de libros para niños; diseño de automóviles con **Ralph Gilles** de Chrysler; Arquitectura con **Bjarke Ingels** de BIG; Diseño de interiores con **Ilse Crawford**, fundadora de **Studioilse**; Diseño de escenografía con **Es Devlin**, conocida por trabajar las pasarelas de Louis Vuitton y diseño de zapatos **Tinker Hatfield** de Nike.

Toda persona creativa amara ver a estos grandes decir las penas por las que han pasado, su trayectoria profesional, desde que estaban en la universidad, o lo que pensaban de pequeños, ver que no toda su vida ha sido fácil, te hace sentir que toda la gente del Olympus es mas mortal de lo que pensamos; nadie sabe lo que es hasta que hace lo que ama, en esta serie de documentales solo absorberás conocimiento e inspiración, no tendrás motivos para no hacer nada después de ver esto.

PANTONE



22

Punto
y Línea

Lawrence Herbert fundó en 1963 el sistema Pantone, lo cual permitía identificar colores de manera sencilla y hacer la comunicación entre diseñadores, artistas, arquitectos y cualquier persona que utilice colores para su desarrollo laboral, más sencilla.

Así fue como se lanzó el **Pantone Matching System**, un libro que desde entonces se volvió básico para estandarizar los colores en cualquier rama.

Como parte de su continua innovación, cada año la compañía anuncia el **Pantone del año**, un color que dominará los próximos meses en objetos tecnológicos, telas, pintura, ropa, paredes y más.

De acuerdo a Pantone, este color simboliza la búsqueda de una reconexión con la naturaleza.

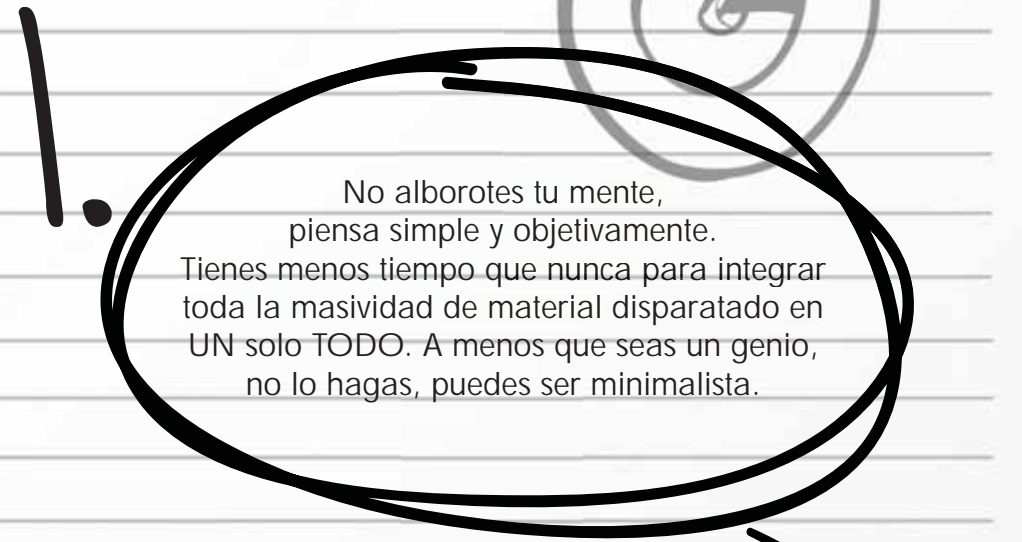
"Greenery es fresco y es un color que evoca los primeros días de la primavera cuando el verde de la naturaleza revive, restaura y se renueva."

Este tono de verde es que el dominará el 2017, así que esperen verlo en muchos lugares y objetos.

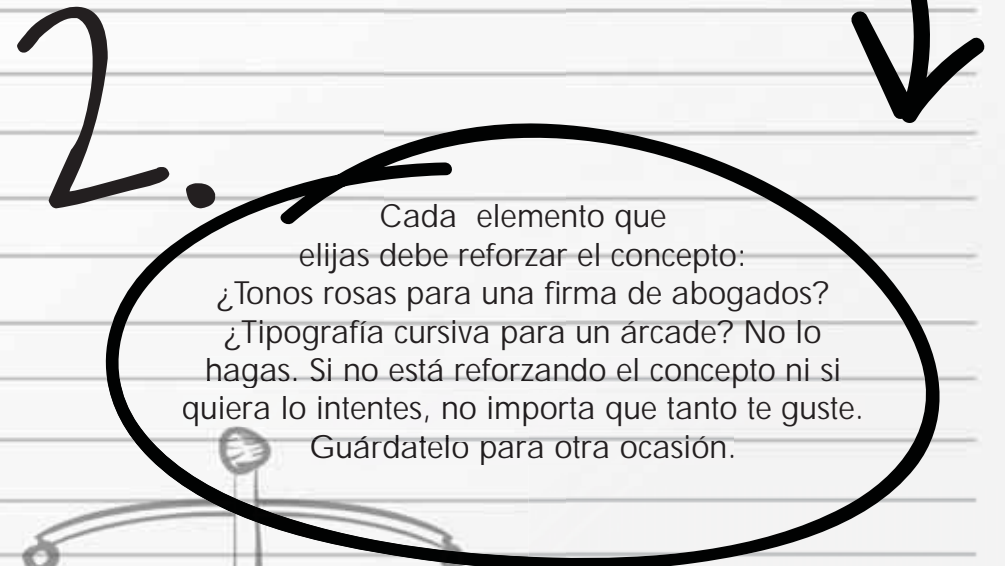


Diseño Trasnochado

24



1. No alborotes tu mente,
piensa simple y objetivamente.
Tienes menos tiempo que nunca para integrar
toda la masividad de material disparatado en
UN solo TODO. A menos que seas un genio,
no lo hagas, puedes ser minimalista.



2. Cada elemento que
elijas debe reforzar el concepto:
¿Tonos rosas para una firma de abogados?
¿Tipografía cursiva para un arcade? No lo
hagas. Si no está reforzando el concepto ni si
quiera lo intentes, no importa que tanto te guste.
Guárdatelo para otra ocasión.



3

Toma un elemento fuerte, o dos si te sientes atrevido de uno de los muchos sitios donde artistas más talentosos que tu o al menos más organizados con su tiempo, tienen su trabajo gratis para que los uses.



Flickr.

Freepik.

Cuenta con una comunidad de usuarios que comparten fotografías y videos creados por ellos mismos. Esta comunidad se rige por normas de comportamiento y condiciones de uso que favorecen la buena gestión de los contenidos.

Ofrece a los usuarios, diseños gráficos de alta calidad, ilustraciones exclusivas y recursos gráficos cuidadosamente seleccionados por un equipo de diseño con el fin de ofrecer a usuarios un gran contenido que se puede utilizar tanto en proyectos personales y comerciales.

26

Punto y Línea

Asegúrate de revisar las condiciones de uso antes de usar alguna pieza de estos sitios, ya que varían entre página y página como también varían las condiciones dentro de cada sitio. Familiarízate con la variedad de licencias de Creative Commons y lo que permiten, requieren y prohíben.

En Flickr puedes filtrar la búsqueda por CC y tienen un formato que presenta las fotos muy amablemente.



4.

Usa dos fuentes tipográficas, o tres si te sientes verdaderamente atrevido, solo asegúrate que sean limpias y legibles. Una para el titular, otra para el cuerpo del texto y talvez otra para elementos especiales. En urbanfonts y betterfonts te encuentras buenas fuentes y están bien organizadas.

DOS TIPOGRAFÍAS

5.

Usa tres o cuatro colores que armonicen. Existe una página que combina los colores por ti, EasyRGB es para diseñadores web pero el mundo es tuyo y puedes usarlo para otros proyectos. Elige un color principal y EasyRGB te va a mostrar buenas combinaciones.



6.

Para terminar tu obra maestra asegúrate que el trabajo final tenga armonía.

A+B=C

7.

Alinea los elementos entre si de manera orgánica para que el el ojo del receptor pueda captarlos naturalmente y tenga congruencia.



TENDENCIAS

MODERNO-RETRO

El 2017 ofrece a los diseñadores nuevas opciones en lo referente a tendencias que adoptar. Mientras que muchas de las tendencias de diseño gráfico de 2016 se mantienen populares como siempre, hay algunas nuevas que dirigen la vanguardia de las mentes de diseño.

DESIGN

de las principales tendencias de diseño las cuales serán necesarias tener muy en cuenta este 2017.

Cada diseñador tiene su estilo personal, ese que ya ha convertido en su imagen de marca, aunque es evidente que necesita adaptarse a las tendencias actuales para no desentonar con los tiempos.



TENDENCIAS

Moderno-Retro como su nombre lo define, es un estilo marcado totalmente por un tiempo. Un Modern Flare añadido a tipografías retro y paletas de colores lo convierte en una interesante fusión de nuevos y viejos conceptos. 2016 vio el diseño moderno retro-aumento en las filas de su popularidad y encontró un lugar en el packaging, diseño web y logotipos de empresas de todo el mundo. La popularidad del estilo moderno-retro será casi definitivo y continuará totalmente a futuro como inspiración.

LOGOS RESPONSIVE



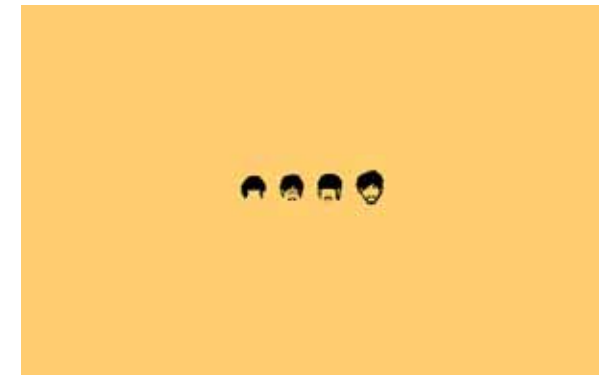
Los Logotipos responsive han sido diseñados para mantenerse contemporáneos con un uso cada vez más amplio de formatos y tamaños disponibles para los usuarios. La reducción de su escala para los teléfonos móviles no sólo significa hacer las cosas más pequeñas, un buen logo debe responder a su entorno y seguir siendo funcional. Los logos responsive son simples y maleables. Con más dispositivos inteligentes con diferentes formas disponibles todos los días este tipo de diseño se mantendrá como de lo más relevante en 2017.

CINEMAGRAPHS

3 Un estilo en pleno auge son los cinemagraphs. Estos son fotografías en las que se produce un movimiento menor repetitivo, por lo general en formato GIF, para dar al espectador la ilusión de estar observando una animación. Los Cinemagraphs son una respuesta muy sencilla y eficaz para uno de los mayores problemas de la publicidad moderna: el tiempo. La publicidad supuestamente tiene que trabajar rápido para obtener nuestra atención, y los cinemagraphs hacen precisamente esto. Con una competencia entre los vendedores y espacio de la pantalla cada vez más grande, se espera ver cinemagraphs en todas las pantallas cercanas al espectador en 2017.



MINIMALISMO



4 La primera parte del siglo 20 y, para algunos, aún más, el minimalismo es tan popular hoy en día como lo ha sido siempre. El enfoque de minimalismo en la simplicidad y funcionalidad ha conducido a su adopción en muchas marcas y tendencias de diseño. Apple ha optado por esta la idea de "Menos es más", junto con Google, que lo encarna dentro de su diseño de marca. Un espacio en blanco intencional significa más transpirabilidad y puntos focales reducidos.

ILUSTRACIONES

5 Las imágenes realizadas a mano son excelentes para añadir un elemento claramente humano al diseño gráfico. Recientemente las ilustraciones han tendido a ser simples y evocar una especie de sentimiento tierno, infantil y nostálgico. Pueden ser utilizadas en una amplia gama de situaciones y se están volviendo cada vez más populares como una manera de explicar e ilustrar situaciones de la vida diaria. Este 2017 probablemente se encontrará plagado de este tipo de diseño con una variedad de calidades en los dibujos, tendencia que se vuelve más y más popular entre los consumidores.





DISEÑO MODULAR

6 El Diseño Modular consiste en cortar un texto y ponerlo en un espacio más manejable. En lugar de utilizar un largo bloque de texto, los diseñadores gráficos han encontrado la manera en que la información sea más manejable para lograr que más gente interactúe con él. La función de diseño modular no solo es como una gran herramienta de gestión, sino que también ayuda a que el diseño luzca más profesional cuando este se hace bien.

TEXTO ELEGANTE Y FOTOGRAFÍA GOLD



30

Punto y Línea

7 La fusión de textos elegantes con imágenes capaces de cautivar al que las observa, es una tendencia en diseño que despide por igual estilo y clase. El texto y la fotografía tienden a trabajar juntos para crear grandes contrastes y bordes brillantes. El manejo de planos brinda una mejor composición y genera un mayor impacto al combinar la tipografía con la imagen.

El año pasado, Time informó sobre un estudio realizado por Microsoft, donde sugieren que los lapsos de atención de una audiencia se han acortado como resultado de un estilo de vida más digital. Al parecer, el futuro (si no está ya presente) del diseño gráfico se dirige hacia un enfoque en hacer que la información sea lo más accesible de forma rápida y fácil como sea posible. Sin embargo, los estilos se adaptan a las diferentes marcas y atraen a diversas personas. Las tendencias son una gran manera de saber que está en boga, pero es necesario asegurarse que esta encaje con la marca antes de aplicarlo.

PAN TO NE



Greenery
15-0343

La autoridad del color ha hablado: 2017 será verde. Pantone ha revelado, como cada diciembre, el tono que imperará en pasarela e interiorismo de cara al nuevo año. El nombre elegido esta vez es Greenery (en español, verdor), inspirado según la firma en "Los primeros días de la primavera". Durante este año, dos colores han compartido el puesto de moda: Rose Quartz y Serenity, tonos suaves de rosa y azul, que casaban a la perfección entre sí.

2017

Geometría:

La Influencia de las Matemáticas

en las Bellas Artes

32

Punto
y Línea

Por: Flor M Espinoza, María J Rentería Y Raúl R Romero

HAGAMOS un viaje hacia nuestro pasado. Nosotros los humanos siempre hemos observado a la naturaleza en búsqueda de patrones. Hace miles de años, volteamos hacia las estrellas y encontramos patrones que nombramos constelaciones. Vimos al día convertirse en noche y la noche en día, las temporadas venir y pasar, y denominamos "tiempo" a ese patrón. En casi toda la naturaleza descubrimos patrones realmente divinos como en el cuerpo humano, en la cantidad de pétalos en una flor, o en la espiral de la Concha de Nautilus, e interiorizamos y usamos esos mismos patrones en casi todas nuestras creaciones. En nuestro arte, nuestras ciudades, nuestras deci-

siones. Pero ¿Qué nos dicen esos patrones? ¿Que son en realidad? ¿Cómo nos afectan?

Estas preguntas marcaron el inicio del pensamiento profundo y el uso de la lógica para llegar a conclusiones. Empezamos a buscar más patrones y experimentar. Si un experimento funciona es verdad, si no es falso. A través de la búsqueda de cálculos, medidas, el estudio sistemático de patrones y el movimiento físico de objetos, desarrollamos las matemáticas: del griego conocimiento, estudio, aprendizaje. El razonamiento matemático puede proporcionar revelaciones o predicciones sobre la naturaleza de lo que observas. Aunque el tema de las matemáticas



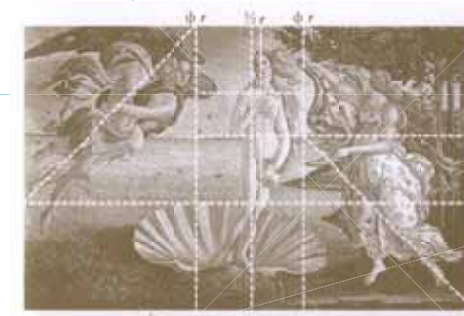
La Escuela de Atenas por Rafael Sanzio (1510-1511 dC)

parece ser tan distante al de las Bellas Artes, ambos van de la mano. Todo lo gráfico contiene preguntas de cantidad, estructura y espacio. Con preguntas de forma, tamaño, posición y las propiedades del espacio, las matemáticas se convierten en geometría: del griego "medida de tierra," el estudio sobre las propiedades de las figuras en el plano o en el espacio, elementos que se presentan en todo lo que percibimos.

Al momento que abres los ojos ves puntos y líneas en planos y en el espacio igual que al momento que pones un lápiz en un papel y lo mueves, creas puntos y líneas dentro de planos en el espacio. Todo es geométrico. Ahora Imaginemos: si siempre nos han fascinado los patrones, los entendemos y los sabemos utilizar en nuestras creaciones, ¿Qué pasaría si usamos ese conocimiento para la elaboración de nuestras imágenes? La geometría no solo es fundamental para todo lo gráfico, sino que también puede llegar a dar una estructura científica y metodológica,

“¿Qué pasaría si usamos ese conocimiento para la elaboración de nuestras imágenes?”

agregándole a su función estética y proporcionando una armonía inigualable como por ejemplo el Nacimiento de Venus por Botticelli (hacia 1480 dC).



Nacimiento de Venus

por Botticelli (hacia 1480 dC) con uso de la Sección Aurea

Ahora, para poder aplicar este conocimiento en nuestras creaciones, primero hay que entender un poco de su historia y contexto. Los primeros ejemplos de geometría grabados en la historia se remontan a las

primeras civilizaciones: Mesopotamia, Egipto y Valle del Indo. Aunque el conocimiento de la geometría inició de manera independiente en varios lugares a la misma vez, la Grecia Antigua fue la primera cultura en incorporar el estudio de la geometría. Personas como Pitágoras, Platón, Arquímedes, Euclides,

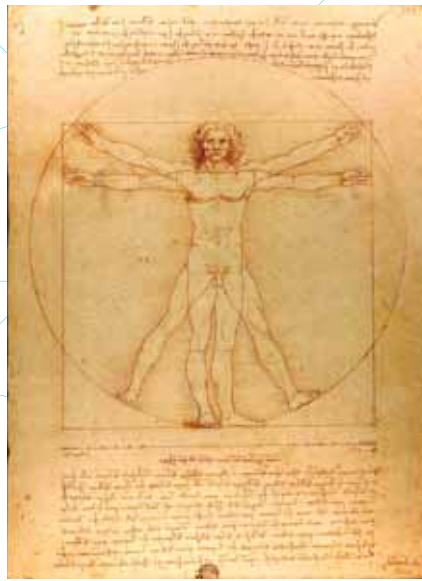


y Vitruvio dedicaron una gran parte de su vida a estudiarla, crearon varios libros con observaciones sumamente importantes las cuales ayudaron a sentar las bases para el desarrollo del método científico. Libros como el de Elementos escrito por Euclides (hacia 300 aC) que todavía se considera como el libro más exitoso e influyente de toda la historia que también se reconoce como el segundo libro más impreso después de la biblia. En su momento, fue totalmente innovador.

A través del tiempo, la geometría y la matemática siguieron evolucionando volviéndose cada año más fácil encontrar patrones. No fue hasta la caída de Constantinopla, la cual marco el inicio del renacimiento, y la invención de la imprenta cuando empezó a madurar la relación entre las matemáticas y la estética o la belleza de las cosas. Gracias a la impresión y distribución de los conocimientos griegos de geometría, por primera vez, pudimos procesar la transformación de objetos tridimensionales a una superficie plana con el uso de perspectiva lineal, se empieza a ver distintas tipografías con proporciones matemáticas, por fin se entiende la óptica y cómo funciona la luz o el espectro electromagnético y comienza la implementación de retículas geométricas en la mayoría de las obras maestras. Fue una explosión de geometría por todos lados que se hizo notar en obras como las de Filippo Brunelleschi, Donatello, Leonardo DaVinci, Michelangelo, Rafael (las personas reales, no las tortugas ninja), Albrecht Dürer y muchos más.

Por fin, adelantándonos a lo contemporáneo, concluimos que es imposible llegar a analizar toda la infor-

mación que existe sobre la geometría y sus usos dentro de las bellas artes. Entonces, dejaré que su curiosidad sea lo suficiente para buscar más sobre usos modernos como los del Constructivismo, De Stijl, Op Art, Art Nouveau, Art Deco, Cubismo, Minimalismo etc. Con sólo con buscar geometría en Google se encuentran alrededor de 35,300,000 de resultados. Los conocimientos ahora sí que son casi infinitos. La geometría realmente está en todos lados, hasta en el nombre de nuestra revista. De nuevo, ahí les encargo.



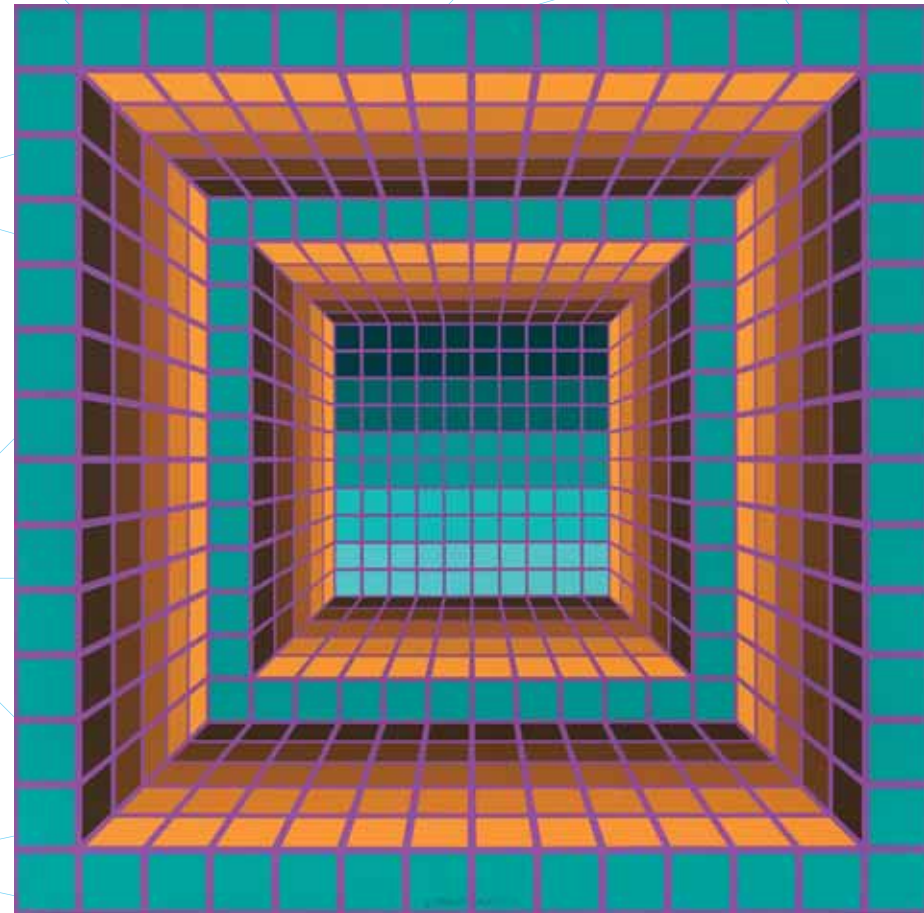
El Hombre de Vitruvio por Leonardo da Vinci (hacia 1490 dC)

Ahora veremos un poco de teoría basándonos en Los Fundamentos de Diseño Gráfico por Wucius Wong. Dentro de cualquier composición visual, existen varios funda-

mentos básicos relacionados a la geometría, para ser breves explicaremos sólo algunos: punto, línea y plano (en conjunto), retícula, perspectiva y claroscuro.

Lo primero y más importante es el conjunto de punto, línea y plano. El punto es la unidad gráfica más pequeña de comunicación visual. Un punto marca una posición en el espacio y se puede ver como coordenadas X & Y. una serie de puntos forman una línea y una masa de ellos se convierten en una textura. La línea es una serie infinita de puntos o dicho de otra manera, es la unión de dos o más puntos que genera dinamismo, define una dirección y es el elemento visual básico del boceto. El plano es el elemento que crea la ilusión de formas al juntar puntos o líneas. Estos tres elementos básicos se utilizan para lograr el resto de los fundamentos

Las retículas son una red de líneas horizontales, verticales, sesgadas,



04 NN-2 Por Victor Vasarely (1983)

por el momento se encuentra en subasta por alrededor de 953,000 Pesos.

irregulares o incluso circulares, que corren a través de tu formato y permiten organizar y justificar visualmente los elementos con relación a su proporción y el espacio. Con una retícula conviertes cualquier área en blanco en un campo con estructura y uniformidad.

Posteriormente, la perspectiva lineal es importante para representar profundidad y dimensión en la composición, ayuda a agregar volumen (anchura, altura y profundidad) a los objetos dentro de los mismos límites de dibujar en una superficie plana. La perspectiva lineal simula distorsiones ópticas de manera que los objetos cercanos parecen más grandes con respecto a los lejanos, que se hacen cada vez más pequeños a medida que se aproximen al horizonte.

Finalmente, el claroscuro es una separación de zonas de luz y som-

bra para darle aún más profundidad al espacio con el uso de contrastes fuertes entre volúmenes. Esta técnica permite crear mayores efectos de relieve y modelado de las formas. Se logra colocando un punto de luz, además de los puntos de fuga, e igual que la perspectiva es completamente relativa a los ángulos del punto al objeto.

Honestamente, utilicen la información que hemos compartido con ustedes, investiguen más, busquen ejemplos y empiecen a incorporar la geometría en todos sus trabajos, pueden estar seguros que notarán cómo los harán brillar en armonía desde el primer intento. Para concluir, en esta edición Hemos agregado una ilustración en forma de cartel en la cual reflejamos lo que aprendimos durante la investigación y la creación de este artículo. ¡Disfruten!

Fotógrafos Profesionales

Más influyentes del 2017

Instagram es una de las redes sociales mejor posicionadas, su principal función es subir fotos y compartirlas con tus seguidores. Sin duda su mayor potencial, proviene de usar esta red social directamente desde un celular, algo que generalmente siempre tenemos a la mano. Por esto, conscientes del auge en el uso de esta red social, te traemos una lista de los fotógrafos que deberías de seguir en este 2017 no sólo por su gran cantidad de seguidores sino por su gran calidad y técnicas en la fotografía.

36

Dirk Bakker

@Macenzo



2.270 publicaciones 397k seguidores 360 seguidos

Seguir

Este fotógrafo y diseñador gráfico holandés especializado en fotografía de arquitectura y le encanta capturar las "líneas de la ciudad". Por ello, utiliza los patrones que encuentra en la arquitectura, para crear un ritmo agradable para el ojo.



Chris Burkard

@Chrisburkard



2.574 publicaciones 2,3mm seguidores 581 seguidos

Seguir



Chris Burkard es un explorador consumado, fotógrafo, director creativo, orador y autor. Viajando a lo largo del año para perseguir las extensiones más apartadas de la Tierra, Burkard trabaja para capturar historias que inspiran a la gente a considerar su relación con la naturaleza, promoviendo la preservación de sitios salvajes en todas partes.

Burkard se conoce por imágenes que son puntuadas por paisajes maravillosos. A través de medios sociales Chris se esfuerza por compartir su visión de sitios salvajes con millones de personas e inspirarlos a explorar para sí.



A la edad de 30 años, Burkard se ha establecido como una presencia global e influencer. Es muy feliz a lado de su esposa Breanne y sus dos hijos Jeremiah y Forrest en su ciudad natal de la Playa Pismo, California.



Nació en Sivas, Turquía en 1974, ha trabajado como periodista fotográfico en Sabah Magazine Group, Hurriyet Magazine Group, Gazete Pazar y Milliyet. Se convirtió en el editor de fotografía Aksam Newspaper.

Desde Estambul, Mustafa Seven es un fotógrafo que comenzó en el campo del fotoperiodismo y ahora se dedica a la fotografía callejera, principalmente retratando a las personas de su tierra.

Uno de los fotógrafos más activos de Turquía en redes sociales, incluso llegó a publicar un libro llamado "Instagram", tiene un millón y medio de seguidores.



Mustafa Seven

@Mustafaseven

2.301 publicaciones 1,5mm seguidores 511 seguidos

Seguir



Simone Bramante

@Brahmino

1.187 publicaciones 828k seguidores 348 seguidos

Seguir



Especializado en paisajes a los que sabe dar un tono mágico, Simone Bramante se describe a sí mismo antes de todo como narrador de historias que como fotógrafo. Lo que está claro es que sus 810 mil seguidores en Instagram no se logran de cualquier manera (es el fotógrafo italiano más seguido en la red fotográfica), solamente subiendo buenas fotos como las suyas.

Le gusta usar elementos botánicos, combinar los ingredientes apropiados y con esto lograr algo extraordinario. Con sus fotografías es capaz de transportarnos a un mundo de lleno de emociones y asombro.





Hello

suerte.

MEH



I WANT YOU!

Grry



Vuelve a casa



PEDE LA BAICHA



arquitectas



WANK



I WANT YOU!



漢字



suerte.



Mis amigos :o



.GIF



Send Nudes 6621050647



Kari memes - before - nenes



"El saber de mis hijos hará mi grandeza"



S

WANK



Sharpie.