

ORBIT

EL NEUROMARKETING

AVATAR TLA
DE NETFLIX



VISION PRO

DUNE II

EL SUPER BOWL
LVIII

FEBRERO 2024



CONTENIDO



5 Avatar TLA
de Netflix

11 El Neuromarketing

15 Apple Vision Pro

19 Dune II

25 El Super Bowl

31 Corona: Jersey Pay

37 El Método
MARVEL

43 El arte de
Jhonen Vasquez

**NUESTRAS
REDES**



@revista_orbit



@revista_orbit



@revista-orbit

DIRECTORIO

DIRECTOR EDITORIAL

JUAN VILLEGAS R.

directoreditorial.ilustre@gmail.com

EDITOR EN JEFE

ALAN DE LA CRUZ C.

publicidad.ilustre@gmail.com

DIRECTOR DE PUBLICIDAD

HUGO ROCHA

editorjefe.ilustre@gmail.com

JEFE DE DISEÑO EDITORIAL

EMILIO AGUILAR

diseño.ilustre@gmail.com

JEFE DE REDACCIÓN

MIGUEL GARFIAS

diseño.ilustre@gmail.com



La órbita de este mes llega prometiendo mucho material interesante para todos nuestros lectores, desde el más creativo amante del cómic o el funcionamiento del marketing en nuestro cerebro, hasta el más entusiasta de la tecnología Apple o los estrenos más esperados del cine y la televisión de este mes de 29 días. La publicidad, el diseño, la tecnología y el entretenimiento regresan para actualizarte con la información más interesante de este segundo mes del 2024 que parece volar sobre el tiempo.

Si bien consideramos muy geek y friki esta edición de febrero, sabemos que los más nostálgicos encontrarán en esta edición una maquina del tiempo a mejores días de la mano de artistas como Jhonen Vasquez, la editorial Marvel o una de las series más queridas del nuevo milenio, Avatar, la leyenda de Aang de cara a su esperadísima adaptación live action que llega este mes a Netflix. Sin más, te dejamos disfrutar de nuestra colección mensual de información digna de ORBIT.

- Miguel Garfias

NOTA EDITORIAL

A NETFLIX SERIES

AVATAR
THE LAST
AIRBENDER

ONLY ON **NETFLIX** | COMING 2024



LA ANTICIPADA ADAPTACIÓN LIVE ACTION

Desde su estreno en 2005, la serie animada "Avatar: The Last Airbender" ha cautivado a audiencias de todas las edades con su narrativa rica, personajes entrañables y un mundo mágico meticulosamente construido. Creada por Michael Dante DiMartino y Bryan Konietzko, la serie se ha convertido en un referente en el ámbito de la animación, estableciendo estándares elevados para la calidad y profundidad de la narrativa en el medio.

Siendo en la actualidad una de las series animadas favoritas de muchos, el anuncio de una adaptación live action por parte de Netflix puso a todos a dudar de la realidad de esto, y una vez avanzada la producción y habiéndonos sorprendido con lo bien que parecer verse todo para ser una adaptación de la plataforma de streaming no muy buena adaptando cosas, lo que quedaba por ver era si serie fiel a su original, llevando ese carisma y epicidad al plano real al llegar a la plataforma. ¿Se logró?



POR FIN LLEGA A

NETFLIX.

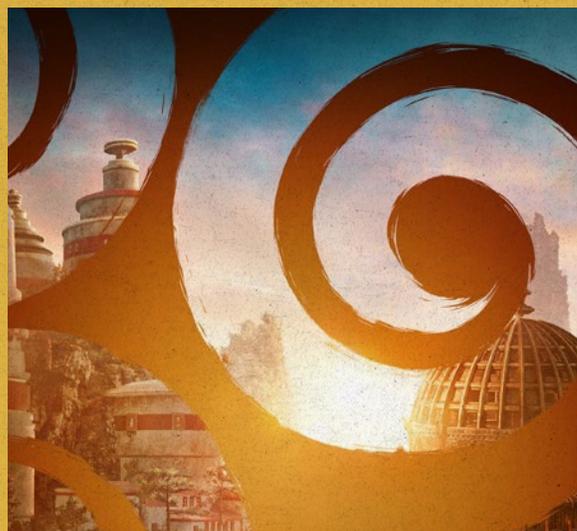


EL ÚLTIMO MAESTRO AIRE

La trama de "Avatar: The Last Airbender" se desarrolla en un universo dividido en cuatro naciones, cada una vinculada a un elemento: Aire, Agua, Tierra y Fuego. El ciclo de reencarnación del Avatar es crucial para mantener el equilibrio entre estas naciones. Sin embargo, cuando la Nación del Fuego desencadena una guerra devastadora, el Avatar desaparece misteriosamente, sumiendo al mundo en un caos sin precedentes.

La historia sigue a Aang, un joven maestro del aire y el último Avatar, quien emerge de un sueño de cien años para descubrir un mundo totalmente transformado. Aang, junto con sus nuevos amigos Katara y Sokka, se embarca en una misión épica para dominar los elementos restantes y detener la amenaza de la Nación del Fuego. A medida que viajan por este vasto y diverso mundo, enfrentan desafíos, forjan amistades inquebrantables y descubren los secretos oscuros que han sumido al mundo en el conflicto.

Siendo en la actualidad una de las series animadas favoritas de muchos, el anuncio de una adaptación live action por parte de Netflix puso a todos a dudar de la realidad de esto, y una vez avanzada la producción y habiéndonos sorprendido con lo bien que parecer verse todo para ser una adaptación de la plataforma de streaming no muy buena adaptando cosas, lo que quedaba por ver era si serie fiel a su original, llevando ese carisma y epicidad al plano real al llegar a la plataforma. ¿Se logró?



PERSONAJES ENTRAÑABLES

Lo que eleva a "Avatar: The Last Airbender" por encima de otras series animadas es su habilidad para crear personajes complejos y tridimensionales. Aang, Katara, Sokka, Zuko y otros personajes principales experimentan un crecimiento significativo a lo largo de la serie, enfrentándose a dilemas éticos y emocionales que resuenan con la audiencia. La complejidad moral de los antagonistas, especialmente el príncipe Zuko, añade capas de profundidad a la narrativa, desafiando las convenciones típicas de las historias de "bien contra mal".

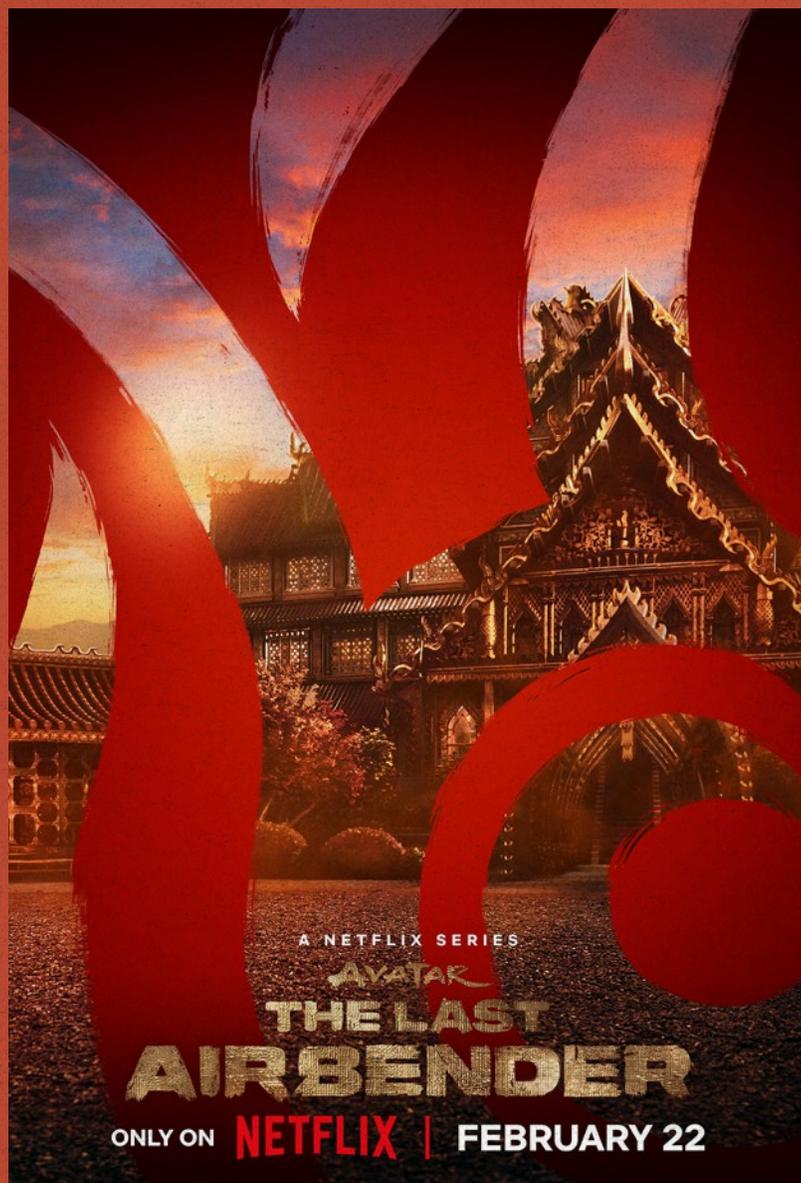


DE LA ANIMACIÓN A LA ACCIÓN REAL DE NETFLIX



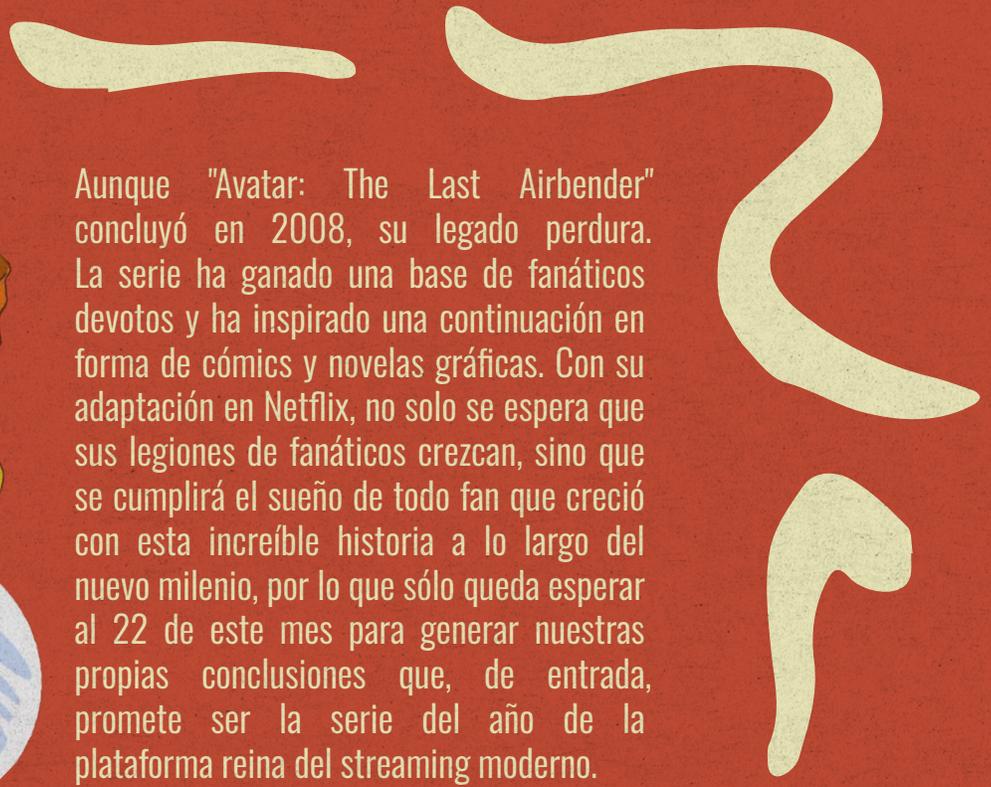
La animación en "Avatar: The Last Airbender" es un espectáculo visual impresionante. Cada episodio presenta secuencias de acción emocionantes, coreografías de doblaje de elementos asombrosas y paisajes exquisitamente detallados. El diseño de personajes es distintivo y memorable, con una paleta de colores que refleja la esencia de cada nación. La serie fusiona la estética del anime con la tradición de la animación occidental, creando un estilo único que ha dejado una marca duradera en la industria.

Con tanto potencial y el deseo lejano de muchos de ver esta maravilla adaptada al plano real, el sueño se convirtió en una posibilidad dos años atrás, para llegar a este mes, donde finalmente podremos ver la adaptación live action de esta obra maestra de la animación, con un diseño de producción sublime que nos hace tener fe de si el guion y su ejecución resultara en todo un acierto para la serie. Con un cast joven bastante similar a sus personajes, mucha diversidad acertada y efectos visuales de primera, todo indica que TLA de Netflix será un éxito dedicado a los fans de la serie original.

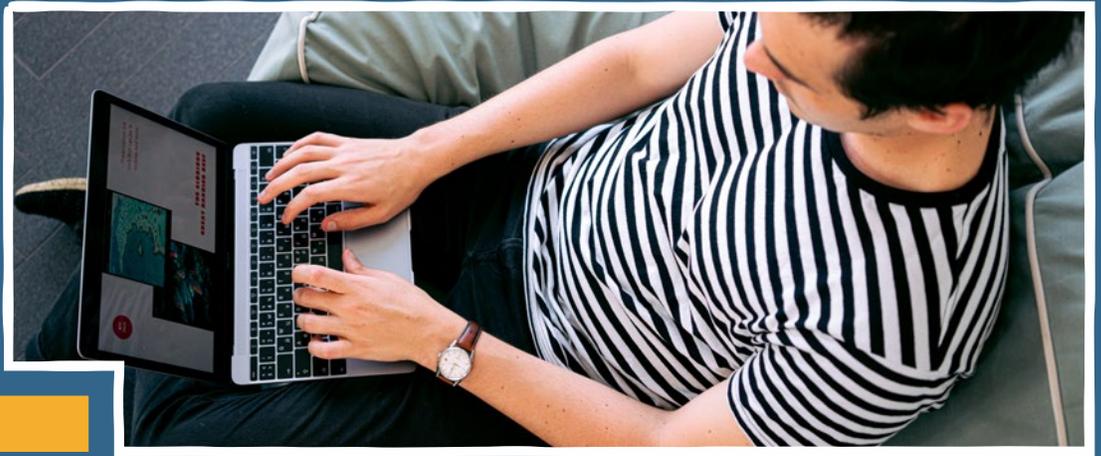




Aunque "Avatar: The Last Airbender" concluyó en 2008, su legado perdura. La serie ha ganado una base de fanáticos devotos y ha inspirado una continuación en forma de cómics y novelas gráficas. Con su adaptación en Netflix, no solo se espera que sus legiones de fanáticos crezcan, sino que se cumplirá el sueño de todo fan que creció con esta increíble historia a lo largo del nuevo milenio, por lo que sólo queda esperar al 22 de este mes para generar nuestras propias conclusiones que, de entrada, promete ser la serie del año de la plataforma reina del streaming moderno.



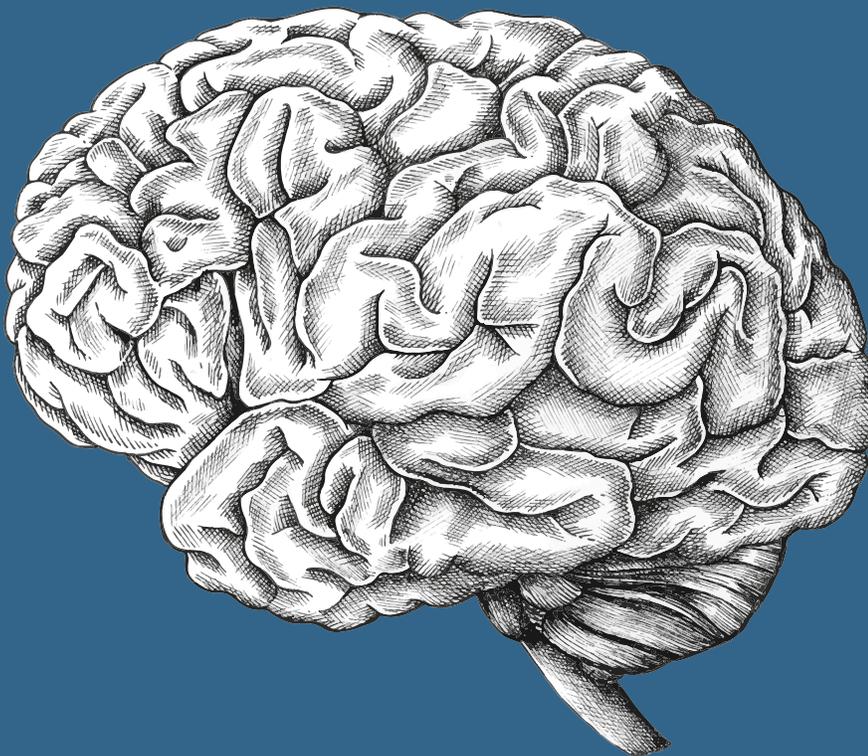
EL NEURO- MARKETING



DESENTRAÑANDO LOS SECRETOS DE LA MENTE DEL CONSUMIDOR.

Cuando consumimos algún producto y servicio, dentro de nuestra cabeza sucede todo un torbellino de actividad cerebral que nosotros no logramos percibir, pero que interpretamos como un estímulo que nos dice: lo necesito o simplemente lo quiero. Si bien para nosotros comprar algo solo responde a una necesidad o capricho personal, realmente lo que sucede detrás de este común suceso es un proceso previamente planificado como una estrategia de marketing, una que tiene en cuenta nuestras emociones, necesidades y estímulos básicos de nuestro cerebro, técnica que hoy lidera su implementación en el mercado.

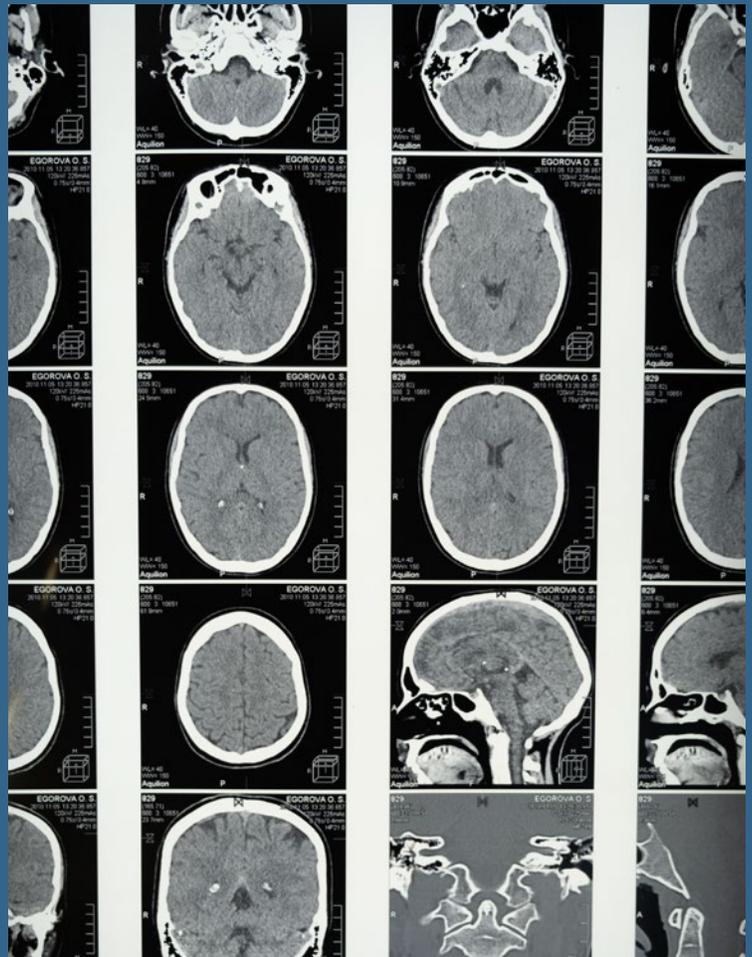
El neuromarketing, una disciplina que fusiona la neurociencia y el marketing, ha emergido como una herramienta poderosa en la comprensión y manipulación ética de las decisiones de compra. Su historia se remonta a finales del siglo XX, cuando los avances en tecnologías de imagen cerebral permitieron a los investigadores explorar las reacciones cerebrales de los individuos frente a estímulos de marketing. ¿Por qué resulta tan efectiva? Averigüémoslo.



CIENCIA MODERNA DEL MARKETING

El término "neuromarketing" fue acuñado por primera vez en 2002 por Ale Smidts, profesor de Marketing Research en la Universidad Erasmus de Róterdam. Sin embargo, sus raíces se entrelazan con el desarrollo de la resonancia magnética funcional (fMRI) y la tomografía por emisión de positrones (PET), que proporcionaron a los científicos una visión sin precedentes de la actividad cerebral en tiempo real. A medida que estas tecnologías evolucionaron, los especialistas en marketing vieron una oportunidad única para entender los procesos mentales que influyen en las decisiones de compra.

Entre los pioneros del neuromarketing se encuentra el neurocientífico Read Montague, quien en la década de 1990 utilizó la resonancia magnética para estudiar las respuestas cerebrales a las elecciones de productos. Otro influyente es el profesor Gerald Zaltman, quien desarrolló la técnica ZMET (Zaltman Metaphor Elicitation Technique), basada en la identificación de metáforas visuales para desentrañar las motivaciones subyacentes de los consumidores.



USO CONTEMPORÁNEO

Hoy en día, el neuromarketing se ha convertido en una herramienta esencial para las empresas que buscan comprender y conectar con sus audiencias de manera más efectiva. Las técnicas tradicionales de investigación de mercado, como encuestas y grupos focales, se complementan con métodos neurométricos para obtener una visión más profunda y precisa.



1. Neuroimagen:

La resonancia magnética funcional (fMRI) sigue siendo fundamental, permitiendo a los investigadores mapear las áreas cerebrales activadas durante la exposición a estímulos publicitarios.



2. Eye Tracking:

La tecnología de seguimiento ocular analiza los movimientos oculares para determinar qué áreas de un anuncio o producto captan más la atención, ayudando a perfeccionar el diseño visual.



3. Respuesta Galvánica de la Piel:

Midiendo la conductancia de la piel, se puede evaluar la respuesta emocional de un individuo ante un estímulo, proporcionando información valiosa sobre la efectividad emocional de una campaña publicitaria.



4. EEG (Electroencefalografía):

Registra la actividad eléctrica del cerebro, brindando información sobre el nivel de atención y la implicación cognitiva, aspectos cruciales en la eficacia de la publicidad.

En resumen, el neuromarketing ha evolucionado de una curiosidad científica a una herramienta indispensable en el arsenal del marketing moderno. A medida que la tecnología continúa desvelando los misterios de la mente humana, el neuromarketing promete seguir revelando nuevas formas de cautivar a las audiencias y mejorar la experiencia del consumidor. La próxima vez que realices una compra o contemples la publicidad expuesta ante ti, recuerda que tus estímulos están en acción para determinar si lo compraras por voluntad propia o si tu cerebro ha sido víctima de esta estrategia de marketing casi imperceptible.

Los gigantes del marketing, desde Coca-Cola hasta Apple, han adoptado el neuromarketing para optimizar estrategias y mensajes. Sin embargo, el uso ético de estas técnicas es crucial, ya que la manipulación no ética de las emociones puede erosionar la confianza del consumidor.



¿Qué es lo que hacemos?

Optimizamos la búsqueda del talento humano que necesitas, asegurando la contratación oportuna del talento que requieres para mantener el buen funcionamiento de tu empresa.





Apple Vision Pro

El nuevo gadget de Apple



Apple encabeza nuevamente la vanguardia tecnológica, esta vez mediante los visores de realidad mixta. Haciendo énfasis en que sus nuevos visores no son de realidad aumentada como los de su principal competencia (si se le puede llamar así a meta). Los creadores de tecnologías innovadoras y siempre a la cabeza de la preferencia dentro del mundo geek como el iPhone, iPad, Apple watch y sus poderosas computadoras iMac, hoy Apple llega con un nuevo gadget dispuesto a reafirmar su dominio en la era tecnológica de nuestro tiempo, un dispositivo visual que hará más practica la forma de utilizar un sistema iOS con tan solo visualizarlo y hacer movimientos de dedos, llevando todo un sistema computacional a un plano lejos de motores y en cualquier lugar.



Se trata del Apple Vision Pro, un visor de realidad mixta que básicamente será una computadora operada con sistema iOS a modo de visor, que una vez colocados en el rostro hará posible visualizar lo que normalmente veríamos en la pantalla de nuestra iMac o iPhone, simulando que nuestros ojos lo están proyectando en un plano virtual. Sobre esto, hay que recalcar que este visor o se trata de un visor de realidad aumentada sino de algo parecido a una computadora en un visor, capaz de llevar a cabo todo lo que una iMac es capaz o ejecutar las aplicaciones de nuestro iPhone, llevando su ecosistema Apple a otro nuevo nivel altamente anticipado por los entusiastas de Apple y sobre todo, porque indica una nueva era tecnológica para los gadgets del mañana. 🍏



Realidad Mixta

■ ■ ■ De que trata esta nueva y prometedora tecnología, este nuevo juguete para los fanáticos de la tecnología Apple. Su funcionamiento se centra en ser un visor que ofrece la posibilidad de proyectar mediante tecnología EyeSight la pantalla con el menú de aplicaciones del sistema iOS a sus usuarios y llevarlas a todas partes, como si de un proyecto se tratase. Con audio inmersivo, la comodidad de un diseño ergonómico y la potencia de un chip dual, Apple Vision Pro es capaz de llevar la tecnología y el ecosistema Apple a otro nivel superior a los visores existentes en el mercado, dejando de lado la realidad aumentada y concertándose en la realidad mixta e favor del usuario.



En su diseño radica la razón por la que tomará a los usuarios una prueba del producto de hasta 25 minutos, ya que el Vision Pro no solamente cumplirá con el deseo de llevar el sistema iOS a todo lugar con solo colocarse un visor, sino que busca la comodidad de su propietario haciendo compatible con su rostro y cabeza el diseño del visor, adaptándose en todos los sentidos, desde si el usuario usa anteojos hasta que correa sería la más cómoda.

Vision Pro



En cuanto a sus componentes, el principal elemento de este visor

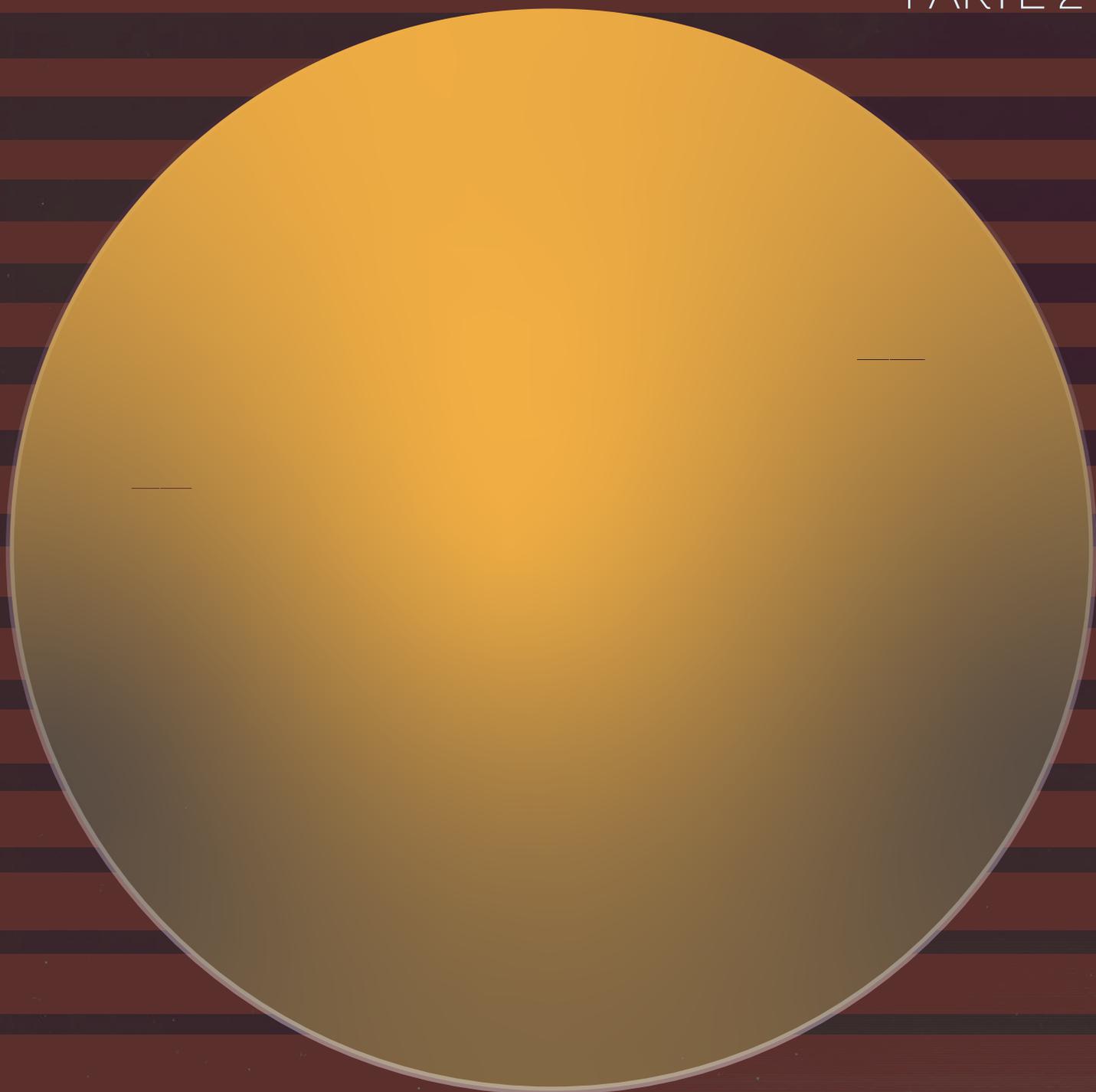
es su tecnología de chip dual, que mezcla la potencia del chip M2 de Apple con el R1, uno dedicado al sistema operativo y el otro a potenciar la experiencia inmersiva de realidad mixta del visor. Consultar aplicaciones, tener videollamadas, mandar mensajes, ver películas y series, utilizar apps creativas, y mucho más puede realizarse con la tecnología espacial que posee el Vision Pro, sumado a otros elementos característicos de Apple como sus altos estándares de privacidad y seguridad. 🍏



Sin duda este visor de realidad mixta marcará una nueva era tecnológica de nuestra década, llevándonos a una era donde las computadoras podrían dejar de ser un elemento de escritorio para convertirse en un gadget frente a nuestros ojos todo el tiempo, justo como la ciencia ficción podría suponer.

DUNE

PARTE 2



La esperada secuela del logro cinematográfico de *Denis Villeneuve* está aquí.

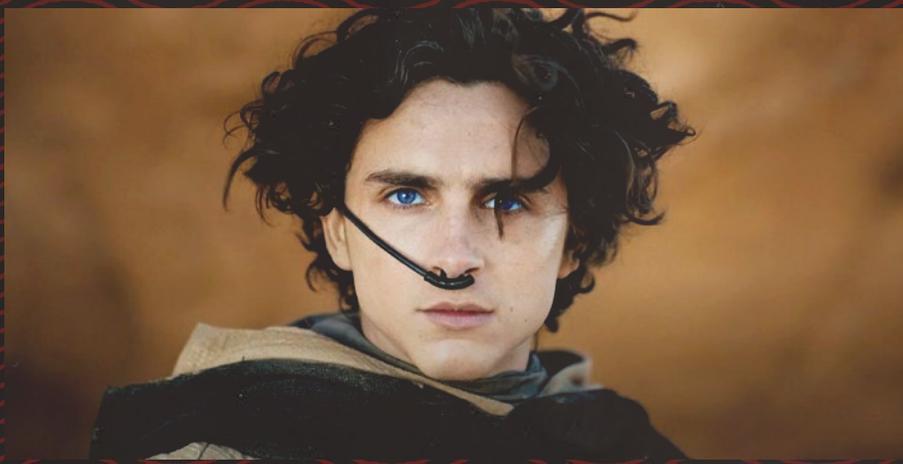
La especia, las arenas de Arrakis y la rivalidad entre las casas Atreides y Harkonnen llegaron en 2021 al mundo cinematográfico con la visionaria adaptación de la primera novela de las Crónicas de Dune de Frank Herbert, una opera espacial que nos llevó a un futuro lejano al nuestro dónde la humanidad se disputa el universo conocido mediante feudos a cargo de grandes familias que conforman un Imperio. Historias precursoras de sagas contemporáneas como *Star Wars*, el universo de DUNE hizo su incursión al cine moderno con una extraordinaria propuesta que reúne elementos visuales, musicales y actorales de primera, instaurando un filme digno de la ciencia ficción más temeraria.



Protagonizada por Timothée Chalamet, Rebecca Ferguson y Oscar Isaac, *Dune*: parte 1 de 2021 hizo historia en el cine, resultando ser una producción diferente, visualmente increíble y con actuaciones que hicieron reales a los personajes de Herbert al pie de la letra. Si bien muchos la consideraron lenta y a medias, la adaptación de Villeneuve dividió en dos partes la primera novela de la saga, presentándonos el universo, el conflicto y los personajes en su primera entrega, para este 2024, después de un año de retrasos diversos para su estreno, la parte 2 cerrará la historia que marco un hito e la literatura de ciencia ficción y que podría iniciar una nueva saga cinematográfica sin precedentes en el cine contemporáneo.

Presentando

Arrakis



Un acierto sin duda alguna fue la decisión del director francés Denis Villeneuve de dividir la primera novela de Frank Herbert en dos partes, para con esto poder adaptarla al cine con mayor rango de detalle y poder mostrar el maravilloso mundo creado por el autor en 1965 a profundidad. Su primera entrega, estrenada en cines poco antes de salir de la pandemia en 2021, nos llevó por primera vez a un Arrakis digno del cine moderno, una propuesta completamente diferente a la adaptación ochentera de David Lynch, claramente con una libertad visual, creativa y de FX de nuestra era.

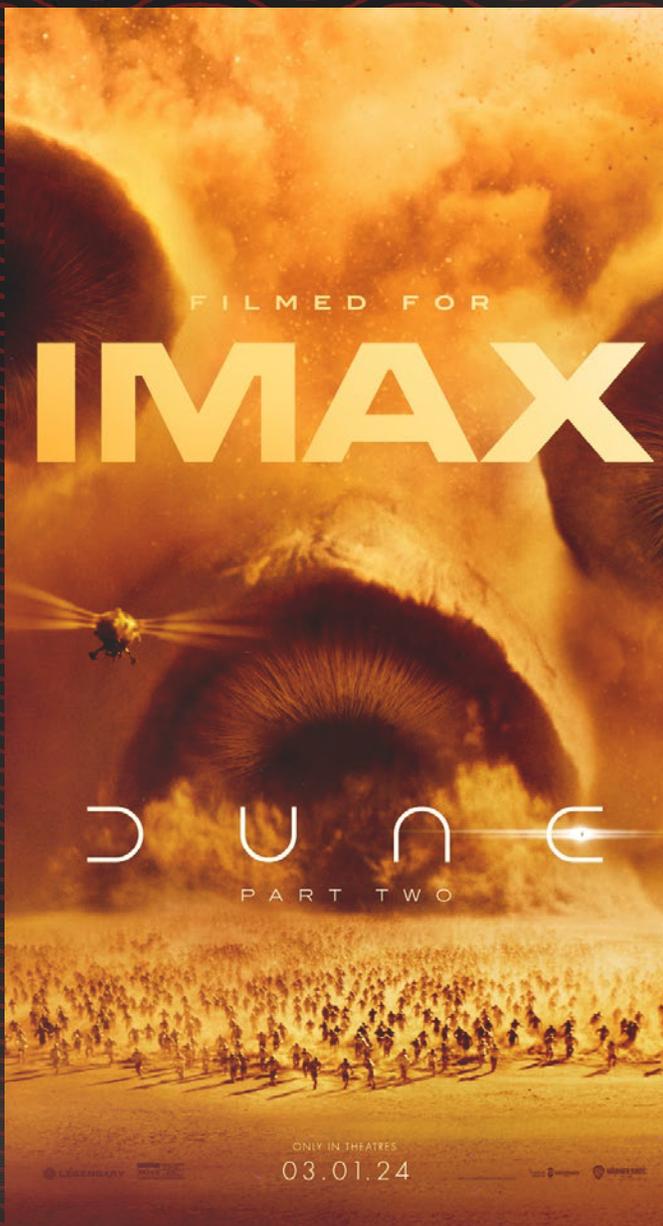
Siendo un éxito automático en su ejecución, y prometiendo concluir esta historia con una segunda entrega, Dune renovó el cine en una época donde el séptimo arte pasaba una crisis pandémica. Ganadora del Óscar a mejor sonido, diseño de producción, efectos visuales y música, Dune de 2021 anticipó un regreso que prometería un blockbuster digno de las pantallas IMAX.



Parte Dos

Si su primera entrega fue un éxito en todos los sentidos, el regreso de Paul Atreides, los Fremen y la disputa entre casas por el planeta Arrakis y su especia promete una película anticipada que batirá todos los récords. Sus tres trailers presentados hasta ahora muestran una producción visionaria, con el cast juvenil del momento como protagonistas, a los que se suman, además de Chalamet y Zendaya, la actriz Florence Pugh y Austin Butler como la Princesa Irulan y Feyd Rautha Harkonnen.

Filmada para disfrutarse en IMAX, Dune: parte dos mostrará la conclusión de la primera novela de Herbert, con un Paul Atreides liderando a los Fremen hacia la batalla final contra la Casa Harkonnen y el mismo Emperador en busca de recuperar el control del feudo de Arrakis, un filme que visualmente impresiona por su tono brutalista, futurista y nos muestra a los míticos gusanos de arena del lore de Dune en todo su esplendor.



DUNE

Sin duda estamos ante lo que podría ser el inicio de una franquicia de ciencia ficción futurista en el cine que se disponga a adaptar toda la opera espacial de Frank Herbert iniciando por este su primer libro. Ya se habla de un spin off que abordara el origen de la Hermandad Bene Gesserit para la plataforma de HBO Max a modo de precuela. De ser así, estaríamos viendo nacer una de las sagas más ambiciosas dentro del mundo audiovisual hasta ahora, por encima de fenómenos como Star Wars o Harry Potter, con un universo lleno de lore que daría para proyectos tan ambiciosos como lo que estamos a punto de ver en cines de la mano de Villeneuve el próximo Marzo. Atreides, Fremen o Harkonnen, ¿quién se quedará con el control de Arrakis al final?





¡TE AYUDAMOS A CRECER TU NEGOCIO!

Nos encargamos de asegurar la **contratación oportuna** del talento requerido para mantener el **buen funcionamiento** de tu empresa.

Descubre lo que podemos hacer por ti:



**FORMACIÓN
EMPRESARIAL**

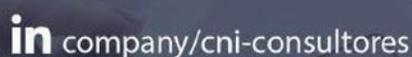


**GESTIÓN
CORPORATIVA**



RECLUTAMIENTO

Conoce nuestros servicios en nuestras redes sociales:



LAS VEGAS

SUPER BOWL



EL MÁXIMO EVENTO
DEPORTIVO DE

ESTADOS UNIDOS!



Los grandes eventos deportivos representan una oportunidad única para las marcas del mundo de expandir su alcance, promocionarse como entidades y potencializar las ventas de sus productos o servicios de toda índole. El deporte en la era moderna representa un escaparate perfecto para difundir marcas y productos a nivel televisivo y digital de alcance mundial, ya sea mediante patrocinios, colaboraciones comerciales o por participar en las grandes contiendas deportivas de gran audiencia como lo son los Juegos Olímpicos, el Mundial, la Fórmula 1, o el Super Bowl, siendo este último el escaparate deportivo, cultural, comercial y de entretenimiento por excelencia.



La final del campeonato “mundial” de la NFL representa hoy la cúspide de la publicidad a nivel internacional, siendo el evento todo un momento dentro de la industria deportiva en el que todos quieren ser partícipes, fenómeno que reúne el ámbito deportivo más importante de Estados Unidos, lo mejor de la industria musical con su show de medio tiempo, un sinfín de patrocinios, y los anuncios más esperados de marcas, cine y televisión se hacen presentes en esta final del fútbol americano en un paraíso de publicidad y guacamole como ningún otro.



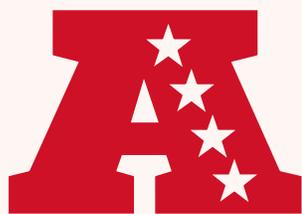


EL ORIGEN DE ESTE FENÓMENO DEPORTIVO

Para los estadounidenses solamente existe un tipo de fútbol, y es el que absolutamente todo el mundo conoce como fútbol americano. Este deporte representa para nuestros vecinos del Norte una industria millonaria y deportiva a la cual aspiran jugadores universitarios y que cuenta con legiones de seguidores aficionados a seguir de cerca este deporte de tacleadas y balones ovalados. 32 equipos se disputan llegar en febrero a la gran final de este campeonato de la NFL, momento que representa la gloria de este deporte, un evento televisado que rompe todos los récords incluso por encima de los premios Oscar, y cuya audiencia representa un universo de potenciales consumidores de todos los ámbitos, un escaparate que todas las marcas quieren aprovechar para promocionar de todo.

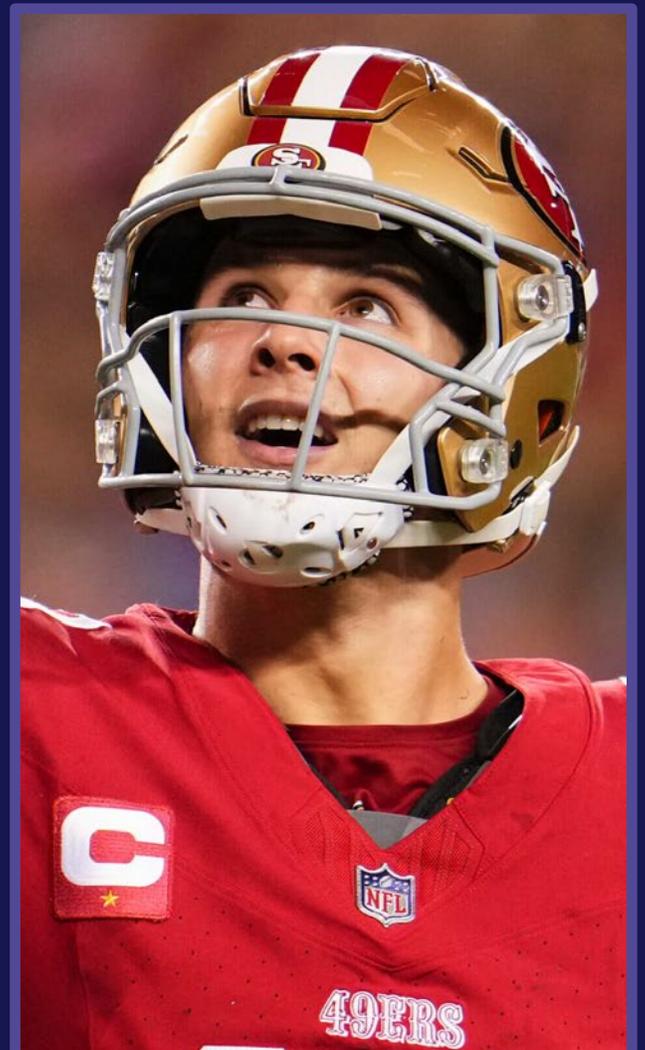


El origen de este legendario encuentro deportivo de gran entusiasmo tiene su nacimiento con el acuerdo realizado por la entonces American Football League (AFL) y la National Football League (NFL), que en 1967 disputarán una final rivalizando a un equipo de ambas ligas en un encuentro que pasaría a conocerse como el Super Bowl, nombre que surge inspirándose en el apodo que recibían los encuentros de fútbol universitarios, Bowl, pero potencializado para representar lo que hoy es considerado el encuentro deportivo más importante y visualizado de los Estados Unidos.



IMPACTO TO CONTEMPORÁNEO

Tras 57 ediciones de gran éxito y audiencia, este 2024 llega la edición número 58 del Super Bowl, y como tal, el momento más esperado de toda marca, película, serie y patrocinador para publicitar sus productos, estrenos y colaboraciones ante prácticamente todo el planeta. La influencia y relevancia de este evento es tal, que su existencia logra reunir familias, amigos, transmisiones en internet en tiempo real, cuya televisación bate récords de audiencia cada año, siendo tanto el atractivo principal, el juego mismo, y su show de medio tiempo, los grandes protagonistas de este domingo 11 de febrero. ✨



Aprovechando millones de ojos y oídos atentos a las pantallas durante la justa deportiva de tacleadas y un show prometedor de Usher durante el Halftime de Apple Music, el Super Bowl es el momento de brillar de marcas de comida que invitan a consumir alimentos, snacks, cervezas y refrescos en tiempo real; el escaparate para marcas automotrices y sus más recientes vehículos motorizados; el esperado momento para lanzar ese trailer o teaser televisivo o cinematográfico tan esperado por el mundo del entretenimiento ante audiencias absurdamente enormes, y claro, la oportunidad de publicitar cientos de miles de productos a consumidores de todas partes del globo, haciendo del Super Bowl el evento humano más diversificado de la actualidad, pasando de ser una final deportiva más a congregarse deporte, música, entretenimiento, cine, televisión, comida, marketing, y mucho más en sólo una noche.

Cómo cada año, el Super Bowl promete satisfacer toda expectativa deportiva, publicitaria y de entretenimiento, por lo que podemos adelantar que su edición LVIII no será la excepción para hacer de este fenómeno deportivo tan diverso el evento más visto, consumido, transmitido y en tendencia del próximo domingo 11 de Febrero, domingo de tacleadas, guacamole y Usher.





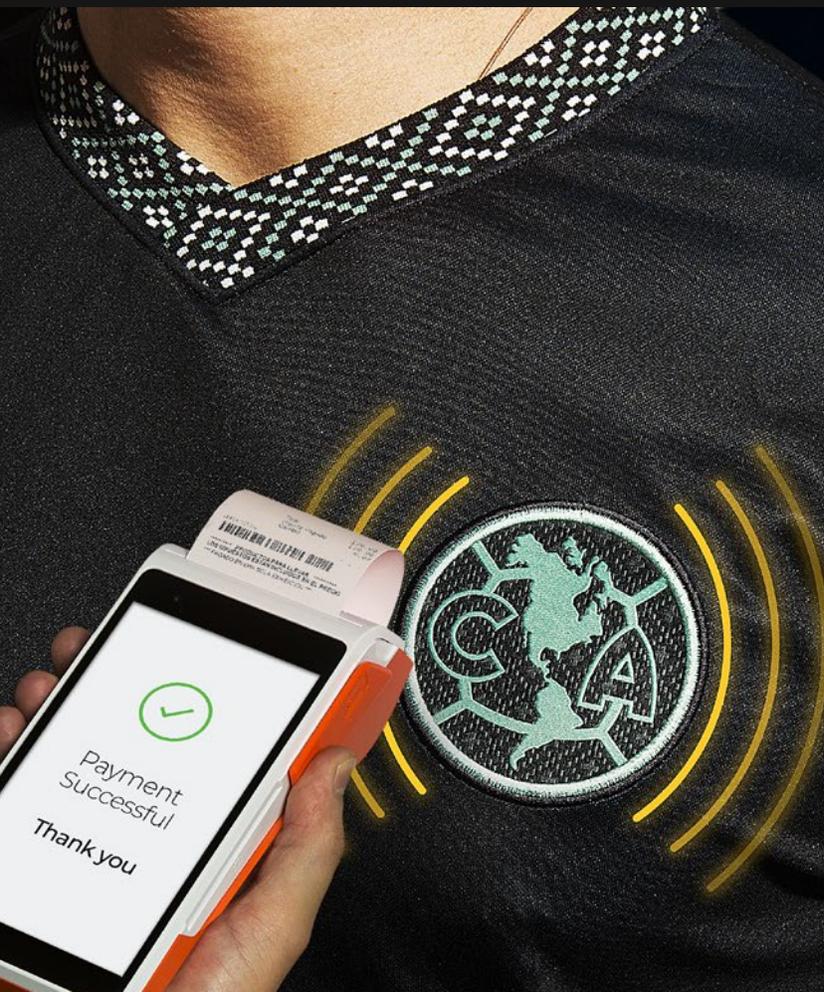
CORONA

JERSEY
PAY

Una forma segura de beber cerveza y disfrutar del futbol.

Lamentablemente sabemos que los eventos masivos, aquellos que congregan a una inmensidad de personas ya sea para un concierto, evento deportivo, político o religioso, son el sitio perfecto para que los criminales hagan de las suyas con nuestras pertenencias si no las tenemos bien protegidas y vigiladas en todo momento. Los amantes de lo ajeno son capaces de sacar tu cartera hasta de donde tu crees que esta más segura, puesto que a eso se dedican y llevan años practicando esa forma de seguir siendo parásitos de nuestra sociedad.

Nadie está exento a ser victima de las artimañas de esta gente, menos aún cuando la multitud se presenta como un panorama perfecto para escabullirse sin ser visto, para cuando nos demos cuenta de que nuestro teléfono, cartera o reloj ya no está con nosotros será demasiado tarde. La inseguridad en cualquier lugar de congregación, en especial en conciertos y eventos deportivos como estadios de futbol, siempre esta a la orden del día, y con ello, la exposición de nuestro dinero.





A COMMERCE EXPERIENCE THAT TURNS FOOTBALL JERSEYS INTO DIGITAL WALLETS TO BUY BEERS AT STADIUMS

BACKGROUND

Football stadiums in Latin America are loud, crowded and sadly, unsecure. That leaves to football fans taking measures to protect their belongings. This means not bringing cell phones or wallets to the stadiums, just a few bucks and the most valuable thing a fan has: their team jersey. For Corona this has a clear impact on the volume of beer sales.

IDEA

Corona launched a new payment solution that turned football jerseys into digital wallets. To enjoy a cold beer without using cash, fans just had to reach a vendor and tap the badge of their jersey on the POS terminal. To make it even more compelling every beer was sold at a retail price (50% off).

HOW IT WORKS



FANS NEEDED TO TAKE THEIR JERSEY TO MODELORAMA NOW, OUR PHYSICAL STORES (+10K STORES ALL OVER MEXICO).



AN NFC WATERPROOF TAG IS ADDED TO THE BACK OF THE BADGE (INSIDE THE JERSEY).



CREATE AN ACCOUNT AT NOW.MODELORAMA.COM.MX TO ADD CREDITS AND IMMEDIATELY START USING IT.



MORE THAN A SALES UPLIFT. A NEW BUSINESS MODEL. DURING THE FIRST WEEK OF THE LAUNCH.

+35%
IN-STADIUM
SALES VOLUME

30K
TAGS INSERTED

+25%
STORE FOOTFALL
AND GROWING AS THE TECHNOLOGY
GETS KNOWN BY FOOTBALL FANS

Afortunadamente, existen alternativas seguras para acudir en paz y tranquilidad a disfrutar de estos eventos enormes, y no de la mano de las autoridades incompetentes, sino de las empresas que, si bien buscan lucrar un poco con estas soluciones, al final el beneficio lo vale, teniendo en cara que la situación de inseguridad en nuestro país no se solucionará jamás. Recursos prácticos como la tecnología contactless y dispositivos cashless hacen de los eventos masivos una posibilidad segura para todos, y en el mundo del deporte, especialmente en el futbol, Grupo Modelo ha tomado una medida que resultará excelente para los aficionados del balompié, utilizando los jersey de los equipos en una forma de hacer del deporte y el consumo responsable de cerveza en los estadios algo ajeno al peligro del robo en estadios. ¿Cómo? Conozcamos la forma.

Medidas más seguras para eventos masivos.

Conocemos la realidad insegura que se presenta hoy en día en festivales musicales y eventos de enorme afluencia, donde los robos están a la orden del día si te descuidas un poco. Sabemos también que no debería ser así ir a un evento y disfrutar sin tener que preocuparte de que no te roben tu billetera o tu teléfono, pero lamentablemente así es esto, por lo que prevenirte no está de más.

Afortunadamente, hoy en día los organizadores de estos eventos han tomado cartas en el asunto con las famosas medidas contactless que hacen del uso de efectivo cosas del pasado, priorizando en el pago con tarjetas o con dispositivos prepago, donde recargando pulseras, por ejemplo, podemos comprar comida, mercancía y bebidas, en especial cerveza, sin preocuparnos por el efectivo que llevemos con nosotros. Estas alternativas han resultado prácticas y funcionales, reduciendo en gran medida este índice delictivo en conciertos. Si bien no muchos están de acuerdo en pagar el precio de dichas pulseras u otros artículos para recargar, resulta ser una medida justa contra el robo de carteristas.



SO, WE TURNED THEIR FOOTBALL JERSEYS
INTO A CONTACTLESS PAYMENT METHOD



ADDING AN RFID TAG TO THE BACK OF THE
JERSEY, LINKED TO OUR ONLINE STORE.



FANS ARE ABLE TO ENJOY A CORONA EXTRA
AT THE STADIUM, SOLD AT A RETAIL PRICE.
JUST BY TAPPING THE BADGE.

+35%
IN-STADIUM
SALES VOLUME

30K
TAGS INSERTED

+25%
STORE FOOTFALL
AND GROWING AS THE TECHNOLOGY
GETS KNOWN BY FOOTBALL FANS

El mundo del fútbol no es la excepción en este panorama, siendo los estadios uno de los lugares donde se manifiesta con mayor presencia estos sucesos. El robo en gradas, escaleras, baños y en accesos a los recintos es una práctica común entre ladrones, por lo que los asistentes se lo piensan dos veces en llevar efectivo con ellos y privarse de esa cerveza deliciosa mientras disfrutan de su partido. Para anteponerse a esta realidad, grupo Modelo, utilizando la cerveza Corona, hoy propone una nueva forma de pago para su consumo en estadios, una alternativa segura que radica en nada menos que el propio jersey de tu equipo favorito.

Jersey Pay

Así como lo escuchas, Corona Jersey Pay hará posible el pago de tu consumo chelero en estadios mediante un chip de prepago incrustado en el escudo de tu equipo en tu jersey. De esta forma, podrás despreocuparte de ser víctima del robo y el carterismo con tan solo recargar tu Jersey Pay desde la aplicación y simplemente disfrutar del partido junto a una cerveza bien muerta. Sin duda Corona ha dado en el blanco con esta forma de pago en estadios, una que sin duda se popularizará rápidamente e incrementará su consumo de forma segura para todos. Nuevamente, la tecnología y la practicidad se antepone a las malas practicas de los amantes de lo ajeno.

**SO, WE TURNED THEIR FOOTBALL JERSEYS
INTO A CONTACTLESS PAYMENT METHOD**



EL MÉTODO MARVEL

La fórmula que hizo de una editorial en decadencia el máximo exponente del cómic de superhéroes.

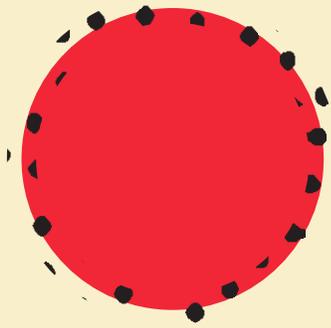
El mundo del cómic hoy representa ser uno de los entretenimientos editoriales más solicitados, teniendo en cuenta el auge de los superhéroes en el formato audiovisual que ha impulsado aún más sus ventas a partir del nuevo milenio. Este formato de las viñetas no ha hecho más que volverse sumamente popular con el paso de los años, alcanzando nuevos niveles de demanda así como el perfeccionamiento de su escritura e ilustración, siendo hoy la novela gráfica todo un arte que muchos consumen y muchos más se encargan de concebir, ya sea desde sus trincheras de forma independiente, como por medio de las grandes editoriales como DC Comics y Marvel, casas que hoy poseen algunos de los títulos más populares de este entretenimiento, los cuales hoy figuran como todos unos mitos de la cultura Popular.



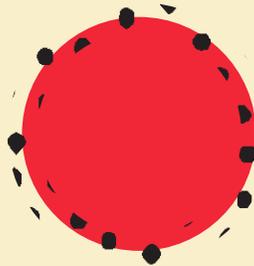


Si bien hoy tenemos en un concepto glorificado a las grandes editoriales del cómic como DC o Marvel, y elogiamos una y otra vez sus más grandes creaciones (Superman, Batman, Spider-Man o los X-Men), esta no fue siempre su situación, destacando una era donde apenas ganaba popularidad este medio de entretenimiento editorial, llegando incluso a verse al borde de la extinción de no ser por una peculiar fórmula para lograr concebir historias de manera más rápida, más dinámica para sus escritores, y con una propuesta visual más impactante para los ilustradores de cómic de la época. Este método, surgido en los cuarteles de la hoy conocida como “Casa de las Ideas” Marvel, renovó la conceptualización y elaboración de un cómic, destacando de sus beneficios principales su tiempo de elaboración, dinamismo de ideas y una mayor propuesta gráfica que hizo del cómic de superhéroes lo que es hoy: un entretenimiento millonario.

Edad de Plata



La historia de la novela gráfica, en especial del mundo de los superhéroes, suele catalogarse en Edades, destacando de estas el concepto la Edad Dorada (1938-1956), que vio aparecer por primera vez a los grandes héroes del cómic como Superman, Batman, Wonder Woman y Capitán América. Si bien esta época cimentó las bases del cómic moderno y lo que vendría después, sus historias eran carentes de mucho del factor humano, poniendo en las viñetas héroes todos poderosos y casi invencibles. Por ello, las historias que vendrían después en la también famosa Edad de Plata (1957-1970), traerían consigo no solamente nuevas historias, títulos y personajes, sino ese factor humano que acercaba un poco más a los héroes y sus poderes con el ser humano común que leería la historieta.



Este concepto llegaría para salvar a una decadente editorial, Marvel, que en aquella época tenía una crisis creativa que amenazaba con cerrar la famosa Casa de las Ideas. Para su suerte, aquí aparecería por primera vez el método que terminaría por concebir historias más dinámicas, a mayor cantidad, y con una propuesta gráfica más atractiva debido a la libertad de trazo otorgada a los dibujantes bajo este modelo creativo.

El legendario Método Marvel, salvaría a la editorial, y revolucionaría el mundo del cómic para siempre.



Método Marvel y Stan Lee

Esta revolucionaria forma de concebir historias y nuevos personajes recayó en su contraposición con la forma tradicional de hacer cómics. La forma antigua consistía en escribir un guion con diálogos y especificaciones de lo que aparecería en las viñetas, para lo cual, los artistas simplemente se dedicarían a hacer realidad gráficamente lo ahí estipulado al pie de la letra, algo un tanto monótono creativamente hablando.

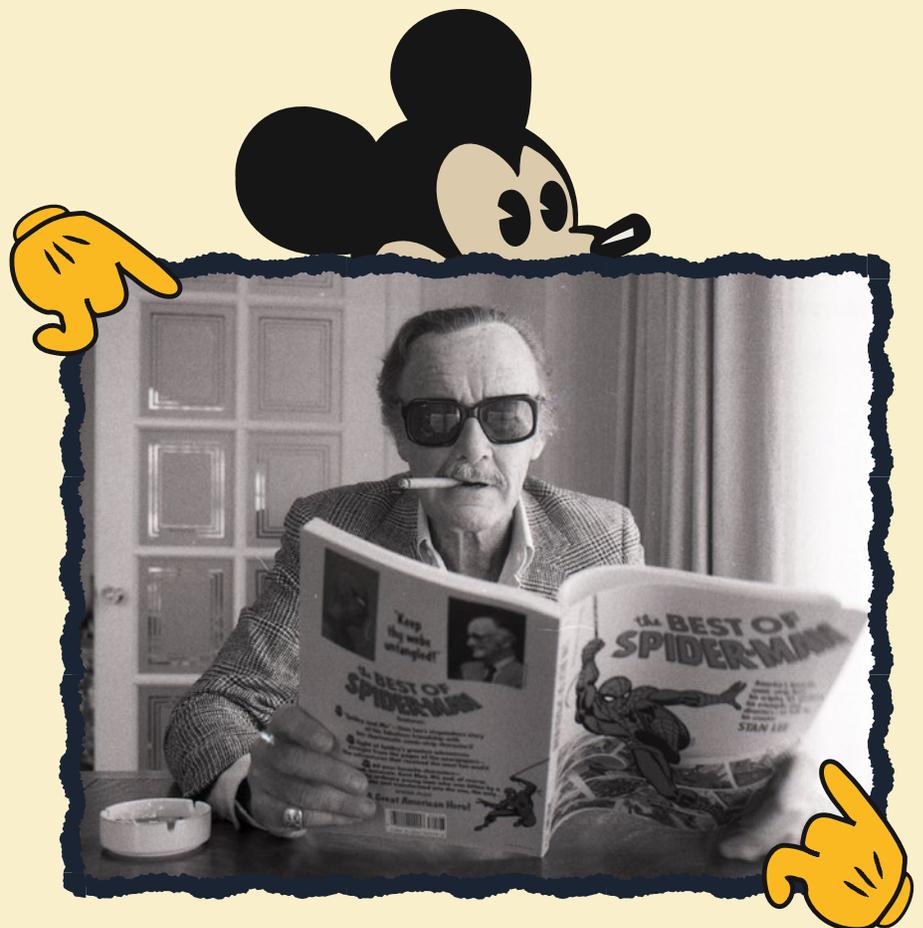
El cambio llegaría de la mano de Stan Lee, legendaria figura dentro del mundo del cómic y los superhéroes, creador de muchos de los personajes más populares de las viñetas hoy en día (Spider-Man, Los 4 Fantásticos, X-Men, entre otros).

La dinámica de Lee era la siguiente: él contaba a los artistas la historia que tenía en mente a lujo de detalle, sin un guion escrito, de modo que los artistas deberían aterrizarla a las páginas gráficamente con una libertad creativa nunca vista, por lo que las viñetas obtenían un nuevo dinamismo, los personajes nuevas apariencias más atrevidas y aventuradas, y los diálogos agregados al final solían enfatizar aún más la parte gráfica.

El Método Marvel, aceptado por la industria en su momento, no sólo rescató a Marvel de desaparecer, sino que dio vida a legendarios títulos que hoy perduran a más de 70 años de su creación.

Esta dinámica, además de traer consigo una revolución de cara a una nueva época en e cómic, también traería consigo polémica y controversias en base a la autoría de muchos de los héroes creados bajo su esquema, ya que, si bien Stan Lee era el autor de la idea, los artistas también lo eran de la apariencia de los personajes, sus viñetas e inclusive colores y conceptos.

A pesar de ello, el Método Marvel marcó un antes y un después para este entretenimiento editorial que hoy vive su era más demandada y que parece que perdurará por muchos años más.



¿Qué es lo que hacemos?

Optimizamos la búsqueda del talento humano que necesitas, asegurando la contratación oportuna del talento que requieres para mantener el buen funcionamiento de tu empresa.



EL ARTE DE Johnen Vasquez

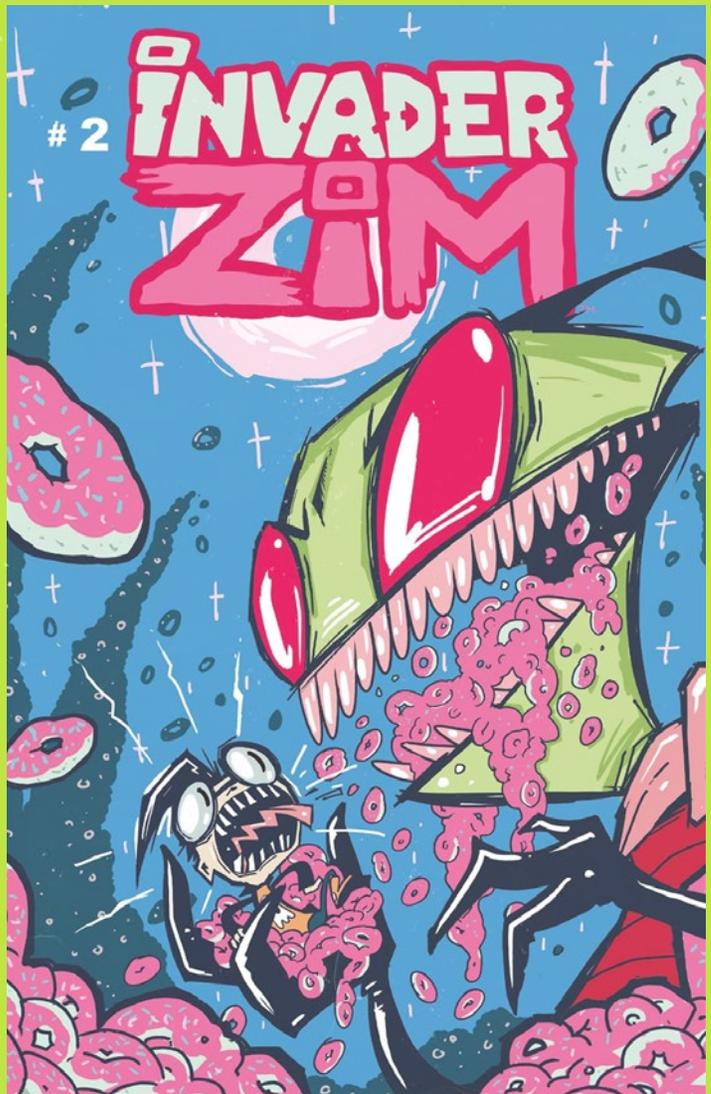
UN PECULIAR ESTILO COLORIDO E IRREVERENTE DIGNO DEL NUEVO MILENIO.

La animación tanto como el arte gráfico del nuevo milenio se caracterizo por el uso de colores vivos y formas poco convencionales, sumado a un tono que se alejaba de lo inocente que podía ser un cómic o caricatura del siglo XX e instaurando un estilo más crudo, irreverente, extraño y hasta incomodo.



Los artistas de esta época, recién llegado el nuevo milenio y de cara a nuevas formas de animación, se caracterizaron precisamente por realizar caricaturas poco convencionales, con personajes diferentes, nada inocentes, de estética que podría resultar inquietante para algunos televidentes, en especial los más grandes, pero que los niños de esta generación crecieron y arroparon como suyos de cara a un mundo nuevo.

De este panorama creativo surgió una figura cuyo arte demostró estar a la altura de la demanda irreverente y fresca de este contexto creativo, un ilustrador que se atrevió a mostrar su arte de forma independiente mediante cómics, un artista que encontró en Nickelodeon el lugar perfecto para compartir sus ideas más extrañas de forma animada y a todo color. Jhonen Vasquez, el creador y escritor de la hoy más que famosa serie Invader Zim marcó a toda una generación de inadaptados con un arte que aquellos millennials incomprensidos del 2000 encontraron interesante.



FORMANDO UN

Johnny Vasquez



Jhonen Vasquez ha dejado una marca indeleble en el mundo del arte con su enfoque único y provocador. Nacido el 1 de septiembre de 1974 en San José, California, Vasquez demostró desde temprana edad su inclinación hacia la creatividad. Su formación artística se gestó en la Escuela de Artes de Escritura Creativa de la Universidad de California, donde comenzó a desarrollar su estilo distintivo y su visión única.

La carrera de Jhonen Vasquez despegó con la creación de la serie de cómics "Johnny the Homicidal Maniac" (Johnny el Maníaco Homicida). Esta obra, publicada por primera vez en 1995, exploró temas oscuros y surrealistas, llevando a los lectores a un viaje perturbador a través de la mente del protagonista, Johnny C., un maníaco homicida con una perspectiva nihilista de la realidad.

La serie no solo destacó por su narrativa única y gráficos impactantes, sino también por su capacidad para desafiar las convenciones del cómic tradicional.

La irreverencia y la originalidad de Vasquez se destacaron aún más con la creación de "Squee!" y "I Feel Sick", dos series que ampliaron la exploración de los temas sombríos y existenciales que se habían convertido en su sello distintivo. Estos cómics independientes atrajeron a una base de fanáticos leales que apreciaban la oscura ingeniosidad de Vasquez y su valentía para sumergirse en lo desconocido.

DEL CÓMIC A NICKELODEON: INVADER ZIM

Sin embargo, el artista alcanzaría una audiencia aún más amplia con la creación de la serie animada "Invader Zim", que se emitió por primera vez en 2001. La serie, que sigue las desventuras de Zim, un extraterrestre inepto en una misión para conquistar la Tierra encapsuló la esencia del estilo único y la narrativa de Vasquez. La combinación de humor negro, personajes excéntricos y diseños visuales distintivos hizo que "Invader Zim" se destacara en el panorama de la animación.



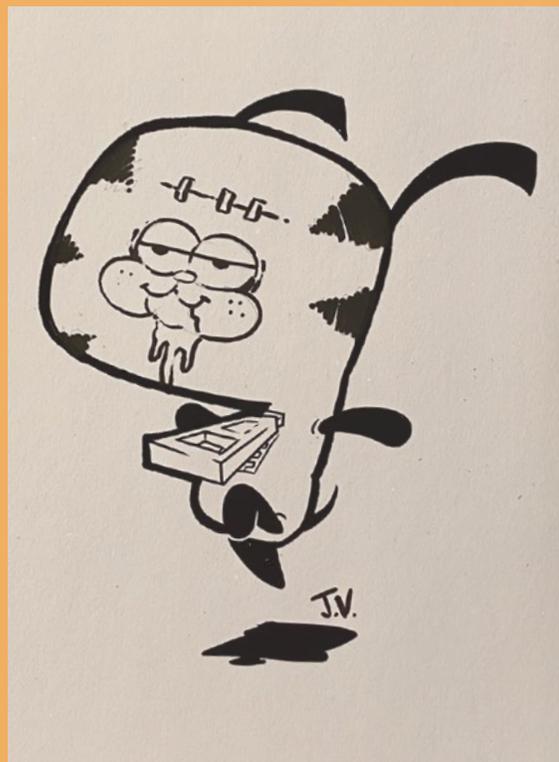
La serie se convirtió rápidamente en un fenómeno de culto, ganando seguidores no solo entre el público juvenil sino también entre aquellos que apreciaban la sátira y la irreverencia de Vasquez hacia las convenciones tradicionales.

Aunque "Invader Zim" fue cancelada después de dos temporadas, su impacto continuó creciendo con el tiempo.

Después de "Invader Zim", Jhonen Vasquez se aventuró en varios proyectos, incluido el cómic "Fillerbunny" y la creación de cómics para la revista "SLG".

Sin embargo, los fanáticos esperaban ansiosos su regreso a la animación. Finalmente, en 2019, Netflix anunció que Jhonen Vasquez estaba trabajando en una nueva película de "Invader Zim", titulada "Invader Zim: Enter the Florpus".

El regreso de Zim y sus hilarantes desventuras fue recibido con entusiasmo por los fanáticos, que celebraron el retorno del icónico creador y su obra maestra animada.



La evolución del arte de Jhonen Vasquez es un testimonio de su valentía para desafiar las normas y explorar los rincones más oscuros de la creatividad. Desde sus primeros días como ilustrador de cómics independientes hasta su consagración con "Invader Zim", Vasquez ha dejado una huella indeleble en la cultura pop.

Su habilidad para mezclar humor negro, diseños únicos y una narrativa provocativa lo ha elevado a un estatus legendario en el mundo del arte y la animación.

A medida que continúa sorprendiendo a sus fanáticos con nuevos proyectos, queda claro que Jhonen Vasquez seguirá desafiando las expectativas y explorando los límites del arte en el futuro.





F

FEBRERO 2024

I

B

R

O

ORBIT
ORBIT
ORBIT
ORBIT
ORBIT
ORBIT
ORBIT
ORBIT
ORBIT
ORBIT