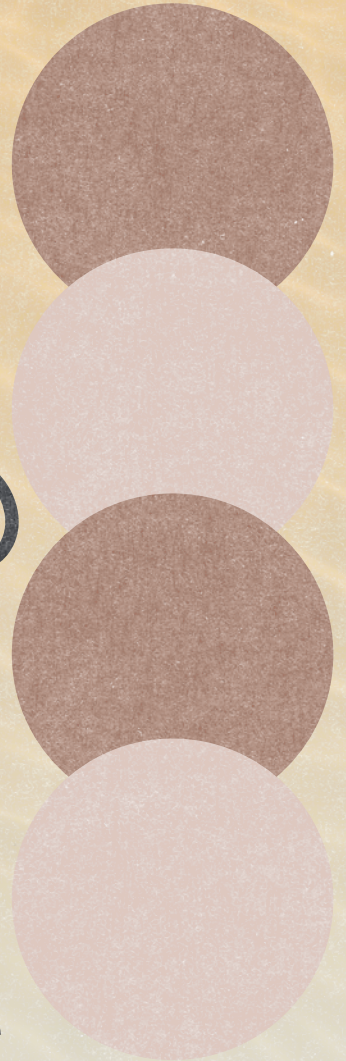


ORBIT


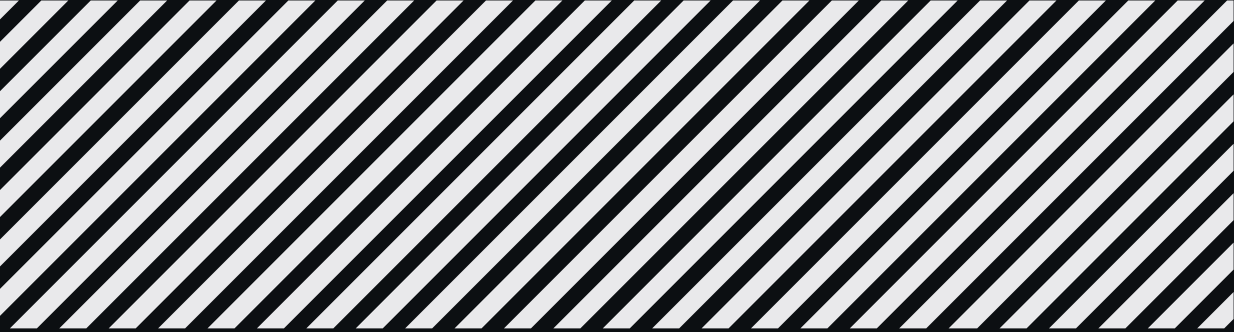


MOCHA MOUSSE


EMILIA PÉREZ

APRIL GREIMAN

ENERO 2025



CONTENIDO



5 Think Different

11 Liberal Youth Ministry

15 Emilia Pérez



21 Mocha Mousse

27 Roomba

31 April Greiman

**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

JORGE MEDINA

editorjefe.ilustre@gmail.com

JEFE DE DISEÑO EDITORIAL

EMILIO AGUILAR

diseño.ilustre@gmail.com

JEFE DE REDACCIÓN

HUGO ROCHA

diseño.ilustre@gmail.com

Comenzamos este año con una edición que celebra las mentes disruptivas, las tendencias transformadoras y las historias que nos inspiran a mirar hacia el futuro. En nuestra sección de MKT, revivimos la icónica campaña "Think Different" de Apple, un tributo a la visión de Steve Jobs que redefinió el marketing y la identidad de toda una generación. Desde el mundo del diseño, exploramos el espíritu rebelde de la marca mexicana Liberal Youth Ministry, que transforma las calles en pasarelas con su estética provocadora, y nos sumergimos en el legado de April Greiman, la pionera que rompió moldes al llevar el diseño gráfico al mundo digital.

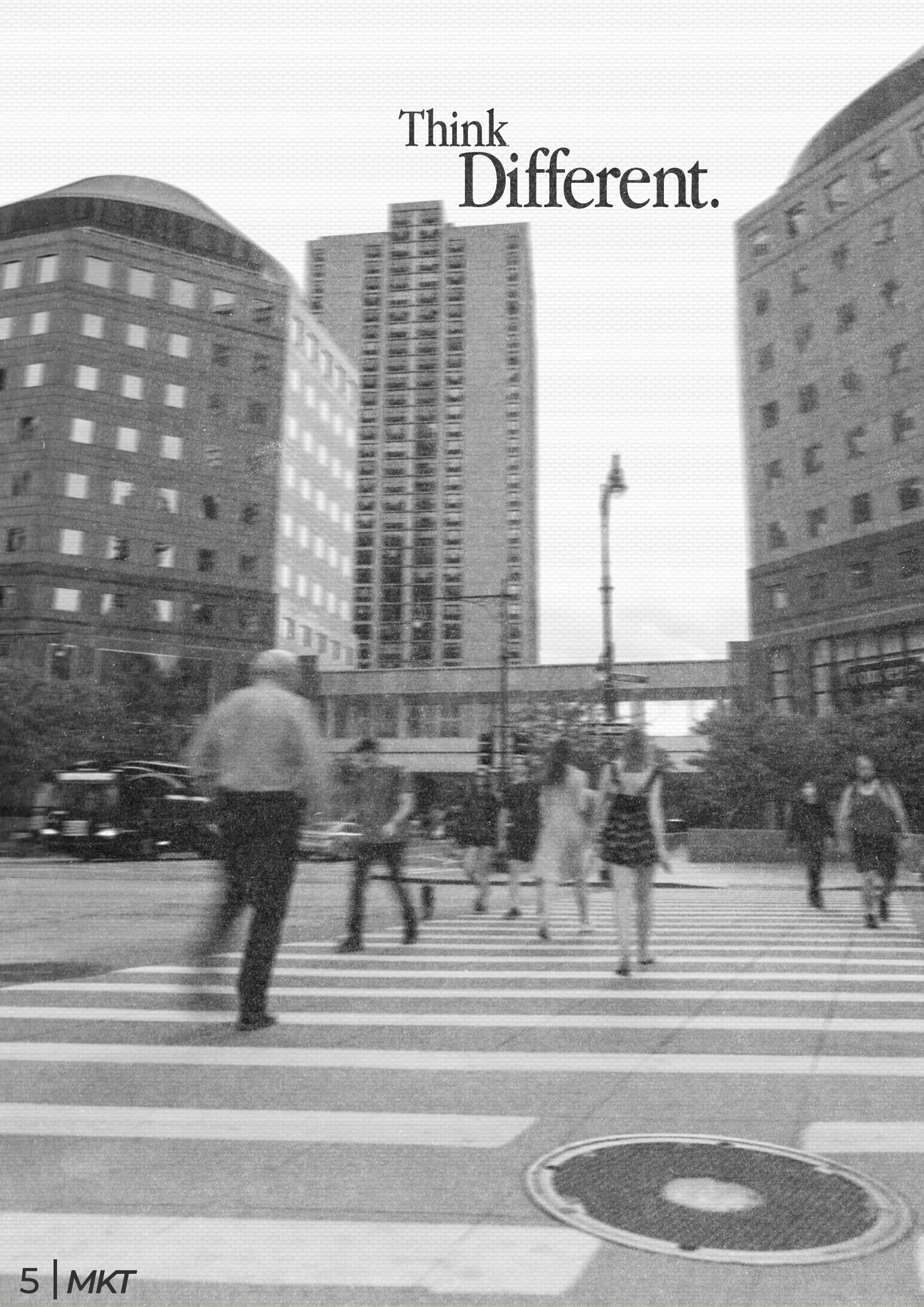
No nos quedamos ahí: en SKETCH, hablamos del color del año 2025, Mocha Mousse, un tono que evoca confort y sofisticación, listo para redefinir el diseño y la moda en esta nueva era. En GEEK, celebramos cómo Roomba y la automatización del hogar son el reflejo del futuro que ya vivimos, mientras que en MEDIA nos adentramos en el drama, la música y la controversia de Emilia Pérez, la ambiciosa película que promete ser el centro de atención en esta temporada de premios. Cada artículo es una invitación a explorar el presente y proyectarnos hacia un futuro lleno de creatividad e innovación.

¡Gracias por acompañarnos en esta nueva edición! Sigamos construyendo juntos un 2025 lleno de ideas poderosas y perspectivas frescas.

- El equipo editorial de Orbit.

NOTA EDITORIAL

Think
Different.



La campaña que cambió todo.

La frase "Think Different" no es solo un lema, es un manifiesto que marcó el renacer de Apple y se convirtió en un hito en la historia del marketing.

En 1997, Apple se encontraba en una situación crítica, con pérdidas millonarias y su futuro en entredicho.

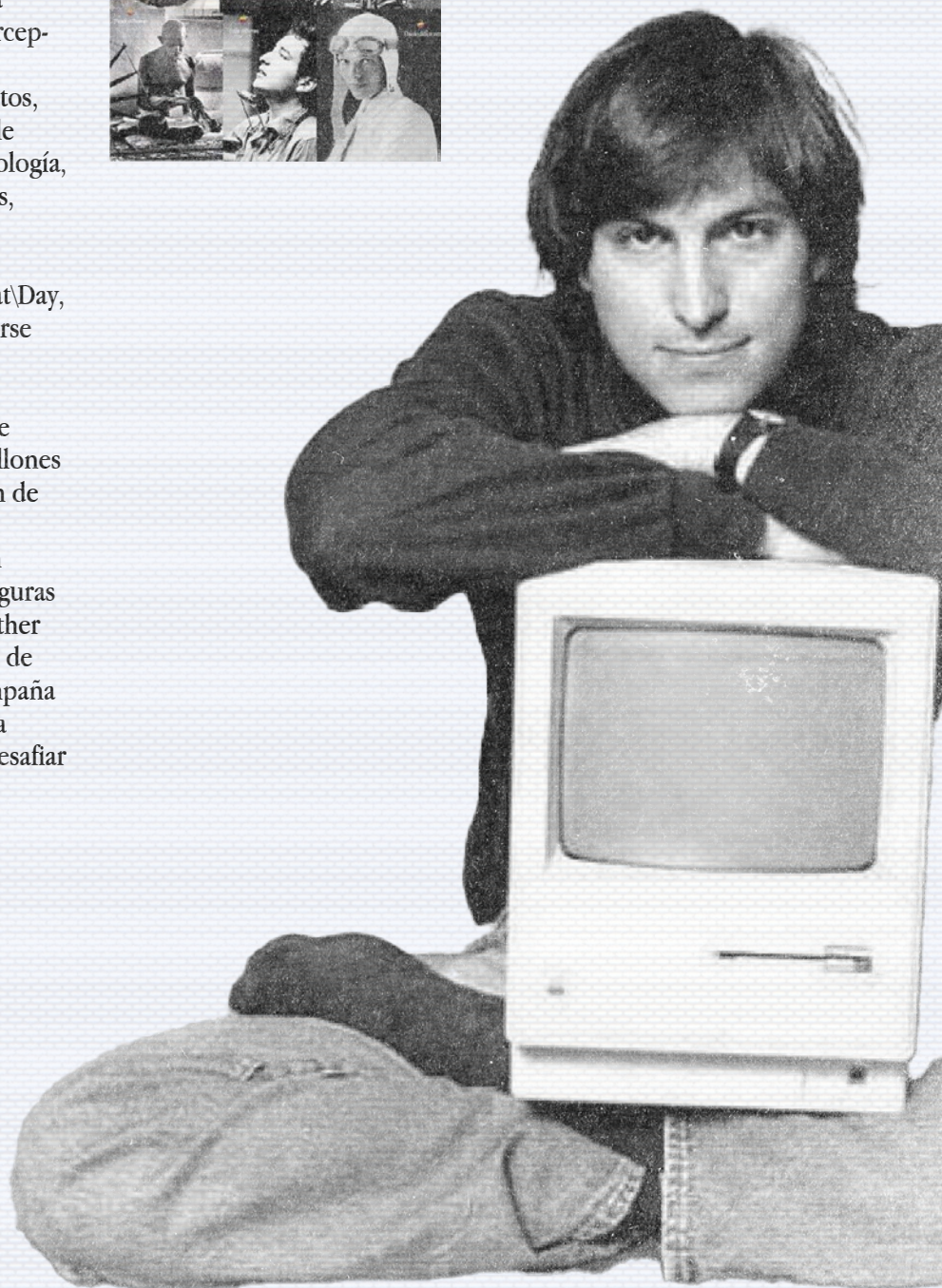
Fue entonces cuando Steve Jobs, recién regresado a la compañía, decidió apostar por una campaña publicitaria que redefiniera la percepción del público sobre Apple.

La idea no era vender productos, sino transmitir una filosofía: Apple no era solo una empresa de tecnología, era una marca para los visionarios, los rebeldes y los innovadores.

Bajo la dirección de Jobs y la agencia de publicidad TBWA\Chiat\Day, "Think Different" llegó a convertirse en mucho más que una campaña publicitaria.

Fue un mensaje poderoso que conectó emocionalmente con millones de personas y revitalizó la imagen de la compañía.

Desde el icónico anuncio con imágenes en blanco y negro de figuras como Albert Einstein y Martin Luther King, hasta el mensaje inspirador de "Here's to the crazy ones," la campaña capturó la esencia de lo que hacía único a Apple: su capacidad de desafiar el status quo.





Steve Jobs fue el alma detrás de "Think Different." Su regreso a Apple en 1997 no solo significó la salvación de la compañía, sino también la introducción de una nueva era creativa.

Jobs comprendió que el problema de Apple no era únicamente financiero, sino también de identidad.

Necesitaban una campaña que les devolviera relevancia y que apelara directamente al corazón de su audiencia.

Así nació la idea de "Think Different," una declaración que resumía su filosofía: Apple no era para todos, era para los que querían cambiar el mundo.

Jobs supervisó personalmente cada detalle de la campaña, desde la selección de las figuras históricas que aparecerían, como Picasso, Gandhi y Amelia Earhart, hasta el tono emotivo del mensaje.

Para él, no se trataba de vender computadoras, sino de inspirar a las personas.

Este enfoque marcó un antes y un después en el marketing de la tecnología, donde las emociones comenzaron a ser tan importantes como las características técnicas de un producto.

Campaña.



Rotundo



La clave del éxito de “Think Different” fue su capacidad para conectar emocionalmente con el público.

En un momento en el que la publicidad tecnológica se centraba en especificaciones y funciones, Apple decidió destacar algo más abstracto: la creatividad y la innovación.

El anuncio no mostraba productos ni hablaba de características técnicas; en cambio, celebraba a los “locos” que se atrevieron a pensar diferente y cambiar el mundo.



Éxito.

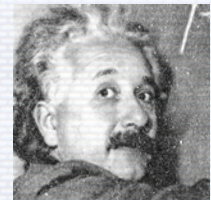
Esta estrategia funcionó porque logró posicionar a Apple como una marca aspiracional.

La gente no solo quería productos Apple, quería ser parte de esa comunidad de soñadores y visionarios.

Además, la campaña demostró ser atemporal.

Incluso hoy en día, el mensaje de “Think Different” sigue resonando con generaciones que buscan romper moldes y desafiar lo establecido.

Fue el recordatorio perfecto de que Apple no era solo una empresa, sino una ideología.



Piensa distinto.

“Think Different” no solo rescató la imagen de Apple, también allanó el camino para su resurgimiento como líder en la industria tecnológica.

Poco después de la campaña, llegaron productos revolucionarios como el iMac, el iPod y, eventualmente, el iPhone.

La filosofía detrás de “Think Different” se convirtió en el pilar de todas las estrategias de Apple, consolidando su lugar como una de las marcas más valiosas del mundo.

En términos de marketing, “Think Different” es considerada una obra maestra.

No solo ganó premios como el Emmy a Mejor Comercial y un Grand Effie en 1998, sino que también demostró cómo una campaña bien pensada puede cambiar el destino de una compañía.

Su impacto trasciende el mundo de la tecnología y sigue siendo estudiada en escuelas de negocios y mercadotecnia como un ejemplo de cómo vender una idea, no solo un producto.

A más de dos décadas de su lanzamiento, “Think Different” sigue siendo un emblema de creatividad, innovación y rebeldía.





La campaña no solo salvó a Apple, sino que también marcó un estándar en la forma en que las marcas deben comunicarse con sus audiencias.

Inspiró a millones de personas a pensar más allá de lo convencional, a atreverse a imaginar un futuro diferente.

El impacto de "Think Different" demuestra el poder del marketing cuando se utiliza para conectar con el espíritu humano.

Para Apple, fue el renacer de una compañía que estaba al borde del colapso.

Para el mundo, fue un recordatorio de que las ideas pueden cambiarlo todo.

Hoy, su mensaje sigue siendo tan relevante como lo fue en 1997, recordándonos que, a veces, pensar diferente es lo único que necesitamos para transformar la realidad.



LIBERAL YOUTH MINISTRY

Liberal Youth Ministry, la marca mexicana creada por el diseñador Antonio Zaragoza, ha trascendido fronteras y convenciones para posicionarse como un referente en la moda contemporánea. Desde su fundación, la marca se ha dedicado a explorar y desafiar las normas del streetwear, mezclando elementos de nostalgia, contracultura y una visión futurista que conecta con las nuevas generaciones. Su nombre, intrigante y provocador, refleja una filosofía que promueve la libertad creativa y la ruptura de los límites impuestos por las tendencias tradicionales.

En un mundo donde la moda rápida domina y las marcas independientes luchan por destacarse, Liberal Youth Ministry se ha convertido en un símbolo de autenticidad. Con su enfoque experimental y profundamente personal, la marca ha logrado resonar tanto en México como en el escenario internacional, convirtiéndose en una voz poderosa que representa la innovación y el espíritu rebelde de la juventud actual.



NOSTALGIA Y CONTRACULTURA

Antonio Zaragoza fundó Liberal Youth Ministry con la intención de explorar temas que le apasionaban: la identidad juvenil, la nostalgia de las décadas pasadas y las subculturas que influyeron su crecimiento. Inspirado por movimientos como el punk, el grunge y el hip-hop, Zaragoza combina referencias culturales con una estética retro que evoca los años 90 y 2000, pero con un toque moderno. Esta mezcla ha dado lugar a prendas que no solo son llamativas, sino que también cuentan historias y reflejan una narrativa cultural.



El nombre de la marca, que puede malinterpretarse como relacionado con religión, en realidad se alinea más con un movimiento cultural. Liberal Youth Ministry representa un "ministerio" de la juventud libre, donde la creatividad y la autenticidad son las reglas principales. Este enfoque ha permitido que la marca conecte emocionalmente con un público global que busca más que ropa: busca significado.



ASCENSO INTERNACIONAL

Aunque Liberal Youth Ministry nació en México, su impacto ha cruzado fronteras gracias a su participación en eventos de gran renombre como Pitti Uomo, en Italia, donde presentó colecciones que captaron la atención de críticos y compradores de todo el mundo.

Además, su distribución en plataformas como SSENSE y Farfetch, junto con colaboraciones con otras marcas internacionales, ha permitido que sus diseños estén al alcance de un público global.

Uno de los aspectos que diferencia a Liberal Youth Ministry de otras marcas mexicanas es su capacidad para crear colecciones que trascienden el ámbito local sin perder sus raíces culturales.

Cada pieza refleja una historia, un mensaje o una emoción que conecta tanto con la audiencia mexicana como con consumidores internacionales que valoran la moda con identidad.

En una industria dominada por grandes nombres, Liberal Youth Ministry ha demostrado que la innovación puede venir desde cualquier lugar, incluso desde un país que no siempre es asociado con el streetwear de lujo.





Más allá de su estética llamativa, Liberal Youth Ministry utiliza la moda como un medio para enviar mensajes sobre libertad, autenticidad y resistencia cultural.

Muchas de sus colecciones incorporan frases o gráficos que invitan a reflexionar sobre el mundo actual, mientras que sus diseños nostálgicos evocan emociones profundas en quienes los usan.

La sostenibilidad y la exclusividad también forman parte de su propuesta.

A diferencia de las grandes cadenas de fast fashion, Liberal Youth Ministry apuesta por la calidad y la creación de piezas únicas que cuentan con un diseño cuidado y pensado.

Esto no solo atrae a los amantes de la moda, sino también a quienes buscan consumir de manera más consciente.

Liberal Youth Ministry no es solo una marca; es un movimiento cultural que ha puesto a México en el mapa de la moda internacional.

Al desafiar las convenciones y apostar por la creatividad, Antonio Zaragoza ha demostrado que el streetwear puede ser mucho más que ropa casual: puede ser arte, narrativa y conexión emocional.

La importancia de Liberal Youth Ministry radica en su capacidad para representar la complejidad de la juventud actual.

En un mundo donde la moda a menudo se percibe como superficial, esta marca mexicana demuestra que las prendas pueden ser un medio para comunicar ideas poderosas y crear impacto cultural.

Con cada colección, Liberal Youth Ministry sigue rompiendo moldes, consolidándose como un ejemplo del talento que México tiene para ofrecer al mundo.

MENSAJE DETRÁS DE LAS PRENDAS



EMILIA pérez

Emilia Pérez, la esperada película dirigida por Jacques Audiard, ha sido un torbellino de emociones desde su estreno en el Festival de Cannes. Ovacionada durante casi 10 minutos, la cinta se destacó por su atrevida narrativa que combina thriller, drama y musical en una propuesta completamente hablada y cantada en español. Para un elenco internacional tan diverso, esto marca un hito único, especialmente considerando las raíces multiculturales de sus protagonistas.



La trama nos sumerge en la vida de Rita (Zoe Saldaña), una abogada sobrecalificada que acepta una propuesta insólita: ayudar a un peligroso capo de un cártel (interpretado por Karla Sofía Gascón) a fingir su muerte para transformarse en Emilia Pérez, la mujer que siempre quiso ser. Con esta premisa, la película no solo aborda temas de identidad y transformación, sino que también introduce momentos musicales que refuerzan la narrativa emocional de los personajes. La banda sonora, creada por Clément Ducol y Camille, con canciones como "El Mal" y "Mi Camino", ya ha ganado nominaciones a los Globos de Oro, lo que refuerza la propuesta artística y la profundidad de la historia.

KARLA SOFÍA GASCÓN
ZOE SALDAÑA
SELENA GOMEZ

EMILIA PÉREZ

A FILM BY **JACQUES AUDIARD**

WINNER FESTIVAL DE CANNES BEST ACTRESS 2024
WINNER FESTIVAL DE CANNES JURY PRIZE 2024

IN SELECT THEATERS NOVEMBER
NETFLIX | NOVEMBER 13

NETFLIX FILMS PRESENTS A NETFLIX PRODUCTION A FILM BY JACQUES AUDIARD EMILIA PÉREZ CASTING BY ANNE CLAUDE BOUQUET COSTUME DESIGNER ANNE BOUQUET MUSIC BY CLEMENT DUCOL AND CAMILLE EDITOR JACQUES AUDIARD EXECUTIVE PRODUCERS JACQUES AUDIARD AND ANNE BOUQUET PRODUCED BY ANNE BOUQUET AND JACQUES AUDIARD WRITTEN BY JACQUES AUDIARD AND ANNE BOUQUET DIRECTED BY JACQUES AUDIARD

La dirección de Jacques Audiard, ganador de la Palma de Oro en 2015 por *Dheepan* y conocido por películas como *Un profeta*, asegura una visión única que combina un enfoque europeo con elementos de la cultura latinoamericana. Además, la película cuenta con el respaldo de Saint Laurent Productions, que anteriormente ha colaborado con cineastas como Pedro Almodóvar.

Gomez, conocida por su trayectoria musical y su incursión en la actuación en proyectos como *Only Murders in the Building*, asume su primer rol completamente en español. A pesar de sus esfuerzos, su interpretación ha dividido a la crítica y al público, generando debates en redes sociales sobre su desempeño.

El elenco internacional incluye a Zoe Saldaña (Estados Unidos), Karla Sofía Gascón (España), Adriana Paz (México), Edgar Ramírez (Venezuela) y Mark Ivanir (Ucrania), quienes han sido ampliamente elogiados por sus interpretaciones. Entre ellos, Karla Sofía Gascón ha destacado como una de las favoritas para llevarse el Globo de Oro a Mejor Actriz, gracias a su poderosa interpretación del líder de un cártel que busca reinventarse. Sin embargo, el mayor reto y la mayor controversia han recaído en Selena Gomez, quien interpreta un papel de reparto crucial.

Talento brillante





¿Tropiezo para Selena Gomez?

Uno de los puntos más controvertidos de Emilia Pérez ha sido la actuación de Selena Gomez, que, según figuras como Eugenio Derbez y la crítica Gaby Meza, resulta “indefendible”. Los comentarios se centraron en que su español poco fluido y su interpretación limitada desentonan con la complejidad del resto del elenco. Derbez, conocido por su involucramiento en la industria del cine internacional, comentó que su actuación era “un recordatorio de que no basta con ser una estrella, se necesita preparación”, mientras que Meza subrayó que su presencia en pantalla “desequilibra la narrativa”.

Las redes sociales no tardaron en sumarse al debate, dividiendo opiniones entre quienes defendían el esfuerzo de Gomez por participar en una película en un idioma que no domina, y quienes criticaban su desempeño como una elección errónea en un proyecto de tanta envergadura. Aunque la actriz está nominada a Mejor Actriz de Reparto en los Globos de Oro, esta controversia podría impactar su campaña para la temporada de premios.



Arte Riesgos Promesas.





A pesar de las críticas hacia algunos aspectos, Emilia Pérez se mantiene como una de las películas más prometedoras del año, con 10 nominaciones a los Globos de Oro que incluyen Mejor Película, Mejor Director y Mejor Actriz. La decisión de Jacques Audiard de apostar por un musical en español con un enfoque tan arriesgado demuestra su compromiso por innovar y contar historias que trasciendan las barreras culturales y lingüísticas.

Además, la película ha sido un escaparate para explorar temas profundos de identidad y transformación, presentando personajes que luchan por reconciliar quiénes son con quiénes desean ser. Este mensaje resuena en un contexto global que busca historias más inclusivas y humanas, haciendo de Emilia Pérez una obra que no solo entretiene, sino que también invita a reflexionar.

Emilia Pérez no es solo una película; es un experimento artístico que, como cualquier obra ambiciosa, no está exenta de críticas. Mientras la dirección de Jacques Audiard y las interpretaciones de Karla Sofía Gascón y Zoe Saldaña han recibido elogios unánimes, la actuación de Selena Gomez ha generado divisiones que han puesto en el centro de atención tanto los riesgos como los beneficios de incluir a estrellas globales en producciones locales.

Sin embargo, lo que queda claro es que Emilia Pérez no es una película que pase desapercibida. Su propuesta única, su narrativa intensa y sus riesgos artísticos la convierten en una obra que vale la pena explorar. Más allá de la polémica, su impacto cultural y su audaz narrativa confirman que estamos ante una película que marcará tendencia en el cine de habla hispana e internacional. El público mexicano tendrá la oportunidad de decidir por sí mismo el próximo 23 de enero de 2025, cuando la cinta llegue a las salas bajo el sello de Zima Entertainment.



Cada año, el Pantone Color Institute selecciona un color que captura el zeitgeist global, una representación visual del estado emocional y cultural que define el momento.

Para 2025, Pantone nos sorprende con Mocha Mousse, un cálido tono café con matices rojizos y malvas que invita a la introspección, la conexión sensorial y el regreso a los pequeños placeres cotidianos.

Laurie Pressman, vicepresidenta del Pantone Color Institute, describe este color como una oda al confort emocional y la ligereza, una respuesta a un mundo que necesita reconectar con la naturaleza y los sentidos.

Más que un simple color, Mocha Mousse representa un refugio visual, un capricho que recuerda la suavidad de un postre y el aroma cálido del chocolate, sugiriendo que los colores tienen el poder de estimular emociones, memorias y experiencias.

MOCHA MOUSSE

CALIDEZ EN UN MUNDO CAMBIANTE

El Mocha Mousse no es solo un color, sino una experiencia.

Según Pantone, este tono evoca calidez y seguridad, sentimientos esenciales en un mundo marcado por la incertidumbre. En palabras de Lee Eiseman, Directora Ejecutiva del Pantone Color Institute, el Mocha Mousse “estimula los sentidos” al conectar lo visual con lo táctil y lo olfativo.

Al observarlo, se puede imaginar el aroma reconfortante del chocolate o la textura ligera de una mousse.

Además, este tono resuena con un cambio hacia la simplicidad y el aprecio por lo esencial.

En la moda, el diseño de interiores y otras industrias creativas, se busca cada vez más una estética que priorice lo natural, lo versátil y lo emotivo.

Así, el Mocha Mousse no solo refleja una tendencia, sino una necesidad cultural de volver a las raíces y celebrar lo auténtico.

MOCHAMOCHA
MOCHAMOCHA

PANTONE 2025

PANTONE®
17-1230 TCX

Mocha Mousse

PANTONE®
17-1230 TCX

Mocha Mousse

PANTONE®
17-1230 TCX

Mocha Mousse

PANTONE®
17-1230 TCX

Mocha Mousse





Color of
the Year
2025

PANTONE®

Mocha Mousse
17-1230

El Mocha Mousse ya ha encontrado su lugar en las pasarelas de 2025. Desde satén de seda hasta cuero suave, diseñadores de moda han adoptado este tono para transmitir ligereza y calidez. En tonos de piel más oscuros, el Mocha Mousse se convierte en un nude sofisticado, mientras que en texturas fluidas y materiales brillantes se transforma en una declaración de lujo discreto.

Sin embargo, su versatilidad no se limita a la moda. Este tono también tiene un papel destacado en el diseño de interiores, donde su calidez se combina fácilmente con paletas complementarias como el azul empolvado, el turquesa o el rosa. Estas combinaciones logran que el Mocha Mousse trascienda su rol como color neutro, convirtiéndose en un elemento atrevido y dinámico que puede transformar un espacio en un refugio moderno y elegante.

mocha mousse
mocha mousse
mocha mousse

El nombre Mocha Mousse no fue escogido al azar. Pantone entiende que los nombres de los colores no solo describen un tono, sino que también comunican emociones y sensaciones. Al referirse a la textura ligera de una mousse, este nombre añade un componente sensorial que conecta con nuestras experiencias más personales.

“Un color terroso podría haber sido suficiente para describirlo”, señala Lee Eiseman, “pero al darle esta connotación sedosa y ligera, le añadimos una nueva dimensión emocional”. Es un recordatorio de cómo el lenguaje y el diseño pueden trabajar juntos para crear conexiones significativas.

El Mocha Mousse no solo marca una tendencia, sino que propone una forma de ver y sentir el mundo. En una época donde la tecnología y la velocidad parecen dominarlo todo, este tono nos invita a desacelerar, a reconectarnos con los sentidos y a disfrutar de los pequeños placeres que hacen la vida especial.

Su versatilidad lo posiciona como un color que trasciende industrias, desde la moda hasta el diseño de interiores, adaptándose tanto a quienes buscan neutralidad como a aquellos que desean destacar. Más que un simple color, el Mocha Mousse es un símbolo de nuestro tiempo, un recordatorio de que la calidez y la ligereza son más importantes que nunca.

TEXTURA EMOCIONAL



ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL EN SERVICIOS ESPECIALIZADOS (REPSE)

Incrementa la productividad de tu empresa enfocándote completamente en la esencia de tu negocio.



ROOMBA
ROOMBA
ROOMBA
ROOMBA
ROOMBA
ROOMBA
ROOMBA
ROOMBA

REVOLUCIÓN EN EL HOGAR.

Desde su lanzamiento en 2002, Roomba, el robot aspirador de iRobot, se ha convertido en un símbolo del avance tecnológico en los hogares. Lo que comenzó como un gadget curioso para limpiar suelos, ha evolucionado hasta convertirse en un componente clave en la automatización del hogar y en un referente de las smart houses. Con cada nueva versión, Roomba no solo se hace más eficiente, sino también más inteligente, integrándose perfectamente en ecosistemas digitales como Alexa, Google Home y aplicaciones móviles.

La llegada de Roomba marcó un antes y un después en nuestra relación con la tecnología del hogar. Dejó de ser ciencia ficción imaginar un futuro donde las máquinas se encargaran de tareas tediosas. Hoy, más de dos décadas después, su impacto trasciende la limpieza: representa cómo la automatización está transformando nuestras vidas al hacernos más productivos y permitiéndonos centrarnos en lo que realmente importa.

Los primeros modelos de Roomba eran básicos: pulsabas un botón y el robot comenzaba a limpiar en patrones aleatorios, utilizando sensores simples para evitar paredes o caídas. Sin embargo, la innovación tecnológica no tardó en cambiar las reglas del juego. La incorporación de sistemas avanzados como la navegación LiDAR, cámaras de mapeo y algoritmos de inteligencia artificial (IA) ha llevado a Roomba a un nivel completamente nuevo de eficiencia y personalización.

Hoy, los modelos más recientes no solo identifican obstáculos, sino que también "aprenden" el diseño de tu hogar, crean mapas interactivos y reconocen habitaciones específicas. Incluso pueden evitar objetos como cables o las temidas "sorpresas de mascotas". Con la integración de asistentes de voz, los usuarios ahora pueden dar órdenes específicas como: "Limpia la cocina" o "Evita la sala". Roomba ya no es solo un robot aspirador; es un dispositivo inteligente que entiende y responde a las necesidades del usuario.



AUTOMATIZACIÓN.

El éxito de Roomba forma parte de un movimiento más grande: el auge de las casas inteligentes. La conectividad IoT (Internet of Things) permite que electrodomésticos como aspiradoras, termostatos y luces interactúen entre sí para crear un ecosistema coordinado. En este contexto, Roomba se ha consolidado como una pieza fundamental al formar parte de rutinas automatizadas.

Por ejemplo, puede programarse para empezar a limpiar automáticamente cuando el sistema detecte que no hay nadie en casa.

Además, esta automatización tiene un impacto más allá de la comodidad.

Los hogares inteligentes también son más sostenibles. Gracias a tecnologías como la programación inteligente, los usuarios pueden ahorrar energía y recursos, lo que a largo plazo beneficia al medio ambiente. Roomba, con su capacidad de limpieza eficiente y recarga automática, encaja perfectamente en este enfoque más ecológico de la vida moderna.





CAMINO AL FUTURO.

La visión de iRobot con Roomba no se detiene en el presente. Gracias al uso de IA y la recopilación de datos en tiempo real, los futuros modelos podrán ser aún más autónomos. Imagina una Roomba que no solo limpie tu casa, sino que también pueda detectar cambios en su entorno y ajustar su comportamiento en consecuencia. Desde la identificación de nuevos muebles hasta la predicción de los momentos ideales para limpiar, la evolución de Roomba está directamente ligada al avance del aprendizaje automático.

Además, Roomba podría ser el punto de partida para tecnologías aún más avanzadas en el hogar. La empresa ya ha explorado dispositivos que combinan funciones, como robots que limpian y también vigilan tu hogar cuando estás fuera. Esto abre la puerta a un futuro donde los robots no solo realicen tareas específicas, sino que sean asistentes completos que gestionen diversos aspectos de la vida cotidiana.

Roomba no es solo un producto tecnológico; es un reflejo del cambio cultural hacia un estilo de vida más automatizado, inteligente y conectado. En un mundo donde el tiempo es un recurso valioso, delegar tareas tediosas a dispositivos inteligentes nos permite enfocarnos en lo que realmente importa: la familia, el descanso y la creatividad.

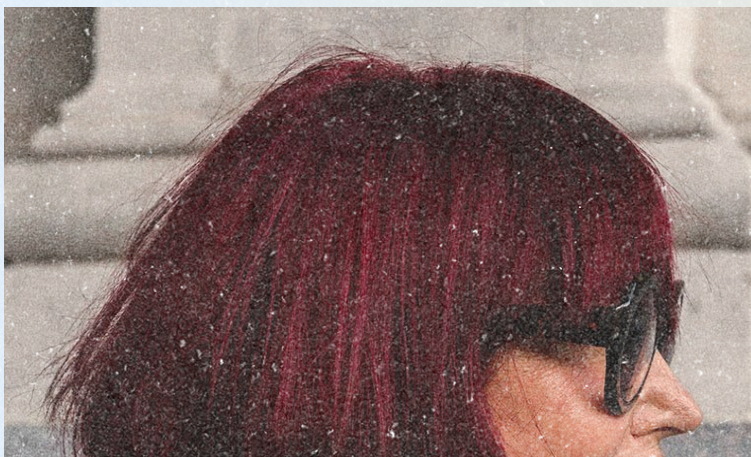
A medida que las casas inteligentes evolucionan y la tecnología continúa avanzando, Roomba nos recuerda que el futuro no es una meta distante. Es una realidad que ya está aquí, donde la automatización y la inteligencia artificial trabajan juntas para hacer nuestras vidas más fáciles y sostenibles. Y aunque puede parecer un simple robot aspirador, su impacto en la forma en que concebimos el hogar moderno es profundo, marcando el camino hacia una vida mejor conectada y más eficiente.

april greiman

Una figura clave en la historia del diseño gráfico, una visionaria que rompió moldes y transformó la manera en la que concebimos la comunicación visual. Con una carrera que despegó en la década de los 70, Greiman adoptó las herramientas digitales desde sus inicios, convirtiéndose en una de las primeras diseñadoras en integrar computadoras en su proceso creativo. Su trabajo no solo redefinió el diseño gráfico, sino que también ayudó a cimentar las bases de lo que conocemos hoy como diseño digital.

Como representante del estilo conocido como “Nuevo Modernismo”, Greiman combinó principios del diseño suizo con un enfoque experimental que abrazaba la tecnología y la tridimensionalidad. Esta fusión entre tradición y vanguardia, junto con su innovador uso de las primeras Macintosh, la convirtió en una pionera que abrió el camino para las generaciones de diseñadores que hoy en día trabajan en medios digitales.

nuevo
modernismo





NY to swiss design

Nacida en Nueva York en 1948, April Greiman inició su formación artística en el Kansas City Art Institute antes de viajar a Suiza para estudiar en la prestigiosa Kunstgewerbeschule Basel (Escuela de Artes Aplicadas de Basilea). Allí, fue alumna de diseñadores de renombre como Armin Hofmann y Wolfgang Weingart, quienes influyeron profundamente en su enfoque hacia el diseño.

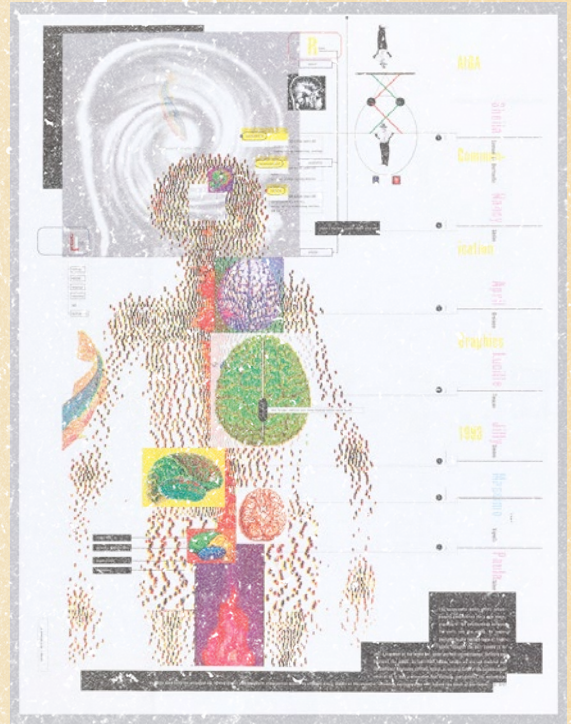
Sin embargo, a pesar de absorber las bases del diseño suizo, Greiman no se limitó a seguir las reglas establecidas. Tras regresar a Estados Unidos, se trasladó a Los Ángeles, donde encontró un ambiente más propicio para la experimentación. En la efervescente escena artística californiana, Greiman comenzó a desafiar las convenciones de la tipografía limpia y la organización rígida del diseño modernista, introduciendo una estética más dinámica, tridimensional y cargada de color.



empresaria.

educadora.

innovadora.



Además de su trabajo como diseñadora, Greiman ha tenido un impacto significativo como empresaria y educadora. Fundó su propio estudio, Made in Space, en Los Ángeles, donde trabajó en proyectos que iban desde diseño editorial hasta identidad de marca y diseño ambiental. Su estudio se convirtió en un laboratorio de experimentación que inspiró a muchos diseñadores emergentes.

Como educadora, April Greiman ha sido una defensora del pensamiento interdisciplinario, alentando a los diseñadores a explorar la intersección entre tecnología, arte y diseño. Su influencia se ha extendido a través de conferencias, exposiciones y publicaciones, en las que ha compartido su visión sobre el papel del diseño en un mundo en constante cambio.



El legado de April Greiman va más allá de sus logros individuales; su trabajo marcó el inicio de una nueva era en el diseño gráfico, en la que la tecnología se convirtió en una herramienta creativa indispensable. Al abrazar lo digital cuando otros lo rechazaban, Greiman demostró que el diseño no debe temer al cambio, sino adaptarse y evolucionar con él.

Hoy en día, su influencia es palpable en todos los aspectos del diseño gráfico y digital. Desde interfaces de usuario hasta identidades de marca, los principios de experimentación y fusión de estilos que Greiman promovió siguen siendo fundamentales. Su trabajo nos recuerda que el diseño es una disciplina viva, capaz de reinventarse y sorprendernos continuamente.

april greiman





Nuestros Colaboradores

CHABLE FERNANDEZ JUAN BAUTISTA
CISNEROS TORRES HELEN FERNANDA
CLEMENTE TELLEZ BEATRIZ
CORTES BARBOSA KARLA PATRICIA
COSGAYA DE REGIL LUCIA FERNANDA
CRUZ GARCIA URIEL
CRUZ OJEDA JUANA
DE JESUS DOMINGUEZ ADRIAN
EDUARDO VALDERRABANO IBARRA
ERREJON ESCOBAR ANDRES
ERREJON ESCOBAR MARIANA
ERREJON ESCOBAR SANTIAGO
ESPINOSA ARIAS JOSE ANTONIO
FLORES PASCUAL KARLA AZUCENA
FONSECA MARIN ALEJANDRO
FRANCO CAMPOS JOSE ALEJANDRO
GARCIA HUERTA JOSUE
GLORIA GARCIA ALDO
GONZALEZ ANZALDO LUIS ANGEL
GONZALEZ MARQUEZ JOSE DE JESUS
GONZALEZ MELCHOR VERENIZE GABRIELA
GUTIERREZ SANCHEZ CAROLINA JAQUELINE
GUTIERREZ SANCHEZ ERIKA RAQUEL

**GUZMAN PLATA PEDRO DE JESUS
HERNANDEZ GONZALEZ MARCO VINICIO
HERNANDEZ MARQUEZ ANGEL EDUARDO
HERNANDEZ ORTEGA FRANCISCO ALBERTO
HERRERA ESCOBEDO LUIS FELIPE
ISLAS VILLEGAS ESTEBAN
JARA MARTINEZ DOMINIQUE ALEXANDRA
JARAMILLO NUDELSTEJER MONSERRAT
LOPEZ DOMINGUEZ MAURINO
LOPEZ HIDALGO GONZALEZ JAIME
MAGAÑA GARCIA XIMENA GUADALUPE
MARQUEZ CAZAREZ EMILIO
MARTINEZ FLORES EDGAR
MARTINEZ ROSALES AURELIO
MORA ROSALIANO IRALY VALERIA**

Enero 2025

ENERO 2025

ENERO

ENERO

ENERO

ENERO

ORBIT
ORBIT
ORBIT
ORBIT
ORBIT
ORBIT
ORBIT
ORBIT
ORBIT
ORBIT