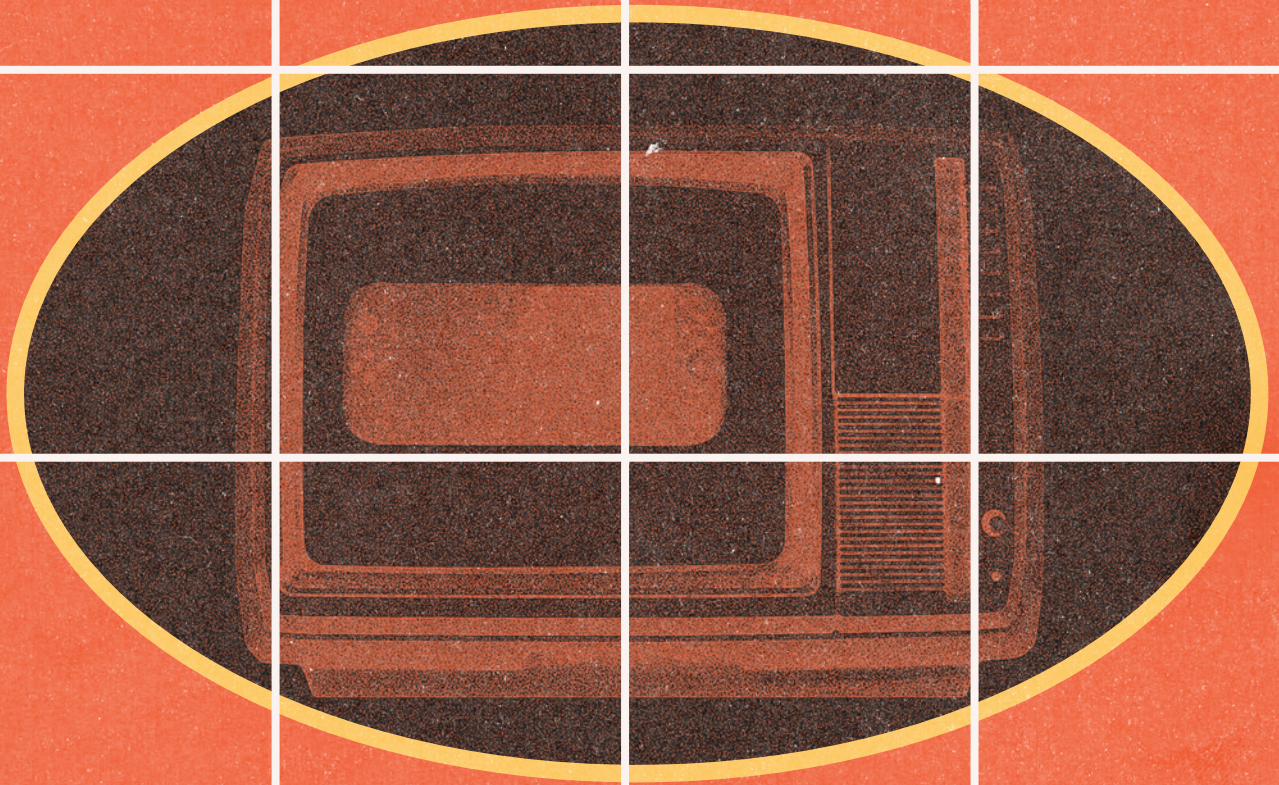


ORBIT




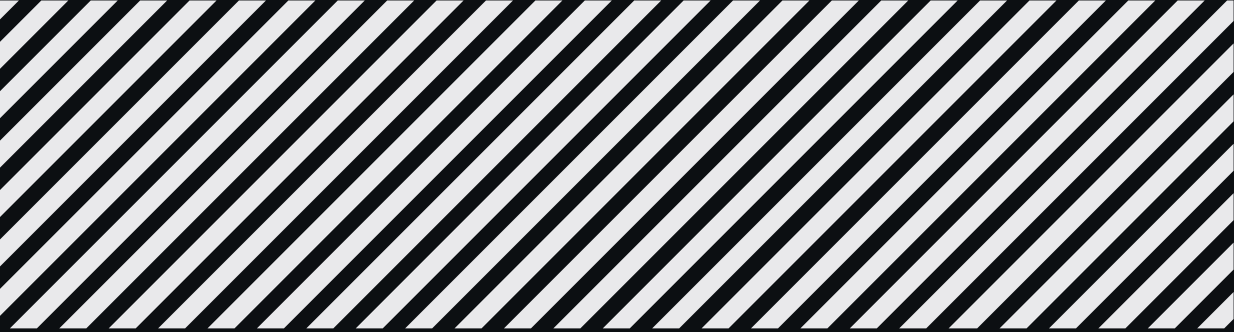
SWITCH 2

JOSEF MÜLLER-BROCKMAN


CAPTAIN AMERICA

SUSAN KERE

FEBRERO 2025



CONTENIDO



5 *Steraming: now*

9 *Super Bowl LIX*

13 *Switch 2*



17 Susan Kare

23 Captain America:
Brave New World

29 Josef
Müller-Brockmann

**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

Este mes en nuestra revista, exploramos un panorama vibrante y lleno de movimiento en el mundo del marketing y la tecnología. Nos adentramos en la evolución de los servicios de streaming, cada vez más parecidos al cable tradicional, y analizamos cómo el marketing se entrelaza con el evento deportivo más esperado del año: el Super Bowl. También rendimos homenaje a dos gigantes del diseño gráfico, Susan Kare y Josef Müller-Brockmann, cuya influencia sigue viva en el mundo digital actual.

En la sección GEEK, ofrecemos un primer vistazo al anticipado Nintendo Switch 2 y evaluamos lo que esta nueva consola puede significar para el futuro del gaming. Cerramos con un análisis del estreno de Captain America: Brave New World, reflexionando sobre su papel en la revitalización del Universo Cinematográfico de Marvel. ¡No te pierdas esta edición llena de análisis profundos y contenido que te mantendrá al día con las tendencias más emocionantes!

- El equipo editorial de Orbit.

NOTA EDITORIAL



STREAMING: NOW

¿El Futuro del Entretenimiento se Desmorona?

El streaming, una vez la gran esperanza del entretenimiento digital, está enfrentando una crisis de sobreoferta y complejidad. Lo que empezó como una alternativa asequible y libre de anuncios a la televisión por cable, se ha transformado en un ecosistema saturado con múltiples plataformas, cada una compitiendo por la atención de los usuarios. La promesa de simplicidad y accesibilidad se ve amenazada por los aumentos de precio y la reintroducción de anuncios.

A medida que gigantes como Netflix, Disney+, HBO Max, y otros se disputan el mercado, los consumidores se encuentran atrapados en una maraña de suscripciones. Este fenómeno ha generado una reflexión inevitable: ¿Estamos regresando a los problemas que el streaming prometió resolver?



mercado fragmentado

En sus comienzos, bastaban unas pocas suscripciones para disfrutar de una amplia gama de contenidos. Ahora, con cada estudio lanzando su propia plataforma, el mercado se ha fragmentado de manera significativa. Netflix, Disney+, HBO Max, Amazon Prime Video, y un sinnúmero de servicios adicionales han inundado el mercado, creando una sobreoferta que obliga a los usuarios a elegir cuidadosamente qué plataformas mantener.

Este exceso no solo incrementa los costos para el consumidor, sino que también disminuye la calidad de la experiencia. Los usuarios se ven forzados a suscribirse a múltiples servicios para acceder a todo el contenido que desean, lo que ha generado una sensación de vuelta al antiguo sistema de cable. La promesa de accesibilidad y simplicidad que impulsó al streaming se está perdiendo en un mar de suscripciones.

A medida que los consumidores comienzan a sentir el peso de tantas opciones, muchos están optando por reducir el número de servicios a los que están suscritos. Esta fragmentación del mercado podría llevar a una reestructuración inevitable donde solo las plataformas más fuertes sobrevivan, mientras que otras se ven obligadas a fusionarse o desaparecer.

Uno de los pilares fundamentales del atractivo del streaming fue la eliminación de los anuncios, proporcionando una experiencia de visualización sin interrupciones. Sin embargo, la reciente tendencia de introducir niveles de suscripción más económicos con anuncios está diluyendo esta ventaja. Netflix y otras plataformas han comenzado a implementar estas opciones, ofreciendo un precio más bajo a cambio de someter a los usuarios a pausas publicitarias.

Este cambio ha sido recibido con críticas, ya que recuerda al antiguo modelo de televisión, el cual el streaming prometió superar. La inserción de anuncios no solo interrumpe la experiencia del usuario, sino que también pone en entredicho el valor de las suscripciones. Los consumidores ahora pagan para ver contenido y, a la vez, son bombardeados con publicidad.

Las plataformas intentan justificar esta decisión como una forma de hacer el servicio más accesible a un público más amplio. No obstante, esta estrategia podría alienar a los suscriptores que inicialmente se unieron para escapar de los comerciales. La decisión de reintroducir anuncios representa un dilema para las plataformas, que deben equilibrar la monetización con la satisfacción del usuario.

A largo plazo, la incorporación de anuncios podría erosionar la base de usuarios más leales. A menos que las plataformas encuentren una manera innovadora de integrar la publicidad sin comprometer la experiencia, corren el riesgo de perder a los consumidores que buscarán alternativas más puras o regresarán al contenido pirata.

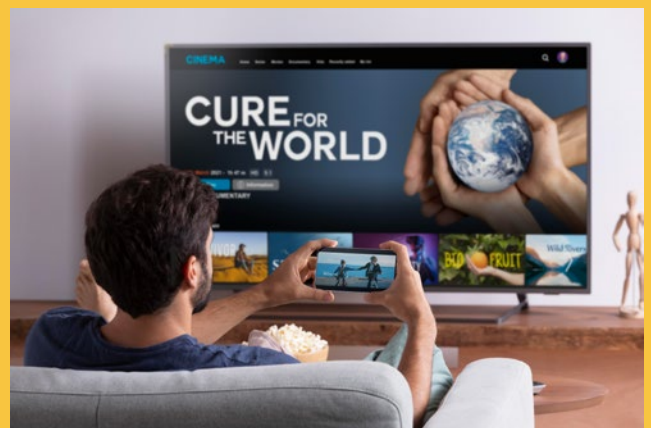
la publicidad regresa

live events

Con la reciente incorporación de eventos en vivo, como la adquisición de los derechos de transmisión de la WWE por parte de Netflix, el streaming parece estar adoptando elementos de la televisión tradicional. Este movimiento hacia el contenido en vivo busca capturar nuevas audiencias y diferenciarse en un mercado saturado. No obstante, plantea dudas sobre si el streaming se está alejando de su esencia original.

Los eventos en vivo pueden atraer a los fanáticos de deportes y espectáculos, pero también implican desafíos técnicos y logísticos que el streaming bajo demanda no enfrenta. La infraestructura para soportar millones de espectadores simultáneamente es compleja y costosa, lo que podría llevar a las plataformas a enfrentar nuevos problemas de estabilidad y calidad.

La integración de eventos en vivo representa un intento de las plataformas de diversificar su oferta, pero si no se gestiona adecuadamente, podría diluir la identidad única que hizo del streaming una revolución. El reto será mantener un equilibrio entre la inmediatez del contenido en vivo y la flexibilidad del consumo bajo demanda que los usuarios esperan.



El modelo de negocio del streaming, que una vez fue sinónimo de innovación y libertad de elección, ahora enfrenta un futuro incierto debido a la saturación del mercado, el regreso de los anuncios y la apuesta por eventos en vivo. Estos cambios podrían alejar a los consumidores, poniendo en peligro el éxito que inicialmente lograron estas plataformas.

Si el streaming quiere seguir siendo relevante, deberá evolucionar de manera que mantenga su atractivo original mientras navega por estas nuevas tendencias. La próxima década será crucial para definir si el streaming puede adaptarse sin perder lo que lo hizo especial, o si se convertirá en otra versión de la televisión por cable que prometió reemplazar.



LA CUMBRE DEL MARKETING

Cada año, el Super Bowl no solo atrae a millones de fanáticos del fútbol americano, sino que también se convierte en un fenómeno de marketing masivo. Este evento es, sin lugar a dudas, uno de los escaparates publicitarios más importantes del año, donde las marcas compiten ferozmente para captar la atención de una audiencia global. El Super Bowl LIX, que tendrá lugar el 9 de febrero de 2025, promete ser otro hito no solo en el deporte, sino en el marketing internacional.

Desde la historia del evento hasta los anuncios que hacen historia, el Super Bowl ha redefinido lo que significa crear un impacto duradero en los consumidores. Pero, ¿qué lo hace tan especial desde el punto de vista del marketing y cómo ha evolucionado a lo largo de las décadas para consolidarse como la cima de la publicidad televisiva?



LIX



El costo de un anuncio de 30 segundos durante el Super Bowl ha alcanzado cifras astronómicas, superando los 7 millones de dólares en 2024. A pesar de estos precios exorbitantes, las marcas consideran que la inversión vale la pena debido al alcance masivo y la visibilidad instantánea que proporciona. Con más de 100 millones de espectadores en Estados Unidos y millones más en el extranjero, el Super Bowl ofrece una oportunidad única para llegar a una audiencia diversa y comprometida.

El atractivo de estos anuncios radica en que no solo se transmiten, sino que se convierten en parte de la cultura popular. Al día siguiente, las conversaciones en las oficinas y redes sociales suelen girar en torno a los comerciales más memorables. Las empresas no solo buscan vender productos, sino también dejar una impresión duradera en la mente de los consumidores.

Aun así, el riesgo es alto. Un mal anuncio puede ser un fracaso público a gran escala, mientras que un comercial exitoso puede impulsar una marca a niveles de reconocimiento y ventas que pocas otras oportunidades publicitarias ofrecen. El Super Bowl se ha convertido, por lo tanto, en una plataforma de alto riesgo y alta recompensa.

EL COSTO DE LA GRANDEZA



Algunos anuncios del Super Bowl han sido tan impactantes que han trascendido el propio evento, convirtiéndose en íconos culturales. Desde el icónico “1984” de Apple hasta el hilarante “Wassup?” de Budweiser, estos comerciales han demostrado el poder de la publicidad bien pensada. Lo que hace especial al Super Bowl no es solo el costo o la audiencia, sino el nivel de creatividad que las marcas están dispuestas a desplegar.

La competencia es feroz, y cada año, los anunciantes deben superar las expectativas de un público que espera ser sorprendido. En este contexto, las empresas no solo compiten entre sí, sino contra el legado de los anuncios anteriores, en busca de un lugar en la historia del marketing.

En años recientes, las campañas del Super Bowl también se han extendido más allá del televisor, integrando estrategias digitales que comienzan mucho antes del gran día y continúan mucho después. La viralización de contenido en plataformas como YouTube y redes sociales ha añadido una nueva dimensión al impacto de estos comerciales, permitiendo a las marcas maximizar su inversión.

A medida que el marketing evoluciona, el Super Bowl sigue siendo una vitrina de la innovación y creatividad en publicidad, convirtiendo cada anuncio en una pequeña obra maestra que millones esperan ansiosamente cada año. Esta presión ha llevado a algunas de las campañas más memorables y creativas en la historia de la publicidad.

ESPECTÁCULO



El Super Bowl ha trascendido el deporte para convertirse en un evento cultural de proporciones épicas. Las marcas no solo están compitiendo por el tiempo aire, sino por ser parte de un fenómeno que reúne a familias, amigos y comunidades frente a la pantalla. El espectáculo del medio tiempo, que en sí mismo atrae a millones de espectadores, se ha convertido en una plataforma igualmente poderosa para la promoción de artistas y marcas.

El impacto cultural del Super Bowl es tal que incluso aquellos que no siguen el fútbol sintonizan el evento solo para ver los comerciales y el espectáculo. Esta convergencia de entretenimiento y publicidad crea una experiencia única que no se encuentra en ningún otro evento. Con esta magnitud cultural, el Super Bowl se convierte en una oportunidad no solo para vender productos, sino para posicionar a las marcas en la conciencia colectiva de los consumidores de una manera que pocos eventos logran.

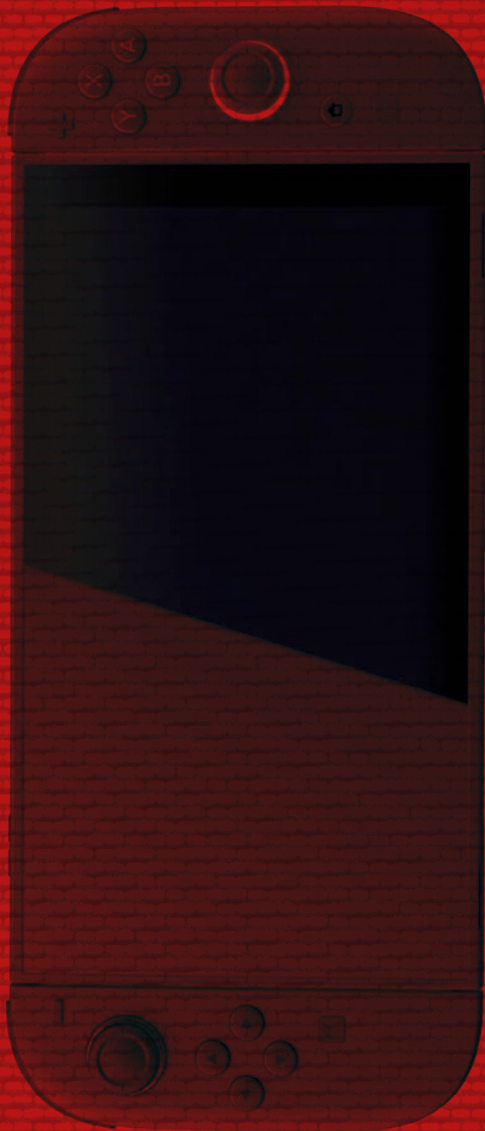
El Super Bowl LIX se perfila como otro ejemplo de cómo este evento sigue siendo la cima del marketing global. Con costos en aumento y un mercado publicitario en constante evolución, el desafío para las marcas es cada vez mayor. Sin embargo, la oportunidad de conectarse con una audiencia global sigue siendo una tentación irresistible.

En un mundo donde la atención es el recurso más valioso, el Super Bowl sigue siendo el escenario más grande para ganar el corazón y la mente de millones. Su futuro como plataforma de marketing parece asegurado, mientras las marcas continúan innovando para mantener este evento como la joya de la corona publicitaria.



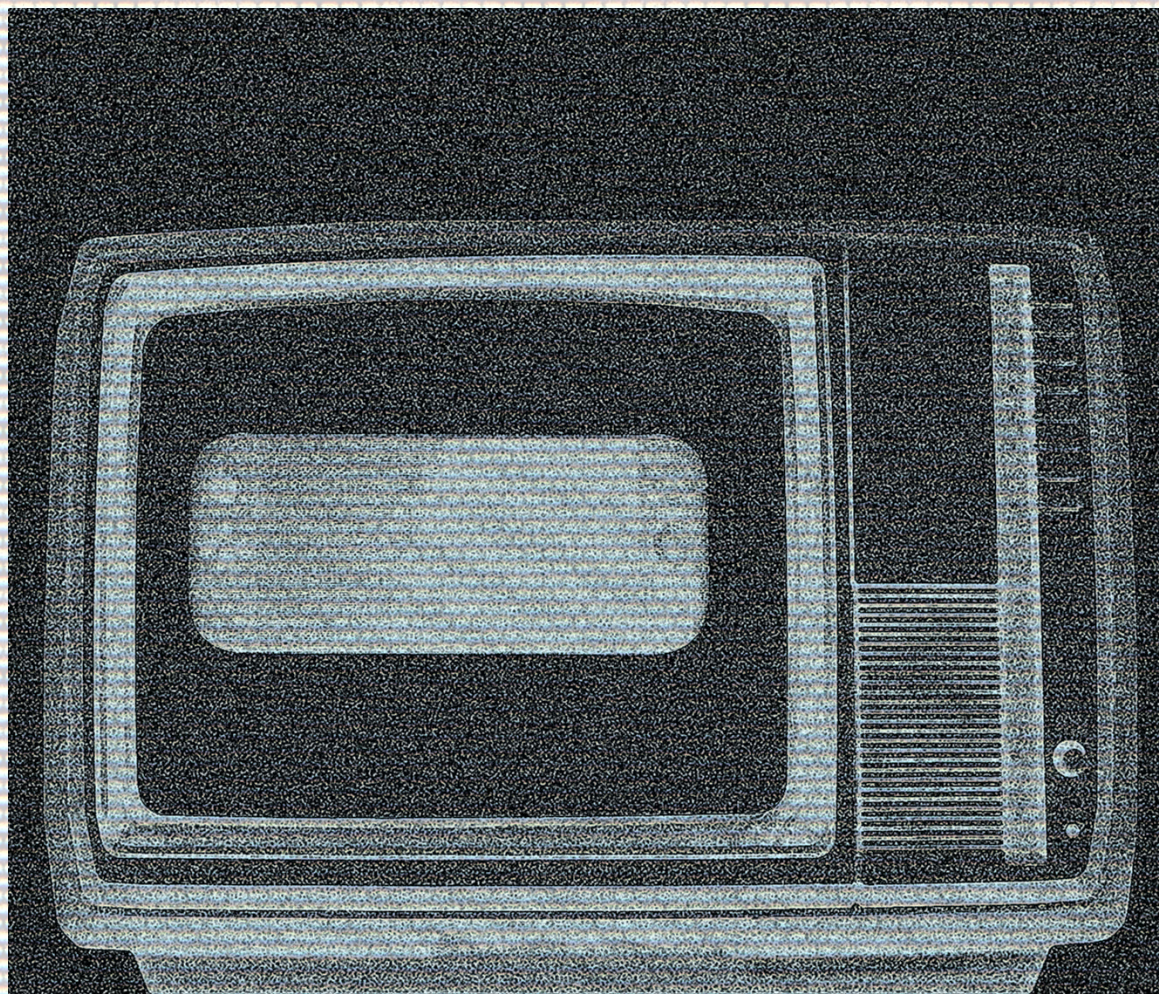
MÁS QUE FOOTBALL

SWITCH 2



Nintendo, un gigante en el mundo de los videojuegos, siempre ha generado grandes expectativas con cada nuevo lanzamiento. Desde la Nintendo Entertainment System hasta la revolucionaria Wii, la compañía ha sido pionera en crear experiencias de juego únicas. Ahora, el anuncio de la Nintendo Switch 2 ha capturado la atención mundial, trayendo consigo una mezcla de entusiasmo y escepticismo. ¿Será esta consola el próximo gran salto en innovación o una simple evolución de su predecesora?

El primer vistazo a la Nintendo Switch 2 revela una consola que mantiene el espíritu de la original, pero con cambios significativos en diseño y funcionalidades. Con rumores que han estado circulando durante meses, este nuevo lanzamiento promete continuar el legado de éxito de Nintendo, aunque no sin generar preguntas sobre su capacidad de innovar en un mercado cada vez más competitivo.



ELEGANCIA

La Nintendo Switch 2 presenta un diseño más grande y delgado que su predecesora, acompañado de un acabado en negro que aporta un aire de elegancia. Los bordes curvados y el aumento en la proporción de pantalla en el frontal son cambios sutiles pero significativos que mejoran la apariencia general de la consola. Además, los Joy-Con han sido rediseñados con un nuevo sistema de imantado para un acople lateral, lo que mejora la ergonomía y facilita su uso.

Este nuevo diseño también introduce un stand ajustable, permitiendo colocar la consola en varias posiciones, lo que agrega flexibilidad al modo de juego en sobremesa. El dock, ahora más redondeado y elegante, también ha sido optimizado para ofrecer una mejor integración en el entorno doméstico, permitiendo vislumbrar la parte superior de la pantalla cuando está acoplada.

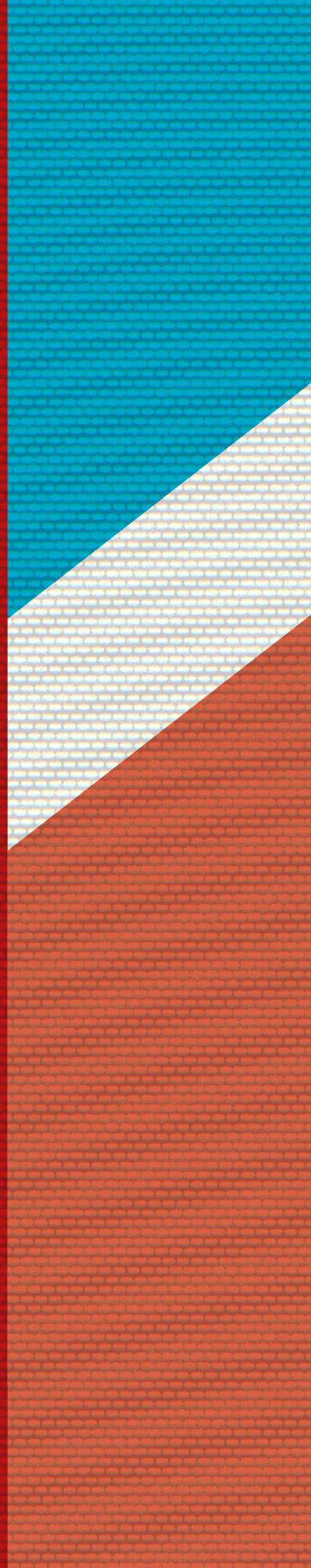
A pesar de estas mejoras en el diseño, algunos críticos señalan que los cambios son más estéticos que funcionales. Si bien el acople magnético de los Joy-Con y el nuevo stand son adiciones bienvenidas, no representan un avance revolucionario en términos de experiencia de usuario. Esto plantea la cuestión de si Nintendo está apostando por una evolución segura en lugar de arriesgarse con innovaciones más audaces que podrían redefinir el mercado de consolas portátiles.



Uno de los aspectos más celebrados del anuncio es la retrocompatibilidad de la Nintendo Switch 2 con los juegos de la consola original, tanto en formato físico como digital. Esta decisión asegura que los jugadores no pierdan acceso a su biblioteca existente, lo cual es un punto a favor en términos de valor y longevidad de la inversión en juegos.

Sin embargo, Nintendo ha advertido que no todos los títulos serán completamente compatibles, lo que introduce un elemento de incertidumbre. Este enfoque híbrido de mantener lo viejo mientras se introduce lo nuevo podría ser tanto una bendición como un desafío, dependiendo de cómo se maneje la compatibilidad y el soporte técnico para los juegos heredados. Los próximos detalles que se revelarán en el Nintendo Direct serán cruciales para aclarar estas incógnitas.

RETROCOMPATIBILIDAD





El mercado de consolas es ferozmente competitivo, y las expectativas para la Nintendo Switch 2 son altas. Aunque los detalles iniciales apuntan a mejoras en diseño y funcionalidad, algunos críticos ya han comenzado a cuestionar si estas actualizaciones son suficientes para mantener a Nintendo en la vanguardia de la industria. En comparación con las consolas de la competencia, que continúan empujando los límites del hardware y la tecnología, la Switch 2 parece más una evolución conservadora que una revolución.

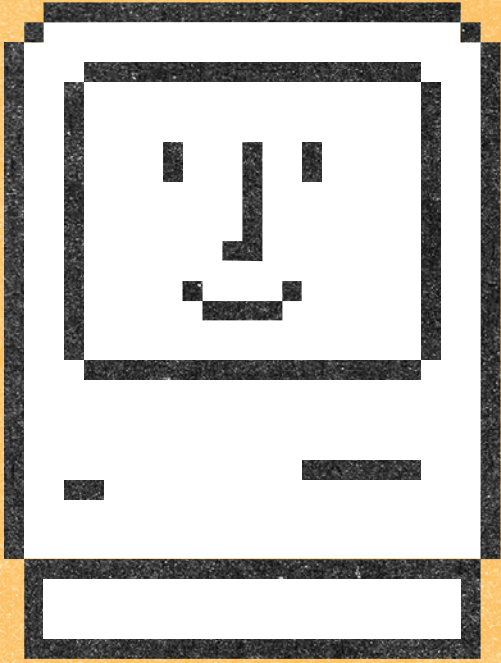
Con cada nueva consola, Nintendo ha tenido la oportunidad de redefinir el juego, pero esta vez, las primeras impresiones sugieren que se ha optado por una estrategia de mejora incremental. Este enfoque podría funcionar bien para atraer a los fans existentes, pero puede carecer del impacto necesario para atraer a nuevos usuarios o recuperar a aquellos que buscan innovación disruptiva.

El primer vistazo a la Nintendo Switch 2 nos deja con sentimientos encontrados. Si bien los cambios en diseño y retrocompatibilidad son bienvenidos, la falta de innovaciones revolucionarias plantea dudas sobre la dirección de Nintendo en un mercado altamente competitivo.

A medida que esperamos más detalles en el próximo Nintendo Direct, la pregunta que queda es si la Nintendo Switch 2 podrá superar las expectativas y consolidar su lugar como un líder en la industria de los videojuegos, o si simplemente será una evolución más en la línea de productos de Nintendo.

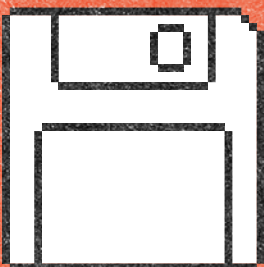
INNOVACIÓN O REPETICIÓN

SUSAN

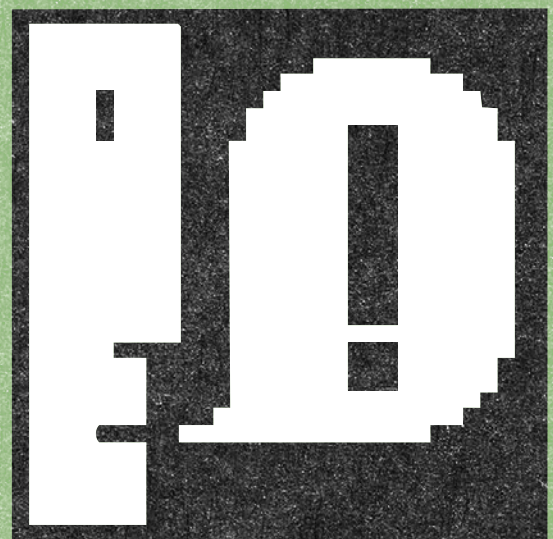


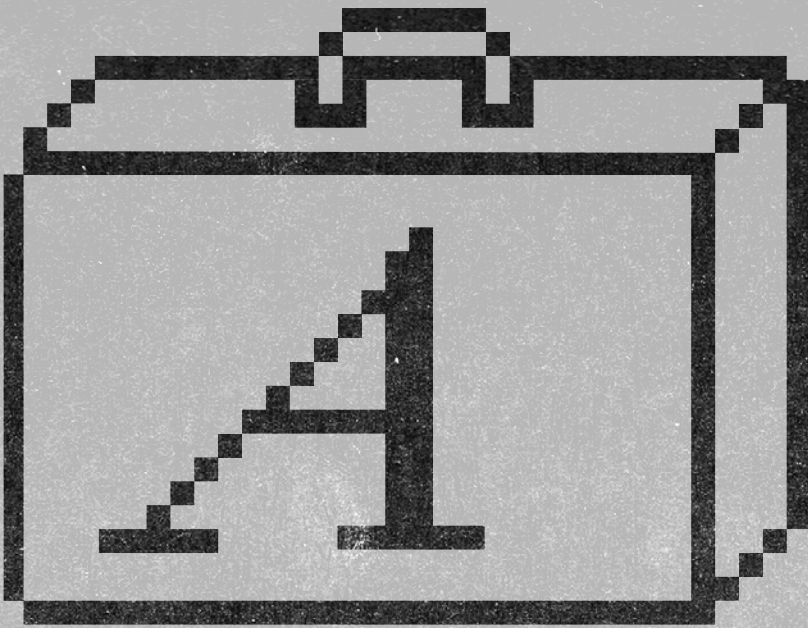
Susan Kare es una pionera en el mundo del diseño gráfico digital, conocida por su trabajo fundamental en los primeros íconos y tipografías de la interfaz gráfica de usuario de Apple en la década de 1980. Su enfoque en la simplicidad y funcionalidad la ha convertido en una leyenda viva del diseño, con una influencia que perdura hasta hoy.

Desde los primeros días de Macintosh hasta su legado en empresas como Microsoft e IBM, Kare ha demostrado que el diseño puede ser tanto hermoso como funcional, redefiniendo cómo interactuamos con la tecnología.



KARE





Susan Kare es la mente detrás de algunos de los íconos más emblemáticos de la informática moderna. En su trabajo con Apple, desarrolló gráficos como el ícono del cubo de basura y la famosa carita sonriente del Mac, que no solo facilitaron la interacción del usuario con las computadoras, sino que también le dieron un toque amigable y accesible a la tecnología.

Estos íconos se convirtieron en un lenguaje visual universal, permitiendo a los usuarios, sin importar su idioma, navegar intuitivamente por sus dispositivos. La visión de Kare era que las computadoras deberían ser herramientas accesibles para todos, no solo para expertos.

Además de su trabajo en íconos, Kare también diseñó varias fuentes para el Macintosh, como Chicago y Geneva, que marcaron un estándar en la tipografía digital, creando una armonía visual entre texto e imágenes.



INTERFAZ DIGITAL

DE MAC A WIND

Tras su éxito con Apple, Susan Kare continuó su carrera en Microsoft, donde dejó su huella en proyectos como Windows 3.0. Aquí, ayudó a mejorar la interfaz visual, llevando su característico estilo minimalista y funcional a una plataforma más amplia. Su contribución en Microsoft incluyó la creación de íconos que, aunque sencillos, comunicaban claramente su propósito, un enfoque que se convirtió en la norma de la industria.

Kare también trabajó en IBM, donde colaboró en el diseño de gráficos para OS/2, reafirmando su papel como una fuerza fundamental en el diseño de interfaces. Cada uno de sus proyectos reflejaba su creencia en el poder de los gráficos para mejorar la experiencia del usuario.

Lo que hace especial a Susan Kare es su habilidad para transformar conceptos complejos en representaciones visuales simples y efectivas. Este don le permitió trascender las limitaciones técnicas de la época y establecer un nuevo estándar de calidad y claridad en el diseño digital.

Incluso décadas después, sus diseños originales siguen siendo relevantes y utilizados, una prueba de su genialidad y visión atemporal. La influencia de Kare se extiende más allá de los límites del diseño digital, tocando todo lo relacionado con la experiencia del usuario.



Paintbrush



Calendar



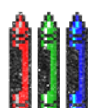
Fonts



Notepad



Write



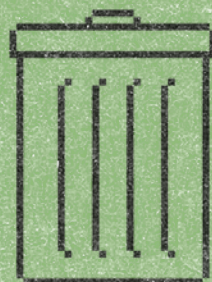
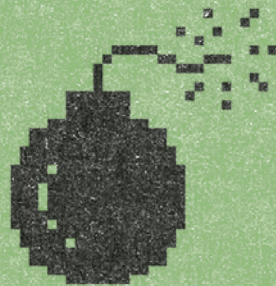
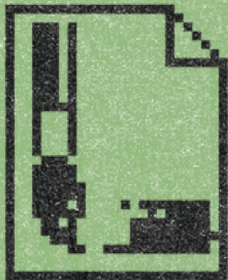
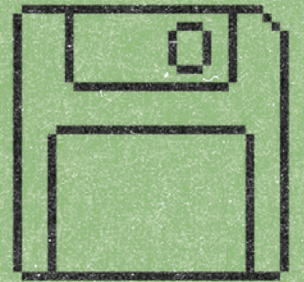
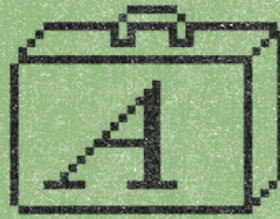
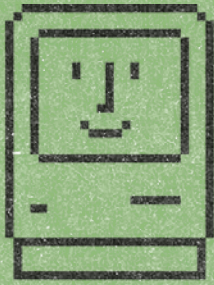
Color



Keyboard



Cardfile





HUELLA IMBORRABLE

El trabajo de Susan Kare no solo revolucionó la forma en que interactuamos con las computadoras, sino que también sentó las bases para el diseño de experiencias de usuario modernas. Su enfoque en la claridad, simplicidad y estética ha influido en generaciones de diseñadores gráficos y UX, convirtiéndola en una figura central en la historia del diseño digital.

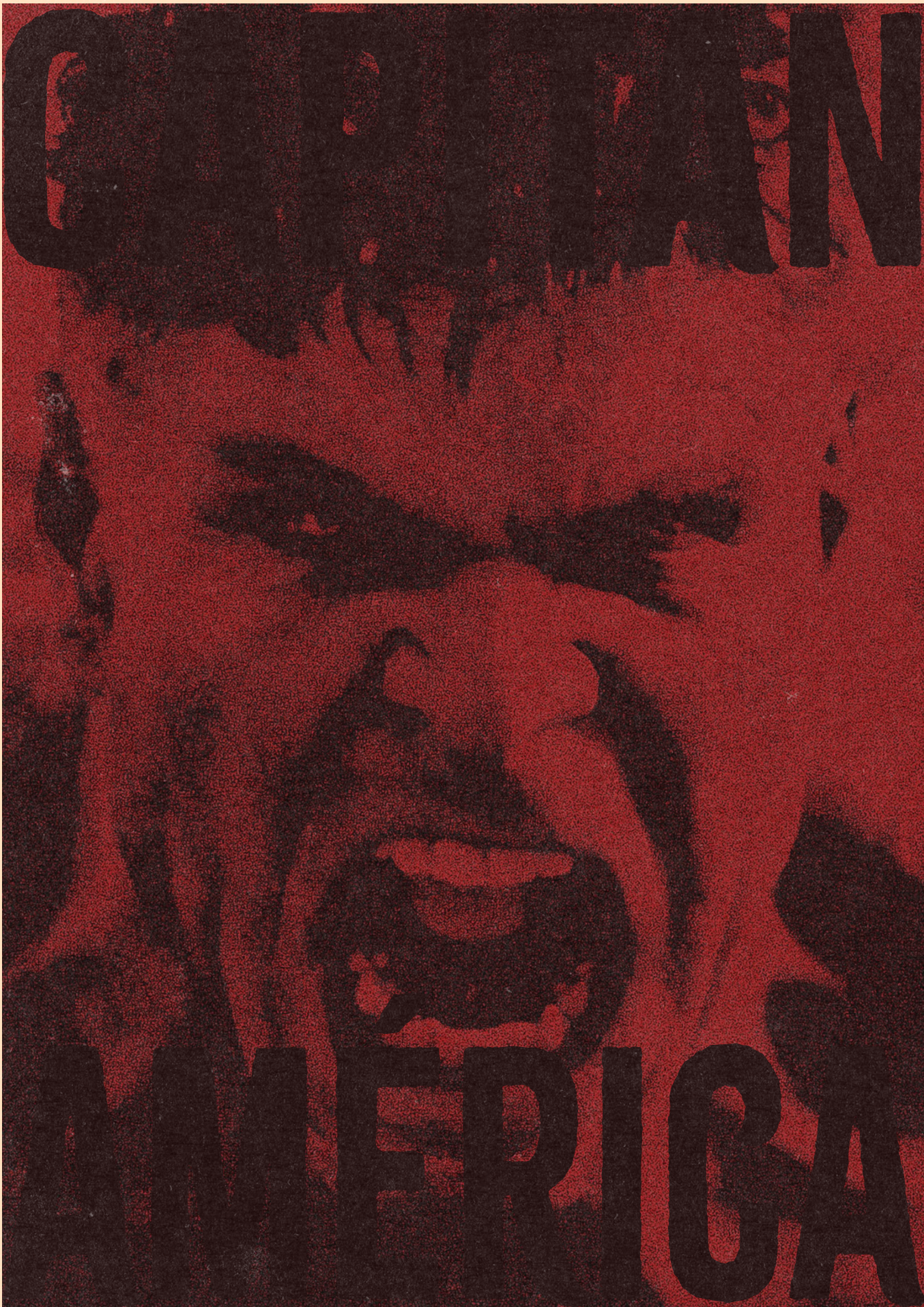
Hoy en día, Kare continúa su labor como diseñadora independiente, colaborando con diversas empresas y proyectos que buscan aprovechar su vasto conocimiento en iconografía y diseño de interfaces. Su legado vive en cada dispositivo que usamos, recordándonos la importancia de un diseño bien pensado.

Kare no solo abrió las puertas para futuras generaciones de diseñadores en el ámbito tecnológico, sino que también estableció un modelo de cómo el diseño puede mejorar la accesibilidad y usabilidad de productos complejos.

Susan Kare ha dejado una marca indeleble en la historia del diseño gráfico digital. Su capacidad para humanizar la tecnología a través de su arte no solo mejoró la experiencia del usuario, sino que también elevó el estándar de lo que las interfaces gráficas podían ofrecer.

En un mundo donde el diseño juega un papel crucial en nuestra interacción diaria con la tecnología, la visión de Kare sigue siendo una guía esencial para crear productos intuitivos y estéticamente agradables. Su trabajo sigue inspirando a diseñadores a simplificar sin sacrificar el impacto visual, haciendo de Kare un ícono del diseño digital.





BRAVE NEW WORLD

El Universo Cinematográfico de Marvel (MCU) sigue avanzando a toda máquina con su nueva entrega, **Captain America: Brave New World**. Esta película marca un cambio significativo, ya que presenta a Sam Wilson, interpretado por Anthony Mackie, como el nuevo Capitán América. Esta nueva encarnación del héroe trae consigo expectativas altas, especialmente en un contexto donde las recientes producciones de Marvel han enfrentado críticas mixtas y una taquilla más modesta en comparación con los éxitos previos como **Avengers: Endgame**.

Con un estreno planeado para el Día de San Valentín de 2025, **Brave New World** se posiciona estratégicamente en una fecha que tradicionalmente ha sido favorable para atraer a un público masivo. Sin embargo, la pregunta persiste: ¿podrá esta película superar las sombras de su antecesora, **Captain America: Civil War**, y devolverle a Marvel el brillo que parece haber perdido?

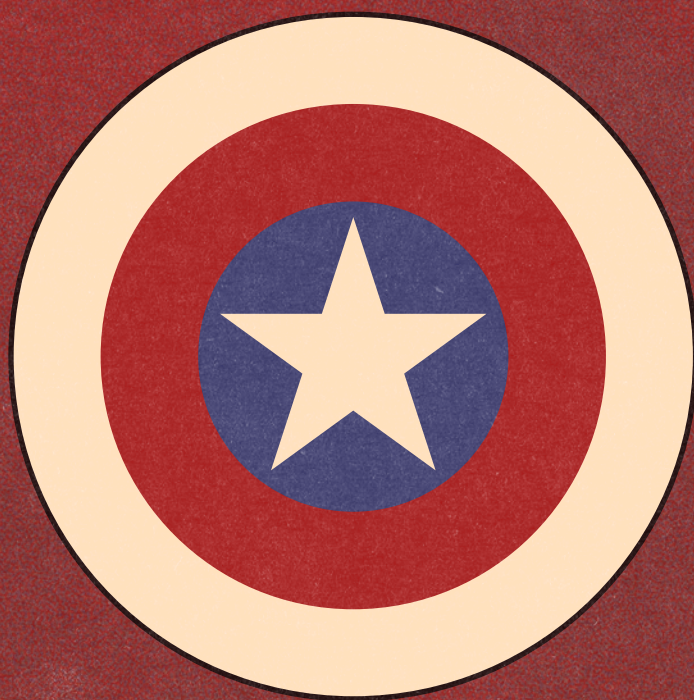


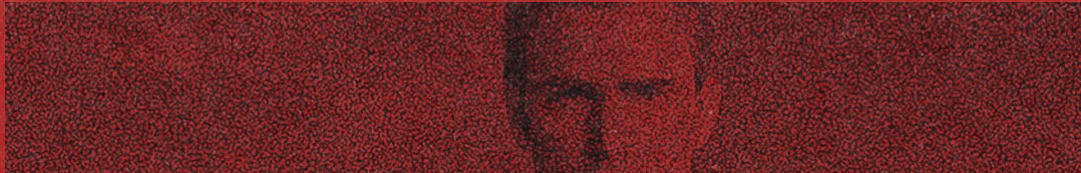
En esta nueva entrega, Sam Wilson asume el manto del Capitán América, un papel que anteriormente pertenecía a Steve Rogers. Wilson, que no posee superpoderes, debe ganar la aceptación del público y demostrar su valía mediante su ingenio y habilidades. La narrativa se centra en su lucha para establecerse como el nuevo líder en un mundo que sigue comparándolo con su predecesor.

La trama promete un enfoque fresco, donde la batalla no solo es física sino también moral y emocional. Esta dimensión podría ser una de las claves para atraer a audiencias que buscan algo más que peleas espectaculares y efectos visuales impresionantes. La conexión emocional que establezca Sam Wilson con los fanáticos podría determinar el éxito de la película, especialmente en un momento en que el público está buscando personajes con mayor profundidad y complejidad.



SAM WILSON TOMA EL ESCUDO





Las proyecciones iniciales colocan a *Brave New World* en una posición sólida pero no espectacular dentro del género de superhéroes. Con un rango esperado de 107 millones de dólares en su primer fin de semana, la película tiene un reto considerable por delante si quiere igualar o superar el éxito de *Captain America: Civil War*, que debutó con 179,1 millones en 2016.

Comparada con recientes entregas del MCU como *Deadpool & Wolverine*, que acumuló 1.338 millones de dólares globalmente, *Brave New World* parece estar destinada a una recepción más modesta. Esto ha generado cierta preocupación sobre si el género de superhéroes está experimentando una fatiga por parte del público, una tendencia que podría afectar negativamente su rendimiento en taquilla.

No obstante, el atractivo del personaje de Sam Wilson y la dirección narrativa que toma esta película pueden ofrecerle una ventaja única. La apuesta de Marvel por presentar un Capitán América diferente, uno que represente los valores de inclusión y diversidad, podría resonar profundamente en audiencias actuales, particularmente en un contexto global más inclinado hacia la representación y la justicia social.

El marketing jugará un papel crucial en la campaña de la película. Los próximos tráilers y el enfoque en la historia de Sam Wilson como un "underdog" pueden reforzar el interés y atraer tanto a los fanáticos de Marvel como a nuevos espectadores. La manera en que Marvel gestione la percepción pública y las expectativas será clave para maximizar la recaudación de *Brave New World* y asegurar su lugar en el panteón de éxitos del MCU.

PESO DEL LEGADO



Después de algunos altibajos en sus últimas producciones, *Brave New World* podría ser el punto de inflexión que Marvel necesita para recuperar su racha ganadora. Con un enfoque renovado y la introducción de un Capitán América que representa un cambio significativo en la narrativa del MCU, la película podría ser el catalizador para una nueva era de éxito.

La reacción del público y la crítica será crucial. Si la película logra conectar emocionalmente y ofrecer un espectáculo digno de la franquicia, podría significar el resurgimiento de Marvel como líder indiscutible en el género de superhéroes, marcando el inicio de un nuevo capítulo dorado en su historia cinematográfica.

EL FUTURO DEL MCU

Captain America: Brave New World tiene la difícil tarea de revitalizar la franquicia y demostrar que el MCU aún tiene mucho que ofrecer. Con una narrativa que se aleja de la fórmula tradicional y se enfoca en un héroe sin superpoderes, Marvel tiene la oportunidad de redefinir lo que significa ser un superhéroe en el siglo XXI.

Si logra capitalizar el interés y adaptarse a las expectativas modernas, esta película podría marcar el inicio de una nueva fase llena de éxitos para Marvel. Sin embargo, si no cumple con las expectativas, podría ser un indicativo de que el género necesita una transformación más radical para mantener su relevancia en el futuro.

STUDIOS

22.14.25

ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL EN SERVICIOS ESPECIALIZADOS (REPSE)

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

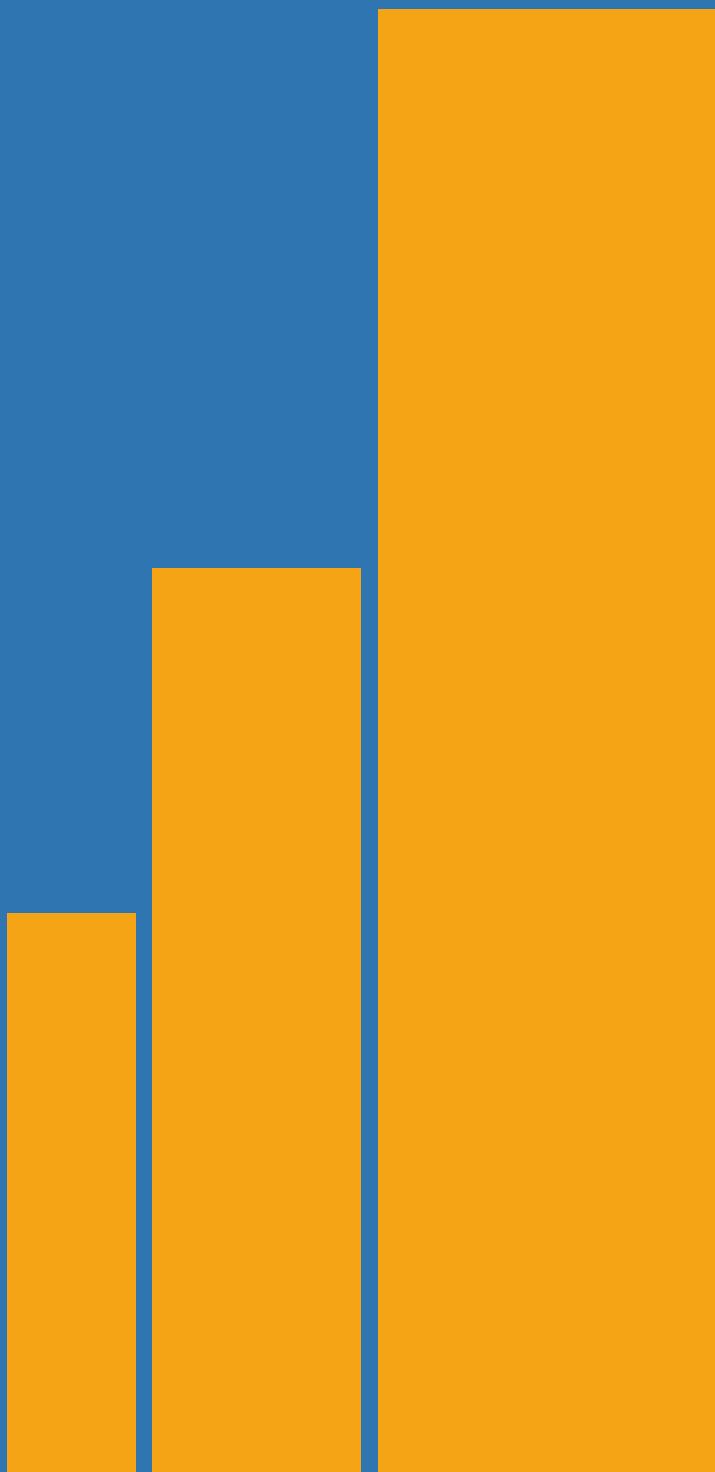
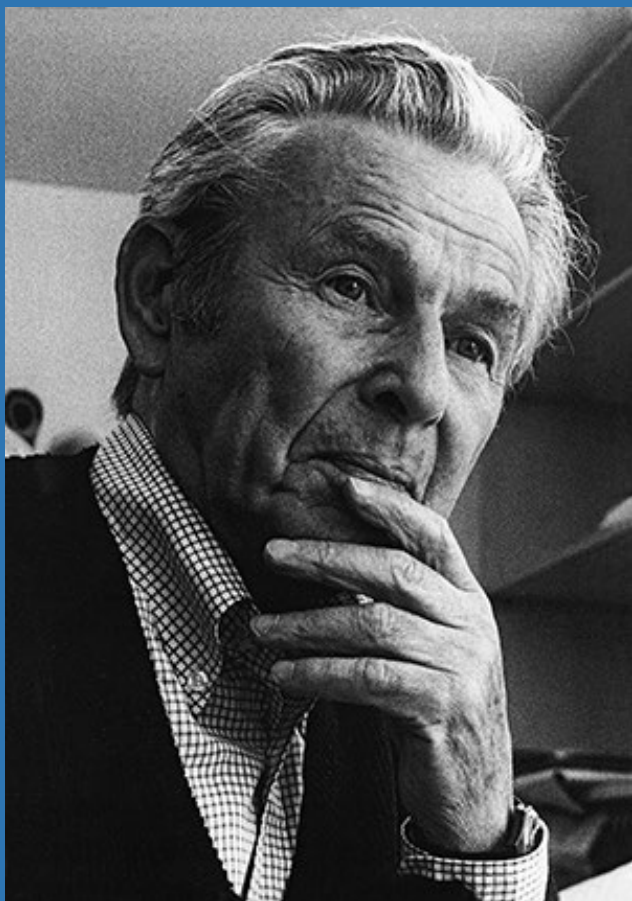


Josef Müller-Brockmann

Arquitecto del diseño

Josef Müller-Brockmann es una figura clave en el diseño gráfico suizo, conocido por su enfoque racional y sistemático que revolucionó la industria. Conocido como el maestro del estilo tipográfico internacional, su legado ha perdurado, transformando la manera en que percibimos el diseño visual y la comunicación gráfica.

A través de su trabajo, Müller-Brockmann no solo definió estándares en el uso de la tipografía y la retícula, sino que también inspiró generaciones de diseñadores a abrazar la simplicidad y la funcionalidad en sus obras.



La retícula es quizás el concepto más emblemático asociado con Josef Müller-Brockmann. Este sistema de cuadrículas permitió a los diseñadores organizar el espacio de manera lógica y ordenada, facilitando la creación de composiciones armónicas y consistentes. Para Müller-Brockmann, la retícula no era solo una herramienta, sino un principio fundamental que aseguraba claridad y legibilidad en el diseño.

Aplicó esta técnica en diversos proyectos, desde carteles hasta revistas, demostrando cómo una estructura aparentemente rígida podía dar lugar a resultados dinámicos y visualmente impactantes. Su manual "Grid Systems in Graphic Design" sigue siendo una biblia para los diseñadores contemporáneos, enfatizando la importancia de la estructura para lograr una comunicación efectiva.

El uso de la retícula por parte de Müller-Brockmann no solo ordenaba elementos gráficos, sino que también eliminaba lo superfluo, centrándose en lo esencial: el mensaje.

La retícula

Tipografía sin florituras



Müller-Brockmann abogaba por un enfoque minimalista en el uso de la tipografía, prefiriendo fuentes sans serif como Helvetica, que consideraba ideales para la comunicación clara y directa. En su filosofía de diseño, la tipografía debía servir a la función antes que a la forma, evitando adornos innecesarios que pudieran distraer al espectador.

La elección de tipografías simples y la disposición meticulosa de los elementos tipográficos en sus trabajos crearon una sensación de orden que es la base del diseño moderno. Sus carteles para la Zurich Tonhalle son un ejemplo icónico de cómo el texto puede ser a la vez informativo y estéticamente agradable, gracias a su enfoque disciplinado.

Además, Müller-Brockmann creía que el diseño debería ser neutral, dejando que el contenido hablara por sí mismo. Este principio de objetividad lo llevó a desarrollar un estilo que, aunque a primera vista puede parecer frío, es en realidad extremadamente efectivo y universal.

Incluso en el contexto actual, su énfasis en la legibilidad y la eficiencia sigue siendo relevante, ya que muchos diseñadores adoptan principios similares en un mundo saturado de información visual.

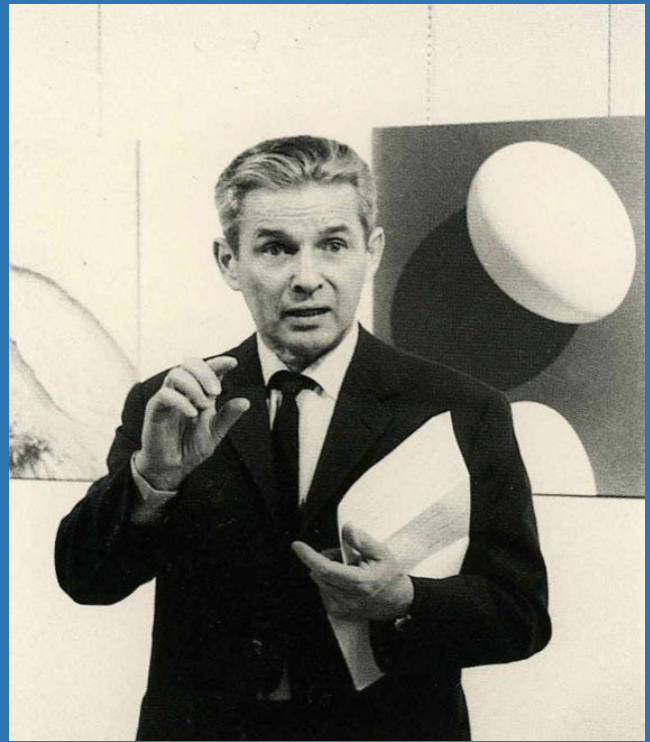
Orden y claridad

Josef Müller-Brockmann no solo dejó un legado tangible a través de sus obras, sino que también estableció un conjunto de principios que continúan guiando el diseño gráfico moderno. Su insistencia en el orden, la simplicidad y la objetividad ha sido adoptada por innumerables diseñadores que buscan claridad en un mundo cada vez más complejo.

Su impacto no se limita a Suiza; ha influido en el diseño gráfico global, llevando el estilo tipográfico internacional a la vanguardia de la industria. Las enseñanzas de Müller-Brockmann siguen vivas en las escuelas de diseño, donde su obra es estudiada y emulada como un ejemplo de perfección técnica y estética.

La universalidad de sus métodos demuestra que el buen diseño trasciende las modas, hablando directamente a la mente y al ojo del espectador. Müller-Brockmann es, sin duda, una de las figuras más influyentes en el diseño gráfico, cuyo enfoque en la retícula, la tipografía y la simplicidad ha dejado un legado imborrable. En un mundo donde la comunicación visual es más importante que nunca, sus principios ofrecen una guía para crear diseños que son tanto hermosos como funcionales.

Su capacidad para imponer orden en el caos visual sigue siendo una inspiración para aquellos que buscan claridad en sus proyectos, asegurando que su influencia perdure en el futuro del diseño gráfico.





Nuestros Colaboradores

AGUILAR REYNOSO ERNESTO ALONSO

AGUIRRE RUIZ ISMAEL

ANGELA BETZABETH QUIROZ LEON

AYALA FERNANDEZ LUIS GERARDO

BENUTO GUZMAN KEVIN ALEJANDRO

CERVANTES OROZCO JUAN PABLO

CORTE REYES ARTURO

CORTE SUSARREY MANUEL

CORTE SUSARREY ROBERTO GABRIEL

CRUZ HERNANDEZ MARIA FERNANDA

DIAZ MORALES JOSE DE JESUS

ESCOGIDO RUIZ JOSE MANUEL

ESOGIDO RODRIGUEZ ARACELI KUTZUY

GARCIA CISNEROS EDGAR ALONSO

GOMEZ MORALES REYNA JANETH

GONZALEZ MENDOZA HECTOR ELIAS

GUZMAN GODINEZ MARA JATHZEL

HARO HERNANDEZ JOCELYN DEL ROCIO

JUAREZ GARCIA JESUS ANDRES

MACIAS ALFARO MIGUEL ANGEL

MACIAS RUIZ SAUL

MARTINEZ FLORES EDGAR

MARTINEZ TOLEDANO DANIELA

**MAYAGOITIA DELGADO STHEPANY CAROLINA
MEDINA AGUILAR SARA MICHELLE
PABLO NAVARRO
PEREZ ANGUIANO ANDREA ELIZABETH
PEREZ TEJEDA MAURICIO
REYES GONZALEZ CONSUELO
RODRIGUEZ OLVERA IVAN ALEJANDRO
SALDAÑA LOPEZ JOSE LORETO**

Febrero 2025

1 FEBRERO 2025
B
K
O

ORBIT
ORBIT
ORBIT
ORBIT
ORBIT
ORBIT
ORBIT
ORBIT
ORBIT
ORBIT