

“Ultraexperiencia” visual de la mexicana Paloma Rincón

Posted on 25 de enero de 2021 by Diario Humano



“Ultraexperiencia” visual de la mexicana Paloma Rincón

Fusiona múltiples formas, texturas, luces y colores, para borrar los límites entre la realidad y la fantasía

Diario Humano | La Paz, Baja California Sur

La **fotógrafa mexicana, Paloma Rincón**, ofrece una **“ultraexperiencia” visual**, en equilibrio con la ligereza de la marca **“Michelob Ultra Hard Seltzer”**, de [Grupo Modelo](#), para su más reciente campaña publicitaria.

Señalan su debut en el mercado a finales de 2020; posicionados como los “favoritos”, para quienes dicen, disfrutan y equilibran su estilo de vida, con la sutileza de sus sabores naturales.



“Ultraexperiencia” visual de la mexicana Paloma Rincón

El estilo de la artista visual, refleja el juego entre la realidad y la ficción con colores, texturas y movimiento; para la colaboración, utilizó una técnica “isométrica naturalista”.

Dirigidos a México, existen los sabores de **Michelob Ultra Hard Seltzer: Limón Pepino, Fresa Sandía, Mango Durazno y Spicy Piña.**

Ultraexperiencia: Así busca recrear un universo en el que conviven múltiples formas, texturas, luces y colores, teniendo como resultado, una experiencia visualmente revolucionaria.

Alejandro Gutiérrez, director de Marcas Premium de Grupo Modelo comentó que esta no es una cerveza, sino un “seltzer”, por lo que se busca innovar.

“Crear una campaña que se robe las miradas de todos, con un estilo original y fresco, marcando la pauta en una categoría nueva en el país”, dijo en el comunicado.

“Queremos dar un golpe de autoridad, con un concepto simple, directo y un poco irreverente, mostrándole a todo



México, de la mano de Paloma Rincón”, agregó.



“Ultraexperiencia” visual de la mexicana Paloma Rincón

Paloma Rincón logró plasmar imágenes y composiciones gráficas con riqueza de detalles; con cada color, reflejó un estilo característico de técnicas virtuales, con composiciones surrealistas, borrando límites entre la fantasía y realidad.

Jonathan Mcvinish, director creativo de Draflin México, dijo que para crear estos conceptos, se aprovecharon todas las dudas sobre esta nueva bebida.

“Una propuesta gráfica que nos permitiera apoderarnos de la categoría, así fue como unimos fuerzas con Paloma Rincón, una de las mejores exponentes gráficas”, agregó.

“A transmitir los atributos del producto, la frescura, la ligereza, el sabor a fruta natural, de una manera única que solo ella podía ayudarnos a traer a la vida”, agrega Mcvinish.

Paloma Rincón practicó además, con diversas disciplinas como la escultura, el diseño y la ilustración; con ella buscó reflejar el sabor y balance de la bebida. Ultraexperiencia.

Este producto se elabora con sabor natural de fruta, un toque de 4.2% grados de alcohol, libre de gluten y de contenido energético de 98 calorías. La nueva campaña de **Michelob Ultra Hard Seltzer** en colaboración con **Paloma Rincón** se lanzó el pasado 15 de enero por medios digitales, televisión y puntos de venta.