

BENETTON APOYA EL FONDO DE LAS NACIONES UNIDAS POR LA POBLACIÓN CON UNA CAMPAÑA GLOBAL SOBRE PLANIFICACIÓN FAMILIAR

En la Cumbre de Londres de hoy sobre planificación familiar organizada por el Gobierno británico, UNFPA y la Fundación Bill & Melinda Gates, UNFPA y United Colors of Benetton lanzarán la campaña global [Power Her Choices](#) que tiene por objeto proteger a las mujeres de los embarazos no planificados.

Londres, 11 julio 2017 – Todas las chicas y mujeres tienen derecho a decidir libremente si y cuándo quieren quedarse embarazadas. Este es el mensaje fundamental que United Colors of Benetton y UNFPA, el Fondo de las Naciones Unidas por la población, quieren transmitir al mundo en la Cumbre de Londres sobre planificación familiar.



UNITED COLORS
OF BENETTON.

Hoy en día, más de 214 millones de mujeres no tienen acceso a métodos anticonceptivos modernos. En el año 2016, alrededor de 770.000 chicas -algunas de tan solo 10 años- se convirtieron en madres, poniendo en grave riesgo su salud y su futuro. En el África subsahariana, por ejemplo, el 25 % de las mujeres jóvenes se ven obligadas a tener que dejar la escuela a causa de un embarazo no deseado.

Organizada por el Gobierno británico, junto con UNFPA y la Fundación Bill & Melinda Gates, la Cumbre de Londres sobre planificación familiar reunirá a instituciones y a las partes interesadas con el objetivo de avanzar hacia un objetivo común, garantizar que 120 millones de mujeres tengan acceso a sistemas anticonceptivos modernos antes del año 2020.

«Millones de mujeres y adolescentes no tienen acceso a sistemas anticonceptivos modernos», dice la Dra. Natalia Kanem, directora ejecutiva suplente de UNFPA, «en los últimos cinco años, gracias a la iniciativa Family Planning 2020, hemos llegado a otras treinta millones de mujeres, pero tenemos que seguir trabajando para ampliar nuestras alianzas y ampliar nuestro radio de acción para que nadie se quede atrás».

El último producto de una colaboración entre UNFPA y Benetton, [Power Her Choices – Potencia sus elecciones](#) tiene como objetivo aumentar el conocimiento de la planificación familiar y encontrar nuevos socios y firmantes para este desafío global. Diseñada por Fabrica, el centro de investigación sobre comunicación del Benetton Group, la imagen principal de la campaña está representada por una bombilla con forma de útero.

«Es una metáfora de cómo el trabajo de UNFPA puede ayudar a dar luz a una nueva conciencia entre las mujeres jóvenes de todo el mundo».

comenta Carlo Tunio, director general de Fabrica, «muchas chicas, especialmente en los países en vías de desarrollo, deben ser capaces de decidir sobre sus propias vidas y tener acceso a métodos anticonceptivos».

La campaña también incluye una instalación donde las bombillas se encienden para formar frases que capturan el espíritu de la campaña. En una de estas aparentemente se lee: *I am pregnant*, 'Estoy embarazada', pero cuando el espectador se acerca a la instalación, otras bombillas parpadean y se encienden, revelando nuevas palabras y el verdadero significado de la obra: *I am not ready to be pregnant*, 'No estoy preparada para estar embarazada'. La instalación, que consistirá en varias fases, también estará documentada en un vídeo y en una serie de GIF que se compartirán en las redes sociales.

Para más información: benetton.com/news-events/power-her-choices

we.benetton.com
benettongroup.com/media-press
benettongroup.com/sustainability

facebook.com/benetton
twitter.com/benetton
youtube.com/benetton

Para más información sobre UNFPA: unfpa.org

Jeffrey Bates
Tel.: + 1 212 297 5208
E-mail: bates@unfpa.org

UNFPA

UNFPA, el Fondo de Población de Naciones Unidas, contribuye a un mundo donde cada embarazo sea deseado, cada parto sea sin riesgos y cada persona joven alcance su pleno desarrollo. UNFPA opera en más de 150 países y territorios para aumentar las posibilidades de las mujeres y los jóvenes a llevar una vida sana y productiva.

Benetton Group y United Colors of Benetton.

Benetton Group es una de las empresas de moda más populares del mundo, presente en los principales mercados del mundo con una red comercial de alrededor de 5.000 tiendas; un grupo cuyo compromiso con el presente y el futuro es cada vez más importante, apostando por el medio ambiente, la dignidad de las personas y las transformaciones de la sociedad. El Grupo cuenta con una consolidada identidad de estilo, color, moda auténtica, calidad al mejor precio y pasión: valores que se reflejan en la personalidad fuerte y dinámica de las marcas United Colors of Benetton, y Sisley.

Fabrica

Fabrica es un centro de investigación sobre la comunicación. Se encuentra situado en Treviso y se integra dentro de Benetton Group. Fabrica fue fundada en 1994 y ofrece a un grupo absolutamente

heterogéneo de investigadores de todo el mundo una beca de estudios anual, incluyendo alojamiento y viaje de ida y vuelta a Italia. Ofrece una amplia variedad de disciplinas, entre las que se incluyen el diseño, el diseño gráfico, la fotografía, la interacción, el vídeo, la música y el periodismo. Fabrica tiene su sede en una villa del siglo XVII, restaurada y ampliada por el arquitecto japonés Tadao Ando