

UNITED COLORS OF BENETTON: LOS COLORES SE MEZCLAN, LAS IDENTIDADES SE FUNDEN

Una nueva colección cápsula, Carnival, y una nueva campaña global relanzan el color y la diversidad. Dos valores fundamentales de la marca llevados a un nuevo nivel de sofisticación y modernidad.

La colección, que celebra el color en todos sus sentidos, estará a la venta a partir de febrero de 2016 en tiendas específicas de todo el mundo. De acuerdo con el compromiso social que desde siempre ha caracterizado a Benetton, el elogio del color va de la mano de la celebración de una sociedad global y en constante cambio.

UNITED COLORS
OF BENETTON.

La campaña Face of the City

¿Cuál es la cara de Londres? ¿Y la de Tokyo? ¿Nueva York? ¿Milán? ¿Berlín? ¿París? En una nueva campaña, United Colors of Benetton, elabora la cara de una modelo de forma analógica y digital al mismo tiempo, a partir de los rostros más comunes que se pueden encontrar en las seis capitales mundiales de la moda.

United Colors of Benetton empezó llevando a cabo una investigación para entender cuál era la composición étnica de cada capital, con resultados muy interesantes. La firma utilizó un análisis estadístico demográfico a partir de fuentes de información de la población incorporando datos internacionales así como informes de censo específicos de cada ciudad. Todo esto con el fin de reflejar de forma detallada la proporción de razas existente en cada ciudad. Por ejemplo, los asiáticos son el grupo étnico más numeroso en Londres después de los blancos. En Milán, los filipinos y los egipcios son las comunidades extranjeras más numerosas. La mitad de la población de Nueva York es negra o latina. Solo el 5% de los extranjeros en París viene de África.

De acuerdo con estos resultados, United Colors of Benetton fotografió un grupo de mujeres cuyos rostros pudieran representar la heterogeneidad de razas y culturas presente en cada capital. A continuación, todos los retratos se combinaron gracias a un algoritmo complejo, capaz de garantizar que cada grupo étnico fuera representado de forma proporcional a través del color de la piel, la forma de los ojos y de la nariz, el tipo y el color del pelo así como la forma del rostro.

El rostro resultante de cada ciudad fue introducido en una imagen final para dar vida al habitante ideal de cada capital. Los seis rostros juntos son como retratos procedentes de un mundo donde el crisol de razas, aclamado en treinta años de comunicación Benetton, por fin se ha convertido en la norma. Por supuesto, intervino un software para revelarlo, pero no hay lugar a dudas: ese mundo por fin ha llegado y la diversidad es todavía más hermosa de lo que habíamos imaginado.

Carnival Capsule Collection

La tercera de una serie de cápsulas lanzadas este año bajo el nombre "A Collection Of Us". Carnival Collection domina las tecnologías del género de punto para unir en una prenda diferentes paletas de colores. Las líneas modernas y limpias de las siluetas destacan gracias al sabio uso de la intarsia del punto y del *color block*, fuertes y de carácter, del magenta al verde azulado, del turquesa al rojo burdeos.

La moda masculina y femenina parece atravesada por el efecto arco iris de un prisma iluminado: líneas y juegos geométricos definen blusas boxy, mini vestidos, chaquetones holgados, faldas en A, pantalones tobilleros y vestidos camiseros de gran impacto visual. También las camisetas, de corte boxy, son de algodones refinados y muestran estampados con grafismos geométricos y motivos de colores fuertes y encontrados.

La línea masculina se desarrolla en polos de piqué y camisetas de algodón con fantasías de espiga, cárdigans y suéteres de cuello redondo con dibujo intarsia geométrico, de elaboración sofisticada. Completan la Carnival Capsule una línea de pantalones skinny, para ella y él, y para los chicos: sudaderas, cuellos altos con cremallera, camisetas y vaqueros con detalle geométrico bordado.

benettongroup.com/media-press
benetton.com

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