

Apple convierte su icónica "flagship store" de Nueva York en una gigantesca máquina de bolas de chicle

por [Esther Lastra](#) 30 noviembre del 2023

La "flagship store" que Apple tiene en la Quinta Avenida de Nueva York se ha metamorfoseado por obra y gracia del CGI en una gigantesca máquina de bolas de chicle de color rosa.

La que es probablemente una de las tiendas de Apple más icónicas sobre la faz de la Tierra, la «flagship store» que la empresa de la manzana tiene en la Quinta Avenida de Nueva York, se ha metamorfoseado por obra y gracia del CGI en una gigantesca máquina de bolas de chicle de color rosa.

Mediante esta acción, con la que Apple abraza la tendencia (absolutamente ubicua en las redes sociales) de la «fake out of home advertising» (FOOH), la compañía de Cupertino quiere poner de relieve que el iPhone 15 está disponible en color rosa (un delicado rosa pastel para más señas). Recordemos que el antecesor del iPhone 15, el iPhone 14, no procuraba cobijo a este color, que ha regresado por la puerta grande (probablemente de manera en modo alguno casual) en el año de Barbie, la película que tiñó de rosa hace unos meses el mundo entero.

En un vídeo publicado en Instagram y otras redes sociales bolas gigantes de color rosa (que imitan a todas luces bolas de chicle) llenan hasta los topes la emblemática entrada acristalada de la «flagship store» en la Quinta Avenida de la Gran Manzana y emergen por la puerta para acabar rodando las bulliciosas calles de Nueva York.

El vídeo, que hace un uso absolutamente primoroso del 3D, incluye asimismo una escena en el interior de la tienda de Apple en la Quinta Avenida, donde bolas XL de color rosa se deslizan por las míticas escaleras de caracol de la «flagship store» neoyorkina de la empresa de la manzana.

Rubricada por TBWA\ Media Arts Lab, la agencia de cabecera de Apple, la nueva acción de la empresa liderada por Tim Cook ha sido desarrollada en colaboración con Ian Padgham, un artista digital de origen californiano que reside actualmente en Francia y que es fundador de la productora Origiful.

Padgham ha alumbrado campañas de «fake out of home advertising» (muchas de las cuales han conquistado la viralidad en las redes sociales) para marcas como Maybelline, Jacquemus o Tiffany.

La nueva campaña de Apple ha visto la luz en Instagram, YouTube Shorts, TikTok y X.

Fuente: <https://www.marketingdirecto.com/creacion/campanas-de-marketing/apple-convierte-flagship-store-maquina-bolas-chicle>