

## Las 11 campañas inclusivas más recordadas de Benetton que generaron polémica en el mundo

12/07/2018

Hoy a los 74 años falleció Carlo Benetton, uno de los hermanos fundadores y dueño de la firma italiana. Sus ideas colaboraron a fomentar la inclusión en las piezas gráficas de la marca y no siempre fueron bien recibidas. Algunas en contra de la Iglesia, otras para promover la igualdad de razas y las últimas a puro color

Carlo Benetton, uno de los dueños de la reconocida firma de indumentaria italiana "United Colors of Benetton", falleció a los 74 años en Treviso. Desde 1965, participó en la fundación de la compañía donde se encargaba de la fabricación y la comercialización de telas y sweaters. Junto a sus hermanos, el imperio Benetton diseña para todas las generaciones, todos los géneros y todas las etnias.



Su marca se caracterizó por tener campañas gráficas que llamen la atención, y algunas llegaron a provocar polémica a nivel mundial. Creadas junto al fotógrafo Oliviero Toscani, las más recordadas fueron los besos entre Obama y Chávez o Benedicto XVI, Iman Ahmed el Tayyeb; y la unión interracial con el objetivo de lograr una inclusión sin importar las características físicas.



1989. La campaña se llamó “Campaña en blanco y negro”, y el fin perseguido fue el de crear conciencia sobre el mundo y la igualdad de los derechos humanos, sin importar la raza. Dos personas con esposas. Un hombre blanco y uno negro. Esta imagen está incluida en una serie de fotografías que representaban hombres y mujeres de diferentes nacionalidades



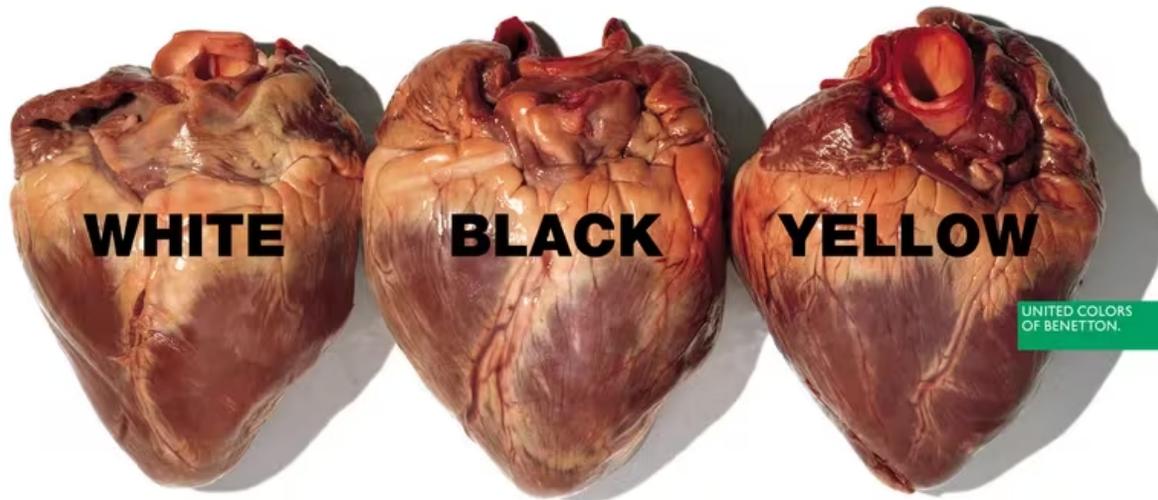
1989. Un niño blanco siendo amamantado por una mujer negra. Esta fue una de las tomas más recordadas y destacadas en la defensa de la igualdad para implementar un nuevo concepto de familia más allá de los prejuicios raciales



1991. Un cura y una monja para “Unhate”. Fotografiada por Oliviero Toscani, Benetton presentó esta polémica campaña que fue prohibida en Italia por el Vaticano y retirada de las calles de Francia. El mismo Carlo había declarado que “el beso fue un ataque contra el celibato y las tradiciones católicas. En el fondo no son más que dos seres humanos besándose”



1992. "Olympic Games". La campaña de Benetton en aquel año coincidió con los Juegos Olímpicos de Barcelona. Con motivo de celebración de los JJOO, crearon como anuncio una imagen con cinco preservativos con los colores representativos. El objetivo que tuvo fue concientizar al público para la prevención del VIH y SIDA. En Estados Unidos fue censurado por considerarse "pornográfico"



1996. Tres corazones, tres razas. “Blanco, negro, amarillo”. Mensajes de colores que representan a las diferentes razas humanas. Por más que sean diferentes tonos de piel, en el interior son todos exactamente iguales



2011. Volvió el lema “Unhate” a Benetton, pero esta vez, mostrando a personas de la política y líderes besándose. Entre ellos, el papa Benedicto XVI con el líder musulmán Iman Ahmed el Tayyeb, que fue censurada en las calles por ser “irrespetuosa”. El objetivo era combatir el odio y los prejuicios en el mundo y apoyar a los jóvenes para un futuro más igualitario



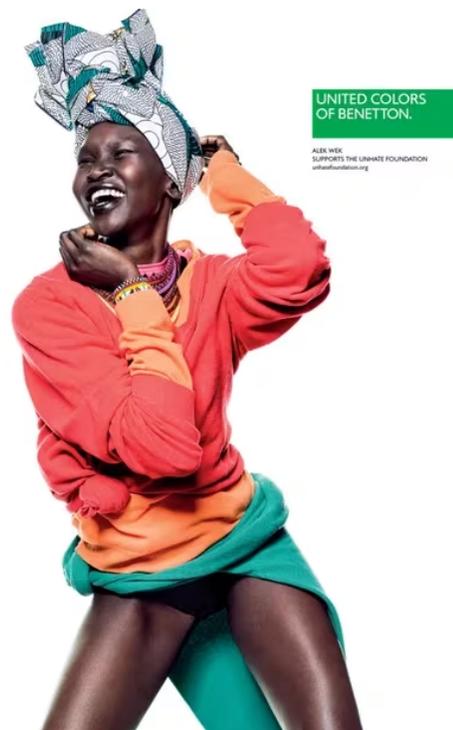
2011. Bajo el lema “Unhate”, éste fue uno de los más polémicos. El expresidente de EEUU, Barack Obama besando al venezolano Hugo Chávez. El objetivo de estas fotografías era llamar la atención de los ciudadanos y gobiernos enfrentados con un acto de amor para terminar con el odio. “Nos invita a considerar que el amor y el odio no están tan alejados entre sí como pensamos”, dijeron desde la marca



2012. “Unemployee of the year”. Bajo ese enfoque, Benetton presentó una imagen que representa el hecho de que 5 de más de 100 millones de personas con menos de 30 años están en búsqueda de un trabajo. En el 2012 una crisis económica culminó con oportunidades laborales de muchas personas. Esta campaña incluyó un video con varios jóvenes que a pesar de tener una amplia formación académica estaban desempleados



2012. Esta firma italiana se caracteriza por la simplicidad de sus prendas y un estilo casual y urbano. La filosofía de Benetton es comercializar prendas para hombres, niños y mujeres con diseños básicos en una amplia variedad de colores, siempre con una mirada inclusiva



2013. La modelo Alek Wek, fotografiada por Giulio Rustichelli, participó de la campaña a puro color para la temporada de Benetton del 2013. Colores estridentes que resaltaban el color de su piel y un original turbante, intentaban vender la ropa de la nueva colección



2015. "A collection for US". Cinco generaciones de tejidos y cinco generaciones de historia. Así es la campaña de Benetton. Desde niños hasta abuelos, toda la familia se puede vestir en Benetton. Todos los talles, todos los modelos y todos los colores. Una de las marcas internacionales que promueve la inclusión desde los años 80

Fuente:

<https://www.infobae.com/tendencias/estilos/2018/07/12/las-11-campanas-inclusivas-mas-recordadas-de-carlo-benetton-que-generaron-polemica-en-el-mundo/>