**OPENING CEREMONY LANZA COLECCIÓN INSPIRADA EN LOS BEASTIE BOYS**

**La colección será exclusiva de Farfetch y Brownsfashion.com.**

**Ciudad de México, a 22 de abril de 2020.-** Con motivo del lanzamiento del nuevo documental de Spike Jonze y el *photobook* sobre los Beastie Boys en abril de 2020, Opening Ceremony está creando una colección especial que celebra el legado e icónico estilo de esta banda, que será exclusiva de Farfetch y Brownsfashion.com, plataformas que facilitarán a los fans, la adquisición de esta colección cápsula en más de 190 países.

Opening Ceremony curó una lista de emblemáticos artistas (incluyendo aquellos conectados con la banda) para que reinterpretaran una de las portadas de los álbumes de los Beastie Boys con su propio diseño.

La década de los ochenta y la de los noventa, en términos musicales, no habrían sido las mismas sin los Beastie Boys, un *collage* sonoro que mezclaba las desencantadas guitarras del rock, la lírica profunda del rap, la protesta del punk y el sonido estridente del trash.

Humberto Leon, de Opening Ceremony, habla un poco de su experiencia al crear esta colección: “Una de mis primeras memorias con los Beastie Boys fue en séptimo grado, durante los bailes escolares, cuando recuerdo haber escuchado *Brass Money* y todos los niños nos volvimos locos. [...] Queríamos transformar la idea de la mercancía que puedes conseguir en un tour y llevarla al mundo de los coleccionables, al de las codiciadas ediciones de arte. Spike, Adam y Mike me preguntaron si Opening Ceremony podía crear mercancía, y presentamos la idea de tomar sus álbumes y sencillos clásicos, y vincularlos con artistas relevantes, creando así nuevas versiones de las portadas”.

La colección está compuesta de las siguientes piezas:

* La sudadera con capucha Beastie Boys x Nejc Prah x Opening Ceremony “Check Your Head”.
* La playera extra-grande Beastie Boys x Raymond Pettibon x Opening Ceremony “Licensed To Ill”.
* La playera extra-grande Beastie Boys x Nejc Prah x Opening Ceremony “Check Your Head”.
* La playera extra-grande Beastie Boys x Geoff McFetridge x Opening Ceremony “An Exciting Evening at Home with Shadrach, Meshach and Abednego”.
* La playera extra-grande Beastie Boys x Kim Gordon x Opening Ceremony “Paul's Boutique”.
* La playera de manga larga Beastie Boys x Bill McMullen x Opening Ceremony “Hello Nasty”.

Adicionalmente, Opening Ceremony diseñó una pieza especial inspirada en el legado del estilo propio de la banda: un jumpsuit, un guiño a los famosos uniformes de una pieza que utilizaron los Beastie Boys durante los MTV Music Awards 2004 y en su video musical *Intergalactic*. Esta pieza incluye el logo tradicional de los Beastie Boys.

La colección se lanzará al público el próximo 22 de abril a través Farfetch.com y Brownsfashion.com.

Al adquirir tus productos favoritos a través de Farfetch, los recibirás en empaques reciclados y reciclables directo en la puerta de tu casa. Además, tendrás a tu disposición una extensa gama de productos provenientes de las boutiques más exclusivas del mundo, a las que podrías seguir apoyando a través de esta plataforma.

**Frases:**

Nejc Prah

No sé muchas canciones de Beastie Boys; su música estaba un poco fuera de mi radar. A veces los confundí con Beach Boys. Pero cuando miré su discografía, "*Check Your Head*" se destacó. Cuando toqué el álbum, su energía es muy fuerte, por lo que fue fácil llegar al trabajo.

Geoff McFetridge:

Estaba en Cal Arts Grad School en 1993, mi amigo Kevin Lyons y yo convertimos la mitad de nuestro cubículo / estudio en una cabina de DJ. Cada uno de nosotros tenía un plato giratorio y yo tenía una batidora por alguna razón. (No era DJ, eso es seguro). Kevin, que era de Nueva York, tenía buenos registros.

Uno de los discos fue el Beastie Boys Shadrach 12” y quedé completamente impresionado. Ya era fan, pero en aquellos días mi acceso a la música era limitado. Llegar a la espera ... y escuchar este disco fue una experiencia significativa.

En ese momento supe que nunca escucharía este disco en la radio o en un bar. Tal vez en clubes, pero nadie que conocía fue a clubes y realmente ... probablemente no la pusieron ahí tampoco. Todo esto fue parte de mi aprecio por los Beastie Boys. Mi sensación era que estaban haciendo cosas porque querían. No por hacer hits ni por vender discos. Estaban usando su banda para entretenerse. Lo que dio a lo que hicieron una relevancia increíble.

Personalmente, estaba tratando de negociar quién era, con las cosas que hice. Estaba en la escuela de posgrado, y sobre mi cabeza de muchas maneras. Pero mi experiencia en Cal Arts, completamente fuera de mi elemento, me ayudó a encontrar una manera de hacer cosas que me importaran y que también se sintieran relevantes para mi propio mundo. La semiótica y la cabina de DJ podrían existir en la misma habitación.

Me gradué de Cal Arts y me mudé a Los Ángeles en 1994. Solo un par de años después, mi camino se cruzó con los Beastie Boys cuando me contrataron para la revista Grand Royal de Art Direct. Todavía es increíble para mí.

Kim Gordon:

Cuando conocí a los Beastie Boys, ¿tenían tal vez 15 años? Tocamos juntos en The Kitchen, un espacio sin fines de lucro en Nueva York cuando Sarah todavía era su baterista y todavía eran una banda hardcore. Luego sacaron *Cookie Puss* y eso fue algo realmente divertido. Verlos crecer y seguir su imaginación fue increíble. Ese disco de *Paul’s Boutique* fue épico en ese momento. Creo que sentimos cierto parentesco a pesar de que eran mundos más jóvenes. Tenían la influencia de la sofisticada escena artística / musical del centro de Nueva York, pero tampoco tenían miedo de diversificarse para convertirse en algo poco convencional. Rap, pero lo suyo. Tenía sentido que hicieran un disco como *Paul’s Boutique* fuertemente influenciado por el ambiente de los 70, ya que probablemente estaban usando muestras para esos registros. La cubierta fue tomada con una cámara panorámica desde una esquina crucial de desviación que podría haber sido de los años 70.

**#SUPPORTBOUTIQUES - UN MENSAJE DE JOSÉ NEVES, FUNDADOR Y CEO DE FARFETCH**

[LINK AL MENSAJE](https://drive.google.com/a/another.co/file/d/1Mtj1BTahF5F7l5ptdx-Kmo0FFUU4RiPT/view?usp=sharing)

# # #

Para cualquier información o solicitud de prensa, favor de contactar a:

Ana Paula Pavón/ Jr. Account Executive

[ana.pavon@another.co](mailto:ana.pavon@another.co)

**FAQs SOBRE COVID-19**

Dada la situación actual con la pandemia del COVID-19, algunos de nuestros clientes pueden tener preguntas sobre sus pedidos.

En el siguiente link dejamos las Preguntas Frecuentes. Si tienes otras inquietudes que no estén incluidas a continuación, ponte en contacto con nosotros.

[FAQS EN FARFETCH.COM](https://www.farfetch.com/mx/latest-coronavirus-information/)

**Acerca de Farfetch**

Farfetch Limited es la plataforma global de tecnología líder para la industria de la moda de lujo. Fundada en 2007 por José Neves por el amor a la moda y lanzada en 2008, Farfetch comenzó como un mercado de comercio electrónico para las boutiques de lujo de alrededor del mundo. Hoy tiendas n día, el Mercado de Farfetch.com conecta a clientes de más de 190 países con artículos de más de 50 países y más de 1,100 de las mejores marcas, boutiques y tiendas departamentales del mundo, brindando una experiencia de compra verdaderamente única y acceso a la más amplia selección de lujo en una sola plataforma. Los negocios adicionales de Farfetch incluyen Farfetch Platform Solutions, el cual ofrece servicios de capacidades de e-commerce y tecnología para empresas, así como Browns y Stadium Goods los cuales ofrecen productos de lujo a sus consumidores. Farfetch también invierte en innovación para Store of the Future, su solución tecnológica de retail aumentado, y además desarrolla tecnologías clave, soluciones de negocio, y servicios para la industria de la moda de lujo.

Para más información, sobre Farfetch visite: [aboutfarfetch.com](https://aboutfarfetch.com/)

Instagram: [@farfetch](https://instagram.com/farfetch)

Contacto

Another Company

[farfetch@another.co](mailto:farfetch@another.co)