

PRADA

Campaña publicitaria *Womenswear* Primavera/Verano 2016 de Prada

La campaña de publicidad *Womenswear* Primavera/Verano 2016 de Prada presenta una investigación sobre la evolución cíclica, fragmentando y superponiendo las décadas del pasado para configurarlas dentro de la modernidad.

Las imágenes de la campaña de Steven Meisel presentan a Sasha Pivovarova, Natalia Vodianova y Yasmin Wijnaldum dentro de una ambigüedad temporal. La elegancia inacabada y feminidad relajada, enfatizan la rebeldía y atractiva inexactitud en el corazón de la colección. La confección subversiva y accesorios surrealistas -que evocan una sutil pero atrevida sensualidad- son innovadoras, pero al mismo tiempo leales a la estética poco convencional de la belleza de Prada. Una excentricidad conservadora trabaja en la reconstrucción de las piezas claves en el guardarropa de la mujer, mezclando lo tradicional con lo contemporáneo y lo femenino con lo masculino.

Esta unión provoca un elegante delirio de desorientación material. Durante un periodo que privilegia la aceleración de lo nuevo, Prada S/S16 crea una síntesis atemporal del pasado pero evidentemente contemporánea: una reimaginación provocativa de lo convencional.

La atmósfera transitoria de la colección se convierte en un espacio hiperreal donde los modelos atraviesan el tiempo y la distancia. Son postclásicas; nómadas contemporáneas abstraídas dentro de una temporalidad definida: composiciones estratificadas con irreverencia del pasado y el presente.

###

Acerca de Prada

Prada fue fundada en 1913 por Mario Prada –el abuelo de Miuccia Prada– en Milán, Italia. Localizada en la prestigiosa Galleria Vittorio Emanuele II, Prada era una exclusiva y elegante tienda de equipaje, accesorios y productos de lujo hechos con materiales finos y de manufactura refinada.

La compañía de lujo ahora fabrica productos, ropa y calzado de piel para hombre y mujer, combinando la sofisticación contemporánea y de vanguardia con artículos únicos y de manufactura sublime. Prada también opera en los sectores de *eyewear*, fragancias y teléfonos celulares.

La marca Prada es parte de Grupo Prada, una firma poderosa en el mercado de bienes de lujo, así como un ícono corporativo. El modelo de negocios, capaz de combinar los procesos industrializados con sofisticada manufactura a mano, alta calidad y el nivel de detalle elevado característico de la producción de artesanías, impuso un precedente en el mundo.

PRADA

CONTACTO

Another Company

César Percastre

(55) 6392 1100 ext. 2405

cesar@anothercompany.com.mx

Daniela Valdés

(55) 6392 1100 ext. 2434

daniela@anothercompany.com.mx