**FARFETCH BEAT revive las camisetas de INTERVIEW con motivo del PRIDE**

* Disponibles sólo en FARFETCH, de edición limitada e ilustradas por el artista Tabboo!, rinden homenaje al legado queer de Interview.
* Es la segunda colaboración exclusiva de FARFETCH BEAT: el nuevo concepto de venta minorista que trabaja con las voces más progresistas de la moda y la cultura.
* Parte de las ventas se destinará al Instituto Hetrick-Martin, la mayor y más antigua organización por los derechos de jóvenes LGBTQIA+ en Estados Unidos.

**LONDRES, Reino Unido, 29 de junio de 2022.-** [**FARFETCH**](https://www.farfetch.com/mx/shopping/women/items.aspx) Limited (NYSE: FTCH), la mayor plataforma de *marketplace* para la industria de la moda de lujo, anuncia el segundo lanzamiento de la colección FARFETCH BEAT, la nueva serie de conceptos de venta minorista con productos exclusivos convertidos en experiencias para el mercado global.

Para esta edición “FARFETCH BEAT 002”, en línea con el mes del PRIDE, la revista Interview recupera en una colección conmemorativa de edición limitada sus camisetas icónicas diseñadas por Tabboo!, el legendario artista travesti de la escena del East Village de Nueva York en los años 80. Consta de tres piezas originales que rinden homenaje a Andy Warhol, Candy Darling y Divine.

Al respecto, Ronojoy Dam, Director Global de Marca y Cultura de FARFETCH, comentó: “Hace poco recordé la escena queer subversiva y pionera de Nueva York, viendo una serie sobre Andy Warhol, además del nacimiento de la revista Interview durante esa época tan influyente. Lo que el editor está haciendo con la revista hoy se siente tan fiel a todo ese pasado, pero para una nueva era. Estamos muy contentos de recuperar las camisetas icónicas y coleccionables de Interview, y de rendir culto a su iconografía gay, que representa la actitud y el tipo de homenaje cultural que FARFETCH BEAT quiere celebrar”.

Tabboo!, cuya obra forma parte de las colecciones permanentes del Museo de Arte Moderno y del Museo Whitney de Arte Americano, rinde homenaje con estas tres camisetasas a mismo número de luminarias queer: el fundador de la revista, Andy Warhol; la leyenda del drag y musa del director de cine John Waters, Divine; y Candy Darling, la figura transgénero y superestrella de Warhol.

Por su parte, Mel Ottenberg, Editor en Jefe de la revista, dijo estar “orgulloso de editar Interview, que a menudo parece el magazine más gay del planeta porque, ciertamente, tenemos una de las historias más gay y extravagantes del mundo de las publicaciones. Continuar con el legado de celebrar el talento LGBTQIA+, casi 53 años después de nuestro comienzo, es importante para nosotros. Tabboo! es un artista y amigo increíble, con una larga historia creativa con Interview. Además, tiene la caligrafía más icónica que conozco, por lo que le pedimos que dibujara su propia adaptación de nuestro logotipo, hecho por Andy Warhol a mediados de los 70, y que rindiera homenaje a dos de las leyendas queer favoritas de la magazine de todos los tiempos: Candy Darling y Divine”.

Este segundo capítulo de FARFETCH BEAT forma parte de un cuidadoso calendario de lanzamientos sin restricciones que da a los clientes internacionales acceso a productos, marcas y servicios de lujo, así como a una comunidad con los mejores curadores globales, que no se pueden encontrar en ningún otro espacio de la alta moda.

Cabe destacar que el 20% de las ventas de las camisetas se donará al Instituto Hetrick-Martin: la mayor y más antigua organización que defiende los derechos de los jóvenes LGBTQIA+ en Estados Unidos, ofreciendo ayudas y servicios educativos en Astor Place, Nueva York.

Y dentro de la app BeReal, que fomenta la captura de fotos más auténticas de la vida cotidiana, FARFETCH lanzó BEAT 2.0, con selfies íntimas de la comunidad queer de Nueva York que usa las camisetas de Interview. Dicha aplicación defiende la autenticidad y se alínea a la naturaleza de la campaña, animando a las personas a abrazar y celebrar su verdadero yo.

Las tres camisetas exclusivas de Interview estarán disponibles únicamente en [FARFETCH](https://www.farfetch.com/mx/shopping/women/items.aspx), a partir del 29 de junio, a un precio de 95 dólares cada una. Manténte al pendiente del próximo lanzamiento de FARFETCH BEAT.

**Acerca de Farfetch**

Farfetch Limited es la plataforma global líder para la industria de la moda de lujo. Fundada en 2007 por José Neves por amor a la moda y lanzada en 2008, Farfetch comenzó como un mercado de comercio electrónico para boutiques de lujo en todo el mundo. En la actualidad, Farfetch Marketplace conecta a clientes en más de 190 países y territorios con artículos de más de 50 países y cerca de 1,400 de las mejores marcas, boutiques y grandes almacenes 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 Browns and Stadium Goods, que ofrecen productos de lujo a los consumidores, y New Guards Group, una plataforma para el desarrollo de marcas de moda globales. Farfetch ofrece su amplia gama de canales orientados al consumidor y soluciones de nivel empresarial a la industria del lujo bajo su iniciativa Luxury New Retail. La iniciativa Luxury New Retail también incluye Farfetch Platform Solutions, que brinda servicios a clientes empresariales con capacidades tecnológicas y de comercio electrónico, e innovaciones como Store of the Future, su solución minorista conectada.

Para mayor información por favor visite www.farfetch.com.