

## Sobre la polémica campaña UNHATE de BENETTON

24/11/2011 @ricardollera

Como se cita en el [Sutta Pitaka](#), "Nunca en este mundo el odio apaga el odio, solo el amor lo apaga". Esta idea de tolerancia, profunda y humana, resume los principios inspiradores de la polémica **CAMPAÑA UNHATE** que **Benetton** ha creado. El objetivo, según sus creadores, es contrarrestar la cultura del odio, promoviendo el acercamiento entre pueblos, creencias, culturas y la comprensión pacífica de las razones del prójimo.

Para ello, **Alessandro Benetton**, vicepresidente ejecutivo de *Benetton Group*, ha creado la Fundación homónima, desde la cual pretenden realizar un llamamiento a la acción global con las herramientas más potentes hoy en día en el mundo: *Internet y las Redes Sociales*.

*"Si el amor global sigue siendo una utopía, aún si compartida, la invitación a 'no odiar', a combatir la 'cultura del odio', representa un objetivo ambicioso pero realista –explica Alessandro Benetton-. Con esta campaña hemos decidido dar notoriedad mundial a una idea profunda de tolerancia, para invitar a los ciudadanos de todos los países –en un momento histórico de gran incertidumbre y de grandes esperanzas– a reflexionar sobre cómo el odio nace principalmente del 'miedo del otro' y de aquello que se desconoce. La nuestra es una campaña universal, que utiliza herramientas como la web, el mundo de los medios sociales y la imaginación artística; a su vez, es una campaña única porque llama a la acción a todos aquellos a los que se dirige, a los ciudadanos del mundo. Asimismo, se inscribe cabalmente en los valores y en la historia de Benetton, que eligiendo temas sociales y promoviendo activamente causas humanitarias que, de lo contrario, no habrían podido desarrollarse en escala global, ha dado sentido y valor a su propia marca, con la construcción de un diálogo duradero con las personas del mundo."*

El proyecto de comunicación **UNHATE** incluye una serie de iniciativas y eventos coordinados que dieron comienzo el pasado 16 de noviembre en las principales publicaciones, periódicos y webs del mundo. Como ya hemos conocido, el tema central es el beso, el símbolo de amor más reconocido, entre los líderes políticos y religiosos del mundo: **Barack Obama** y el líder chino **Hu Jintao**; **Papa Benedicto XVI** y **Ahmed Mohamed el-Tayeb**, Imán de la mezquita de Al-Azhar en El Cairo (el más importante y moderado centro sunita de estudios islámicos del mundo); el presidente palestino **Mahmoud Abbas** y el primer ministro israelí **Benjamin Netanyahu**. Se trata de imágenes simbólicas de reconciliación –con un toque de esperanza irónica y provocación constructiva (advierten)– para solicitar una reflexión sobre cómo la política, la fe, las ideas, aunque diferentes y contrapuestas, deberían desembocar en el diálogo y la mediación.

Tal fue la polémica que el mismo día de lanzarse la Campaña, El Vaticano mostró su descontento con la instantánea y ésta [tuvo que ser retirada](#).

*Clic encima de la imagen para agrandar y descargar*



Al parecer el objetivo de la **Fundación UNHATE** es el de contribuir a crear una nueva cultura de la tolerancia para contrarrestar el odio, a partir de los valores fundacionales de **Benetton**. Para ello la Fundación organizará iniciativas que favorecerán la participación de los stakeholders: las nuevas generaciones, las instituciones, las organizaciones internacionales y no gubernamentales, la sociedad civil. Pretenden convertirse en un grupo de reflexión para atraer a las personalidades y talentos de la cultura, de la economía, del derecho y de la política y a todas aquellas personas que de simples ciudadanos se transformaron en líderes de movimientos, distinguiéndose en el mundo por sus ideas y acciones contra las manifestaciones y las causas del odio.

Para ello las imágenes de la campaña *United Colors of Benetton* son protagonistas también de la operación de fijación de carteles: un plan de live actions y de sorpresa. Grupos de jóvenes prepararán y pegarán los carteles que representan los besos entre líderes en los muros de algunos lugares simbólicos del ineludible proceso de paz: Tel Aviv, Nueva York, Roma, Milán, París. Además como acción paralela, se ha rodado una [película](#) dirigida

## ¿Hablamos?



## Ricardo Llera

Ctra. Fuencarral, 44 CAMPUS TRIBECA  
I 28108 Alcobendas (Madrid)

+34 607 65 81 89

ricardollera@ixuxuxuu.com

## Lo último



Enel Innovation Hub desembarca en Madrid



Pon un influencer en tu vida. Pero hazlo bien



#CX Mobile: 6 aspectos para lograr una Web responsive ideal para dispositivos móviles



¿Quieres montar una tienda online? Te dejo algunos consejos que les doy a mis clientes



Marketing y Comunicación dirigidos a público infantil y juvenil (II Foro #MKTChupete)

## Etiquetas

2011 anuncio app APPLE BLOG citas  
community manager consejos crisis ebook  
ESPAÑA estrategia facebook fotografía free  
google google plus gratis herramientas  
humor infografía

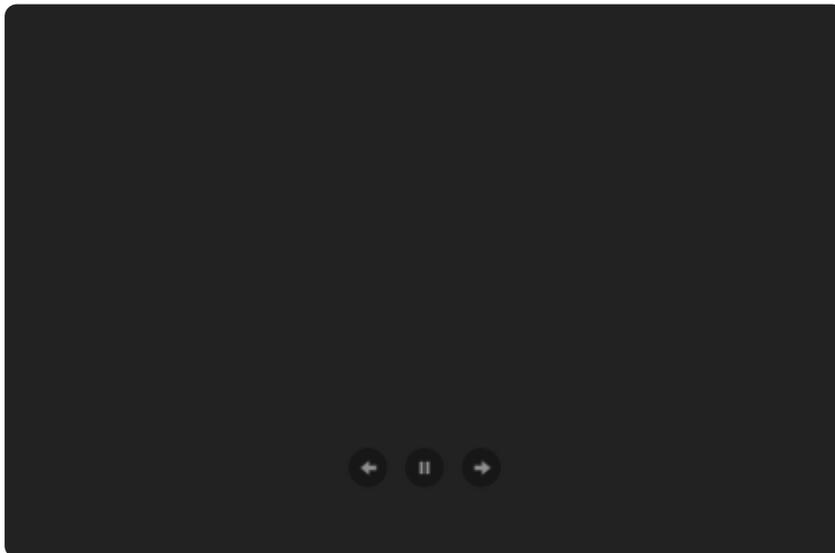
por el francés [Laurent Chanez](#), que narra el equilibrio precario y las tramas intrincadas entre la incitación al odio y las razones del amor. La película se podrá ver en la [web de UNHATE](#), en [benetton.com](#) y [Youtube](#) y se proyectará en los mejores cines.

En la web de la [Fundación UNHATE](#) podemos encontrar todas las imágenes de la campaña *United Colors of Benetton* y de los distintos eventos, por ejemplo, las imágenes de las live actions en las zonas más peligrosas del mundo. Son fotografías y vídeos que compondrán una amplia parrilla de programación disponible online. En el sitio [UNHATE](#) también hay dos aplicaciones específicas activas: [UNHATE KISS WALL](#), que selecciona de forma casual las [imágenes que las personas han cargado en la web](#) y une en un beso apasionado (cada instante un beso nuevo), y [UNHATE LIST](#), una lista (basada en [Twitter](#)) de las cosas y de las personas que no se odian, que los visitantes actualizan constantemente con el hashtag [#UNHATE](#). Este KISSWALL se puede acceder en la web logándose con la cuenta de [Facebook](#) o directamente desde la [App](#) que la marca tiene en la Red Social.

La idea de tolerancia de la campaña *United Colors of Benetton* encontrará una posterior aplicación concreta y, al mismo tiempo, simbólica, en la creación de una instalación artística compuesta por los casquillos de las balas que han enviado los habitantes de las zonas de guerra del mundo. El artista cubano [Erik Ravelo](#), autor de la serie de esculturas [Lana Sutra](#), reciclará estos *“residuos de guerra”* para construir una paloma de la paz, grande y resplandeciente, [UNHATE DOVE](#), de cuatro metros de longitud, que llevará consigo el mensaje de la Fundación.

Con esta iniciativa se pretende alentar a los ciudadanos del mundo, y a los jóvenes en particular, a convertirse en protagonistas activos de las iniciativas de la Fundación, sobre todo a través de Internet, los medios sociales y las demás aplicaciones digitales.

Como viene siendo habitual en las polémicas campañas de comunicación de Benetton, apuestan por la intervención y la acción de todos, en nombre de una democracia *“aumentada”* y abierta, sin fronteras físicas, políticas, sociales o ideológicas. Una forma *“diferente”* de publicitar ropa.



Seguimos en contacto? Puedes *“comunicarte”* conmigo también en [Twitter](#), [Facebook](#), [LinkedIn](#), [comunica2punto0](#) o [Google+](#). EMPECEMOS YA!!!  
[twitter-follow screen\_name='ricardollera' button\_color='grey']

↓↓↓ Si te ha gustado este post...  
**COMPÁRTELO!!!** 😊 ↓↓↓

Comparte esto:



infographic iPad iPhone ipod libro

madrid **MARKETING** polémica política

publicidad quotes redes

sociales red social smartphone

social media socialmedia

social network steve jobs tips twitter video

viral web youtube

## Suscríbete

Introduce tu correo electrónico para suscribirte a este blog y recibir notificaciones de nuevas entradas.

■ Comunicación, Fotografía, Marketing, Política y Sociedad, redes sociales, social media 👤 Ahmed Mohamed el-Tayeb, Benedicto XVI, benetton, beso, campaign, campaña, censura, dirigentes, Erik Ravelo, foto, fotos, Foundation, Fundación, Hu Jintao, kiss, Mahmoud Abbas, merkel, netanyahu, Obama, Papa, photo, photos, polémica, Pope, redes sociales, retirada, sarkozy, social networks, unhate, Unhate Dove, Unhate Kissswall, Unhate list, united colors of benetton, vaticano 🔗 permalink



## Sobre @ricardollera

Soy Ricardo Llera y soy consultor freelance; estudié Publicidad y Marketing. He desarrollado mi actividad profesional en el ámbito de la formación durante más de 17 años llegando a especializarme en Marketing online y e-commerce. En los últimos años, y después de cursar un Máster en Comunicación 2.0 y Community Management, me dedico a impartir cursos y seminarios en toda España, tanto a empresas como a jóvenes emprendedores, sobre social media, redes sociales profesionales, marketing digital y recruiting 2.0. Soy el creador de \_comunica2punto0, blog sobre social media, marketing y publicidad y cofundador y director de marketing de la malla ixuxuxu. Entre mis proyectos se encuentran communitymanager.es, onlinevideomarketing.es, derechointernet.es y formacionsocialmedia.es, entre otros. Colaboro de manera habitual con varias empresas como consultor y/o formador freelance impartiendo y tutorizando cursos y desarrollando contenidos para plataformas de formación elearning de universidades de reconocido prestigio. Me encanta la formación, trastear y probar nuevas herramientas y aprender día a día. Me puedes encontrar a menudo por Twitter con el nombre de @ricardollera, aunque ten cuidado, tengo memes... y sé cómo utilizarlos. Es genial tenerte por aquí haciendo posibles las interacciones humanas. Juntos podemos hacerlo... ¡EMPECEMOS YA!

**Ver todas las entradas @ricardollera →**

← 10 CONSEJOS PARA HACER UNA NEWSLETTER DE ÉXITO [INFOGRAFÍA]

HUMOR SOCIAL (MEDIA) IX →

## One thought on “Sobre la polémica campaña UNHATE de BENETTON”



**Nunilo** dice:

24/11/2011 a las 7:04 pm

La verdad es que las campañas de publicidad de Benetton parece que siempre quieren crear algo de polémica y casi se podría hacer una recopilación de todos sus anuncios y hacer una película, pero de las buenas, como las que salen en este canal para [ver películas](#) y por cierto, genial análisis de la campaña.

Responder

## Deja un comentario

Tu dirección de correo electrónico no será publicada. Los campos obligatorios están marcados con \*

✎ Comentario

👤 Nombre \*

✉ Correo electrónico \*

Web

PUBLICAR COMENTARIO

Recibir un email con los siguientes comentarios a esta entrada.

Recibir un email con cada nueva entrada.



Mis tuits

¿Hablamos?



Ricardo Llera



+34 607 65 81 89



ricardollera@ixuxuxuu.com

Este Sitio Web utiliza cookies propias y de terceros para asegurar la mejor experiencia al usuario. Si no cambias esta configuración, entendemos

que aceptas el uso de las mismas. Puedes cambiar la configuración de tu navegador u obtener más información aquí.



Creado por ixuxuxuu | Aspectos legales

Acepto

+ info