

Irene Kung y Anton Corbijn, inspirados por el 911

12/12/2018 Una reinterpretación de este icono de los autos deportivos: Porsche está colaborando con dos renombrados artistas para celebrar el lanzamiento del nuevo 911.

La fotógrafa suiza Irene Kung creó una colección de imágenes que representan el vehículo en una edición contemporánea, mientras el fotógrafo y director audiovisual holandés, Anton Corbijn, también situó al 911 en primer plano bajo las luces.

Los trabajos de la artista Irene Kung estarán disponibles para su venta tanto online como en 37 tiendas alrededor del mundo, desde febrero de 2019, a través de la galería LUMAS, en una edición limitada y firmada a mano. Sus representaciones de paisajes y ciudades muestran el 911 fundido en ellos, de forma que el espectador sólo percibe el automóvil deportivo en una segunda ojeada. Irene Kung: “El 911 es un icono de estilo. Aunque el diseño fue creado hace tiempo, todavía permanece en plena forma. Mis fotos son narrativas y eso es lo que tienen en común con los cuadros. Son como escenas de películas, cuya historia completa puede ser recreada por el espectador”.

Anton Corbijn, famoso por sus retratos de Mick Jagger y David Bowie, pintó el exterior del vehículo con datos técnicos e informes, haciendo al 911 –como suele– "completamente suyo". Las fotografías del auto fueron echas usando la estética en blanco y negro, por la que Corbijn es tan conocido. Serán publicadas en el '992 Artbook', un libro con imágenes en gran formato y fotografías muy cuidadas, que estará disponible en los Porsche Centers desde principios de 2019.

Porsche está posicionando la campaña de lanzamiento para el nuevo 911 con un título común para todos los canales: 'Timeless Machine' (Máquina Eterna). Diseño y narrativa son sus particulares enfoques temáticos. Oliver Hoffmann, Jefe de Comunicación y Marketing: "El lanzamiento al mercado del nuevo 911 es algo especial y lo que siempre va a tener repercusión es el hecho de que permanece inalterable la esencia de la marca Porsche: atemporalidad y, sobre todo, una fascinación por los autos deportivos". Con eso en mente, Porsche creó un espacio online donde los clientes pueden contar sus historias reales con el 911. Esta página pretende convertirse en la mayor colección de impresiones sobre el 911 recogidas hasta ahora (porsche.de/911).

La campaña fue inaugurada con el estreno mundial del vehículo en Los Ángeles, el 27 de noviembre, enfocada en la comunicación digital y reforzada por las acciones tradicionales –folletos y vídeos del producto–, así como por los nuevos canales de marketing: además de los proyectos artísticos antes mencionados, también incluye actividades digitales, como la app "Visualizador de Realidad Aumentada". Esta aplicación permite a los usuarios aprovechar sus dispositivos móviles para proyectar virtualmente un vehículo, que pueden configurar online e insertarlo en imágenes del mundo real, como por ejemplo, su propio camino de entrada a casa. Las acciones individuales se extenderán gradualmente a todos los mercados, durante los próximos meses.

Porsche contó con su red de agencias habituales para la campaña, con Kemper Kommunikation y United Digital Group como responsables de la implementación creativa.

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/es/2018/deportes-estilo-de-vida/PLA-es-porsche-911-new-eigth-generation-992-art-irene-kung-anton-corbijn-26324.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/27b5c702-9f6e-4be4-8952-fd5c38f0c914.zip

External Links
https://newstv.porsche.com/en/article/65819.html
https://newstv.porsche.com/en/article/65798.html
https://www.porsche.com/microsite/911/spain/main

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart