

TRUCCO[©]



TODO sobre
los desfiles

la MODA
y su historia

BARCELONA

está de moda

Entrevistas y
mucho



EN PORTADA,
el más puro
estilo italiano

Detrás de las pasarelas de moda
Rosario Trucco
2n Bat D
Ins Baix Penedès
Departamento de artes
14 de enero de 2015



CHANEL



BALMAIN

PARIS



MOSCHINO





Detrás de las pasarelas de

MODA

1. Carta de la directora 23

2. Desfiles de moda

Definición y objetivo 24

Historia y origen 26

¿Cómo se organiza un desfile de moda? 34

Tipos de desfiles 40

3. Ciudades de la moda

Las ciudades de la moda: Big Four 47

Barcelona está de moda 54

080 Barcelona Fashion 56

Entrevista: Miquel Rodríguez 57

Los desfiles más importantes 58

4. Los modelos

Tipos de modelos 63

Entrevista: Thylane Blondeau 70

Como se llega a ser una top-model 75

Entrevista: Neus Bermejo 78

Lo que no se ve 82

5. Equipo de trabajadores

El backstage 90

El gran protagonista: El diseñador 95

Entrevista: Miriam Pons 96

6. Proceso del diseño a la pasarela

Cómo pasa la ropa del papel a la pasarela 98

7. Conclusión 104

8. Bibliografía 106

9. Vocabulario 107





Carta de la directora

"La moda no existe sólo en los vestidos. La moda está en el cielo, en la calle, la moda tiene que ver con las ideas, la forma en que vivimos, lo que está sucediendo.", Coco Chanel

Mi trabajo se basa en descubrir qué es lo que pasa detrás de las pasarelas de moda y conocer aquello que el público no ve, extendiéndome más allá, al papel que juegan las modelos, los diseñadores y todo el equipo que trabaja en un desfile.

La elección de este tema fue porque el mundo de la moda siempre me ha interesado y quería investigar y conocer más de lo que sé. He querido aprender y yo que he estado presente en muchos desfiles de moda, quería saber qué es lo que hay tras las bambalinas. Junto con este tema, he querido realizar un proyecto paralelamente, que es la maquetación de una revista, la fuente de información de la moda más cercana ahora y antiguamente son las revistas de moda y he querido relacionar mi tema con las revistas que todos conocemos y poder crear la mía propia.

La moda, aunque no lo parezca es un tema que todos seguimos sin darnos cuenta, por lo tanto no será difícil recopilar según qué información, aunque me limitaré a ojear revistas, leer artículos online y sacar información de dos libros que he leído y estoy segura de que me proporcionarán mucha información.

Empiezo mi trabajo con mucha antelación para poder hacerle frente y creo que empezar con tiempo es crucial, pero la maquetación es algo que me llevará mucho tiempo y quiero dedicárselo también. Quiero que sea mi propia revista real.

A la que presento mi revista hablando de los desfiles de moda, qué son, cuál es su objetivo, su historia y origen, la organización de un desfile y los tipos de desfiles que nos encontramos actualmente. Mi segundo artículo se centrará en las ciudades de la moda, las cuatro capitales de prestigio y he querido dedicar un subapartado a nuestra ciudad, Barcelona, porque es una ciudad rica en moda, en diseñadores y en modelos, reconocida mundialmente, Barcelona tiene un evento que reúne a millones de personas de alrededor del mundo que es 080 Barcelona Fashion. Tengo el privilegio de poder contar con la ayuda de su director general Miquel Rodríguez. Seguidamente quiero mostrar un calendario con los principales eventos de

moda del año. En mi tercer artículo hablaré de los modelos, realizar este apartado será interesante porque al leer el libro de Christine Hart-Lo que las modelos callan, he leído cosas que jamás podría haber pensado que sucedían, hablo de los diferentes tipos de modelos que hay, contaré con dos entrevistas muy buenas, que son, una con Thylane Blondeau, una modelo infantil y otra con la modelo catalana Neus Bermejo. Quiero informar sobre las tops-models y como llegan a ese puesto mundial y he dedicado un subapartado. Para cerrar el tema de las modelos, realizaré un artículo titulado "lo que no se ve", cuento con la historia real de Christine Hart y algunas anécdotas que vivió en su carrera como modelo que explica en el libro que he citado anteriormente. Mi cuarto artículo se basa en darles protagonismo a todas esas personas que no se ven en los desfiles pero que trabajan día a día, los trabajadores que acompañan al diseñador, los de backstage, etc. Tengo el placer de poder hacerle una entrevista a Miriam Pons, una diseñadora catalana que ha ganado el premio de mejor colección cinco veces en 080 Barcelona Fashion. Para finalizar mi revista, en mi último artículo hablaré sobre el proceso que tiene la ropa, como pasa del boceto a la tela que se pondrá la modelo el día de la pasarela.

Desfiles de MODA

Definición

“El desfile de moda es un medio a través del cual el diseñador puede difundir sus ideas, generar conocimiento de marca, conseguir cobertura en los medios y predisposición del público hacia su firma.” “Desfiles de moda: diseño, organización y desarrollo”- Estel Vilaseca.

Los desfiles son el medio idóneo para dar a conocer una colección. Se celebran dos veces al año, febrero-marzo y septiembre-octubre, en los meses de otoño se presentan las colecciones de primavera-verano del siguiente año y sobre la época de febrero, las colecciones de otoño-invierno.

Objetivos

Hay muchos objetivos en el desfile de moda.

El más importante, informar sobre las colecciones de las próximas temporadas.

Llamar la atención de la prensa también es importante ya que son ellos los que dan a la luz la colección a los no asistentes al desfile y juzgarán con más rigurosidad.

Otro objetivo importante es llamar la atención con el desfile para ser recordado. Un desfile bien cuidado, unos invitados, una prensa bien confeccionada, y unas prendas selectas, son la clave de los desfiles de moda.

Convencer a la hora de comprar, finalmente, los que deciden si les gusta la colección son los compradores, con el desfile lo que se propone es aumentar la decisión de compra después de haber pasado

por el *showroom*. Si un desfile ha formado expectación, lo más probable es que todo el mundo esté ansioso por asistir al próximo.

Muchos, hablan de los desfiles, dicen que tiene que causar una conexión entre el diseñador y el público, causar emoción en un desfile es algo muy importante, porque los clientes confiarán en el diseñador en sus próximas colecciones, que al fin y al cabo es lo que desea el diseñador.



Historia y origen

Podemos decir que las pasarelas se remontan a la aristocracia francesa. A los de la alta sociedad les gustaba mirar, observar y sobre todo juzgar los modelos de las damas y señores que acudían a los bailes.

A finales del siglo XIX escuchamos el primer nombre: Charles Frederick Worth, el primer modisto de la historia de la moda.

Hasta las fechas los clientes eran los que decidían los colores, la forma y las telas de sus vestidos, el modisto se limitaba a seguir las órdenes. Charles, cambia totalmente la forma de trabajar de los modistos, ya que a partir de ahora será él el que decida cómo serán las prendas, las formas y los estampados, y los clientes escogerán las prendas que más les gusten.

A raíz de esto, Worth ingenia la forma de enseñarle las prendas a sus clientes, con invitación, los reúne en un estudio lujosamente decorado, y allí les mostrará las prendas con ayuda de las *maniqués*. Ellos, acostumbrados a que les lleven las prendas a casa, al principio no les hace mucha gracia esta “reunión” pero poco más tarde, formará parte de su apretada agenda. Las maniqués solo se limitaban a caminar en línea recta, eran escogidas por las ayudantes del modisto, no eran especialmente bonitas ni altas, Marie Vernet, fue la que más destacó. Años más tarde se casaría con Charles y lo ayudaría en su carrera.

DERECHA. *Lady Duff Gordon probando un vestido de noche a una modelo en su estudio de Nueva York en 1916. Fotografía cortesía de Randy Bryan Bigham.*





Del teatro a la pasarela

El diseñador francés Paul Poiret fue el primer diseñador en crear una pasarela solo para un fotógrafo y un periodista, el evento fue publicado en el periódico *L'Illustration*, titulado, «Una lección de elegancia en el parque». Los primeros desfiles están relacionados con el teatro y el cine, de la mano de Lucile, la aristócrata inglesa Lady Duff Gordon. Sus desfiles eran de gran inspiración teatral, llenaba sus tiendas con grandes decorados, música en directo, las modelos desfilaban con poses teatrales. Ella se autoproclamó la inventora de los desfiles de moda. Con sus dotes de diseñadora, diseñó los trajes de musicales y obras de teatro más importantes de la época. Convirtió su *showroom* de Hanover St. en un pequeño teatro, con al final de la sala un pequeño escenario, transformó a sus mo-

delos en la feminidad pura, cambió sus nombres de clase trabajadora por nombres exóticos, siendo así los nuevos nombres artísticos de las modelos.

El gran espectáculo

En los años 20 los desfiles se convierten en un gran evento social. Aparece la nueva generación de diseñadores como Paquin, Doucet, Chanel y Poiret. En el siglo XX París se convierte en la capital de la moda por excelencia.

Jeanne Paquin llevó a sus modelos a las famosas carreras de caballos para que lucieran sus diseños y convirtió sus desfiles en grandes espectáculos representados en los teatros.

Coco Chanel, por su parte, adoptó una postura para todas sus modelos, cadera hacia delante, hombros caídos, un pie delante del otro y una mano en el bolsillo.

Jean Patou es el primer diseñador en hacer un selectivo *casting* de mujeres americanas blancas para que lucieran sus prendas. Estos *castings* hicieron que la profesión de modelo sea más respetada socialmente.

IZQUIERDA. Coco Chanel con su estudiada pose en su casa. 1929, Fauborg, St Honore, París. **ARRIBA.** Diez años después, un vistoso y original desfile de moda inglesa celebrado con motivo de la Biggin Hill International Air Fair. El desfile no cesa de buscar nuevos formatos y nuevas puestas en escena.

FOTOGRAFÍA. Christian Dior encandiló a la prensa con sus cuidadas presentaciones. En la imagen, en primera fila, Marie Louise Bousquet, editora en París de Harper's Bazaar, y la célebre Carmel Snow, editora en jefe de la misma revista, analizan con detalle la colección del diseñador. Detrás, Alexander Liberman, director de arte de Vogue América observa con atención.



FOTOGRAFÍA. Dos chicas que pasean por las carreras de caballos de Longchamp en 1912.

Estados Unidos

Mientras en París los desfiles se hacen en grandes salones y con invitados selectos, en Estados Unidos, vendedores de todo tipo realizaban desfiles, incluso en restaurantes a la hora de comer. Cada vez eran más teatrales y se empieza a incluir un narrador.

La innovación de Dior

Christian Dior con su colección The New Look en 1947, supone un cambio en la historia de la moda y la forma de los desfiles. Dior hizo que sus modelos actuarán, que caminaran con ritmo y movimiento, mientras salían llamadas con nombres imaginativos para cada una. Fue el momento ideal, la moda parisina estaba en decadencia y Dior dejó con la boca abierta a todos los espectadores.

Estaban saliendo de una época de guerra, él se llevó por delante a los uniformes, diseñando preciosos

vestidos ambientado todo en un jardín, en flores y pétalos.

Prêt-à-porter

En 1949 nace la expresión Prêt-à-porter, que significa literalmente, listo para llevar, era la confección a gran escala según la demanda ya que tras la Segunda Guerra Mundial, aumenta el nivel de vida, y permite que la moda sea para todas las clases sociales.

Aparece el diseñador especializado en Prêt-à-porter, que es creador, diseñador, estilista, controlador y coordinador de las prendas en el proceso de la producción, e incluso, vendedor de las prendas.

¿Top-model ?

Durante 1970, en un desfile del diseñador japonés Kenzo, la audiencia es cuatro veces mayor, y las modelos son libres para improvisar encima de la pasarela, destacamos a Jerry Hall y Pat Cleveland, son

llamadas las “diosas de la pasarela”, y de ellas sale el concepto Top-model. Se introduce su profesión en el *Star-system*, que era el sistema de contratación de los mejores actores, utilizado por los estudios de Hollywood.

DERECHA. Christian Dior arreglándole el vestido a una modelo de su colección “New Look” de Alta Costura.



¿CÓMO se organiza un DESFILE?

Muchas veces, la idea de lo que será el desfile, surge mucho antes de que la colección esté acabada. Las reuniones del equipo empiezan desde 6 meses antes del desfile, la primera se basa en una lluvia de ideas, intercambio de información tanto por teléfono como por correo electrónico. Es esencial una idea clara para que todos los equipos puedan trabajar individualmente, si el diseñador acepta todas las propuestas, el director artístico empieza a encargarse del material.

1. El timing

Es la elaboración del calendario para que todos los organizadores tengan tiempo de ponerse en marcha con su trabajo y se sepa cual será el gran día de antemano.

2. El presupuesto

El presupuesto es muy variado, según cómo se reparta, y el diseñador que lo organice. Un desfile de Victoria's Secret ronda los 10 millones de dólares, en cambio un

desfile de un diseñador independiente podría costar unos 30 mil euros. La media está en 150.000 euros. Es una cifra desorbitada, por ello están los patrocinadores, que aportan una gran cantidad.

3. Contrato del equipo

El equipo creativo es fundamental, engloba tanto a profesionales del cabello y maquillaje como a estilistas, asistentes, modelos. Los directores técnicos se encargan de la iluminación y la puesta en escena. También se encargan de la música que juega un papel muy importante en la pasarela.

De la elección de las modelos se encarga el director de *casting*, convoca a las modelos un mes antes del desfile, todo el material de ellas (*books*, medidas..) pasa al diseñador que da el visto bueno y junto al estilista decide qué prendas llevará cada modelo.

Una semana antes se hacen los *fittings*, que son las pruebas de vestuario, se hacen para comprobar

que todas las prendas se ajusten a cada modelo y se toman las fotos, una foto irá en el burro, con las prendas que le corresponde a la modelo, y la otra foto se colgará en un tablón que determinará el orden de salida. Escoger a una modelo muy conocida puede incrementar el presupuesto pero a la vez es un beneficio para el desfile, una top-model actualmente puede cobrar 15.000€ por desfile, de los cuales la agencia se queda con el 20% de comisión, mientras que en los 90's Versace llegó a pagar 50.000 dólares por Christy Turlington.



4. Material

Una gran parte del presupuesto se marcha para el material que necesitarán todos los equipos, desde la iluminación hasta el maquillaje, el atrezzo y el material del *backstage*.

5. Comunicación y difusión

En la comunicación el presupuesto se basa en la elaboración de las invitaciones, el dossier de prensa, las fotografías de la colección, que se adjuntan en un portafolio y se entregan a la prensa. Muchos diseñadores aparte del dossier de prensa obsequian a algunos presentes con un pequeño regalo, que también forma parte del presupuesto. Algunos incluso tienen que pagar el transporte de algunos invitados y celebridades.

Para elaborar la lista de invitados, hay que saber la capacidad del establecimiento. Se tienen que tener en cuenta varios grupos: la prensa, los vip, los compradores, los clientes.

El diseñador decide junto a su equipo a quienes le interesa invitar, a cada invitado de la prensa se le da la acreditación que es una tarjeta con sus datos para identificarlo y al medio que pertenece, la acreditación se tiene que pedir con semanas de antelación. Entre los invitados se incluyen a editores de moda como Anna Wintour, editora general de U.S Vogue que asiste continuamente a los desfiles de más prestigio, también personajes mediáticos que suelen llamar la atención de la prensa.

6. El seating

Es la distribución de los asistentes, se elabora a partir de la lista de invitados.

Las primeras filas, el *front row*, se reserva para los periodistas más influyentes, los mejores compradores y las caras conocidas.

En los desfiles de París, el *seating* está dividido por países, todos los periodistas del mismo país se sientan juntos en un mismo bloque.

FOTOGRAFÍA. *Backstage del desfile de Dior alta costura primavera-verano 2009.*



FOTOGRAFÍA. Hanne Gaby muestra la cartulina con todas las indicaciones de vestuario para el desfile otoño-invierno 2009 de los diseñadores estadounidenses Proenza Schouler.



FOTOGRAFÍA. El diseñador Bruno Pieters define los últimos detalles del primer conjunto de la colección otoño invierno 2008 que la modelo Iekeliene Stange lucirá encima de la pasarela.



FOTOGRAFÍA. *Front-row del desfile de Topshop Unique en la London Fashion Week Autum/Winter 2014. De derecha a izquierda: Kendall Jenner, Anna Wintour, Philip Green, Kate and Lotie Moss, Natalie Massenet y Poppy Delevingne.*

ABAJO. Alta Costura Chanel,
primavera-verano 2014.
DERECHA. Prêt À Porter Otoño
Invierno 2014/2015 de Balmain.

Tipos de desfile

Desfiles de prensa

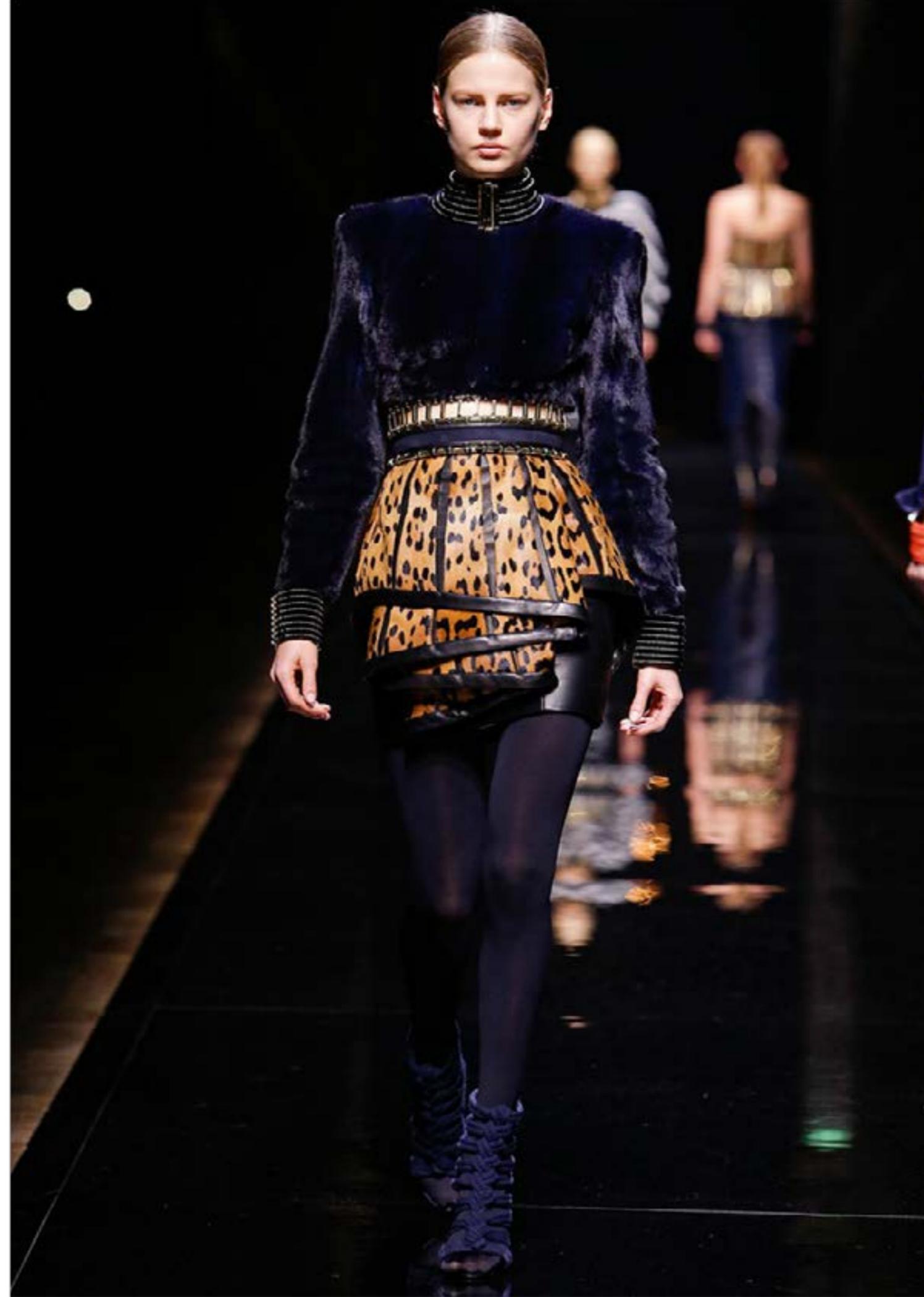
Se celebran normalmente fuera de las semanas de la moda, son exclusivos para la prensa. Estos desfiles son muy cuidados ya que la prensa reproducirá los desfiles y las imágenes podrán pasar a las *websides* o *lookbooks* de la propia marca. Dentro de los desfiles de prensa se distinguen dos tipos: los de alta costura y prêt-à-porter.

Desfiles de alta costura

Los desfiles de alta costura para la prensa se organizan exclusivamente en París, lo que más llama la atención de estos desfiles es su alto presupuesto, que puede rondar el millón de euros, pero la inversión se recupera ya que crea una atención mediática muy grande.

Desfiles de prêt-à-porter

Los desfiles de prêt-à-porter se diferencian con los de alta costura porque las prendas se reproducirán a gran escala y se podrán encontrar en las tiendas seis meses después del desfile, las prendas son más asequibles que las de alta costura, pero el gasto del desfile, la publicidad, la alta calidad y la producción en serie pero no en masa, hace que su coste sea elevado y que no todos los compradores puedan adquirir las prendas.



FOTOGRAFÍA. Lupita Nyong'o la mejor vestida de los premios Óscar con un vestido de Prada.

Desfiles de salón

Los desfiles de *showroom* o de salón van destinados a un público reducido especialmente a los compradores, son más sofisticados, los compradores pueden ver de cerca las prendas del diseñador, también se pueden hacer dirigidos a la prensa.

Los desfiles de celebridades

Los desfiles de celebridades los protagonizan actrices, cantantes, políticos y aristócratas que en eventos públicos posan mostrando los diseños del diseñador, por ejemplo en una alfombra roja de una entrega de premios. Si el diseñador era desconocido, después de que una celebridad luzca sus diseños, pasara a estar en boca de todos.

Los desfiles audiovisuales

En los últimos años, se han incorporado las nuevas tecnologías a los desfiles de moda. El diseñador Julian Roberts, en 2002 en la pasarela de London Fashion Week, apostó por estas nuevas tecnologías. En vez de mandar a que sus modelos salgan a desfilan, en una gran pantalla se proyectó un film del desfile. En esos momentos no era muy aceptado, pero el medio era muy económico, años más tarde muchos diseñadores se han sumado a este medio



FOTOGRAFÍA. Imagen del desfile virtual de Victor&Rolf de 2008.

Los desfiles virtuales

Los desfiles virtuales son directamente dirigidos para los consumidores, la prensa y los compradores, para que lo puedan ver en el salón de su casa.

En 1996 el diseñador Walter Van Beirendok lanzó su colección en un CD convirtiendo la pasarela en una experiencia virtual.

Una década más tarde, en febrero de 2008, los diseñadores Viktor and Rolf dan un paso más allá y

presentan el primer desfile *online* de la historia. Durante algo más de catorce horas, la modelo Shalom Harlow lució para la grabación del desfile veinte conjuntos, varias cámaras grababan las prendas con todo detalle desde distintos ángulos. El resultado fue un video de 7 minutos que se pudo ver en la web de los diseñadores.

El 6 de octubre de 2009, Alexander McQueen ofreció la retransmisión en directo de su desfile parisino a

través de una página web creada solo para el evento. Días antes lo anunció por Twitter, fue tal expectación que la página web se colapsó y solo unos pocos pudieron disfrutar del desfile.

Actualmente los desfiles de la marca Victoria's Secret se retransmiten por televisión semanas después del desfile.



Sus géneros

Independientemente de que tipo de desfile sea, con el paso de los años a los desfiles se les han ido atribuyendo géneros a través de los cuales el diseñador construye su identidad al mismo tiempo que comunica un cierto estilo. Elegir un género u otro dependerá en gran medida del tipo de colección que se quiera mostrar, de la pasarela que se elija para hacerlo, el presupuesto con el que se cuente así como del tipo de público al que dirigirse.

El desfile clásico

Al compás de la música los modelos desfilan, sin nada que pueda distraer la mirada de la ropa, iluminada de manera concreta. El único objetivo del diseñador, es presentar la colección de manera clara, sin mensajes adicionales que distraigan la atención del comprador. La única novedad de este género es la ubicación y la forma de la pasarela

(redonda, cuadrada o doble), la iluminación o la incorporación de una banda sonora que transmita sentimientos. Las prendas mostradas encima de la pasarela son prácticamente las mismas que los compradores podrán encontrar en su *showroom*. Calvin Klein, Donna Karan o Lacoste son marcas que optan por este tipo de presentación clásica.

El desfile teatral

El desfile teatral forma parte de la historia de los desfiles, ya que en el siglo XX los desfiles formaban parte de un espectáculo, pero con el paso de los años se fue perdiendo, actualmente forma parte de un tipo de género.

Tiene un gran valor comercial por que logra atraer a los compradores y a la prensa. La puesta en escena es muy cuidada, se decora con atrezzo propios de los teatros y de las óperas. La finalidad principal es atraer y seducir, la seducción

que causaron los primeros desfiles teatrales, ha hecho que este género se asiente y que muchos diseñadores se sumen a este tipo de género. En este desfile existe una narrativa con introducción, nudo y desenlace, y un hilo conductor que permite dar sentido al desfile. En el desfile *Suzy Sphinx* de John Galliano, la protagonista era una amante del cine, que se traslada desde Inglaterra, a Egipto y a Hollywood donde protagoniza una película interpretando a Cleopatra, increíble pero cierto, los diseñadores son capaces de transformar completamente la pasarela, y llevar al espectador a donde él quiera, esto tan solo en los 15 minutos que dura el desfile. Las prendas de ropa que protagonizan estos desfiles no son como las que encontraremos en los *showrooms*, ya que son muy extravagantes, las de los *showrooms* son más discretas.

DERECHA. *Sasha Pivovarova para el desfile otoño-invierno 2007 de John Galliano.*



El desfile conceptual

El desfile conceptual es igual que el arte conceptual, no pretende enseñar formas ni materiales, sino que conceptos e ideas. Los diseñadores, con este tipo de desfiles, invitan a los presentes a reflexionar sobre un tema o concepto. Destacamos a Hussein Chalayan que es uno de los diseñadores que enfoca sus desfiles al arte conceptual, con sus desfiles, el diseñador invita a la gente a pensar acerca de la religión, el cuerpo o la posición de la mujer en la sociedad. Martin Margiela es otro diseñador que hace falta destacar, sus colecciones no eran de nueva temporada sino que se trataban de prendas

“recicladas” de temporadas anteriores y rediseñadas. Rechaza el protagonismo que tiene que tener en las presentaciones, él se define como parte del equipo.

Diseñadores como Marc Jacobs, que sorprendió a todos con un divertido desfile conceptual para presentar su colección primavera-verano 2008. Reflexionó sobre el paso del tiempo y el orden de las cosas con un desfile planteado en orden inverso: el primero en aparecer fue él y después las modelos. El orden de aparición de las prendas estaba alterado y las prendas mostradas encima de la pasarela jugaban también con esta idea.

Desfiles yuxtapuestos

También es muy habitual encontrarse con un desfile que combina géneros. En un desfile clásico podemos encontrar una proyección audiovisual o a sí mismo se puede combinar con el teatral.

ABAJO. Primavera-verano 2009, Hussein Chalayan. Jugó con conceptos como la velocidad y la fragilidad.

DERECHA. Primavera-verano

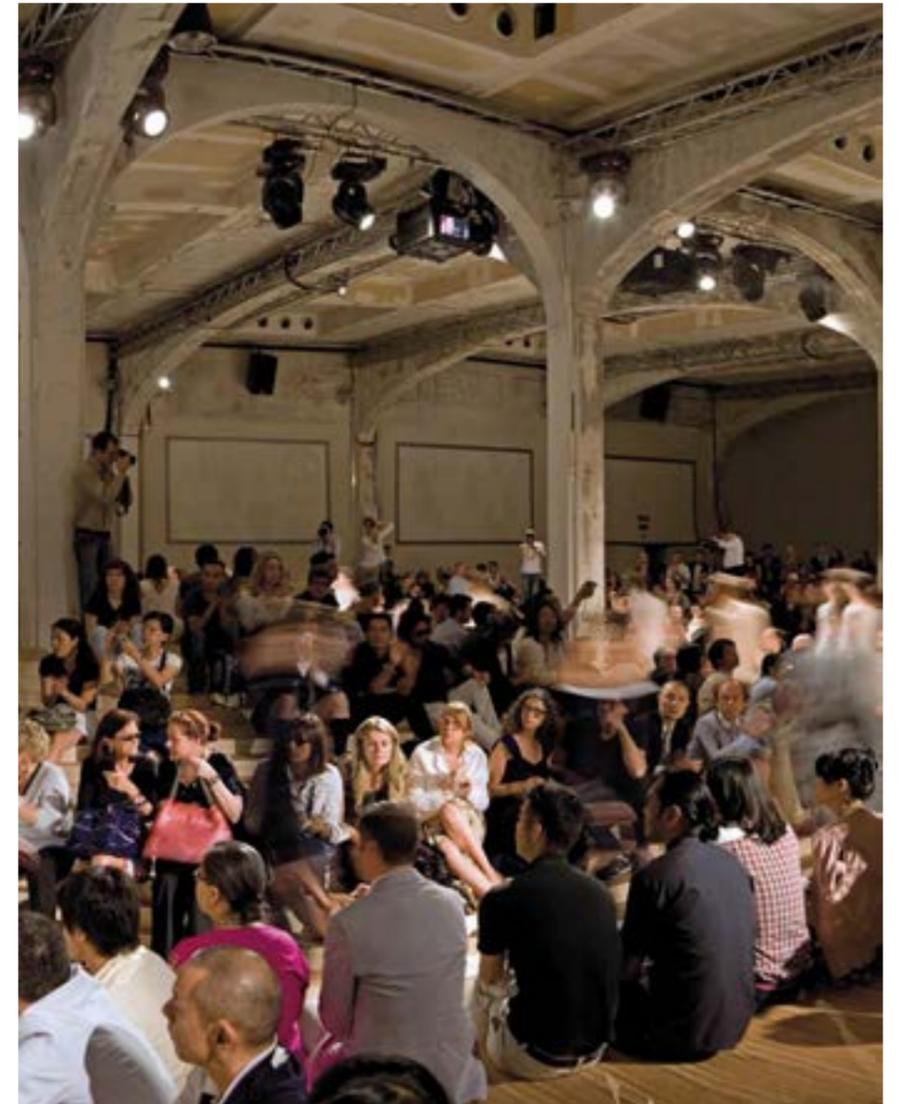


Ciudades de la MODA

París, Londres, Milán y Nueva York

Son las cuatro grandes, sus increíbles desfiles, los más caros, exclusivos y espectaculares, hacen que muchos diseñadores hagan la maleta en busca de sueños en una de estas ciudades. Son llamadas las *Big Four*. La prensa ha sido responsable de que sean estas las cuatro grandes, por ejemplo la revista Vogue, que se fundó en 1892, pero no fue hasta 1909, que se dedicó exclusivamente a hablar de moda y se centró en estas cuatro ciudades únicamente. No fue hasta los años cincuenta que aparecieron otras ediciones como la australiana, sin embargo hasta hace bien poco, Vogue no dedicaba unas páginas para los eventos que estaban fuera de estas cuatro ciudades.

Los diseñadores, piensan muy bien donde quieren presentar sus colecciones pero por razones estratégicas suelen acabar en una de estas ciudades





Milán, sinónimo de prêt-à-porter

Esta ciudad es una de las *Big Four* gracias en parte a la opinión de Pamela Church Gibson, escritora de moda, la prensa y el propio Hollywood.

Los italianos se caracterizan por muchas cosas, pero sobre todo por su buen vestir, elegancia, glamour, seriedad.

La estructura de la moda italiana es muy diferente a la parisina o a la inglesa, ya que por excelencia resalta el prêt-à-porter de calidad. Los diseñadores más asentados dejaron atrás Florencia para instalarse en Milán.

Aparte del prêt-à-porter de calidad, Milán tiene una larga historia de la moda y de la industria textil, ha sido una gran potencia industrial textil, lo que la ha llevado en parte, a ser una de las capitales de la moda más fuertes. También ha sido madre de grandes diseñadores como Giorgio Armani, Gucci, Dolce&Gabbana, Gianni Versace y Prada, entre otros.



DERECHA E IZQUIERDA. Imágenes del desfile de Dolce&Gabbana de Milán Fashion Week Otoño-Invierno 2014/2015.

DERECHA. John Kortajarena
desfilando para Custo Barcelo-
na en 080 Barcelona Fashion
Spring Summer 2015.

2014

Desde las décadas pasadas hasta el día de hoy cada año se hace un nuevo *ranking* de capitales de moda. Las ciudades que no son nombradas como las *Big Four*, poco a poco van haciendo su hueco en la moda. Muchos dicen que esto se debe a que la ropa es más económica, y dan aires renovados. Barcelona es sin duda la representante española, que el pasado año ocupó el puesto número 5.

Ranking de Global Language Monitor:

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Nueva York	1	2	1	2	2	1
París	3	3	4	3	4	2
Londres	5	5	3	1	1	3
Los Ángeles	6	6	5	4	9	4
Barcelona	25	14	9	7	3	5
Roma	2	4	22	13	6	6
Berlín	9	19	18	10	10	7
Sídney	7	9	7	11	15	8
Amberes	-	-	-	44	11	9
Shanghái	13	15	12	14	22	10
Tóquio	10	12	14	9	20	11
Milán	4	1	6	4	8	12



Barcelona está de moda

Barcelona quedó en quinto puesto como capital de la moda en 2013, por encima de ciudades como Shanghái o Milán. Pero, lidera el puesto en cuanto a moda nupcial. Tanto en los principales establecimientos como los diferentes desfiles que se hacen en todo el mundo triunfan los tejidos y vestidos hechos en nuestra casa. En esta internacionalización el Gobierno catalán también ha tenido un papel importante. Y ahora les toca a los jóvenes presentar sus propuestas y entran el mundo donde todavía queda mucho para hacer, y en el que hay lugar para los emprendedores que tengan visión de futuro. El sector de la moda en Cataluña está inmerso en un proceso de transformación y crecimiento después de algunos años de bajada. Así, el volumen de negocio del textil, la confección, el cuero y el calzado creció en 2011 por primera vez desde el 2003, una tendencia que se ha mantenido el 2012, el 2013 y el primer semestre del 2014.

Esta situación actual hace que el mundo de la moda sea atractivo por el que la juventud se pueda interesar para introducirse en un sector en expansión y en el que Cataluña está muy posicionada a escala internacional. Hay diseñadores de prestigio, empresas líderes, mode-

los reconocidos...

La crisis ha hecho que muchas empresas, en todos los sectores económicos, hayan tenido que cerrar y que mucha gente esté sin trabajo. En el caso de los jóvenes que acaban los estudios relacionados con la moda, se encuentran con dificultades para entrar en el mundo laboral. Por eso se los tiene que animar a ser emprendedores y arriesgarse en un sector en clara expansión y en el que hay una amplia oferta de salidas profesionales.

Ante las grandes empresas extranjeras, las de aquí se han posicionado muy bien y hay muchas pequeñas y medias que, gracias a la flexibilidad que tienen están saliendo adelante. Los perfiles profesionales que más piden las firmas del sector de la moda son técnicos de patronaje; técnicos de proceso, de mantenimiento, de programación; profesionales especializados en el comercio internacional de la moda; profesionales del marketing *on-line*, y en el apartado de distribución y encargados de tiendas.

Las exportaciones catalanas en el sector de la moda también han registrado los últimos años un espectacular incremento. Esto, según datos del Centro de Información del Textil y la Confección (*CITYC), entre el 2009 y el 2013 las exportaciones aumentaron un 47,8%, con

un crecimiento del 14,4% entre el 2012 y el 2013.

Todos estos datos positivos, sumadas a la amplia oferta que hay en nuestro país en cuanto a formación y enseñanzas relacionadas con este sector y a la apuesta hecha por el Gobierno de la Generalitat, hacen que el sector de la moda y el diseño sea un gran atractivo para la juventud.

Es un nicho de mercado en que todavía queda camino para recorrer y en que los emprendedores tienen mucho para hacer. A pesar de esto, y tal como dicen muchos de los que se han iniciado en este mundo hace pocos años, hace falta paciencia y esfuerzo al principio, pero sobre todo ilusión y pasión. El mundo de la moda es alentador y los jóvenes que lo quieren pueden tener su lugar, y más en un mundo globalizado como el actual.

Los negocios de la moda que los últimos años han conseguido un diferencial más grande en relación con el resto del Estado español en cuanto a la distribución han sido el

retail online, las marcas de canal, las marcas de producto con tienda propia y las marcas propias. En cuanto a la producción, destacan los gestores de la producción, los talleres de joyería y los talleres de confección.

Barcelona se ha consolidado como un referente en el diseño y como uno de los máximos exponentes europeos en este campo, tanto y en cuanto a empresas como centros formativos. En este sentido, la capital catalana es un polo de atracción para los especialistas y los negocios vinculados al diseño, y prueba de esto es que tiene la concentración más importante del

Estado español de firmas y asociaciones profesionales en este sector.

ABAJO. Modelos en el desfile de Celia Vela en 080 Barcelona Fashion Spring Summer 2015.



FOTOGRAFÍA. Flyer de la próxima edición de 080 Barcelona Fashion.

080 Barcelona Fashion

La 080 Barcelona fashion es el punto de encuentro de la moda en Barcelona, se celebra dos veces al año como cualquier Fashion Week, en Febrero y alrededor de Julio.

En ese evento se dan a conocer tanto jóvenes diseñadores acabados de salir de la escuela, como diseñadores catalanes veteranos, este evento no se lo suelen perder marcas de la talla de Mango, Desigual y Custo Barcelona ni diseñadores como Miriam Pons que en la pasada edición ganó el premio de mejor colección de la 080 Barcelona Fashion o Justicia Ruano y Zazo & Brull.

Se reúnen centenares de modelos, cada vez más conocidos, no faltan los de casa, como Neus Bermejo, River Viiperi, Malena Costa, John Kortajarena o Andrés Velencoso, ni internacionales como Adriana Lima, Irina Shayk, Alessandra Ambrossio o Toni Garn.

Tampoco faltan las celebridades que llenan los *front-rows*.

Para Barcelona eventos como este han hecho que suba cada vez más cerca del *podium* de capitales de la moda.



Miquel Rodríguez, director general de 080 Barcelona Fashion

¿En que se basa la 080 Barcelona Fashion?

En la creación y el diseño con un reporte empresarial.

¿Que significa la moda en Cataluña?

Aquí nació la industria textil y aquí se han formado grandes como Desigual o Mango, o en el caso de novias, Pronovias o Rosa Clarà y más allá de eso, aquí hay moda y hay diseño.

¿Cómo se escogen los diseñadores que van a participar en la 080 Barcelona Fashion?

Ellos nos muestran sus propuestas y hay un jurado que los evalúa. Desgraciadamente hay muchos diseñadores que se quedan en las puertas.

¿De qué manera influye la inversión de la Generalitat?

Tanto para las empresas que participan como para la ciudad, son beneficios muy buenos, económicamente hablando, y que el gobierno apoye eventos así supone más inversión para poder hacer grandes cosas.

¿Se hacen cosas para que se conozca internacionalmente esta pasarela?

La internacionalización la estamos haciendo, nos visitan personas de todo el mundo tanto de prensa como de público pero para que

personas como Anna Wintour o Suzy Menkes (editora de Vogue) nos visiten, queremos estar en el 10. Aún así lo que nosotros ofrecemos es muy bueno.

¿No le interesaría que marcas como Chanel desfilasen aquí en Barcelona?

Como yo digo, juegan en otra liga, y son admirables pero lo nuestro es otra cosa, ni mejor ni peor.

“En Cataluña hay moda y hay diseño”

Desfiles más importantes

Presentación colecciones otoño invierno

Diciembre

Victoria Secret Fashion Show

Enero

Desfiles de Hombre Prêt-à-Porter, desfiles de alta costura, pre-colecciones. Hong-Kong Fashion Week, Milano Moda Uomo, Paris Men's Fashion Week, Paris Fashion Week Alta Costura, Mercedes-Benz Fashion Week Berlin

Febrero

Semanas de la Moda de Prêt-à-porter mujer (Nueva York, Londres, Milán, París). BAFTAS; Globos de Oro. Oscars. Copenhagen Fashion Week, Mercedes-Benz Fashion Week New York, London Fashion Week, Cibeles Madrid Fashion Week, Buenos Aires Fashion Week, Milano Moda Donna, 080 Barcelona Fashion

Marzo

Semanas de la Moda de Prêt-à-porter mujer (Nueva York, Londres, Milan, París)

Abril

Presentaciones de la colección otoño-invierno para la prensa.

Mayo

Cannes Film Festival.

Junio

Pre-colecciones Milano Moda Uomo Paris Men's Fashion Week

Julio

Desfiles de Hombre Prêt-à-Porter Desfiles de alta costura Mercedes-Benz Fashion Week Berlin Hong-Kong Fashion Week 080 Barcelona Fashion

Agosto

Copenhagen Fashion Week

Septiembre

Semanas de la Moda de Prêt-à-porter mujer (Nueva York, Londres, Milán, París) Mercedes-Benz Fashion Week New York London Fashion Week Cibeles Madrid Fashion Week, Buenos Aires Fashion Week Milano Moda Donna

Octubre

Semanas de la Moda de Prêt-à-porter mujer (Nueva York, Londres, Milan, París).

Presentación colecciones primavera verano

Noviembre

Paris Fashion Week Prêt-à-porter



FOTOGRAFÍA. Desfile de Chanel en Paris Fashion Week Spring Summer 2015.

DERECHA. *Balmain Menswear Collection Spring Summer 2015*



Los modelos

Tipos de modelos

Hay cinco tipos de modelos: Modelos *new faces*, modelos *fashion*, modelos comerciales, modelos de pasarela y *tops* nacionales e internacionales, los requisitos, aunque sea el mismo oficio, son muy diferentes. Lo que interesa de los modelos es que tengan personalidad y autoconfianza.

Modelos new faces

Son las caras nuevas, las chicas y chicos más jóvenes, que se les da la oportunidad de tener su carrera en los países más importantes de la moda. Generalmente son fruto de un *scouting* o ganadoras de algún concurso de belleza. La actual modelo española Eugenia Silva ganó un importante concurso de belleza Elite Look of the Year.

Modelos fashion

Son los modelos que crean tendencia en un momento determinado, si no se renuevan, caen en el olvido. Suelen salir en revistas de moda y hacen muchas editoriales, si no saben posicionarse no suelen generar mucha cantidad de dinero. El modelo que se dedica a hacer editoriales, es el que peor se gana la vida, salir en las revistas no les da de comer. Lo bueno es que promueve tu imagen para que te vean y te puedan contratar en otros trabajos. Los que lo tienen más fácil son los que combinan las editoriales con la pasarela, pero para ello necesitan una altura y medidas concretas, lo difícil es desfilarse año tras año ya que los diseñadores suelen renovar con caras nuevas, lo que no garantiza un futuro a largo plazo.



Modelos comerciales

Tienen un campo muy abierto, pueden hacer posados, televisión o cine. Esta es la mejor manera de ganarse la vida como modelo, nunca pasas de moda, cuanto más experiencia tengas, más trabajo conseguirás. En este campo no existe un límite de edad. Se las suele considerar inferiores respecto a las modelos de pasarela, tal vez solo por que las modelos de pasarela miden cinco centímetros más. La modelo comercial no necesita de su altura para triunfar en la moda, las cámaras y la fotografía te permiten lucir tu cuerpo sin la necesidad de ser alta. Siempre se fijarán

en una cara bonita, y en unos ojos que transmitan. El trabajo de las de publicidad se podría decir que es “menos duro”. Su trabajo es fundamentalmente posar delante de la cámara y posteriormente salir en revistas o en televisión. Pese a que no se les exija ningún requisito, las modelos de publicidad son mayoría las delgadas y altas.

FOTOGRAFÍA. *Miranda Kerr para la campaña de Mango 2013.*

Modelos de pasarela

La pasarela es el “pasillo del glamour” y más si consigues desfilas para grandes diseñadores. La modelo de pasarela se siente como una estrella, todas las miradas van a ella y todas las cámaras la quieren fotografiar, sin embargo, conlleva muchos sacrificios.

A las modelos de pasarela se les exigen unas medidas determinadas, sobre todo altura, una modelo de pasarela tiene que medir por lo menos 1,75, una constitución determinada y delgada, un físico atractivo, ganas de desfilas y también, que es muy importante, disponibilidad para viajar a cualquier parte del mundo. La edad también es muy importante, cuanto más jóvenes, más larga será su carrera, por eso las chicas que más interesan son las de 15 años, para empezar. En los años 90's la talla de cualquier modelo era perfectamente una 38, actualmente las modelos no pueden pasar de la 34. Este

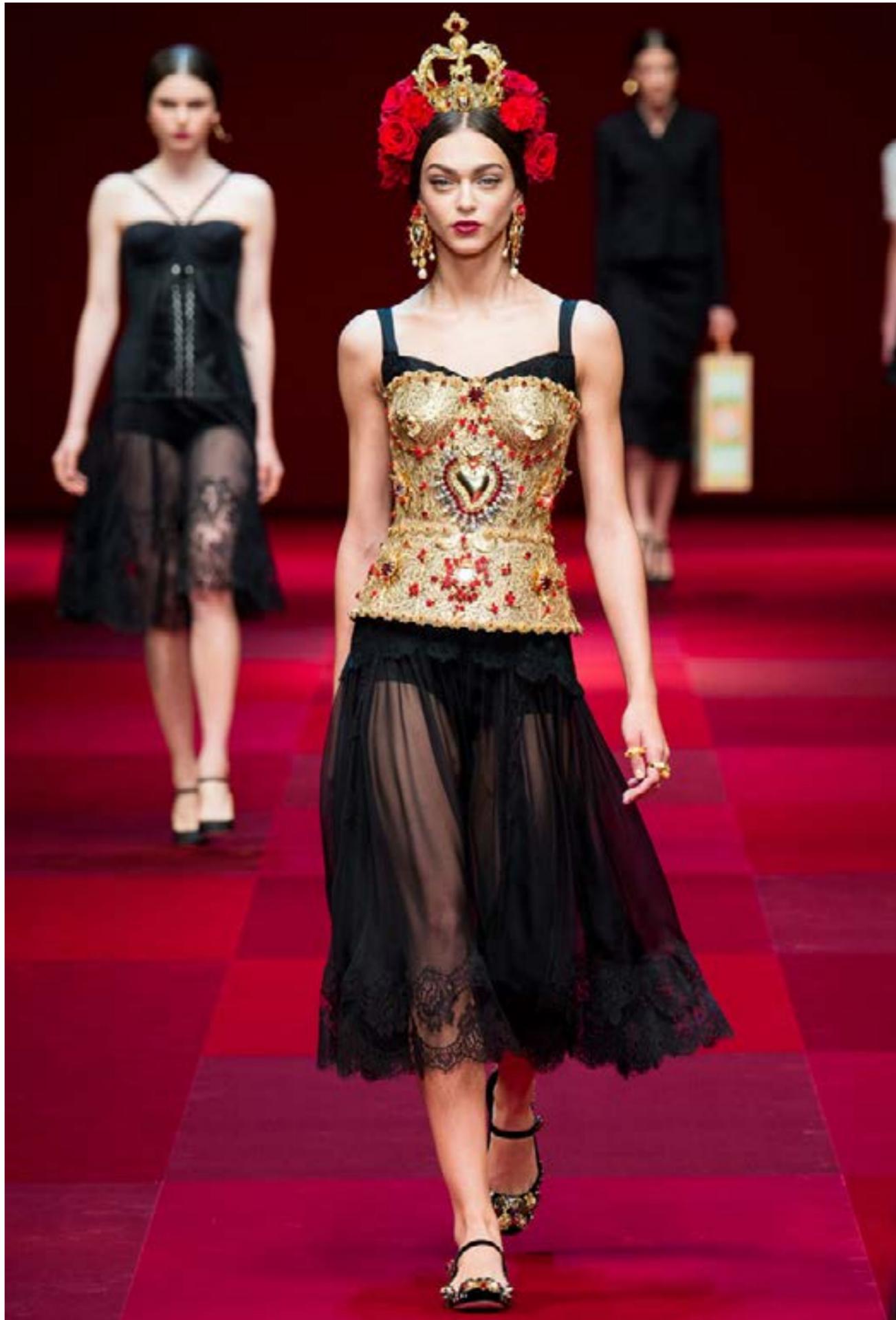
hecho lleva a buscar niñas “jóvenitas” que no tienen ni las caderas desarrolladas para que puedan entrar en vestidos de esta talla, en el desfile lo que se busca es resaltar a la prenda, no a la modelo.

El mundo de la moda pese a estar abierto a cualquier raza siempre se fijan más en las rubias y blancas pero no es una carrera que destaque como racista, dependiendo también del diseñador y sus gustos.

La carrera de pasarela es muy corta, ya que solo dura pocos años, pero si llegas a ser una top model manteniendo el físico impecable, crearás fortuna, como es el caso de Kate Moss y Gisele Bündchen. Pero esto es muy difícil, la mayoría de modelos no hacen fortuna ni tampoco fama.

FOTOGRAFÍA. *Clement Chabernaud, River Viiperi, Antonio Navas y John Kortajarena desfilando para Mango Spring Summer 2013.*





IZQUIERDA. Zhenya Kateva desfilando para Dolce&Gabbana en Milán Fashion Week Spring Summer 2015.

En esta misma década, la altura que se buscaba rondaba el 1'75, actualmente buscan el 1'80. Estos hechos limitan a la modelo a la hora de buscar trabajo en otro campo, en otros sectores no quieren modelos de tanta altura ni sumamente delgadas, por eso, la carrera de una modelo de pasarela es relativamente corta, en muchas ocasiones no duran más de dos años. Lo que ha marcado mucho el antes y el después de los desfiles de moda, es que antes, las modelos desfilaban sonrientes moviendo sus esbeltos cuerpos, actualmente caminan dando zancadas y con cara seria, cosa que no tiene nada de atractivo.

Los modelos más cotizados se eligen directamente, en lo que se llama un *direct booking*. A los otros, se les hace mostrar su *book*, posar de manera informal para algunas instantáneas, probarse algunas prendas e incluso caminar para

comprobar que se mueven correctamente. El diseñador suele elegir a sus modelos predilectos para abrir y cerrar el desfile, aquellos que sean escogidos para abrir y cerrar el desfile, son los que tendrán más popularidad. El conjunto de modelos escogidos para desfilan para la marca, son llamados *cabine*.

Desde el *front-row*, editoras y clientes buscan nuevos rostros y minutos antes del desfile hay mucha expectativa para saber cuáles han sido los modelos escogidos. Hay mucha expectación por las caras frescas y nuevas, y los directores de *castings* aparte de recurrir a modelos de alto nivel, buscan caras poco conocidas.

Es tal la preocupación por la delgadez de algunas modelos, que en la pasarela de Cibeles de Madrid, a partir de 2006, impuso un mínimo de índice masa corporal para las modelos. Otras semanas de la moda no hay querido imponer

eso, pero sí que a raíz de esto por ejemplo, se ha prohibido la participación de menores de 16 en la pasarela y obliga a todas las modelos a presentar un certificado médico que conste de que tienen buena salud.

FOTOGRAFÍA. Karl Lagerfeld, Hudson Kroenig y Cara Delevingne en el desfile de Alta Costura de París 2014/2015.

“KIDS “

Miles de niños quieren pertenecer al mundo del modelaje y la publicidad pero al fin y al cabo la decisión durante la minoría de edad es de los padres, pero, ¿y si son los padres los que lo desean?

En la inmensa mayoría de niños que forman parte de este mundo es porque los padres han querido cumplir su ilusión, pero los niños normalmente no se sienten obligados y les acaba gustando.

“Si notas que el niño no quiere desfilas, no desfila, por mucho que la madre se empeñe”, explica una responsable de la Pasarela FIMI. Para ellos tiene que ser una diversión porque si no, no tiene sentido”, afirma. Aunque en la moda infantil no existen top models, sí que hay niños y niñas que repiten en muchos trabajos. “Pero no se trata tanto de si son o no más guapos que otros sino de la experiencia que han acumulado durante el tiempo”, explica Pepa Torres. Lo que es más raro ya es que estos niños modelo lleguen a ser modelos de mayores. “En muchos casos los niños se cansan, pero además hay un momento crítico, el de la preadolescencia, en el

que los cuerpos se desarrollan de manera caprichosa. En muchos casos siempre hay excepciones’, explica la directora de Richy Maroe, que lleva casi 25 años trabajando con modelos y actores de todas las edades. Pepa Torres, además, insiste en algo que considera muy importante. El que el niño o la niña sea modelo no debe afectar en ningún momento a su formación educativa. “Los padres deben tener muy claro cuáles son las prioridades del niño y, por ejemplo, entre un examen en clase y un *casting* no tiene que haber duda. Lo primero es el colegio”, señala Torres, que incluso llega a pedir las notas a sus modelos. “No se puede ser una cara bonita sin nada dentro”, dice.



Thylane Blondeau, *modelo infantil*

Thylane Léna-Rose Blondeau, es una modelo francesa. Es hija del jugador de fútbol Patrick Blondeau y la diseñadora de moda Veronika Loubry. Nació el 5 de abril de 2001.

En 2011 protagonizó una sesión de fotos para Vogue Francia, la cual causó mucha atracción mediática porque las niñas que aparecían estaban maquilladas y vestidas como adultos.

A Thylane la han catalogado como la nueva Kate Moss y Cara Delevingne.

Fuiste una modelo muy mediática desde que hiciste el reportaje para Vogue hace unos años, quería saber que respondes tu a todas esas críticas.

Yo era pequeña cuando lo hice, la verdad es que me lo pasé muy bien y volvería a hacerlo, me encantan las fotos, ahora que soy algo mayor, entiendo todas las críticas pero no las comparto. Se que era pequeña pero creo que se ha malinterpretado.

¿Tus padres te impulsaron al mundo de la moda?

Supongo que sí, he desfilado desde muy pequeña, pero hoy en día se lo agradezco por que me encanta este mundo.

¿Te gusta este mundo? ¿Qué piensas sobre él?

Sí, me encanta. Es un mundo muy difícil pero tengo la suerte de haber empezado desde muy pequeña y tengo a mis padres que me apoyan en todo y que me aconsejan. Es difícil porque hay mucha competencia y rivalidad.

En el futuro, ¿quieres dedicarte totalmente al mundo del modelaje o preferirías seguir estudiando?

Tengo pensado seguir estudiando aquí en mi país, pero si se me da la oportunidad me encantaría dedicarme plenamente, o probar cosas nuevas y seguir el ejemplo de mi madre, aún soy joven y quiero centrarme en ahora.

Hace mucho que no te vemos en una pasarela, ¿te volverías a subir a una?

Por supuesto, pero de momento estoy muy bien dedicándome solo a reportajes.

“Es un mundo muy difícil pero tengo la suerte de haber empezado desde muy pequeña y tengo a mis padres que me apoyan en todo”

CADEAUX



Hola, bienvenida en el mundo de la moda. GUCCI. Delantal en color PÉTT BATEAU. Manteo de 444 diamantes. Triángulo (20,14 ct) cuadrado para de 40 diamantes triángulo y de 4 diamantes losangos en un gran. DOLLANEAU. Anillo «L. Pour de l'Espérance, un diamant 1,1 (0,74 ct) et diamants lapidés sur un diamant. LOUIS VUITTON. Sandales «Martina» en peau noire, bride cheville faite de cristal. «Crystal Collections, JIMMY CHOO.



VESTE RAYÉE EN COTON.
TARA JARMON.
ORNAISE EN COTON
IMPRIME AGNES S.
PULL À COL ROUSSE EN
COTON. PETIT BATEAU.
SUR LES ÉPAULES.
PULL EN COTON TORDAGE.
RALPH LAUREN.
JEAN EN DENIM. UNIGLO.
CEINTURE EN CUIR.
ESPACE KILIWATCH.
BRACCIOLE VINTAGE.
DANTE EN CUIR À PRESSIONS.
MAISON FABRE.



Los tops models

Significa literalmente la que está en lo más alto, convirtiéndose en iconos y personajes mediáticos. Tienen un caché y una vida privilegiada, ganando fortuna, sin embargo, las *tops*, se cuentan con los dedos de una mano. Existen dos tipos de tops, las nacionales y las internacionales.

Las nacionales suelen ser chicas mediáticas en su país de origen, no tienen por qué ser reconocidas en el extranjero. Se suelen centrar en el mercado nacional, no intentan suerte en el extranjero evitando competir con muchísimos modelos. Pero a la larga su carrera es limitada y de corta duración. Aquí en España destacaríamos a Nieves Ivarez, Laura Sánchez, Vanesa Lorenzo o Judit Mascó, sus carreras no son comparables con las de Ester Cañadas o Eugenia Silva que

son las *tops* españolas más internacionales.

Las internacionales son la versión original de las modelos, Claudia Shiffer, Naomi Campbell, Cindy Crawford, Kate Moss.. Algunas siguen activas y lo seguirán estando. La nueva generación de tops está reinada por Giselle Bündchen, Adriana Lima, Miranda Kerr y Cara Delevingne entre otras muchas, Cara, en menos de 3 años y con 21 años de edad ha conseguido que todos los diseñadores quieran tenerla en sus desfiles y ser la musa de Karl Lagerfeld. Como tops models masculinos destacamos a Simon Nessman, los españoles Jon Kortajarena, Andrés Velencoso y River Viiperi, y Sean O'pry o Shaun Ross .

FOTOGRAFÍA. *Kate Moss y Cara Delevingne juntas en la campaña del perfume My Burberry*



¿Cómo se llega a ser top-model?

Ser modelo es muy difícil, pero ser top-model aún más. Las *tops*, llegan a ser tops, si tienes suerte, serás la favorita del diseñador, como ocurrió con Nadja Auermann apadrinada por Yves Saint Laurent, con Kate Moss preferida de Calvin Klein. Otro camino es conquistar a un buen fotógrafo de fama, como el caso de Ellen Von Unwerth que llevo a la fama a Claudia Schiffer, la descubrió en una discoteca. El tercer camino, poco menos usado, es alcanzar la fama gracias a tu propia madre, Amber Le Bon es hija del cantante Simon Le Bon y de la modelo británica Yasmine Le Bon, ha sido imagen de las firmas más prestigiosas. El cuarto y con más suerte aún, ser única y trabajar muy duro, que los diseñadores se peleen por tenerte en sus pasarelas.

FOTOGRAFÍA. *Gisele Bündchen es actualmente la modelo mejor pagada y una de las tops-models de más prestigio.*



FOTOGRAFÍA. Sesión de fotos para U.S.A Vogue en 1999 de las tops-models del momento, entre ellas, Gisele Bündchen, Kate Moss, Naomi Campbell y Claudia Shiffer.



Neus Bermejo, *modelo internacional catalana.*

Neus Bermejo nació el 2 de diciembre de 1995, en Barcelona. Este año ha desfilado en pasarelas de Armani Privé, para Jean Paul Gaultier, Justicia Ruano, Mango, Giorgio Armani, Zazo&Brull, Custo Barcelona entre muchos más.

¿Con cuántos años empezaste en el mundo del modelaje?

Tenía 16 años acabados de cumplir cuando empecé.

¿Tus padres influyeron en tu decisión?

Mis padres no influyeron de una manera directa porque fui yo la que decidí serlo pero bueno supongo que indirectamente si porque en todo momento me ayudaron y apoyaron en todo.

¿Has estudiado paralelamente o te has dedicado de pleno en tu trabajo?

No he estudiado nada más, acabe el bachillerato con la idea de tener un año sabático pero al final fue más de un año jajaja.

¿Has tenido algún problema o

has estado presente en alguno? Por ejemplo, faltas de respeto, agresiones psicológicas...(hacia las modelos)

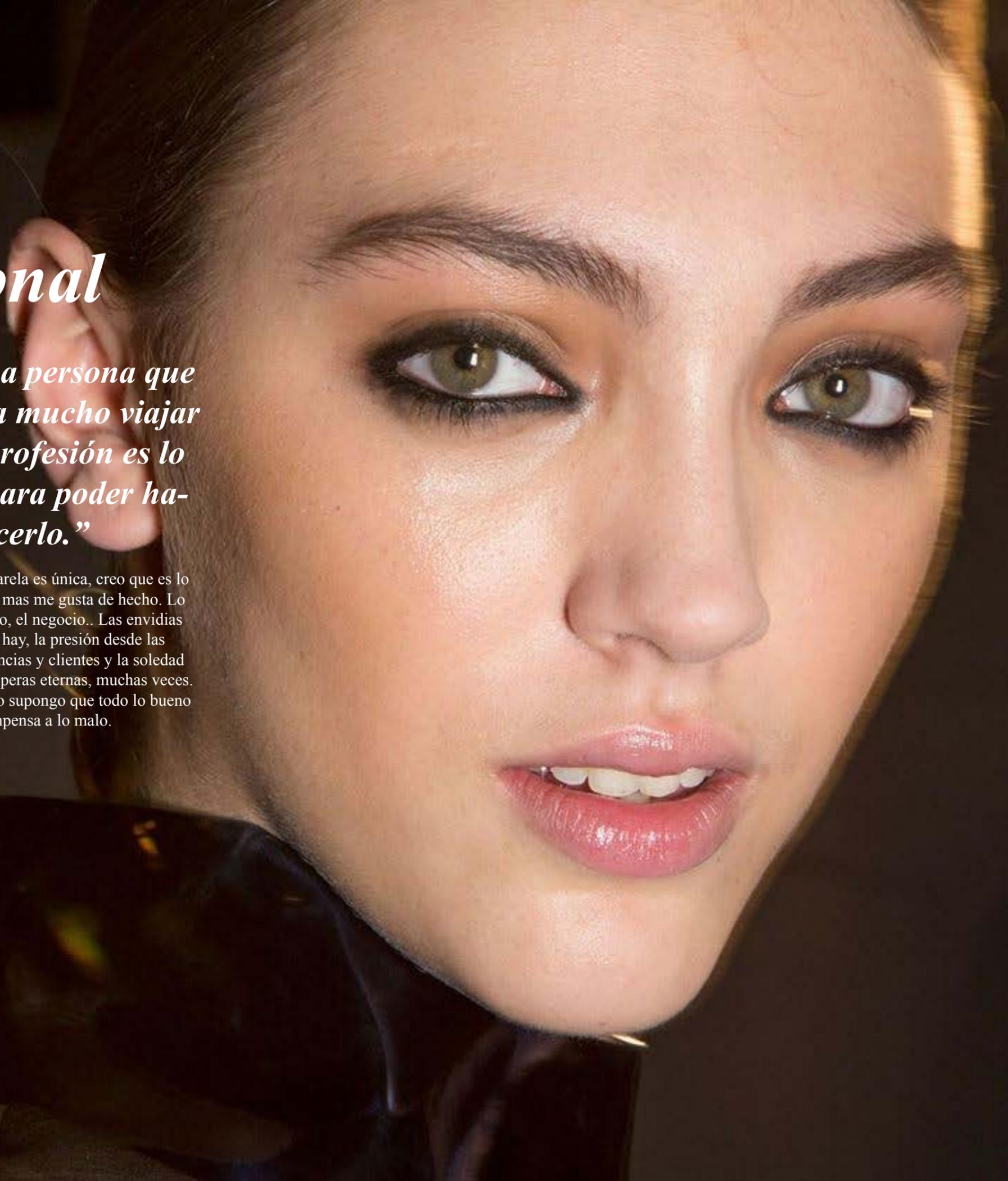
He escuchado a una estilista decirle a una modelo que estaba gorda, muchas veces, comentarios desafortunados en otro idioma pensándose que no nos enteramos y los entendemos... Cosas más que esas no, nada del otro mundo.

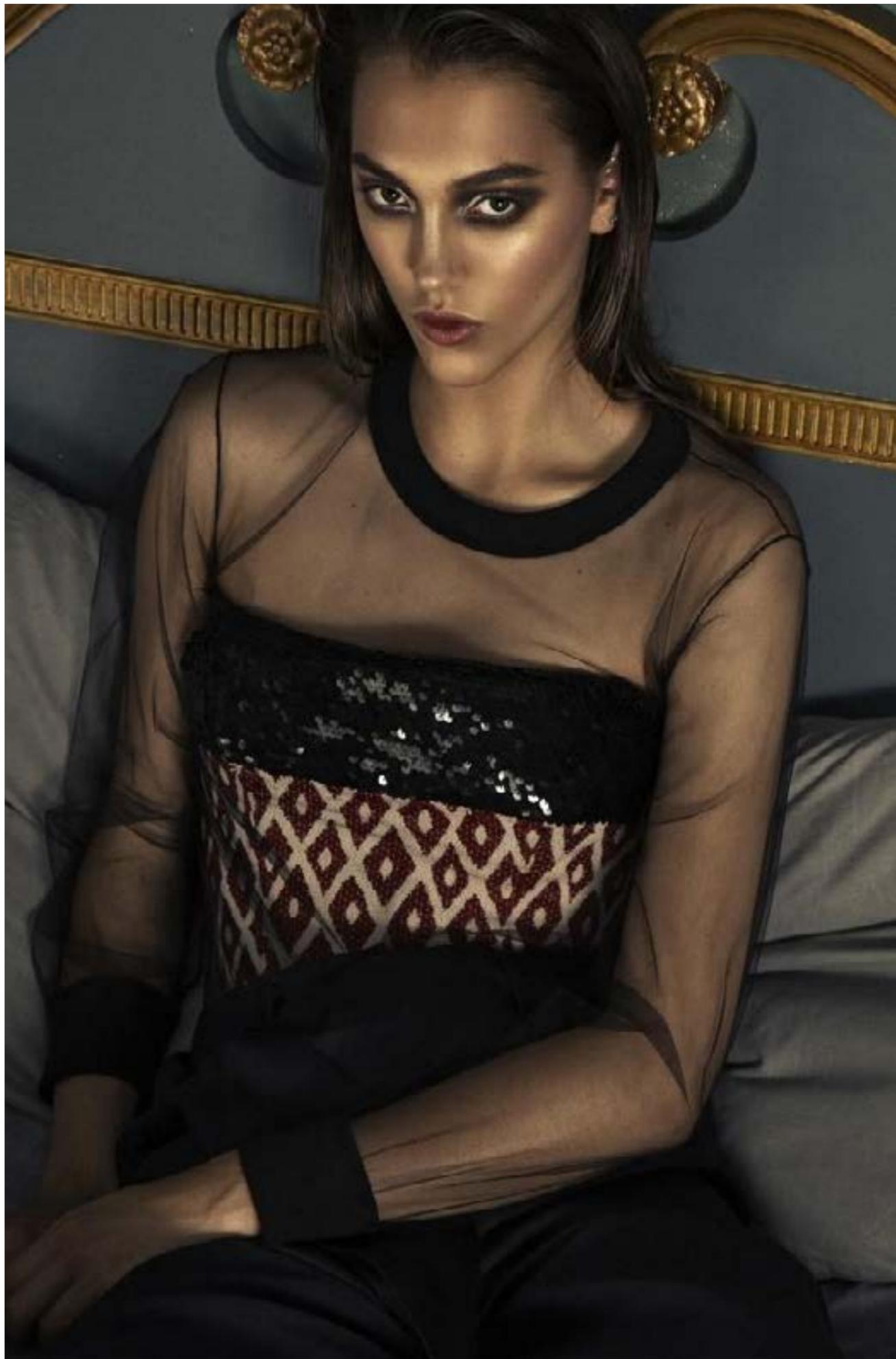
Para terminar me gustaría que me explicases lo que supone para ti esta profesión, tanto lo bueno como lo malo.

Soy una persona que me gusta mucho viajar y conocer gente y países nuevos y esta profesión es lo mejor para poder hacerlo. Da muchas sensaciones distintas, en las sesiones de fotos, a no ser que el fotógrafo y el equipo tengan una idea muy clara de lo que quiere, puedes crear tu propia historia, mostrar tu personalidad y pasártelo bien bailando, haciendo tonterías etc. En cambio en la pasarela eres como un maniquí pero la sensación de salir en una

“Soy una persona que me gusta mucho viajar y esta profesión es lo mejor para poder hacerlo.”

pasarela es única, creo que es lo que mas me gusta de hecho. Lo malo, el negocio.. Las envidias que hay, la presión desde las agencias y clientes y la soledad y esperas eternas, muchas veces. Pero supongo que todo lo bueno compensa a lo malo.





IZQUIERDA. *Christine Hart
junto a una modelo new face
de 15 años en un shooting en
Australia.*

Lo que no se ve

Todas las modelos nos muestran sus delgados cuerpos sintiéndose orgullosas, parece imposible tenerlo y en su rostro demuestran felicidad y belleza, pero no siempre es tan bonito como quieren mostrarlo.

Las modelos viven toda su vida sometidas a unos miedos: el paso del tiempo, el miedo a envejecer y el rechazo, para explicar estos miedos, hay que explicar la parte que no se ve y que nadie nos muestra de las modelos.

Las modelos suelen empezar su carrera alrededor de los 15 años, recién llegadas a la agencia de la mano de su madre, pasan el primer *casting*, allí les dirán si les gustas o no. Una modelo, en su carrera profesional siempre se va a encontrar con obstáculos que, si quiere seguir su carrera, tendrá que derribar. Conozcamos el caso de Christine

Hart, modelo nacida en Alemania pero establecida en Barcelona y escritora del libro “Lo que las modelos callan”. Cuenta su caso, una joven la cual sus padres no aceptaban que se dedicara al mundo de la moda y obligaron a hacer la carrera de abogacía. Christine, con 25 años y con título en mano, eligió por fin hacer lo que ella quería, dedicarse a la moda, no quería pasarse el resto de su vida en una oficina rodeada de papeles, ella quiso probar lo que ella quería, si veía que no le iba bien, tenía su segunda opción. Christine, fue a una de las agencias de más prestigio de Barcelona, segura de sí misma, con una altura de escándalo y una cara bonita. Al llegar a la agencia, solo le dijeron que se podía dedicar a hacer anuncios de “Tampax” porque era una vieja. Era su sueño y no tiraría la toalla. De vacaciones en Génova con su entonces pareja, Christine se diri-

gió a Milán, a 2h de Génova para presentarse en la misma agencia internacional que en Barcelona le había dicho vieja. Al llegar a la agencia mintió en su edad por miedo que le dijese lo mismo, y dijo que tenía 21, en Milán encantados con Christine, la ficharon para Elite Milán. Ella se fue a vivir a Milán para empezar una carrera de la que no se arrepiente, pero que en muchas ocasiones le puso los pelos de punta por las cosas que llegaría a ver. Christine no paró de trabajar allí pero no fue esa su única ciudad, de Milán a Grecia, de Grecia a París, y de París a la deseada ciudad, Nueva York. Fue en esta última donde más cómoda se sintió, ella cuenta que en Nueva York, la profesión de modelo es mucho más activa que en Europa, que puedes llegar a tener 12 *castings* en un día, mientras que en Europa no tendrías más de dos.



ABAJO. *Casting de Victoria's secret.*
IZQUIERDA. *La directora de casting del desfile de Bruno Pieters primavera-verano 2009 contempla el book de la modelo.*

Christine en su libro nombra muchas experiencias con grandes empresarios, cenas, glamour y fama, hasta con George Clooney, quien le iba a decir a esta "vieja" que acabaría tan bien rodeada. Las fiestas no eran las únicas experiencias que veía Christine, terroríficas y terribles experiencias que le sucedían a sus compañeras era lo que más le impactaba, faltas de respeto de fotógrafos y de las agencias que no se mordían la lengua para llamar gordas, feas, bajas a preciosos cuerpos esbeltos. Christine, por su suerte nunca llegó a verse en un caso terrible como alguna de sus compañeras, pero lo que a ella le marcó mucho sobre todo fue su edad, muchas veces se vió muy presionada por la edad aunque ella era una preciosa chica treintañera con una vida por delante. Otra cosa que le marcó, fueron sus piernas

atléticas, le repetían tanto que las tenía gordas, que actualmente no se ha vuelto a poner una falda, a ella le tocaron sus piernas, pero sus compañeras también recibieron críticas, algunas muy crueles que hicieron que muchas cayeran en la anorexia y otros problemas alimenticios, y no solo eso, por culpa del maltrato psicológico recibido, muchas optaron por quitarse la vida. La experiencia que hizo que Christine perdiese los papeles, fue una aventura que su entonces agencia en Barcelona, Traffic models le hizo pasar a ella y a sus compañeras. Sonaba genial, un viaje a Libia para promover la moda occidental, solo serían unos días y tenían que desfilarse para la embajada. Pero nada de lo que les dijeron pasó, al llegar a Libia, metidas en una vieja furgoneta, las trasladaron a un hotel, al día siguiente tendrían

que coger otro avión para viajar al desierto, allí metidas en un *bunker*, las peinaron y maquillaron de forma cutre, ellas no entendían nada, les habían requisado sus teléfonos móviles y cámaras para que no pudiesen hacer ni una fotografía. Todo se trataba de un desfile para Muamar Gadafi, ella, manteniendo la calma pero aterrorizada por dentro, se quería marchar de ese espantoso sitio. No alcanzaron a desfilarse que una alarma del *bunker* del dictador hizo que las echaran a todas, y ya está, se había acabado todo. En la vuelta a casa, todas las modelos que fueron, contentísimas de su aventura en Libia, y ella, una mujer madura, solo quería denunciar a la agencia. Llegada a Barcelona, lo primero que hizo fue irse de esa agencia, que no les había dado ningún tipo de seguridad.

A casa de muchas experiencias Christine dejó su carrera como modelo, ella afirma que si no hubiese sido por su madurez y su edad, le hubiesen faltado el respeto como a muchas niñas. Haciendo un punto y final en la historia de Christine, hablemos de los hombres, ellos explican que no hay tanta rivalidad como pasa con las mujeres, pero también hay casos también de modelos con problemas alimenticios, entro muchos otros problemas. El envejecer para los hombres no es como el de las mujeres, ellos se convierten en atractivos galanes al llegar a sus 40, y siguen siendo objeto de deseo. En general, en muchas modelos, sentir el paso de los años y que te lo recuerden constantemente como le paso a Christine, puede hacer

que cambie tu carácter, debilitándolo, y transformando los ideales de belleza en conceptos irreales. Muchas modelos que empiezan con una temprana edad, al llegar a los veintitantos años y sin tener la reputación que ellas deseaban acaban siendo desplazadas por su propia agencia. El mejor remedio, es prevenir, todas las modelos tendrían que tener los pies en el suelo y ser conscientes de donde están metidas, pero niñas de 15 años ni siquiera saben qué es tener los pies en la tierra.



Nombre	Edad	País	Año	Causa
<i>Marie Gessinger</i>	17	Austria	2010	Accidente de coche
<i>Melody Gersbach</i>	24	Filipinas	2010	Accidente de coche
<i>Isabelle Caro</i>	28	Francia	2010	Anorexia nerviosa
<i>Lina Marulanda</i>	29	Colombia	2010	Suicidio
<i>Viveka Babajee</i>	37	Mauritania	2010	Suicidio
<i>Gabby Joseph</i>	16	Reino Unido	2011	Suicidio
<i>Jennifer Viturino</i>	17	Brasil	2011	Suicidio
<i>Michelle Monkhouse</i>	19	Canadá	2011	Accidente de tráfico
<i>Yu-ri Kim</i>	22	Corea del Sur	2011	Suicidio
<i>Miyu Uehara</i>	24	Japón	2011	Suicidio
<i>Eva Ekvall</i>	28	Venezuela	2011	Cáncer de mama
<i>LaShawna Threaltt</i>	30	Estados Unidos	2011	Defenestración
<i>Cibele Dorsa</i>	36	Brasil	2011	Suicidio
<i>Mia Amber Davis</i>	36	Estados Unidos	2011	Coagulo de sangre
<i>Jennifer Scherman</i>	20	Alemania	2012	Infección viral
<i>Sabrina Rauch</i>	21	Austria	2012	Accidente de coche
<i>Laura Pahomova</i>	23	Letonia	2012	Defenestración
<i>Vanessa Banks</i>	26	Estados Unidos	2012	Asesinato
<i>Jazmin de Gracia</i>	27	Argentina	2012	Ahogo
<i>Claudia Boerner</i>	32	Alemania	2012	Suicidio
<i>Camila Bezerra</i>	22	Brasil	2013	Defenestración
<i>Julieta Gomez</i>	25	Argentina	2013	Suicidio
<i>Anna Litvinov</i>	29	Rusia	2013	Cáncer
<i>Génesis Carmona</i>	22	Venezuela	2014	Asesinato
<i>Helena Belmonte</i>	28	Filipinas	2014	Suicidio
<i>Mónica Spear</i>	29	Venezuela	2014	Asesinato
<i>Cassandra Lynn Hensley</i>	34	Estados Unidos	2014	Sobredosis
<i>Peaches Geldof</i>	25	Reino Unido	2014	Sobredosis

Nombre	Edad	País	Año	Causa
<i>Brian Bianchini</i>	25	Estados Unidos	2004	Suicidio
<i>Josh Whittier</i>	21	Estados Unidos	2007	Asesinato
<i>Randy Johnston</i>	20	Estados Unidos	2008	Sobredosis
<i>Filip Kapisoda</i>	22	Montenegro	2010	Suicidio
<i>Tom Nikon</i>	22	Francia	2010	Suicidio
<i>Ambrose Olsen</i>	24	Estados Unidos	2010	Suicidio
<i>Charles Devoe</i>	28	Estados Unidos	2010	Accidente de surf
<i>Luiz Freiburger</i>	21	Brasil	2010	Desconocido
<i>Eric Zentner</i>	30	Estados Unidos	2011	Accidente de tráfico
<i>Murilo Rezende</i>	21	Brasil	2011	Asesinato
<i>Gaven Johnson</i>	17	Estados Unidos	2012	Indeterminado
<i>Nikolai Gubenko</i>	21	Rusia	2012	Suicidio
<i>Dorian Wayne</i>	20	Brasil	2013	Suicidio
<i>Dmitriy Tanner</i>	23	Estados Unidos	2013	Accidente de coche
<i>Manish Loya</i>	28	India	2014	Accidente de tráfico
<i>Lucas Coppini</i>	19	Brasil	2014	Accidente de coche

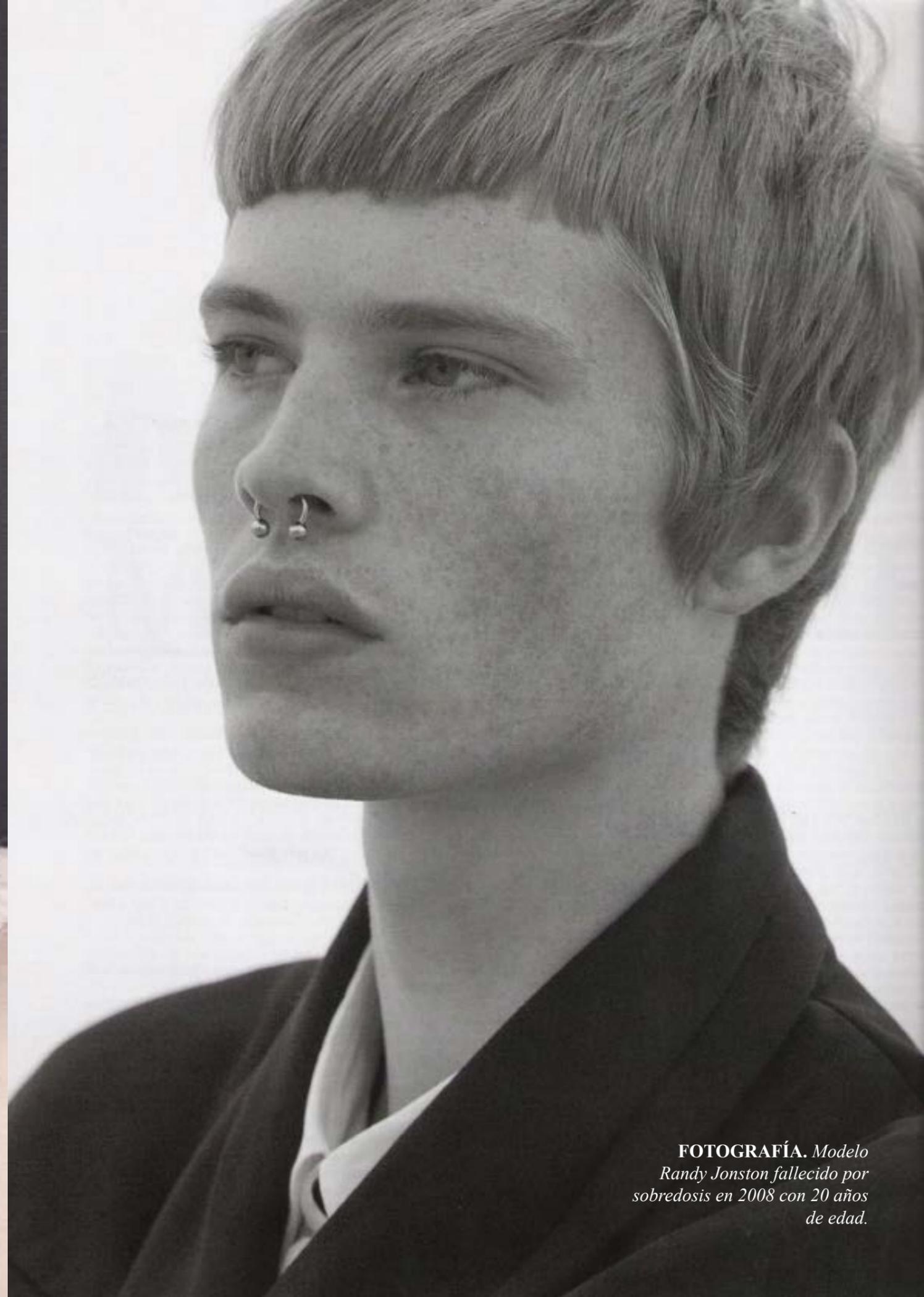
En la tabla de la izquierda, aparece la escalofriante verdad de las muertes de grandes modelos, solo muestra las modelos fallecidas desde 2010, ya que desde el año 2000 datan 77 fallecidas, solo mujeres, índices sorprendentes en relación a la edad y sexo, que esta industria no muestra. Destacar también cuatro casos de fallecimiento por extrema anorexia nerviosa entre 2006 y 2007.

La de la derecha es de hombres fallecidos, esta empieza en el año 2004.

Al realizar la estadística final, podemos decir que en los últimos 14 años han fallecido un total de 77 modelos femeninas y 16 modelos masculinos. De cada 1 modelo masculino fallecido, han fallecido 5 modelos femeninas. A pesar de ser una carrera enriquecedora y fascinante para cualquier joven, tiene muchísimo riesgo y es muy peligrosa para quien todavía está en pleno florecer.



FOTOGRAFÍA. *Modelo Gabby Joseph, se suicidó con 16 años de edad.*



FOTOGRAFÍA. *Modelo Randy Jonston fallecido por sobredosis en 2008 con 20 años de edad.*

Equipo de trabajadores

El backstage

Los desfiles se llevan a cabo cada seis meses, y los organizadores y trabajadores están medio año preparando el espectáculo. La duración del desfile ronda los 15 minutos, pero hay muchísimo trabajo anterior a estos 15 minutos. El *backstage* empieza su trabajo mucho antes del desfile, en la prueba de vestuario de las modelos y los estilistas, arreglan durante muchas horas las prendas para que entallen perfectamente a la modelo. En las pruebas de vestuario no faltan los directores de maquillaje y peinado, junto al director escogen el peinado y el maquillaje que acompañará a las prendas y a las modelos. Posteriormente fotografían con *polaroids* o fotos digitales a las modelos con los looks finales y en la imagen pondrán el número de salida de cada modelo.

El *backstage*, ese lugar tan nombrado y que suele ser sinónimo de estrés, el equipo llega a primera hora de la mañana, se preparan los espacios de los maquilladores y peluqueros, el de las modelos y el de los estilistas. Como si se tratara de un ejército van llegando los equipos con centenares de maletas llenas de maquillaje y material de peluquería.



IZQUIERDA. Nastya Kusaskina en el backstage del desfile de Max Azria Spring Summer 2013 New York Fashion Week.

ABAJO. Ensayo del desfile de Marc Jacobs en Mercedes Benz New York Fashion Week Otoño Invierno 2014/2015

Los modelos son convocados cuatro horas antes del desfile, pero dependerá de la complejidad del maquillaje y peluquería. Mientras los maquilladores dan movimiento a sus brochas, los vestidores desempaquetan las prendas, las planchan y les dan el último retoque y las colocan en las burras, normalmente se utiliza una burra por modelo. En las burras se enganchan unas cartulinas donde aparece una foto del modelo con el vestuario y el maquillaje y si lleva, los respectivos accesorios. Cada modelo tiene dos estilistas que ayudan a hacer el cambio de ropa rápido. Tanto en el desfile como en el *backstage*, los fotógrafos no se quieren perder la

transformación y captan todas las imágenes que pueden con sus cámaras, les gusta fotografiar el estrés, los nervios de las modelos e intentan calmar los ánimos y aliviar la larga espera.

«El *backstage* es un momento íntimo muy intenso en el que todo el equipo intenta dar lo mejor de sí mismos». – The Backstage Magazine.

Una vez están finalizados los *looks* es hora del ensayo, todos los organizadores están presentes, el diseñador, junto a las modelos y una vez escogida la música que acompañará el desfile se ensayan los pasos y movimientos que tendrán que hacer, los iluminadores, tam-

bién presentes bajo las direcciones del diseñador, colocan la iluminación para que todo coordine a la perfección y los miembros del *staff* preparan los asientos de los invitados. Diseñadores como John Galliano prefieren hacer un ensayo del desfile tres días antes y el mismo día de la presentación. Una vez finalizados los ensayos que suelen durar entre treinta y sesenta minutos, el *backstage* vuelve manos a la obra y hacen ya sí, los últimos retoques. El diseñador supervisa que todo esté correctamente: el peinado, el maquillaje, los complementos, etc. Las modelos se colocan en fila y el coreógrafo les da los últimos consejos de la coreografía.





IZQUIERDA. ARRIBA. *Dos vestidores ayudan a la modelo en el desfile de Antonio Marras.*
ABAJO. *Últimos retoques a los modelos minutos antes del desfile Otoño-invierno 2009 de la firma francesa Leonard.*
FOTOGRAFÍA. *Kim Noorda en el backstage de Marc Jacobs.*



IZQUIERDA. *Victoria Beckham al finalizar su desfile de Prêt à porter Otoño Invierno 2014/2015 en Mercedes Benz New York Fashion Week.*

El gran protagonista: **EI DISEÑADOR**

El diseñador hace la función más importante de un desfile de moda. La idea se origina en mente. Lo más importante en un diseñador es su capacidad de imaginación.

El diseñar, significa crear algo nuevo pero el objetivo último es satisfacer o generar necesidades a través del producto diseñado. Simplemente un fin económico.

Pero, ¿cómo nace una colección o una idea para plasmarla en la moda? Los diseñadores invierten mucho tiempo investigando y sacando ideas, buscan inspiraciones originales para que su nueva colección sea un éxito. Buscan la inspiración en revistas de moda, en galerías de arte, imágenes de épocas anteriores o asistiendo a desfiles de la competencia.

Aunque el diseño se trate de algo creativo y original, tiene que ser rentable para que los diseñadores puedan vivir de su trabajo. Tienen que estar al tanto de lo que sus clientes buscan porque serán ellos los que le compren las prendas, siempre se trata de crear algo que se identifique con el diseñador,

pero a la vez tiene que seguir con lo que se prevé para la nueva temporada y lo que será tendencia.

Es creador y un técnico que ha de estar abierto a la sociedad y ello implica una puesta en el día en todas las áreas relacionadas con la moda y la confección.

Poseen la capacidad creativa y las técnicas necesarias para poder plasmar en sus diseños las creaciones artísticas.

El diseñador posee habilidades para la combinación de colores así como los sistemas decorativos en cada caso de realización e interpretación del diseño, tiene una gran capacidad de abstracción y retención de formas y figuras, y tener en cuenta el nacimiento de las prendas sobre el papel.

En el caso de las pasarelas los diseñadores en muchas ocasiones no producen los desfiles, recurren a empresas de producción para que se encarguen de planificar y diseñar la puesta en escena, el sonido y la iluminación, seleccionar los modelos, organizar las pruebas de vestuario, establecer el orden de

salida a la pasarela y conjuntar los accesorios, coordinar a los estilistas, peluqueros y maquilladores, y que se ocupen de la seguridad, el *catering* y la distribución de los asientos.

La mayoría de los diseñadores están al tanto de todo lo que hacen los equipos y dan el visto bueno, otros en cambio confían en los productores y lo dejan todo en sus manos dando solo las directrices básicas.

Miriam Ponsa, *diseñadora de moda*

Miriam Ponsa es una de las diseñadoras de moda más importantes de Cataluña. Su taller está en Manresa el cual ha pertenecido a su familia durante generaciones. Ha ganado diferentes ediciones de la pasarela 080 Barcelona. En la última edición, Miriam Ponsa ganó por presentar la colección de mayor creatividad y viabilidad del certamen.

¿Cuántos años tiene la empresa?
¿Está establecida en Manresa desde sus inicios?

Llevamos 13 años y estamos en Manresa, en el mismo espacio que mi bisabuela empezó la actividad textil.

¿Qué influencia tiene su espacio de trabajo (la antigua fábrica textil familiar) en los diseños de Miriam Ponsa?

El espacio significa mucho para nosotros, porque estamos en contacto continuo. En el imaginario de MIRIAM PONSA la influencia industrial está muy presente, sobre todo en la parte gráfica y de imagen. Ésta influencia determinada por el espacio y la historia familiar nos hace volver al pasado.

¿Sus colecciones están fabricadas con materias primas catalanas?
¿Todo su proceso de producción se hace en Cataluña?

Las materias primas las compramos en Europa, y es la producción de las piezas la que se hace en Cataluña. Con producción nos referimos al diseño, patronaje,

corte, confección, tinte, plancha y control de calidad. La distribución también se hace desde nuestro taller de Manresa.

¿A partir del diseño y la moda, podría recuperarse alguna parte del sector textil catalán?

Sí claro, toda la parte de técnicas de tejeduría, los conocimientos del trabajo textil tienen un valor fundamental, han sido parte de la historia del país y gracias a ello las familias podían comer.

¿Qué opina del nuevo carácter que ha adoptado la pasarela Barcelona 080 en las últimas ediciones? ¿Comparte el proyecto del Departament d'Empresa i Ocupació y el CCAM de combinar la participación de grandes marcas como Desigual, Mango, etc y diseñadores independientes para crear sinergias entre estas?

Es posible que la moda independiente no necesite de éstas marcas para su proyección, ya que a nivel comunicativo, el camino es totalmente diferente. En cambio, las empresas de moda masiva sí necesitan de una plataforma con propuestas muy creativas y fuertes que les ayude a buscar el sentido a su creación.

“Llevamos 13 años y estamos en Manresa, en el mismo espacio que mi bisabuela empezó la actividad textil”

DERECHA. ARRIBA. Miriam Ponsa ganó el premio de mejor colección la pasada edición de 080 Barcelona Fashion.

ABAJO. Colección de Miriam Ponsa ganadora con el nombre de “Dones Mula”



Proceso del diseño a la pasarela

Los diseñadores de moda, para combinar sus telas, crear e innovar, utilizan los bocetos, donde dibujan figurines, que son representaciones de figuras humanas estilizadas. Sobre ellos combinan diseños, formas y colores que les sirven de guía para crear las prendas en tamaño real, los patrones. Los modistos se encargan de copiar los patrones pequeños y hacerlos en tamaño real, los costureros se encargan de darle la forma a las prendas. La ropa de los grandes diseñadores, son prendas exclusivas que se forman en talleres de costura, la ropa de alta costura, si el caso lo

requiere se borda a mano, con las tecnologías actuales se han creado maquinas capaces de cortar las telas con láser, lo que facilita mucho el trabajo, las prendas que se envían alrededor del mundo en gran cantidad se elaboran en la fabrica, pero aún hoy en día, las prendas más exclusivas siguen siendo cosidas en los talleres particulares. De las prendas que se exhiben en las pasarelas se encarga el equipo junto al diseñador, ya que son prendas más que exclusivas que no se pondrán a la venta, se cosen en el taller del equipo y los últimos arreglos se hacen a mano.

ABAJO Y DERECHA. Costureros de Dior, al finalizar el desfile y en el backstage.

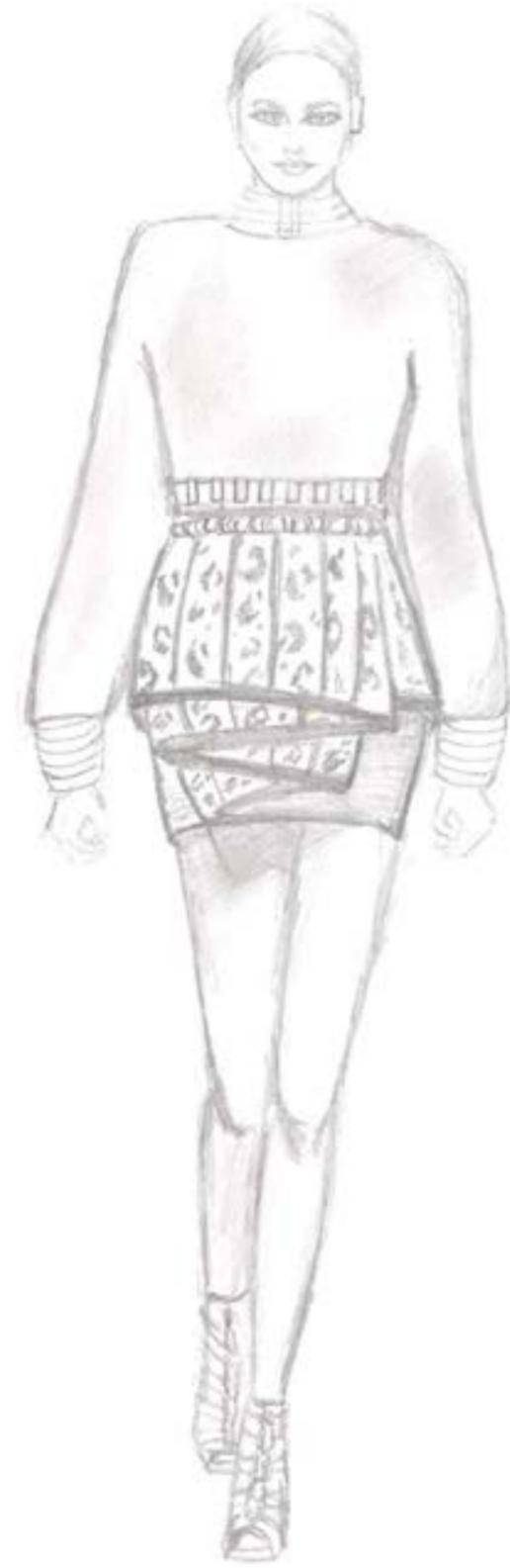


VALENTINO



FOTOGRAFÍAS. Ilustración de la firma Valentino para el desfile Fall / Winter 2013-2014 dibujado por Maria Grazia Chiuri and Pier Paolo Picciolo.





Mi conclusión final

Antes de empezar con este trabajo, recuerdo que me hice muchas preguntas hacia los puntos que había decidido poner y que con mis conocimientos no podía responder. Todos y cada uno de los apartados me han sido útiles para aprender más sobre este tema que tanto me gusta.

Al hacer una valoración final y ver el resultado, estoy muy orgullosa de la manera que he puesto en práctica toda la teoría y también con el resultado del proyecto de la maquetación.

He tenido pocas dificultades, debido a que internet está lleno de artículos muy interesantes hacia este tema y me han facilitado mucha información. Gracias a páginas como Vogue.com o Style.com he podido ver en imágenes todos los desfiles de años pasados. También me gustaría agradecer la colaboración de la modelo Neus Bermejo, jamás habría pensado que podría hacerle una entrevista a ella o al mismísimo director de moda de Cataluña y de 080 Barcelona Fashion, Miquel Rodríguez. Creo que he tenido mucha suerte por poder contar con la colaboración de personas tan importantes de este mundo y que ha sido crucial para la importancia que yo quería darle a este trabajo.

Todos los artículos han sido interesantes de realizar, pero uno de los que más me ha llamado la atención es el primero: historia y el origen, ya que no tenía muchos conocimientos de la historia y todo lo que he escrito han sido términos que desconocía. Probablemente es lo que más he aprendido y creo que es lo que tendría haber sabido más.

Para el resto de artículos también he encontrado mucha información nueva. Lo único que me ha quedado son ganas de seguir buscando cosas sobre este tema.

Pienso que he hecho una buena elección porque han sido muchos meses dedicándome realmente a algo que me apasiona y seguiría dedicándole horas.

Con este trabajo no he querido darle importancia a nadie, aunque suena típico que el que se lleve todos los aplausos sea el diseñador, pero me he dado cuenta que hay mucha más gente de la que me imaginaba dedicándose a lo que le gusta, desde editores de moda hasta maquilladores. De hecho son espectáculos que van más allá de ser un *show*; un desfile es ilusión, y también son ganas de trabajar y de disfrutar.



Bibliografía

Artículos online

es.wikipedia.org/wiki/Backstage

en.wikipedia.org/wiki/Lookbook

es.wikipedia.org/wiki/Showroom

<http://cargocollective.com/anacamus/Vogue-Espana-Diseno-y-maquetacion-Revista-de-moda-mensual>

http://cincodias.com/cincodias/2006/02/03/sentidos/1138937238_850215.html

<http://elatelierdemonica.com/moda-cuando-las-pasarelas-son-espectaculo/>

http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_models_who_died_during_their_careers_in_the_21st_century

<http://es.wikipedia.org/wiki/Outback>

<http://fashiontrends-1.blogspot.com.es/2011/12/los-primeros-desfiles.html>

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicaciones-dc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=120&id_articulo=578

<http://foros.vogue.es/viewtopic.php?f=36&t=129841&start=300>

<http://foros.vogue.es/viewtopic.php?f=36&t=28020&start=975>

<http://lookandfashion.hola.com/thebrowneyed-girl/20130131/historia-de-la-pasarela/>

<http://masalladelufc.blogspot.com.es/2011/10/como-hacer-un-desfile-memorable-en-5.html>

<http://negrowhite.net/new-look-de-christian-dior-la-revolucion-de-la-moda/>

http://www.ehowenespanol.com/vida-diaria-disenador-moda-info_280000/

<http://www.entremodelos.com/revista/2007/11/19/entrevista-a-natalia-pereyra-modelo-internacional/>

http://www.livestrong.com/es/organizar-desfile-moda-como_4783/
106

<http://www.mariodelarenta.com/2013/05/fashion-sketches-2013.html>

<http://www.trendencias.com/noticias-de-la-industria/dior-cumple-65-anos>

<http://www.uaa.mx/centros/ccdc/cuaadrilla/?p=1108>

www.style.com

www.vogue.com

www.vogue.es

Videos

<https://www.youtube.com/watch?v=X5wFQkssrJM>

Libros

Lo que las modelos callan. Christine Hart

Desfiles de moda: diseño, organización y desarrollo. Estel Vilaseca

Revistas

Vogue colecciones septiembre 2014

Vogue enero 2015

Vogue septiembre 2014

Anexo

VOCABULARIO

Backstage: *en expresiones tradicionales como entre bambalinas y tras bambalinas. Como referencia, tanto física como ideológica, a los espacios y aspectos del show que no ven los espectadores.*

Showroom: *Se llama showroom, sala de exposición o, abreviadamente, exposición a un espacio en el que el vendedor o fabricantes exponen sus novedades a los compradores.*

Maniqués: *era como se les llama en el siglo XX a las modelos, actualmente algunos diseñadores aún las llaman así.*

Lookbook: *es una colección de fotografías recopiladas de un modelo, un fotógrafo, un estilo o estilista, o una línea de ropa.*

Scouting: *es cuando las agencias solicitan a modelos y chicas con o sin experiencia se ponen en contacto.*

Direct Booking: *es cuando un modelo es contratado sin haber hecho un casting previo, los modelos de mas prestigio suelen desfilan con direct booking.*

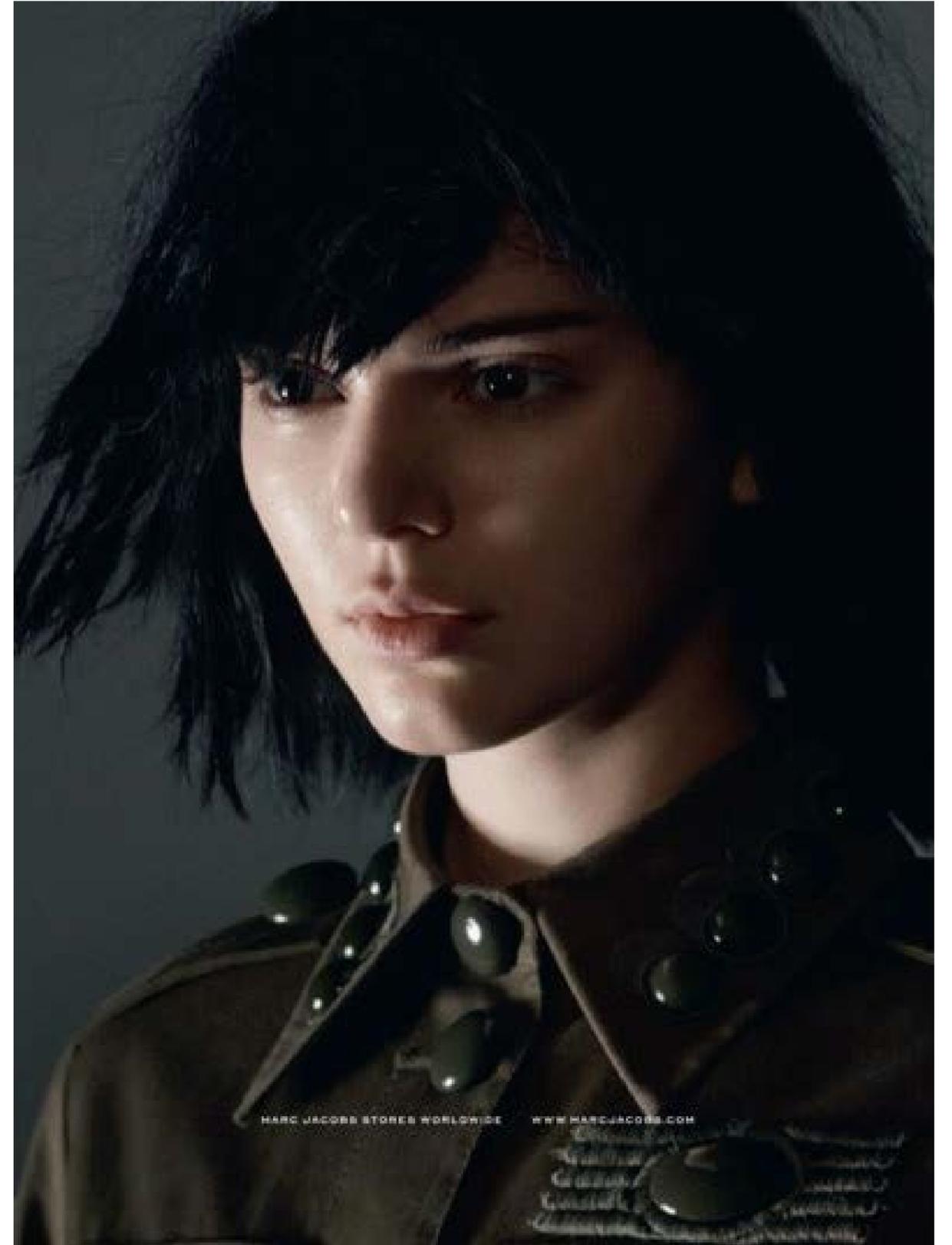
Book: *es similar al lookbook pero en este caso, un book es la recopilación de fotografías de una modelo.*

Front- Row: *son las primeras filas de un desfile, protagonizada por la prensa más selecta, los mejores clientes y celebridades.*



BALMAIN

PARIS



DOLCE&GABBANA.IT



DOLCE & GABBANA

