

FN

FASHION NEWS

www.fashionnews.com.mx

AÑO 17

144

JUNIO

2023

MÉXICO



No Name

Contenido

NUESTRA EDICIÓN #144

01

DEL EDITOR - ¡ADELANTE!

IM Mentoring, programa que va de la mano entre IM Intermoda, Benito Santos y CANAIVE

02

REFLEXIÓN - MBFW JALISCO

La importancia que tiene y a donde va MB Fashion Week Jalisco

03

LA NOTICIA

Arranca el Concurso Styling Cotton Ready to Wear Talent - talentos mexicanos

04

NUESTRA PORTADA #144

No Name by Jonatha Morales, el diseñador tapatio que transforma la moda

05

DETALLES EL CONCURSO COTTON

El 17 de mayo se hizo el lanzamiento del Concurso Styling Cotton Ready to Wear Talent

06

MB Fashion Week Jalisco

Se consolida MBFW Jalisco con talento Jalisco y con propuestas inéditas.

07

INTERMODA A LA VISTA

Lo que sigue es la exposición de negocios de moda en Expo Guadalajara

Del editor

Sobre IM Mentoring

Los proyectos en la industria de la moda son muy importantes, y no nada más los de la moda sino que, en todas las Industrias, debe existir una visión hacia futuro.

Es así, como hace tan solo unos días, los organizadores de intermoda a través de su presidente, Jorge Castellanos, informaron a los medios la creación de IM Mentoring, proyecto que va de la mano de Benito Santos, diseñador de gran trayectoria.

El proyecto consiste en la alianza entre IM Intermoda, CANAIVE Jalisco y Benito Santos para dar asesoría a 5 diseñadores emergentes y conducirlos a crear colecciones comerciales y proyectarlos a través de Intermoda. ellos son, Paulina luna, Miguel Pánuco, Ulises Zepeda, Jacobo sin A y Raúl Orozco.

En este caso y muchos otros, lo difícil no es lanzar un proyecto, sino mantenerlo, evidentemente, bajo la tutela y supervisión de Benito Santos, los diseñadores mencionados lograrán los resultados esperados, pero es importante enfatizar lo mencionado por el presidente de IM Jorge Castellanos "El objetivo es comercializar los productos y generar ventas en beneficio de los mismos diseñadores y que esto les permita capitalizarse, ganar experiencia y proyectarse correctamente tanto al mercado nacional como el Internacional".

Estaré atento a la evolución y desarrollo de este trabajo que ante todo me causa mucha curiosidad porque me gustaría mucho saber qué es lo que vendrá y cómo se le dará forma a las generaciones venideras de Im Mentoring y repito, lo difícil no es generar ideas sino plasmarlas y mantenerlas a largo plazo.

Gracias.



Rubén Díaz, Editor y Director General de FN Fashion News Mx





Reflexión

Sobre Mercedes Benz Fashion Week Jalisco

Lo vasto de la moda mexicana, es la inclusión de diseñadores originarios de diversas partes del país, el mundo creativo de la moda mexicana no se limita a tan solo una región, sino por el contrario, los hay de diferentes puntos de la república.

Sin embargo, Jalisco, destaca por el fuerte movimiento de moda que ha tenido, probablemente desde los años 70s, importantes diseñadores como Ricardo Santana, Julio Chávez, Jesús Ochoa y muchos otros más le han dado un nombre relevante al movimiento de moda tapatía.

En la evolución del tiempo y llegando a la tercera década del siglo XXI, surgen, aún más, diseñadores con gran talento y de una fuerte proyección nacional e internacional. Es por eso que la organización líder en México, en cuanto a propuestas de moda se refiere, puso los ojos el pasado mes de abril en el estado de Jalisco, realizando así, en Guadalajara, capital del estado, el Mercedes Benz Fashion Week Jalisco.

Los protagonistas fueron los diseñadores jaliscienses Paulina Luna, Julia y Renata, la marca Toronero, Abel López, Olmos y Flores, Jonathan Morales y Alfredo Martínez. Podemos asegurar que el evento fue todo un éxito, estamos seguros que las presentaciones tanto en producción como en propuestas de moda llegaron a niveles sumamente altos.

La pregunta aquí es ¿qué es lo que está por venir? Seguramente tendremos que reflexionar sobre las bases de la moda Jalisciense para darnos cuenta de que lo que vendrá es mucho y seguramente se integrarán aún más los diseñadores, modelos, productores, maquillistas



STYLING COTTON

Ready-to-Wear Talent.



La noticia

STYLING COTTON:

Ready-to-wear Talent

Llega a la moda mexicana un concurso más, solo que, en esta ocasión, bajo la dirección de la reconocida empresa internacional Cotton Incorporated México.

Los organizadores, han mencionado que *"Es una iniciativa exploratoria de creatividad con sentido comercial"* y es aquí donde inicia lo interesante, ya que, por lo general, la mayoría de los concursos, han sido como una *"Desfile de disfraces"* aunque, es importante aclarar que todo es válido, ya que los principales convocados, han sido, tradicionalmente, los estudiantes de diseño.

Para la contienda en curso de Cotton Inc. los elegidos son diseñadores emergentes, ya profesionales, con cierta trayectoria y que ya tienen un nombre o una marca reconocida o en proceso de serlo.

Lo interesante será ver lo que harán estos(as) diseñadores(as) con las telas que la empresa mencionada les proporcionará para hacer realidad sus bocetos basados en ilustraciones y trazo plano.

Evidentemente, todo deberá ser en algodón, lo cual, representa, un llamado a la sustentabilidad, con un mensaje dirigido a nuestra sociedad para que, consuma prendas hechas en telas con algodón.

Será interesante ver el resultado en cuanto a diseño y la conciencia del uso de esta maravillosa fibra natural.

Deseamos que este concurso sea todo un éxito y que, los que están por venir, logren un éxito aún mayor en beneficio del diseño y el consumo de esta preciada fibra.



Nuestra Portada

... ES PARA JONATHAN MORALES

NO NAME

Conocí a Jonathan probablemente en el 2006 o 2007 en el Hotel Camino Real de la Ciudad de México, cuando en dicho recinto tenía lugar el Fashion Week México, organizado, en aquel tiempo, por Andrés Patiño.

Fue una sorpresa para mí, primeramente, ver su desfile, lleno de creatividad, con un enfoque muy juvenil con mucha proyección, muy buena interpretación de las formas y paleta de color y con unos diseños de zapatos espectaculares. El tema, sinceramente no lo recuerdo, lo que sí pensé fue que Jonathan Morales, en ese preciso momento, se perfilaba para ser uno de los grandes diseñadores de la moda en México.

Mi sorpresa fue mayúscula, cuando me enteré, que el creativo en mención, era originario de la ciudad de Guadalajara, y más aún cuando supe que era egresado del Centro Superior de Moda, fundado y dirigido, desde hace ya mucho tiempo por Edith Martín.

El tiempo pasó, iniciamos una amistad, en ocasiones me presto zapatos para hacer editoriales y Jonathan dio mucho de qué hablar, a través de sus diseños, por supuesto, en La Perla Tapatía. Fue premiado como diseñador orgullo de Jalisco en Minerva Fashion, desfiló en Intermoda, Modama y algunos otros eventos en Guadalajara, esos fueron parte de su plataforma de despegue y, por supuesto, su gran talento, lo fue consolidando como un importante

diseñador en local. Pero, habría que incursionar en "Las Ligas Mayores de la Moda" y ese objetivo solo se podía lograr en la Ciudad de México. Probablemente Jonathan Morales llegó a la capital del país en el 2012 o 13.



De alguna forma nuestra organización editorial le perdió la pista por un tiempo, eso no quiere decir que el diseñador se haya perdido, sin embargo, a través de redes sociales nos mantuvimos en contacto y mi reconocimiento siempre ha sido para él a pesar de que en ocasiones no comulgo con su forma de crear y los conceptos que él enfoca, pero reconozco fielmente que es un creativo que gusta a las mayorías y que yo admiro.

Mercedes Benz Fashion week Jalisco, marca para Jonathan el regreso a su tierra pero en una plataforma altamente reconocida y con una proyección nacional e internacional, bien merecido la presencia de este diseñador que ha dado nombre no nada más a la creatividad de Jalisco sino también a la evolución de la moda mexicana y de proyección internacional.

Es por eso que nuestro equipo editorial, en un consenso altamente democrático, elegimos tener nuestra portada de los meses de mayo y junio con un diseño de Jonathan Morales, un joven que seguramente se proyectará aún más dentro del mundo del diseño internacional y seguramente en poco tiempo estará dándonos muchas y gratas sorpresas.

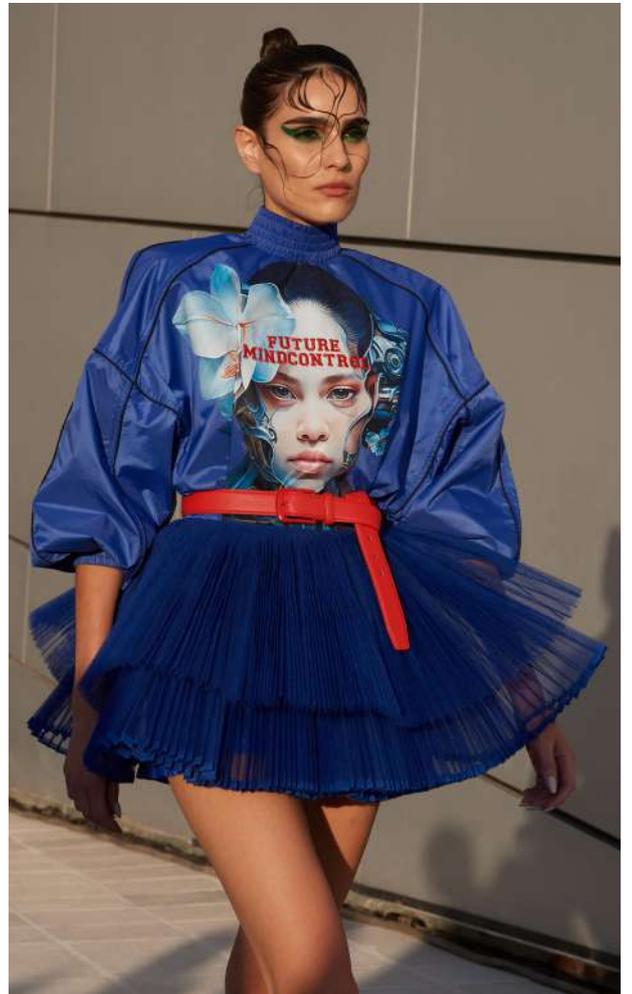


Jonathan Morales

021



Jonathan Morales

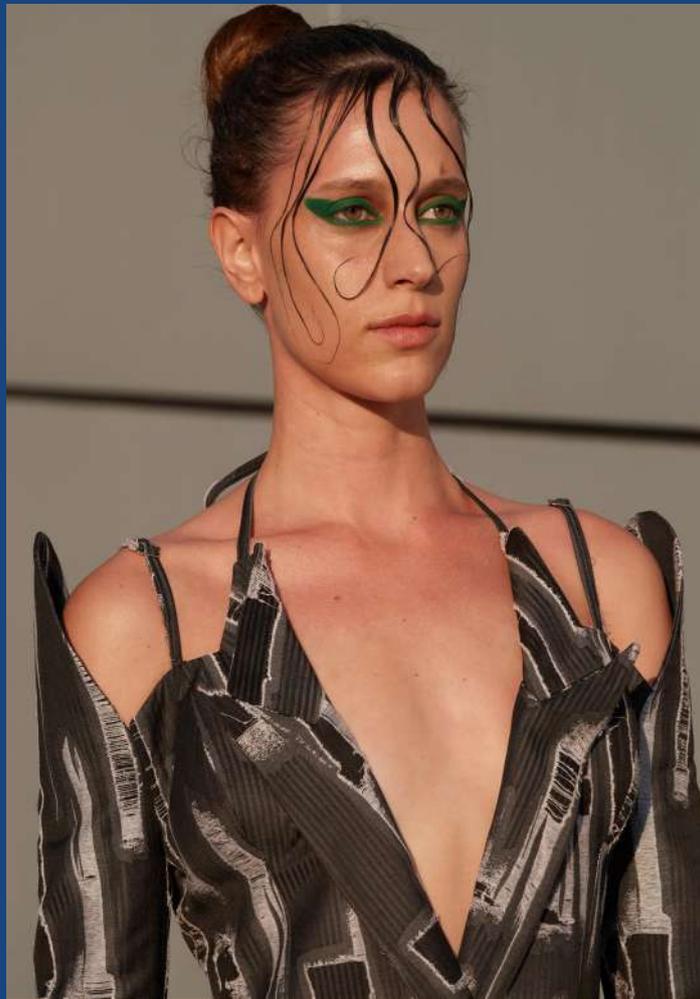


Jonathan Morales











Jonathan Morales





Francisco Cancino

Jonathan Morales



COLECCIÓN XIII

Mercedes-Benz Fashion Week Jalisco culminó con un desfile lleno de innovación y conciencia ambiental de la mano de la marca NoName y de Brother. Su colección "XIII" es una oda a la atemporalidad, la deconstrucción y la sostenibilidad, demostrando que la moda puede ser atractiva y responsable al mismo tiempo.

La fusión de lo urbano con la depuración textil resultó en piezas completamente únicas y análogas, lo cual refleja la creatividad y el compromiso de la marca con el medio ambiente. Además, el concepto de un futuro utópico que se menciona en la colección está presente en la estética, donde la nostalgia del arte clásico se mezcla con elementos de la cultura pop.

No solo la moda fue destacada en este evento, sino también la participación de Grupo Requiez y Labenze Design Furniture en el front row, creando un ambiente lleno de diseño industrial y moda. El lugar elegido para el evento, PALCCO, uno de los complejos más importantes de la Zona Metropolitana de Guadalajara, fue un escenario perfecto para la creatividad y la innovación presentadas en el desfile.

En conclusión, la colección "XIII" de NoName, presentada en la Mercedes-Benz Fashion Week Jalisco, es una muestra de que la moda y la sostenibilidad pueden coexistir en armonía, y nos invita a reflexionar sobre la importancia de ser responsables con nuestro planeta.



STYLING COTTON:

Ready-to-wear Talent.

La iniciativa que promete llevar el talento al ámbito comercial

Cotton Incorporated, recibió en sus oficinas, a 14 diseñadores participantes en "STYLING COTTON: Ready-to-wear Talent, Exploratoria de Creatividad con Sentido Comercial".

Tamara Becerra, "Executive Account Manager" de Cotton, expresó "El objetivo es inspirar a la industria por medio de los creativos, haciendo prendas comerciales con el toque de diseño que tiene cada uno de ellos. Además de comunicar todo lo que la fibra del algodón les puede ofrecer."

A través de la Cámara Nacional de la Industria del Vestido y su delegación Jalisco, CITEX y Laura ERRE se convocó a los diseñadores y se eligieron 14, analizando sus contenidos en redes sociales y su trayectoria.

En las oficinas de la empresa COTTON INCORPORATED de la ciudad de México, se reunieron los 14 elegidos para que les fueran comunicados todos los detalles del concurso y para que seleccionaran una o dos telas de algodón de tejido de punto o plano y que, a partir de ellas, hagan una propues-

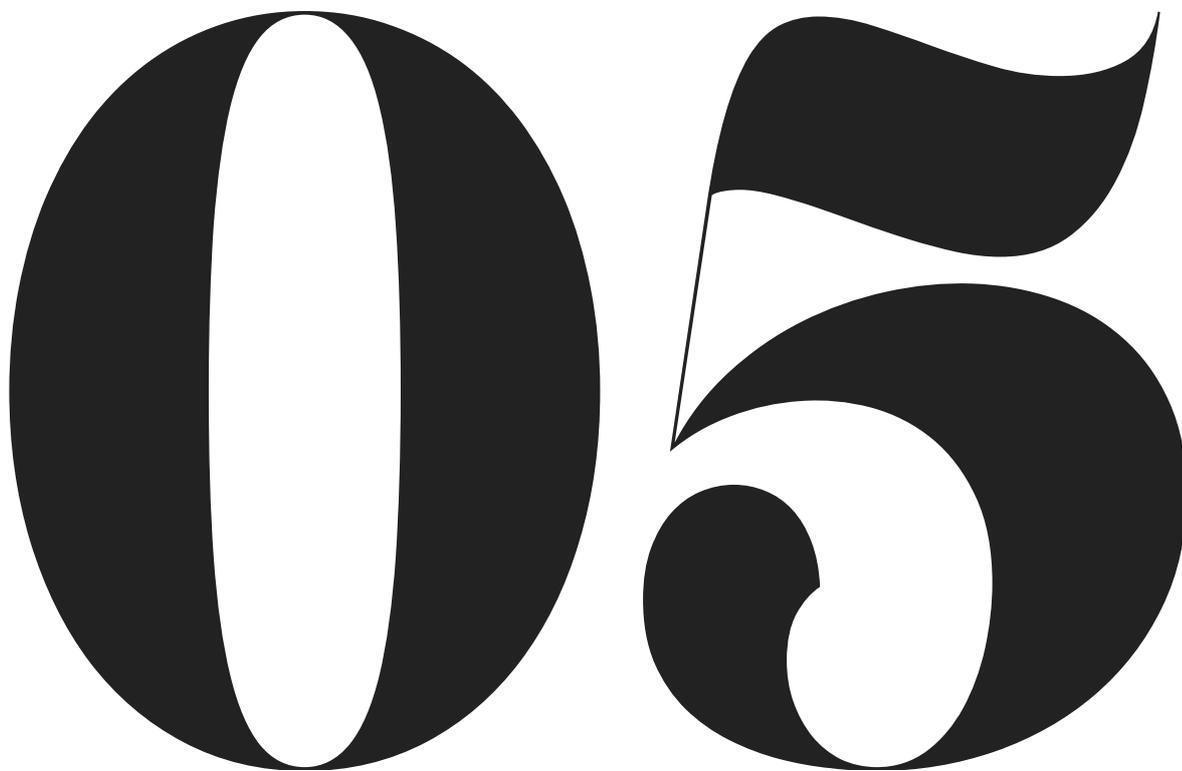
ta de un look (una o dos prendas) que se puedan visualizar en el piso de venta de tiendas dentro o fuera del territorio nacional. Tendrán hasta el 12 de junio para mandar su propuesta, ya que la selección se hará entre el 14 y 22 de junio.

El look que tienen que crear, debe ser comercial, para una marca, tiendas o almacenes departamentales, no para un desfile ni boutique. Puede ser atemporal, género indistinto y la talla que los diseñadores elijan.

Para la fase 1, deben presentar ilustraciones, trazo plano y descripción de la prenda, de acuerdo al mercado para el cual diseñaron.

Para la fase 2, los diseñadores recibirán la tela que escogieron para confección de las prendas, les serán enviadas entre el 26 y 30 de junio. Del 1 de julio al 4 de agosto confeccionan y envían las prendas al corporativo de Cotton Incorporated México.

Para la fase 3, entre el 7 y 25 de agosto el jurado evaluará las prendas; los resultados se darán a conocer el 28 agosto. Tres de ellos serán los finalistas.





Los(as) Diseñadores(as) en la selección de telas para desarrollar la propuesta de sus creaciones

El primer lugar se ganará mil dólares, un viaje al corporativo en Cary, Carolina del Norte en donde conocerán más sobre Cotton Incorporated, sobre la fibra y sus actividades, además, también tendrá derecho a un viaje a Nueva York, donde se estudian las tendencias y convivirá con el equipo de Fashion Marketing. Su creación estará en la portada de FN FASHION NEWS y así mismo tendrá una entrevista. Es importante señalar que el o la ganador(a) será embajador y vocero del algodón, fibra esencial, evidentemente, de Cotton Incorporated.

El segundo lugar obtendrá \$750 US, cobertura en redes sociales y YouTube. El tercer lugar ganará \$500 US y cobertura durante el proyecto.

Los diseñadores ganadores tendrán contacto con la "Industria del Retail". Sus prendas se digitalizarán en 3D, llevarán una etiqueta con el nombre del diseñador y su marca, además del código QR promocionando la iniciativa 3D que Cotton Incorporated está impulsando en su página web CottonWorks™. También, estará en juntas y eventos así como en exposiciones de Latinoamérica.

El jurado estará integrado por tres expertos ejecutivos de grandes tiendas y marcas de importancia nacional y dos especialistas en Sourcing y manu-



Jaime Flores, Director Senior de Cotton Incorporated para América Latina, explicando a los asistentes los detalles del concurso



Lourdes Pérez, Tamara Becerra, Anette Castro, Jaime Flores, Laura Erre, Marisol Conover y Ángel Grave durante el lanzamiento de Styling Cotton Ready to Wear Talent.

factura de prendas.

Entrevistamos a cada diseñador y la pregunta general fue, ¿Se te hace complicado crear una prenda comercial pero que a la vez sea ganadora? A lo que la mayoría contestó que no lo encontraban difícil, ya que entendían a la industria del vestido como un negocio.

Los diseñadores son: Ángel Grave de ANGEL GRAVE (CDMX), Samira Hadad y Yeye Esteban de SAMIRA & REGEANE (CDMX), Ángeles Lozano de ANGELOZANO (Guadalajara), Edgar Aguilera de EDGAR AGLRA (CDMX), Stephania Vega de HONO (CDMX), Gloria Trejo de ALMAH BLANCA (Guadalajara), Lucía Jiménez de LUCHAJIMÉNEZ (Guadalajara), Christilla Tamagnan de KRISTILLA (CDMX), Elizabeth Salim de SVLIM (Guadalajara), Joana Martínez de GIRANIO (Guadalajara), Daniela Ruíz y Jessica Gutiérrez de OJO SAGRADO (Puebla), Liz Cobos de COBOLI (CDMX), Paulina Yáñez de OTTO (León) y Adriana Magno (Hidalgo).



MB Fashion Week Jalisco

Jalisco marcó el inicio de Mercedes-Benz Fashion Week en 2023. Contrario a otras ediciones fuera de la Ciudad de México, la ubicación de esta edición representó la cúspide de una estructura multi sede de la plataforma y no es para menos: Guadalajara se perfila como uno de los espacios creativos más relevantes del país.

La moda y las industrias creativas como el diseño, arte, gastronomía, arquitectura son solo algunas de las disciplinas que definen a Jalisco como punto de partida de un momento clave para la plataforma: el de la transformación.

La campaña dedicada a esta edición, Metrópoli, se presenta como una serie de imágenes con una intención precisa: mostrar a Guadalajara desde una visión contemporánea que reúne la tradición y la modernidad.

Mercedes-EQ se mantuvo como el eje narrativo mostrando al diseño como un puente hacia

a la sostenibilidad y la tecnología con un modelo que se acerca a las nuevas generaciones: EQB.

Con dos iconos de la industria de regreso, Ale Infante y Ale Aceves, la campaña de MBFW Jalisco se perfila como una celebración al talento tapatío dentro de un lenguaje que saca al Estado de lo tradicional, sin obviar su historia, pero con un foco claro a los rostros jóvenes e icónicos de la ciudad.

En Metrópoli colaboraron con Bulgari, una de las marcas clave en la alta joyería, con una selección de piezas para de su icónica colección Serpenti para anunciar su regreso a la capital tapatía.

En conclusión, Metrópoli representó el inicio de una nueva era para la plataforma y confirma a MBFW Jalisco como la revelación de la transformación, la innovación que está impulsando a la industria de la moda mexicana.

MB





Paulina Luna

Paulina Luna busca nuevos retos y formas de expandir su conocimiento e innovación en la industria, de una manera conceptual y diferente ante el arte y la arquitectura su mayor pasión. Crea sus propios retos con su esencia utilizando elementos visuales que ayudan a complementar sus creaciones. Y además siempre ha destacado su manera de crear por su compromiso a la reducción de la huella ecológica utilizando materiales que contribuyan y haciendo piezas en cantidades limitadas.

Nació en Guadalajara, Jalisco. El 6 de octubre de 1992. Egresada de la licenciatura en diseño de modas en el año 2015. En 2017 fundó su marca homónima Paulina Luna, parte de su ADN es la experimentación de cada pieza, ir más allá del diseño. La arquitectura es un papel muy importante en sus colecciones y

la conceptualización es clave principal de ello, durante su infancia, tuvo mucho contacto con el arte y la arquitectura. Acompañando a su padre el arquitecto Héctor Luna,

Busca romper estereotipos sociales desarrollando diferentes conceptos para lograrlo, ha creado una marca contemporánea y conceptual.

En 2020 abre su primera casa atelier en Guadalajara, la marca ha tenido presencia en México, Nueva York y Londres. Presentando en México Minerva Fashion, Intermoda, USA Fashion Week Chicago. Menciones en artículos con WGSN con el concepto casa l'atelier.

En algunas revistas internacionales presentes como Vogue México, Glow Haunted Magazine, Chapelle Magazine, Cream Magazine, Harper's Bazaar, entre otras.



Lorena Saravia



Lorena Saravia es considerada una de las mejores diseñadoras mexicanas a nivel internacional. No solo tiene un estilo y diseño consistente, pero sus colecciones son altamente aclamadas y documentadas por la prensa.

Lorena obtuvo su Lic. en Diseño de Modas de la Universidad Felicidad Duce en Barcelona, España. Antes de abrir su propia firma, trabajó con marcas como Bread and Butter Barcelona, GSTAR-RAW y el famoso diseñador mexicano Macario Jiménez.

Inaugurada en el 2010 en la Ciudad de México, Lorena Saravia es una marca de alto diseño de ropa, zapatos, y accesorios.

Inspirada por el estilo de vida de mujeres contemporáneas, la marca se distingue por sus siluetas atemporales, elegantes, y versátiles.

Siempre en la búsqueda de materiales de la más alta calidad y del desarrollo de estrategias sustentables, Lorena Saravia también sobresale por su colaboración con artesanos mexicanos como un reconocimiento a su herencia y apoyo a comunidades locales.









Julia y Renata

La participación de Julia y Renata Franco en Fashion Week México ha sido una muestra de su amor por la ciudad de Guadalajara, que se refleja en su colección. Las prendas atemporales y las siluetas sin género muestran la habilidad de estas diseñadoras para crear piezas que pueden ser llevadas por cualquier persona, independientemente de su género o edad. Además, la combinación de indumentaria clásica y funcional para la vida urbana es una propuesta fresca y novedosa en el mundo de la moda.

La atención al detalle en la confección de cada pieza de la colección es evidente en el uso de telas de alta calidad y la selección de colores sobrios y elegantes.



Asimismo, su colaboración con el artista mexicano Frank Zapata, para generar zapatos-pandereta eleva aún más las piezas al nivel de arte. La habilidad de Julia y Renata para crear una colección cohesiva que transmite una visión clara y unificada es una muestra de su talento y experiencia en el mundo de la moda.

Julia y Renata Franco en Fashion Week México es una muestra de la creatividad y el talento de estas diseñadoras, que han logrado plasmar su amor por Guadalajara en prendas funcionales y atemporales. La atención al detalle y la cohesión de la colección demuestran su habilidad para crear piezas únicas que atraen la atención de los amantes de la moda.

tes de la moda.



Toronero

TORONERO nace como un proyecto escolar en el cual se buscaba retomar el folklore e identidad de la Charrería y la NeoArtesanía.

En sus inicios se presentó una colección cápsula que constaba de distintos modelos de calzado, cinturones y bolsos de piel.

En 2017 se estableció la marca en Guadalajara con un pequeño showroom en la colonia Americana.

En 2018 cambiamos de sede a León, Guanajuato, donde se incubó la marca de la mano de artesanos, zapateros y personas de la industria de la piel y el calzado generando vínculos con talleres comprometidos con la calidad.

En 2019 y después de visitar la ciudad para formar parte de Bazares y Boutiques Emilio y David deciden establecerse en Ciudad de México, lugar donde la marca define su ADN e identidad al incorporar elementos urbanos a su estética campirana y western dando como resultado piezas con una visión contemporánea y alineada a las tendencias globales, pero a su vez con congruencia a los valores y visión de la marca.

TORONERO busca que cada una de sus piezas tengan la mejor calidad de materiales y mano de obra, sin dejar de lado la innovación y propuesta, al estar constantemente trabajando en el control de calidad y en búsqueda de nuevos materiales y siluetas.

TORONERO ha estado presente en las principales boutiques en ciudad de México, Guadalajara, Tulum y Nueva York con clientes de diversas nacionalidades y ha contado con boutiques y pop up stores propios, teniendo como sede nuestro estudio en Hipódromo Condesa.

Después de 6 años TORONERO cuenta ya con un ADN bien definido, siendo este un sincretismo que comparte con sus creadores, la visión de nuestros orígenes en los Altos de Jalisco combinados con un gusto por la moda internacional y las tendencias, así como nuestro tiempo vivido en Guadalajara, Ciudad de México y el extranjero, dando como resultado una propuesta que si bien tiene inspiración en un México antiguo, tiene los ojos bien puestos en la multiculturalidad y el eclecticismo, y que busca posicionarse en el mercado global de lujo.





Abel López

Desde los distintos puntos de sujeción de las aeronaves suceden características de ensamblajes perfectamente alineados, geometrías variables, alas delta, turborreactores y puntas aerodinámicas. Los ejemplos de ensamblaje de las naves supersónicas son el concepto de inspiración del cual surge esta colección.

La colección otoño-invierno 2023 incluye looks seductores para una mujer multifacética y poderosa que trata de sacar su mejor versión en cada momento. Aires de sutileza y armonía interpretan la parte más emblemática de la firma, siendo su pilar principal: la femineidad.



Destacan los blazers de hombreras anchas y entalles en cintura en colores neutros, pantalones de corte masculino en binomios y degradaciones, camisería de corte lineal abotonada, vestidos volátiles estructurados con volantes asimétricos buscando la forma aerodinámica, trajes para la oficina y para invitada.

Una paleta de colores que van desde el azul Raf o azul de la fuerza aérea, marfiles de pintura al horno, caquis desenfadados, negros con profundidad y acentos en color fire, es plasmada en tejidos como lanas, sedas, algodones, cáñamos, y linos en distintas tramas y efectos.







Olmos y Flores

"La esencia de Olmos y Flores radica en la representación de la cultura mexicana desde una perspectiva contemporánea."

Olmos y Flores es una marca de ropa mexicana bajo la dirección creativa de la dupla de diseñadores, Víctor Olmos y Ali Flores, establecida en 2009 en Guadalajara, Jal.

El ADN de la marca consiste en una estética particular, llena de sensualidad, drama y pasión; busca la libertad de expresión individual de aquel que porta sus diseños.

La inspiración más grande de Olmos y Flores siempre ha sido y será México, en cada una de las prendas podemos encontrar sus valores y cultura desde una pers-

pectiva diferente y moderna, con cada una de nuestras colecciones buscamos ser parte de esta nueva mexicanidad.



A lo largo de 11 años de trayectoria se ha trabajado desde nuestras raíces e identidad mexicana, hablando de sus colores, sabores, costumbres y texturas, de los íconos mexicanos que nos han representado y que enseñamos con orgullo.

Uno de los objetivos más importantes de la marca es retomar y conservar el valor de nuestras raíces y oficios que nos hacen sobresalir, por esto en cada colección integramos trabajos artesana-

les que nos identifican internacionalmente, como el tejido de palma y los telares hechos manualmente.

Alfredo Martínez

Para esta temporada de Otoño Invierno 2023 Alfredo Martínez está inspirado principalmente en la fuerza y sensualidad de personajes femeninos de los thrillers icónicos del cine como Kim Bassinger, Sharon Stone, Charlotte Rampling, Demi Moore, Angie Dickson por mencionar algunos, y la iconografía del libro de Sexo de Madonna por Steven Meisel.

En esta colección la mujer toma un protagonismo de heroína de cine, algo que toda mujer posee en la vida real, la carga emocional y pasional en cada momento de la vida diaria juega un papel que se convierte en eje principal para Alfredo Martínez que se transforma en sensualidad.

Las prendas al igual que el lanzamiento del libro SEX de Madonna tratan de quitar paradigmas y es-

tigmas. La visión de Alfredo Martínez en conjunto con el BDSM trata de analizar los roles eróticos en las relaciones siempre enfatizando la visión de la marca: el poder, la elegancia y la autonomía de la mujer.

Compuesta por 35 Looks, los materiales principales son piel, charol, brocados, seda y textiles que enfatizan la silueta femenina. Negro, Blanco, Azul Rey, Rojo y plata es la paleta que compone y fusiona la colección.

Los accesorios juegan como un personaje fundamental en la historia de la colección. Alfredo diseñó en esta ocasión joyería especial que comprenden aretes, pulseras y collares.





Intermoda

Negocios de moda

Del 18 al 21 de julio





Jorge Garibay

Para esta temporada de Otoño Invierno 2023 Alfredo Martínez está inspirado principalmente en la fuerza y sensualidad de personajes femeninos de los thrillers icónicos del cine como Kim Bassinger, Sharon Stone, Charlotte Rampling, Demi Moore, Angie Dickson por mencionar algunos, y la iconografía del libro de Sexo de Madonna por Steven Meisel.

En esta colección la mujer toma un protagonismo de heroína de cine, algo que toda mujer posee en la vida real, la carga emocional y pasional en cada momento de la vida diaria juega un papel que se convierte en eje principal para Alfredo Martínez que se transforma en sensualidad.

Las prendas al igual que el lanzamiento del libro SEX de Madonna tratan de quitar paradigmas y es-

tigmas. La visión de Alfredo Martínez en conjunto con el BDSM trata de analizar los roles eróticos en las relaciones siempre enfatizando la visión de la marca: el poder, la elegancia y la autonomía de la mujer.

Compuesta por 35 Looks, los materiales principales son piel, charol, brocados, seda y textiles que enfatizan la silueta femenina. Negro, Blanco, Azul Rey, Rojo y plata es la paleta que compone y fusiona la colección.

Los accesorios juegan como un personaje fundamental en la historia de la colección. Alfredo diseñó en esta ocasión joyería especial que comprenden aretes, pulseras y collares.



Alejandro Gutiérrez

Personaje del mes de mayo

Realizar una muestra de moda mexicana no es una tarea sencilla, sino por el contrario, es una labor bastante complicada ya que convocar, reunir y organizar piezas creadas por diseñadores mexicanos, bajo conceptos artesanales contemporáneos, en una amplia variedad de textiles, es algo que requiere la inversión de mucho tiempo, dedicación y esfuerzo.

Alejandro Gutiérrez un joven dinámico, radicado en la ciudad de Guanajuato, Gto. Y un gran valor de la moda mexicana, se ha dedicado a reunir y presentar alrededor de 50 diseños mexicanos y dos colombianos que fueron exhibidos en la capital del Mediterráneo Barcelona. Interesante es saber que 9,000 visitantes asistieron a la muestra de moda mexicana en los últimos 4 años consecutivos.

Todo inició el 3 de mayo en la sala de exposiciones del Centre d'Artesanías de Catalunya, Organismo del gobierno nacional mediante una exposición temporal gratuita y abierta a todo público. Esta presentación mexicana inició con un desfile al cual asistieron reconocidas personalidades del ámbito cultural barcelonés y catalá.

La inauguración, la presentación del desfile y la curaduría son sin duda factores muy importantes ya que la calidad de la exhibición juega un papel fundamental en el éxito de la "Muestra de Moda Mexicana" y esto, a la vez, permite una gran difusión del "Que" y "Cómo" se está haciendo, en México, el diseño local. Además, es importante resaltar que muchas de las piezas fueron creadas por "Manos Mágicas de Artesanos" y transformadas por los diseñadores para crear prendas contemporáneas, logrando así, una nueva conceptualización del diseño, mismo que fue el punto central de esta muestra en el viejo continente.

Qué mejor que el esfuerzo de Alejandro, quién busca la promoción cultural fuera de nuestra fronteras y que busca poner muy en alto el nombre de nuestro país, en cuanto a diseño se refiere y que ya no nada más lo busca sino que lo ha logrado.

Es por eso que el equipo editorial de FN Fashion News y por decisión unánime, decidimos dar un reconocimiento y nombrar a Manuel Alejandro Gutiérrez Torres como el personaje de mes de mayo 2023.

¡Felicidades y que vengan más éxitos con tu valiosa labor!



¿Qué viene?

INTERMODA 79

¡Nos vemos del 18 al 21 de julio en Guadalajara!

