

MADRID SE VISTE CON LA MODA ESPAÑOLA

Verino ha inaugurado este jueves **la MBFWM** con un desfile en la sede del Gobierno de Madrid • Esta pasarela es la primera que dirige **la periodista Charo Izquierdo**, que tiene entre sus objetivos **internacionalizarla** • Juan Duyos ha celebrado con GENTE **sus 20 años en el mundo de la moda**



S

u móvil no para de sonar ni de recibir whatsapps. Se nota que solo faltan unos días para la cita con la moda en Madrid y que hay que cerrar todos los flecos. Pero ella está serena, a pesar de que se enfrenta a su primera vez como directora de la Mercedes Benz Fashion Week Madrid (MBFWM). Esta es una edición de tránsito, pero Charo Izquierdo tiene claro que, a partir de septiembre, hay que ir más allá. De hecho, su presencia se podrá observar ya en esta, con el paso adelante que han dado muchos diseñadores, con los que ha acordado salir de la zona de confort, y con la decisión de abrir la pasarela con Roberto Verino, mostrando la colección que se está vendiendo en las tiendas y no la de la siguiente temporada, como es habitual. Todo un camino lleno de retos por delante para una periodista que tiene en su haber la dirección de 'Yo Dona' y la puesta en marcha la web de Telva, Estarguapa.com. Ahora se ha pasado al otro lado, pero tiene claro que los medios de comunicación serán fundamentales para ayudarla a lograr sus objetivos. Mucha suerte.

¿Cómo afronta su primera MBFWM como directora?

Con mucha ilusión y pasión, que son dos cosas inherentes a mí. También, como no soy una temeraria, con un cierto vértigo porque quiero que no falle nada, que todo vaya bien, en definitiva, que sea una gran edición.

¿La ilusión surge del deseo de querer cambiar y hacer cosas nuevas?

Para mí, eso es básico. Necesito esa emoción que te da el cambio y aprender cosas nuevas.

¿Con qué retos ha llegado?

El gran reto es conseguir que la pasarela de Madrid sea internacional. Es una gran pasarela, con gran contenido y magníficos diseñadores, que podría ser la quinta del mundo perfectamente, pero tenemos un problema de calendario. Estamos coincidiendo con Londres y eso hace que no se nos tenga en cuenta a nivel internacional. No pueden venir grandes periodistas ni compradores internacionales.

¿Se ha planteado modificar esas fechas?

Claro, es una de las cosas que hay que hacer. El mayor objetivo es la internacionalización, pero también la digitalización. Es algo a lo que no podemos ser ajenos.

¿Están dispuestos los diseñadores?

Sí, yo se lo he pedido. Hay que salir de la zona de confort y hacer las cosas de una manera diferente. Por supuesto, lo que



CHARO IZQUIERDO

“Mi gran reto es que la pasarela de Madrid sea internacional”

La periodista es, desde noviembre, la **nueva directora de la Fashion Week Madrid** • Afronta esta etapa con mucha ilusión porque **le gustan los cambios** • Otros retos: la digitalización y la unión del sector

POR MAMEN CRESPO (@mamencrespo) | FOTO DE CHEMA MARTÍNEZ

“LA MODA ESPAÑOLA TIENE LARGOS METROS DE BANDERA DE MARCA ESPAÑA”

“QUIERO QUE LA PASARELA SEA TAMBIÉN UNA LANZADERA DE NEGOCIO”

funciona hay que mantenerlo, pero hay que ir un paso más allá. La MBFWM no puede ser solamente una pasarela de imagen, sino una lanzadera de negocio.

¿Otro de los retos es mantener o mejorar una buena relación con los medios de comunicación?

Para mí los medios son fundamentales. La comunicación es imprescindible. Hay que trabajar la pasarela como si fuera una marca que tú vendes. La moda española tiene los más largos metros de bandera de la marca España. Hay que utilizarla como eso.

¿Cree que se hace crítica de moda en España?

En España no se hace crítica de moda y yo creo que hay que hacerla. Es una forma de ayudar a que las cosas mejoren. En las pasarelas de París y Milán, en los periódicos,

tienes todos los días un especial de los desfiles. Necesitamos unir el sector. Si yo consiguiera eso, sería feliz.

Llevamos años hablando de la fusión de las pasarelas de Madrid y Barcelona, pero no se ha producido.

Creo que Madrid y Barcelona tienen que establecer lazos y, de hecho, yo tengo muy buena relación con ellos. No sé qué pasará. Tiene que haber más relación entre las dos pasarelas.

¿Cómo tiene previsto afrontar esa apuesta que va cogiendo cada vez más seguidores de poder mostrar las colecciones que se están vendiendo en ese momento? Roberto Verino es un claro referente.

Creo que el hecho de que el primer desfile haya sido el de Roberto Verino este jueves basado en ese concepto da

un poco de idea de lo que creo. Todo ha evolucionado y las redes sociales han dado un vuelco a la comunicación. A eso no le puedes poner puertas. Si yo estoy viendo una prenda en la pasarela y me dan la posibilidad de que por la tarde pueda comprarla en la tienda o de hacer una prerreserva, ¿vamos a perder esa oportunidad? Tenemos una pasarela, la de Madrid, que puede ser estupenda para esta tendencia, ya que es muy ecléctica, con moda tradicional, pero también con público joven, con lo que es una posibilidad que puede funcionar. Puedo revelar que tengo ya peticiones de diseñadores que en septiembre quieren unirse a esta tendencia, que yo sinceramente creo que se va a acabar imponiendo. Esto no quiere decir que todos se sumen.

Se ha criticado mucho que se subvencione a la moda.

Que IFEMA lleve tantos años apostando por la moda española e invirtiendo 3 millones de euros en cada temporada es una suerte para los diseñadores, la industria y el desarrollo del sector. Dicho esto, quiero puntualizar que no hay más subvenciones prácticamente y que no es verdad que los diseñadores españoles estén subvencionados. Hacen su colección y la venden.

¿Hay algo que le haga especial ilusión de lo que va a vivir estos días?

Creo que me va a impresionar entrar en el pabellón 14 de IFEMA de otra manera. Como soy muy perfeccionista, pienso que voy a tener que tomarme todos los días una tila. No por los nervios, sino para calmarme. Me va a emocionar.



LA MONTAÑA RUSA DE DUYOS

Esta edición de la **MBFWM** no es igual que las anteriores para Juan Duyos • El diseñador celebra sus **dos décadas en la moda** y lo hace a lo grande • Este lunes 20 presentará su **nueva colección** junto a sus diez supermodelos y amigas

POR PAULA SAN JOSÉ LÓPEZ (@pausanjolo) | FOTOS DE CHEMA MARTÍNEZ

C

uando se cumplen años toca mirar atrás. Duyos dejó su carrera de Bellas Artes para adentrarse en el mundo de la moda, fue un impulso guiado por su "amor hacia el arte".

Define su carrera como "una inevitable montaña rusa". "He aprendido mucho y me enorgullezco de ello", señala.

Ha ganado muchos premios, pero el primero lo recuerda como "un subidón de adrenalina". Se sintió lleno de incredulidad, no podía creerse que él, "una hormiguita", hubiera sobresalido frente a grandes diseñadores como Loewe. No puede comparar esa sensación con la que sintió al recoger el premio L'oreal el pasado septiembre. "Mantén la ilusión y sorpresa pero no era lo mismo", apunta. Para él los premios sirven tanto para ilusionarte como para reconocerte el trabajo bien hecho, "algo gratificante que te anima a seguir", afirma.

Su trayectoria ha dado muchos giros. Con Don Algodón vivió una época que describe como "bonita pero estresante" y gracias a ella formó un gran equipo del que se siente muy satisfecho.

Conoció la parte cultural de la moda gracias a sus exposiciones, donde podía inventar una historia para alguien que le hubiera gustado que estuviera en su vida, y según dice, es algo "precioso".



Números 188 y 295

Duyos ha formado parte de GENTE en estos 10 años y, por eso, nosotros queremos celebrar con él sus dos décadas.

"LA MODA ES MUCHO MÁS QUE LLEVAR UN PANTALÓN O UNA CAMISETA"

"LOS MATERIALES FASCINARÁN, SERÁ UNA APOTEOSIS"

La confección de vestidos de novia es el resultado de un "proceso lógico", ya que, después de mucho 'prêt-à-porter', son sus clientas quienes le piden ir más allá.

Le apasiona es el diseño de vestuario y uniformes, una forma de "vestir a la gente de otro modo", ya que la moda "no es llevar un pantalón o una camiseta. Es mucho más, es un estilo de vida, lo es todo", señala.

Reconoce que en estos 20 años muchas veces se ha arrepentido de entrar en este mundo de locos que es la moda, por el estrés y el agobio que causa el no saber qué hacer, pero está muy agradecido a sus clientas, quienes le hacen sentirse afortunado y disfrutar de su trabajo. También a su pequeño equipo, junto con el que pone todo su alma para tener su propio sello y estilo característico.

Confiesa que si no hubiera sido diseñador habría sido cocinero, ya que el mundo de la moda y la cocina se dan la mano, ambas dependen de la estética.

En esta edición de la MBFWM sorprenderá mucho con su colección 'Smartgirl', un universo de mujeres inteligentes. Este desfile demuestra que todas las mujeres que han pasado por su taller y por su vida han disfrutado de la costura y lo bien hecho. Cada modelo desfilará con un vestido confeccionado expresamente para ella. "Los materiales fascinarán, cada salida será una apoteosis, donde las mujeres como los tejidos serán increíbles," adelanta. Sus próximos proyectos son seguir con su marca, sus novias y su vida, pero también sacar una colección infantil, ya que la moda al igual que la belleza, "no tiene edad."



COLABORACIÓN CON SAMSUNG

Las colaboraciones es algo que atrae mucho a Duyos y podremos ver una de ellas esta edición en la MBFWM.

Ha diseñado unos complementos especiales para llevar tu 'smartphone', ya que no es común ver este tipo de elementos en el mercado. Presenta una cartera de mano, un cinturón con bolsillo y un colgante portamóviles, algo nuevo, peculiar y diferente.

ROMA, UNA JOYA EN MADRID

El Museo Thyssen acoge hasta el 5 de marzo la exposición 'Bulgari y Roma' • Se muestran 140 piezas de la firma italiana • Las joyas están inspiradas en los monumentos

POR MAMEN CRESPO (@mamencrespo)

D

icen que todos los caminos conducen a Roma. Y, en esta ocasión, es posible llegar a la ciudad eterna sin salir de Madrid, gracias a la exposición 'Bulgari y Roma', que acoge el Museo Thyssen de la capital hasta el 5 de marzo. Si van pensando en que solo verán joyas, no se engañen, porque hay mucho más. En realidad se transportarán, gracias a las pinturas, fotografías y proyecciones, a los monumentos más significativos de la ciudad italiana, que sirvieron de inspiración a la marca. Así, se sorprenderán al ver gargantillas que abrazan el cuello de su dueña, como lo hace la columnata de la plaza con los visitantes que se acercan a conocerla, algunas de ellas que

pertenecieron a Elizabeth Taylor o de colecciones particulares como la de la baronesa Thyssen.

PINTURAS Y FOTOGRAFÍAS TRASLADAN A LA CAPITAL DE ITALIA

BROCHES INSPIRADOS EN LA PIAZZA NAVONA

EL PANTEÓN Y EL COLISEO, REFERENTES PARA LA FIRMA DE JOYAS

133 AÑOS DE HISTORIA
La forma alargada de la Piazza Navona también ha servido de inspiración para hacer diversos broches, mientras que los ángeles que adornan los paramentos del puente de Sant'Angelo llevaron a Bugari a diseñar unos pendientes de platino y diamantes en 1938.

En el Panteón, la escalinata de la Plaza de España, el Coliseo y los obeliscos también ha puesto la firma su mirada a lo largo de la historia, que comenzó en 1884. El éxito de esta exposición deja claro que sigue despertando mucho interés 133 años después.



PLAZA DE SAN PEDRO
GARGANTILLA 1979



BROCHE 1930
PIAZZA NAVONA



PANTEÓN
COLLAR Y PENDIENTES 1992



PUNTE SANT'ANGELO
PENDIENTES 1938



RELOJ DE ORO
1975



RELOJ SERPIENTE
1975



UNA MERIENDA DE LUJO

Coincidiendo con la exposición, el Gran Meliá Palacio de los Duques ha preparado una merienda, que consiste en un té con dulces que parecen joyas, inspirados en los diseños de Bulgari. La ha llamado TeART Time. En GENTE nos quedamos con el collar cuyos diamantes son bombones. No os perdáis la experiencia de retirar el lazo del joyero donde vienen los distintos dulces y aperitivos salados.

Cuesta de Santo Domingo, 5 • 35€ • Con copa de cava, 45€.