

Los ritmos de la moda

Por Carmen March



Retrato de Carmen March. Abajo, propuesta de la diseñadora para Pedro del Hierro.

preocupa no solo a nivel personal, como consumidora, sino desde la responsabilidad de quien pone en el mercado colecciones para su venta. Creo que no es sano, ni rentable, negar la realidad. Mi trabajo se nutre del deseo

ajeno, pero también me incomoda ofrecer un producto tan perecedero. Y mi forma de buscar una posible solución a este dilema pasa por replantearme cómo creo, fabrico y vendo las colecciones y qué producto pongo en el mercado.

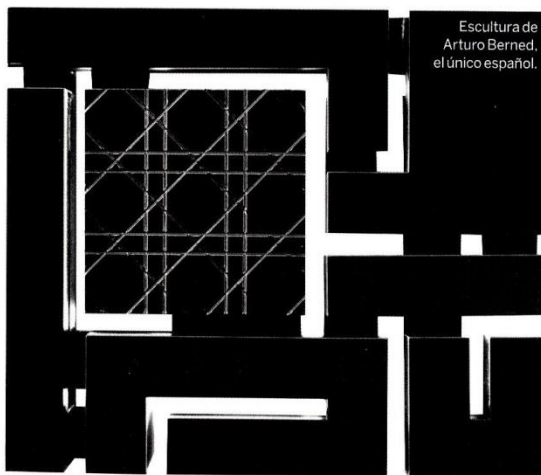
El consumidor de moda cada vez tiene más alternativas, está mejor informado, y tengo que ser honesta con él. No debo renunciar a

crear colecciones que sean hermosas, pero eso ya no basta. Debemos ofrecer un producto de calidad, que dure, que soporte con dignidad el paso del tiempo, que tenga un precio correspondiente a su valor. Mi manera de afrontar el dilema es esa. Y me remite a esos ritmos. Estoy en la búsqueda del difícil equilibrio entre lo bueno y lo bello. No es fácil de conseguir.

Requiere mucho trabajo, mucho pensar, probar, equivocarse y rectificar, hasta que consigues el producto que es, de verdad, de calidad y hermoso. Y este proceso lleva su tiempo. El mercado avanza a muchísima velocidad y tengo la sensación constante de que me falta tiempo. Me gusta pisar el freno en los procesos de creación, porque sé que esa es mi manera de lograr algo que estaré orgullosa de ofrecer y dispuesta a comprar.



Hace ya tiempo que me interesa el tema de los ritmos de la industria en la que trabajo. Estamos en un momento en el que presencio estupefacta la aceleración creciente en el consumo a todos los niveles y, por otro lado, observo una corriente que crece de consumidores que se resisten con fuerza a esa aceleración. Esa tensión entre lo que, aparentemente, son dos sistemas antagónicos, me



Escultura de Arturo Berned, el único español.



Fotografía de Jennifer Livingston.

REINVENTANDO Un clásico

Cita contemporánea. Será en Hong Kong, a partir del 10 de septiembre. "Lady Dior as seen by" es una muestra de la visión de varios artistas del mítico bolso de Dior, lanzado en 1995. Desde Peter Lindbergh hasta Nan Goldin pasando por David Lynch o el madrileño Arturo Berned.



Tommy Hilfiger.

George Esquivel.

Zapato oxford TOMMY HILFGER.

LA UNIÓN hace la fuerza

Una fusión poderosa. Todo empezó como una colaboración para la línea masculina de Tommy Hilfiger. Pero gustó tanto, que George Esquivel, diseñador de zapatos de culto y artesano, ha ampliado sus propuestas para calzar también a las chicas Tommy. El resultado, dos modelos, un oxford troqueado y un mocasín, que harán las delicias de los fans de ambas marcas y atraerán a nuevas.



POR CARMEN MELGAR. FOTOGRAFÍA OLIVIER SAILLANT. IMAXTREE.COM.

WOMAN

SEPTEMBER, 2013