

# APÉNDICES

Elizaveta Smagina Kolotilova

# APÉNDICES I

## 1. Transcripción de entrevistas

### Entrevista a Marta Flores: Directora de *Instyle*

**¿Cómo describirías tu trabajo? Tus funciones principales como directora en *Instyle*, lo que más te apasiona hacer, etc.**

En la actualidad soy Directora de la revista *InStyle*, un cargo que ocupé desde octubre de 2019. Mi principal función es dirigir al equipo de papel y web y elegir los contenidos que vamos a realizar cada mes. Del mismo modo, me ocupo de las relaciones con las firmas de moda y belleza del sector.

**¿Qué cualidades profesionales/personales debe tener una persona que trabaje de directora en una publicación de moda, o que se quiera dedicar a ello?**

Es una pregunta difícil de responder porque cada directora es un mundo. Según mi opinión, lo recomendable es llegar a la dirección de una revista cuando ya se tiene bastante experiencia detrás en el medio, idealmente como redactora y habiendo ocupado cargos intermedios (redactora jefe o subdirectora). De este modo la base es más firme, las firmas ya te conocen, a ti y tu trayectoria, y es un nombramiento más sólido. A nivel personal creo que hay que tener una gran capacidad de organización y no solo tener conocimientos de moda y belleza, también tener una educación visual importante.

**¿Intervienes en el proceso de creación de un reportaje de tendencias? (Ideas, búsqueda y selección de tendencias, diseño, etc.)**

Siempre. Intervengo en todos los procesos, desde la creación de la idea de contenido hasta cómo debe plasmarse en la página o en un artículo web.

**¿Qué son para ti las tendencias?**

Depende de la época en la que me lo hubieras preguntado, te hubiera contestado una cosa u otra. Actualmente creo que las tendencias las marca la calle y que son los movimientos sociales los que impulsan las corrientes que luego se traducen en una ropa u otra sobre las pasarelas. Hace unos años, era lo contrario: las pasarelas mandaban sobre la calle, pero esto ha dado la vuelta. Las firmas ahora se adaptan a la demanda y necesidades del consumidor. Fíjate por ejemplo en la moda *comfy*. Su auge se debe al uso que la gente está haciendo en la actualidad de la llamada “ropa de casa”, que ya no es un pijama, es mucho más sofisticado.

**¿Qué tipo de relación tienes con las marcas que aparecen vuestro contenido editorial o en vuestras secciones de tendencias?**

Relación profesional y, en la mayoría de los casos, personal. Son muchos años ya en el sector. Y al final generas relaciones vitales, compartes momentos de tu vida con ellos y ellos contigo. No somos

tantos en el sector, nos conocemos entre nosotros. Pero la profesionalidad y los buenos resultados deben primar ante todo.

**¿Cómo identificáis las tendencias de cada temporada? (Pasarelas, relaciones públicas, redes sociales...)**

La principal fuente son las pasarelas y las firmas de moda, pero también hay que estar pendiente de los usos que se hacen en las redes sociales porque una prenda a la que, en apariencia, no habías prestado atención, puede convertirse en el must de la temporada si la calle lo lleva. Me fijo mucho también en cómo viste la gente y, en especial, los adolescentes, que aún no están tan “ilustrados” en el mundo de la moda. Su espontaneidad es inspiración para muchas marcas porque son los futuros clientes.

**¿Quién decide qué saldrá en los reportajes tendencias? ¿Cómo las seleccionáis?**

Lo decido yo misma junto a mi equipo de moda. Lo seleccionamos en función de las colecciones que presentan las firmas en Milán, París, NY, Madrid, etc. Vemos puntos en común, analizamos y nos disponemos a hacer la selección. Después, como te he comentado, vamos más al detalle y hablamos de todo lo que se lleva tanto en pasarela como en la calle.

**¿Utilizáis un calendario editorial para marcar los contenidos tanto publicitarios como editoriales de cada mes? ¿Para qué lo hacéis servir y de qué manera influye en las tendencias que aparecen? ¿Quién lo elabora?**

Los calendarios editoriales son bastante similares para todas las revistas. Hay un patrón por temporada y solemos seguirlo casi todos por igual. Se utiliza como guía para nuestros contenidos y sirve también de guía para las firmas y anunciantes.

**Describe el diseño (editorial) de la revista en tres palabras:**

Vitalista, práctico y muy visual.

**Describe los contenidos de la revista en tres palabras:**

Shopping, celebrity y tendencia.

**¿Qué aspectos gráficos se deben tener en cuenta para realizar un reportaje de tendencias en vuestra revista? ¿Hay Límites? (Tipografía predeterminada, tipo de imágenes, creatividad...)**

Siempre debes mantener tu identidad como medio, pero eso no significa que no puedas ser creativo dentro de esos parámetros. De hecho, es la parte que más me divierte: inventar gráficamente dentro de nuestras posibilidades. Por eso InStyle puede parecerse una revista diferente en cada número, pero bajo un hilo conductor que es su esencia.

**¿Qué consejo le darías a una revista de moda/tendencias que acaba de empezar?**

Que sepa cuál es su filosofía desde el principio, que tenga un argumento claro y contundente, que refuerce en cada número su identidad y que se distinga del resto en la forma de vender el contenido y de plasmarlo. Sin identidad, no hay futuro.

## Entrevista a Gonzalo Muiño: Director de arte en *Glamour*

**¿Cómo describirías tu trabajo? (Tus funciones principales como director de arte en Glamour, lo que más te apasiona hacer, etc.)**

Es un proceso muy estimulante, que a pesar de que se repite cada mes es siempre diferente. Desde conceptualizar el número, crear cada una de las páginas y enviar a la imprenta. Cada parte tiene sus tiempos y es una especie de fénix: lo ves nacer, cómo se forma para después echar a volar y pasar a ser propiedad de las lectoras.

**¿Qué cualidades profesionales/personales debe tener una persona que trabaje de director/directora de arte en una publicación de moda, o que se quiera dedicar a ello?**

En mi opinión tiene que ser una persona capaz de imaginar y crear y al mismo tiempo muy organizada. Tiene que haber un equilibrio entre el caos creativo y el orden.

**¿Intervienes en el proceso de creación de un reportaje de tendencias? ¿Cómo? (Ideas, búsqueda y selección de tendencias, diseño, etc.)**

Depende del número y del tema. Cuando es así, busco referencias que contribuyan a transmitir mejor el mensaje. Esas referencias se comparten con el resto del equipo y al final es una mezcla de las ideas de todos, con lo cual el resultado suele ser muy estimulante.

**¿Qué son para ti las tendencias?**

Todo aquello en moda que está por llegar, que nos hace soñar. También son un claro reflejo de la sociedad y acaba influyendo en otras disciplinas como la arquitectura. No hay más que ver el edificio Chrysler de Nueva York, que es un espejo de la moda de los años 20.

**¿Qué tipo de relación tienes con las marcas que aparecen en vuestro contenido editorial o en vuestras secciones de tendencias?**

Mi trabajo no implica relación directa con las marcas generalmente, ese es un aspecto del que se suelen ocupar las redactoras o el departamento de publicidad.

**¿Cómo identificáis las tendencias de cada temporada?**

Es una mezcla entre lo que aparece en la pasarela y lo que se ve en la calle. Generalmente se nutren la una de la otra.

**¿Quién decide qué saldrá en los reportajes de tendencias? ¿Cómo seleccionáis las tendencias?**

Son las compañeras de Moda quienes se encargan de detectar las nuevas tendencias, ¡tienen un ojo finísimo para detectarlas!

**¿Utilizáis un calendario editorial para marcar los contenidos tanto publicitarios como editoriales de cada mes? ¿Para qué lo hacéis servir y de qué manera influye en las tendencias que aparecen?**

Sí, es esencial seguir un calendario acorde a los lanzamientos y las pasarelas para detectar nuevas marcas o propuestas y hacer un buen resumen de todo lo que está pasando o está por llegar.

**Describe el diseño (editorial) de la revista en tres palabras:**

- Energizante
- Colorista
- Rebelde

**Describe los contenidos de la revista en tres palabras:**

- Jóvenes
- En tendencia
- Alegres

**¿Qué aspectos gráficos se deben tener en cuenta para realizar un reportaje de tendencias en vuestra revista? ¿Hay Límites?**

De nuevo cada reportaje es un mundo, y al final aprendes a "escucharlos" y saber qué necesitan. Algunos piden ser prácticamente todo texto, otros una tipografía sosegada, otros un lettering más elaborado, quizás una ilustración o solo fotos... La idea es que todos los elementos se complementen, no compitan entre sí.

**¿Qué consejo le darías a una revista de moda/tendencias que acaba de empezar?**

Que tengan los ojos muy abiertos, que se empapen de lo que pasa en la calle y que sepan a qué público va dirigida la revista.

**¿Qué consejo le darías a una persona que se quiere dedicar a la dirección de arte?**

Que consuma mucha cultura, que no se quede solo en el diseño. Que vaya a museos, a ver películas, que lea todo lo posible de todos los temas que le interese... Al final un trabajo es mucho más rico cuantas más referencias tenga, si no acabará haciendo un trabajo similar al resto.

## **Entrevista a Carmen Pita: Editora de moda en *Cosmopolitan***

**¿Cómo describirías tu profesión?**

Soy afortunada porque tengo una profesión muy bonita, pero también sacrificada. Yo no creo en eso de "dedícate a lo que te gusta y no tendrás que trabajar el resto de tu vida". A mí me encanta lo que

hago, pero también es un trabajo que te absorbe y estresa en su justa medida. Lo que más me gusta es que no hay una rutina tan marcada como en otras profesiones. El asistir a desfiles, viajar para conocer lanzamientos de colecciones (cuando se podía), hacer shootings... conlleva que cada semana sea diferente. Además, me encanta hacer entrevistas y poder charlar con personas a las que, de normal, no tenemos acceso.

**¿Qué cualidades profesionales/personales debe tener una persona que trabaje de editora en una publicación de moda, o que se quiera dedicar a ello?**

Creo que el conocimiento sobre firmas de moda o diseñadores se adquiere con el tiempo, por lo que me parece más importante mostrar ganas, ser trabajadora y tener la cabeza bien amueblada.

*\*En mi proyecto estudio las relaciones entre las publicaciones de moda y las marcas de moda. Uno de mis objetivos es investigar de qué maneras pueden las marcas llegar a aparecer en el contenido editorial, por esta razón me gustaría preguntarte las siguientes preguntas:*

**¿Qué tipo de relación tienes con las marcas que aparecen en vuestro contenido editorial o en vuestras secciones de tendencias?**

Normalmente las marcas contratan a agencias o showrooms que les llevan la comunicación y es con la gente del showroom con la que tengo contacto. Por lo general, tenemos contacto vía mail. Ellos nos envían notas de prensa con sus novedades, nos proponen cosas que nos pueden interesar (por ejemplo, entrevistar a la embajadora de una de sus marcas) y nosotras decidimos si nos encaja o no. Además, coincidimos mínimo dos veces al año para que nos presenten las colecciones de primavera-verano y otoño-invierno.

**Si una de tus respuestas es relación profesional (relaciones públicas), ¿Cómo ha surgido esta relación? ¿De qué manera se ponen en contacto las marcas y qué contenido proporcionan?**

Ellos tienen una base de datos con los contactos de todas las revistas, así que nos escriben, como te comentaba, para enviarnos sus novedades. Por ejemplo, cada temporada nos envían el lookbook y las fotos silueteadas de todas las prendas, para que podamos incluirlas en nuestros bazares. Y a veces es al revés, nosotras necesitamos contactar con una marca para que nos pase una foto o información de cualquier tipo (lanzamientos, precios, embajadoras...) y somos nosotras las que contactamos con ellos.

*\*Como la finalidad principal de mi proyecto es crear una sección de tendencias de una revista a partir de analizar revistas del sector y entrevistar a profesionales, me gustaría hacerte algunas preguntas relacionadas con la función que tienes al elaborar estas secciones concretas y en relación con las tendencias en general.*

**¿Qué son para ti las tendencias?**

En mi terreno, esas prendas o accesorios que están de moda y vemos por todas partes (normalmente influenciadas por la música, el cine...)

**¿Cómo identificáis las tendencias de cada temporada?**

Sobre todo de las pasarelas y redes sociales como Pinterest e Instagram.

### **¿Cómo participas en el proceso de creación de las secciones de tendencias?**

Cuando ves los desfiles de la temporada siguiente, te haces una idea de lo que se va a llevar. Lo apuntas y, cuando llega el momento, refrescas la memoria buscando de nuevo los desfiles. Aunque normalmente esas tendencias ya se ven a pie de calle, tanto en las redes sociales como te decía, como en firmas 'low cost' como Zara.

### **He visto que también formas parte de la realización de algunas secciones como “The look, Estilo, etc.”, ¿Qué es lo que consideras importante a tener en cuenta en cuanto a la elaboración de estas secciones de tendencias? ¿Algún consejo?**

Que elijas las tendencias según la revista o medio para la que estás escribiendo y la lectora a la que te diriges. Por ejemplo, Cosmo se dirige a la generación Millennial y Z, por lo que es todo color y ropa un poco llamativa y divertida.

### **¿De dónde seleccionáis las tendencias (las fotografías) que aparecen en estas secciones?**

Las fotos silueteadas de las prendas y accesorios nos las envían las marcas o las descargamos de sus zonas de prensa. Y luego tenemos servidores: Getty para fotos de celebs, Imaxtree para fotos de pasarela...

### **Una última pregunta más personal ¿Cuáles son tus tendencias favoritas de Spring-Summer 2021 y cuáles crees que tendrán más repercusión?**

Seguimos con las tendencias deportivas y de homewear, pero ahora en tonos llamativos y en tonos pastel, que me flipan. El rosa también viene pisando fuerte y lo veremos en todas sus tonalidades, desde el fucsia hasta el rosa palo. Además, me encantan todas las tendencias noventeras que han vuelto: anillos de cristal, el choker, las camisetas transparentes, el sombrero bucket... En cuanto a estampados, veremos mucho el patchwork esta primavera-verano.

## 2. Ficha de análisis de contenido

Tabla 1: Análisis de secciones de tendencias de revistas de moda

	<i>VOGUE</i>	<i>COSMOPOLITAN</i>	<i>GLAMOUR</i>	<i>ELLE</i>	<i>INSTYLE</i>	<i>HARPER'S BAZAAR</i>
<b>Muestra</b>	Número 394 Mes Enero Portada	Número 362 Mes Enero-Febrero Portada	Número 217 Mes Diciembre-Enero Portada	Número 412 Mes Enero Portada	Número 197 Mes Enero-Febrero Portada	Número 124 Mes Enero Portada
<b>Target</b>	Promedio de edad: 36 años	Edad aproximada: 20-35 años	Promedio de edad: 39 años	Edad aproximada: 24-40 años	Edad aproximada: 25-34 años	Edad aproximada: 24-40 años
<b>Páginas total</b>	194	146	162	182	130	178
<b>Páginas dedicadas a secciones de tendencias (moda)</b>	12	24	15	27	26	20
<b>Nombre de la sección/ secciones</b>	En <i>Vogue</i> <i>Vogue</i> Estilo <i>Vogue</i> Espía: ( <i>Vogue</i> Visto en y Radiografía)	<i>The Look</i> <i>Style</i>	Tendencias (Portada) Tendencias Ellas Tendencias Ella Tendencias <i>Shopping</i> Tendencias El Tendencias Desfiles	<i>Elle</i> Edit <i>Elle</i> Estilo	El deseo Lo quiero El look Compras	Estilo (la lista, gran bazaar, at work)

<b>Temáticas/ Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mes de enero</li> <li>- Tonalidades y combinaciones</li> <li>- Consejos</li> <li>- Marcas</li> <li>- Diseñadores</li> <li>- Diseños emblemáticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Homewear</li> <li>- Horóscopos</li> <li>- Prendas estrella del año</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Romanticismo</li> <li>- Miren Arzalluz sobre Gabrielle Chanel (Artículo)</li> <li>- Accesorios (11)</li> <li>- Diseñador Quique Vidal (Artículo)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Must Invierno</li> <li>- Presentación colecciones i marcas( Dior, Gucci, Max Mara)</li> <li>- Presentar piezas de invierno + se lleva con (complementos)</li> <li>- Piezas <i>lowcost</i></li> <li>- Novedades</li> <li>- Recreación look pasarela (Look Elle)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Calzado</li> <li>- Color</li> <li>- Editorial de complementos</li> <li>- Looks de famosos</li> <li>- Looks por deportes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colección de Gucci editorial</li> <li>- Películas estilos y outfits</li> <li>- Novedades</li> <li>- Looks por edades</li> </ul>
<b>Tendencias (moda)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓Alta gama</li> <li>✓Fast fashion</li> <li>✓Accesorios</li> <li>✓Otras: <i>Home decor</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓Alta gama</li> <li>✓Fast fashion</li> <li>✓Accesorios</li> <li>✓Otras: <i>Beauty</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓Alta gama</li> <li>✓Fast fashion</li> <li>✓Accesorios</li> <li>✓Otras: Diseñadores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓Alta gama</li> <li>✓Fast fashion</li> <li>✓Accesorios</li> <li>✓Otras: Marcas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓Alta gama</li> <li>✓Fast fashion</li> <li>✓Accesorios</li> <li>✓Otras: <i>Beauty</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓Alta gama</li> <li><input type="checkbox"/> Fast fashion</li> <li>✓Accesorios</li> <li>✓Otras: Marcas, <i>Beauty</i></li> </ul>
<b>Estilo tipográfico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓Serif: Titulares y cuerpo.</li> <li>✓Sans serif: Cuerpo y especificaciones sobre los productos (precios y marca)</li> <li><input type="checkbox"/> Script</li> <li>✓Decorativa: Título de las secciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Serif</li> <li>✓Sans serif: Titulares, cuerpo, especificaciones sobre marcas y precios. Combinación de negrita, regular y mayúsculas.</li> <li>✓Script: Nombres de marcas.</li> <li>✓Decorativa: Sección con ilustraciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓Serif : especificación de productos y cuerpo.</li> <li>✓Sans serif: Titulares, juegan con la negrita, la fina y mayúsculas.</li> <li><input type="checkbox"/> Script</li> <li><input type="checkbox"/> Decorativa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓Serif: Titulares, nombre de sección y algunas marcas</li> <li>✓Sans serif: Cuerpo y especificaciones de productos. Jugar con neegrta, fina y mayúsculas.</li> <li><input type="checkbox"/> Script</li> <li><input type="checkbox"/> Decorativa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓Serif: Titulares.</li> <li>✓Sans serif: Nombre de la sección, cuerpo,</li> <li><input type="checkbox"/> Script</li> <li><input type="checkbox"/> Decorativa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓Serif: Titulares y cuerpo.</li> <li>✓Sans serif: Especificaciones de producto.</li> <li><input type="checkbox"/> Script</li> <li>✓Decorativa: Titulares y nombre de la sección.</li> </ul>

<p><b>Tono</b></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> Formal: Vocabulario elegante y elaborado. Uso de muchos adjetivos y algunos anglicismos. Ejemplos: Radiante combinación diseños emblemáticos, pintoresco, alianza sostenible, refinada sastería, formas escultóricas.</p> <p><input type="checkbox"/> Informal</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Cálido</p> <p><input type="checkbox"/> Serio</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Animado: Ejemplos de titulares: con altura, el tiempo vuela, historias de amor, a flor de piel, el último baile</p>	<p><input type="checkbox"/> Formal</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Informal: Hablan de tú a tú y usan muchos anglicismos. Palabras utilizadas: Inventazos, <i>cool</i>, <i>sporty</i>, fantasía, tejido <i>fluffy</i>, amoroso, <i>homewear</i> chic.</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Cálido</p> <p><input type="checkbox"/> Serio</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Animado: Ejemplos: ¡No te olvides de apagar el ordenador y de soltarte ese moño!, divina y eco, te damos las mejores ideas de las pasarelas.</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> Formal: Entre formal e informal, habla de tú a tú pero con un vocabulario enriquecedor: Lugares téticos, exuberantes flores, prenda enigmática, pura ensoñación.</p> <p><input type="checkbox"/> Informal</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Cálido</p> <p><input type="checkbox"/> Serio</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Animado: Ejemplos: Bienvenida a un lugar donde se habla de amor, la fantasía como modo de pasear por la vida.</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> Formal Entre formal e informal, habla de tú a tú pero con un vocabulario enriquecedor. Uso de muchos anglicismos. Ejemplos: Siempre <i>trendy</i>, dúo infalible, hit brillante, clásicos exquisitos.</p> <p><input type="checkbox"/> Informal</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Cálido</p> <p><input type="checkbox"/> Serio</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Animado: Ejemplos: Entrarás en calor a golpe de estilo, con notas trendy y a todo color, mucho brillo nos alegrarán el año.</p>	<p><input type="checkbox"/> Formal</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Informal: De tú a tú y usan muchos anglicismos. Palabras / frases utilizadas: efectistas y chic, absoluto capricho, joyita, pieza irresistible, toque glamuroso, inyección de frescura fahsion,</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Cálido</p> <p><input type="checkbox"/> Serio</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Animado: Aportarán el toque <i>trendy</i>, imagínatelo con un vestido, un secreto: también queda bien con jeans, te convertirán en la reina de las nieves.</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> Formal: Vocabulario elegante y elaborado. Ejemplos: toques sofisticados, icono generacional, accesorios emblemáticos, piezas con carácter,</p> <p><input type="checkbox"/> Informal</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Cálido</p> <p><input type="checkbox"/> Serio</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Animado: Ejemplos: Bazaar cámara... acción, domina el uniforme <i>working girl</i>, experta en brillar con clase.</p>
<p><b>Imágenes</b></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> Png/Silueta</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Png sobre suelo</p> <p><input type="checkbox"/> Png maniquí</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Persona</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Otras: Objetos, inspiración y referencias.</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> Png/Silueta</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Png sobre suelo</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Png maniquí</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Persona</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Otras: Objetos (jabón, tazas...)</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> Png/Silueta</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Png sobre suelo</p> <p><input type="checkbox"/> Png maniquí</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Persona</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Otras: Inspiración y referencias</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> Png/Silueta</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Png sobre suelo</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Png maniquí</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Persona</p> <p><input type="checkbox"/> Otras</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> Png/Silueta</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Png sobre suelo</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Png maniquí</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Persona</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Otras: Editorial (complementos)</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> Png/Silueta</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Png sobre suelo</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Png maniquí</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Persona</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Otras: Objetos, inspiración y referencias. Editorial (Gucci)</p>

<b>Recursos</b>	<input type="checkbox"/> Ilustraciones <input checked="" type="checkbox"/> Famosos <input checked="" type="checkbox"/> Referencias <input type="checkbox"/> Otros	<input checked="" type="checkbox"/> Ilustraciones <input checked="" type="checkbox"/> Famosos <input type="checkbox"/> Referencias <input type="checkbox"/> Otros	<input type="checkbox"/> Ilustraciones <input checked="" type="checkbox"/> Famosos <input checked="" type="checkbox"/> Referencias <input type="checkbox"/> Otros	<input type="checkbox"/> Ilustraciones <input checked="" type="checkbox"/> Famosos <input type="checkbox"/> Referencias <input type="checkbox"/> Otros	<input type="checkbox"/> Ilustraciones <input checked="" type="checkbox"/> Famosos <input type="checkbox"/> Referencias <input type="checkbox"/> Otros	<input type="checkbox"/> Ilustraciones <input checked="" type="checkbox"/> Famosos <input type="checkbox"/> Referencias <input type="checkbox"/> Otros
<b>Créditos</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Fotógrafos <input checked="" type="checkbox"/> Redactores <input checked="" type="checkbox"/> Estilistas <input checked="" type="checkbox"/> Web: Gorunway, Getty Images, D.R <input type="checkbox"/> Otros	<input checked="" type="checkbox"/> Fotógrafos <input checked="" type="checkbox"/> Redactores <input type="checkbox"/> Estilistas <input checked="" type="checkbox"/> Web: Getty Images, D.R, Imaxtree <input checked="" type="checkbox"/> Otros: Ilustrador, Directora de moda, Modelos, Maquillaje y peluquería	<input checked="" type="checkbox"/> Fotógrafos <input checked="" type="checkbox"/> Redactores <input checked="" type="checkbox"/> Estilistas <input checked="" type="checkbox"/> Web: Getty Images, D.R <input type="checkbox"/> Otros	<input checked="" type="checkbox"/> Fotógrafos <input checked="" type="checkbox"/> Redactores <input checked="" type="checkbox"/> Estilistas <input checked="" type="checkbox"/> Web: Net A Porter, D.R <input checked="" type="checkbox"/> Otros: Directora de moda	<input checked="" type="checkbox"/> Fotógrafos <input checked="" type="checkbox"/> Redactores <input checked="" type="checkbox"/> Estilistas <input checked="" type="checkbox"/> Web: Imaxtree, Getty Images, D.R <input checked="" type="checkbox"/> Otros: Modelos	<input checked="" type="checkbox"/> Fotógrafos <input checked="" type="checkbox"/> Redactores <input checked="" type="checkbox"/> Estilistas <input checked="" type="checkbox"/> Web: Getty Images, D.R <input type="checkbox"/> Otros

Fuente: Elaboración propia.

### 3. Procesamiento de los datos

#### 3.1 Análisis de contenido

Con el fin de procesar los datos extraídos de las seis revistas analizadas, en este apartado de procesamiento de datos se representará de manera gráfica y visual la información recogida en el análisis de contenido, se ha realizado una división según las variables establecidas en la ficha de análisis.

#### Muestra

Las seis muestras que analizadas son revistas de moda nacionales, concretamente el número de enero del año 2021. Cabe destacar que en el caso de algunas revistas (*Cosmopolitan*, *Glamour* e *Instyle*) a pesar de ser revistas mensuales se trata de un número que incluye dos meses, esto se trata de una iniciativa que tomó la revista *Glamour* en ser la primera revista femenina que permanece dos meses en quiosco.

#### Target

El target de las seis revistas analizadas es similar: se trata en su mayoría de mujeres adultas (24-40) a las que les gusta estar al día de las nuevas tendencias de moda y belleza. Cabe destacar las revistas *Cosmopolitan* e *Instyle* están destinadas a un target ligeramente más joven (20-35). Esta información no constaba en las revistas como tal y se han consultado los *media kits* del año 2020 de cada revista para que los resultados de esta variable fueran lo más verídicos posible.

#### Total de páginas y páginas dedicadas a las secciones de tendencias de moda

En la siguiente tabla (tabla 1) se han clasificado las revistas de mayor a menor porcentaje de páginas dedicadas a las secciones de tendencias en su número de enero. Cabe destacar que las revistas de target más joven dedican más páginas a la elaboración de secciones de tendencias.

Tabla 2: Revistas y porcentaje de páginas que dedican a secciones de tendencias

REVISTA	TOTAL PÁGINAS	PÁGINAS TENDENCIAS	% DEDICADO A LAS TENDENCIAS
<i>Instyle</i>	130	26	20 %
<i>Cosmopolitan</i>	146	24	16,43 %
<i>Elle</i>	182	27	14,83 %
<i>Harper's Bazaar</i>	178	20	11,23 %
<i>Glamour</i>	162	15	9,25 %
<i>Vogue</i>	194	12	6,18 %

Fuente: Elaboración propia.

#### Nombre de las secciones

En todas las revistas analizadas el nombre de las secciones de tendencias es similar y en algunas se repite. Las revistas *Vogue* y *Elle* añaden su propio nombre al inicio de la sección: *Vogue* Estilo, *Elle* Estilo. *Glamour* es la única revista en titular la sección como "Tendencias" como tal y tener sub-apartados: Tendencias Ellas, Tendencias *Shopping*, Tendencias Desfiles. Finalmente las revistas

*Cosmopolitan* y *Glamour* tienen secciones tituladas en inglés: Tendencias *Shopping*, *The Look* y *Style*.

### Temáticas y contenidos

Los contenidos de las seis revistas están ligados a un calendario editorial, en este caso todo el contenido trata sobre tendencias de invierno. En cuanto a la creatividad y la manera de presentar estas tendencias cada revista tiene su manera de hacerlo; Consejos, combinaciones de looks, horóscopos, presentar diseñadores, presentar lanzamientos concretos de colecciones, looks de famosos, looks de películas, looks por edades, looks por deportes. El patrón es que existe una creatividad concreta y se presentan las prendas y complementos para complementar el concepto creativo. Algunas secciones tienen más texto que otras; si se presenta a un diseñador o una marca tiene más texto que una sección de solo combinaciones de prendas (bazaar).

### Tendencias moda

Todas las revistas presentan prendas de alta gama (marcas de lujo) y accesorios. Cinco de las seis revistas analizadas presentan prendas de *fast fashion* (Marcas del grupo Inditex, H&M, etc). También se presentan otro tipo de tendencias relacionadas con diseñadores emergentes, marcas y sus iniciativas (sostenibilidad) y decoración para la casa. En algunas revistas como *Instyle*, *Cosmopolitan* y *Harper's Bazaar* también añaden algunos productos de belleza como fragancias y tratamientos que normalmente se suelen encontrar aislados en sus propias secciones.

### Estilo tipográfico

El estilo tipográfico de las revistas analizadas varía desde tipos de letra *serif* y *sans serif* hasta tipografías decorativas y *script*. Se ha podido comprobar que el diseño editorial varía según la identidad de cada revista. La mayoría utilizan una combinación de tipografías; la *serif* para los títulos y la *sans serif* para el cuerpo. La tipografía decorativa aparece en algunos titulares concretos que pueden ocupar hasta una página completa de la revista. La tipografía *script* en cambio ha sido la menos utilizada por parte de las revistas, ya que solo una la utilizaba para textos muy concretos (nombre de las marcas).

En el siguiente gráfico (figura 1) se puede observar cuantas revistas utilizan las tipografías nombradas.

### Tono

El tono de las revistas analizadas está directamente relacionado con su target, dos de las revistas de target más joven utilizan un tono ligeramente más informal que las otras, esto se debe a la necesidad de empatizar con el lector. Por esta razón todas las revistas tienen un tono de redacción cálido y animado, esto también se observa en las revistas

Figura 1: Tipos de tipografías en revistas de moda

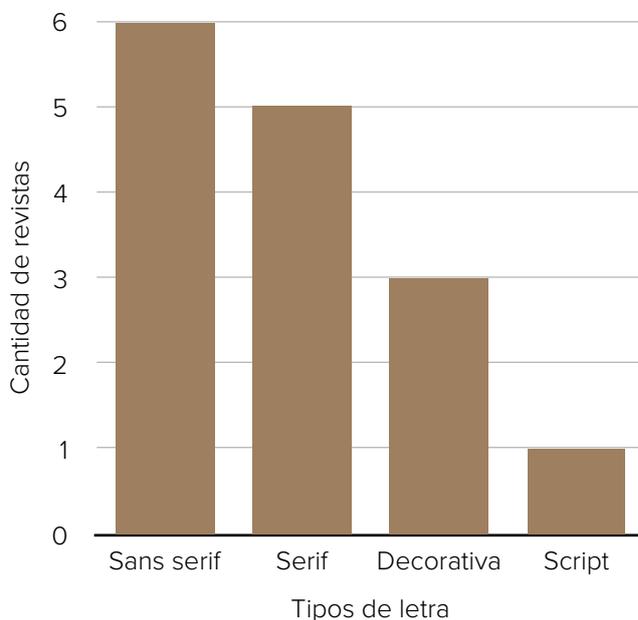


Figura 1. Tipos de tipografías en revistas de moda. Elaboración propia.

que tienen un tono más formal. En el siguiente gráfico (figura 2) se puede observar cuantas de las seis revistas analizadas encajan con los tonos marcados.

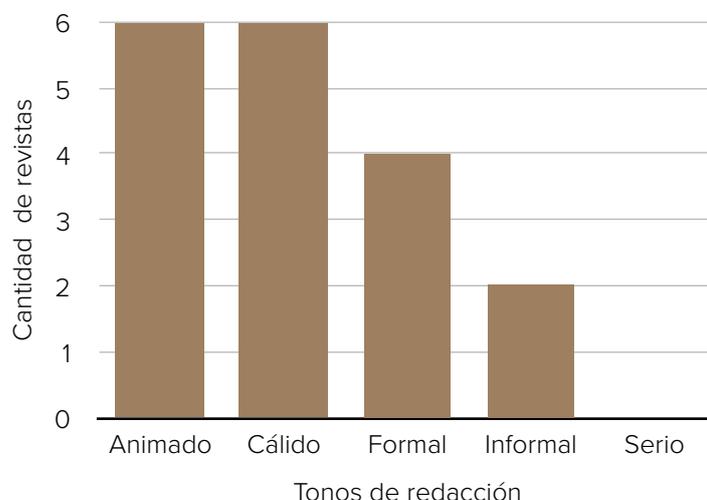


Figura 2. Tonos de redacción en revistas de moda.  
Elaboración propia.

### Imágenes y recursos utilizados

Las imágenes más utilizadas en los reportajes de tendencias son las imágenes en formato PNG (siluetas de prendas o accesorios). Estas se dividen entre PNG sobre suelo y PNG sobre maniquí, la diferencia entre estas dos es que en unas se ve la forma del cuerpo (maniquí) y en las otras no. Entre las revistas analizadas tiene más popularidad las siluetas sobre suelo, pero también hay 3 revistas que utilizan las imágenes sobre maniquí. Otro tipo de imágenes que aparecen en todas las revistas son las fotografías de personas, tanto famosos como modelos de pasarelas. Algunas revistas utilizan imágenes extras como objetos de decoración (home-decor), inspiración y referencias (películas, arte, etc.). Finalmente dos de las revistas analizadas incluyen una editorial fotográfica dentro de las mismas secciones para mostrar una marca o tendencia concreta. En el siguiente gráfico (figura 3) se puede observar qué tipo de imágenes son más populares entre las revistas analizadas.

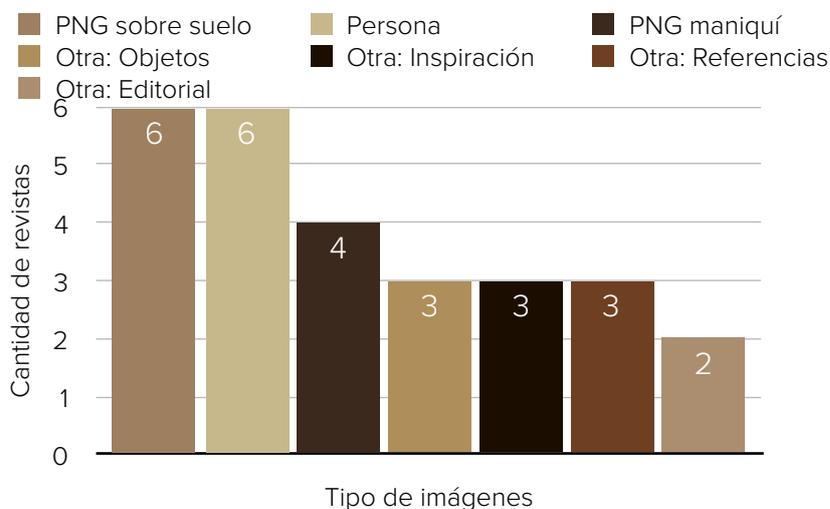


Figura 3. Tipos de imágenes en revistas de moda.  
Elaboración propia.

## Créditos

Los créditos que aparecen en las revistas son tanto personas internas como externas a la publicación que participaron en el proceso de realización de la sección. Los más nombrados son los fotógrafos, redactores y estilistas, ya que son profesionales que intervienen de manera directa redactando, escogiendo las tendencias y en algunos casos fotografiando los productos. Todas las revistas analizadas proporcionan créditos a webs de bancos de imágenes a los que están suscritas. Otros créditos no tan repetidos son a directoras de moda, maquilladores y modelos.

## 3.2 Entrevistas

Para un procesamiento efectivo de las entrevistas realizadas, se ha realizado una tabla (tabla 3) estructurada por temas de interés que tenían en común los tres profesionales entrevistados.

Tabla 3: Procesamiento de las entrevistas a profesionales

	<b>DIRECTORA DE PUBLICACIÓN: MARTA FLORES</b>	<b>DIRECTOR DE ARTE: GONZALO MUIÑO</b>	<b>EDITORA DE MODA: CARMEN PITA</b>
Funciones	<p>Dirigir al equipo de papel y web y elegir los contenidos que realizan cada mes.</p> <p>Ocuparse de las relaciones con las firmas de moda y belleza del sector.</p>	<p>Sus funciones van desde conceptualizar el número, crear cada una de las páginas y enviar a la imprenta. "Cada parte tiene sus tiempos y es una especie de fénix: lo ves nacer, cómo se forma para después echar a volar y pasar a ser propiedad de las lectoras" (G. Muiño, comunicación personal, 5 de febrero de 2021).</p> <p>En su opinión un director de arte tiene que ser una persona capaz de imaginar y crear y al mismo tiempo muy organizada.</p>	<p>Al ser editora de moda sus funciones están relacionadas con la redacción en el estilismo; Desde asistir a desfiles, viajar para conocer lanzamientos de colecciones, realizar shootings para el contenido editorial, realizar entrevistas y estar en contacto con showrooms i marcas.</p>

<p>Definición de tendencias</p>	<p>“Creo que las tendencias las marca la calle y que son los movimientos sociales los que impulsan las corrientes que luego se traducen en una ropa u otra sobre las pasarelas. Hace unos años, era lo contrario: las pasarelas mandaban sobre la calle, pero esto ha dado la vuelta. Las firmas ahora se adaptan a la demanda y necesidades del consumidor” (M. Flores, comunicación personal, 2 de febrero de 2021).</p>	<p>Para Gonzalo las tendencias son una mezcla entre lo que aparece en la pasarela y lo que se ve en la calle, “todo aquello en moda que está por llegar, que nos hace soñar. También son un claro reflejo de la sociedad y acaba influyendo en otras disciplinas como la arquitectura. No hay más que ver el edificio Chrysler de Nueva York, que es un espejo de la moda de los años 20” (G. Muiño, comunicación personal, 5 de febrero de 2021).</p>	<p>“En mi terreno, esas prendas o accesorios que están de moda y vemos por todas partes (normalmente influenciadas por la música, el cine...)” (C. Pita, comunicación personal, 8 de marzo de 2021).</p>
<p>Proceso de identificación y elección de las tendencias o contenido que aparecen en las revistas.</p>	<p>Las fuentes son las pasarelas, firmas de moda y ahora más que nunca las redes sociales. Las tendencias las decide con su equipo de moda y lo seleccionan en función de colecciones que presentan las firmas en Milán, París, NY, Madrid, etc. A continuación se analizan los puntos en común y se hace una selección.</p>	<p>No participa directamente en la elección de las tendencias pero menciona la importancia de seguir el calendario editorial acorde a los lanzamientos y las pasarelas para detectar nuevas marcas o propuestas y hacer un buen resumen de todo lo que está pasando o está por llegar.</p>	<p>La inspiración viene de las pasarelas y redes sociales como Pinterest e Instagram. “Cuando ves los desfiles de la temporada siguiente, te haces una idea de lo que se va a llevar. Lo apuntas y, cuando llega el momento, refrescas la memoria buscando de nuevo los desfiles. Aunque normalmente esas tendencias ya se ven a pie de calle, tanto en las redes sociales como te decía, como en firmas ‘low cost’ como Zara.” (C. Pita, comunicación personal, 8 de marzo de 2021).</p>

<p>Relaciones que tienen los profesionales con los relaciones públicas de marcas de moda.</p>	<p>Relación profesional y personal: “Son muchos años ya en el sector. Y al final generas relaciones vitales, compartes momentos de tu vida con ellos y ellos contigo. No somos tantos en el sector, nos conocemos entre nosotros. Pero la profesionalidad y los buenos resultados deben primar ante todo” (M. Flores, comunicación personal, 2 de febrero de 2021).</p>	<p>No forma parte de sus funciones.</p>	<p>Carmen proporciona información muy relevante sobre este tema, explica que normalmente las marcas contratan a agencias o showrooms para que ñes lleven la comunicación. Al tener contacto directo con el showroom, este mismo les envía información sobre las colecciones de la marca (notas de prensa, propuestas de entrevistas, etc) y les permite venir a verlas.</p> <p>Las agencias y showrooms (y algunas marcas) tienen una base de datos con los contactos de todas las revistas, así que nos escriben, como te comentaba, para enviarnos sus novedades: cada temporada se envía un lookbook y las fotos silueteadas de todas las prendas, para que se puedan incluir en los bazares.</p> <p>A veces esto ocurre al revés y es la propia editora quien contacta la marca para información.</p>
<p>Proceso de creación y elaboración de las secciones de tendencias en la revista que trabajan.</p>	<p>Marta interviene en todos los procesos, desde la creación de la idea de contenido hasta cómo debe plasmarse en la página.</p>	<p>A veces suele participar en el proceso de creación y elaboración de las secciones de tendencias, depende del número y del tema. Cuando es así, se encarga de buscar referencias que contribuyan a transmitir mejor el mensaje, a continuación se comparten con el resto del equipo y al final el resultado suele ser la mezcla tras el intercambio de ideas.</p>	<p>Se eligen las tendencias según la revista o medio y la lectora.</p> <p>En cuanto a las fotos silueteadas de las prendas y accesorios las envían las marcas o las descargan de sus zonas de prensa.</p> <p>Luego también existen servidores como: Getty para fotos de celebs, Imaxtree para fotos de pasarela, etc.</p>

Aspectos gráficos	Define el diseño editorial de la revista Instyle como vitalista, práctico y muy visual y considera que en una publicación se debe mantener la identidad como medio pero eso no significa que no se pueda ser creativo, “InStyle puede parecerse una revista diferente en cada número pero bajo un hilo conductor que es su esencia” (M. Flores, comunicación personal, 2 de febrero de 2021).	Define el diseño editorial de la revista Glamour como energizante, colorista y rebelde. En cuanto a los aspectos gráficos, Gonzalo cree que Cada reportaje es un mundo; algunos piden ser todo texto, otros usos distintos de tipografías, ilustraciones, fotos, etc. “La idea es que todos los elementos se complementen, no compitan entre sí” (G. Muiño, comunicación personal, 5 de febrero de 2021).	“Por ejemplo, Cosmo se dirige a la generación Millennial y Z, por lo que es todo color y ropa un poco llamativa y divertida.” (C. Pita, comunicación personal, 8 de marzo de 2021).
-------------------	---	---	---

*Fuente: Elaboración propia a través de entrevistas realizadas.*

# APÉNDICES II

## 1. Aplicación práctica

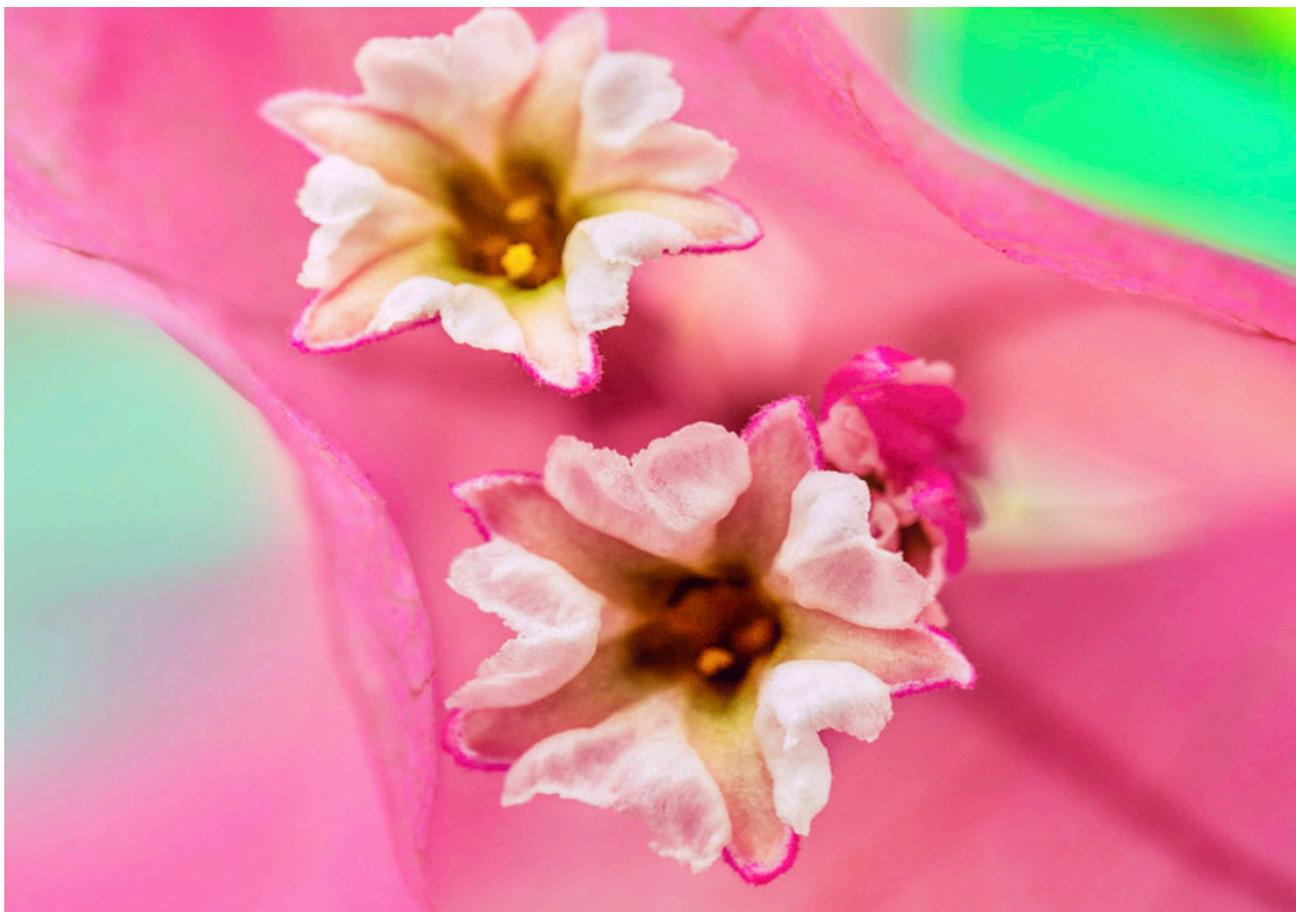


Figura 1. Simulación de la sección de tendencias de "A flor de piel".  
Elaboración propia.

TENDENCIAS PRIMAVERA VERANO 2021

# A FLOR DE PIEL

LLEGÓ LA HORA DE FLORECER LUCIENDO  
LOS MEJORES LOOKS DE LA TEMPORADA.  
EXPLORA UN JARDÍN PARADISIACO DE  
PURA ENSOÑACIÓN.



Fotógrafo: Alan Shapiro

# SWEET CANDY

## Rosa

LA COMBINACIÓN DE TERNURA Y SENSUALIDAD. LA TONALIDAD DE LA DULZURA SE POSICIONA COMO UN MUST PARA LA TEMPORADA.

**1.** Pañuelo Carré Wash 90 Brides de Gala Wash Rose Malaba, de Hermès, 425 € (hermes.com) **2.** Falda Plisada Rosa, de Bimba y Lola, 165 € (bimbaylola.com) **3.** Sandalias Fucsia Satinadas SAE 90, de Jimmy Choo, 895 € (jimmychoo.com) **4.** Camisa de seda, de Gucci 890 € (gucci.com) **5.** Bolso Happy Bag, de Balou, 179 € (shopbalou.com) **6.** Top Garnet Mia, de Gimaguas, 65 € (gimaguas.com) **7.** Top estampado lazada, de Zara, 29,95 € (zara.com) **8.** Bolso Mini Balle, de Givenchy, 690 € (givenchy.com)



CHANEL



5



VALENTINO



VERSACE



6



Foto: Vogue Runway



7



ISABEL MARANT



FENDI



VERSACE



8





# HEAD IN THE CLOUDS

## Blanco

APUESTA POR UN LOOK *TOTAL WHITE*, UN COLOR MINIMALISTA QUE LE DARÁ UN TOQUE LUMINOSO Y ELEGANTE A TUS COMBINACIONES.

- 1.** Camisa drapeada, Bahia, de Jacquemus, 445 € ([jacquemus.com](http://jacquemus.com))
- 2.** Minifalda con imperdible, de Prada, 590 € ([farfetch.com](http://farfetch.com))
- 3.** Sandalias Dioon, de Vagabond, 85 € ([vagabond.com](http://vagabond.com))
- 4.** Pendientes N.029, de The Chroma series, 25 € ([thechromaseries.com](http://thechromaseries.com))
- 5.** Gafas de sol cuadradas, de Chanel, 420 € ([chanel.com](http://chanel.com))
- 6.** Sandalias Magdalene II, de Paloma Wool, 159 € ([palomawool.com](http://palomawool.com))
- 7.** Cady shorts Diara, de Nanushka, 295 € ([nanushka.com](http://nanushka.com))
- 8.** Bolso mediano Lady D-lite, de Dior, 3.600 € ([dior.com](http://dior.com))



Foto: Vogue Runway

FENDI

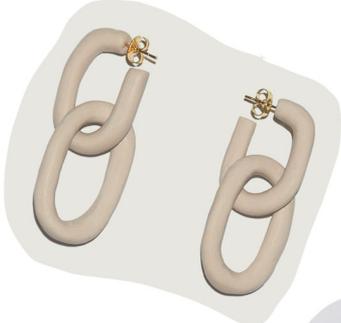
ALEXANDER MCQUEEN

DIOR

BOSS

FENDI

N. 21



4



8



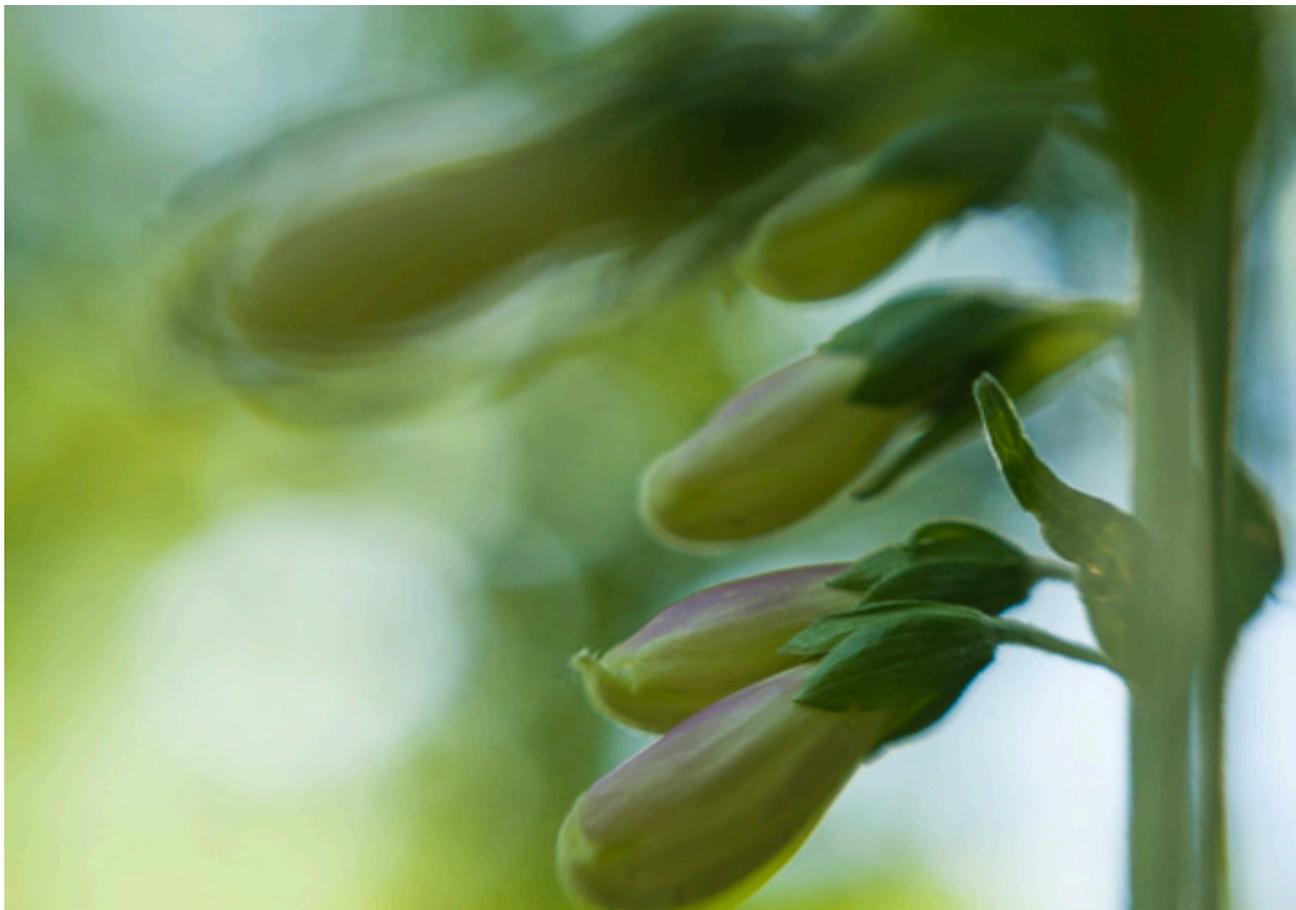
5



7



6



Fotógrafa: Andrea Gulickx

# GREEN HOPE

## Verde

AHORA MÁS QUE NUNCA VISTE DE ESPERANZA, EL COLOR DOMINANTE DE LA NATURALEZA, CON UN TOQUE DE FRESCURA.

**1.** Top Paradise Party, de House of Sunny, 86,40 € ([houseofsunny.co.uk](http://houseofsunny.co.uk)) **2.** Bolso Crochet Small Beak cross-body, de Bottega Veneta, 2.750 € ([bottegabeneta.com](http://bottegabeneta.com)) **3.** Sandalias F-Heel, de Salvatore Ferragamo, 630 € ([salvatoreferragamo.com](http://salvatoreferragamo.com)) **4.** Short tweed pata de gallo, de Mango, 29,99 € ([mango.com](http://mango.com)) **5.** Polo de lana con jacquard con G, de Gucci, 950 € ([gucci.com](http://gucci.com)) **6.** Pendientes Adile en esmeralda, de Peracas, 390€ ([peracas.com](http://peracas.com)) **7.** Falda Fontana in Pistachio, de Ciao Lucia, 185 € ([vasquiat.com](http://vasquiat.com)) **8.** Zapatos de salón slingbacks en piel cepillada, de Prada, 750 € ([prada.com](http://prada.com))





5



6



VALENTINO



LOUIS VUITTON



JASON WU



MIU MIU



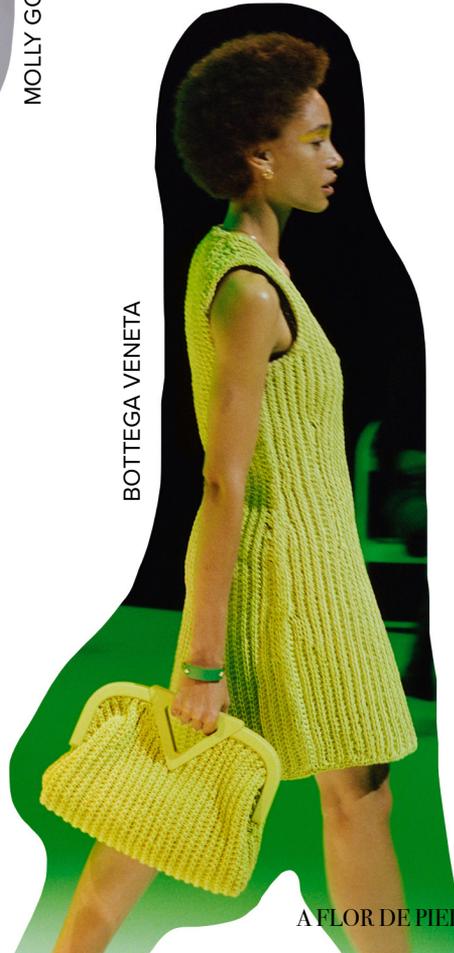
MOLLY GODDARD



8



7



BOTTEGA VENETA

Foto: Vogue Runway



# HARMONY BLUE

## Azul

TRANSMITE ARMONÍA LLEVANDO EL COLOR DEL CIELO, APROVECHA SU INFINIDAD DE TONALIDADES Y DEJA VOLAR TU IMAGINACIÓN.

- 1.** Vestido camisero Athena asimétrico, de Alexander Wang, 918 € (farfetch.com)
- 2.** Bucket hat Le bob artichaut, de Jacquemus, 115 € (jacquemus.com)
- 3.** Alpargata Carina, de Castañer, 96 € (castaner.com)
- 4.** Bolso mini Peekaboo de piel azul claro con bordado, de Fendi, 3.100 € (fendi.com)
- 5.** Bucket hat azul de crochet, de Palomo Spain, 250 € (polomospain.com)
- 6.** Pendientes aros de cerámica, de Mango, 12,99 € (mango.com)
- 7.** Falda de algodón, de Loewe, 1.400 € (loewe.com)
- 8.** Sandalias mules Ava, de Wandler, 422 € (farfetch.com)



EMPORIO ARMANI



5



7

4



HERMÈS



Foto: Vogue Runway



BOSS

ACNE STUDIOS



NANUSHKA



6



8



# SEE THROUGH

## Transparencias

LOS TEJIDOS TRANSLÚCIDOS COMO EL TUL SON UNA DE LAS GRANDES TENDENCIAS DE LA TEMPORADA, UN *NAKED DRESS* PUEDE SER TU MEJOR COMPLICE.

**1.** Top de tul con manga puffy, de Simone Rocha x H&M, 49,99 € (hm.com) **2.** Zapato de salón D-moi, de Dior, 660 € (dior.com) **3.** Falda drapeada estampada, de Balmain, 917 € (balmain.com) **4.** Bolso shopper de tul bordado flores, de Zara, 25,95 € (zara.com) **5.** Bolso de hombro con correa de cadena, de Mame Kurogouchi, 735 € (farfetch.com) **6.** Bolso de mano Fai top handle, de Cult Gaia, 360 € (zalando.es) **7.** Bolso 44 de PVC transparente y negro con logotipo, de Balmain, 2.490 € (balmain.com)





4



ALBERTA FERRETTI



6



VALENTINO



N. 21

5



DIOR



7

Foto: Vogue Runway



Fotógrafo: Brian Knott

# BLOOM

## Floral

ESTA TEMPORADA DE MUCHOS SENTIMIENTOS A FLOR DE PIEL, DESCUBRE UN PRADO DE TENDENCIAS QUE TE PERMITIRÁ FLORECER.

**1.** Top bordado con flores, de Zara, 25,95 € (zara.com) **2.** Pendientes aro flores, de Mango, 9,99 € (mango.com) **3.** Zapatillas Floral Print Chuck 70 High Top, de Converse, 95 € (converse.com) **4.** Pantalones floral cropped, de Red Valentino, 437 € (farfetch.com) **5.** Bucket hat peach bloom, de Lack of Color, 98,37 € (lackofcolor.com) **6.** Guantes florales de tul, de Palomo Spain, 180 € (palomospain.com) **7.** Pendientes de metal, vidrio y laca con colgante de flor, de Saint Laurent, 595 € (ysl.com) **8.** Bolso Baguette de algodón blanco bordado, de Fendi, 2.500 € (fendi.com)





5

ANNA SUI



ERDEM

Foto: Vogue Runway

JACQUEMUS



6



EMILIA WICKSTEAD



7



8

# A FLOR DE PIEL

POR ELIZAVETA SMAGINA KOLOTILOVA