

PORTFOLIO CREATIVO/COMERCIAL/GENERAL. INTENCIONALIDAD.

PORTFOLIO CREATIVO/COMERCIAL/GENERAL. INTENCIONALIDAD.

Una vez tenemos el cv en pdf y no más de 1 hoja a ser posible y el portafolio con nuestros mejores trabajos colocados de forma ordenada, cuidadosa y formando unas 10-20 hojas que muestran cosas que podemos hacer, escribir, construir y aportar en definitiva, ya podemos hacer la carta de motivación donde contar porqué queremos trabajar con esa empresa o estudio.

Por cierto, los hobbies aparecerán solo si tienen algo de relación con la empresa a la que aplicamos.

La **carta de motivación** debe estar en un tono educado pero sin resultar pedante o lejano. Y de nuevo conciso, entusiasta y focalizado al puesto de trabajo (no hace falta que le contemos nuestra vida sino viene a cuento y no suma)

INTENCIONALIDAD- Aunque en vuestro portfolio **GENERAL NEUTRO**, donde colocáis todo lo que vais haciendo a modo de saco no habrá intencionalidad sino más bien construir un mosaico con todo del que partir, el primer portfolio que hagáis para un fin concreto si deberá ser realizado en función de esas prácticas, concurso, etc.

Los trabajos o colección de imágenes también se pueden guardar en una nube y disco duro (o dos en distintos espacios por si ocurre algo como un incendio) y guardarlos en distintas carpetas, aunque lo ideal es tener ambas cosas: un portfolio general del que partir además de las carpetas en discos duros.

COMERCIAL Y CREATIVO A LA VEZ

[HTTPS://WWW.ERNESTO-NARANJO.COM/ES/](https://www.ernesto-naranjo.com/es/)

[HTTPS://WWW.PALOMOSPAIN.COM](https://www.palomospain.com)

[HTTPS://WWW.LEANDROCANO.COM](https://www.leandrocano.com)

[HTTPS://VETEMENTSWESITE.COM](https://vetementswesite.com)

[HTTPS://WWW.OFF---WHITE.COM/EN-ES/](https://www.off---white.com/en-es/)

[HTTP://WWW.SILVIAFADO.COM](http://www.silviafado.com)



PORFOLIOS CREATIVOS

SUELEN SER DE DISEÑADORES QUE EMPIEZAN Y NO TIENEN PRESIÓN COMERCIAL O DISEÑADORES QUE BUSCAN DISTINGUIRSE . TAMBIEN ENTRARÍA AQUI EL GRUPO DE LOS QUE TRABAJAN EN OTRAS MARCAS Y AQUI DESPLIEGAN SU PARTE MÁS CREATIVA SIN MAS PRETENSIONES QUE EXPRESARSE LIBREMENTE O APOSTAR POR SU PROPIA IDENTIDAD COMO APUESTA A LARGO PLAZO SIEMPRE QUE SE LO PERMITAN.

[HTTPS://GUEZALE.COM/ANAFERNANDO](https://guezale.com/ANAFERNANDO)

[HTTPS://KIKOKOSTADINOV.COM](https://kikokostadinov.com)

[HTTPS://CARGOCOLLECTIVE.COM/TERESABUA/UNTITLED-SET-1/GUERRERAS-BRAGUITAS](https://cargocollective.com/TERESABUA/UNTITLED-SET-1/GUERRERAS-BRAGUITAS)

[HTTP://WWW.ESDEMGA.UVIGO.ES/DEBUT2019/PFE/LAURA_VILLEGAS.HTML](http://www.esdemga.uvigo.es/DEBUT2019/PFE/LAURA_VILLEGAS.HTML)

[HTTP://WWW.ESDEMGA.UVIGO.ES/DEBUT2019/PFE/INMACULADA_RODRIGUES.HTML](http://www.esdemga.uvigo.es/DEBUT2019/PFE/INMACULADA_RODRIGUES.HTML)

[HTTP://WWW.ESDEMGA.UVIGO.ES/DEBUT2019/PFE/BRANDS_BY_US.HTML](http://www.esdemga.uvigo.es/DEBUT2019/PFE/BRANDS_BY_US.HTML)

PORFOLIOS COMERCIALES

TIENEN UN MATIZ MÁS CLÁSICO, MENOS INNOVADOR O CON LA PURA INTENCIÓN DE VENDER

<https://www.corsicana.es/shop?page=2>

<https://eu.palomawool.com/collections/new-in>
<https://www.shoopclothing.com/shoop-x-asics-project-gel-nimbus-22/>
<https://davidcatalan.store/aw20>

Sofía Clari

PREPARACION DE PORTFOLIO ENFOCADO A:

ENTREVISTAS, CONCURSOS, DESFILES...

Hoy día es necesario **personalizar el portfolio para cada cliente**, aunque se puede partir de uno que hayamos hecho para “prensa de moda” o “showroom multimarca” o “asistente estudio diseño” y modificarlos para brillar lo máximo posible estudiando bien las necesidades de quien nos vaya a entrevistar y tratando de ajustarnos a ese perfil. Con la carta de motivación y el cv se hará lo mismo.

También será imprescindible tener un **portfolio general** con todos nuestros trabajos nos guste n más o menos y donde iremos añadiendo cada cosa que hagamos, tanto en el cv como en el portfolio.



Pasos para hacer un buen portfolio

1. **GENERACIÓN DE PRODUCTO O IDEA**- Esto es lo más importante aunque si existe una gran idea y no está bien plasmada en un buen portfolio pasará desapercibida y a la inversa a veces ideas no tan buenas son exacerbadas por buenos portfolios.

Aquí estaría incluido el moodboard si fuera imprescindible incluirlo.

Siempre hemos de hacernos la pregunta: ¿qué puedo aportar? Cúal podría ser mi seña de identidad? O simplemente disfrutar por el camino de la experimentación y búsqueda dejando el análisis y la crítica a un lado.

2. **FOTOS Y ESTILISMO**, esto sigue en importancia.

3. **ORDEN** de colocación

4. Trabajos retrospectivos. Solo si contribuyen a mejorar el portfolio realmente.

5. Clipping, igual que lo anterior. Cuando solo mencionan el nombre no se incluye aunque se puede utilizar para la valoración económica de cara a futuras colaboraciones o sponsorizaciones, esto ya en un nivel más interno de la empresa.

6. Estar seguros de que no hay **nada que reste calidad**; “la manzana podrida pudre el cesto”.

7. Hacer uno con el cv incluido y otro sin él. Tener una versión en inglés también es recomendable.



- TEXTO:** El texto ha de ser escueto y preciso, así como el moodboard que se puede obviar si no es imprescindible por dar un carácter algo de “escuela”.
- ORDEN:** No hay normas, pero una forma posible y usual es distribuir las mejores imágenes de la siguiente forma:
 - 1.**Comienzo que capte la atención. Empezar por lo más reciente y acabar con lo más antiguo.**
 - 2.Algo en medio que sirva para mantener el interés.
 - 3.**Final memorable** que será lo que quede en la retina.
 - 4.En los 3 casos recomendaría prenda hecha y **atención a la maquetación y la sensación que esta crea** pues no es lo mismo si enviamos un dossier a Vivienne Westwood en el que las líneas quebradas pueden sugerir dinamismo que uno a Loewe en el que las líneas cuadradas o logos con solera y más peso serían más acordes.



LA RESOLUCIÓN

Debe ser buena y nítida.

portfolio **para visualizar, poco peso**

Portafolio **para imprimir, alta
resolucion.**

Si se envía un trabajo con un peso de un Giga es muy probable que ni siquiera lo descarguen, ya que no se puede analizar o previsualizar. A veces ya se pide que los **archivos no pesen más de 3, 6, 15... megas.**



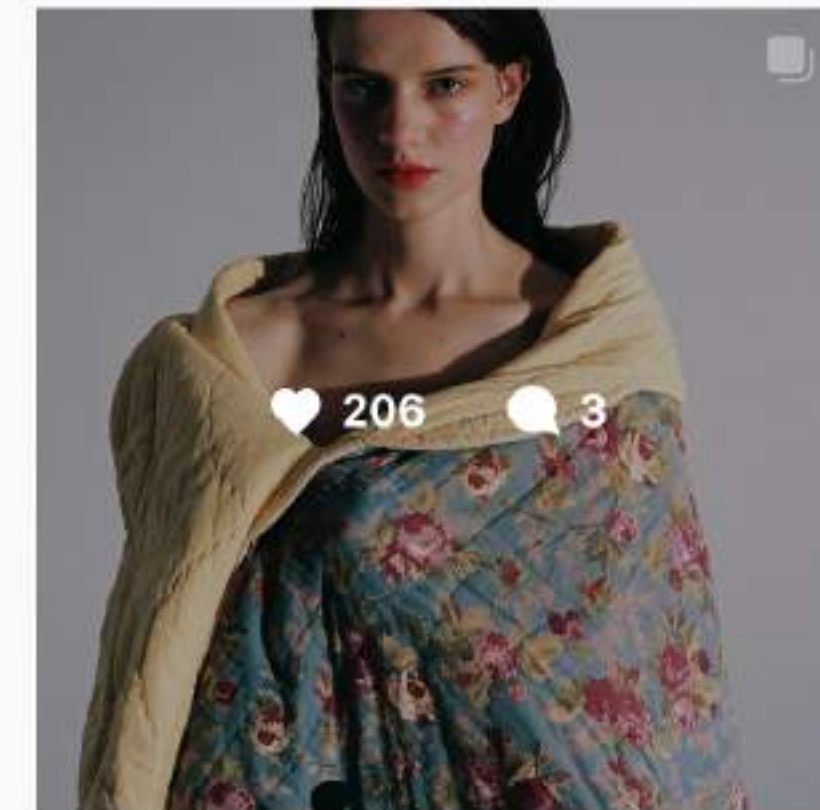
- **CLIPPING, MENCIONES Y CARTA DE RECOMENDACIONES**

En cuanto a clipping, cartas de referencia u opiniones de otros es recomendable incluirlas **solo si es realmente relevante** y va a aportar algo positivo y en la mínima medida posible.

Se puede añadir también el cv impreso y unas 10-15 “**comp card**” o **tarjetón** con nuestros mejores trabajos en un tamaño A5 aproximadamente y donde aparece nuestro contacto: nombre, profesión y teléfono + correo electrónico al menos.

Este tipo de tarjetón es muy parecido al que se suele incluir en los desfiles con la diferencia que en el desfile las imágenes son relativas a este último.

-El **moodboard** solo si se pide o es necesario para ayudar al jurado.



WEB

En este “site” es donde debemos lanzar la imagen que queremos que los demás tengan del producto. Aunque funcionen bien plataformas como Instagram para venta incluso, es necesaria una web profesional de cara a dar una imagen más seria para posibles sponsors, instituciones, concursos o ciertos clientes.

¿Qué colocar en mi web? Lo ideal es colocar **los mejores trabajos**, una identidad clara. También se pueden ofrecer **servicios** como cursos, medida o alquiler.

-<https://www.gabrielahearst.com>

-<https://deyi-living.com/es/projects/yuanfen-lookbook/>

-

CONCURSO

Estudiar otros ganadores de otras ediciones y analizar sus páginas webs así como sus portfolios. Es necesario ir con una identidad clara y contundente, así como ponernos en la piel del seleccionador con objetividad y empatía.



CARACTERISTICAS ESPECIFICAS DE NUESTRO BOOK PERSONAL O PORTFOLIO PARA:

ENTREVISTA

- Ajustar el portfolio a la empresa y el puesto al que optamos.
- Estudiar bien el perfil del cliente al que vamos, la empresa, como trabajan, que puedo aportar.
- Ensayar** la entrevista varias veces delante de amigos, familiares o compañeros que nos puedan dar una impresión objetiva de lo que transmitimos. Grabarnos a nosotros mismos y escucharnos luego para evitar las coletillas propias de los nervios, las lagunas en blanco o la inseguridad.
- Cuidar el vestuario e ir acorde a la entrevista, con una imagen que encaje con la empresa y sobre todo que nos resulte cómoda sin ir disfrazados.
- Ser uno mismo** y rezumar autenticidad y honestidad es muy importante también, además de ideas claras sobre el puesto.

No está de más construir **diferentes portfolios para diferentes clientes potenciales** y conservar esas versiones. Ejemplo: uno para revistas de moda más alternativas, otro para firmas de moda, otro para agencias de comunicación...

PROYECTO PERSONAL

El proyecto personal es algo muy acotado. Podría ser una investigación sobre algo, una puesta en escena de colección en una galería para potenciales clientes o dar a conocer una marca/atelier nueva con algún tipo de investigación en un tejido. El book será igualmente concreto y ajustado a este proyecto.

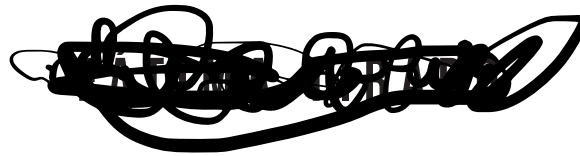
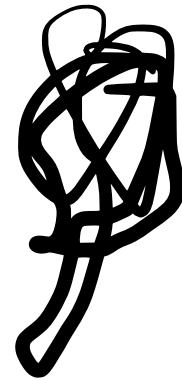
- Serviría todo lo anterior, pero en esta ocasión la empresa o **cliente a estudiar seríamos nosotros mismos**. Ejemplo: decido fundar mi propia marca con venta online y tengo entrevista para algún tipo de apoyo económico o colaboración.

<https://paulacanosdelvas.com/collections/>





MANUAL DEL ESTILISTA DE MODA



CUALIDADES DE UN ESTILISTA DE MODA



● UNA ACTITUD RESOLUTIVA

● SEGURIDAD EN SÍ MISMO

● CREATIVIDAD

● CONOCIMIENTO VISUAL DE LA HISTORIA DE MODA



● PREVISOR

● EXTREMADAMENTE ORDENADO

● BUENOS CONTACTOS

● INVESTIGADOR

● POSEER UNA VARITA MAGICA

ÁREAS DE TRABAJO PARA UN ESTILISTA DE MODA

1. REVISTAS / EDITORIAL

Organizar la sesión, contratar a los fotógrafos, equipos de peluquería y maquillaje y preparar los castings de modelos. El estilista es también el encargado de encontrar las prendas utilizadas en las sesiones, a través de agencias de relaciones públicas.



2. PUBLICIDAD IMPRESA / ANUNCIOS TELEVISIVOS

Crear un look para cada actor del anuncio. Se trabaja siguiendo un brief y bajo la supervisión del director artístico o del director de la película. La decisión de utilizar marcas de diseñadores o de grandes cadenas dependerá del presupuesto y de la creatividad.



ÁREAS DE TRABAJO PARA UN ESTILISTA DE MODA

5. MÚSICA

Desde actuar como personal shopper hasta desarrollar un enfoque creativo para las actuaciones, giras, etc. Suele pedir las prendas a los equipos de relaciones públicas o diseñar las piezas ellos mismos.



6. FAMOSOS / ALFOMBRA ROJA

El lookbook es un pequeño álbum de fotos producido por un diseñador de moda o marca sobre la colección de temporada. El estilista tendrá que combinar las prendas para crear un look contemporáneo. Puede que también tenga que buscar los objetos, zapatos y accesorios.



ÁREAS DE TRABAJO PARA UN ESTILISTA DE MODA

8. MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES Y ONLINE

Una nueva generación está demostrando cómo los blogs de moda pueden transformarse en lucrativos negocios online. Las tiendas y diseñadores trabajan directamente con blogueiros para desarrollar sus marcas a través de la publicidad, colaborando en gamas de prendas y concursos.



9. ESTILISMO PERSONAL / CONSULTORÍA DE IMAGEN

El estilista personal ayuda a sus clientes a poner al día su guardarropa y los aconseja sobre las últimas tendencias de moda. También ofrece servicios de consultoría de imagen, va de compras con su cliente, actúa como consejero, etc.



ÁREAS DE TRABAJO PARA UN ESTILISTA DE MODA

10. TELEVISIÓN (DEPARTAMENTO DE VESTUARIO)

En series de televisión, su trabajo se parecerá al de un diseñador de vestuario. En concursos, será similar a la del personal dresser, mientras que en programas como Factor X, formará parte del espectáculo, ofreciendo consejos de estilismo frente a la cámara.

11. ESTILISMO DE OBJETOS Y DISEÑO DE PLATÓS

Procuran los accesorios o diseñan los escenarios y crean instalaciones para sesiones de fotos, desfiles de moda e interiores de las tiendas o las películas. Los objetos pueden ser cualquier cosa.



ÁREAS DE TRABAJO PARA UN ESTILISTA DE MODA

3. PASARELAS

Colabora en definir el estilo de las presentaciones en las semanas de la moda internacionales, trabajando con el diseñador, para crear un look y dar forma a la presentación del desfile y de la colección.



4. VIDEO Y CINE DIGITAL

Los estilistas trabajan con fotógrafos y directores artísticos en nuevos formatos. Trabajarán como coordinadores de vestuario para películas de moda o videoclips, teniendo en cuenta la ejecución de la toma y no solo la prenda que lleva el modelo.



ÁREAS DE TRABAJO PARA UN ESTILISTA DE MODA

7. LOOKBOOKS / CATÁLOGOS / COMERCIO ELECTRÓNICO

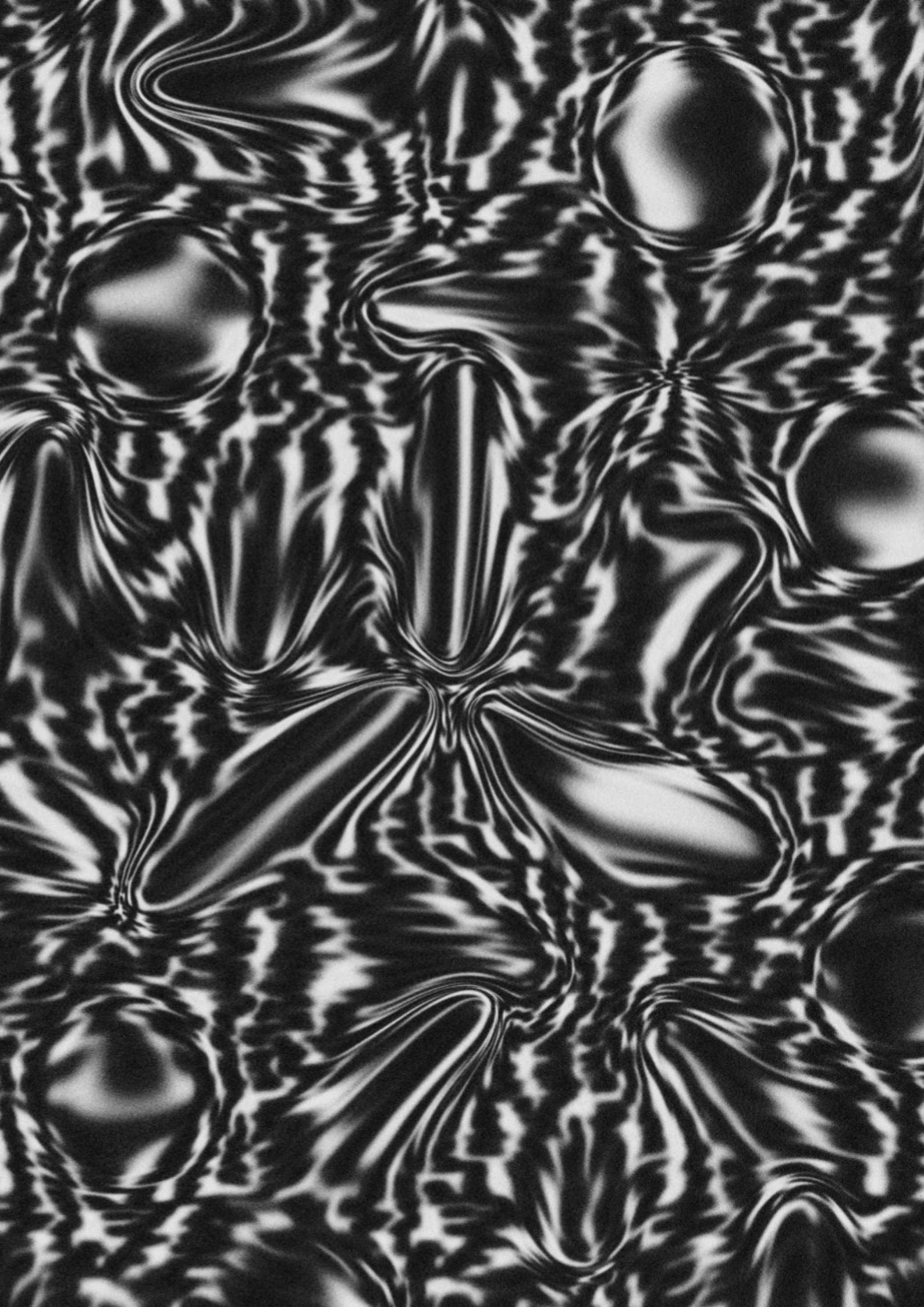
El lookbook es un pequeño álbum de fotos producido por un diseñador de moda o marca sobre la colección de temporada. El estilista tendrá que combinar las prendas para crear un look contemporáneo. Puede que también tenga que buscar los objetos, zapatos y accesorios.



La Planète est Sauvage

404





Índice

1. About 404 Studio
2. Looks/ Scketches
3. Líneas de colección / Moodboard
4. Materiales
5. Editorial
6. Colaboraciones
7. Sostenibilidad
8. Concepto del Show
9. Makeup/ Hair
10. Styling
11. Colecciones anteriores
12. Selección de clipping de prensa
13. CV diseñadora

About us

404 Studio es un laboratorio de creación cuya visión de la moda se basa en la búsqueda de lo único. Mediante la creación de piezas de ropa hechas a mano, exclusivas y de edición limitada; la marca pretende reinventar las normas establecidas, dando una perspectiva más contemporánea al diseño y la creación de prendas de punto.

Asimismo, 404 trata de fusionar la moda con diferentes expresiones artísticas tales como el arte y el cine. Cada colección esta inspirada en una película, colaborando regularmente con diferentes creativos.

La esencia y los valores de la marca son comunicados mediante diferentes manifestaciones artísticas. Se recrea así un universo creativo que permite establecer un vínculo más cercano con los consumidores y el público general.

De esta forma, cada una de las colecciones está inspirada en una película o serie que, además de presentar su estética, también genera un "mood" en el espectador o cliente donde poder sumergirse.

404 Studio busca crear un producto contemporáneo a partir de la tradición. El nombre fusiona entre la "era de Internet", y el uso del ganchillo en la moda, estrechamente relacionado con las prendas tradicionales. Buscando así deconstruir la realidad para hacerla divertida, creativa y única.



404 Studio

Anaïs Vauxcelles
Dir. C/ Manuel Simó, 23 pta 3
46007 / Valencia, España

info@404studio.es /
+34 647 838 708

www.404studio.es /
Instagram / 404studio.es

Lugar de nacimiento y residencia
Valencia, España

Marzo18

Primera colección “Deep Suspiria”
presentada en *Silencio Club Paris*.

Agosto18

Dua Lipa vestida
por 404 Studio

Febrero20

Desfile MBFWMadrid
“Holy Mountain”

Febrero20

Desfile London Fashion Week
“Holy Mountain”

Febrero19

Desfile MBFW Madrid
“Four Hours”

Septiembre20

Presentación digital MBFW Russia
“Eternals”

Septiembre20

“El País Semanal”
Generación sin prejuicios.

Junio21

CL vestida
por 404 Stuio

Abril18

Colección “Deep Suspiria” ,
presentada en Soho House,
Barcelona.

Septiembre20

ON/OFF London Digital Talents
London Fashion Week

Noviembre20

Kylie Mignoe vestida
por 404 Studio



Mini vestido de serpientes de crochet de manga larga, cosidas entre si en moulage.
Fuseau de lycra en rosa y rojo.
Peluca de punto verde.

Look 01



Pantalón de punto vaga a rayas con camiseta de cuello alto a conjunto pintado a mano con pintura metalizada azul.
+ Kaftán con punto vaga a rayas verticales pintado a mano con pintura metalizada cobre.

Look 02



Blazer bicolor corto de punto garbanzo con lana soft y punto calado en mangas. Minifalda bicolor de punto garbanzo a conjunto. Fuseau de ondas en blanco y negro y top de lycra de manga larga a conjunto

Look 03



Top de serpientes de crochet cosidas en moulage en rosa y rojo, con aperturas laterales.
Pantalón vaquero con estampado 404 studio x Jenealogía.

Look 04



Mono de crochet con aperturas inspiración ropa Draag.
Leggins fuseau con top manga larga de lycra con estampado 404 Studio. Peluca rosa corta.

Look 05



Mini vestido de hilo de fiesta en plateado con bordado de "La planète est Sauvage"
Pantalón en crochet con lace up en naranja.
Peluca azul larga.

Look 06



Minivestido de crochet XL con aperturas y bikini azul de crochet en contraste. Botas con estampado 404 Studio. Peluca verde larga.

Look 07



Total look jean - en colaboración con Jenealogía - con estampado de 404 Studio. Pantalón recto con bolsillos traseros con ondas. Chaqueta vaquera recta con detalles de ondas en bolsillos y canesú.

Look 08



Top de aro cruzado de crochet con mangas de punto vaga de rayas y apliques de lana fiesta en azul.
Leggins fuseau en rosa y rojo y top a conjunto.

Look 09



Vestido con sujetador entallado y cut offs en hilo azul metalizado.
Shorts con lace down en crochet

Look 10



Vestido de lana soft con punto garbanzo en bicolor azul/verde. Man-
gas con punto calado bicolor.
Leggins fuseau con estampado 404 Studio

Look 11



Bikini de crochet. Sujetador de crochet en estampado checkered en
azul y naranja con remate de serpiente en negro.
Braguita alta estilo brasileña con estampado checkered en azul y na-
ranja y lace up laterales.

Look 12



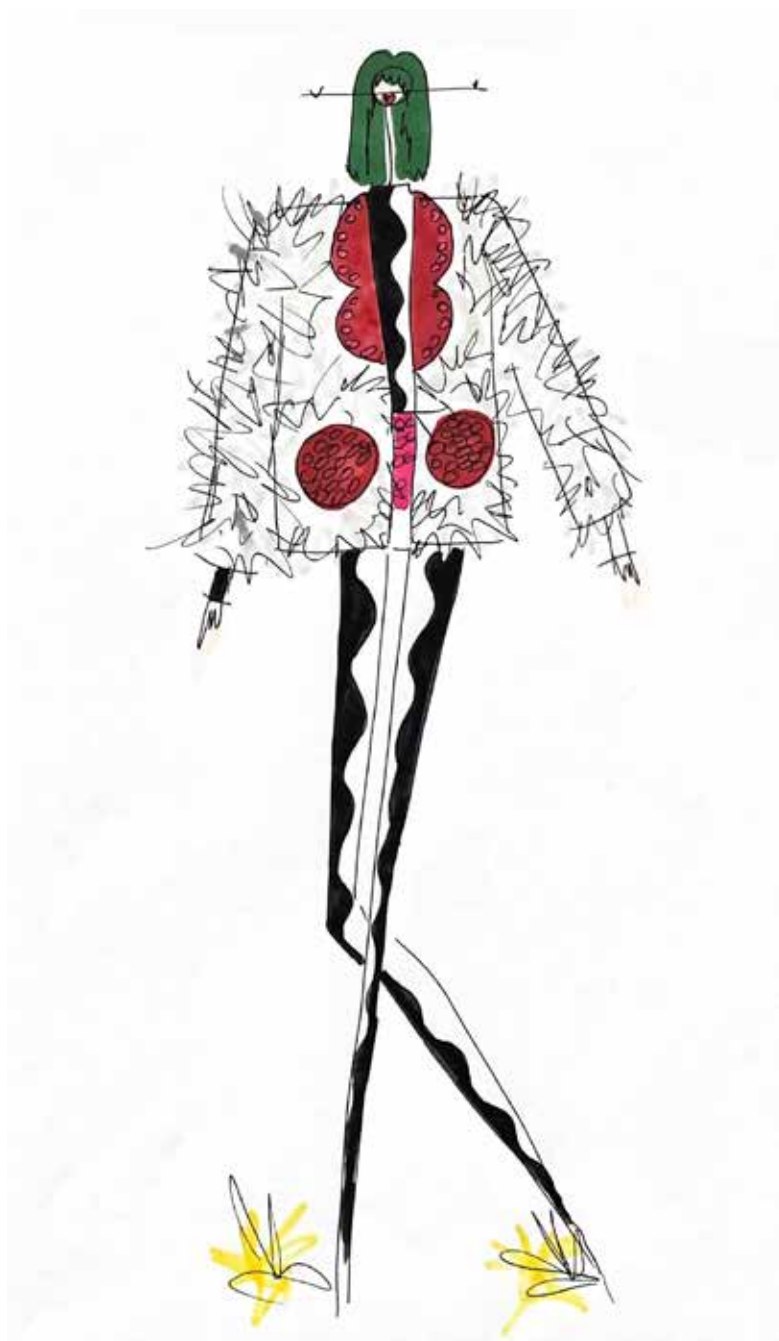
Blusa con lana soft en punto calado bicolor y manga corta. Botones joya.
Shorts de tela inspirados en la fauna de Ygaam.

Look 13



Total look jean con estampado 404 Studio . Camisa denim con detalle ondas en cuello y cruce delantero.
Falda pantalón con detalle onda.

Look 14



Chaqueta oversized con hilo de fiesta y bolsillos y cuello de lana soft redondeados.
Pantalón lycra recto bicolor con onda frontal y top a conjunto.

Look 15



Top redondeado con estampado checkered en crema y negro y aro único.
Falda con apertura delantera y estampado checkered en crema y negro. Botas media caña con estampado 404 Studio.

Look 16



Corsé de crochet en rosa y rojo con detalle de serpiente de crochet en los tirantes. Short con apertura en rosa y rojo y detalles de serpientes. Leggings fassau con estampado 404 Studio y bota alta de media caña con estampado 404 Studio.

Look 17



Vestido de fiesta de serpientes color hueso pintadas a mano con pintura metalizada plateada y unidos en moulage con hilo plateado. Esaplda al aire , manga larga y corte en pierna.

Look 18

404 STUDIO PRESENTS

La Planète est Sauvage

LINEAS DE COLECCIÓN

La próxima colección de 404 Studio se inspira en la película La Planète Sauvage.

La Planète Sauvage (1973) es una película de culto francesa basada en la novela de Stefan Wul y dirigida por René Laloux. Mediante ciencia ficción y animación para adultos, trata un drama psicológico en el que existe el lejano planeta Ygam donde viven unas criaturas gigantes llamadas "Draags".

La raza alienígena capturó en el pasado a seres humanos del planeta Tierra, a los que llaman "Oms", una vez en su planeta el ser humano acabó por convertirse para los "Draags" en una plaga minúscula que carece de inteligencia y en ocasiones utilizan como uso doméstico, en un símil al hámster y el ratón.

La temática principal nos muestra la superioridad de una raza que se considera dueña legítima del planeta frente a la presencia de pequeñas alimañas, que en este caso somos los seres humanos, lo que nos hace reflexionar y adoptar una nueva perspectiva sobre muchas de nuestras costumbres y relaciones con los animales y entorno.

Una segunda lectura social sobre lo exótico entre ambas culturas y su reflexión concluye en no hay buenos ni malos, sino posiciones de ignorancia tanto de un lado como del otro.

En la colección reflejamos sus temáticas principales y extraemos la idea de la educación, la igualdad y el respeto entre seres vivos.

Como referencia visual, adoptamos el uso de los colores y las formas de los alienígenas, el paisaje y las formas de la naturaleza.

La estética de la película y sus dibujos, podemos relacionarlos con el "codex serafinianus", la enciclopedia ilustrada que apareció unos años después del estreno de la película. En ambos casos podemos apreciar la creación de elementos de la naturaleza y seres vivos, creados desde la imaginación e inspiración surrealista como si de "El jardín de la delicias" se tratara.



Materiales

Hilo de fiesta

Lana soft

Algodón reciclado

Jean Laser

PVC reciclado

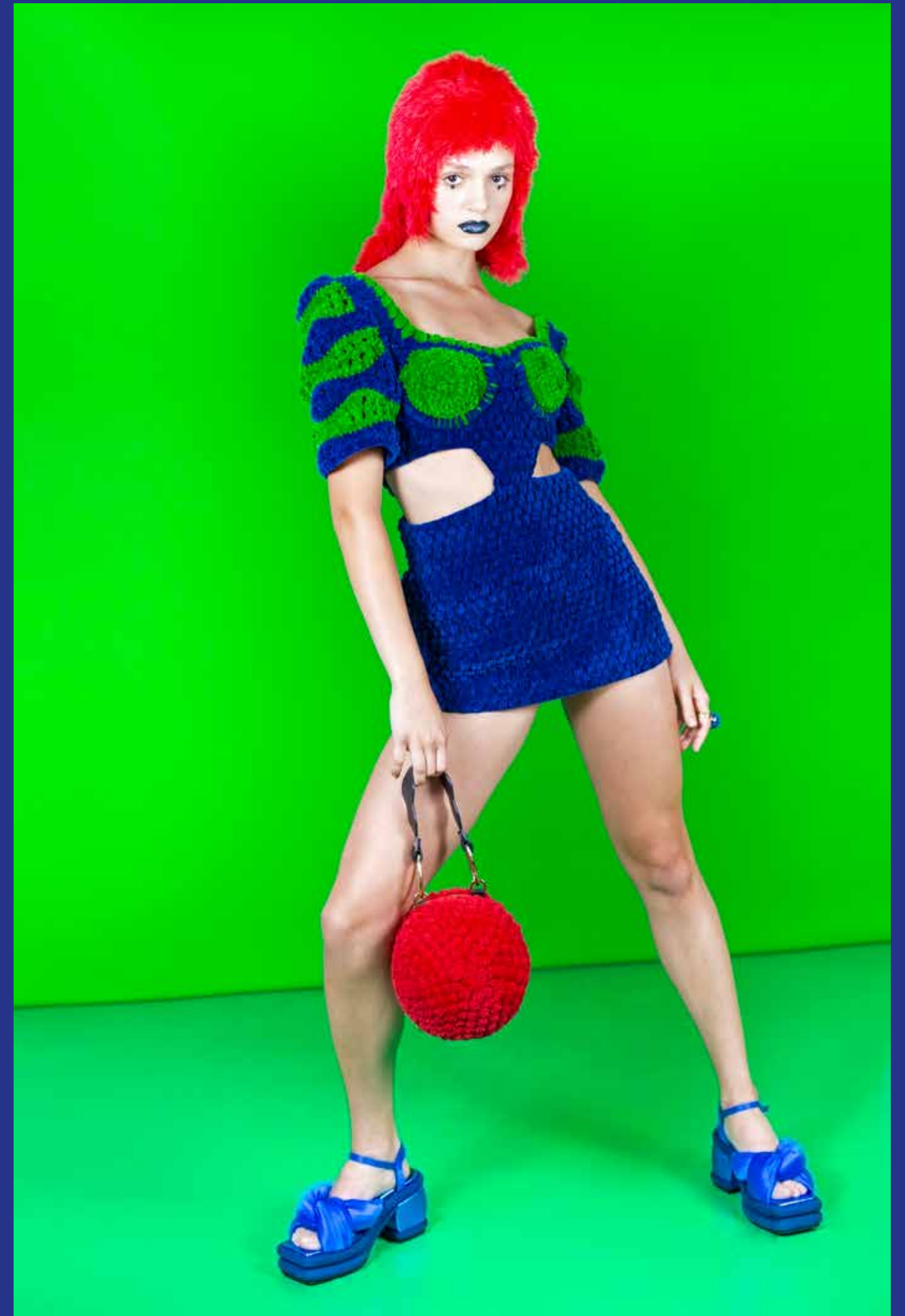


La
Planète
est
Sauvage



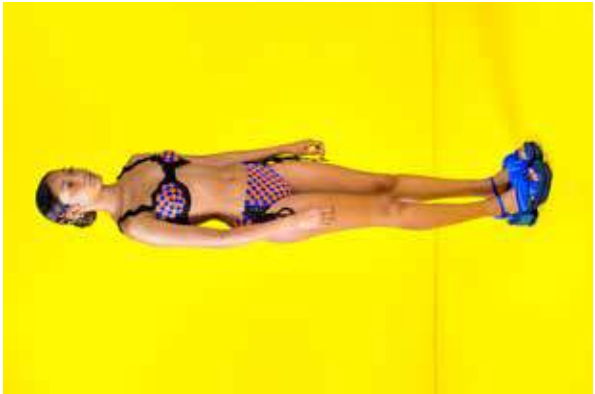
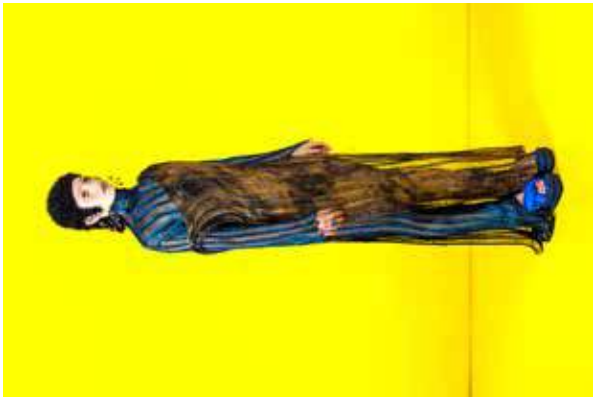














Colaboraciones

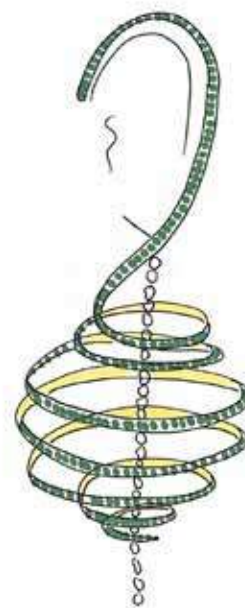
Lavani Jewels
Musseo
Genealogía
Lucía Blas



Una colección más Lavani Jewels se une al equipo de 404 Studio para crear la nueva colección de joyas para La Planète est Sauvage. Inspiradas también en la película de culto "La Planète Sauvage" y en los famosos huevos Fabergé, usando el brillo en contraposición al esmalte.

La idea principal es crear planetas y universos que se representen en las joyas usando formas redondeadas y la yuxtaposición de elementos.

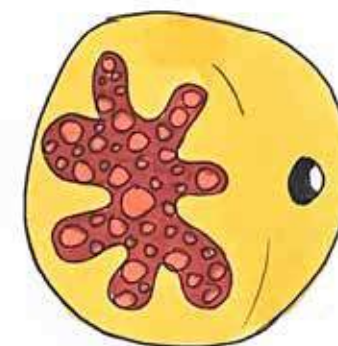
Cada joya está producida una a una en España manualmente.



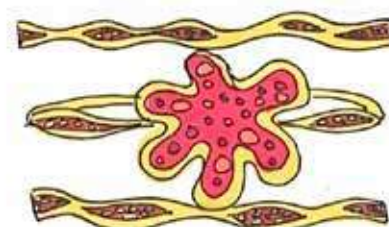
Pendiente en espiral con earcuff y adorno de perla barroca removible



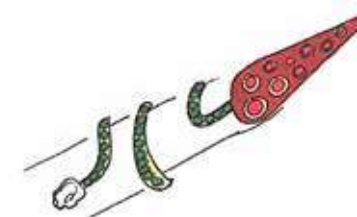
Earcuff de perlas barrocas con circonitas en rojo y naranja en dos tamaños



Botón joya de latón con forma de ameba. Esmalte en rojo y circonita naranja



Anillo con esmalte y circonita de color con forma de ameba y esmalte en rojo

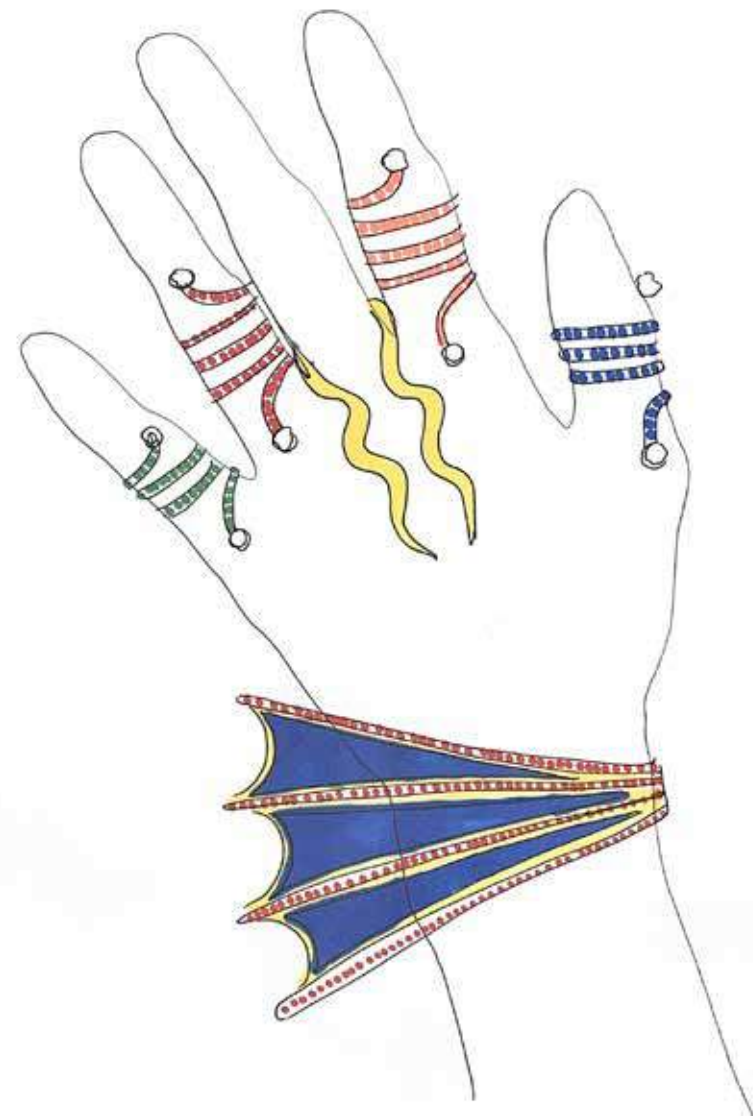


Cubre uña/anillo con circonita verde acabado en perla barroca. Uña de esmalte rojo con circonitas naranjas. Disponible en varias combinaciones de color



Earcuff de pincho de esmalte rosa con circonita roja en doble tamaño

Lavani Jewels x 404 Studio



Anillo de circonita en espiral acabado en perla barroca. Disponible en azul, rojo, verde y azul

Anillo plano ondulado bañado en oro

Pulsera con forma de aleta, con esmalte azul y circonita roja

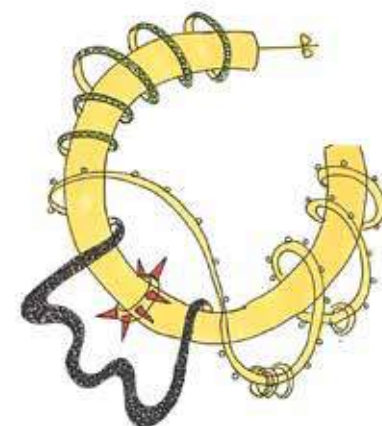


Piercing de labio con camino sinuoso y checkered con circonita blanca y negra. Piercing de nariz con checkered de circonita negra y blan-

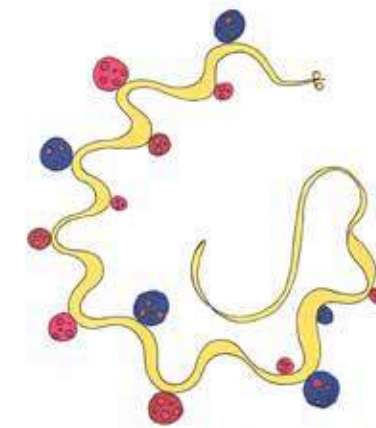


Climber en checkered naranja y azul con cadena de mini perlas barrocas

Earcuff de pincho de esmalte rosa con circonita roja en doble tamaño



Pendiente en aro XXL con espirales engarzadas con mini perlas barrocas y circonita verde y negra. pinchos en circonita roja



Pendiente ondulado con doble posición (earcuff) con apliques de planetas en dos tamaños en rosa, rojo y azul y circonitas multicolor



Pendiente/earcuff acabado en perla barroca de bola XXL de esmalte azul con circonitas multicolor y acabado con pincho recubierto de circonita roja



Anillo de bola XXL de esmalte con circonitas multicolor. Repetiremos en rosa y rojo



Collar de arandelas redondas con charms de pinchos en esmalte rosa y circonita en rojo. Extensor para convertir en cinturón joya.



Cinturón joya con chapa en forma de serpiente con esmalte negro y circonitas negras. Cadenas en cascada de perlas barrocas en diferentes tamaños



Quevedos con enganche en nariz inspirados en el maquillaje Draag.

Piercing con forma de labio.



En esta colección nos hemos unido a MUSSEO para crear unos zapatos únicos hechos a mano en Caravaca mediante técnicas tradicionales de calzado. Inspirados en el paisaje de Ygaam, voluptuoso y colorido.

Para el desfile realizaremos varias opciones de color y la versión en bota de caña alta de la sandalia.



Detalle de la suela

MUSSEO x 404 Studio



JENEALOGÍA x 404 Studio

En esta colección, contamos con una colaboración muy especial: **JENEALOGÍA**. Basados en Valencia y **pioneros en las soluciones láser sostenibles** para el tratamiento del vaquero entre otras utilidades.

Son capaces de recrear el mismo proceso que el lavado, roto y teñido del "jean", utilizando solo un vaso de agua y tecnología ecoeficiente.

En esta colaboración, hemos contado con los tejidos sostenibles japoneses de EVLOX. Tradición y vanguardia se unen a la moda emergente para crear una nueva dimensión entre el diseño y la sostenibilidad.

Para La Planète est Sauvage, hemos creado un print que luego pasó al tejido mediante tecnología de láser de quemado.

Diseñaremos dos total look de "jean" en tono azul oberyl y en negro.



"La industria de la moda es la responsable del 20% de la contaminación del agua a nivel mundial, la segunda después de la agricultura. Para la parte del acabado el uso de métodos tradicionales supone una media de 70 a 100 litros de agua que van a parar a los ríos del planeta y 150 gramos de químicos de los que casi todos son tóxicos.

Sin embargo, una empresa valenciana decidió hace 25 años que quería ponerle solución a estas dramáticas cifras y empezó a desarrollar tecnologías que ahora permiten desgastar o romper unos vaqueros consumiendo un solo vaso de agua [...]

En 1999 hicieron su primer desarrollo, el láser, para sustituir los procesos manuales para hacer desgastes. ¿La forma tradicional? Una lija en mano para abordar cada uno de los pantalones que intentan simular una prenda que viene de los mineros, donde estos desgastes surgían del paso del tiempo [...]

Entre sus desarrollos no se encuentra únicamente el láser, también está el ozono. Éste permite lavar sin aguas y sin químicos para ablandar la textura de los vaqueros y realizar lavados a la piedra. Con la tecnología de e-flow han conseguido que el aire de la atmósfera se transforme en nano burbujas para transportar los productos químicos a las prendas con una cantidad mínima de agua. "Entre las dos tecnologías tenemos un ahorro del 80% de agua y un 70% de químicos" VALENCIA PLAZA.



Como en todas las colecciones, contamos con la colaboración de un artista contemporáneo. Este año contamos con Lucía Blas, con la que realizaremos una intervención artística en prenda y un objeto único para la colección.

Lucía Blas (Valencia, 1991) desarrolla su práctica artística de forma multidisciplinar, haciendo uso de los recursos que ofrecen la pintura, la escultura o la instalación y explorando sus distintas posibilidades. Su interés se centra en cuestiones como son el residuo y la ruina, vinculando estos a la memoria del lugar y ahondando en su capacidad para reconstruir o generar nuevas narrativas. En relación con estas ideas trabaja de forma paralela en diferentes proyectos con un marcado componente autobiográfico. Su trabajo ha podido verse en exposiciones como la Biennial de València, el XXI Premio Nacional de Pintura Fundación Mainel, PAM!19 (VII Muestra de Producciones Artísticas y Multimedia) o TransportArte con EMT-València, siendo las más recientes su muestra individual para Abierto Valencia 2020 y su participación en PAM!PAM!20.



Lucía Blas x 404 Studio

Sostenibilidad

Se trata de una marca que aboga por la calidad en su materia prima. 404 Studio nace y se fundamenta en la artesanía y es por ello que a día de hoy continúa apoyándose más aún en sus valores, siendo una marca ética y sostenible. Trabaja con artesanos y fábricas españolas, participando y cuidando el “Made in Spain”.

Sus materiales principales son lana 100% y algodón 100%, además hemos incluido en esta última colección algodones reciclados y material PET, elaborado a partir del reciclaje de botellas de plástico.

Como novedad, participamos en un proyecto colaborativo junto a la empresa líder en innovación y sostenibilidad de maquinaria textil: Jeannotología. Nos introducimos por primera vez en el mundo del denim de la mano de la empresa valenciana y haremos uso de su tecnología láser y su sistema de lavados, reduciendo y optimizando el consumo de agua y energía. Asimismo luchamos contra la sobreproducción creando por primera vez una colección seasonless.

MATERIA PRIMA

Utilizando hilos PET reciclados y algodones ECO producidos en ESPAÑA en el 90% de la colección. Las telas usadas son excedentes de producción de una fábrica Valenciana.

GENEALOGÍA

Partnership con una de las empresas más punteras en España en sostenibilidad y búsqueda de formas eficientes y ecofriendly de trabajar en moda.

PRODUCCIÓN LOCAL Y ARTESANÍA

Todas nuestras prendas y complementos (incluyendo joyas y bolsos) están confeccionadas en nuestro propio taller o en talleres Españoles, generando así una economía local, ética y circular.

Recuperando los valores tradicionales de la artesanía Española y Valenciana trabajando con empresas familiares dedicadas en el caso de los bordados, por ejemplo, a los trajes regionales.

SEASONLESS

Como marca emergente es importante no sobresaturar el mercado con colecciones. Después de esta pandemia, creemos en la unicidad de colección.

Uno de los principales problemas de la moda es la sobreproducción, de esta forma luchamos contra el sistema masivo. Por este motivo, esta temporada podréis encontrar tanto prendas de verano como de invierno dentro de la misma colección, fusionando temporadas y siendo una colección única sin prefijo temporal.

El show nos trasladará al Planeta Salvaje mediante visuales proyectados junto con el logo en OP-ART simulando el estampado de la colección.

La música será original de los productores musicales ALLAN PARRISH y REVENDLESS, generando una experiencia inmersiva.

Luz de pasillo, ambiente Glam.

Sin muchas florituras para centrar toda la atención en las prendas y el estilismo.

Concepto del show



Make Up & Hair

Contaremos con la dirección creativa de Isabella Ching para el desarrollo de looks saturados y diferenciales.

Con el pelo, jugaremos con la transición de las pelucas de punto, en diferentes colores, texturas y tamaños, realizadas en el taller de 404 Studio y el pelo natural.



El estilsmo está inspirado en el glam rock, jugando con pelucas, superposición de joyas y sandalias y botas chunky estilo 70's. Para el estilismo en MBFW Madrid, contaremos con el estilista Giovanni Francoviera.

BOLSOS



Contaremos con dos bolsos, uno realizado en hilo fiesta en bicolor con el bordado de La Planète est Sauvage y un bolso bola semirrígido en rojo/ azul y verde, con cadena intercambiable de piel y el asa statement de la marca.

LEGGINS FUSEAU Y TOPS DE LYCRA

Produciremos leggings con forma fuseau en lycra bicolor con ondas frontales y en espalda - rosa y rojo - blanco y negro. También con el mismo patrón crearemos los mismos leggings con el estampado 404 Studio en sublimación. También crearemos los tops a conjunto de manga larga con apertura para el pulgar y cuello tortuga con apertura en la espalda para finalizar el look. Los produciremos con la artesana de maillots del equipo de gimnasia rítmica de la Comunidad Valenciana, acercándonos así al deporte y siendo producción local.





Colecciones anteriores

Holy Mountain (1973) Four Hours (1963)



Esta colección está inspirada en la reconocida película “Holy Mountain” de Alejandro Jodorowsky. Holy Mountain es una película surrealista de 1973 dirigida por por el mismo Jodorowsky, quién también realizó el guión, actuó y compuso la banda sonora de la película entre otras cosas.

404 Studio toma como referencia la dirección de arte, los personajes y la propia “Holy Mountain” que está presente en forma de sombreros, líneas sinuosas y complementos.

Como material principal, utilizamos lurex y algodón que se unen bajo el lema “Burn Your Money”

Para esta colección, 404 Studio ha realizado colecciones cápsula con:

New Rock, (@newrock) creando las plataformas y las botas de tacón.

Belfry, (@belfry) marca valenciana de marroquinería, que nos ayudó con los bolsos.

Pardo Hats, (@pardohats) reconocida marca de sombrerería con los que realizamos sombreros que recuerdan a la montaña, creada por ambos directores creativos.

Lavani Jewels,(@ lavani.jewels) joyería valenciana, con los que la marca ha diseñado variedad de piezas, desde pendientes, cinturones joya, pulseras y anillos hasta una máscara única.

Además, este año el estudio 404 contó con la colaboración de Lois Jeans (@loisjeans_es) y Alex Marco (@alexmarco.dmg) para la personalización de jeans y sudaderas.

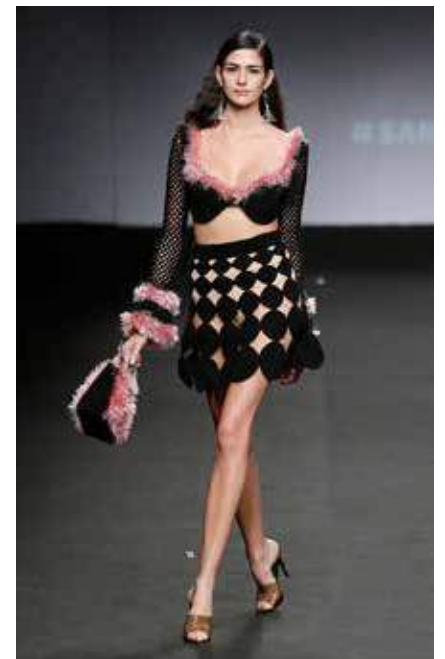
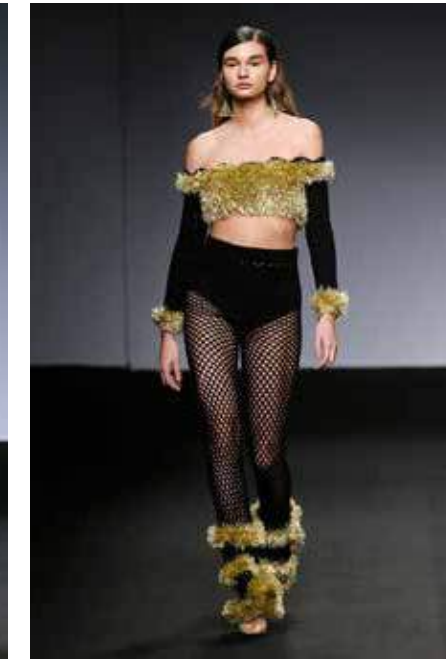
Asimismo, la música presentada en el espectáculo madrileño fue producida por Allan Parrish (@allan.parrish) y el músico Adrián Camaño (@revendless)





“Four Hours” debe su nombre a las cuatro horas de duración del filme Cleopatra protagonizada por Elisabeth Taylor en 1963. Nos centramos en el set de la cámara de Cleopatra focalizando nuestra atención en la ornamentación y en los múltiples cambios de la actriz a lo largo de la película. Utilizando así cuellos caja, alargando los bajos de los vestidos y con bordados a mano de lentejuelas doradas. La paleta cromática se centra en el beige, negro, verdes y azulados egipcios y corales, sin dejar de lado el dorado.

404 Studio intenta brindar una nueva perspectiva a la inspiración egipcia, intentando implantarla en la sociedad moderna de una forma fresca y cercana para nuestro público objetivo. La colección esta confeccionada en su mayoría por lana tejida a mano y metracrilato para los accesorios. Además la marca añade collares a los complementos, aumentando así gradualmente el espectro de productos.







Prensa y
difusión



Dua Lipa con 404 Studio colección "Daisies", 2018.

Dua Lipa



Kylie Minogue para Billboard Charts con 404 Studio "Rainbow Dress", 2020.

Kylie Minogue



Madame de Rosa



Look de "Four Hours" para el videoclip "Beautiful People" de Ed Sheeran, 2019

Ed Sheeran



Élite

Emplazamiento de producto en la serie de Netflix ÉLITE - bolsos, joyas y prendas de la colección Holy Mountain



K-POP superestrella con look de 404 Studio para anuncio en la televisión nacional de Korea

CL



Influencer Francesa

María Cygan



Influencer Parisina con un total look 404 Studio

Slipin2os2yle



Carolina Yuste con look de 404 Studio de la colección "Deep Suspiria" para SMODA, el PAÍS.

Carolina Yuste



Cristina Pedroche con total look "Burn Your Money" de 404 Studio para el programa de TV "Love Island", 2021.

Cristina Pedroche



Ingrid García-Jonsson en COSMOPOLITAN España con total look 404 Studio

Ingrid García Jonsson



GENERACION SIN PREJUICIOS- Artículo sobre diseñadores emergentes Españoles.

El País Semanal



i-D VICE

404 studio nos lleva a La Montaña Sagrada de Jodorowsky en su última colección



Top 20 Diseñadores por impacto internacional en GPS Radar

FASHION NETWORK

DESFILES DISEÑO COMUNICACIÓN INDUSTRIA INNOVACIONES COLECCIÓN GENTE EVENTOS

404 Studio, de actualizar las prendas de punto a conquistar a Dua Lipa

"Los estilistas de Dua Lipa me contactaron para que les mandara tres looks. Pasaron tres meses hasta que ella se puso uno, ya pensaba que no iba a ocurrir. Ahora me conoce mucha más gente, pero es verdad que el hecho de que se ponga tu ropa una celebrity no lo es todo, tienes que trabajar tu imaginario de marca". A sus 29 años, Anaïs Vauxcelles, fundadora de la firma 404 Studio, tiene su discurso claro y asentado. La suya es una apuesta por las prendas de autor con fondo y concepto, y su marca se encuadra en esa nueva ola de creadores españoles, en la que se incluyen nombres como Deminnico, que apuestan por redefinir la moda española... y exportarla a su manera.

Fashion Network

POP SUGAR FASHION

Where Celebs Like Dua Lipa and Kylie and the Buzziest New Brands

12/2021 14.11.2021



Pop Sugar

graziamagazine.ru

GRAZIA

I really love boldness in style. It instills confidence and opens the door to experimentation. The 404 STUDIO collection embodies the combination of the incongruous and the challenge to the established canons of fashion. In the video, you can watch how the jewelry was melted down for a second life. These bright accessories will help "cheer up" autumn days by adding to your outfit.



Grazia Rusia

NOW FASHION

No More Nice Knit

By Jessica Bumpus

By which we mean the cosy or cute sort that calls to mind something traditional or old-fashioned. This season, London's designers have become especially creative with their knitwear, promoting it from supporting act to leading role. And not in the way you'd necessarily expect for the winter season - where berry hues and forest tones so often tend to dominate the space as we go in search of a cosy pub fireplace. Instead, an exuberant and punchy palette is on the agenda. And it makes for festive and fun.

create his opening look as well as used hair from his own head to knit a vest (!). Throughout, the Fashion East designer used knitwear as a basis for politically-charged slogans on jumpers, which also included what has now become a signature of his - the landscape sweater.

Strongest among the On/Off line-up this season was 404 Studio, a Spanish-based brand for whom knitwear is inspired by film and the idea of reinvention. Bright and zingy, in crochet and glittery yarn, there was a vibrant disco feel - but it was the serene and zen looks all in white, look 3 in particular, that worked best. Further exploration into this next season please.

Now Fashion

GPS Radar
Fashion United

VFILE SAMSUNG EGO, the new generation of young designers at MBFW MADRID AW19

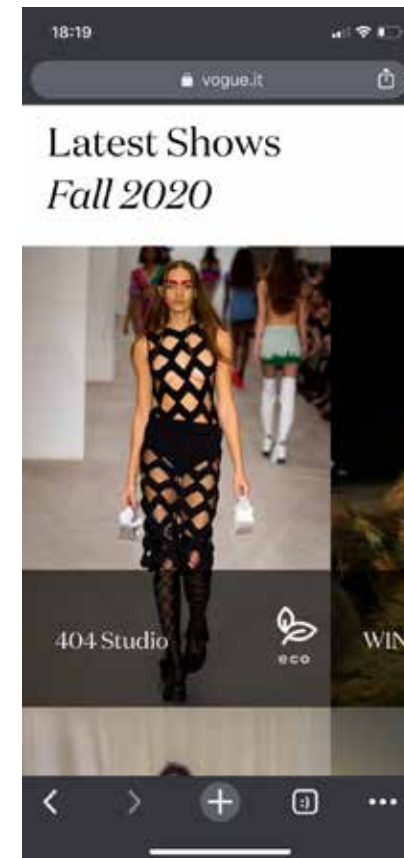
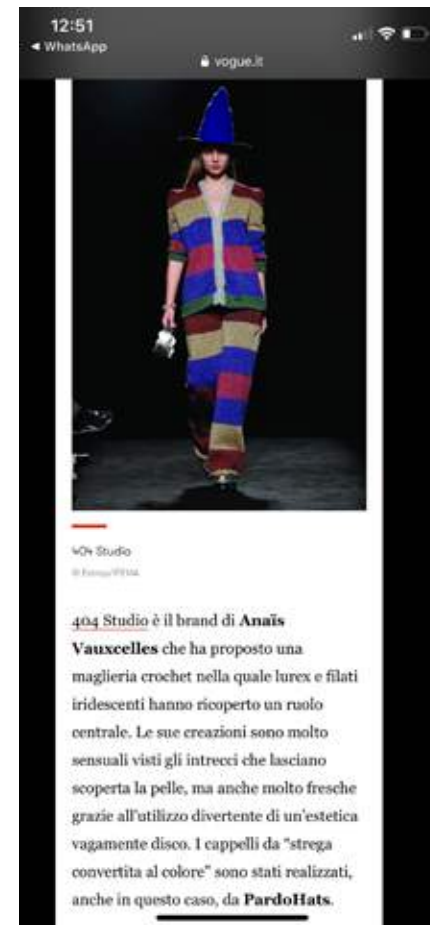
Samsung EGO opened the 69th edition of MBFW Madrid in Hall 14.1 of IFEMA Feria de Madrid, with the amazing offers of ideas from nine young designers, project that merges fashion and technology in some of its creative phases. The fashion show put on by Zuzana Kubickova, the international designer hailing from Mercedes-Benz Prague Fashion Week closed this year's Samsung EGO schedule as part of the Mercedes-Benz Fashion Talent prize. Her collection presented designs that are not only beautiful and stimulating, but also full of curiosity featuring glass elements inserted into a palette of subtle colours. Three designers presented a collection for the first time - 404 Studio, Melania Freire (WINNER OF MERCEDES BENZ FASHION TALENT, January 2019) and Reveligion, and other four designers returned - Anel Yaos, Cherry Massia, Mikel Colas and Madridmango. LHSY Studio, the last #SamsungEGO19 Innovation Project winner was in charge of the opening fashion show which blends fashion and technology.

Created by @myrapostolache

404 studio is a laboratory of creation whose approach towards fashion is based on uniqueness. Seeking to create something contemporary from tradition, the brand is focused on the design and production of handmade, exclusive and limited edition pieces of clothing. By using traditional materials and techniques such as crochet, the brand's essence is based on exploring and reinventing new ways of doing knitwear. Aiming to redefine the established rules. Further, 404 aims to merge fashion with different artistic expressions; being closely linked to cinema, the inspiration behind every collection, and art. #404STUDIO #SAMSUNGEGO19 #MBFWMADRID #YOUNG #DESIGNERS #NEWTALENTS #MADRID #SPAIN #AW19



V Files



Vogue Italy



Vogue España

La valenciana Anais Vauxcelles es una de las finalistas de la Mercedes-Benz Fashion Talent

► La diseñadora, antigua estudiante de la UPV, ha vestido a personalidades como Dua Lipa o la Mala Rodríguez

LEVANTE-EMV VALÈNCIA ■ La joven diseñadora valenciana Anais Vauxcelles, creadora del sello 404 Studio, se encuentra entre los siete finalistas del premio Mercedes Benz Fashion Talent, que reconoce el talento de los jóvenes creadores a nivel nacional. La ceremonia de entrega tendrá lugar el 7 de febrero, el último día de la celebración de la Mercedes Benz Fashion Week de Madrid, que arrancará el próximo martes en Ifema.

La valenciana aspira a llevarse el galardón con una colección inspirada en el mundo del cine. Concretamente en la película de culto *Holy Mountain* del chileno Alejandro Jodorowsky.

«La colección supone un recorrido por las escenas principales de la película, incluyendo los sentimientos representados», asegura la diseñadora, que ha contado con la colaboración del también artista valenciano Álex Marco, la



Anais Vauxcelles.

Pardo Hats y los zapatos de New Rock. La joven, licenciada en Bellas Artes por la Universitat Politècnica de València (UPV), ha vestido a destacadas personalidades del mundo de la música y de la moda, como Dua Lipa, Mala Rodríguez o Miranda Makaroff.

El premiado, que el año pasado fue el valenciano «Dominnico», tendrá la posibilidad de presentar sus propuestas sobre la pasarela internacional Merce-

Levançe

Anaïs Vauxcelles



Educación

- | | |
|-----------|--|
| 2016-2017 | Master en Comunicación y Dirección de Arte
Elisava, Barcelona |
| 2008-2014 | Licenciatura en Bellas Artes
Facultad Bellas Artes de San Carlos, UPV, Valencia |
| 2008-2009 | Especialización en Diseño de Moda
EASD Valencia |

Experiencia laboral

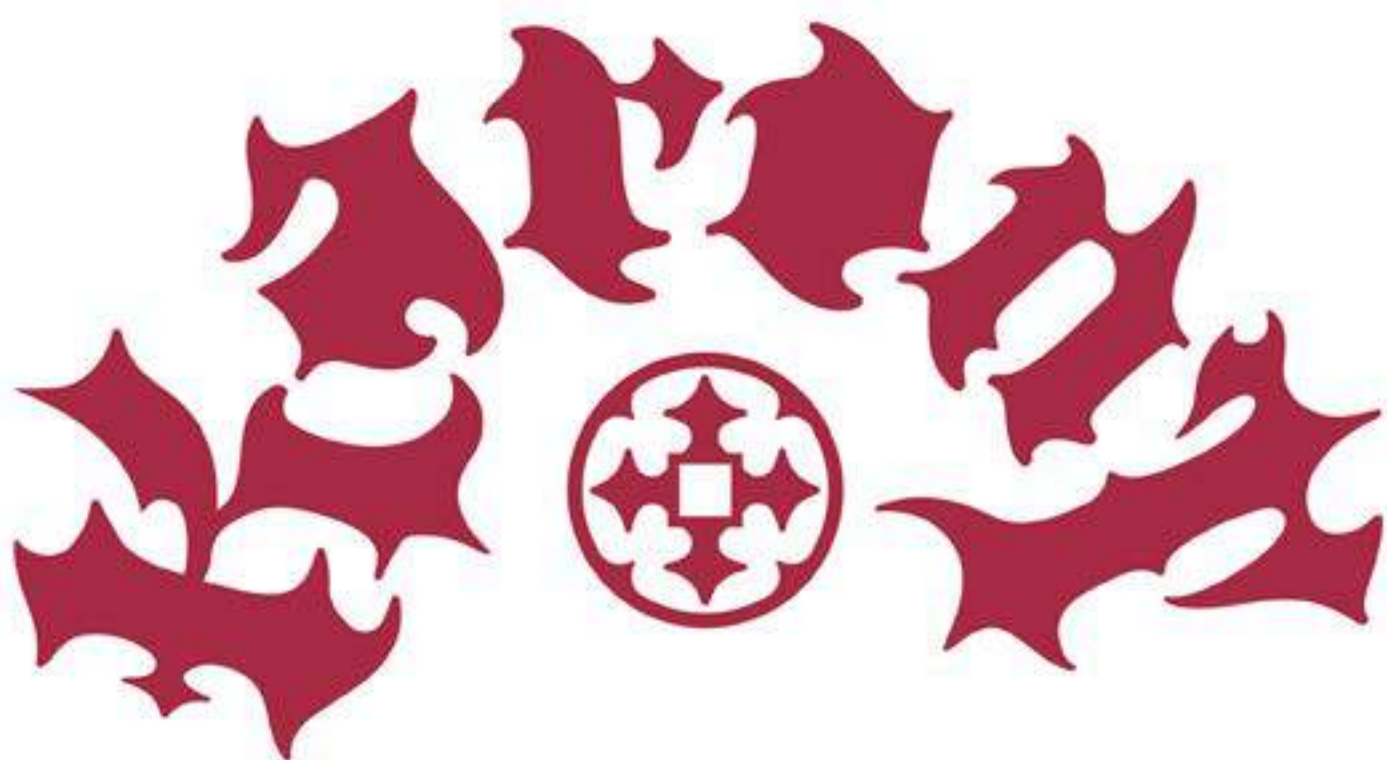
- | | |
|-----------|---|
| 2017 | Fundadora de 404 Studio
Directora creativa, asumiendo a todos los niveles
comunicación y producción |
| 2017 | Directora de Arte Freelance
Famosa, Playmobil y Hasbro |
| 2016-2017 | Directora Creativa en 21 Buttons
Diseño de publicidad y campañas de
comunicación con influencers |
| 2014-2015 | Diseñadora de Moda en Kualocho
Empresa de moda de punto, Valencia. |
| 2012-2014 | Fotógrafa Freelance |

Datos de interés

- | | |
|------|--|
| 2020 | Holy Mountain Show de 404 Studio
London Fashion Week “ON/OFF Digital Talents” |
| 2020 | Holy Mountain Show de 404 Studio
MBFW Russia “Digital Talents” |
| 2020 | Holy Mountain Show de 404 Studio
London Fashion Week |
| 2020 | Holy Mountain Show de 404 Studio
Samsung Ego, Mercedes Benz Madrid Fashion Week |
| 2019 | Four Hours Show de 404 Studio
Samsung Ego, Mercedes Benz Madrid Fashion Week |
| 2017 | Host del show AW19 de 404 Studio
Club Silencio (David Lynch), París |
| 2017 | Host de la presentación AW19 de 404 Studio
Soho House, Barcelona |
| 2016 | Seleccionada/ Nueva artista de interés |

La Planète
est Sauvage

404



KARONT es una marca que nace en el año 2020 poco después del colapso mundial. Varios meses de investigación y desarrollo de identidad de marca, dan resultado a el primer lanzamiento, junto y de la mano del nacimiento de una nueva sociedad post pandemia que tuvo lugar el 10 de Abril de 2021 en la ciudad de Barcelona.

Nuevo mundo y nuevas reglas.

Karont se centra en la sostenibilidad, apoyando y revitalizando la industria regional. De tal manera que desde la tejeduría hasta la producción final del producto están elaboradas en nuestra ciudad.

Karont quiere mostrar y comunicar en la plataforma de MBFWM , no solo una marca de ropa , sino un movimiento, un pensamiento de un grupo de jóvenes creativos y de como entienden el arte, el diseño y la moda.

Karont presenta su tercera colección, llamada **TRECE** donde exploramos a través de las reflexiones del alquimista de sangre, es decir;

***“Uno es todo y todo es uno, estas vivo porque comes vida.
Todo esta conectado
Todo está en medio de un flujo invisible e inabarcable.
No sé como llamarlo, el mundo o el universo o lo que sea.
Al lado de esa cosa enorme, tu y yo somos como hormigas.
Una pequeña parte de ese flujo.
Nada mas que una parte del todo.
Pero juntar todos los unos, es lo que hace que exista el todo.
El Flujo de este mundo sigue leyes tan grandes que no podemos ni imaginarlas.
Estudia el flujo, descomponlo y reconstruyelo.
Eso es la alquimia y la vida”***

Esta nueva colección que proponemos, **TRECE**, se inspira mediante la espiritualidad de las experiencias y enseñanzas de la vida misma.

Un estudio minucioso de la sociedad actual, en la que Karont a través de diferentes estilos y siluetas representa la integración y la heterogeneidad de pensamiento en pleno siglo XXI.

En la tercera colección queremos mostraros nuestra versión perfecta de la combinación entre arte, moda y gráfico.

Como empresa no dejamos de lado la realidad, soñamos siempre con los pies en el suelo y aunque creemos y tenemos como claim “everything is permitted” sabemos que para nuestro crecimiento, necesitamos vender nuestro producto, y crear una comunidad cada vez más grande y más firme. Es por eso que presentamos una serie de 15 looks para ésta tercera etapa de Karont.

En estás nuevas prendas hemos querido ser más polivalentes y trabajar diferentes estilos, abarcando diferentes visiones unisex gracias al buen estudio de patronaje de prendas y siluetas, una excelente y cada vez más amplia de investigación en técnicas de serigrafía, bordado y sublimación para poder reflejar de la mejor manera el trabajo gráfico que hay detrás y poderlo así reflejar en una buena selección de calidad de tejidos.

Nuestro objetivo es estar presentes en los armarios de toda aquella gente que se sienta identificada de alguna forma con nuestra comunidad y generar un buen archivo de piezas icónicas, para todos aquellos que decidan apoyar a nuestro movimiento y evidentemente formar parte de él.



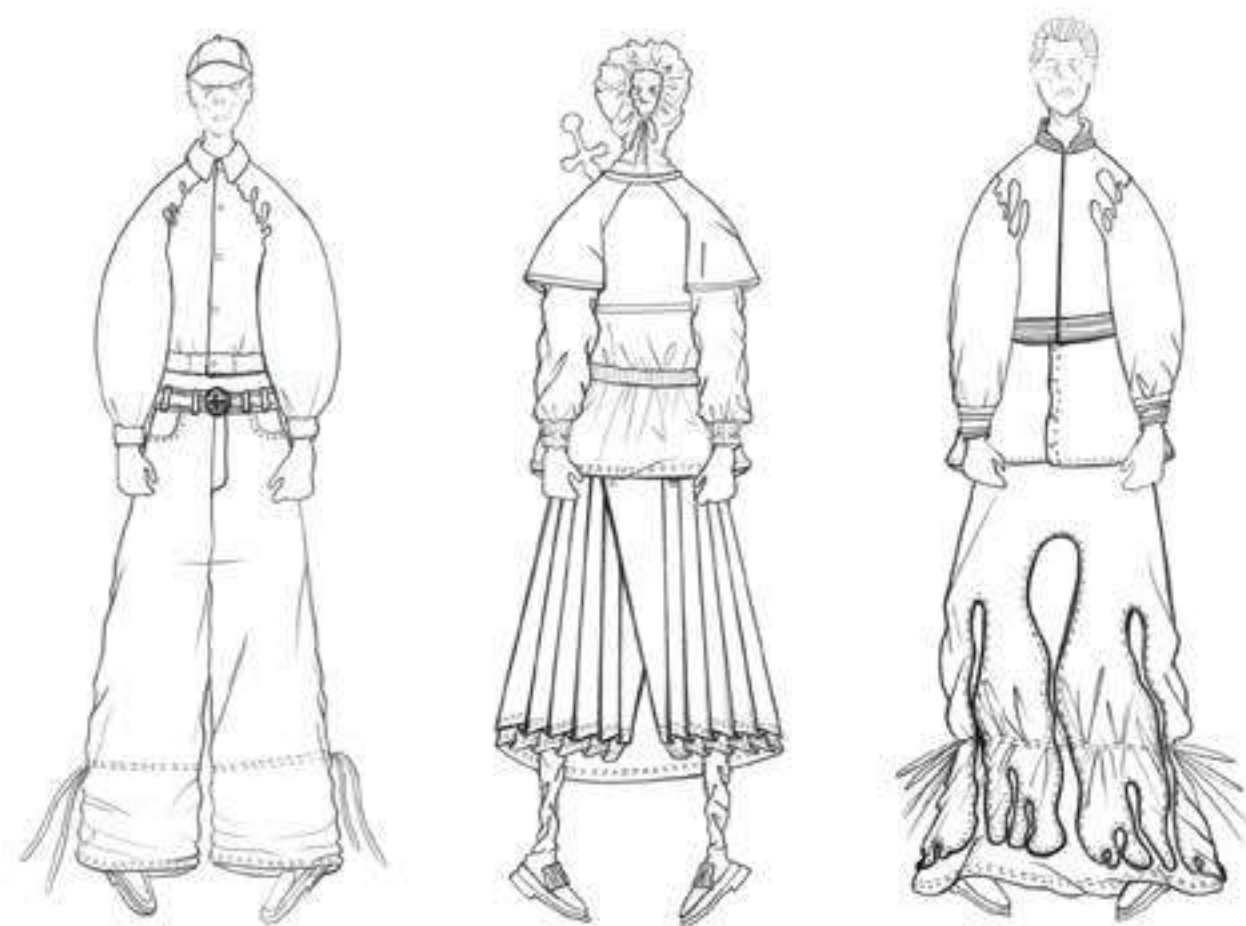
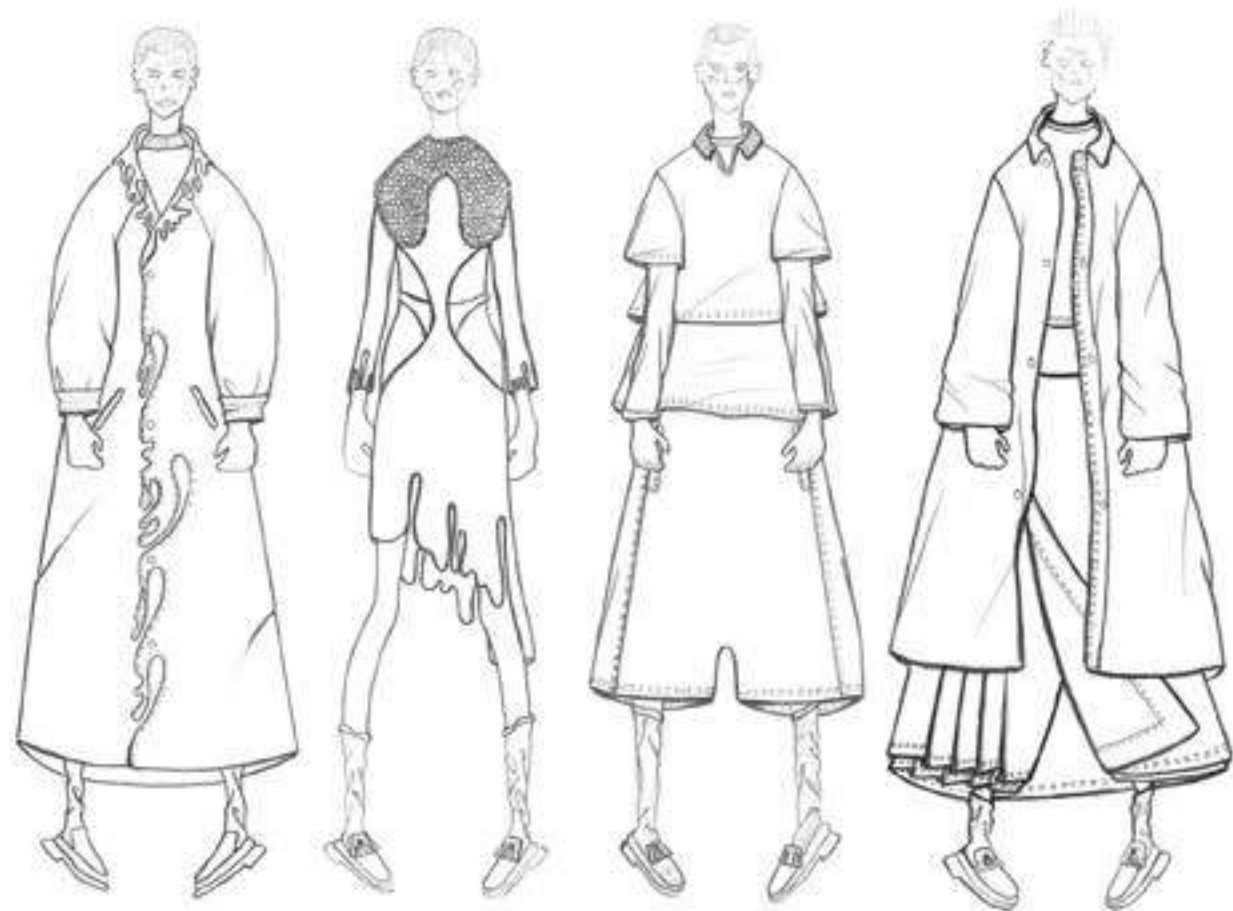
Doomt
flamgeett

33. doott. 100

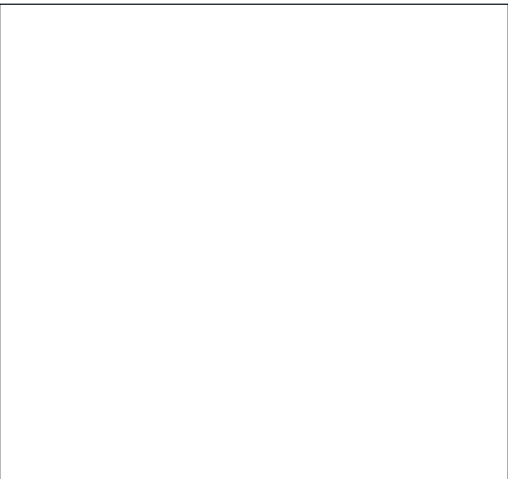
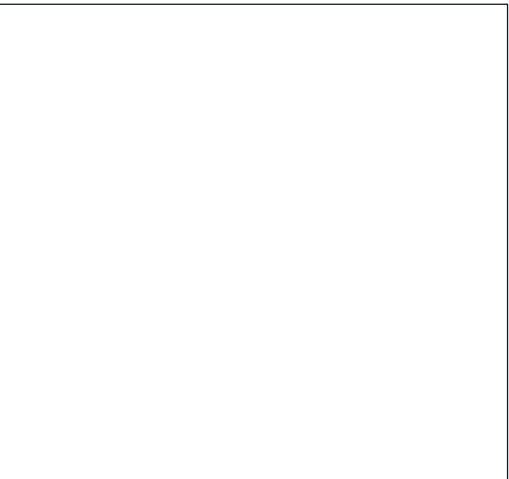
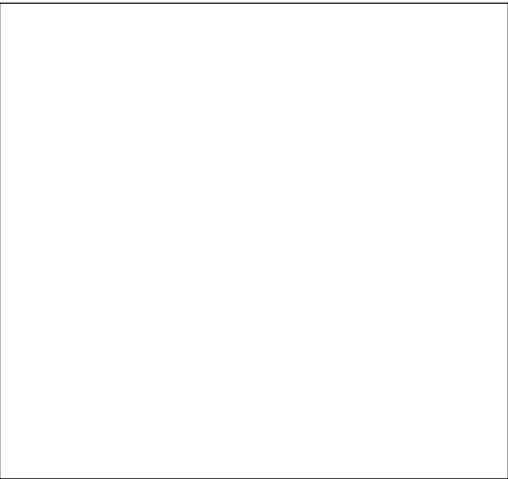
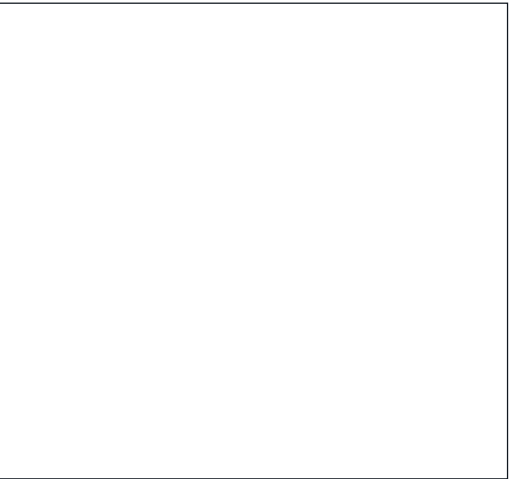
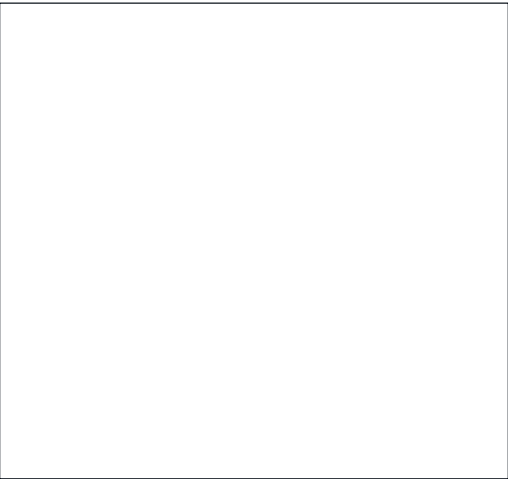
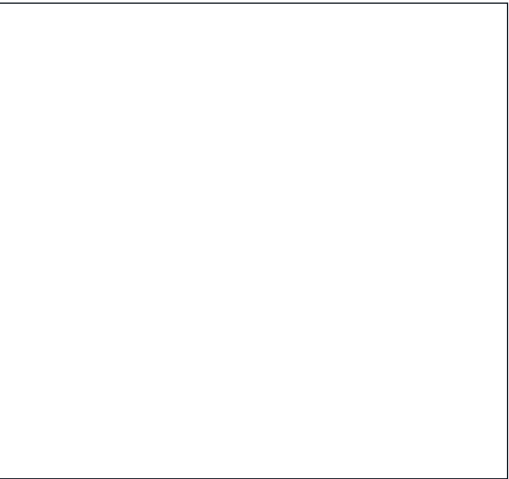
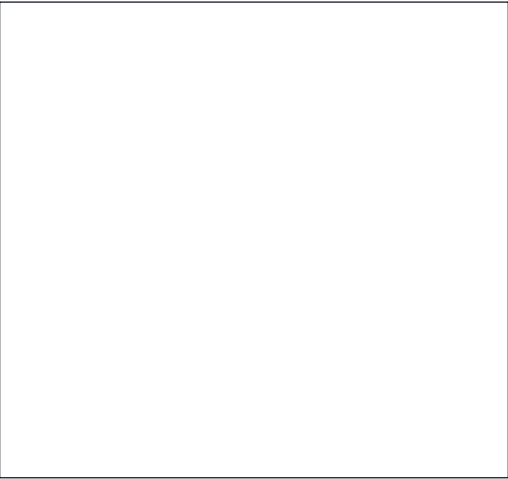
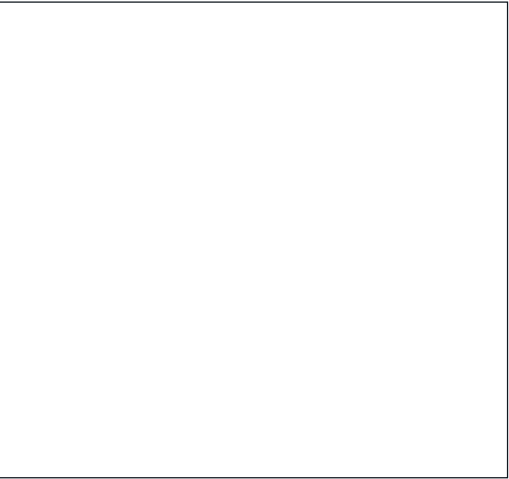
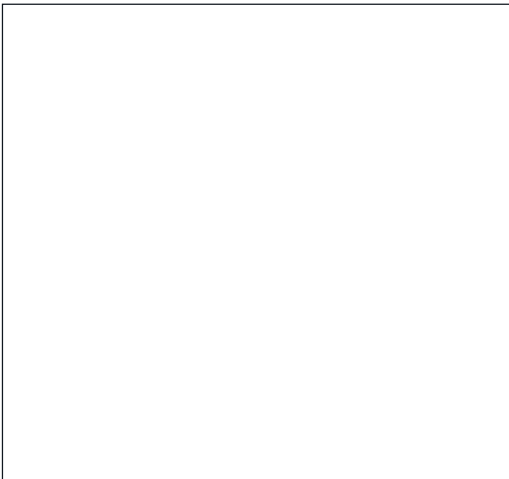
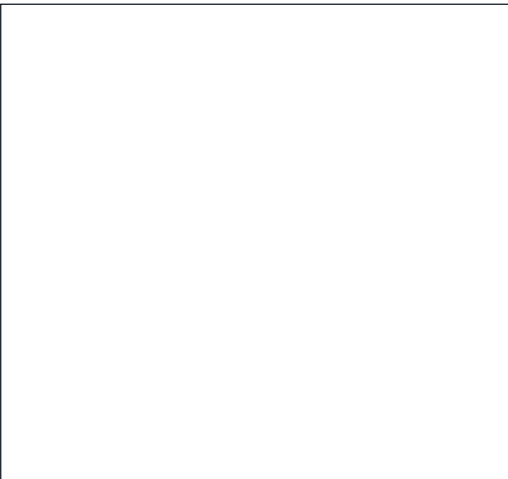
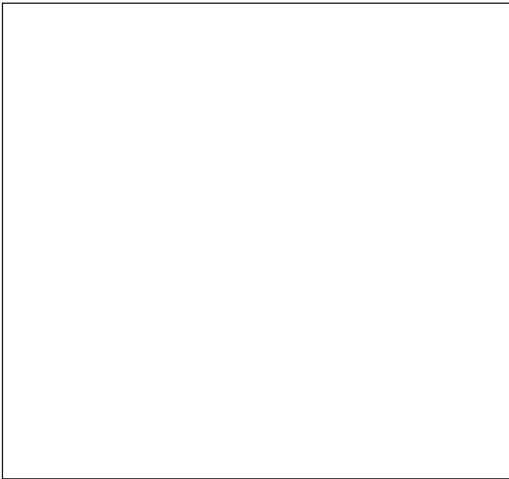
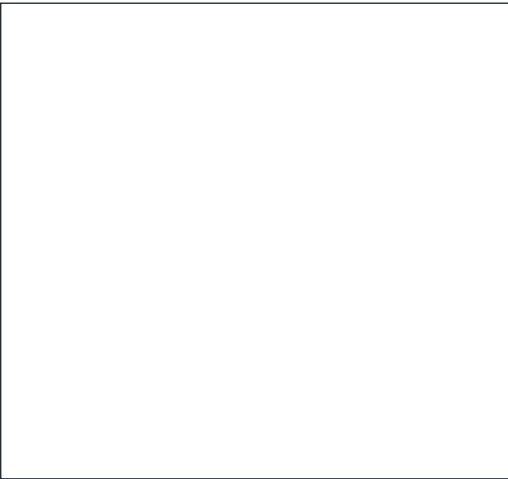
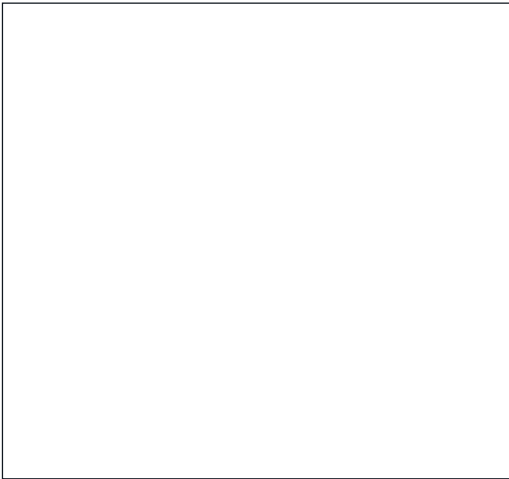
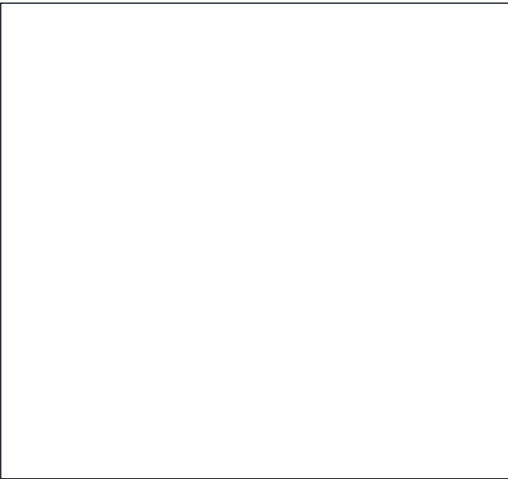
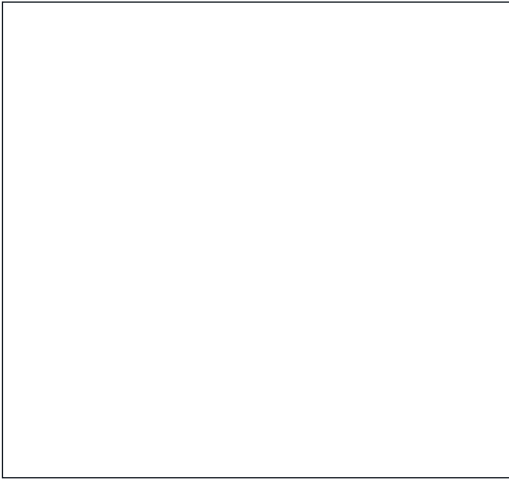
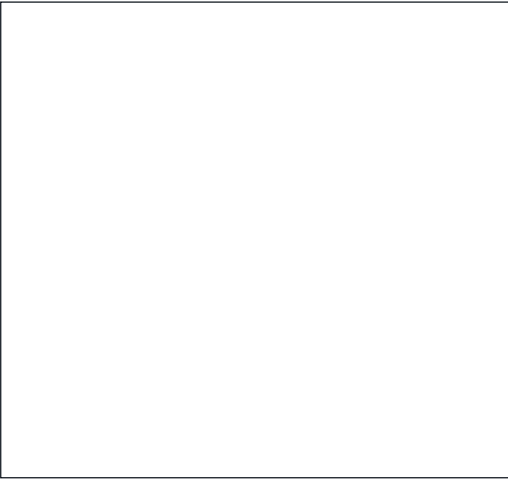
The Alchemical Table of Symbols

TRECCE





CARTA DE TEJIDOS

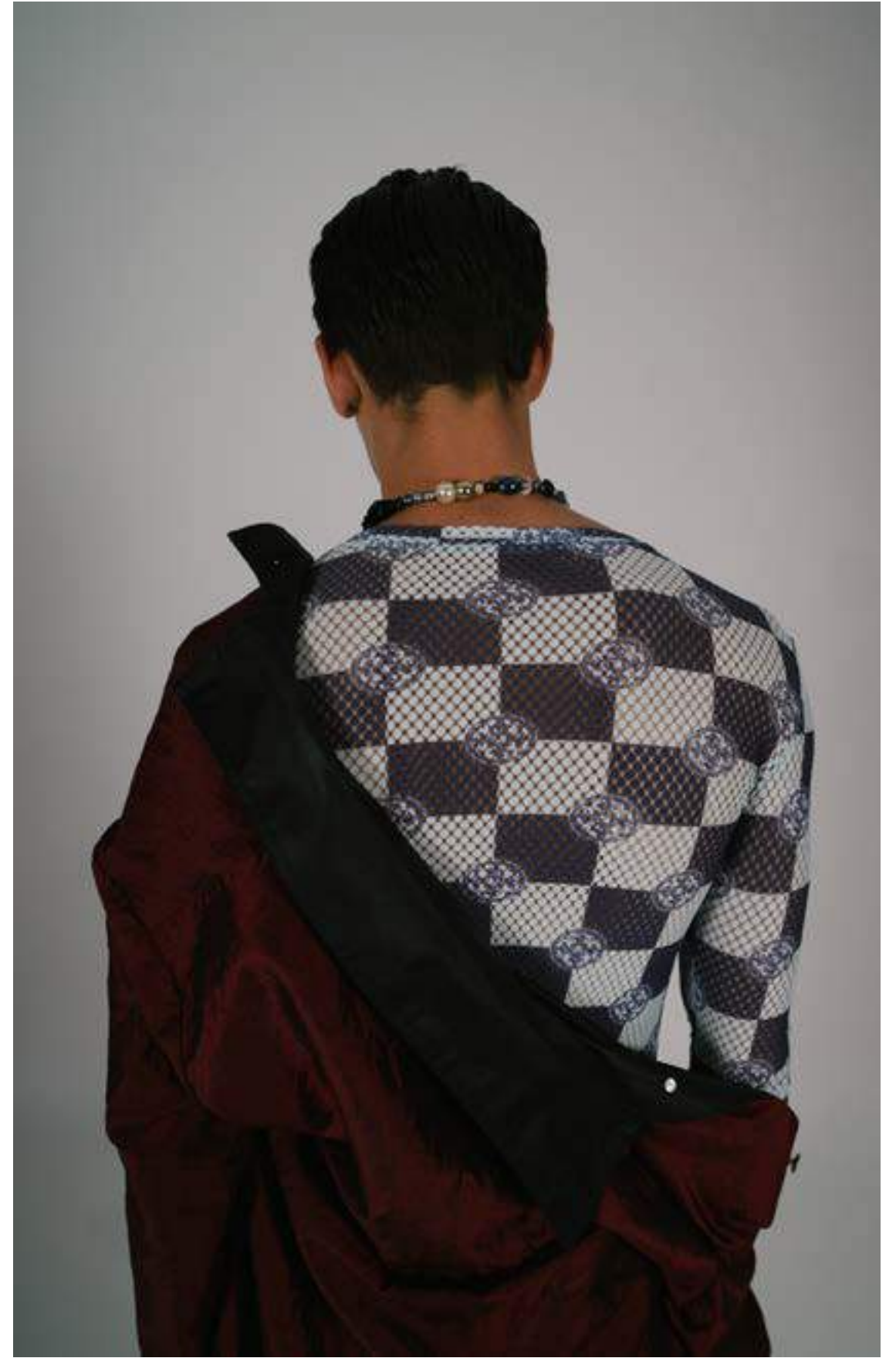
















PROPUESTA MAKE UP



TRABAJOS RETROSPECTIVOS















CLIPPING DE PRENSA

<https://www.instagram.com/p/COsDX1-rPEp/>

<https://tendencias.tv/people/people-moda/karont-una-una-nueva-marca-de-moda-streetwear-o-un-movimiento-artistico/>

https://www.cope.es/programas/solo-copees/cope-cool/audios/robber-rodriuez-cope-cool-busco-ser-actual-pero-rescatando-toda-esa-fuerza-artesanal-que-tenemos-20201005_1231488

<https://www.pronto.es/noticias-del-corazon/sorprendente/robber-rodriuez-disenador-triunfa-con-retales-residuos-322283102.html>

https://www.vozpopuli.com/gritos/robber-rodriuez_0_1395760628.html

<https://www.rtve.es/television/20200915/paloma-suarez-robber-rodriuez-fatima-minana-ego/2042167.shtml>

<https://www.elcorreo.com/gente-estilo/moda/robber-rodriuez-ganador-20200915120523-ntrc.html>

<https://elpais.com/espana/madrid/2020-09-07/sin-donaciones-y-ayudas-no-estaria-en-la-pasarela.html>

<https://www.lavanguardia.com/vida/20200921/483595174407/robber-rodriuez-un-costurero-pegado-a-la-calle.html>

<https://www.20minutos.es/noticia/4388800/0/robber-rodriuez-de-la-carrera-de-economia-a-ser-el-ganador-del-mercedes-benz-fashion-talent/>

https://www.cope.es/programas/solo-copees/cope-cool/audios/robber-rodriuez-talento-revelacion-moda-manchas-piel-esther-canadas-vogue-cope-cool-20200924_1221435

https://www.cope.es/programas/solo-copees/cope-cool/noticias/los-jovenes-disenadores-valientes-optimistas-ante-futuro-incierto-20200914_892448

<https://www.vogue.es/moda/articulos/mbfw-madrid-samsung-ego-2020-disenadores>

<https://www.diariolibre.com/estilos/moda/el-talento-joven-cierra-la-pasarela-del-madrid-fashion-week-EJ21398950>

https://elpais.com/elpais/2020/10/05/icon/1601922350_117253.html

<https://www.lavanguardia.com/vida/20200930/483767130681/raperos-y-roqueros-protagonizan-la-nueva-campana-de-gucci.html>

<https://www.lavanguardia.com/local/madrid/20200917/483521849937/la-72-edicion-de-mbfwmadrid-echa-el-cierre-aunando-la-digitalizacion-de-la-moda-y-la-seguridad.html>

<https://www.elmundo.es/album/yodona/moda/2020/09/14/5f5f6f6cfdddf65308b4592.html>

<https://www.elcorreo.com/alavadmoda/moda/pasarela-madrilena-presenta-20200909093700-nt.html>

<https://www.lavanguardia.com/vida/20200920/483585987359/lunes-21-de-septiembre-de-2020.html>

<https://sevilla.abc.es/estilo/bulevarsur/noticias/moda/mbfw-coronavirus-resumen/>

<https://www.informavalencia.com/2020/09/18/la-velenciana-isabel-sanchis-presenta-coleccion-por-primera-vez-en-fashion-week-madrid/>

<https://es.fashionnetwork.com/news/Arranca-la-primera-mbfw-madrid-de-la-era-post-covid-19,1240697.html>

<https://fashionunited.es/noticias/moda/robber-rodriuez-el-nuevo-enfant-terrible-de-la-moda-espanola-desfilara-en-la-mbfwm/2020090133533>

https://www.cope.es/programas/solo-copees/cope-cool/noticias/influencer-20200925_911397

<https://www.lavanguardia.com/vida/20200913/483448205313/domingo-13-de-septiembre-de-2020.html>

<https://www.lavanguardia.com/vida/20200913/483442957274/efe-nacional-domingo-13-de-septiembre.html>

<https://www.vogue.fr/defiles/madrid-printemps-ete-2021/robber-rodriuez>

<https://www.elperiodico.cat/ca/gent/20200930/iggy-pop-moda--campanya-gucci--rapers--aap-rocky--tyler-the-creator-dissenyador-italia-alessandro-michele-8135293>

<https://www.diariovasco.com/gipuzkoademoda/firmas/mercedesbenz-fashion-talent-20200905155940-nt.html>

<https://www.lavanguardia.com/gente/20200807/482693324133/moda-independiente-vic-desfiles-off-modo.html>

ALEIX DIAZ

Diseñador de moda
- Barcelona, España.

- info@visual-saint.com / info@karont.com

Educación

2016 -2020: Grado Oficial en diseño de moda. IED Barcelona (240 ECTS)
2013 – 2015: Grado en dirección de cine. Bande à Part, Escola de Cine.

Experiencia

Agosto 2020 –Actualidad: CEO- Fundador-Diseñador. KARONT

- Gestión empresa.
- Desarrollo de identidad de marca.
- Desarrollo de una colección.
- Desarrollo de una colaboración con la marca SSSTUFFF.

Abril 2019 – agosto 2019: Diseñador. Prácticas en Boris Bidjan Saberi / 11 ByBBS

- Realización de propuestas de branding en BBS y nuevos estampados para 11 ByBBS.
- Realización de moodboards conceptuales a partir de research para nuevas colecciones.
- Realización de fichas técnicas.
- Ayudando en los acabados y control de calidad de las prendas.

Feb 2019: Diseñador.

- Participación en el workshop de moda y tecnología con Noumena.
- Realización de 1 look, creado con tecnología 3D (Rhino & Grasshoper) y corte laser.
- Presentación del look en YOMO Mobile World Congress Barcelona 2019.

Mayo 2018 – actualidad: Consultor de moda y tendencias. Limiteditions (Barcelona)

- Consultor de tendencias y asistente de compra especializado en marcas streetwear, para sus tiendas y pop ups en Barcelona.
- Proyecto Editorial en colaboración con la tienda, inspirado en la naranja mecánica, utilizando marcas como Off White y Heron Preston. Publicado en las redes sociales de la tienda.

Enero 2015 – enero 2018: Consultor de moda y asistente de ventas en trade shows.

Blockshop (Barcelona) y Bread & Butter, Bright (Berlín).

- Consultor de tendencias y asistente de compra especializado en marcas streetwear, para sus tiendas en Barcelona.

Habilidades

- Español y catalán nativo. Ingles nivel básico.
- Adobe Illustrator, Photoshop, In-design.
- Office Word, PowerPoint, Excel.
- Fichas Técnicas y planos.
- Estampación digital, serigrafía y manipulación textil.
- Diseño y desarrollo de conceptos, moodboards.

Referencias disponibles bajo petición.



CONTACT

[Redacted]

rodriguezyroberto@gmail.com

Barcelona, Spain

APTITUDES

Illustrator
Photoshop
Indesing
Gerber
Pattern making
Hand sketch
Digital design
Stitching
Moulage

LANGUAGES

English	Fluent
Castellano	Native

AWARDS

Winner of Mercedes-Benz
Fashion Talents 2020 Madrid

[Ver video desfile](#)

Winner of a full programe
scholarship at IED Barcelona
2015 Barcelona

ROBERTO . RODRIGUEZ

Creative, specialised in Fashion Design and Styling with a background in Economics and Finance, communicative, bold, decisive, positive and committed to each project in search of a job opportunity in the field of design and creation.

HISTORIAL LABORAL

Fashion designer - Freelance (Madrid) Enero 20 - currently

- Creation of moodboards and trend panels.
- Search for color ranges and selection of fabrics and trimmings.
- Collection design development.
- Elaboration of flats and technical sheets.
- Creation of textile patterns and manipulations.
- Development of 2D patterns and 3D modeling on mannequin.
- Sewing prototypes and samples for production.
- Contact with national and international suppliers.
- Show my first RTW collection at MBFWM.

Junior Designer - Mary Katrantzou (Londres) Jun 19 - Dec 19

- Supervision of technical sheets.
- Elaboration of prototypes.
- Design of garments and details of the collection.
- Pattern cutting working with rhinestones and matching patterns.
- Alteration of patterns working with special embroidered pieces.
- Assisting seamstresses in sewing final pieces and other tasks.
- Contact with providers and stylists.
- Preparation for the parade of the ss20 collection presented in Greece.

Internship - Mary Katrantzou (London) - Jun 18 - Oct 18

- Digitization and development of digital patterns with Gerber.
- Handling of fabrics using different techniques and materials.
- Pattern alterations
- Supervision of technical sheets
- Assistance the team with fabric fusions, trimmings bindings,
- Dress up the ss19 collection show outputs in London FW18.

EDUCATION

BA Fashion Design & Stylism (240 Credits ECTS)
IED Barcelona 2019.

BA Economics Sciences (240 Credits ECTS)
Universidad Autónoma de Madrid 2015



Salidas profesionales en el mundo de la moda y sus diferentes portfolios.
Diferencias

Foto: outsiders division para “who’s on next” -
Vogue

RS DIVISION™

come back soon!

idersdivision.com



Salidas profesionales en el mundo de la moda y sus diferentes portfolios. Diferencias

***CEO, director@ creativ@** de marca propia, que se puede combinar con un trabajo part-time por ejemplo hasta que ya se pueda vivir de la marca propia. En estos tiempos no es fácil pero tampoco imposible. El Portfolio tendrá un sello de identidad fuerte porque es un proyecto personal que será necesario mostrar y defender oralmente+físicamente en numerosas ocasiones: propuestas, colaboraciones, web, sponsors, clientes... Las imágenes y el concepto también debe estar cuidado

***Diseñador@** para otra firma, ya sea grande como las del grupo Inditex, que valoraran cualidades como una **artesanía local que ellos no tengan, grandes dosis de creatividad. Portfolio con buenas prendas creadas.** Para este caso concreto ayuda mucho el mundo de los concursos y desfiles que ayudan a construir un buen dossier con imágenes de calidad profesionales de forma gratuita.

***Ilustrador@** para otra firma, aunque esto será algo que salga con naturalidad si es la rama que más nos gusta de la moda. A veces se hace un poco de todo y esta es una de las funciones. Otras, se pide esta función específica que **requiere dominio del paquete adobe y ejemplos en el portfolio**

*Los **community manager**, son los encargados de controlar la imagen de la empresa en la red. Es un perfil más de **marketing** aunque lo puede realizar un diseñador si le gusta y se forma. Muchas veces no queda otra cuando se está empezando y aún no se puede contratar a alguien para esto.

Ej David Koma internship, uk, <https://uk.fashionjobs.com/job/Studio-internship,3598715.html>



Agente de cuentas

Este nombre es el que se le da a la persona que se encarga de publicitar la cuenta de alguna marca. Este trabajo se realiza dentro de una agencia multimarca de prensa que necesita un showroom donde mostrar sus colecciones a estilistas para que ellos trabajen combinando las marcas de forma gratuita haciendo una “publicity”. La marca o diseñador@ debe pagar un canon por este servicio. En la actualidad se está haciendo la selección digital y están cambiando los parámetros. Las agencias de prensa están teletrabajando en la actualidad la mayoría de ellas, manteniendo el espacio destinado a showroom de momento. Ejemplo www.pelonio.com, <https://www.brandgroup.org/clientes/>

Esta opción es una de las que más oferta ofrece. Los gabinetes de prensa están en Madrid o Barcelona, siendo extraño encontrar en otra ciudad ya que los medios están sobretodo en Madrid. Las sedes de marcas sin embargo están en Galicia o Barcelona en su mayoría, aunque también se pueden encontrar en otras ciudades como Madrid o alguna otra.

Para este puesto es bueno mostrar mucho estilismo y conocimiento de prendas, así como cuidar mucho la expresión. Una falta de ortografía o mala expresión costaría el puesto. Las Fichas técnicas por ejemplo no serían muy relevante pero el **moodboard, ilustraciones, textos, dibujos e ilustraciones, capacidad de organización, puntualidad, capacidad de trabajar en equipo, don de gentes, y sobretodo todas las dotes para el estilismo así como una desarrollada capacidad de asesorar o ayudar a los estilistas** que pidan temas concretos como un color determinado, flores, oversize, metálicos etc

Estilista

Si te consideras un perfil vinculado con la imagen y con la estética, la figura del estilista seguro que llama tu atención. El estilista de **moda** es el creativo que colabora con el fotógrafo, el cliente, el editor o el director de arte para imaginar y materializar un concepto visual en forma de ‘look’ o de bodegón de productos. Al mismo tiempo, se encarga de elaborar los presupuestos, investigar y planificar la imagen final que desea el cliente para una sesión fotográfica o una propuesta audiovisual. Entre otras labores que desarrolla destaca el hecho de conseguir y gestionar la ropa, los zapatos, las joyas y los accesorios necesarios para cada producción. Un estilista debe ser dinámico, organizado, imaginativo y estar a la última en **tendencias**. La profesión de estilista es una de las más atractivas de cara al estudiante aunque a veces “no es oro todo lo que reluce”. Si bien es cierto que es una profesión bonita, también es dura y requiere una verdadera vocación. Se puede trabajar como estilista freelance y cuando ya se tiene un nombre trabajar con un agente o bien con contrato en figurinismo (tv y cine) o revistas. En revistas a veces se empieza haciendo practicas en almacén o en estilismo y a veces puede haber continuidad. El sueldo es menor pero más estable. **El portfolio** Puede tener un poco de todo pero con predominancia de una creatividad y gusto especial para el estilismo, con las tendencias y marcas al día.

Que buscan en un estilista?

Editor de revista.

El editor de una revista quiere comprobar que el estilista ha examinado su publicación y que su estilo responde a la marca.

Cliente de publicidad.

Un cliente de publicidad quiere ver buenas imágenes editoriales junto con otras de tipo publicitario. Examina la habilidad del estilista para conseguir buenas prendas, desde las de alta costura hasta las de grandes cadenas de moda, y su capacidad de combinarlas.

Cliente relacionado con la música.

Este cliente busca trabajos editoriales, tanto comerciales como artísticos. Aprecian la aptitud del estilista para vestir a personas normales, no solo a modelos.

Peluquero/maquillador.

Tanto el peluquero como el maquillador esperan que el estilista sea capaz de conseguir prendas estupendas y de realizar un buen estilismo con ellas.

Cliente de catálogo.

Un cliente de catálogo quiere ver mucho trabajo comercial y editorial, más que sesiones fotográficas artísticas y experimentales. El book tiene que seguir las últimas tendencias.

Agente.

Un agente quiere ver la aptitud del estilista para el estilismo y su versatilidad, si es capaz de hacerles ganar dinero y si encaja en su plantilla de profesionales.

Fotógrafo.

El fotógrafo está interesado en la capacidad del estilista para realizar un buen trabajo y conseguir buenas prendas y modelos.

Otras **salidas profesionales son** menos populares pero cuentan con más demandada que las más conocidas que son diseñador@ y Community manager.

- **Patronista,**

una de las profesiones más demandadas en la actualidad. Estos profesionales producen los patrones de las prendas basándose en los diseños ideados por los diseñadores. Los patronistas digitales emplean programas de diseño asistido para crear los patrones mientras que los que trabajan manualmente siguen este proceso de una forma más cercana al maniquí físico Más allá de conocer el cuerpo humano a la perfección, el patronista debe poseer conocimientos avanzados de tejidos y una mente que reúna habilidades técnicas y creativas para saber interpretar bien los diseños. Estos profesionales son muy cotizados, **El portfolio puede mostrar un poco de todo pero aquí el estilismo no sería relevante (aunque se puede incluir si lo pide el cliente) y si piezas construidas y fichas técnicas o moulage,**

- **Control de calidad y producción**

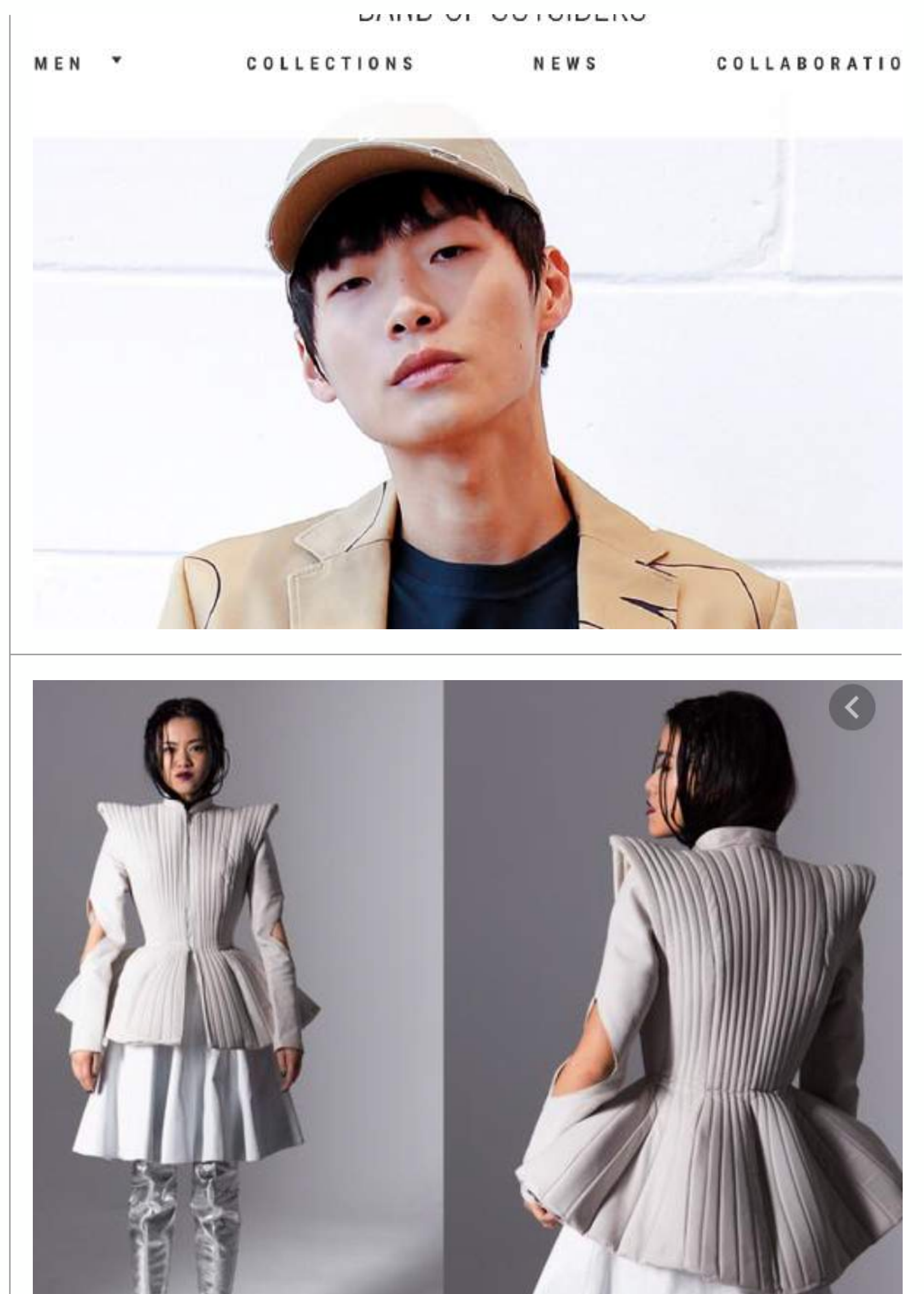
Tanto las prendas de ropa como los productos que manufactura el universo del retail superan exhaustivos procesos de control de calidad que aseguran su correcta fabricación. El control de calidad es el conjunto de los mecanismos, acciones y herramientas realizadas para detectar la presencia de errores. Este perfil conoce las especificaciones establecidas por la ingeniería del producto y proporciona asistencia al departamento de fabricación para que la producción alcance los niveles de calidad establecidas por la marca. Actualmente, es una profesión que cuenta con una alta demanda dentro del sector y que suele abarcar varias tareas de alto interés. **En este caso es conveniente mostrar en el cv todo lo que tenga relevancia con temas de marketing y puestos anteriores con responsabilidades**

- **E-Commerce Manager**

El futuro de la **moda** (y de muchas otras industrias) se encuentra en el canal digital. La compra online crece año tras año y este fenómeno genera el nacimiento de puestos directivos con perfiles especializados en estrategias 2.0. El E-Commerce Manager es el responsable del negocio online y debe ser una persona con capacidad analítica, con conocimientos de marketing y capaz de optimizar los procesos. Además, debe poseer buenas dotes de negociación al mismo tiempo que gestiona la venta y la disponibilidad del producto en la web. Es una persona que, más allá de gestionar una tienda online, debe crear un negocio rentable mediante óptimas estrategias digitales. Aquí será necesario adornar el cv con todo lo que hayamos relativo al mundo digital, marketing y ventas. Es un puesto que muchas Veces ocupan personas que vienen de este campo.



Efectos ópticos, Bands of Outsiders y Yvan Andreu (ceade)



• Comprador o ‘buyer’

Una de las figuras clave dentro del sector de la **moda** y el **retail** es el comprador. El **perfil** que debe cumplir un comprador engloba tanto una función creativa como un sentido lógico y analítico. Además, un buen profesional debe estar dotado de dotes comunicativas, tener sensibilidad por el producto y ser organizado para gestionar un equipo correctamente.

Los compradores trabajan de la mano de diseñadores, comerciales y otras figuras esenciales de la cadena para seleccionar las piezas que verán la luz en cada colección. Además, cuentan con la figura del ‘controller’ como compañero analítico que le guía en el camino en cuanto a resultados numéricos. Un ‘buyer’ cualificado tiene la capacidad de estudiar el resultado de las ventas, el diseño y el stock de los productos de la firma para la que trabaja. **En este portfolio se puede incluir todo aunque toda Imagen limpia de bodegón y producto será un plus, así como todo lo que acerque el perfil en el cv a todo lo requerido. Ideal para los amantes de viajar.**

• Product Manager

El Product Manager es una persona que debe asegurar la gestión del producto o de las líneas de productos de la firma. Asimismo, coordina los diferentes departamentos de la empresa que intervienen en este proceso con el objetivo de satisfacer las necesidades del cliente y obtener la máxima rentabilidad.

Este perfil realiza análisis de producto, competencia, tendencias de mercado y paneles de consumidores.

El fin de estas tareas es dar soporte a los Departamentos de Compras en la creación y estructura de cada colección. El Product Manager debe sentir pasión por el producto con el que trabaja para gestionar todos los escalones de la pirámides de ventas. **Es un perfil parecido al anterior. Son puestos cotizados. FIN**

Otros perfiles muy demandados

El cambio climático es una preocupación actual, por lo que perfiles que incluyen **sostenibilidad** en cuanto a materiales o procesos son muy valorados y pronto serán demandados

Las ventas son una parte muy importante en una marca. De ahí que haya una **demanda creciente de perfiles comerciales, tanto de wholesale como de retail.**

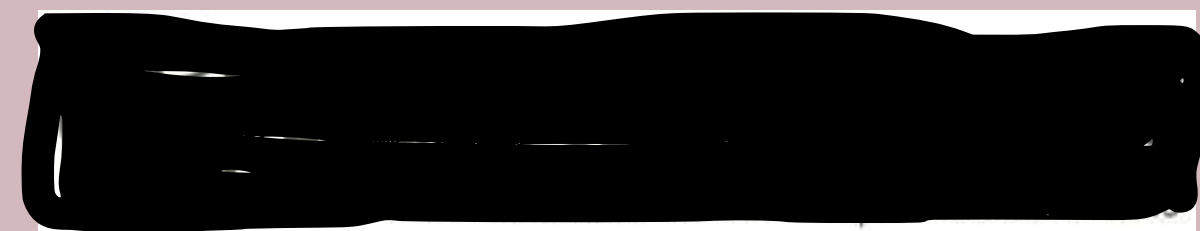
Store Managers y Area Managers son los perfiles más buscados. Por su papel estratégico en los puntos de venta, son perfiles clave en la organización. En su mano está transmitir los valores de la marca, fidelizar al cliente y hacer que el equipo llegue al objetivo. También están muy demandados los dependientes con idiomas, sobre todo en determinadas áreas de España donde la afluencia de turistas es mayor.

Con el auge de las ventas online, hay una **demanda creciente de perfiles digitales**. Los puestos requeridos en las áreas de ecommerce y digital crecerán y perfiles capaces de generar “mini videos” para redes ya son muy requeridos.

En la actualidad hay una escasez de perfiles digitales porque es un área realmente nueva donde no hay profesionales con experiencia. Se tarda mucho en encontrar perfiles adecuados y estos tienen una alta movilidad dada la demanda y el número de proyectos para los que son contactados.

Otra parte muy importante que trae consigo la digitalización es el uso del **Big Data**. Como consecuencia del estudio de toda esta información que somos capaces de recoger, han surgido y surgirán muchos puestos de trabajo. En este caso **se requieren perfiles analíticos, con formación especializada pero transversal, de manera que tengan también una visión estratégica.**

Perfil profesional, book y redes: lindekin,
instagram, youtube, facebook, twitter



Sofía Clari

Instagram

1- INSTAGRAM. Esta red estadounidense de Facebook operativa desde 2010, es la que más se consulta para puestos relacionados con moda. Además hoy día se puede vender a través de ella también suponiendo un gran ahorro en la eliminación de intermediarios. Su principal función es compartir fotografías y vídeos con otros usuarios.

Tras ver el portfolio y cv, puede ser consultada por reclutadores para obtener más información, sobre todo los más jóvenes.

Ha de ofrecer una imagen “profesional”, de cara a potenciales clientes, entrevistadore, posibles colaboradores, prensa, etc.

Notas para vuestra cuenta profesional de instagram

⇒ Crea contenido que identifique y conecte. Además de fotos sobre producto o personas, puedes tener imágenes de otro tipo de contenido que guste a los usuarios..

⇒ Crea **contenido que impacte**. El uso de **imágenes potentes o de las tonalidades de colores**, harán que tu perfil destaque sobre el resto.

⇒ Conoce a tu público. Si sabes quién esta detrás de tus seguidores sería mucho más fácil hacer un contenido adecuado para ellos, y sobre todo ¡divertido!

⇒ Crea un hashtag que identifique a tu marca. La marca Desigual por ejemplo consiguió un alto posicionamiento usando #giftdifferent en la época de regalos.

⇒ Cuida a tus seguidores.

⇒ ¡Diviértete! Los usuarios no queremos seguir cuentas melancólicas o tristes, nos engancha el buen humor y la alegría. No te cortes a la hora de hacer stories divertidas, incluso ridículas, ahí esta la espontaneidad y la magia de Instagram.

Instagram está consiguiendo que estemos actualizados, que sigamos a nuestras firmas favoritas y ahora incluso que compremos lo que más deseamos sin movernos de nuestras casas. Un lujo que hace pocos años ni siquiera podíamos imaginar.

Sofía Clari

Página web

2- WEB. Un buen portfolio en la red o una buena web es lo siguiente en importancia, ya sea página web propia con dominio personal o alojada en otra web como Behance, cargo collective, artstation...En ella aparecerá el contacto como mínimo, venta de piezas, biografía , colecciones retrospectivas y proyectos.

cherry
classia

HOME

ABOUT

COLLECTIONS

SHOP

CONTACT



LinkedIn

3- LINKEDIN (2002). La tercera en importancia. Esta red californiana está mas enfocada en negocios, empresa y empleo. En ella lo que se cuelga es el cv interactuando con este y su información a nivel mundial. Habrá que exponer nuestra formación, experiencia y habilidades de la mejor forma posible.

YOU TUBE

Este sitio web californiano de google opera desde 2005. Sería lo siguiente en importancia en moda por compartir vídeos de desfiles, instalaciones o fashion films.

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

<https://www.youtube.com/watch?v=6gfUc7K4UV0>

<https://www.youtube.com/watch?v=6gfUc7K4UV0>



VETEMENTS FW20-21

75.770 visualizaciones • 27 ene. 2020

👍 1926

💬 24

➦ COMPARTIR

⌵ GUARDAR



FACEBOOK

(2004) En la actualidad esta red social americana que tiene como filial a whatsapp ha perdido popularidad frente a Instagram, más directa y visual, pero se pueden vincular ambas y no perder los contactos si ya se tenían.

Marlota Marlota

Publicaciones

Información

Amigos 573

Ver más ▾

Enviar mensaje



Detalles

Designer en **MARLOTA**

Vive en **Madrid**

Le siguen **20 personas**

marlota.es

Fotos

[Ver todas las fotos](#)



Escribe algo a Marlota...

Foto/vídeo

Etiquetar a amigos



Marlota Marlota ha actualizado su foto de portada.
25 de septiembre · 🌐



7

Me gusta

Comentar

Compartir



Escribe un comentario...



TWITER

(2006) Es un servicio de microblogueo americano usado sobretodo para compartir opiniones o noticias. Se utiliza para expresar opiniones y generar debates sobretodo.



Explorar

⚙ Configuración

← Designer Hedi Slimane responds to criticism of his P...



Style · 6 de octubre de 2018

Designer Hedi Slimane responds to criticism of his Paris Fashion Week show

The 50-year-old French designer has hit back at criticism following his debut show for the label Celine. He was accused by fashion critics of retreading his aesthetic at Saint Laurent and for failing to hold up the label's more mature, everyday style. Foto tomada de @wwd

Cuéntanos lo que piensas



🔍 Buscar en Twitter

¿Eres nuevo en Twitter?

Regístrate ahora para obtener tu propia cronología personalizada.

Regístrate

Qué está pasando

Elecciones EE.UU. · **EN DIRECTO**

Elecciones EE.UU.: Votantes esperan resultados en estados clave mientras continúa el conteo de votos

Tendencias sobre [Pennsylvania](#), [Joe Biden](#)

Política · Tendencia

Greta Thunberg

46,6 mil Tweets

Tendencia en España

Tuenti

Entretenimiento · Tendencia

Hulk

9.556 Tweets

Sofía Clari

Proyecto

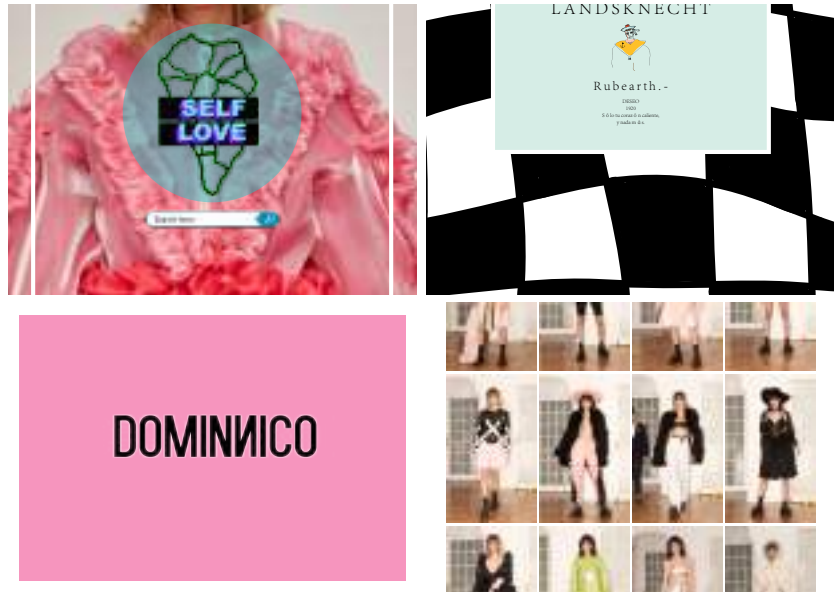
Tema 3. Contenido y texto del portfolio. Inserción cv. Tendencias aplicadas a dossier personal. Aprender a sintetizar: elevator pitch.



Una vez aclarado que lo más importante en un portfolio de moda es la imagen:

- que tenga la resolución adecuada, no esté borrosa, oscura o mal iluminada.
- El orden en el que vayan colocadas, empezando por lo más reciente, la gama de color que predomina y el mensaje que esto produce. Debe tener información suficiente.
- Destacar en mayor tamaño las mejores, así como en las posiciones más privilegiadas.

La carátula del portfolio está destinada a ser algo bonito, llamativo, elegante o cuanto menos algo que describa al diseñador-a. El nombre de la marca o diseñador-a debe figurar en mayor tamaño que el nombre de la colección



TEXTO

La parte escrita debe ser **concisa y clara**, cumpliendo una **labor informativa o/y decorativa**, pero hemos de tener claro que es muy probable que si hay un comité de selección para entrevistarnos, ya sea concurso, trabajo, prácticas...es muy probable que no tenga mucho tiempo para leer mucho texto y haga un escaneo rápido visual, predominando sin lugar a dudas la primera sensación visual.

La segunda sensación en muchas ocasiones es echar un ojo a las **redes personales como instagram** para solventar dudas sobre su universo y potencial.

El texto será lo último una vez pasados los filtros de carácter estético, a menos que aspiremos a un puesto de redacción de moda. El debate de si sería intrusismo o no ya será otro capítulo. En principio no tendría porqué serlo si la persona lee, se documenta y hacer bien este trabajo de carácter periodístico.

Que incluir en el texto:

- **1. Los datos personales claramente.** Véase en el ejemplo anterior como Dominnico, guste más o menos será un nombre que no se olvide según la portada de su portfolio. Y siempre en mayor tamaño que el título. Muchas veces el título aparece en lugar, espacio y tamaño prioritarios causando confusión. El título de la colección es algo menos relevante; puede ir dentro del dossier y presente sobre los figurines y la breves descripción que de esta se haga.
- **2. El texto se puede añadir de forma decorativa** como el caso de la fotógrafa sevillana cocoladas (<https://cococapitan.co.uk>) que ha hecho del texto su sello de identidad como también hizo David Delfín en su momento.

- **3.** Cada imagen debe estar en un apartado donde **se especifique que ha hecho la persona** o si no se quiere organizar en este orden y hacer algo más aleatorio basado es una cuestión estética, al menos debe aparecer una breve línea donde se especifique. Si todo lo que hay en el dossier es nuestro no será necesario especificar nada; si las prendas son propias, el estilismo y todo lo que aparece teniendo en cuenta que para algo interno como un portfolio que van a ver entrevistadores o miembros de comités de jurado no es necesario nombres de modelo o make up artist o **set design** (la persona que hizo la escenografía de la editorial). Si se desea se les puede citar en lugar recóndito y letra pequeña, solo por si alguien tiene curiosidad pero no es necesario; nuestro portfolio no es un tablón publicitario.
- Ejemplo de fotografía de moda con un sencillo “**set design**” que os puede servir de inspiración. El juego de texto y tomas también puede ser algo sencillo : <http://mariliandre.com>. Los fondos deben ser limpios o recortados con phs, o bien fondos no limpios pero deliberadamente buscados.
- Si subimos este dossier a una **web** si será oportuno **citar a todos los colaboradores**.
- **4.** El **texto explicativo de la colección** (si es para concurso) debe responder a preguntas que nos pueden hacer y que nos viene bien preguntarnos a nosotros mismos: ¿por qué esto y no otra cosa? ¿qué tiene que ver conmigo todo esto? Me emociona o... ¿lo hago por hacer algo? ¿Qué me mueve, el ego y que me aplaudan? ¿Una necesidad de expresarme de esta manera? ¿Qué puedo aportar para mejorar las cosas? ¿Por qué estoy aquí? Si no hay respuesta para estas preguntas y la respuesta es solo porque me hace feliz y me fluye es perfecto; no es necesario más, aunque en una entrevista habría que darle un matiz más profundo o profesional.

INSERCIÓN DEL CV EN EL PORTFOLIO

La **inversión del cv dentro del portfolio** es algo recomendable por comodidad y suele ir colocado al final del todo. Se puede tener una copia con cv insertado y otra sin insertar para estar preparados ya que pueden solicitar algunas de las dos opciones. Lo mismo en inglés si la intención es trabajar en este idioma.

El cv ideal es de una **extensión de 1 carilla de A4**, aunque se puede maqueta de forma libre. Se puede usar la **creatividad** para este, siendo esto un plus pero es mejor **evitar florituras excesivas**.

Lo principal es que el curriculum responda a las necesidades del puesto determinado si es que las sabemos, por eso se podría decir que hay que confeccionar un cv para cada ocasión. Si no las sabemos consistirá en vendernos lo más elegante y profesionalmente posible con especial hincapié en las 3 o 4 primeras líneas que nos definen.

Ejemplo: Diseñadora, *product manager*, empresaria, *shopper* y *fashion stylist* con más de seis años de experiencia en el sector textil. Especialista en el análisis y la elaboración de colecciones de temporada, complementos y calzado. Con conocimientos de e-commerce, marketing y buenas habilidades de comunicación.

TENDENCIAS

Recomendable es también estar al día en las tendencias de maquetación. Es lícito inspirarse en las **revistas favoritas, diseñadores y universos** que más gusten para esto, el branding que utilizan las marcas que nos gustan. La “atención al detalle” es algo muy valorado y que nos distingue de los demás.

Mirar si se corta la foto **a sangría o no**, colocar lo mejor en la zona donde **el ojo más se para como portada, contraportada, paginas centrales o parte superior derecha**. En base a estos parámetros se calculan los precios para publicidad.

Los **colores** que predominan en nuestro portfolio formarán parte de nuestro universo. Todo cuenta porque todo habla de nosotros. Cuidemos dar la imagen que realmente queremos dar.

A la hora de ofrecer una unicidad en nuestro book si no la tiene se puede elegir un elemento que sea algo personal muy nuestro y que unifique todo el dossier, como una estructura determinada, misma tipografía por supuesto, un mismo fondo, un tipo de color, un formato, una limpieza pulcra en todo, tintes punk con líneas quebradas...

<https://cargocollective.com/kristienfollon/FASHION-DESIGN>, ver sección “about” también y como diseña su cv.

<https://deyi-living.com/es/founders/adriana/>

APRENDER A SINTETIZAR: ELEVATOR PICH.

La longitud y la calidad del portfolio son cosas distintas, aunque para que un portfolio de 2 hojas sea suficiente tendría que ser muy brillante y aún así faltaría información. Hay que seleccionar los trabajos que menos nos representen y mostrar las cosas que sabemos hacer. Si hubiera demasiado contenido tampoco tiene porqué ser positivo si quien lo lea piensa que no tenemos capacidad de síntesis.

Contenido sintetizado: aún resumiendo se pueden mostrar una amplia variedad de cosas si queremos dar una imagen de versatilidad y de aprender de todo un poco dentro de una empresa o estudio. Esto podría ser: **moodboards, fichas técnicas, dibujos a mano o digitales, escritos, fotos y estilismos con piezas propias o con otras.**

ELEVATOR PICH

Al igual que el tiempo de una conversación en un ascensor, este término alude a los aproximadamente 30 segundos que tenemos para impresionar a un posible inversor o cliente. Preguntad a vuestro entorno para contrastar esto.

Es necesario ser directo, claro, honesto y conciso.

¿quién eres? ¿A qué se dedica tu empresa? ¿Cuál es tu valor diferencial? ¿Por qué deberían invertir en ti?

Sin utilizar tecnicismos de moda que no puedan entender, con un discurso ensayado, cronometrado pero que se vea natural.

6 CLAVES PARA LA ENTREVISTA

1- Mostrar entusiasmo por el puesto!!!

2- Investigar todo lo que podamos sobre el puesto y la empresa

3- No interrumpir pero preguntar sobre el puesto, que se necesita... porque eso nos permitirá ajustarnos al perfil

4- Mostrarnos seguros de que podemos realizar el trabajo y si no que estaríamos

5- Nunca, nunca hablar negativamente de nuestro portfolio o circunstancias pues pueden sonar a excusa y modus operandi. Ejemplo: mis imágenes no son buenas porque estuve en confinamiento por el covid. Nunca, nunca disculparnos por nuestros trabajos. Remos de estar seguros de este.

6- El vestuario es importante. Aunque dependerá de la empresa, en general, se debe dar una imagen profesional, que puede ser un casual-elegante, vestir la mejor versión de nosotros mismos lo más acorde posible a el puesto. Maquillaje suave, no minifaldas ni taconazos... Se puede ir de traje si es acorde pero siempre un traje más tipo Celine, aunque sea de Zara o H&M.

FIN