



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCIÓN ARTES AUDIOVISUALES
TRABAJO DE GRADO

“DESDE LAS COSTURAS”

**DOCUMENTAL SOBRE EL PROCESO CREATIVO DETRÁS DE LA
CONSTRUCCIÓN DE UNA COLECCIÓN DE MODA**

Tesistas:

Holmquist Chacón, Andrea

Straga Perroni, Stefania

Tutor:

Elisa Martínez

CARACAS SEPTIEMBRE 2011

Formato G:

Planilla de evaluación

Fecha: _____

Escuela de Comunicación Social

Universidad Católica Andrés Bello

En nuestro carácter de Jurado Examinador del Trabajo de Grado titulado:

“Desde las costuras”: Documental sobre el proceso creativo detrás de la construcción de una colección de moda

dejamos constancia de que una vez revisado y sometido éste a presentación y evaluación, se le otorga la siguiente calificación:

Calificación Final: En números _____ En
letras: _____

Observaciones _____

Nombre:

Presidente del Jurado

Tutor

Jurado

Firma:

Presidente del Jurado

Tutor

Jurado

Dedicatoria

Dedicatoria Andrea:

A mi abuela Oly, por ser siempre mi fan #1.

Dedicatoria Stefania:

A mi mamá, mi life coach y modelo a seguir.

Agradecimientos

Agradecimientos Andrea:

A mi mamá y a mi papá, les debo todo.

A mis abuelas la luz de mi vida.

A mis tías por ser un apoyo infalible.

A mis padrinos la cultura y el OM.

A Juan pelusa ser el soporte de todo, mi roca.

A mis primos los compañeros de mi vida.

A mis amigas su cariño ha sido mi fuerza siempre.

A Stefy, el timón y la vela de este barco, y en general a toda su familia por “lavar los platos”.

A Elisa la mejor tutora del mundo.

A todos los profesores que dieron su aporte para hacerme llegar hasta aquí.

A Teatro UCAB mi casa, mi refugio, el sótano donde siempre encuentro la amistad.

A los diseñadores y a todos los que creen en la moda, porque ella es efímera e inmortal.

A las artes, la belleza, las ninfas, las musas, los espíritus libres y en especial a la palabra.

Por último y más importante a Dios y la Virgen porque sólo la fe tan grande es capaz de mover montañas.

A todos gracias.

Agradecimientos Stefania:

A mi abuela Elba, pilar fundamental de la familia, gracias por tu apoyo y tu amor incondicional.

A mi abuela Aura, porque sé que desde allá arriba me envías tus bendiciones.

A mi mamá y a mi papá, por darme el impulso para llegar a donde me lo proponga. Gracias a ustedes estoy aquí hoy.

A Rafa, Tío Oscar, Pao y Tina, por las risas, las peleas, el ocio, y los recuerdos que comparto con ustedes. Los adoro.

A Andrea, compañera de viaje incansable y apasionada. Esta tesis no existiría sin ti.

A Elisa, tutora estrella.

A Ari, amiga para la vida entera, por tu apoyo, tu oído paciente y tu comentario oportuno.

A Alfredo, por tu abrazo reconfortante y tu palabra de aliento.

A la UCAB, sus profesores, sus jardines, su fashion boulevard, su cafetín, su feria y sus colas de regreso, gracias por cada minuto vivido, compartido o gastado.

A los libros, al arte, al cine y a la cultura por hacer de este mundo un lugar más bonito.

A los diseñadores y sus aliados, por su compromiso y sus ganas de crear cosas bellas.

ÍNDICE

Introducción.....	6
I. Marco teórico.....	8
CAPÍTULO I. LA MODA. BREVE REVISIÓN HISTÓRICA.....	8
CAPÍTULO II. LA MODA EN VENEZUELA	23
El norte es lo mejor: <i>la moda venezolana a partir de la segunda mitad del siglo</i> XX	25
CAPÍTULO III. EL DOCUMENTAL.	32
II. Marco metodológico	36
Planteamiento del problema	36
Objetivos	36
Objetivo general:	36
Objetivos específicos:.....	37
Justificación	37
Delimitaciones	38
Biografía de los diseñadores	38
Sinopsis	40
Propuesta visual	41
Propuesta Sonora.....	42
Análisis de costos	42
Desglose de necesidades de producción	45
Plan de rodaje.....	46
Guión técnico	48
Ficha técnica.....	65
Conclusiones	66
BIBLIOGRAFÍA	70
Anexos	72

Introducción

El fenómeno de la moda, obedeciendo a su naturaleza de fenómeno sociológico, siempre ha estado ligado a la historia y los estilos de vida de los seres humanos. Se trata de un proceso ambivalente donde ésta se nutre de la sociedad y viceversa, dando lugar a “una revolución constante y a una industria cuya meta consiste en trastocar los valores estéticos cada seis meses” (Jones & Rushton, 2006, pág. 42).

En este sentido, el diseñador de moda funge como “arquitecto del cambio constante” (Jones & Rushton, 2006, pág. 43) y, más específicamente, ayudan a determinar la condición humana y la constitución de un estilo personal. Miles de mentes unen esfuerzos para satisfacer las necesidades de expresión de los individuos, vestirlos, o simplemente causar admiración.

Venezuela no ha estado exenta de esta premisa. Hombres y mujeres han hecho carrera entre los trazos, las telas y la confección y se han constituido como exponentes de una disciplina cada vez más cercana al arte pero con todas las características de un negocio. Entre ellos, han surgido nombres como Carolina Herrera y Ángel Sánchez, quienes han rebasado las fronteras y han llevado sus diseños a otras latitudes.

No obstante, en la actualidad, la crisis política y social que vive el país ha alterado los espacios de las artes en todas sus expresiones, dando severos golpes a la industria de la moda debido a la poca inversión. Muchos mercados de diseño han surgido y diseñadores emergentes han encontrado en ellos una tribuna para sus creaciones, sin embargo ¿dónde está la alta costura? ¿Quién la está construyendo? ¿De qué sociedad se nutre?

Estas interrogantes son las que se pretenden responder con este documental cuyo epicentro es la industria de la moda en Venezuela. El proceso creativo que se da durante la construcción de una colección no involucra únicamente a un diseñador, quien funge como líder del viaje, sino a muchas manos que se presentan a lo largo de este camino cuyo recorrido involucra riesgos de todo tipo.

Es de especial interés por estas razones abordar el tema de la moda de alta costura, no sólo como un arte que quiere extinguirse en Venezuela

por pecar de elitista sino también como mercado y como forma de vida para algunos.

¿Será posible que el mercado de Alta Costura sólo tenga las condiciones de vida en ciudades como París y Milán? O ¿Podrá divisarse algún valiente sosteniendo la bandera del arte y el buen gusto en todos los rincones del planeta, y especialmente en este, nuestro rincón del planeta? Será entonces esta nuestra búsqueda y nuestras interrogantes en este trabajo especial de grado.

I. Marco teórico

CAPÍTULO I. LA MODA. BREVE REVISIÓN HISTÓRICA

De las pieles a las plumas

Desde la prehistoria, la vestimenta ha determinado la esencia del hombre como ser civilizado. El progreso del género humano ha quedado registrado en gran medida por la historia de la indumentaria al plasmar el ascenso y poder de las élites, así como su coexistencia con los numerosos aspectos culturales.

En un primer momento, el uso de la vestimenta surge de la necesidad, mientras los primeros *homo sapiens* buscaban resguardarse de los cambios de temperatura y de procurarse una mayor protección para obtener alimentos. Para la construcción de estas prendas solían utilizar pieles previamente raspadas con pedernal que cosían con agujas de hueso; también se ha descubierto que implementaban cortezas de árbol, plantas textiles y la seda de los insectos.

Con el nacimiento de las primeras civilizaciones y su sucesivo desarrollo, la indumentaria obtuvo un carácter simbólico al reflejar el status social de los individuos, aspecto que permaneció como constante hasta la Edad Moderna (Freixas, 1953). Sin embargo, con la llegada del Renacimiento, en el siglo XVI, se inicia una recuperación del cuerpo humano a través del progresivo estudio de la anatomía, así como de los nuevos modelos de belleza, colores y tejidos. Las prendas de vestir dejan de tener un único carácter funcional y su confección se especializa (Perinat, 2010).

Por mucho tiempo, fueron los sastres los que guardaron los secretos de la vestimenta, tanto femenina como masculina, y no fue sino hasta 1675 que los costureros, quienes para ese entonces sólo tenían permitido la costura de lencería y otras piezas pequeñas, obtuvieron el permiso del rey para confeccionar vestuarios femeninos (Wilhelm, 1955). Fueron estos los últimos en ser invitados a la corte como artesanos del rey (De Castro, Com. Personal, 2010).

El término moda, proveniente del latín, *modus*, no se empieza a usar sino hasta el siglo XV, para definir una costumbre consolidada. Sin embargo, la Moda (con mayúscula,) entendida como la dinámica de producción y organización del vestir, nace en el siglo XVII, específicamente en la corte del rey francés Luis XIV (Giorgi, 2006).

Previamente, existían varias leyes que marcaban la línea de los trajes y su forma de uso, lo que le daba uniformidad a la vestimenta de los individuos. Sin embargo, en cada uno existían algunas particularidades que permitían distinguir el país, la ciudad y la clase social a la que pertenecía el portador. “A partir de 1630 aproximadamente data la tendencia de las clases altas de todos los pueblos cultos a esa uniformidad en el vestir que denominamos imperio de la moda” (von Bohem, 1951, pág. 54).

La influencia de la corte de Luis XIV en las cuestiones referentes al vestido adquirió connotaciones universales cuando el traje francés fue adoptado por todas las naciones y clases sociales. La diferencia esencial con el sistema anterior es el cambio constante que impone a sus seguidores (von Bohem, 1951).

Este aumento de la demanda devino en una especialización de las técnicas,

(...) el gobierno francés apoyó la diversificación de la producción de tejidos de seda de Lyon mediante el desarrollo de nuevos mecanismos para los telares,

así como la tecnología para el tinte. Los tejidos de seda franceses se ganaron una reputación de máxima calidad y sustituyeron a los productos de seda italianos que habían dominado el mercado (...) (Instituto de Indumentaria de Kioto, 2005, pp. 27).

Durante el siglo XVII, la historia del traje se ve continuamente afectada por las alianzas políticas, los matrimonios reales, las conquistas entre países, las embajadas, y las distintas contingencias políticas y económicas (Wilhelm, 1955). Debido a sus intensas relaciones con el país galo, Alemania fue el primero en adoptar y conservar los modos de ser franceses mientras el Imperio Español atravesaba una seria crisis económica y social. Esto implicó una simplificación de los trajes, los hidalgos y los soldados regulares mantienen un atuendo similar. En contraste, los caballeros de Luis XIV, lucían trajes cubiertos de cintas y encajes para reflejar sus victorias. En esta decadencia de la península hispánica, el odio previo hacia sus vecinos del oeste deviene en admiración (von Bohem, 1951).

Después de la muerte de Luis XIV y con la coronación de Luis XV en 1715, surge el estilo rococó. Éste reflejaba la búsqueda del placer personal a través de la elegancia, el refinamiento y la ornamentación. Durante este período se reafirmó la reputación de Francia como líder de la moda femenina en todo el mundo. El traje más representativo fue el llamado el “vestido a la francesa”, convertido en la pieza de etiqueta de la corte hasta la Revolución. Estaba formado por tres piezas: la sobrefalda, la falda (inferior) y un peto triangular, prendas que se llevaban encima de un corsé y un guardainfantes.

Durante el siglo XVIII, el traje masculino se volvió más discreto y refinado, pero siempre decorado por colores vivos, bordados y botones. Consistía de una casaca ajustada, un chaleco y un calzón. El atuendo se completaba con una camisa blanca, una chorrera, el pañuelo para el cuello y un par de medias de seda (Instituto de Indumentaria de Kioto, 2005).

Para su difusión, la moda atravesó un proceso lento, en principio se valía de la ayuda de contactos directos, de viajes de campañas y de matrimonios reales. Se enviaban al extranjero como modelos del reinado de Henri IV unas muñecas llamadas “poupées de France”. Estas muñecas, vestidas a la última moda de la corte, viajaron por toda Europa llevando el gusto y la costura francesa (Wilhelm, 1955). Lo mismo hicieron la pequeña y la gran Pandora durante la época de María Antonieta, hechas de cera, madera o porcelana y del tamaño de un juguete y de un ser humano respectivamente (Guenneec, 2006).

La llegada de la prensa jugó un papel muy importante en la difusión de la moda. En 1672 nace en Francia el primer segmento de moda en un periódico y, más tarde, durante el reinado de Luis XVI, surge la primera revista dedicada completamente al tema; los dibujos y patrones contenidos en esta revista viajaron por todo el continente y sirvieron de modelo para innumerables costureros.

Con la Revolución Francesa, a finales del siglo XVIII, se dio un fuerte cambio de paradigma, junto con la negación total del “Ancien Régime” y todo lo que éste representaba. En consecuencia, la moda se convirtió en elemento de propaganda ideológica cuando los revolucionarios empezaron a utilizar la indumentaria de las clases bajas, el vestido femenino experimentó una vuelta a la simplicidad mediante el vestido camisa o camisero, que no utilizaba ni corsé ni guardainfantes. Este siglo cierra con el avance hacia una nueva modernidad de la sociedad europea, por un lado Inglaterra, gracias a la Revolución Industrial, y por el otro, Francia, debido a las circunstancias políticas (Instituto de Indumentaria de Kioto, 2005).

A partir de 1800 los cambios en los estilos de indumentaria parecen producirse en menor tiempo. En un principio, los cánones neoclásicos marcaron una estética predominante que homenajeara las figuras de la

antigua Grecia y Roma, por lo que la Moda se orientó hacia la simplicidad del algodón blanco. No obstante, el declive de la industria de la seda de Lyon obligó a Napoleón, después de su coronación en 1804, a emitir un decreto que otorgaba un carácter obligatorio al uso de este tejido en los eventos públicos. Ejemplo del traje típico del Imperio puede verse en el cuadro de Jacques-Louis David, “La coronación de Napoleón” (1805-1807).

A pesar de todo, ya para 1820 los cánones clásicos cedieron el puesto al período romántico, que se prolongó por más de un década. Se dio un nuevo auge del talle, por lo que se reincorporó el uso del corsé, así como se empezaron a utilizar faldas más acampanadas y mangas de mayor volumen, todo para corresponder el ideal de mujer delicada y melancólica (Instituto de Indumentaria de Kioto, 2005). Para 1850 aparece el miriñaque “constituido por una falda interior de aros metálicos, cuyos tres primeros eran abiertos. Se colocaban de forma que fueran más saliente por detrás que por delante” (Freixas, 1953, pág. 164). No obstante, la burla generalizada hacia el volumen desproporcionado de las faldas ocasionó su desuso.

Desde la apertura de su boutique parisina en 1857, Charles Frederick Worth sentó las bases de la alta costura y se mantuvo, gracias a sus estrategias y habilidades, como líder de la moda a lo largo medio siglo. Worth implementó la práctica de crear colecciones de sus propios diseños cada temporada, prendas que exhibía en modelos de carne y hueso, dando inicio a un sistema que todavía permanece vigente (Instituto de Indumentaria de Kioto, 2005).

Esta última etapa se caracterizó por el uso del polisón, unas “almohadillas que iban colocadas sobre las nalgas y que se enmarcaban y rellenaban con varios tipos de material” (Instituto de Indumentaria de Kioto, 2005, pág. 150), dando forma a la falda desde el interior y realzaban la parte

posterior. El polisión aumentó de tamaño considerable hasta la década de 1880, cuando redujo su tamaño y el vestido tomó una forma más sencilla.

Durante la segunda mitad del siglo XIX, las clases altas poseían estrictos códigos de vestimenta, hecho que se demuestra en las numerosas categorías de atuendos que se podían encontrar en las revistas de moda, como por ejemplo “vestidos de tarde”, “vestidos para recepciones”, etc. En promedio, las mujeres debían cambiarse de atuendo entre siete u ocho veces al día, dependiendo de la hora y el lugar.

La belle époque, período que dio cierre al siglo y se prolongó hasta la Primera Guerra Mundial, dio también su aporte en el campo de la vestimenta: la silueta en forma de “S” y el traje sastre para mujeres. En la primera, las intrincadas formas orgánicas del Modernismo se materializaron a través de un vestido de talle extremadamente estrecho, que ofrecía proyecciones del pecho y de la parte posterior de la falda. En cuanto al segundo, se trató de una reinención del traje de amazona que ya se utilizaba antes, pero cuyo uso se trasladó a diversas ocasiones. El atuendo, consistente de una chaqueta, una falda y una blusa, dio a esta última una entrada importante dentro del mundo de la moda femenina (Instituto de Indumentaria de Kioto, 2005).

Asimismo, el estudio de la Moda ha tomado muchos caminos. Disciplinas como la psicología, la sociología, la antropología y la historia han aplicado sus métodos a este fenómeno. Quizás en el futuro más descubrimientos se lleven a cabo en cuanto a la ropa y la historia de la moda sea tan extensa y fiel como la historia universal.

Muerte a las cortesanas

“La moda muere joven”

Jacques Cocteau

A principios del siglo XX el mundo de la moda dejaba de pertenecer a miles de costureros anónimos que seguían las órdenes de sus clientas para pasar a manos de unos pocos genios creadores que se movían entre el arte y la técnica al confeccionar maravillosas piezas de vestuario.

Los grandes diseñadores del siglo XX no se dedicaron solamente a los vestidos, sino también guantes, paraguas y perfumes; buscaban vestir a la mujer de pies a cabeza (Wilhelm, 1955). Sin embargo, estas piezas estaban destinadas a una pequeña élite que, sin saberlo, ayudaba a la construcción de lo que hoy es una de las industrias más lucrativas y prestigiosas del mundo: La moda de alta costura.

Muchos artistas sintieron la necesidad de revoluciones y cambios en todos los aspectos del entorno, y vieron la ropa como un puente entre el arte y la vida, considerando que los aspectos creativos de la cotidianeidad formaban parte de su concepción del arte. “Todo el entorno de la persona, incluyendo la indumentaria, debería estar en armonía como una única manifestación artística” (Koga, 2006, p.329).

En este sentido, no debía existir división entre las bellas artes y las artes aplicadas, y así, la moda fue apropiándose del arte y viceversa (Buxbaum, 2005). Los diseñadores y los artistas de vanguardia formaron equipos para hallar nuevas fuentes de inspiración, especialmente las corrientes del futurismo, el surrealismo y el art déco aportaron un diseño artístico radical a la indumentaria (Koga, 2006).

El mundo de la moda estaba cambiando a pasos agigantados, en todas partes del mundo las mujeres adoptaban las tendencias de los diseñadores de moda radicados en París y Londres. La feria internacional de París de 1900 cedió un espacio para la exposición colectiva de alta costura (Buxbaum, 2005).

Las revistas de moda se consolidaron en el mundo de la imprenta como una publicación exitosa. *Vogue*, publicación que inició su historia con una tirada reducida y que había dedicado sus páginas en un principio a la vida social de la élite de Nueva York, se incorporó en 1909 al imperio del editor americano Condé Nast, convirtiéndose en poco tiempo en “una especie de árbitro periodístico de la elegancia” (Ruhrberg, Manfred, Christian, & Honnef, 2005, pág. 648). En fin, la moda tomaba un lugar en el mundo que habría de ocupar hasta nuestros días.

La figura encorsetada y voluminosa de la mujer estaba siendo remplazada por vestidos sueltos, estampados orientales, túnicas, faldas ajustadas al cuerpo y, finalmente, el pantalón, una prenda que, aunque fue inventada siglos antes en el campo de la moda femenina, se convirtió en el cambio más importante y radical del siglo XX. Y no fue el simple hecho de usar pantalón, fue una revolución en muchos sentidos; al masculinizar todo su vestuario y adoptar un look andrógino la mujer se proclamaba igual que el hombre.

A su vez, con la grandísima popularidad de la industria cinematográfica, las estrellas de Hollywood imponían las tendencias que toda mujer que se considerara una fashionista debía llevar. Los grandes estudios creaban una imagen para sus divas y estas debían mantenerla buscando los mejores modistos, cirujanos plásticos y nutricionistas del mercado, creando por primera vez una cultura de la imagen, cultura que está íntimamente ligada con la moda y su desarrollo (Buxbaum, 2005).

Figuras como Paul Poiret y Coco Chanel deben ser mencionadas cuando se estudia la historia de la moda. Fueron ellos los que ayudaron significativamente a que los cambios antes mencionados pudieran hacerse realidad. El primero deshaciéndose del corsé y trayendo el pantalón y la segunda creando el traje sastre y la ropa deportiva unisex. Fueron ellos, además, unos de los primeros en hacer de la vestimenta su vida y su negocio fabricando ilusiones para destacadas clientes. Dejaron un legado de buen gusto para aquellos que años después se dedicaron a crear arte “vestible”. También fue este el siglo de las mujeres diseñadoras. Muchos de los grandes aportes al mundo de la moda vinieron de la mano de representantes del sexo femenino llenas de talento y buen gusto entre las cuales destacan Madeleine Vionnet “La arquitecta de la moda” y Elsa Schiaparelli una diseñadora vanguardista y excéntrica.

Hasta antes del comienzo de la Primera Guerra Mundial, *Vogue*, *Harper's Bazaar*, y *Vanity Fair*, se constituyeron como el espacio que los miembros de la alta sociedad utilizaban para ver y ser vistos, al posar con trajes de su propio encargo y adquisición.

Con la llegada de las dos guerras mundiales el negocio de la moda debió bajar su frente un tiempo, dadas las circunstancias todos los esfuerzos debían ser concentrados en otra parte. Las telas fueron racionadas y muchos diseñadores no lograron sobrevivir, los que lo hicieron debieron ser creativos con lo que tenían. El ya simplificado traje femenino adoptó un carácter austero, los vestidos eran simples y con caídas sencillas para ahorrar el uso de tela. Se puso de moda el uso de sombreros de papel y vestidos hechos a partir de parches de ropa vieja (Buxbaum, 2005).

Durante la guerra, los alemanes intentaron reubicar la capital de la moda a Berlín o a Viena ejerciendo presión en París y limitando todos sus medios. Fue Estados Unidos sin embargo el gran beneficiado de esta acción.

“El declive de la moda parisina dio paso al surgimiento de la moda americana” (Koga, 2006, p. 330). Estados Unidos, que se había mantenido a la sombra de Francia, obtuvo su oportunidad durante la guerra al desarrollar una industria de la alta costura lejos de las armas y los racionamientos. Se puso de moda inmediatamente el estilo relajado de California y el chic de Nueva York, el pragmatismo americano y la belleza funcional.

Al finalizar la guerra, numerosas barreras sociales desaparecieron, al tiempo que se daba una relativa apertura hacia el papel de la mujer en la sociedad, al permitirse tener una vida profesional fuera de casa. Ambos hechos dieron pie a que las jóvenes no se sintieran identificadas con el consumo ostentoso de la élite, dando inicio al surgimiento de “maniqués” especializadas que sustituyeron a las condesas, cortesanas y esposas de industriales en los modelos a imitar de la época (Ruhrberg, Manfred, Christian, & Honnef, 2005).

A pesar de lo que podría pensarse, luego de la Segunda Guerra Mundial, con la gran depresión económica que invadía el planeta, la moda se alzó entre los escombros y llamó a todas las mujeres a unirse a su causa. Gracias a las modernas máquinas de coser y las grandes fábricas de ropa, los diseños innovadores creados en París podían ser imitados y masificados para llegar de manera económica a los hogares del ama de casa común. La moda abría sus campos y extendía sus límites, la falta de riquezas permitió comprender que los diseños vanguardistas no podían quedarse estancados en las manos de los dos o tres clientes que podían pagarlos. Si la moda pretendía ser una revolución debía llegar a todas partes, y así fue como pioneros tales como Christian Dior y Jacques Fath llevaron sus diseños a las máquinas y salieron vestidos vanguardistas “prêt-à-porter” o listos para llevar.

Los cambios históricos trajeron como consecuencia un nuevo ritmo de la evolución de la moda. Lo que tardaba en la edad media diez años, y cinco en el siglo XVIII, hoy en día tarda cuando mucho una temporada.

Ya para los años 50 la gente estaba dispuesta a dejar el horror atrás y Christian Dior buscó, como él mismo dijo, devolverles la belleza a las mujeres. “El uso del género que realizaba Christian Dior, la elección de telas de tejido muy tupido, los bordados opulentos y un estilo que no escatimaba en adornos liberaron a la imaginación de años de contención y restricciones” (Buxbaum, 2005, p. 63). El “nuevo look”, como lo apodó Carmel Snow, restableció a las mujeres el lujo que tanto anhelaban.

En oposición a la figura siluetada de Dior, Balenciaga experimentó con formas más sueltas jugando con figuras geométricas como el trapecio, con inspiraciones tan particulares como las tortas de pisos, las pantallas de lámparas y las velas de los barcos. Fue un maestro de la forma y del color, un pionero y un profeta que llevó la manera de confeccionar un vestido a otro nivel.

Fue para esta década que la moda se empezó a diversificar más que nunca, no era ya una sola tendencia la que dominaba la escena mundial. La moda empezó a conseguir inspiración en todas partes; en la música, el cine, la juventud, las clases obreras e incluso en el espacio.

Si bien la década de los 50 fue la generación de las mujeres flor, renovadas y hermosas, fue también la generación de la rebeldía. Escuchaban rock and roll y usaban vaqueros. Los jóvenes desdeñaban cualquier cosa que les recordara a generaciones pasadas y buscaron hacer de su vestuario un mundo nuevo de posibilidades. Siguiendo el ejemplo de Rebelde sin causa (1955) y con la música de Elvis Presley como himno, esta generación joven abrió el camino para las revoluciones y cambios de las siguientes dos décadas.

Una frase que expresa lo que fue la moda de los 60 fue acuñada por el diseñador Yves Saint Laurent “La elegancia ya no importa, la ropa tiene que ser divertida” (Saint Laurent en Buxbaum, 2005, p.83). En la ciudad de Londres, un grupo de jóvenes diseñadores estaban experimentando con nuevas formas, vestidos más cortos, aniñados o muy ajustados, materiales como el PVC, el plástico, el vinilo y la licra, y colores como el rosa chillón, el naranja, el plateado y los más extravagantes estampados.

De este grupo sobresale la diseñadora Mary Quant, quien decidió darle a la mujer un estandarte para su revolución sexual levantando el largo de la falda a un nivel escandaloso. Cualquier mujer que decidiera llevar una mini falda se declaraba libre y segura de sí misma.

En este afán por mostrarlo todo también surge la consciencia corporal, para esta generación mostrar el físico era separarse para siempre de las modas anticuadas de sus antecesores. Marshall McLuhan define la ropa como una extensión de la piel. Los diseñadores competían para ver cuál lanzaba una pieza más atrevida: Courrèges con su minivestido, Gernreich con el monokini y Clair McCardell con la malla elástica.

La diseñadora de moda Emmanuelle Khanh definió muy bien el sentir de la moda de finales de los 60 “La alta costura ha muerto; quiero diseñar para la calle” (Kahn en Buxbaum, p. 91). La nueva pasarela era la calle, los jóvenes inadaptados y desposeídos fueron los que marcaron las tendencias. Los mods con su estilo monocromático y sobrio, los rockeros con sus chaquetas de cuero y tachuelas y los hippies con sus símbolos de paz y su estilo relajado. Las protestas, y la rebelión fueron el núcleo de esta nueva contracultura de la moda. Su magia fue la autenticidad y las ganas de diferenciarse del resto.

“Para rebelarse contra los valores de la clase media y los estilos de vida preestablecidos los adolescentes, en especial las chicas, se

redescubrieron en un ideal andrógino de belleza que rompían las barreras entre los sexos” (Buxbaum, 2005, p.92). Los hombres llevaban melenas largas imitando a los Beatles y las mujeres se cortaban el pelo muy corto y hacían estrictas dietas para perder todas sus curvas como Twiggy.

La moda ya no estaba de moda, los grandes almacenes y tiendas exclusivas fueron sustituidos por pequeñas tiendas de ropa de segunda mano; incluso los niños ricos querían imitar el estilo pobre y despreocupado de los hippies. Pusieron de moda la ropa militar en protesta por la guerra, el estilo folk, y los jeans, que hasta el día de hoy es la prenda de vestir más popular.

Diseñadores como Yves Saint Laurent fueron los primeros en entender ese sentir de la calle y llevarlo a la moda de lujo y, desde entonces, sus colegas han volteado a mirar las modas callejeras para conseguir su inspiración, marcando una gran influencia en la imagen de la industria como tal (Instituto de Indumentaria de Kioto, 2005).

Hacia finales de los 70 un pequeño grupo decidió regresar el brillo a sus vestuarios. Se arreglaban para salir a la disco imitando a su héroe de “Fiebre de sábado por la noche”, John Travolta. Sin embargo, al ser era sacada de su entorno, era poco apropiada para la vida diaria, era una moda de fin de semana (Buxbaum, 2005). No obstante, esta necesidad de retornar al glamour dio paso a lo que sería la moda exagerada de los 80.

La moda de esta década está dividida en dos vertientes. Por un lado hay una consciencia de un cuerpo esbelto ajustado y exhibido con mallas elásticas y telas transparentes; por el otro, se da una consciencia deformada del cuerpo usando hombreras y vestidos extra grandes. Las mujeres buscaban ser modelos de perfección a través de una cultura de la belleza impuesta por Hollywood y la publicidad, y al mismo tiempo, empezaba a

ocupar cargos importantes en grandes compañías, ganando una total igualdad con los hombres.

Y así, un día, murió la modernidad y llegó la posmodernidad. El cuerpo deformado, los looks andróginos, el consumismo absoluto, el pelo de colores, las cadenas, automutilación, rechazo a la belleza y la deconstrucción.

La moda ya no es un placer estético, un accesorio decorativo de la vida colectiva, es su piedra angular. Estructuralmente, la moda ha acabado su carrera histórica, ha llegado a la cima de su poder, ha conseguido remodelar la sociedad entera a su imagen: era periférica y ahora es hegemónica (Lipovetski, 1990, p.13).

Para finales de los 80 una nueva ola de diseñadores de Japón como Kenzo Takada y Rei Kawabuko cambiaron irrevocablemente la cara del avant-garde y a principios de los 90 apareció un grupo Belga de diseñadores, cuyo máximo exponente fue Martin Margiela, quienes influenciaron la moda del final del milenio (Steele, 1998). Tanto las ideas como los compradores eran totalmente internacionales y el multiculturalismo y la idea de la aldea mundial causaron un gran impacto en la moda.

“A finales del siglo XX, lo último en la retahíla étnica de la industria de la moda fue el estilo bohemian chic, un popurrí de referencias culturales” (Buxbaum, 2005, p.93) La diferencia cultural de los diseñadores que dominaban en las pasarelas creó un ambiente étnico pero altamente comercial en el mundo de la moda.

Antes de terminar este capítulo es importante mencionar a Helmut Lang, nacido en Austria, criado en un pequeño pueblo pobre, Lang creció para ser un gran rebelde “en medio de la extravagancia sexy de Jean-Paul Gaultier y Azzedine Alaia, Lang presentó unas sobrias americanas y unos trajes blancos entallados” (Buxbaum, 2005, p. 93). Su tendencia es la soledad y se diferencia de los demás por su sinceridad. Como él bien dice,

es el segundo austríaco más importante, después de Schwarzenegger (Vogue, 2010).

En concreto hay dos tendencias que dominaron el final del milenio. Una es la simplicidad, que tiende hacia la abstracción, la luz, la energía pura y la articulación de la forma perfecta. El otro fenómeno es algo que el filósofo Jean Baudrillard llama “El baile de los fósiles”, una expresión con la que describe la necesidad de liberar a los objetos de sus contextos para exponerlos al desnudo y otorgarles valor cultural (...) la moda se ha convertido en lo que pretendía ser el arte: el espíritu de la época se manifiesta en ella (Buxbaum, 2005, p. 94).

En la actualidad, los diseñadores inventan y reinventan y coquetean con la tecnología y los productos químicos, pero permanece la pregunta ¿hay algo que no hayamos visto? Y queda pensar si aquellos que visten grandes carteras de Louis Vuitton y zapatos de Gucci con monogramas llamativos los consideran moda realmente. ¿Quedará todavía alguna piedra preciosa en este mundo por descubrir? Si tomamos en cuenta que la moda está allí donde exista la sociedad.

CAPÍTULO II. LA MODA EN VENEZUELA

Blanca por dentro

En el capítulo anterior se profundizó en el papel clave que jugó Europa, en especial Francia, en toda la evolución de la moda y de sus influencias en el resto del mundo occidental. Venezuela no quedó exenta de ello. España fue, desde el primer encuentro en 1498, la madre de esta nueva colonia y la crió con sus propias costumbres.

Durante la colonia, la Capitanía General de Venezuela y sus habitantes imitaban la usanza española manifestada a través de los modelos que lucían la nobleza titulada y la aristocracia criolla. No obstante, a partir del siglo XVII, esta hegemonía se diluyó un poco,

(...) aparecieron diferencias bien definidas que se produjeron a causa de las influencias de la moda mexicana, los aportes directos de Francia, Inglaterra, Holanda e Italia a través del contrabando proveniente de las islas extranjeras vecinas y el factor creativo de los maestros de sastrería y el de los mismo usuarios. Todo ello le imprimió al traje del período hispano, un carácter local que reflejó la vida y las circunstancias del medio en el que se desarrolló (Duarte, 1984, pág. 7).

Durante el siglo XIX, el clima de agitación política que se vivía tanto en las colonias como en la metrópoli dio como resultado que la moda se alineara con los acontecimientos. Venezuela recibió a las ideas de la Revolución Francesa y a sus cambios en el vestir, así como el interés por la antigüedad que influía en las artes y la artesanía. Sin embargo, este desarrollo cultural se vio detenido con el terremoto del 26 de marzo de 1812, que arruinó por completo a la Capitanía General de Venezuela y a sus

actividades económicas, artísticas y artesanales. Particularmente la sastrería fue una de las artes aplicadas que más sufrió después del desastre.

Particularmente el mantón fue una pieza de vital importancia en la vestimenta colonial, a tal punto que la clase social más acomodada era reconocida por su uso. Las mujeres mantuanas utilizaban este chal de seda en forma de pañoleta grande para cubrirse desde la nuca hasta por debajo de la cintura. Los bordados y flecos largos pasaron a ser símbolos de status.

En la realización de los atuendos, los diseños partían del acuerdo entre el cliente y el Maestro de Sastrería, “siempre en base a un tratado sobre el oficio, según el modelo de alguna ropa importada o siguiendo la representación de un grabado español o mexicano” (Duarte, 1984, pág. 227). Sin embargo, al contrario de lo que sucedía en Europa, el sastre aconsejaba, más no imponía los modelos. Su opinión era muy estimada, ya que el traje no buscaba satisfacer las vanidades individuales sino expresar el rango social y la ocupación profesional.

El oficio de sastre estuvo reservado a los hombres hasta más o menos la segunda mitad del siglo XVIII, cuando se empiezan a encontrar mujeres relacionadas con el oficio que trabajaban por su cuenta en las labores de bordado, pasamanería, costuras y planchado (Duarte, 1984).

En este orden de ideas, se puede decir que la historia de la Moda en Venezuela se construye a partir de dos vertientes: en primer lugar, la fuerte influencia extranjera que continúa experimentándose todavía hoy y que ha marcado los modelos a seguir y la actitud de los individuos hacia el fenómeno de la Moda. Y, la segunda, derivada en gran medida de la anterior, de la interpretación y adaptación que el venezolano le ha dado a esa influencia extranjera. Es decir, a pesar de esa constante “mirada hacia afuera”, el diseñador venezolano no opera por completo con principios externos en cuanto a la Moda, también intervienen las características

geográficas, económicas y sociales propias de nuestra tierra. El venezolano es ciudadano del mundo, pero se mantiene consciente de su entorno.

El norte es lo mejor: *la moda venezolana a partir de la segunda mitad del siglo XX*

El gusto del Presidente Antonio Guzmán Blanco, a finales del siglo XIX, por el estilo parisino dejó en Venezuela algo más que infraestructura. Las creaciones francesas fueron por mucho tiempo las predilectas del venezolano, aunque Nueva York y la moda estadounidense hicieron acto de presencia durante de la Segunda Guerra Mundial, cuando se restringió el comercio con Europa (Navarro, 2008).

En la década de 1950, durante el régimen dictatorial de Marcos Pérez Jiménez, Venezuela pasa a ser el primer país exportador de petróleo gracias al conflicto en el Canal de Suez, por lo que había un gran flujo de divisas que se manifestó a través de fuertes importaciones de productos manufacturados (Stambouli, 2002). Esto generó la apertura de numerosas boutiques extranjeras que se concentraron, en primeras instancias, en el centro de Caracas, para luego extenderse hacia Sabana Grande y Chacaíto. Las calles de la capital recibieron a importantes firmas como Givenchy, Chanel, Dior, Cartier, Ungaro, Pucci, Ermenegildo Zegna y Valentino (Navarro, 2008).

Ahora, ¿Dónde estaba la creación venezolana? En esta primera mitad del siglo XX, la figura del diseñador se diluía con la del costurero. Para estar a la moda en nuestro país, los maestros de este oficio reproducían para sus clientes los modelos de Vogue y Harper's Bazaar. Se van haciendo versiones de los vestidos europeos, las que podían los compraban allá, las que no, importaban la tela y el diseño y otras mandaban a hacer una versión del traje con las telas disponibles en nuestro país (Aranaga, Com. Personal, 2011). La

revista Estampas, entre otras publicaciones, reseñaba semanalmente sobre los estilos que estaban de moda y mostraba la alta moda como fuente de inspiración (Aranaga, 2008).

En un anuncio sobre las publicaciones del ramo disponibles en las librerías “Las Novedades”, en una edición de 1965 de la revista “Bohemia”, se lee: “Variados y novedosos modelos de los más grandes y afamados modistos del mundo (...) Indicaciones completas para su traje deseado a la perfección” (1965, pág. 26A). Esto refleja una concepción de la moda enfocada hacia la reproducción de las piezas más que a una industria de consumo masivo, como ya se perfilaba en otros continentes.

La moda internacional siguió marcando la pauta durante los sesenta. Los vestidos estampados de Pucci, el esmoquin de mujer de Yves Saint Laurent y los lentes grandes de pasta negra se imponen entre las venezolanas y una marca como Helena Rubinstein lanza una línea de labiales con nombres criollos: níspero, bucare, merey y parchita (Aranaga, 2008).

En los setenta, época de las plataformas, estampados, terciopelo y grandes lazos en la cabeza, Venezuela vive el surgimiento de maniqués autóctonos como Chelo Rodríguez, quien compartía su carrera entre el modelaje y la televisión, prestando su imagen para los desfiles de Selemar. Gisela Habel, María José Delicci, Susana Duijm y Mimí Lazo fueron también parte de esa generación que prestó su imagen para La Electricidad de Caracas, los trajes del sastre Clément, Helene Curtis y Postizos Lupi. Entre los hombres, Nino Ocardino, con su fisonomía de italiano clásico, se destacó como uno de los grandes modelos de ese entonces. (Blanco, 2008)

Los ochenta trajeron color, textura y siluetas con superhombros. “En Caracas, las faldas de tafetán, las medias de nylon color smog y las

sandalias caramelo completaban una moda única” (Aranaga, 2008, pág. 38). Las influencias externas, como la irreverencia de Madonna y el cabello de Farrah Fawcett conviven con el estilo criollo de José Luis Rodríguez “el Puma” y las blusas color neón de Minelli (Aranaga, 2008).

Para febrero de 1983 Venezuela sufrió una fuerte devaluación del Bolívar frente al dólar, en consecuencia, las importaciones extranjeras debieron ser fuertemente frenadas, lo que afectó a muchos negocios y el país se vio en una delicada situación económica. Irónicamente, el negocio de la moda venezolana salió beneficiado a pesar de las circunstancias. Toda época de crisis fomenta la creatividad, y los recursos que antes no eran necesarios dieron pie a que algunas personas vieran la oportunidad de comenzar ciertos negocios (Aranaga, Com. Personal, 2011).

En un artículo sobre la exposición “Retrospectiva de la moda” presentada en el entonces llamado Museo de Arte Contemporáneo Sofía Ímber, se expresa: “A partir del viernes negro, el lujo ya no pudo ser importado y comenzó a crearse en casa, lo que permitió apreciar con toda libertad el talento que hasta entonces había sido opacado por la competencia extranjera.” (1999, π 1)

Con la llegada de Guy Meliet, un francés alumno de Balenciaga que en unas vacaciones se enamoró de la Caracas de los años 80, un concepto adaptado de alta costura fue establecido en nuestro país. Con su gusto adquirido de los grandes salones parisinos y sus innovadores aportes a la moda como el uso de vidrio y aluminio, Meliet abrió las puertas de un mundo de ensueño, que aunque no podría considerarse Moda, ya que sólo diseño para unas ciertas clientas en unos cuantos eventos, sirvió de inspiración para los diseñadores venezolanos que en ese momento se estaban formando.

Para finales de los 80, diseñadores como Carolina Herrera, establecida en Nueva York, y Meliet y Margarita Zingg, asentados en Caracas, se habían consolidado dentro del negocio y sus nombres eran conocidos a nivel internacional. A su vez, la nueva generación de diseñadores como Ángel Sánchez, Mayela Camacho, Hernán Suárez, Ana Julia Thompson, Giovanni Scutaro, Armando Piquer, Durant & Diego, Raenra y Oscar Carvallo dominaban la escena de la alta costura criolla.

El reconocimiento a estos diseñadores surge del estilo particular que cada uno logró imprimir a las piezas de su autoría. Su trabajo ha pasado a la historia por diferentes razones, Meliet, conocido por su “traje show”, la técnica de corsetería interna, el uso de dril, así como de elementos y materiales atípicos como acrílicos y nylon; Carolina Herrera, reconocida por su impecable gusto y elegancia, se caracteriza por las hombreras y las mangas de los trajes así como por las grandes caídas y los bordados opulentos.

Los más puramente venezolanos, Ángel Sánchez, Margarita Zingg y Mayela Camacho, se han dado a conocer, el primero, por el cuidado que pone a sus piezas, su gusto minimalista y su constante evolución, la segunda, por su trabajo con transparencias y bordados aplicados a vestidos con mucha caída, dotados de un toque cosmopolita y multicultural. Y la última, conocida por una sencillez que no deja de lado los detalles, su forma característica son las alforzas que arropan el cuerpo femenino resaltando sus atributos de manera extraordinaria (“Retrospectiva de la moda”, 1999).

El Miss Venezuela poco a poco se empezó a convertir en la pasarela principal de los diseñadores, era el equivalente en el país a una semana de la moda (Castillo (2008). Antes de la llegada de la Organización Cisneros al concurso, las participantes debían llevar su propio vestido, pero en los 80, cuando Osmel Sousa empezó a encargarse de su organización, los más

importantes diseñadores venezolanos fueron invitados para diseñar los trajes de las *misses*, convirtiéndose así en el propulsor de muchas carreras.

Los vestidos de las *misses* dieron pie a un nuevo estilo llamado “moda-espectáculo”, cuyas características principales,

Las mangas exageradas, las hombreras con lazos grandes, las colas y los armadores comenzaron a ser infaltables en los vestidos de gala que desfilaban las *misses* convertidas en maniquíes. El propio Osmel Sousa deja claro que lo recargado y hasta "kitsch" de los trajes nunca fue una casualidad ni producto del "mal gusto", sino una necesidad (Castillo, 2008, pág. 23).

Ya en los años noventa el mercado de la Moda en Venezuela buscaba los medios para convertirse en una industria con los ingredientes completos: diseñadores, textileras, consumidores, fotógrafos, agencias publicitarias y de modelaje, fábricas, publicaciones, cadenas comerciales, tiendas, distribuidores y representantes; y aunque se logró consolidar a lo largo de la década una pequeña muestra de cada grupo, todos los esfuerzos fueron muy dispersos, no hubo sistematización, ni organización por temporadas. Lo que no ayudó a que se solidificara (Aranaga, Com. Personal, 2011)

En esta década, la globalización de la moda se incrementa aún más y tiendas como Zara y MANGO colaboraron a ello en Venezuela. Fue la época de importantes maniquíes en la escena criolla, Aguasanta Erminy y Patricia Velázquez. Las modelos Pierina de Vecchis, María José Villaseco y Magaly Mujica eran presencia obligada en los desfiles de diseñadores venezolanos. “En 1992, el diseñador (Ángel Sánchez) cumplió cinco años en la moda y ya su trabajo era una referencia” (Aranaga, 2008, pág. 46).

En este sentido, el epicentro del negocio estuvo en el traje de noche, y la ropa urbana o casual quedó en la periferia con las tentativas de Neutroni y

Camila Castillo. “Muy poco para la mujer de calle, la ejecutiva, la mujer normal” (Aranaga, Com. Personal, 2011).

Con la llegada del nuevo milenio, el retrato de la Moda se acerca al que percibimos hoy. “Las grandes editoras del mundo manejan el negocio de la moda (...) La Moda venezolana surge con accesorios que marcan la pauta” (Aranaga, 2008). Durante esta década que recién se iniciaba, las pasarelas de Brasil, llenas de exuberancia y belleza, de Argentina, con nuevas ideas e intelectualidad, y de Colombia, con una industria en vías de consolidarse, sirvieron como inspiración para una Moda auténtica y venezolana.

En el año 2001, Caracas tuvo un gran movimiento en lo que a moda se refiere. Espacios inusuales albergaron importantes pasarelas. Prueba de ello fue el evento en el concesionario Mercedes Benz, donde diseñadores e importantes firmas internacionales hicieron acto de presencia (Marcano, 2002, pág. 98).

También durante este año, Ángel Sánchez lanza una línea de gafas de sol y las tendencias apuntan hacia dos caminos diametralmente opuestos: por un lado, los años ochenta y al “neopunk”, donde resurge la utilización de remaches, cinturones a la cadera y muñequeras de cuero; por el otro, un estilo romántico con flores, vuelos y cortes asimétricos. “Tenemos, entonces, colecciones y marcas emblemáticas creadas en el país que representan una muestra de productos entre lo urbano y lo exquisito” (Marcano, 2002, pág. 98).

Dentro del espectro que podría considerarse como Moda en Venezuela, el accesorio adquirió durante estos años especial preponderancia. Diseñadores como MEC, Érika Yelo, Adriana Martínez, Tarbay, entre otros, apostaron por esta pieza debido, en parte, a su

accesibilidad y lo convirtieron en parte clave de la apariencia de la venezolana (Aranaga, 2008).

La falta de materia prima, personal calificado y facilidades de mercado ha afectado en gran medida el nacimiento y la subsistencia de marcas de diseño netamente venezolano. A pesar de todo, la Moda sigue siendo una apuesta de la creatividad criolla; diversas marcas, como *Yo*, *Fabiana Kübler* y las que constantemente se ven en los mercados de diseño han procurado darle esa nueva vibración al mercado, aún cuando el camino sea largo y escabroso (Aranaga, Com. Personal, 2011).

En toda esta línea de tiempo, dotada de altos y bajos, de períodos de esplendor y períodos de crisis, una constante se revela: la creatividad. Entendida como “la actividad mental en situaciones de definición de problemas o solución de problemas cuyo producto son las invenciones artísticas o técnicas (Gordon en Coll , & Barragán, 2006, pág. 46), este rasgo común a todos sigue siendo la piedra angular del diseño de modas, en Venezuela y el mundo. Se trata de un rasgo no negociable de los individuos, cuyas mentes se ponen en marcha para decantar y manifestar inquietudes a través de telas, hilos, colores y patrones.

La historia le ha dado a la Moda una trayectoria, una estructura y una maquinaria muy difícil de penetrar, pero no por ello imposible. El diseñador en la actualidad debe ser una persona integral, capaz de reinterpretar estilos cada tanto y satisfacer sus propias necesidades de creación, todo esto en un ambiente cada vez más globalizado y, por ende, competitivo. El principal reto para Venezuela en lo que a una industria de la Moda se refiere está, en primeras instancias, en saberse reinterpretar y adquirir un estilo propio, de allí en adelante todo formará parte de ese engranaje capaz de movilizar masas, generar euforia y romper paradigmas

CAPÍTULO III. EL DOCUMENTAL.

El pincel de la realidad: aproximaciones al género

La historia del documental tiene su origen el 28 de diciembre de 1895 con la proyección de los primeros cortos de los hermanos Lumière. Estos cortos mostraban realidades tal cual las captaba la cámara. No fue sino hasta un tiempo después que George Méliès descubrió que podía crear mundos nuevos, historias fantásticas y personajes y contar su historia usando el cinematógrafo de los Lumière; fue entonces y para siempre que el cine se dividió en las dos vertientes que hoy conocemos y diferenciamos tan bien: Ficción y documental.

Muchos científicos usaron las técnicas cinematográficas para registrar formas de vida animal, plantas exóticas y parajes lejanos; sin embargo el primero en acuñar el término “Documental” para referirse al género fue John Grierson en 1926 para un artículo que hablaba del trabajo de Robert Flaherty (Breschand, 2004). Y es precisamente a Flaherty a quien la historia reconoce como padre de esta disciplina. En su trabajo “Nanook el esquimal” estableció las normas que seguirían de ahí en adelante los cineastas de la realidad.

Para finales de la década los estudios llevados a cabo por Dziga Vertov cambiaban la manera de ver y hacer cine. “Vertov demuestra que el cine se reinventa a partir de sí mismo, a partir de sus propios recursos técnicos” (Breschand, 2004. p.14) En “El hombre de la cámara”, Vertov muestra un día en una ciudad de la Rusia soviética; lo más interesante de la propuesta de este autor es que la realización de la película en todos sus aspectos es inseparable de los ritmos propios de la ciudad. Todo es una misma energía puesta a trabajar (Breschand, 2004). El entendimiento de

este maestro del cine permitió a futuros documentalistas ver su cámara como un instrumento capaz de captar mucho más que la realidad.

Dejando atrás el carácter etnográfico y antropomórfico que había tenido hasta entonces, el género adquiere un carácter más social. Para los años sesenta fue evolucionando en conjunto con la sociedad: la problemática de la guerra y los temas álgidos, como la homosexualidad, pasaron a ser gran parte de la temática tratada en los documentales (Nichols, 1998).

El documental, en su profunda conexión con la realidad, ha dado origen a lo largo de su historia a diversos géneros o perspectivas, en su mayoría resultantes de las circunstancias históricas y técnicas, así como de la visión del realizador (piedra angular del proceso). Es así como puede hablarse de documentales profeta, exploradores, reporteros, poetas, crónicas o promotores.

Con la llegada del sonido y la ampliación de los cuadros por segundo, los documentalistas apelaron al uso de la entrevista en pocas ocasiones debido a la dificultad para sincronizarlo con la imagen de manera eficiente. Por eso, no es sino hasta 1961, con el documental del inglés Denis Mitchell, “Chicago”, que se abre la ventana a esa nueva mirada donde los protagonistas de la pieza pueden dar sus testimonios con voz propia, dando nacimiento al documental observador. “En cierto sentido, empezaron a tomar el control fuera de la manipulación del director” (Barnouw, 1993, pág. 230).

Este nuevo género también planteaba el desuso del trípode, y, en consecuencia, potenció la experimentación para lograr una sincronización de sonido más limpia en postproducción. Uno de los títulos más representativos de esta vertiente es “Happy Mother’s Day” (1963) de Richard Leacock, que daba una mirada al microcosmos de la familia Fischer, en Aberdeen, Dakota del Sur. Leacock también realizó, junto a Donn A. Pennebaker, “Don’t look back” (1966), que daba un perfil del cantautor Bob Dylan.

Muchos documentalistas se orientaron hacia la realización de piezas cuyos protagonistas eran grandes figuras públicas que atraían a la audiencia. No obstante, los hermanos Albert y David Maysle le dieron otro giro con “Salesman” (1969), que seguía a cuatro vendedores de Biblias “de puerta en puerta” tanto en su trabajo como en sus vidas personales. “Con “Salesman”, los hermanos Maysle entraron en un nuevo mundo y dieron al direct cinema una dimensión inesperada” (Barnouw, 1993, pág. 241).

Hoy en día la línea entre ficción y realidad es cruzada constantemente. El cine de ficción hace uso de técnicas documentales para darle realismo y credibilidad a una historia falsa y a su vez los documentales hacen uso de técnicas de ficción para reconstruir escenas que la cámara no pudo captar pero que son importantes en su trama (Nichols, 2001).

El mayor ejemplo de esta fusión constante de géneros es la televisión de realidad. Las personas son captadas en su realidad por la cámara pero viven situaciones armadas por un grupo de productores y guionistas.

A pesar de toda la variedad de géneros y la diversidad de temas tratados, la Moda ha quedado relativamente en la tangente de la realización documental. En 1989, se estrena “Notebook on clothes and cities”, en el cual el cineasta Win Wenders conversa con el diseñador japonés Yohji Yamamoto sobre el proceso creativo detrás de su trabajo. Luego, en 1994, ve luz “Unzipped”, un documental que retrata la preparación del diseñador Isaac Mizrahi de su colección de otoño.

No obstante, no es sino hasta la década siguiente que este género empieza a ganar terreno en la industria cinematográfica con títulos como “The september issue” de RJ Cutler y “Picture me” de Ole Shell y Sara Ziff. En el 2010 fue nominado por primera vez a un Oscar un documental de moda: “Valentino, the last emperor” de Matt Tyrnauer y cada vez más es

reconocido el trabajo de importantes documentalistas en el área como Loic Prigent y Giancarlo Giammeti, además de los ya mencionados.

Hoy son pocos los filmes que se ruedan en película y se proyectan en las salas. La inmensa mayoría de los filmes documentales pasan a la televisión. En 2.000, 10.000 horas fueron transmitidas en las cadenas hertzianas francesas y unas 4.000 en las cadenas temáticas. Esta abundancia es una muestra de la importancia del género documental, del lugar que ocupa la realidad en la mente de los creadores y del interés del público por estas miradas personales sobre la sociedad, el mundo y las artes. (Breschand, 2004, p. 100)

Si bien en un principio el documental buscaba retratar la realidad con fines bastante científicos, con el paso del tiempo el género se ha ido abriendo a nuevas temáticas y posibilidades. La vida humana se ha retratado en todos sus campos, desde los nativos indígenas del Amazonas hasta grupos musicales británicos. En este sentido, el género documental y la Moda en Venezuela forman una combinación evidente, ya que permite formar un retrato contundente de una de las caras del inmenso prisma que constituye nuestro pueblo.

II. Marco metodológico

Planteamiento del problema

¿Cómo es el proceso de construcción de una colección de moda en Venezuela? Cada diseñador tiene una perspectiva y un objetivo propio. En el camino, intervienen sus propias experiencias, conocimientos y modos de hacer.

Ya sea en la ciudad de Caracas, donde María Fernanda Pulgar y Audra Blanco inician su carrera independiente con marcas como MFP y 2AM, mientras que Alberto d' Castro diseña y realiza piezas para la tienda que lleva su nombre, en Nueva York, Ángel Sánchez continúa su ascenso, iniciado en nuestro país, dentro de esta profesión que no involucra pocos obstáculos.

A pesar del entorno, estos individuos comparten ciertos rasgos comunes a todos los creadores: la inspiración y las ganas de contar una historia. Sin embargo, estos rasgos se deben decantar en un proceso que ayude a materializar y vender esa idea, proceso que deja de ser individual y en el que intervienen especialistas de todo tipo. La piedra angular de este documental recae en esta interrogante. ¿Cómo se crea una colección, un traje, o cualquier pieza de moda en un negocio tan dinámico y susceptible al cambio?

Objetivos

Objetivo general:

Realizar un documental para exponer el proceso creativo del tres diseñadores de moda venezolanos.

Objetivos específicos:

1. Identificar a los diseñadores que serán objeto de estudio.
2. Conocer los aportes de otros profesionales al desarrollo del proceso.
3. Averiguar las etapas de las que consta el proceso creativo.

Justificación

La moda es un fenómeno social que obedece a patrones históricos, y está sometida, como cualquier pieza de arte, a los cambios y reacciones socioeconómicas de una determinada sociedad. Cada diseño es un reflejo de la mente que le da vida, por cuanto, este trabajo especial de grado tiene como principal objetivo fungir como promotor de las corrientes estéticas del diseño de modas en Venezuela en la actualidad. Expertos y entusiastas relacionados con esta expresión artística encontrarán en él una perspectiva de su quehacer profesional.

Asimismo, este documental significaría una profundización dentro de una de las múltiples facetas que constituyen a nuestra sociedad, así como la construcción de un retrato para la posteridad de este período histórico en términos estéticos.

La naturaleza ambivalente de la moda, que es al mismo tiempo arte y negocio, hace que el diseñador no sea el único implicado en el proceso, sino que están involucrados especialistas, costureros, orfebres, periodistas y fotógrafos, por nombrar sólo a algunos. La moda es entonces un generador de empleos directos e indirectos que realiza aportes a la economía de un país. Una investigación documental sobre ella ayudaría a su fortalecimiento y expansión, ya que su crecimiento es directamente proporcional a la inversión existente.

Delimitaciones

Para los fines de este trabajo se pretende hacer un seguimiento a la obra creativa de tres diseñadores de modas venezolanos.

Dicho seguimiento estará condicionado por el tiempo en que los diseñadores estén preparando sus respectivos trabajos de confección. Un tiempo aproximado de seis a ocho meses de grabación.

Los sujetos deben en la medida de lo posible tener su taller establecido en Caracas con el fin de limitar las grabaciones sólo al espacio capitalino. Sin embargo, puede darse la posibilidad de realizar grabaciones en otras ciudades, a nivel nacional e internacional.

Biografía de los diseñadores

Alberto D'Castro: Nació en Caracas en 1964, estudió arquitectura y luego se fue a la ciudad de Nueva York a estudiar diseño gráfico y tipografía en la prestigiosa escuela de diseño Parsons. Después de un tiempo viviendo en la capital de la moda descubrió que su pasión no era la construcción de edificios sino de trajes. A principios de los 90 regresa a Caracas y en 1992 se junta con Mauro Barazarte para empezar su propia firma de diseño que se llamaría Durant & Diego. Después de unos años Mauro abandonó la firma y Alberto se convirtió en el único director creativo de la firma con mayor trayectoria de la moda venezolana. Después de 14 años de trabajo con esta casa decide independizarse y montar su propia casa de diseño a la cual le da su nombre y la llama "Alberto De Castro Haute couture & pret-a-porter" y cuya base es la tienda ubicada en Altamira, Caracas.

Ángel Sánchez: Nació en Valera estado Trujillo en 1957, creció rodeado de moda en el atelier de su mamá; sin embargo a la hora de estudiar una carrera se decide por arquitectura pero en 1987 apenas un par de años después de graduarse descubre que el proceso creativo de la moda le parece más emocionante y le apasiona mucho más entonces toma la

decisión de cambiar el rumbo de su carrera. En los siguientes años fue adquiriendo un imparable éxito en su país natal, hasta ser considerado el mejor diseñador venezolano. En 1997 migra a Nueva York, para buscar éxito en mercados más grandes, muy pronto gracias a su increíble talento y sus ganas de seguir creciendo lo obtiene; para 1999 sus colecciones se podían conseguir en las más prestigiosas tiendas del país y sus desfiles se presentaban en la famosa semana de la moda de Nueva York. Desde entonces ha buscado seguir expandiéndose, sus diseños se pueden conseguir en Asia, América y Europa, tiene una línea de noche, una línea de novias, una línea casual e incluso una línea económica especialmente diseñada para la departamental más grande de Venezuela.

María Fernanda Pulgar: Nace en Caracas el 9 de febrero de 1979. Realiza sus estudios de diseño de modas en el Instituto Brivil de esa misma ciudad. Posteriormente, en el 2001, se muda a Milán para continuar sus estudios con el Master en Fashion Design del Instituto Marangoni. A su regreso a Venezuela, en el 2003, vuelve a su casa de estudios en calidad de profesora. Posteriormente, se desarrolla como directora creativa de la firma Durant&Diego, cargo que ejerció hasta 2010. En asociación con la diseñadora Audra Blanco, inaugura en 2011 el Laboratorio María Fernanda Pulgar, lugar de creación para las marcas MFP, de prêt à couture, como ella la denomina, y 2AM, de un estilo casual urbano.

Audra Blanco: Nace el 25 de mayo de 1977 en Caracas. Estudia diseño de modas en el Instituto Brivil. Su carrera profesional la inicia en ASPE Moda, fundación de pequeños empresarios dedicados a la Moda, dirigido por Elvira de Parés. Posteriormente inicia sus labores en el diseño con Grecia León, cuya tienda se encontraba en el Centro Comercial Ciudad Tamanaco. Tiempo después, empieza a desempeñarse como asistente del diseñador venezolano Hugo Espina, labor que ejercería por cuatro años. Después de ampliar sus conocimientos en el área de la confección de trajes de baño,

ingresa a trabajar para la marca de Tanilu, realizando las creaciones para las candidatas del Miss Venezuela. También ha ejercido su profesión para los diseñadores Valentina Cedeño, Mariela Guzmán y Johny Straccia. En el 2010 se une a su colega y amiga María Fernanda Pulgar para lanzar en conjunto las marcas MFP Y 2AM, ambas creadas en el Laboratorio María Fernanda Pulgar ubicado en Altamira.

Sinopsis

En una ciudad caótica rodeada por un imponente valle de verde naturaleza, cuatro diseñadores de moda encontraron la inspiración y el camino para volcar en las telas toda su creatividad. Entre el sonido de las máquinas de coser, el de la tijera cortando la tela, las cornetas y las sirenas de ambulancia se desarrolla este documental que cuenta la historia de una musa, una musa que poco a poco agarra forma y se convierte en un proceso creativo. Allí donde la improvisación y el verdadero genio se juntan, nace, crece y se desarrolla un vestido o una colección completa.

Ángel, Alberto, Audra y María Fernanda nos abren las puertas de sus talleres y nos invitan a dar un paseo por el proceso de inspiración, diseño y confección de sus piezas, cada uno enfrentando a su manera los retos propios del país y de la competitividad del entorno. Audra y María Fernanda con todo el impulso y las ansias de cambio de la juventud, Alberto representante de la generación de oro del diseño venezolano y todavía símbolo de lujo y prestigio en el país y Ángel, con su pequeño taller en la ciudad de Nueva York, cada día más posicionado en la competitiva industria de la moda internacional, cada uno de ellos nos llevan a conocer lo que hay detrás de sus vestidos.

Propuesta visual

Teóricamente se ha señalado al documental como un género cinematográfico que se mueve entre lo subjetivo y lo objetivo. La primera parte de este binomio lo interpreta el realizador, y la segunda, la realidad. A pesar de que ambos están arraigados el uno en el otro, el objetivo de la cámara será lo que determine toda la pieza. Es por eso que los elementos visuales deben estar supeditados a la temática de esta ocasión: la moda.

Siendo la moda y sus protagonistas un fenómeno masivo, sus perspectivas, voces y cánones son múltiples y cambian según el ojo que esté mirando. Por eso, la propuesta visual de este documental debe ser lo suficientemente neutra para que no interfiera con la historia pero que al mismo tiempo no pase desapercibida.

En este sentido, se quiere crear un ambiente visual diáfano, claro, brillante, para darle la frescura propia del tema al documental. Esto se logrará mediante una iluminación realizada a partir de luces naturales con un tono azulado creando una temperatura de color fría, usualmente asociada con estados de ánimos que expresan tranquilidad y equilibrio.

Los encuadres pretenden ser muy clásicos y simples y justamente por esto elegantes y agradables para el espectador. Se tendrá en cuenta la ley de tres puntos y la ley de la zona áurea

Haciendo referencia a los realizadores del “direct cinema” y gracias a las posibilidades tecnológicas, se hará uso de cámara en mano para las tomas de seguimiento de los diseñadores, en sus talleres, probadores, y showrooms, con el objetivo de imprimirle dinamismo a las etapas claves del proceso creativo de cada uno de ellos. La cámara fija será destinada para las entrevistas.

La propuesta visual de este documental pretende romper con los paradigmas del género documental de seguimiento tradicional, orientado comúnmente hacia otras aristas de la sociedad y pretende crear un código propio que se destaque.

Propuesta Sonora

El documental “...” busca un ambiente musical tranquilo y agradable, acorde con la propuesta visual anterior. Estará a cargo del músico electrónico Bond77 que captará con sus beats la esencia caótica pero al mismo tiempo comedida de la pieza y del mundo de la moda en general.

La narración del documental estará a cargo de Ariadna Pérez, productora de radio en la emisora 92.9 FM.

Ricardo Lara (Bond77) explica en su página de MySpace “La música es un escape. Y bond77 es uno de los tantos proyectos musicales que levitan en esta ciudad, tratando de que los habitantes de Caracas y de cualquier parte del mundo se liberen del estrés, a través de la música. Sonidos espaciales, de videojuegos y sintetizadores definen el sonido de bond77” (2009).

Análisis de costos

A. Pre-producción

	Cantidad	Unidad	Total productoras	Total
<i>A1. Guión y pregras.</i>		<i>Indicar en días, semanas, horas, o unidades de guión, etc.</i>	<i>Costo total en Bolívares</i>	<i>Costo total en Bolívares</i>
A1.1 Guión	1	GUIÓN	Bs 3.000,00	Bs 0,00
A1.2 Fotocopias	6	3	Bs 300,00	Bs 6,00
A1.3 Pregira	4	scouting	Bs 800,00	Bs 0,00

A1.4 Viáticos	2	personas	Bs 600,00	Bs 200,00
Sub Total A1:			Bs 4.700,00	Bs 206,00

B. Producción

B1- Honorarios	Cantidad	Unidad	Total productoras	Total
B1.1 Director General	6	Semanas	Bs 50.000,00	Bs 0,00
B1.2 Asistente Dirección -script	4	Semanas	Bs 8.000,00	Bs 0,00
B1.3 Director de Fotografía-camarografo	4	Semanas	Bs 40.000,00	Bs 0,00
B1.5 Asistente de Cámara	3	Semanas	Bs 7.500,00	Bs 0,00
B1.6 Asistente Electricista	3	Semanas	Bs 7.500,00	Bs 0,00
B1.7 Sonidista		Semanas	Bs 15.000,00	Bs 0,00
B1.8 Asistente Vestuario/Maquillaje	3	Semanas	Bs 5.000,00	Bs 0,00
Sub Total B1:			Bs 133.000,00	Bs 0,00

	Cantidad	Unidad	Total productoras	Total
B2- Equipo de Producción				
B2.1 Productor General	6	proyecto	Bs 35.000,00	Bs 0,00
B2.2 Asistente de Producción 1	4	Semanas	Bs 10.000,00	Bs 0,00
B2.7 Gastos de oficina	6	Semanas	Bs 3.000,00	Bs 300,00
B2.8 Secretaria	4	Semanas	Bs 3.000,00	Bs 0,00
Sub Total B2:			Bs 51.000,00	Bs 300,00

Cantidad	Precio/Unidad	Total productoras	Total
-----------------	----------------------	--------------------------	--------------

B3-Costos de producción - Caracas				
B3.1 Transporte	1	0	Bs 4.000,00	Bs 0,00
B3.2 Alimentación	2	150/persona	Bs 300,00	Bs 300,00
B3.3 Oficina	1	3000	Bs 3.000,00	Bs 0,00
B3.4 Permisologías		1000	Bs 1.000,00	Bs 0,00
B3.5 Alquiler de Locaciones	2	500	Bs 1.000,00	Bs 0,00
B3.6 Alquiler de Estudio	1		Bs 1.000,00	Bs 0,00
B3.7 Telefonía	2	fija/celular	Bs 2.000,00	Bs 300,00
Sub Total B3:			Bs 53.800,00	Bs 600,00

	Cantidad	Precio/ Unidad	Total	
B4-Costos de producción -2 DIAS- Nueva York USA				
B 4.1 Pasaje aereo	1	6500	Bs 6.500,00	Bs 600,00
B 4.2 Alimentación	1	500/perso na	Bs 1.000,00	Bs 600,00
B 4.3 Alojamiento	1	1250	Bs 1.250,00	Bs 1.000,00
B 4.4 Transporte (taxis aeropuerto CCS-NY-CCS)	4	500	Bs 2.000,00	Bs 0,00
B3.13 Telefonía	1	fija/celular	Bs 2.000,00	500,00
Sub Total B3:			Bs 21.500,00	2.700,00

	Cantidad	Unidad	Total productoras	Total
B4- Equipo técnico				
B4.1 Cámara T2.l	1	24 dias	Bs 30.000,00	Bs 4.300,00
B4.2 Micrófono Zoom H2	1	24 dias	Bs 4.000,00	Bs 0,00
Sub Total B4:			Bs 41.500,00	Bs 4.300,00

C. Post- producción

Cantidad Costo/Unidad Total

			productoras	Total
<i>C1-Post-producción</i>				
C1.1 Edición	80	200	Bs 16.000,00	Bs 0,00
C1.2 Paquete gráfico(TITULOS - SCROLL FINAL)			Bs 3.000,00	Bs 0,00
C1.3 Animaciones	1	60 segundos	Bs 3.000,00	Bs 0,00
C1.4 Banda sonora (Mezcla sonido)			Bs 4.000,00	Bs 100,00
C1.5 Derechos Musicales			Bs 10.000,00	Bs 0 ,00
C1.7 Carátulas	10	10	Bs 100,00	Bs 100,00
C1.6 DVD con imagen impresa	10	10	Bs 100,00	Bs 100, 00
Sub Total C1:			Bs 39.000,00	Bs 300, 00

Total productoras del documental: Bs 307.700,00

Total del documental: Bs 8.406,00

Desglose de necesidades de producción

Preproducción
Acceso a línea telefónica
Acceso a Internet
Computadora
Producción
1 Cámara EOS Canon T2i
1 Memoria SD clase 6 o superior
1 Micrófono tipo barquilla
1 Adaptador canon a mini plug
1 Trípode

1	Rebotador
2	Luces tipo tota con sus trípodes
1	Micrófono tipo balita
1	Computadora o monitor de previsualización
4	Extensiones
	Difusores, CTB y CTO de distinto grado
	Tirros
Post producción	
1	Computadora con memoria RAM superior a 2GB
1	Disco duro externo para almacenamiento
1	Adobe Premiere CS4 o superior
4	DVD

Plan de rodaje

Día	Hora	Lugar	Entrevista/Seguimiento	Diseñador
16/02/2011	9:00 AM	Taller ADC	Seguimiento	Alberto D' Castro
17/02/2011	10:00 AM	Taller ADC	Seguimiento	Alberto D' Castro
18/02/2011	10:00 AM	Taller ADC	Seguimiento	Alberto D' Castro
21/02/2011	9:00 AM	Taller ADC	Seguimiento	Alberto D' Castro
22/02/2011	9:00 AM	Taller ADC	Seguimiento	Alberto D' Castro
23/02/2011	9:00 AM	Taller ADC	Seguimiento	Alberto D' Castro
24/02/2011	9:00 AM	Taller ADC	Seguimiento	Alberto D' Castro
25/02/2011	9:00 AM	Taller ADC	Seguimiento	Alberto

				D' Castro
24/03/2011	2:00 PM	Laboratorio de moda María Fernanda Pulgar	Seguimiento	MFP.2AM
30/03/2011	12:00 M	Los galpones	Seguimiento	MFP.2AM
4/04/2011	2:00 PM	NYC	Entrevista	Ángel Sánchez
28/05/2011	12:00 M	Laboratorio de moda María Fernanda Pulgar	Entrevista	MFP.2AM
28/05/2011	6:00PM	Laboratorio de moda María Fernanda Pulgar	Seguimiento	MFP.2AM
11/06/2011	11:00AM	Taller ADC	Entrevista	Alberto D' Castro
23/07/2011	7:00 AM	Laboratorio de moda María Fernanda Pulgar	Seguimiento	MFP.2AM
23/07/2011	1:00 PM	Taller ADC	Entrevista	Alberto D' Castro
25/07/2011	1:00 PM	NYC	Tomas de apoyo	
30/07/2011	2:00 PM	Chacao	Tomas de apoyo	
02/08/2011	7:00PM	Escuela Fotoarte	Entrevista	MFP.2AM Alberto D' Castro Ángel Sánchez
08/08/2011	4:00PM	Estudio Contra La Pared	Seguimiento	MFP.2AM
20/08/2011	3:00 PM	Las Mercedes	Tomas de apoyo	
23/08/2011	7:00 PM	Estudio de Aníbal	Entrevista	MFP.2AM

Guión técnico

Negro 1

Video	Audio
Entran imágenes de: paneo de vista de Caracas Desfile MFP Maquillaje desfile Plaza Francia Calle de El Rosal Evento MFP.2AM Libros de moda Taller de costura ADC Alberto de Castro Maria Fernada y Audra Ángel Sánchez	ENTRA TEMA 2 BOND77 ENTRA V.O LA MODA NO ES SIMPLEMENTE UNA ROPA BONITA, LA MODA ES UN COMENTARIO SOBRE LO QUE SUCEDE EN EL MUNDO, ES UN DIALOGO QUE SE ADAPTA Y SE TRANSFORMA SEGÚN EL TIEMPO EN EL QUE LE TOQUE EXISTIR, ES UNA CONVERSACIÓN QUE TRASCIENDE LA ECONOMÍA, LA POLÍTICA, LA ANTROPOLOGÍA Y LAS ARTES. ES UN JUEGO INTELIGENTE ENTRE LO ESTÉTICO Y LO FUNCIONAL, Y NO POR NADA ES UNA DE LAS MÁS IMPORTANTES INDUSTRIAS A NIVEL MUNDIAL, PUES INVOLUCRA DESDE TEÓRICOS HASTA COSTUREROS QUE DEDICAN SU VIDA A ESTE APASIONANTE ARTE, SIENDO LOS DISEÑADORES EL EPICENTRO DE ESTE MUNDO POR SER LOS CREADORES DE LAS IDEAS.
Entra entrevista María Fernanda y Audra Entra insert: María Fernanda Pulgar y Audra Blanco Diseñadoras Entran imágenes de: Arreglando modelo en el guardarropa Arreglando modelo Astrid en la tienda Entra entrevista de María Fernanda y Audra	ENTRA ENTREVISTA MFP Y AUDRA MFP:LO DECIDO PORQUE SIENTO ATRACCIÓN HACIA LO QUE ES LA EXPRESIÓN CREATIVA DESDE LO QUE SIGNIFICABA SER UN DISEÑADOR DE MODA AUNQUE EN EL MOMENTO EN EL QUE LO DECIDÍ NO HABÍA MUCHO, O SEA, NO HABÍA EL AUGE QUE HAY AHORITA CON LA CARRERA ¿NO? SINO QUE SABES QUE ESO TE LLAMA LA ATENCIÓN Y BUENO Y LO DECIDES POR ESO, PORQUE TE GUSTA BÁSICAMENTE (RISAS) AUDRA: SÍ, IGUAL, ESTE, CUANDO

	ME GRADUÉ EL DISEÑO DE MODAS NO ESTABA COMO MUY A LA MODA, SIN EMBARGO BUSQUÉ Y BUSQUE Y BUSQUÉ Y DI CON LA, CON LA MEJOR CASA, CREO YO, CON LA MEJOR ESCUELA MEJOR DICHO, Y BUENO NADA Y ESTUDIÉ DISEÑO DE MODA Y DEFINITIVAMENTE SÍ ERA LO QUE QUERÍA ESTUDIAR PUES.
Entra entrevista Alberto de Castro Entra insert: Alberto D'Castro Diseñador Entran imágenes de: Paneo del escritorio ADC Collage letras con letras de ropa Vogue de ADC Entra entrevista Alberto de Castro	ENTRA ENTREVISTA ADC: NUNCA SE, CUANDO TERMINO MI BACHILLER QUE ES EL PROCESO ESTE DONDE UNO CONSIDERA QUE O TE HACEN QUE TE DEFINAS POR TOMAR UNA CARRERA EH SIENTES UN POCO ESA, ESA INSEGURIDAD Y TRATAS DE VER QUE SON CARRERAS ESTABLES DENTRO DE LAS POSIBILIDADES PARA QUE SEAS UN PROFESIONAL, EH TOMÉ ARQUITECTURA, CREO QUE EN UN MOMENTO EN NUEVA YORK ESTUDIANDO TIPOGRAFÍA, UN POSTGRADO QUE TOMÉ Y EMPEZANDO A TRABAJAR COMO TIPÓGRAFO, EH LA NECESIDAD Y EL TIEMPO QUE LE DABA A LA MODA CREO QUE CONSIDERÉ QUE ERA MÁS QUE LO QUE SENTÍA POR EL DISEÑO GRÁFICO O LA TIPOGRAFÍA ENTONCES EN UN MOMENTO DECIDÍ QUE REALMENTE LO QUE QUERÍA ERA SER DISEÑADOR DE MODAS.
Entra entrevista Ángel Sánchez Entra insert: Ángel Sánchez Diseñador	ENTRA ENTREVISTA ÁNGEL SÁNCHEZ CREO QUE LA MODA ME BRINDABA EH ESTE COMO MÁS, ERA MÁS, EL PROCESO CREATIVO ERA MÁS DINÁMICO, ¿NO? EH ME PRODUCÍA MÁS EXITACIÓN LA IDEA DE TRABAJAR

	EN MODA.
Entran imágenes de: Pasante Andrea en la tienda Alberto dibujando en su oficina MFP dibujando en TFR Tienda de Alberto	ENTRA V.O LA FORMACIÓN, LOS LIBROS Y LAS EXPERIENCIAS DIERON SU APORTE, PERO AL FINAL SE TRATA DE UN NEGOCIO DE IDEAS.
Entra entrevista de María Fernanda y Audra	ENTRA ENTREVISTA DE MARÍA FERNANDA Y AUDRA ¿QUÉ INSPIRA? TODO, CUANDO CUANDO TIENES LA SENSIBILIDAD Y LA CREATIVIDAD TODO TE PUEDE LLEGAR A MARCAR DE ESA MANERA.
Entra entrevista ADC Entran imágenes de: Alberto con la novia Costurera con la muselina del vestido de novia Tienda de Alberto Entra entrevista Alberto de Castro	ENTRA ENTREVISTA ADC TODOS LOS VESTIDOS SURGEN INSPIRADOS EN UNA MUJER, TODOS, MI GRAN INSPIRACIÓN ES LA MUJER, LA MUJER QUE ME LO VIENE A PEDIR PARA UN EVENTO ESPECIAL O CUANDO ES UNA COLECCIÓN O CUANDO ES ALGO QUE ESTOY DISEÑANDO COMO PRET-A-PORTER, LA MUJER URBANA QUE TODOS VEMOS.
Entra entrevista María Fernanda y Audra Entran imágenes de: Pared de inspiración MFP 1 Pared de inspiración MFP 2 Pared de inspiración MFP 3 Exhibición trajes-fotos Aníbal. Entra entrevista María Fernanda y Audra Entran imágenes de: Desfile guardarropa	ENTRA ENTREVISTA MARÍA FERNANDA Y AUDRA MFP: EH QUÉ ES LO QUE LE HACE CLICK A LA CREATIVIDAD, PUES PUEDE SER CUALQUIER COSA QUE VIVAMOS O QUE VEAMOS, O SEA DESDE UNA EMOCIÓN, UNA IMAGEN, O SEA CUALQUIER COSA QUE TE MUEVA, Y YO CREO QUE CUANDO ERES DISEÑADOR TIENES LA SENSIBILIDAD COMO PARA QUE CUALQUIER COSA LLEGUE A... AUDRA: HASTA UNA CANCIÓN. MFP: SÍ HASTA UNA CANCIÓN, UN OLOR Y BUENO EH SABER SINTETIZAR LUEGO ESO PARA QUE EN UNA PIEZA TRANSMITA SIN LLEGAR A SER, UNA, UNA, UNA COPIA OBVIA EH, LITERAL

	DEL TEMA DE INSPIRACIÓN, O SEA YA FILTRAR, PULIR, PULIR, PULIR HASTA QUE BUENO SEA UNA PIEZA, EH AUDRA: SÍ QUE TE EXIJA MFP: CON UNA PROPUESTA, EXACTO SÍ CON UNA PROPUESTA Y CON ESA CARGA CREATIVA PUES QUE ES PARTE DEL TRABAJO.
Entra entrevista Ángel Sánchez Entran imágenes de: Collage de sketches de Ángel Entra entrevista de Ángel Sánchez	FLUYE MUY BIEN CUANDO TIENES UN TEMA, CUANDO TIENES UN TEMA QUE QUIERES DESARROLLAR CON TU TRABAJO, TU COLECCIÓN, Y ESTAS REALMENTE CREATIVO, ES MUY RICO, FLUYE TODO. PERO A VECES NO, A VECES NO PASA ESO, A VECES ARMAS, A VECES EMPIEZAS UNA COLECCIÓN DE LA NADA, DE UN PEDAZO DE PAPEL BLANCO, Y ES COMO TE SIENTAS Y TRATAS DE RAYAR Y RAYAR, Y NO CONSIGUES NADA, ASÍ QUE NO HAY UNA REGLA, LO QUE YO SÍ ME PLANTEO COMO REGLA ES LA DE QUE TU TE TIENES QUE OBLIGAR A SENTARTE A DISEÑAR, SÍ NO TE PUEDES ESPERAR A QUE TE CAIGA LA MUSA DEL CIELO.
Entran imágenes de: Collage de: Boceto ADC JR cortando MFP y Audra dibujando Tienda MFP fachada Showroom Ángel Tienda ADC fachada	ENTRA V.O ESTA MUSA SE CONVIERTE ENTONCES EN UN BOCETO, LUEGO EN UN PATRÓN Y ASÍ HILO A HILO HASTA CONSTITUIRSE EN UNA MARCA DE CONSUMO, ASÍ SEA COMO UNA FIRMA PERSONAL O UN COLECTIVO.
Entra Entrevista Alberto de Castro Entran imágenes de: Traveling tienda de ADC fachada Entra entrevista Alberto De Castro	ENTRE ENTREVISTA ALBERTO DE CASTRO BUENO HE PASADO POR VARIOS PROCESOS DEDICADOS A LA MODA Y AHORITA ESTOY EN EL

	PROCESO QUE SIENTO QUE ME SIENTO TRANQUILO, FUNCIONA BIEN, TENGO UNA CLIENTELA RECURRENTE, CREO QUE ES UN POCO POR LA CONTINUIDAD EN EL MERCADO, POR LA EDAD Y QUE CADA DÍA QUE PASA PUES MI TRABAJO VA SIENDO MÁS MADURO.
Entra entrevista María Fernanda y Audra Entran imágenes de: Foto campaña 2AM Foto campaña MFP	ENTRA ENTREVISTA MARÍA FERNANDA Y AUDRA MFP: 2AM ES LA MARCA QUE ES URBANA, MFP QUE ES EL PRET-A-COUTURE Y LO QUE SE LLAMA MARÍA FERNANDA PULGAR ES EL LABORATORIO, O SEA LO QUE ES EL CONCEPTO DE, COMO EL GRUPO QUE ENGLOBA TODO ESO. Y BUENO POR QUÉ SON MFP Y 2AM ESO FUE ALGO QUE SURGIÓ LUEGO PORQUE INICIALMENTE ERA, CUANDO DECIDIMOS TRABAJAR JUNTAS ERA UNA MARCA LO QUE PENSÁBAMOS HACER, Y EN UNOS MESE SE CONVIRTIÓ EN UN... AUDRA: FUE CRECIENDO MFP: SÍ, EN UNA MARCA URBANA, UNA MARCA PRET-A-COUTURE, UNA TIENDA, UN LABORATORIO, Y LUEGO UNA PARED PARA EL ARTE Y LUEGO... AUDRA: Y VIENE POR AHÍ MÁS(RISAS)
Entran imágenes de: Entrada del Sambil MFP arreglando falda ADC arreglando vestido	ENTRA V.O PERO COMO TODO ARTISTA LA REALIDAD ES UN CONDICIONANTE Y ES SU CAPACIDAD DE SEGUIR CREANDO A PESAR DE LAS DIVERSIDADES LO QUE LO DETERMINA.
Entra entrevista Ángel Sánchez Entran imágenes de: Autopista PDE	ENTRA ENTREVISTA ÁNGEL SÁNCHEZ TRABAJAR EN VENEZUELA

Entra entrevista Ángel Sánchez	DONDE NO HAY CASI ACCESO A LOS MATERIALES, DONDE TODO, TODE ES UNA LIMITACIÓN OBVIAMENTE NO HA AYUDADO PARA NADA A LA INDUSTRIA DE LA MODA.
Entra entrevista Marcos Durán Entra insert: Marcos Durán Coolhunter	EL PANORAMA DE LA MODA EN VENEZUELA TIENE DOS VERTIENTES, HAY UNA REALIDAD Y ES QUE ESTÁ CRECIENDO, PERO ESTÁ CRECIENDO POR EL LADO QUE NO DEBERÍA ESTAR CRECIENDO ¿OK? PORQUE SI BIEN HAY UN SURGIR DE MARCAS ¿OK? PERO DE MARCAS QUE TIENEN UN TIEMPO DE VIDA ÚTIL MUY CORTA ¿OK? QUE YO SÉ QUE NO, COMO COOLHUNTER PUEDO DECIRTE CON TODA LA PROPIEDAD DEL MUNDO QUE YO SÉ QUE NO VAN A TENER UNA INCIDENCIA FUTURA EN EL MERCADO. PERO SI HAY UN DESPERTAR Y LO IMPORTANTE EN ESTE CASO CUANDO HABLAMOS DE MODA EN VENEZUELA ES QUE LA GENTE ESTÁ DESPERTANDO Y UNA VEZ QUE LA GENTE DESPIERTE LO QUE HAY QUE DESARROLLAR ES QUE LA GENTE CREA.

Negro 2

Video	Audio
Entran imágenes de: Ángel mostrando el taller Costureras del taller de ADC MFP hablando con su costurera Andrea y Natalia cosiendo JR y costurera acomodan el vestido	ENTRA V.O SOMETHING SOMETHING QUE TRASCIENDA LA REALIDAD MATERIAL, Y ESTÉ BASADA EN UNA ACTITUD O ENFOQUE CON RESPECTO A LA VIDA MISMA, EL ARTE, LA BELLEZA Y LA SOCIEDAD. EL PROCESO CREATIVO ES EL MOMENTO EN EL

	QUE LA TELA SE CONVIERTE EN ARTE Y LA IDEA EN REALIDAD
Entra entrevista María Fernanda y Audra Entra insert: María Fernanda Pulgar y Audra Blanco Diseñadoras Entran imágenes de: Audra tocando una parte del vestido Entra entrevista María Fernanda y Audra	ENTRA ENTREVISTA MARÍA FERNANDA Y AUDRA MFP: SÍ, SALIR A BUSCAR UN BOTÓN, UN ALFILER, UN HILO, UN MANIQUÍ AUDRA: EXACTO PORQUE DE PRONTO TIENES ALGO ASÍ, UN MATERIAL ESPECÍFICO, Y LAMENTABLEMENTE NO LO PUEDES REALIZAR PORQUE EL MATERIAL NUNCA LO CONSEGUISTE, ENTONCES A LA FINAL ES ESO, ES EL ENTORNO LO QUE MÁS TE LIMITA.
Entra entrevista Alberto de Castro Entra insert: Alberto D´Castro Diseñador Entran imágenes de: Alberto buscando algo en una caja Stock de telas de ADC Entra entrevista de Alberto de Castro	ENTRA ENTREVISTA A ALBERTO DE CASTRO EL CONTROL CAMBIARIO LAMENTABLEMENTE ES DE UNA U OTRA MANERA, TE CORTA LA LIBERTAD. YO CREO QUE COMO DISEÑADOR NO PUEDES TENER BAJO NINGÚN CONCEPTO Y BAJO NINGUNA TEORÍA POLÍTICA CUALQUIER, CUALQUIER LEY QUE NO TE SIENTAS LIBRE DE IR, DE SALIR DE PENSAR.
Entra entrevista Ángel Sánchez Entra insert: Ángel Sánchez Diseñador Entran imágenes de: Collage de grandes revistas de moda Afiche Paco Rabanne Millenium Traveling Casablanca	ENTRA ENTREVISTA ÁNGEL SÁNCHEZ LO MÁS DIFÍCIL EN EL MUNDO DE LA MODA PARA DISEÑADORES COMO YO, O PARA CUALQUIERA QUE DE CIERTA MANERA EMPIEZA SIN UN, SIN UN PODER ECONÓMICO DETRÁS, DETRÁS DE GRANDES CASAS. ES UNA LUCHA CONTINUA CON ESOS GRANDES MONSTRUOS DE LA MODA. LOS DISEÑADORES INDEPENDIENTES TENEMOS QUE EH PELEAR DÍA A DÍA PARA DARNOS A CONOCER. ¿CÓMO VAMOS A PELEAR CONTRA ARMANIS VERSACES Y

	BUENO TODAS ESTAS MARCAS GIGANTESCAS, PRADA, TODO ESO? ESE ES CUANDO TU VES QUE TE LIMITA ¿NO? TE LIMITA A CRECER ¿NO? REALMENTE ES UNA INDUSTRIA MUY PODEROSA Y TU ERES MUY CHIQUITITICO ¿NO?
Entran imágenes de: Alberto y JR arreglando el vestido Audra y MFP discuten sobre el vestido Mesa de trabajo ADC Patronistas de ADC Audra dibujando sobre la tela JR cortando Audra y Natalia sacando las piezas	ENTRA V.O LA CONFECCIÓN QUE INVOLUCRA MUCHAS ETAPAS Y REQUIERE DE MUCHA PACIENCIA POR PARTE DEL DISEÑADOR. EL PRIMER PASO ES ELEGIR LA TELA ADECUADA PARA LLEVAR A CABO LA PIEZA, LUEGO EL DISEÑO SE DECONSTRUYE, EN COMPLEJAS PIEZAS DE PAPEL LLAMADAS PATRONES, ESOS PAPELES SE COLOCAN SOBRE LA TELA Y SE DIBUJA SU FORMA EN ELLA. UN EXPERTO CORTADOR ES EL ENCARGADO DE SACAR DE LA TELA LOS PEQUEÑOS PEDAZOS QUE CONFORMARAN LA PIEZA FINAL.
Entra entrevista Marcos Durán Entra insert: Marcos Durán Coolhunter Entran imágenes de: Planchando en el guardarropa Arreglando los zapatos de la sesión MFP y Audra acomodando a la modelo Entra entrevista a Marcos Durán	ENTRA ENTREVISTA MARCOS DURÁN LO INTERESANTE DE LA MODA ES COMO ESE ENGRANAJE, QUE ES COMO MIL PIEZAS DE RELOJ, PARA DAR LA HORA ¿OK? PERO ESA HORA TIENE UNA MARCA EN EL RELOJ ¿OK? Y LO INTERESANTE ES COMO TODAS ESAS PIEZAS TIENEN QUE ENGRANARSE Y EXACTAMENTE ASI SUCEDE EN LA MODA. ALLÍ HAY UN MONTONÓN DE GENTE PERO SI ESA PIEZA NO HACE QUE LLEGUE EL HILO DEL COLOR CORRECTO, EL VESTIDO QUE ES EL TRABAJO FINAL DE LA MODA NO VA A ESTAR BIEN.

Entra entrevista a Ángel Sánchez Entran imágenes de: Collage de: Costurero Fashion district Centro de ayuda Fashion district JR y costurera con el vestido Entra entrevista a Ángel Sánchez	ENTRA ENTREVISTA A ÁNGEL SÁNCHEZ SÍ, EL EQUIPO ES FUNDAMENTAL, FUNDAMENTAL PARA PODER REPRESENTAR TUS IDEAS BIEN. YO TAMBIÉN DIGO QUE UNA BUENA IDEA SI NO ESTÁ BIEN CONFECCIONADA NO ES NADA, O SEA SE QUEDA EN UNA BUENA IDEA PERO NO EN UNA PIEZA ¿NO? YO TENGO UN EQUIPO MUY LINDO, TAMBIÉN DE ASISTENTES, CREATIVOS, DE GENTE QUE NOS ALIMENTAMOS, QUE NOS EMOCIONAMOS CON LA MISMA PASIÓN, ES NUESTRO TRABAJO. NO, SÍ DEFINITIVAMENTE YO CREO MUCHO EN MI EQUIPO.
Entra entrevista Alberto de Castro Entran imágenes de: Las costureras hablando en el taller ADC y JR con el vestido JR y Jacqueline con el vestido Entra entrevista Alberto de Castro	ENTRE ENTREVISTA ALBERTO DE CASTRO EL EQUIPO QUE YO TENGO SON LOS TÉCNICOS QUE REALIZAN LO QUE EN UN PRINCIPIO YO IMAGINO QUE QUIERO CONSTRUIR, TRATO DE INTEGRARLOS MUCHÍSIMO Y TRATO SIEMPRE DE EXPLICAR A QUE SE DEBE ESE VESTIDO Y COMO ES LA PERSONA Y QUE CARACTERÍSTICAS TIENE UNA MUJER PARA LO QUE, PARA LA CUAL ESTOY DISEÑANDO.
Entra entrevista María Fernanda y Audra Entran imágenes de: Planchando en el guardarropa Midiendo el patrón a Astrid Andrea planchando 2AM Entra entrevista María Fernanda y Audra	ENTRA ENTREVISTA MARÍA FERNANDA Y AUDRA AUDRA: TODO LO HACEMOS NOSOTRAS O SEA DESDE ATENDER EL TELÉFONO, DESDE MANTENER LA TIENDA, O SEA TODO LO HACEMOS NOSOTRAS ENTONCES OBIAMENTE EH LA JORNADA DE TRABAJO ES WAO SE NOS HACE PEQUEÑA. MFP: Y DE REPENTE ANTES CADA UNA TENÍA UN TRABAJO, EN EL

	QUE DENTRO DE UNA MÁQUINA PUES ERAS CABEZA PERO TE ENCARGABAS DE UNA PARTE Y LO DEMÁS LO SUPERVISABAS AHORA NO SUPERVISAS, AHORA TU HACES TODO Y POR ESO VALORAMOS TANTO EL TRABAJO DE NUESTROS ALIADOS Y POR ESO VALORAMOS TANTO EL TRABAJO DE NUESTROS PASANTES.
Entran imágenes de: Vestidos en el taller de Ángel MFP hablando con su costurera MFP habla por teléfono y cose Alberto, JR y Jacqueline con el vestido JR cosiendo el vestido amarillo Costurera con el vestido rosado	ENTRA V.O LA SEGUNDA PARTE DEL PROCESO DE CONFECCIÓN ES LA COSTURA, EXISTEN DOS TIPOS DE COSTURA: EL HILVANADO QUE ES UNA COSTURA RÁPIDA Y TOSCA PARA UNIR TODAS LAS PIEZAS PARA QUE EL DISEÑADOR PUEDA VER EL ASPECTO GENERAL DE TODO EL ATUENDO Y CAMBIAR ALGUNOS DETALLES, DESPUÉS ESTE ATUENDO PASA POR UNA COSTURA MUCHO MÁS DELICADA Y SUTIL QUE SE LLAMA VASTEADO.
Entra entrevista a Ángel Sánchez Entran imágenes de: Entra Collage de: Fashion Ave y Madison Mood Hilos Mood Telas Mood Entra entrevista a Ángel Sánchez	ENTRA ENTREVISTA A ÁNGEL SÁNCHEZ ESTAR AQUÍ EN NUEVA YORK Y TENER LA POSIBILIDAD DE, TENER EL ACCESO ¿NO? A UN MONTÓN DE RECURSOS DEFINITIVAMENTE PIENSO QUE ENRIQUECE EL TRABAJO DE UN DISEÑADOR. TÚ CUENTAS Y EN UN MISMO VESTIDO PUEDE HABER DISTINTAS NACIONALIDADES, Y DE TÉCNICAS QUE SE CONFECCIONARON Y SE HICIERON EN DISTINTAS PARTES DEL MUNDO, ESO ES NUEVA YORK. NUEVA YORK TE DA ESA GRAN ACCESIBILIDAD.

Entran imágenes de: Collage de: Costurera con el vestido rosado Costurera cosiendo a mano los botones Costurera cosiendo el cierre Planchando el vestido rosado	ENTRA V.O PARA TERMINAR ESTE PROCESO SE ARREGLAN TODOS LOS PEQUEÑOS DETALLES, SE COLOCAN LOS CIERRES Y BOTONES, SE COSE EL RUEDO, SE CORTAN LOS HILOS SUELTOS Y SE ARREGLA CUALQUIER TIPO DE DESPERFECTO QUE PUEDA TENER EL VESTIDO
Entra entrevista de María Fernanda y Audra Entran imágenes de: Últimas instrucciones a las modelos Marcos ensayando el desfile Entra entrevista de María Fernanda y Audra	ENTRA ENTREVISTA DE MARÍA FERNANDA Y AUDRA AUDRA: SEGUIMOS APRENDIENDO, A NIVEL DE DISEÑO, A NIVEL DE PATRONAJE, A NIVEL DE TODO, A NIVEL DE CONVIVENCIA, A NIVEL DE MODEL, A NIVEL DE TODO. NADA YO PIENSO QUE ESTA CARRERA, LO RICO DE ESTA CARRERA ES ESO PUES QUE NUNCA TERMINAS DE APRENDER, O SEA NUNCA TERMINAS DE, DE, DE DECIR YA ME LO SÉ TODO, SIGUES SIEMPRE, SIEMPRE, SIEMPRE COMO APRENDIENDO ¿NO? Y ABSORBIENDO.
Entra entrevista a Ángel Sánchez Entran imágenes de: Collage de: Pasarela de Ángel Sánchez Pasarela de bridal Sesión de fotos Sesión de fotos Concepto Pasarela bridal Sesión de fotos Concepto	ENTRA ENTREVISTA A ÁNGEL SÁNCHEZ EH... YO LLEVO MÁS DE VEINTE AÑOS EN LA CARRERA Y MANTENER ESA VIGENCIA Y ESE SIEMPRE DESCUBRIR E INVENTARSE, ENCONTRAR UNA HISTORIA NUEVA ES TAN DIFÍCIL, YO TODAVÍA TENGO ESA PASIÓN Y AHORITA ARMANDO MIS PROYECTOS NUEVOS, PARA QUE SIEMPRE TE MANTENGAS AL DÍA ¿NO?

Negro 3

Video	Audio
-------	-------

Entran imágenes de Laboratorio MFP. Maniquí en vitrina Logo 2AM Diseño Ángel Sánchez Logo Sánchez Diseño ADC en maniquí Logo ADC	ENTRA V.O: EL DISEÑO SE CONVIERTE ENTONCES EN EL SÍMBOLO, LA IDENTIDAD, LA REPRESENTACIÓN MATERIAL DE LO QUE ES EL DISEÑADOR, QUE LO DIFERENCIA DEL RESTO Y LO CONVIERTE EN AUTÉNTICA. ESTA ES LA PROPUESTA DE UN ARTISTA DENTRO DE SU PROPIO COLECTIVO.
Entra entrevista a María Fernanda y Audra Entra insert: Maria Fernada Pulgar y Audra Blanco Diseñadoras	ENTRA ENTREVISTA DE MARÍA FERNANDA Y AUDRA: NOSOTRAS COMO DISEÑADORAS Y CREATIVAS PROPONEMOS MÁS UN ESTILO DE VIDA QUE UNA MODA.
Entra Entrevista a Marcos Durán Entra insert: Marcos Durán Coolhunter Imagen colección MFP 2010 Imagen Desfile Contra la Pared. Audra y Modelo. Entra Entrevista a Marcos Durán	ENTRA ENTREVISTA MARCOS DURÁN: 2AM Y MFP SON MARCAS MUY JÓVENES EN EL MERCADO, TIENEN AÑO Y MEDIO, PERO TIENEN UNA TRAYECTORIA AMBAS DISEÑADORAS QUE LAS DISTINGUE AL RESTO. ENTIENDEN LA SILUETA, CREO QUE ES UNA COSTURA INTELIGENTE, ENTIENDEN LA SILUETA DEL HOMBRE Y LA SILUETA DE LA MUJER. SEGUNDO EL USO DE LAS TELAS QUE ELLAS PROPONEN ME PARECE QUE ES BASTANTE ADECUADO, PARA EL CLIMA SOBRE TODO
Entra entrevista a Ángel Sánchez Entra insert: Ángel Sánchez Diseñador Entra collage de imágenes de: Imagen vestido Morado AS Imagen vestido Dorado AS Imagen vestido Negro AS Imagen diseño Sánchez Imagen diseño Sánchez	ENTRA ENTREVISTA ÁNGEL SÁNCHEZ: MI ESTILO YO CREO QUE LO DEFINE: ECONOMÍA DE RECURSOS, LIMPIEZA DE LÍNEAS, UN CLASICISMO BIEN CONTEMPORÁNEO SIN CAER TU SABES EN LOCURAS, ME GUSTA LA FANTASÍA SIN LLEGAR AL EXTREMO, ME GUSTA LA

Imagen vestido Negro2 AS Imagen pasarela Entra entrevista a Ángel Sánchez	SENSUALIDAD SIN LLEGAR A LA VULGARIDAD, ME GUSTA EL DRAMA SIN CAER EN TU SABES, DEMASIADOS ARTIFICIOS. YO CREO QUE SOY UN DISEÑADOR CLÁSICO-MODERNO, PRECISO, LÍNEAL.
Entra entrevista a Marcos Durán Entra imágenes de: Showroom Ángel Sánchez. Tienda ADC Entra entrevista a Marcos Durán	ENTRA ENTREVISTA ALBERTO DE CASTRO: NO SE TRATA DE QUE ELLOS QUEDEN EN UNA POSICIÓN FLOTANTE, TIENEN UN NOMBRE Y DESARROLLAN SUS COLECCIONES PARA SU CLIENTELA. AL VENEZOLANO, CUANDO LE GUSTA ALGO, LE GUSTA Y YO CREO QUE POR ESO ES QUE ALBERTO ESTÁ TAN BIEN POSICIONADO, QUE ÁNGEL HOY EN DÍA ESTÁ EN NUEVA YORK Y LO ESTÁ HACIENDO MUY BIEN.
Entran imágenes de: Ensayo Desfile Contra La Pared Ensayo Desfile Guardarropa Público en el Desfile Contra La Pared	ENTRA V.O JUSTAMENTE ES ESE SIGNO DE DIFERENCIACIÓN LA CARACTERÍSTICA MÁS IMPORTANTE PARA CONSTRUIR UNA FIRMA EXITOSA, QUE DEBERÁ PASAR LA PRUEBA DE SER APROBADA COMO POR LOS ARTISTAS COMO POR LAS MASAS PARA CONVERTIRSE EN UNA EXITOSA MARCA DE CONSUMO.
Entra entrevista Alberto de Castro Entra insert: Alberto D' Castro Diseñador Entra collage de imágenes de diseños de Alberto Entra entrevista Alberto de Castro	ENTRA ENTREVISTA ALBERTO DE CASTRO: PORQUE EL ÉXITO, YO CREO QUE, PUEDE SER CONTABLE, TU ÉXITO PUEDES MEDIRLO POR LA CANTIDAD DE GENTE QUE TE CONOZCA EN EL MUNDO, EN TU PAÍS, O LO PUEDES MEDIR POR LA MUCHA O POCA GENTE QUE TENGAS ALREDEDOR, O QUE COMPRE TU PRODUCTO O QUE

	TE CONOZCA. YO CREO QUE ES LO SATISFECHO QUE TE SIENTAS TÚ. ESTOY HACIENDO ESTO DESDE HACE MUCHO TIEMPO, LO QUIERO SEGUIR HACIENDO Y CREO QUE ESO ES UN POCO LO, REALMENTE, LO QUE CONSIDERO QUE ES LA CLAVE.
Entra entrevista a María Fernanda Pulgar y Audra Blanco Telas Modelo en Guardarropa.	ENTRA ENTREVISTA DE MARÍA FERNANDA Y AUDRA: MARIA FERNANDA: GUAO, QUE SE VENDA. AUDRA: QUE SE VENDA, EXACTO. SI SE VENDIÓ TODA, FUE ÉXITO MARIA FERNANDA: ¿PERO PARA LLEGAR A ESO? LOS MATERIALES SON SÚPER IMPORTANTES, SI NO ESCOGISTE BIEN LOS MATERIALES, SOBRE TODO EN EL CASO DE NOSOTRAS COMO CONSUMIDORAS QUE SOMOS UN POCO FASTIDIOSAS QUE SI PICA NO QUEREMOS, SI SUDAMOS NO QUEREMOS. AUDRA: UN BUEN CORTE, CLARO, SI LA BLUSA NO TE CALZA BIEN... MARÍA FERNANDA: NO ES ROPA PARA CUERPOS PERFECTOS ¿NO?, LAS MUJERES Y LOS HOMBRES TIENEN CUERPOS DISTINTOS, SI NO MANEJAS BIEN EL CUERPO, QUE ESO ES UN ESTUDIO QUE COMO DIJO AUDRA HACE RATO, QUE NO TERMINA NUNCA, ENTONCES, SABER MANEJAR LA TELA EN EL CUERPO HUMANO SE CONVIERTE EN TU OFICIO Y LO VAS DESARROLLANDO. ENTONCES, BUENAS TELAS, BUEN CORTE, EL DISEÑO OBVIAMENTE TIENE QUE ESTAR Y...PRECIOS RAZONABLES PUES.

Entra entrevista Ángel Sánchez	ENTRA ENTREVISTA ÁNGEL SÁNCHEZ: YO PIENSO QUE SI NO TÚ NO TE PLANTEAS PROYECTOS NUEVOS EN TU CARRERA, TE ESTANCAS, TE ESTANCAS, Y ALTA COSTURA, EL VESTIDO DE GRANDES OCASIONES, EL VESTIDO DE UN MERCADO QUE CADA VEZ MÁS SE VA EMPEQUEÑECIENDO, Y ES UN CLIENTE QUE VA ENVEJECIENDO, Y UNO COMO CREATIVO NO PUEDE DEPENDER SOLAMENTE DE ESO PARA TODA LA VIDA ¿NO?
Entran imágenes de: Vitrina Fashion District Vitrina y Calle Fashion District Rack Desfile Contra La Pared Rack Desfile Guardarropa Traveling libro ADC Tilt down cartelera de modelos. Planificación Sesión de fotos 2AM. Maquillaje de modelo Making 2AM. Tilt down vestido ADC en vitrina. Desfile Contra la Pared	ENTRA V.O DE NADA SIRVE CREAR LAS OBRAS DE ARTE MÁS GRANDES SI NO LAS VE NADIE NUNCA. EN EL NEGOCIO DE LA MODA, LA EXHIBICIÓN LO ES TODO. EL VESTIDO NO DEBE VENDER LA TELA, SINO TAMBIÉN UN CONCEPTO, UNA FANTASÍA, UNA IDEA QUE TRASCIENDA LO MATERIAL. EL DISEÑADOR DEBE VER MÁS ALLÁ DE LA ROPA Y CREAR UN DESFILE, O UNA VITRINA QUE HABLE DIRECTAMENTE CON EL CLIENTE Y LO SUMERJA EN ESE MUNDO QUE EL HA CREADO ESPECIALMENTE PARA ÉL.
Entra Entrevista de Aníbal Mestre. Entra insert: Aníbal Mestre Fotógrafo Entra imagen del desfile Contra La Pared. Entra Entrevista de Aníbal Mestre.	ENTRA ENTREVISTA ANÍBAL MESTRE EL DISEÑADOR YA TIENE SU COLECCIÓN Y LO QUE QUIERE ES MOSTRARLA, ¿NO?, OFRECERLA, Y QUE LA GENTE LA VEA. OBVIAMENTE, EL FOTÓGRAFO TIENE LA TAREA DE CAPTARLA Y OBVIAMENTE, CREARLE UNA IMAGEN GRÁFICA QUE SEA LO SUFICIENTEMENTE PODEROSA

	PARA CAPTAR LA ATENCIÓN DE LA GENTE. LA IMAGEN PERSUADE A LA GENTE Y CREA, JUSTAMENTE ESO QUE VENIMOS HABLANDO, ESA FANTASÍA, ESA ILUSIÓN DE LA QUE TODOS QUEREMOS FORMAR PARTE ¿NO?
Entran imágenes de: Campaña 2AM 2010 Campaña 2AM 2010 Diseño Alberto de Castro Diseño Alberto de Castro Exposición Preview MFP	ENTRA V.O LA FOTOGRAFÍA CAPTURA EL MUNDO DE LAS IDEAS Y LO PROYECTA PARA QUE ÉSTE SE TRANSFORME EN UN MUNDO DE NEGOCIOS, LA FOTOGRAFÍA SE CONVIERTE EN HUELLA DE LA TRAYECTORIA DEL DISEÑADOR, CAPTANDO SU ESENCIA PARA LA POSTERIDAD Y DEJANDO PARA LAS GENERACIONES FUTURAS UN ELEMENTO DE INSPIRACIÓN.
Entra entrevista de Ángel Sánchez	ENTRA ENTREVISTA ÁNGEL SÁNCHEZ: YO CREO QUE TODOS LOS DISEÑADORES SOÑAMOS CON SER GRANDES.
Entra entrevista Alberto de Castro Entran imágenes de: Mesa de trabajo taller ADC Taller ADC	ENTRA ENTREVISTA ALBERTO DE CASTRO: CREO QUE NO TENGO OTRA ASPIRACIÓN Y SOLAMENTE LO QUE QUIERO TENER ES UN TALLER DE COSTURA SIEMPRE. ES LO ÚNICO QUE QUIERO TENER. MESAS PARA CORTAR, TIJERAS, TELA, Y UN ESPACIO PARA PODER CREAR, SOLAMENTE, LO QUE ASPIRO A TENER. TODO LO QUE HAY ALREDEDOR, DETRÁS DE ESO, EN CUALQUIER ETAPA DE LA VIDA, SON CIRCUNSTANCIAS AJENAS A LO QUE ES AMAR LA MODA Y CUANDO SIENTES ESE PLACER DE LO QUE ES IMAGINARTE UN VESTIDO, DIBUJARLO Y REALIZARLO.

Entra entrevista María Fernanda y Audra.	ENTRA ENTREVISTA MARÍA FERNANDA PULGAR Y AUDRA BLANCO: AUDRA: ESTE, SEGUIR CRECIENDO, SEGUIR APOSTANDO, APOSTANDO A NUESTRO LABORATORIO, A NUESTRAS MARCAS Y A NUESTRO PAÍS. Y BUENO, AQUÍ ESTAREMOS HASTA QUE SE PUEDA ESTAR. TENEMOS MUCHÍSIMOS PROYECTOS, MUCHÍSIMOS PROYECTOS QUE QUEREMOS HACERLOS YA, PERO HAY QUE IR POCO A POCO, YA DE VERDAD, PARA TENER MENOS DE UN AÑO HEMOS ALCANZADAS MUCHAS DE LAS METAS QUE TENÍAMOS PAUTADAS Y HASTA UNAS QUE JAMÁS PENSAMOS QUE SE PODÍAN DAR.
Entra entrevista Ángel Sánchez	ENTRA ENTREVISTA ÁNGEL SÁNCHEZ: YO CREO QUE LO QUE SIEMPRE ME HA INCENTIVADO ES EL CRECIMIENTO PROFESIONAL. TRASCENDENCIA, SER EL MEJOR DISEÑADOR QUE PUEDA SER, Y ESE SIEMPRE FUE MI NORTE DESDE EL DÍA UNO, Y NO LO HE PERDIDO, SIGO TENIENDO ESA NECESIDAD. ¿CUÁLES SERÍAN MIS PLANES? PUES, SEGUIR CRECIENDO.
Fade to black Entran créditos finales Guión: Andrea Holmquist Narración: Ariadna Pérez Música Original: Ricardo Lara a.k.a Bond77 Edición y Montaje: Stefania Straga Arreglos de Audio: Adolfo Hernández Cámara: Stefania Straga	

Andrea Holmquist Unidad de Producción Caracas: Andrea Holmquist. Stefania Straga Unidad de Producción Nueva York: Andrea Holmquist. Fabiana Conte. Realización: Andrea Holmquist Stefania Straga. Agradecimientos:	
---	--

Ficha técnica

Título	Desde las costuras
Duración	23 minutos
Año	2011
Idioma	Español
Dirección	Andrea Holmquist y Stefania Straga
Producción	Andrea Holmquist y Stefania Straga
Audiencia	Todo público
Formato	DVD HD1080

Conclusiones

En Venezuela no existe una industria de la Moda, existe un negocio, un colectivo de creadores que tienen una apuesta por ella como arte y como trabajo y la desarrollan a pesar de las adversidades.

Tal como funcionaba en el Renacimiento, que un pintor no podía surgir si no tenía el apoyo económico de una familia adinerada, hoy en día los diseñadores no pueden surgir sin un apoyo económico. Uno de los problemas que más afecta el desarrollo del negocio del diseño de moda en el país es la falta de un mecenas o brazo financiero que apoye las ideas de estos creativos.

La Moda es un grandísimo engranaje, depende de que cada pieza encaje en su lugar, y consta de un equipo mucho más grande de lo que la gente suele creer, y en Venezuela hay muy poca gente preparada para encargarse de las distintas tareas que no son diseñar y coser y que son las que ayudan a construir una industria con todos los hierros necesarios. Estos personajes van desde los coolhunters, o cazadores de tendencias, pasando por analistas de mercado y marketing, fotógrafos, estilistas, hasta expertos en Relaciones Públicas y Publicidad.

Para que la Moda se desarrolle a su máxima capacidad y tenga la oportunidad de crecer, debe tener acceso a materiales de alta calidad, tanto nacionales como internacionales; porque, al final, se trata de una pieza pensada para vestir y debe ser tanto funcional como atractiva.

Está claro que parte de la creatividad del diseñador es hacer grandes obras tanto con los materiales más costosos y exóticos como con los materiales más comunes y sencillos, sin embargo, las recientes limitaciones de control cambiario y de importación, junto a que la producción de textiles en Venezuela carece de medios para satisfacer a la demanda en cuanto a

parámetros de cantidad y calidad han llegado al punto de limitar la capacidad creativa de los diseñadores venezolanos.

No obstante, la crisis tiene dos vertientes, la primera, explicada en el párrafo anterior, y la segunda es que sirve de plataforma para impulsar el talento nacional. Cuando el consumidor se enfrenta con que es difícil continuar con la tendencia de usar ropa importada, empieza a acudir a mercados y ferias de diseño para actualizar su guardarropa, dándole así una oportunidad a los diseñadores jóvenes o emergentes para darse a conocer y empiecen a forjarse un nombre. Una vez que la curiosidad se despierta, el consumidor busca otros talentos nacionales un poco más crecidos para también consumir.

En este sentido, la Moda está en un momento de florecimiento y cada vez hay mayor interés por lo que se está haciendo dentro del territorio nacional. Existen muchas iniciativas andando que, con el impulso adecuado, pueden constituirse como marcas de consumo.

Los diseñadores, tanto aquí, como a nivel mundial se encuentran constantemente enfrentándose a la disyuntiva comercial-artística, cuando es perfectamente posible diseñar para la gente y al mismo tiempo crear piezas vanguardistas y diferentes con un carácter artístico irrefutable. Muchas veces la vida útil de un diseñador está condicionada por su capacidad de crear para las masas, de convertir su obra en un producto consumible, capaz de permanecer en el tiempo y que a su vez produzca ganancias a su creador.

Para emprender un proyecto como este hay que tener en cuenta que la manera como se hace Moda en este país dista mucho de la manera como se hace en las ciudades como Nueva York, Londres o París. En primer lugar, porque en el resto del mundo existen Semanas de la Moda, eventos donde las marcas exponen los diseños de las próximas temporadas. Estas representaciones de “tendencias” están regidas por las cuatro estaciones

climáticas, condicionando el lapso de tiempo y los materiales que tienen el diseñador para crear su colección. En Venezuela, al existir un clima tropical, todos los diseñadores se mueven a su propio ritmo y con tendencias muy diferentes; algunos organizan su propio desfile para presentar su colección, pero la gran mayoría trabaja por encargo o con una cierta producción mensual. Es recomendable para quien quiera documentar algo relacionado con la moda del país empezar con un año de antelación porque es muy difícil predecir los tiempos de cada diseñador.

Hay que tener en cuenta que es imposible preconcebir la personalidad de un diseñador solo por sus trabajos. Las distintas personalidades con las que una persona se puede encontrar pueden facilitar o dificultar el trabajo del documentalista; un trabajo de calidad y un nombre de marquesinas no garantiza un entrevistado abierto, interesante, y con el que es fácil relacionarse.

Sin embargo, después de un año de trabajo con los cuatro diseñadores, se evidenció que algunas de las ideas previas sí fueron acertadas. En principio, se quería con este trabajo mostrar las diferencias entre un diseñador que inicia su carrera, uno que continúa creciendo y expandiéndose y otro ya consagrado que no crece más. Como una metáfora de la vida misma, el crecimiento y desarrollo de un artista en la industria de la moda.

Audra y María Fernanda, por ser tan jóvenes, experimentan con telas y formas a las que el público venezolano no está acostumbrado, al mismo tiempo que buscan incorporar a su negocio como diseñadoras ideas vanguardistas que conviertan su tienda en algo más, un lugar para crear, para fusionar la moda con otras artes y darle a Caracas un espacio innovador y cosmopolita que tanto hace falta para potenciar la industria de la moda en Venezuela.

A pesar de que Ángel y Alberto son de la misma época y tienen más o menos la misma edad, sus carreras se han desarrollado de maneras muy distintas. Ángel es de espíritu joven y lleno de energía, se reta constantemente a cambiar y evolucionar; se reinventa, se conecta con lo que el cliente joven necesita. Alberto, por su parte, decidió crecer con su cliente, juntos maduran y envejecen y él entiende muy bien lo que necesitan sus señoras de sociedad, elegantes y sofisticadas. Por eso es que Ángel busca llegar a más lugares, proponerse nuevos retos cada vez más grandes, ser parte de la industria mundial y como él mismo dice, simplemente seguir creciendo. En contraste, Alberto está satisfecho con ser un diseñador de renombre en su país, con tener una tienda grande y una clientela estable.

En este sentido, podemos decir que el proceso creativo de un diseñador depende en gran medida de los recursos a los que tiene acceso. No obstante, no es el único factor que influye ni mucho menos el más importante. El proceso se enriquece según el lugar, el tiempo, el acceso a materiales y experiencias, pero de ninguna manera es un condicionante para las ideas. El principal factor diferenciador entre los diseñadores recae, cada uno en la medida de sus posibilidades, en su manera de transformar su entorno en productos consumibles, cuestión que está altamente influida por su personalidad y aspiraciones.

Por último, es importante destacar la necesidad de profundizar en las numerosas ramas del espectro de la Moda. Al ser un hecho social, inherente a todo ser civilizado, ésta toma múltiples connotaciones que nacen y mueren con el vestir y el desvestir, por ende, sobre todo en Venezuela, las posibilidades son infinitas. En la medida en que se le dé el impulso necesario y específico, se potenciarán los talentos, las técnicas, la producción y, finalmente, el consumo.

BIBLIOGRAFÍA

(1965). *Bohemia*, 26A.

Aranaga, M. (12 de octubre de 2008). Pasar a la historia. *Estampas*, 21-52.

Barnouw, E. (1993). *Documentary: a history of the non-fiction film*. New York: Oxford University Press.

Blanco, P. (12 de Octubre de 2008). Chicos de portada. *Estampas*, 103.

Breschand, J. (2004). *El documental: la otra cara del cine*. Barcelona: Editorial Paidós.

Buxbaum, G. (2007). *Iconos de la moda*. Barcelona: Electa.

Castillo, E. (19 de octubre de 2008). Miss Venezuela: mucha tela que cortar. *Estampas*, 23.

Duarte, C. (1984). *Historia del Traje durante la Época Colonial Venezolana*. Caracas: Armitano.

Freixas, E. (1953). *Historia Gráfica del Traje*. Barcelona, España: Sociedad General de Publicaciones S.A.

Giorgi, A. (Diciembre de 2006). *Artísticamente Moda*. Recuperado el Noviembre de 2010, de Tonos. Revista Electrónica de Estudios Filológicos:
<http://www.um.es/tonosdigital/znum12/secciones/Moda.htm>

Gordon, Coll, J., & Barragán, J. (2006). *Arte terapia: dinámicas entre creación y procesos terapéuticos*. Murcia: Universidad de Murcia. Servicio de Publicaciones.

Guenneq, C. (2006). *La Modista de la Reina*. Barcelona, España: Umbriel.

Harlow, S. (2010). A look back into the life of Helmut Lang. *Vogue*, 125.

Instituto de Indumentaria de Kioto. (2005). *MODA*. Köln: Taschen.

Jones, T., & Rushton, S. (2006). *Fashion Now*. Köln: Taschen.

Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama.

- Marcano, N. (abril-mayo de 2002). Pulso 2001: un inventario del diseño hecho en Venezuela. *Complot*, 8.
- Navarro, M. (12 de Octubre de 2008). Vitrina y nostalgia. *Estampas*, 168.
- Nichols, B. (1997). *Representando la realidad*. Barcelona : Editorial Paidós.
- Nichols, B. (2010). *Introduction to documentary*. Indianapolis: Indiana University Press.
- Perinat, M. d. (Noviembre de 2010). *Historia del vestido y de la moda*. Recuperado el Noviembre de 2010, de Editorial Edym: <http://www.edym.com/CD-tex/index1p.htm>
- Ruhrberg, K., Manfred, S., Christian, F., & Honnef, K. (2005). *Arte del siglo XX* (Vol. II). (I. Walther, Ed.) Barcelona: Taschen.
- Stambouli, A. (2002). *La política extraviada*. Caracas: Fundación para la Cultura Urbana.
- von Bohem, M. (1951). *La Moda. Siglo XVII*. Barcelona: Salvat Editores S.A.
- Wilhem, J. (1955). *Histoire de la mode*. París: Hachette.

Anexos

STRAGA Films PRODUCCIONES C.A

J-00278554-3 CARACAS -
VENEZUELA

PRESUPUESTO 2011-0603 -A

	CARACAS, JUNIO 2011
CLIENTE: Nombre del Proyecto: DOCUMENTAL MODA TESIS 1 No de Capítulos: 1 Duración: 23 minutos Formato: HDV 20 días de grabación CARACAS - 2 DIAS NUEVA YORK - USA	

A. Pre - Producción.

	Cantidad	Unidad	Total
A1. Guión y pregras.		<i>Indicar en días, semanas, horas, o unidades de guión, etc.</i>	<i>Costo total en Bolívars</i>
A1.1 Guión	1	GUIÓN	Bs 3.000,00
A1.2 Fotocopias	100	300	Bs 300,00
A1.3 Pregira	4	scouting	Bs 800,00
A1.4 Viáticos	2	personas	Bs 600,00
Sub Total A1:			Bs 4.700,00

B. Producción

**20 dias Caracas - Zona Metropolitana- 2
dias en Nueva York**

B1- Honorarios	Cantidad	Unidad	Total
B1.1 Director General	6	Semanas	Bs 50.000,00
B1.2 Asistente Dirección -script	4	Semanas	Bs 8.000,00

B1.3 Director de Fotografía- camarografo	4	Semanas	Bs 40.000,00
B1.5 Asistente de Cámara	3	Semanas	Bs 7.500,00
B1.6 Asistente Electricista	3	Semanas	Bs 7.500,00
B1.7 Sonidista		Semanas	Bs 15.000,00
B1.8 Asistente Vestuarista/Maquillador	3	Semanas	Bs 5.000,00
Sub Total B1:			Bs 133.000,00

	Cantidad	Unidad	Total
<i>B2- Equipo de Producción</i>			
B2.1 Productor General	6	proyecto	Bs 35.000,00
B2.2 Asistente de Producción 1	4	Semanas	Bs 10.000,00
B2.7 Gastos de oficina	6	Semanas	Bs 3.000,00
B2.8 Secretaria	4	Semanas	Bs 3.000,00
Sub Total B2:			Bs 51.000,00

	Cantidad	Precio/ Unidad	Total
<i>B3-Costos de producción -Caracas</i>			
B3.1 Cassettes - HDV	40	120	Bs 4.800,00
B3.2 TARJETAS - HDV	2	500	Bs 1.000,00
B3.3 Transporte	1	200	Bs 4.000,00
B3.4 Alimentación	12	150/persona	Bs 36.000,00
B3.5 Oficina	1	3000	Bs 3.000,00
B3.6 Permisologías		1000	Bs 1.000,00
B3.7 Alquiler de Locaciones	2	500	Bs 1.000,00
B3.8 Alquiler de Estudio	1		Bs 1.000,00
B3.13 Telefonía	6	fija/celular	Bs 2.000,00
Sub Total B3:			Bs 53.800,00

	Cantidad	Precio/ Unidad	Total
<i>B4-Costos de producción -2 DIAS- Nueva York USA</i>			
B 4.1 Pasaje aereo	2	6500	Bs 13.000,00
B 4.2 Alimentación	2	500/persona	Bs 2.000,00
B 4.3 Alojamiento	2	1250	Bs 2.500,00
B 4.4 Transporte (taxis aeropuerto CCS-NY-CCS)	4	500	Bs 2.000,00
B3.13 Telefonía	6	fija/celular	Bs 2.000,00

Sub Total B3:**Bs 21.500,00**

	Cantidad	Unidad	Total
<i>B4- Equipo técnico</i>			
B4.1 PAQ 1 Z7 SONY HVR-Z7 CINE DIGITAL Graba en Cinta HDV y Tarjetas de ESTADO SÓLIDO 24P	1	24 días	Bs 30.000,00
B4.2 Cámara otro formato	1	24 días	Bs 4.000,00
B4.3 Luces y Grip	4	24 días	Bs 7.000,00
B4.4 Gelatinas y Filtros			Bs 500,00
Sub Total B4:			Bs 41.500,00

C. Post - Producción

	Cantidad	Costo/Unidad	Total
<i>C1-Post-producción</i>			
C1.1 Edición	80	200	Bs 16.000,00
C1.2 Paquete gráfico(TITULOS - SCROLL FINAL)			Bs 3.000,00
C1.3 Animaciones (especificar si es 2D o 3D, u otra)	1	60 segundos	Bs 3.000,00
C1.4 Banda sonora (Mezcla sonido)			Bs 4.000,00
C1.5 Derechos Musicales			Bs 10.000,00
C1.7 TRANSFERS - COPIAS (2 BETACAM DIGITAL - 8 BLUE RAY)	10	900	Bs 1.800,00
C1.6 COPIAS ADICIONALES DVD - BLUE RAY	12	100	Bs 1.200,00
Sub Total C1:			Bs 39.000,00

D. Varios.

	Cantidad	Unidad	Total
<i>D1-Seguros e Imprevistos</i>			
D1.1 Seguros de equipos	10%		Bs 3.000,00
D1.2 Seguros del Personal	10%		Bs 3.000,00
D1.3 Imprevistos (indicar el porcentaje considerado)	5%	proyecto	Bs 17.150,00
Sub Total D1:			Bs 23.150,00

