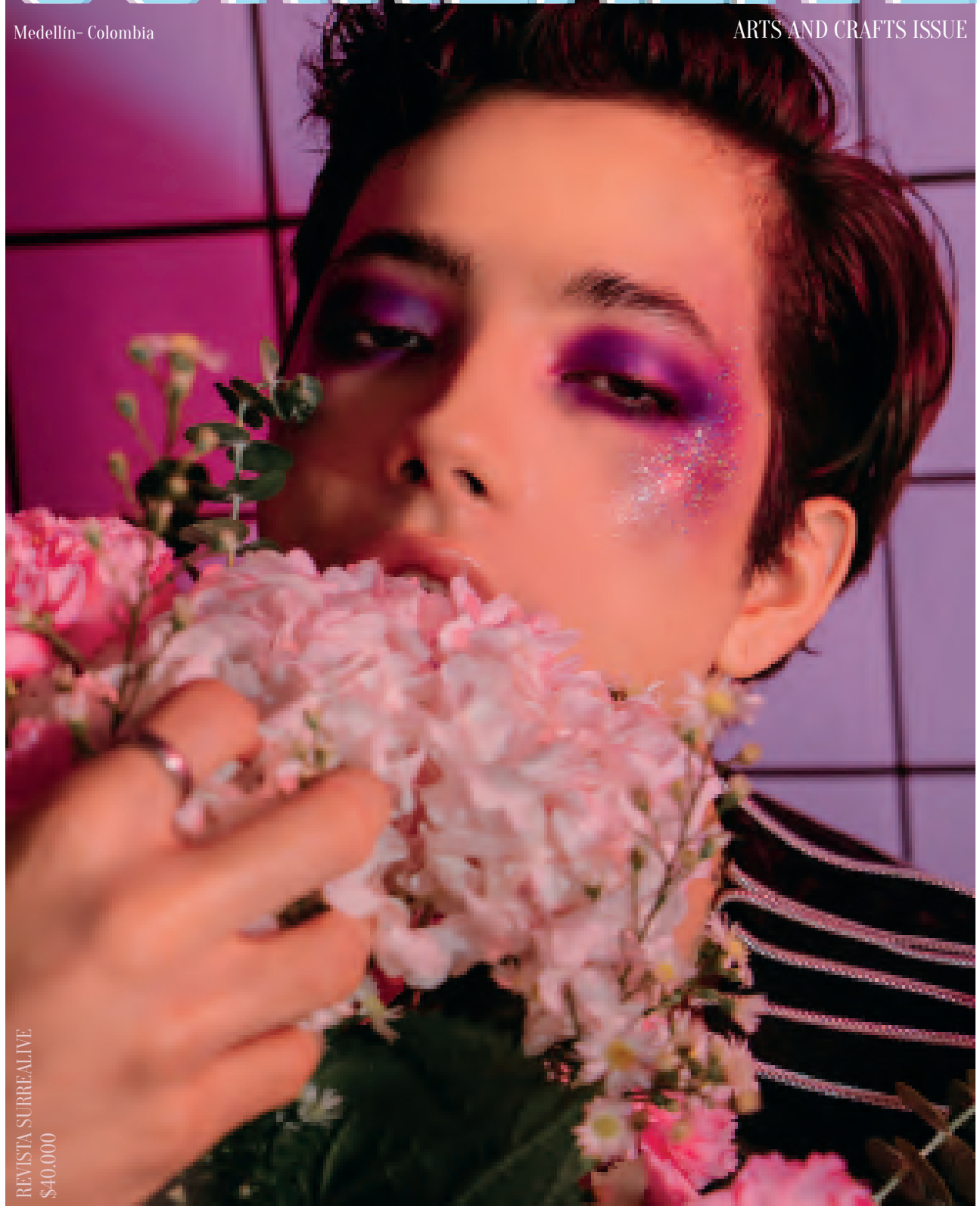


SURREALIVE

Medellin- Colombia

ARTS AND CRAFTS ISSUE



REVISTA SURREALIVE
\$40.000

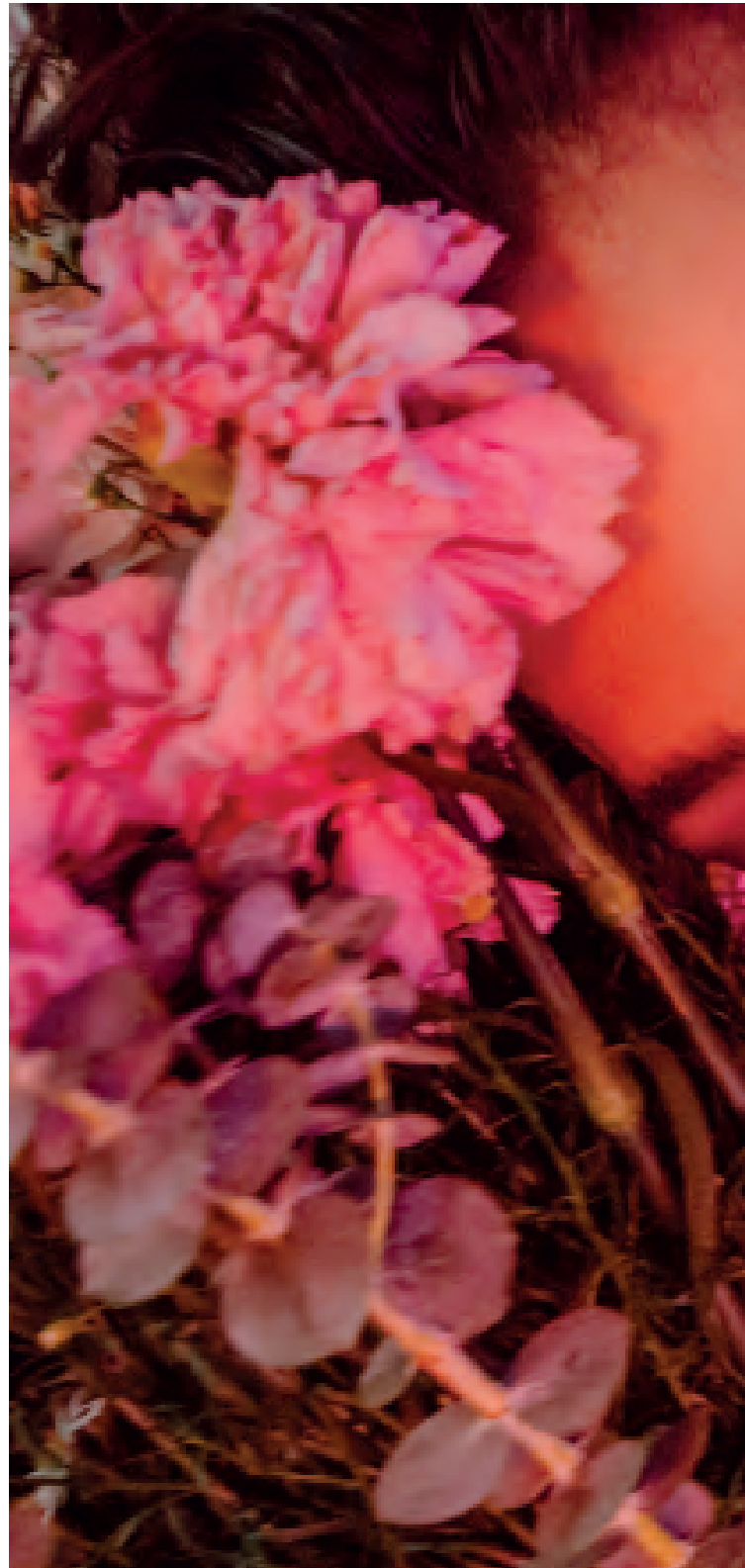
Vol 1
ISSN 5265-7362

Agradecimientos

A los entrevistados de esta edición Verónica Sarmiento y Miguel García,
y a todos los estudiantes de la colegiatura cuyo trabajo se expuso
en esta primera edición de Surrealive

Insider

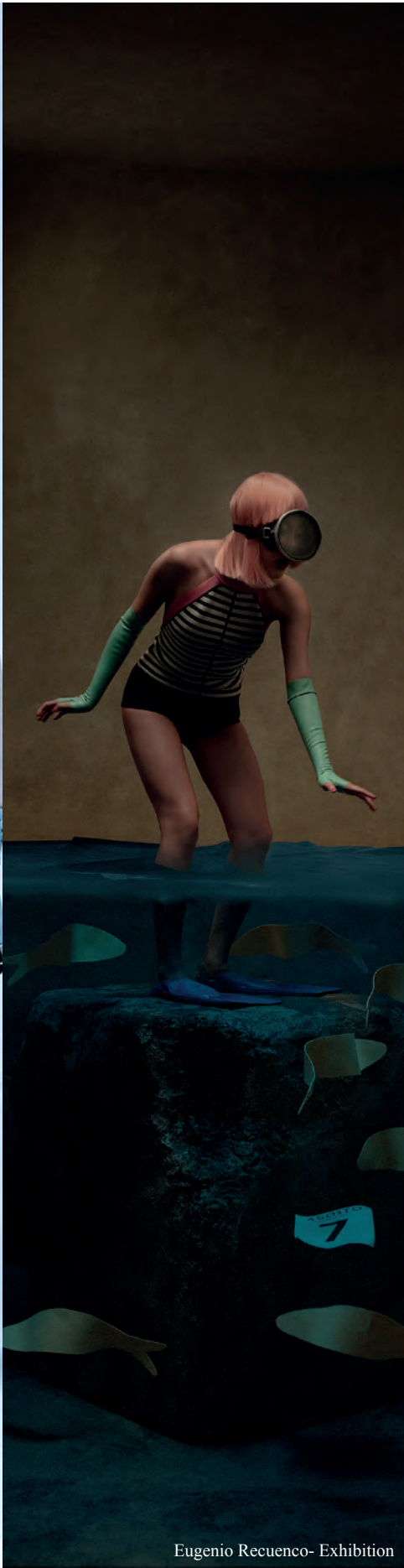
- 01| Referentes Internacionales
- 03| Tim Walker
- 07| Eugenio Recuenco
- 11| Man Ray
- 15| Tendencias
- 17| Lo que fuimos
- 20| Lo que seremos
- 23| ¿Cómo desarrollar una editorial de moda?
- 25| Talentos Emergentes
- 27| Entrevista Verónica Sarmiento
“La Verónica Verónica”
- 31| Entrevista Tales
- 34| Recopilación Editoriales
- 39| Referencias







Tim Walker for W Magazine- Dame of Thrones



Eugenio Recuenco- Exhibition



Man Ray

Referentes Internacionales

Para nuestra sección de referentes, haremos una recopilación del trabajo de diferentes estilistas, fotógrafos de moda, maquilladores o profesionales de la industria, cuyo trabajo haya impactado el estilismo editorial a nivel mundial, y por ende sea relevante tenerlos presentes si queremos comenzar a desempeñarnos en este campo.

Para esta ocasión hablaremos sobre Tim Walker, fotógrafo inglés destacado por la creación de mundos oníricos. Eugenio Recuenco, fotógrafo madrileño destacado por la teatralidad de sus fotografías y a Man Ray, uno de los primeros en vincular la fotografía de moda con la estética surrealista.

Tim Walker

Tim Walker, fotógrafo inglés para quien el estilo onírico nostálgico ha sido su manera de retratar el mundo, según VOGUE UK “Hablar de Tim Walker es hablar de mundos oníricos, de herencia británica, de puestas en escena perfectas y de producciones fotográficas a lo grande. Porque Walker es, más que un fotógrafo al uso, un contador de historias a través de imágenes fijas como lo son Méliès, Tim Burton o Baz”.



Más que fotografías, Tim Walker cuenta historias, historias fantásticas, llenas de onírica y contextos de ensueño que te transportan a entornos surreales, donde los protagonistas no son solo personas, son personajes de una trama increíble que él mismo se ha encargado de componer visualmente y es que es este el propósito de Walker al momento de inmortalizar un momento en una imagen, contar la historia del personaje detrás de la cámara. Respecto a esto Walker menciona: “Investigo mucho acerca de la persona a la que voy a retratar. Me pregunto quién es, qué representa, por qué me atrae... Considero que cuando estás retratando a alguien estás salpicando su identidad y creo que eso es algo con lo que hay que tener mucho cuidado”(Tim Walker, Vogue España).

Comenzó su carrera profesional en la librería de Condé Nast, y a partir de ahí empezó a deslumbrar a editores de moda y curadores de arte con sus fotografías. Ha tenido la oportunidad de retratar a grandes celebridades como Alexander McQueen, Jean Campbell, Tim Burton, Cate Blanchett, Saoirse Ronan y por supuesto Tilda Swinton quien se ha vuelto prácticamente su musa, protagonizando muchas de sus producciones editoriales y mostrando del mismo modo su aspecto camaleónico al transformarse rotundamente en cada sesión fotográfica.

Una de sus producciones más reconocidas es titulada Far Far from Land inspirada en el cuento de Hans Christian Andersen y que tuvo a la modelo Kristen McMenamy como protagonista, en este fashionfilm y producción editorial se cuenta la historia de una sirena prisionera que entregó su amor a un humano. Esta producción también destaca por el vestuario utilizado, prendas de Marc Jacobs, Vera Wang, Marchesa, y Vionnet dieron un toque de opulencia a la propuesta en conjunto con el deslumbrante estilismo compuesto por un abundante cabello platinado y dramáticas locaciones que ayudaron a dar vida al cuento.



Tim Walker- Far Far From Land

“Esta sería la última noche que respiraría el mismo aire que él (...) Le esperaba una noche sin fin, sin deseos ni anhelos. No tenía un alma y no tenía esperanzas de llegar a tenerla.”

-LA SIRENITA”, HANS CHRISTIAN ANDERSEN

Tim Walker forja la contemporaneidad y el vanguardismo en la fotografía de moda, ha permitido que su oficio vaya más allá de retratar modelos en costosas prendas, sino de que la fuerza y de la imagen se transmita desde la narrativa, el impacto visual ya que el trasfondo de los personajes comenzó a tener relevancia, y dejó de tratarse de meras apreciaciones estéticas y comerciales. Según la revista de arte, diseño y cultura visual Picnic “es uno de los fotógrafos que ha moldeado el presente y el futuro de la industria de la moda, y que igualmente ha dejado su huella en el arte contemporáneo a nivel internacional”. Este fotógrafo, es un indiscutible vínculo entre la moda y el arte, donde los contextos surreales se vuelven la mejor alternativa para plasmar historias.



Eugenio Recuenco

Eugenio Recuenco, fotógrafo madrileño destacado por la teatralidad de sus obras, sus escenarios, localizaciones y posproducción, por medio de los cuales hace que los espectadores se trasladen a mundos nuevos, fantásticos y de ensoñación, llenos de carga histórica.



Dentro del mundo de la fotografía, Recuenco es conocido por su estilo cinematográfico y teatral, creando mundos fantásticos y oníricos, prestando suma atención al detalle y captando la realidad a partir de sensibilidades pictóricas inspiradas en el arte renacentista, tamara de Lempicka o Picasso.

Recuenco nace en 1968 en Madrid, en medio de protestas estudiantiles contra el sistema y las vibras de la posguerra que aún se sentían latentes, a lo mejor de ahí surge su espíritu inconformista y su ímpetu por romper paradigmas. En sus propias palabras "Yo, que oía todo aquel jaleo, me entró prisa por nacer y ver que estaba ocurriendo".

Estudió Bellas Artes y se especializó en pintura en la Universidad Complutense de Madrid. Posteriormente se traslada a París y es desde ahí que grandes casas de moda comienzan a contratarlo para construir las imágenes de sus colecciones, entre ellas Nina Ricci, Diesel, Shanghai Tang, Yves Saint Laurent, Playstation, Custo, Le bon Marché, BSI Lugano o Pernod Ricard.

Uno de los aspectos característicos de Recuenco es su recursividad a la hora de crear imágenes, por ejemplo, algunas de sus fotografías las ha creado en una "caja o celda" con buena iluminación dentro de las cuales realiza su composición y crea imágenes inspiradas en mundos alternativos, con toques pictóricos, oníricos e incluso surrealistas.

Hace unos años incluso hizo una colaboración con la marca Huawei, la marca retó al fotógrafo a tomar una foto con su más reciente dispositivo el P20 Pro con el fin de promocionar el teléfono y la excelente calidad de su cámara. Recuenco aceptó la propuesta, y con la caja mencionada previamente creó un contexto, puso su trípode y tomó la fotografía. Esta foto terminó colgada en una lona de 5000 metros cuadrados en la plaza de Madrid, y se integró a su colección de 365 imágenes de muestra que ronda por diferentes museos alrededor del mundo.

Con base en este ejercicio la revista Expansión decidió entrevistar al fotógrafo y preguntarle sobre su experiencia tomando fotos con un teléfono móvil y su opinión sobre la permanencia de las cámaras fotográficas en el mercado, a esto Recuenco respondió:

R E: ¿Es muy distinto hacer una foto con el móvil?

E: Totalmente. Mi hija tiene 16 años y ha conocido las cámaras de fotos con carrete porque las había en casa, pero nunca ha disparado ni ha visto a nadie disparar una cámara con carrete. Y en nada las nuevas generaciones no van a saber qué es una cámara. Con un teléfono, un usuario no echa en falta un aparato de fotos. Yo mismo cuando voy de vacaciones llevo una cámara y muchas veces echo la mano al bolsillo y saco el teléfono: es más rápido y cumple todas las funciones que tiene que cumplir. Otra cosa es a nivel profesional. Ahí sí es más difícil, sientes que te falta la cámara, como si te la hubiesen quitado y dejado sólo la pantalla. Pero creo que es un problema de ahora, del momento. Los fotógrafos tardaremos dos o tres años en concebir que no hay cámaras, nos va a resultar extraño que nuestra herramienta durante mucho tiempo deje de estar.

R E: ¿Por qué cree que no va haber cámara en el futuro?

E: Es que es igual que los teléfonos: cuando llegó el móvil pensábamos: "No, pero será para cuando estés fuera, en casa siempre habrá un teléfono fijo...". O no. La compañía de transporte urbano más grande del mundo, que es Uber o Cabify, no tiene ningún conductor propio. La compañía con más plazas para dormir del mundo, que es Airbnb, no tiene ninguna cama en propiedad. Estamos en un mundo extraño y a lo mejor acabamos siendo fotógrafos sin cámara.

R E: ¿Y no tiene miedo de que detrás de la cámara desaparezca el fotógrafo?

E: No, ninguno. La visión del fotógrafo está por encima de la cámara, no nos podemos esconder en que nosotros sabemos manejar una cámara y otros no. El fotógrafo no puede limitarse a retratar la realidad sin dar una opinión, sin tener un criterio sobre aquello a lo que está disparando.

Sin duda, Eugenio Recuenco posee una mirada vanguardista y experimental ante la fotografía de moda, es un profesional que seguramente veremos por mucho más tiempo en la industria y no tiene ningún problema en adaptarse a los retos que traigan las nuevas tecnologías para este campo.



Man Ray

Man Ray, artista, escultor, fotógrafo, pintor, cineasta y poeta. Fue un artista estadounidense pionero en experimentar, reinventar y redefinir la fotografía de moda como la conocemos, todo partiendo desde la invención con nuevas técnicas fotográficas vinculadas al estilo surrealista, volviendo también a la fotografía, arte.



Fotógrafo, pintor, escultor y cineasta, fue relacionado con las corrientes artísticas del surrealismo y el dadaísmo debido a la deconstrucción de la imagen en sus fotografías, para lo cual usaba técnicas como rayogramas, solarizaciones, y negativos expuestos a la luz. En sus fotos, se refleja su fascinación por lo irracional, lo absurdo, irreverente e incongruente, teniendo el erotismo como punto clave en muchas de sus creaciones.

Comenzó como artista abstracto, hizo su primera exposición en la Daniel Gallery de Nueva York en 1915. En conjunto con Marcel Duchamp y Francis Picabia fundó el grupo dadá en Nueva York. Fue en París en 1921 que comenzó con la experimentación fotográfica y a finales de los años 20 decidió explorar el cine de vanguardia.

En su epitafio en el cementerio de Montparnasse, París aparece la frase: Despreocupado pero no indiferente. Este es un breve acercamiento a su lenguaje como fotógrafo, repleto de técnicas vanguardistas, que para la época eran impensables. Como la creación de rayogramas, los cuales son imágenes fotográficas creadas sin la intervención de una cámara, un dato curioso, es que Man solo adquirió una cámara con el propósito de retratar sus obras artísticas, ya que no le gustaba la manera en la que los fotógrafos de la época lo hacían, así que decidió comenzar a hacerlo él mismo, y fue en medio de ese proceso que descubrió su talento en esta disciplina y comenzó a encantar a los espectadores mediante la deconstrucción de la imagen.

Uno de sus grandes aportes a la fotografía fue su manera de componer imágenes, de volverlas un concepto y mirarlas de cierto modo como una obra de arte que invite a reflexionar más allá de la imagen, y que no esté limitada a una sola interpretación, sino que el espectador también tenga la oportunidad de preguntarse qué más hay detrás de la foto.

“La búsqueda de la libertad y el placer; eso ocupa todo mi arte” Man Ray.

Según el portal de fotografía Xataka foto “ Las mujeres fatales y sus desnudos son recurrentes en su obra. De hecho, gracias a la inspiración de su modelo y amante Kiki de Montparnasse, nació una de sus obras más emblemáticas, "Le Violon d'Ingres", que refleja en una sola imagen todo lo que este creador es para el arte. Porque se respira pintura por esa pose que nos traslada inmediatamente al pintor Ingres, tan admirado por Man Ray, pero a su vez nos mete de lleno en ese juego de dobles lecturas, convirtiendo el cuerpo de la mujer en un gran violonchelo por medio de esas "efes" añadidas posteriormente en edición. Idea, inspiración, creación, diseño, fotografía, pintura.” Man Ray buscaba trascender el oficio del fotógrafo, volverlo un creador y compositor de historias, conectar al espectador desde una narrativa salida de lo real.

Para finalizar este artículo sobre la trayectoria de Man Ray, se hace supremamente relevante hablar de la revista Minotaure. Esta fue una revista surrealista creada a principios de los años 30 en la que mediante la colaboración de varios artistas surrealistas se desarrollaron 13 publicaciones de la revista, y en cada edición uno de los artistas estaba encargado de realizar una obra única para la portada, en la que hiciera su representación propia del minotauro. Lo trascendente de esta revista no es solamente su contenido sino la experiencia de sus participantes fue un producto que reunió a muchas de las mejores mentes del siglo XX a nivel artístico, literario y fotográfico, André Bretón, Salvador Dalí, Joan Miró, René Magritte, Diego Rivera, Pablo Picasso, Man Ray, Marcel Duchamp son apenas algunos de los nombres que destacan en la producción de Minotaure.



Man Ray- El violín de Ingres



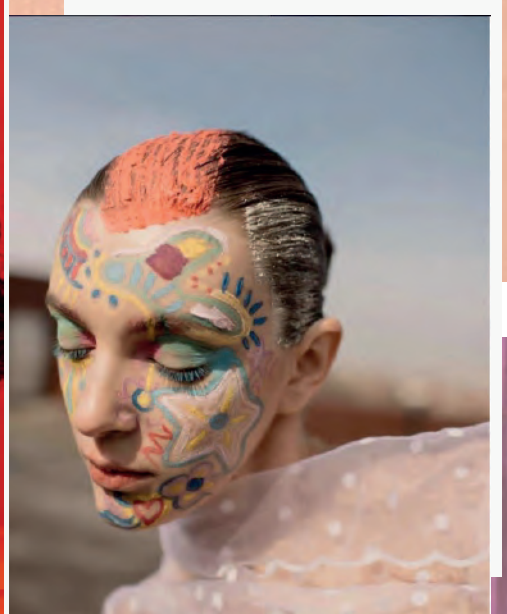
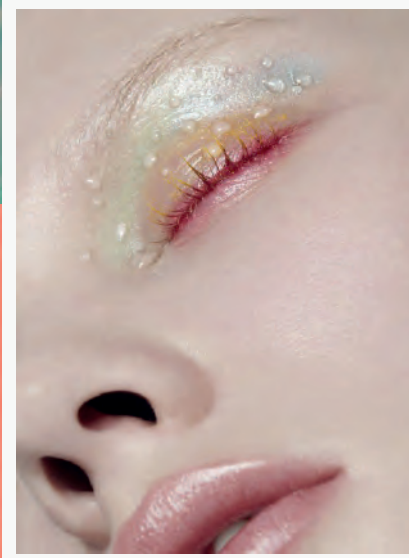


Tendencias

P

Una tendencia representa un cambio, en el mundo de la moda, una tendencia se refiere a una variación en el comportamiento del consumidor, quién se transforma a través de experiencias que suceden individual o comunitariamente. Las tendencias nos ayudan a identificar hacia dónde nos dirigimos como consumidores, y de qué manera nuestros deseos se han transformado con el paso del tiempo.

En esta sección de Surrealive, hablaremos sobre el ayer y el mañana, sobre lo que fuimos y lo que seremos, aquellas tendencias que nos acompañaron durante la primavera-verano 2020 y las que se aproximan a llegar en otoño invierno 2021-2022.



Lo que fuimos

Lo que fuimos aborda las macro tendencias primavera- verano 2020. Como una recolección de aquellos elementos que destacaron durante esta época y que permitieron la transición hacia lo que somos ahora, en este caso abarcaremos dos macro tendencias puntuales, ¡Es el momento!, y Secuencia Creativa.

¡Es el momento!

Esta es una macro tendencia con estética veraniega que tiene como inspiración la Generación Z y las economías emergentes como generador de cambio. Sus puntos de acción hablan de una mayor exploración con los colores, dándole un enfoque divertido a los looks a partir de apliques y gráficos. Resaltan la importancia de los tonos rojos para darle fuerza a los looks utilizando matices en naranja. Por otro lado los pasteles tenues cobran importancia, alejándose del denominado “rosa millennial”, invitan a mezclar tonos verdes y amarillos para lograr acabados acuosos en el maquillaje.

Es el momento, se divide en dos historias, efervescencia suave y toque de verano.

Según la WGSN, toque de verano destaca por sus paletas de color con tonos intensos pero frescos, que evocan los días en la playa y las largas noches de verano.

Otros puntos claves son los bronzers principalmente en la zona T y el mentón, y los acabados en las mejillas que brindan un toque natural como de transpiración. Para los ojos se recomiendan tonos tierra como el Russet y el Almond, creando profundidad y difuminando hacia las cejas y el centro, y para finalizar un tono Rio Red en los labios con ligeros toques de naranja en los contornos, para culminar las uñas redondeadas y los diseños angulares a la hora de maquillarlas serán un Must, diseños diagonales desde la cutícula hasta la punta.

En cuanto a cabello, toque de verano nos inspira a usar colores fuertes a la hora de teñir, eliminando el pigmento natural de los folículos y dando solidez al color aplicado. Tonos Río Red e Indian Ink serán claves. Por el lado del estilismo las trenzas y los cabellos afro cobran relevancia como representación de rebeldía y cambio.

Ahora indagando sobre Efervescencia Suave encontramos una gama de colores suaves y nostálgicos inspirados en la cultura del Surf de los 80's. Para el rostro se sugieren puntos de colores como una actualización a la tendencia de las pecas. Delineados en colores vibrantes. Para las mejillas se usan acabados más frescos y naturales, difuminando el pigmento con una esponja para que la densidad baje a medida que se aleja de los pómulos. En los ojos destacan los tonos verdosos en transición con amarillo y azul procurando generar un efecto acuoso en los párpados. Para los

labios los tonos rosados pálidos con una apariencia nostálgica.

Con relación al cabello se recomiendan los pasteles calcáreos, tonos retro evocando el surf de los años 70. También cobran importancia el volumen y las texturas, manteniendo un rizado uniforme de raíz a puntas para lograr un look más controlado.

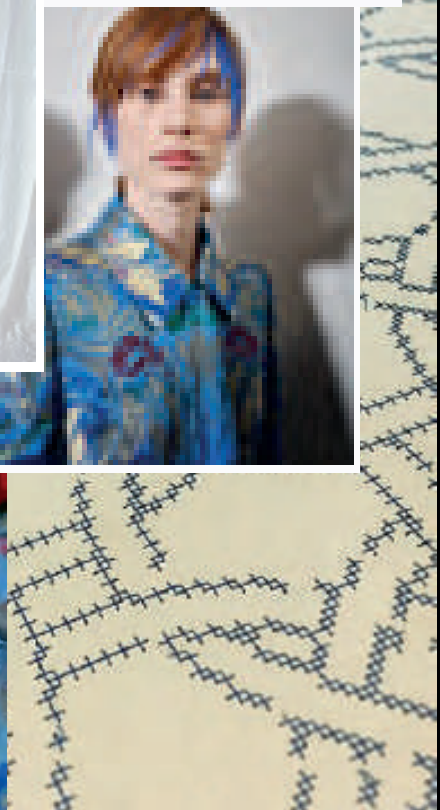
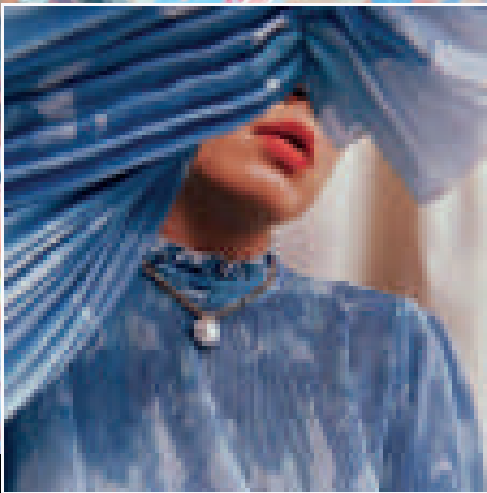
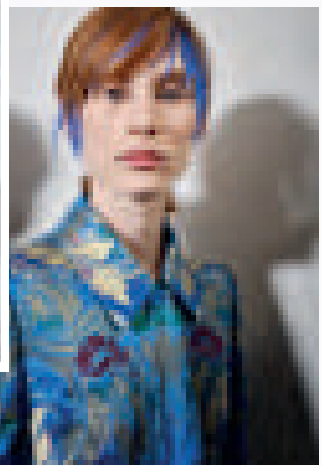
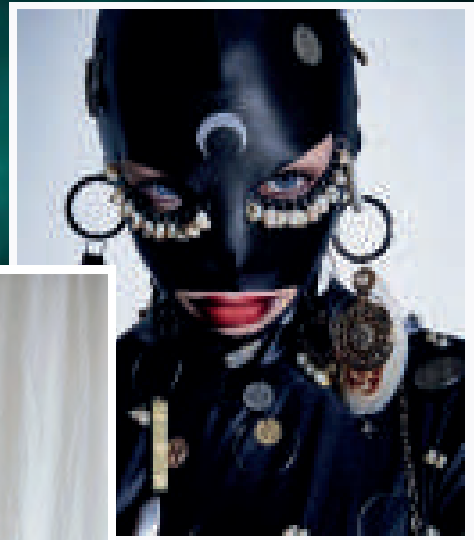
Secuencia Creativa

Esta macro tendencia nos invita a explorar las conexiones entre naturaleza y ciencia con un enfoque hacia la información genética con propuestas de belleza llenas de dramatismo y contraste. Secuencia creativa se divide en dos líneas: Destello Urbano y Sombras Fundidas.

Destello Urbano combina colores vivos con pasteles fríos y tonalidades grises para lograr una paleta futurista. Con tonos científicos evocados a través del gris, azul y verde metalizado. Bases líquidas ligeras para lograr un acabado humectado y natural en la piel, disimulando imperfecciones pero sin borrarlas por completo. En las mejillas predomina el color Fierce Magenta dispersando hacia el párpado como si el color se hubiera corrido y añadiendo drama al look. Los ojos son la clave en esta tendencia, teniendo como inspiración las luces nocturnas ciudadinas y la niebla, acabados con textura en parpado y cejas para crear un efecto escama. Para los labios esta tendencia nos sugiere un ombré inverso en tonos anaranjados y con una capa de gloss para dar brillo.

Sombras fundidas toma una paleta de color inspirada en la naturaleza, acompañada de tonalidades ácidas y un morado oscuro pero seductor, similar a un vinotinto. Para la piel tenemos un acabado mojado con aspecto futurista inspirado en las superficies metálicas, Las mejillas se permean de tonalidades doradas pálidas y casi imperceptibles. Para los ojos el punto principal es cambiar su forma usando delineadores y plantillas, enfocándose en los diseños triangulares, esto en tonos verdes, azules y oro pálido. También aparecen labios con una textura bastante líquida pero pegajosa debido al brillo labial, en tonos oscuros pero con destellos metálicos.

Lo que seremos



Lo que seremos aborda las macrotendencias otoño - invierno 2021-2022. Como una síntesis de aquellos elementos que serán clave para esa temporada y de esta manera dar una aproximación sobre lo que será pertinente abordar estéticamente, sobre todo si se tiene un enfoque comercial en este caso hablaremos sobre Fantasmagoria, Con Claridad y Nuevos Mitos.

Fantasmagoria

Esta macro tendencia invita a una apuesta por looks oscuros con influencias dramáticas y rebeldes como vía de escape y opulencia a una época sombría, todo esto impulsado por el miedo y la incertidumbre a nivel mundial. Looks punk y DIY para el mercado juvenil, con mensajes minimalistas pero sin perder la extravagancia y opulencia.

Con una carta de color contrastada, fantasmagoria se abre paso a través de tonos brillantes vívidos con oscuros melancólicos. Existen diversas miradas aplicables a esta tendencia, opulencia desvaída es una de ellas, flores de tapicería y paisleys mediante acabados antiguos y desgastados nos recuerdan la estética vintage, colores otoñales y estampados densos y opulentos. Por otra parte la chaqueta biker clásica retoma fuerza en los looks influenciados por esta onda oscura y decadente, invitando a no usar cuero sino más bien curtidos vegetales sin cromo ni metales ya que son menos contaminantes. Los encajes permanecen como símbolo de opulencia pero también de cierto misticismo manteniéndose en gamas monocromáticas. Además de esto los estampados florales desenfocados toman fuerza, aplicando temas de difuminado digital o colores contrastantes sobre fondos oscuros. Para el estilismo esta tendencia sugiere dar un toque rudo a los looks románticos, combinando prendas florales con accesorios pesados.

Para finalizar fantasmagoria abarca una mirada llamada Disco inferno, donde se sustituyen las lentejuelas por detalles metálicos reciclados para dar brillo a la ropa de noche, teniendo como inspo el glamour de los 80 pero centrándose en la modernidad del 2020 con chaquetas esculturales, vestidos con hombreras y faldas elegantes, con un gran énfasis en la sastrería y los cortes.

Con Claridad

Una macro tendencia donde menos es más y el minimalismo llega a ser protagonista, diseños clásicos y atemporales con un enfoque sostenible y duradero para los consumidores que piensan en la desmaterialización. Tonos neutros, prendas atemporales y versátiles con el fin de alargar su vigencia y reafirmar su valor. Simplificación de los estilos retro y conceptos artísticos y creativos conectados a la autenticidad serán el foco de atención esta temporada.

La paleta de color está compuesta por tonos que pueden mantener su relevancia a lo largo del tiempo, colores suaves en tonos apastelados, blancos y grises y algunos matices en colores tierra. Con claridad presenta diferentes miradas, Volúmenes Controlados nos habla de drapeados y fruncidos, creando superficies interesantes por medio de estas técnicas. Construcciones densas con texturas apretadas creadas a partir de tratamientos en calor.

Feria de arte invita a mezclar el interiorismo el arte y la moda para crear atemporalidad e impacto en los looks siguiendo la tendencia #arteenlamoda, es un buen momento para las colaboraciones creativas que resulten novedosas, el marmoleo es un must en los estampados compitiendo con el tie-dye .

Los tintes naturales y no tóxicos toman fuerza para el enfoque Parches Floridos, estampados florales con aspectos delicados, estilos pictóricos hechos a mano creando prendas únicas. Cobran importancia los procesos artesanales como pinceladas y lágrimas de pintura. También resaltan las abstracciones en los teñidos florales, se piensa en esta temática como una evolución al tie dye.

Nuevos Mitos

Nuevos Mitos invita a retomar la sabiduría ancestral y encontrarle nuevos significados, artesanía, colaboraciones y el abastecimiento ético son los puntos claves a la hora de crear diseños con real significado. Esta macro tendencia impulsa colaboraciones en pro de la herencia y los legados, las nuevas historias y las fusiones entre lo tradicional y el estilo urbano moderno como acercamiento al mercado joven. Dar una mirada a las tendencias pasadas y de este modo darles un enfoque que satisfaga al consumidor moderno.

Una carta de color cálida con colores naturales que transmiten familiaridad y nostalgia, colores primarios y tonos tierra conectando con nuestros orígenes. Una de las visiones de esta macro tendencia es llamada Trotamundos, celebra la artesanía global mediante colaboraciones sin fronteras. diseñando bordados densos, croché, detalles metálicos decorativos y cierres acordonados. Se puede hacer referencia a la artesanía indígena pero siempre *desde el respeto y sin ningún tipo de apropiación cultural*, se hace énfasis en el abastecimiento ético y la reutilización de los adornos. Para el estilismo se proponen encapados largo sobre largo, ponchos, y caftanes holgados.

Texturas de la tierra retoma la creciente preocupación por el clima como impulso para querer conectar con la naturaleza. Estampados otoñales y texturas orgánicas, uso de materiales sostenibles para mayor coherencia en la narrativa que se da al consumidor. Marcando relevancia en asegurarse que las fibras naturales no se prueban en animales, cuenten con una certificación y tengan un origen sostenible. Veremos un híbrido entre animal prints y texturas naturales, entre más abstractos mucho mejor, desde marcas toscas hasta texturas orgánicas.



*¿Cómo desarrollar
una editorial de Moda?*

Una editorial de moda se refiere básicamente al contar una historia a partir de una secuencia de imágenes fotográficas, cuya estética se guía a partir de un hilo conductor, concepto o historia de marca. Las editoriales de moda se pueden realizar con diferentes propósitos, algunas se hacen con una intención meramente comercial, exponer un producto, hacerlo atractivo para el consumidor y por ende generar una relación directa con el cliente que culmine en la compra del bien ofrecido. Otras llevan una carga mayormente conceptual, se busca transmitir una historia que puede ser creada desde la ficción o también puede ser inspirada en un momento histórico con influencias de determinada sensibilidad estética o guiadas por una tendencia.

El primer paso a la hora de realizar una editorial de moda es la conceptualización, una idea desde la cual desplegar todo, puede ser una imagen, un momento histórico, un dibujo, una composición gráfica o incluso un poema, para desde ahí comenzar a construir la narrativa a contar.

Posterior a esto se traduce este concepto a sensibilidades un poco más visuales, texturas, formas, siluetas, una carta de color, y por consiguiente un tipo de modelo que encaje con aquel microuniverso que buscamos crear, buscándolo que todo encaje con la estética que queremos transmitir. Luego procedemos a pensar en el maquillaje, peinado, locación y atuendos, todo en coherencia con la historia que vamos a contar. Según el tipo de editorial que estemos realizando decidiremos cuál de estos aspectos destacaría más. En el caso de un Beauty, el maquillaje y el peinado serán protagonistas, ya que por lo general son producciones que se hacen solo con primeros planos y primerísimos primeros planos así que no habrá mucho espacio para que las prendas destaquen en su totalidad. Si se trata de una campaña publicitaria o fashion film debemos hacer mayor énfasis en las prendas, y en los looks que aparecerán a lo largo de la producción, buscando que muestren variedad de propuestas pero sin dejar de comunicarse entre sí. Dependiendo de la longitud del fashionfilm o de la cantidad de fotos, puede haber no solo cambios de vestuario, sino también cambios en el maquillaje y peinado, para evitar que todo se vea muy plano y mostrar una mayor versatilidad.

Una vez tenemos la editorial planeada visualmente, procedemos a materializarla definiendo una fecha y comenzar a formar el equipo de trabajo, por un lado buscar modelos que se asemejen al perfil que buscamos, las

agencias son buenas opciones, sin embargo también es posible encontrar modelos freelance en las redes sociales, que se acomoden a lo que se requiere. Por otra parte debemos buscar maquillador y peluquero y fotógrafo, en estos profesionales es muy importante guiarse por el tipo de lenguaje que manejan, cada uno puede tener un enfoque diferente, y la pertinencia para el proyecto depende de que ese lenguaje se relacione con el concepto que quieres manejar, así que a la hora de elegir estos profesionales para el equipo de trabajo es supremamente importante indagar qué estilos manejan y cuáles son sus fuertes en sus áreas. Por ejemplo, si planeas hacer una editorial minimalista, con un aire moderno y una paleta de color sobria, no sería muy adecuado contratar a alguien cuyo enfoque profesional este más direccionado hacia los colores fuertes y lo maximalista. Después procedemos a buscar la locación, bien puede ser un estudio audiovisual o una locación externa, para esto hay varios factores importantes a tener en cuenta. Por una parte, sea un lugar privado o público debes asegurarte de obtener permisos del ente encargado de ese sitio, ya que sí por alguna razón no es permitido realizar fotos o videos en ese sitio y llegas sin autorización, pueden sancionarte y por consiguiente tendrás que reprogramar la editorial. Además de esto, principalmente en locaciones exteriores hay que tener en cuenta la luz del día, dependiendo del tipo de luz que requiera el proyecto deberás programar la hora de la sesión de fotos, procura citar a las personas unas 2 o 3 horas antes de la hora en la que la luz sea adecuada para evitar imprevistos y tener buen espacio para la preparación de las modelos y el equipo de trabajo.

Por último debes gestionar los looks que previamente habías planeado, si vas a prestar las prendas de estudiantes o marcas se debe ser supremamente responsable con ellas, estar todo el tiempo pendiente de que permanezcan en perfecto estado y del mismo modo devolverlas en el menor tiempo posible. Luego de realizar la editorial de moda se procede a la edición, se eligen las fotos o videos que se utilizarán en el producto final. A la hora de publicar o compartir el producto final asegúrate de dar los créditos a todas las personas que hicieron parte de la editorial, tanto a los profesionales como a quienes facilitaron las prendas para su realización.

Desde Surrealive tenemos asesorías y desarrollo de editoriales de moda para marcas y diseñadores independientes o freelancers, cualquier inquietud no dudes en consultar con nosotros.



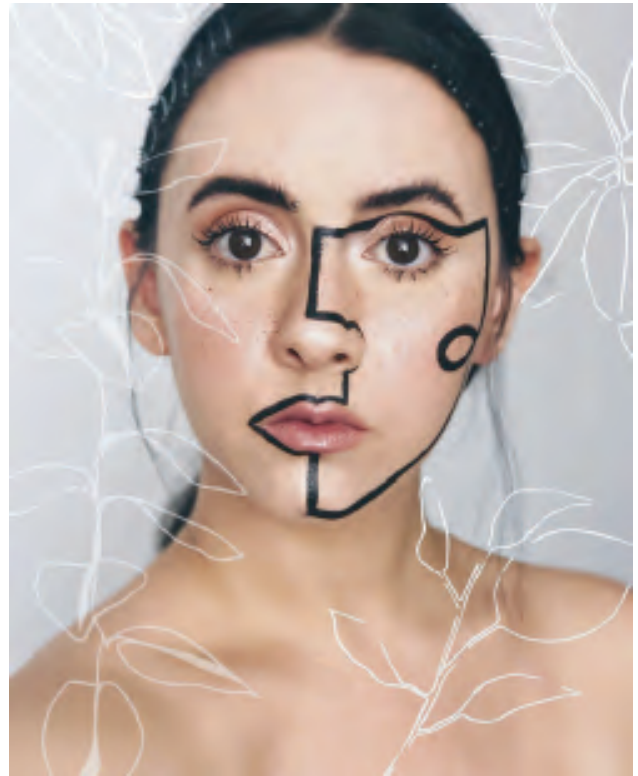
Talentos Emergentes

Esta sección de la revista abordaremos los talentos emergentes que se están abriendo paso en la industria local, aquellos diseñadores, fotógrafos, maquilladores estilistas, y creativos cuyo trabajo destaque e inspire. Profesionales y estudiantes, que desde la vanguardia y la exploración transformen y guíen un nuevo panorama para la industria creativa en Medellín.



Entrevista

El maquillaje es de por sí un medio comunicativo, una pieza vital en el engranaje que compone una editorial de moda, es este, el que ayuda a dar un mayor aterrizaje al concepto ya que por medio de colores y texturas aplicadas a la piel genera una interconexión entre vestuario, ambientación e indumentaria. El estallido de las redes sociales ha permitido descubrir en la ciudad a muchos jóvenes talento en este campo, encargados de innovar en cuanto a técnicas y aplicación de los productos. Es por ello que para esta ocasión hemos decidido entrevistar a Verónica Sarmiento, más conocida como “La verónica verónica” con el fin de conocer sobre su trayectoria en el medio y su punto de vista sobre el estilismo editorial en Medellín y hacia dónde se dirige la ciudad en este campo.



Verónica es egresada de Diseño de Vestuario de la Universidad Pontificia Bolivariana, en 2018 recibió el premio Artist of the year por NYX Cosmetics, actualmente se desempeña como profesora del módulo de estilismo en la UPB, es artista en el Laboratorio de caracterización para medios audiovisuales El Muñequero, directora de arte en el Teatro Musical de Colombia y embajadora de MAQPRO Colombia.

S: ¿Cómo empezó tu trayectoria en la industria y qué es lo que más te ha gustado del proceso?

V: Yo comencé estudiando diseño de vestuario en la Universidad Pontificia Bolivariana, a medida que iba avanzando la carrera me fui enfocando más hacia la línea estético comunicativa de la carrera, no la tecno productiva, yo me metía a hacer estilismo, puesta en escena, me fui de intercambio para la Universidad de Antioquia a hacer teatro, pero me lo enfocaron en la producción de todo lo plástico. De ahí entonces me gradué y digamos que me desencanté un poco de hacer vestuario para teatro porque no me gustó mucho la industria, entonces empecé a conocer el maquillaje y comencé haciéndome maquillajes sobre mí misma, pero empíricamente, no estudié maquillaje en ninguna academia, digamos que tuve un proceso muy íntimo con el

empíricamente, no estudié maquillaje en ninguna academia, digamos que tuve un proceso muy íntimo con el maquillaje donde yo reconocía las texturas, además también siento que fue una manera de descubrirme a mí misma en muchas facetas, eso también me ayudó al enfrentarme al mundo real a la hora de maquillar otras pieles, otros rostros. Me la pasaba todo el tiempo practicando y armando un portafolio para Instagram. De ahí me llamaron para el espectáculo de navidad de Noél, entonces me hicieron la entrevista y pasé, y esa fue la primera vez que estuve como diseñadora de maquillaje y maquilladora, eso fue en diciembre y ya en junio me comenzaron a llamar para Colombiamoda, luego el Festival Iberoamericano de teatro, y de esta manera se me fue dando todo hasta que se llegó al concurso Face Awards de la marca NYX, en la primera edición quedé en el top 6 pero en la segunda sí me lo gané, y entre todo eso las personas fueron empezando a ver mi portafolio y a llamarme para marcas, para fotos, pasarelas más pequeñas.

S: ¿Qué opinas sobre el estilismo que se realiza en Medellín? ¿Qué puntos positivos le ves? ¿Qué crees que podría ser mejor?

V: Yo siento que la industria apenas está creciendo, hay mucha gente que lo ha hecho pero digamos que no hay mucho contacto entre las disciplinas que componen el estilismo, hay algo que hay que entender en el estilismo y es que todos tenemos un lenguaje y hay aspectos que son nuestros fuertes y aspectos que no, me parece que estamos en un momento muy lindo porque realmente si se está formalizando la tarea de cada profesional, del maquillador, del estilista, y se le está dando una importancia a tener una persona que realice cada cosa, ya que venimos de un estilo de trabajo donde todo el mundo hace todo, entonces el modelo se acomoda las prendas, a veces incluso se maquilla y no había como un respeto por el oficio del estilista quién es el encargado de crear ese lenguaje. Como negativo pienso que aún no se le da la suficiente importancia a la labor del estilista con un diseño, una propuesta, que hable desde una psicología del color, desde las formas, pero lo positivo es que ya hay más personas concientizándose de eso, de que es algo que se construye y se estudia y no simplemente se aprende de la nada. También creo que las redes sociales están generando más lazos entre las personas de la industria.

S: ¿Cómo defines la labor del estilista?

V: Yo pienso que el estilista es quien se encarga de que todos los componentes alrededor de una imagen, funcionen y encajen. Es quien vela porque el discurso que se está planteando, realmente sea fiel a lo que se quiere transmitir. Es un discurso visual, estético, en el sentido de que todo lo estético es lo que podemos percibir con los sentidos, yo creo que esa es la tarea del estilista, velar por ese discurso estético.

S: ¿Qué recomendaciones tienes para las personas que apenas están comenzando en esta industria?

V: Que es un camino difícil ya que en Medellín hay una cultura demasiado tradicional, y hay una visión muy tradicional y digamos que a veces te desilusionas, porque tu como diseñador, como una persona creativa que tiene capacidad de propuesta llegas con mente abierta, con ganas de hacer cosas distintas, y a veces el

medio te corta las alas y sobre todo al inicio, digamos que yo desde mi experiencia te puedo decir que yo empecé a proponer casi en el quinto año de trabajo, mis primeros cuatro años fueron mucho más duros porque apenas me estaba ganando un renombre, mostrándole a la gente que era capaz y que lo que estaba diciendo era coherente y haciéndome escuchar, y apenas en el quinto año las cosas se hicieron más fáciles ya que ya tenía como esa trayectoria y ya mi opinión era tomada en cuenta. En un inicio hay que trabajar con mucha humildad y hay que saberle entrar al medio, saber darse a conocer, y paralelo a eso hay que ser muy constante y comenzar a crear tu propio lenguaje y para eso están las redes sociales, armarse un portafolio y estarlo moviendo constantemente va a ayudar a que el medio te vea.

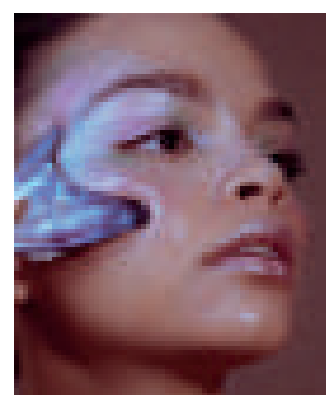
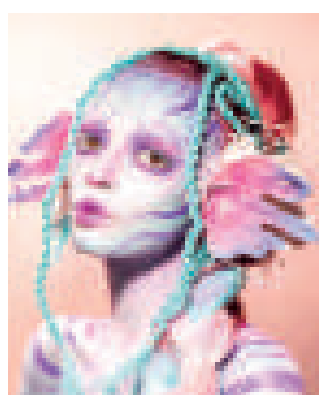
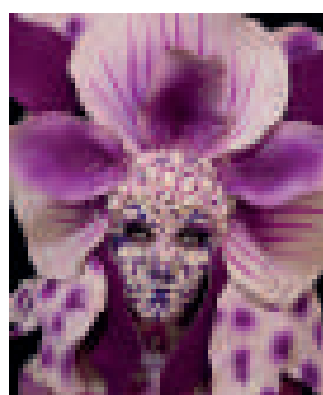
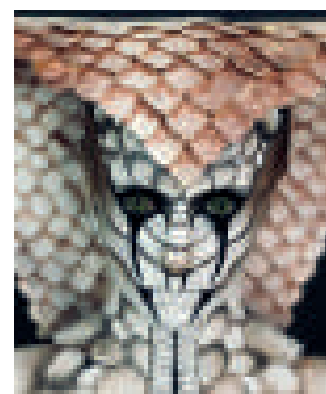
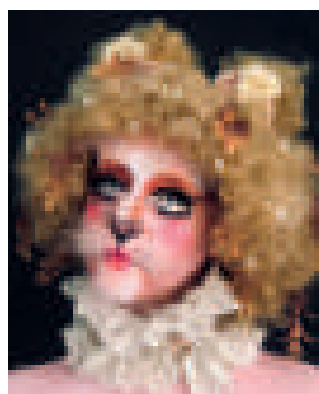
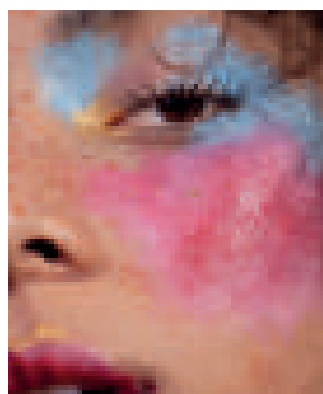
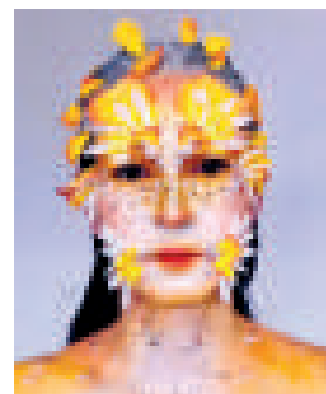
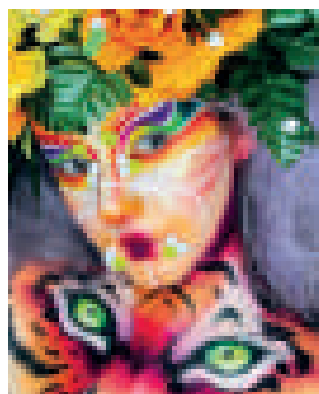
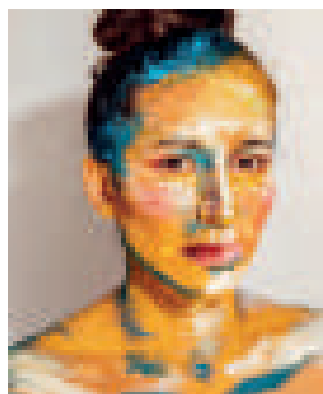
S: ¿Cómo Medellín como ciudad puede comenzar a hacer una transición del estilismo más tradicional a uno más arriesgado y con eso potenciar las marcas locales?

V: Creo que estamos en un punto de quiebre, y que las generaciones que vienen son generaciones que han estado educadas bajo la diversidad, la diferencia, la aceptación, entonces creo que todo lo que tenga una repercusión social va a tener un impacto sobre la moda, creo que es como darle tiempo a que la industria sufra esos cambios por los factores más jóvenes que vienen ahora, ya tienen más apertura a los temas que son tabú, no solo socialmente sino a los temas tabú dentro del diseño, el no salirse de lo convencional, no, yo creo que ya le vamos a empezar a otros clientes que sí se salen de lo convencional y que permiten más exploraciones. Considero que más que una mejoría es un asunto de tiempo, es un asunto de transformación natural. Igualmente siento que ahora las personas jóvenes están muy interesadas por la investigación, entonces siento que esa pasión por investigar va a hacer que la industria cambie.

S: Por último nos gustaría preguntarte ¿Consideras que los diseñadores somos artistas?

V: Es un poco difícil de responder porque, nosotros en la industria en este momento muchas veces nos vemos obligados a realizar copia, no porque queramos como

creativos sino porque el medio nos obliga, porque digamos que las personas que nos manejan son personas muy convencionales que creen que ir a la fija es realmente vender, entonces por ese lado es un poco difícil porque los diseñadores nos vemos ligados dentro de algunos procesos a eso, pero también siento que ya se está dando dentro de esa evolución una apertura a nuevas propuestas, para que eso se pueda dar tiene que haber un proceso que se fundamente en la conceptualización, investigación, tiene que haber un discurso coherente. Yo creo que el arte y el diseño están completamente de la mano ligados por completo, no voy a hablarte de todos los artistas pero sí de todos los diseñadores, los diseñadores tenemos un proceso de conceptualización y una capacidad investigativa, digamos de recoger información para fundamentar nuestro discurso que no tienen las personas de otras carreras entonces el diseño es un complemento para el arte, y te digo que como diseñadora que ha estado dentro de procesos artísticos, las herramientas que el diseño me ha brindado han sido claves para yo poder desempeñarme en mi trabajo. Por ejemplo en el espectáculo de navidad de Noël, lo que hizo que yo fuera la persona que quedará era que yo tenía una carrera en diseño, entonces



digamos que sí pesan mucho esos procesos creativos que nos entrega el diseño a la hora de realizar un proceso artístico, por el conocimiento del color, de los códigos y toda la parte semiótica, entonces siento que son hermanos, no pueden ir desligados, pero siento que el arte a veces si se va por un camino que no necesariamente involucra el diseño, pero el diseño siempre involucra un proceso que requiere arte, creo que **los diseñadores sí somos artistas.**



Entrevista

El cine, es ciertamente otro de los campos donde la dirección de arte y el estilismo son una pieza fundamental a la hora de narrar historias, de traducir al espectador las ideas del director y de materializar estas ideas en composiciones visuales de alto impacto, es por ello que decidimos entrevistar a Miguel García, director de cine, actor, escritor. Desde pequeño ha sido un contador de historias innato, y se ha apasionado por generar narrativas polémicas y sátiras inesperadas, en esta entrevista indagaremos sobre su trayectoria, su estética, y su percepción sobre la importancia de la dirección de arte y el estilismo en el cine.

S:¿Cómo empezaste tu carrera en el cine?

M:Bueno yo creo que en realidad, no sé en qué momento uno puede decir que empezó la carrera, yo siempre tuve búsquedas muy próximas a lo audiovisual, al cine, a la narración, me gustaba contar historias desde pequeño, y creo que siempre me ha gustado hacer videos, así sea meramente como pasatiempo, entrenarme en ese sentido, en la narración y sus posibilidades, en cómo podía construir las escenas, cómo podía conjugar los planos y lograr algo con eso, entonces pues como que desde siempre estuve haciendo cosas que tuvieran que ver con el cine, cuando tuve mi primera cámara grababa videos y los ponía en el computador, los editaba y era algo como muy intuitivo, ya luego se convirtió en algo más formal cuando comencé a estudiar propiamente cine en la universidad y al mismo tiempo empecé a trabajar en la industria, en un canal comunitario con la alcaldía de Medellín y luego empezaron a surgir más cosas como rodajes universitarios o cosas un poco más profesionales, en el sentido de trabajar en la industria laboral empecé hace 5 años prácticamente y fue por una convocatoria, me presenté y pasé, las propuestas llegan y eso es muy interesante, ya si nos vamos a otro tipo de significación de la palabra carrera creo que la empecé desde muy pequeño cuando empezó como esta predilección por ver películas y contar historias.

S:¿Cómo son tus procesos creativos a la hora de desarrollar una idea?



Mis procesos creativos a la hora de desarrollar una idea son algo muy ecléctico, porque no siguen una trayectoria definida, tampoco una especie de disciplina, he tenido distintas experiencias a la hora de crear una idea, a veces simplemente surgen, como que están en el aire las ideas y como que me golpean y digo ¡uy tengo que escribir esto! y lo escribo, puede surgir que lo escriba en forma de cuento, en forma de poema, o que dibuje algo y después de eso digo como ¡ay esto está muy interesante para volverlo un audiovisual, para narrar a través de esto!. Y surge algo, luego digo cómo quiero transportar este cuento o este poema a un audiovisual, y puede que haga un guión técnico a veces, o haga una especie de escaleta, o también pues el guión literario para cine propiamente, otras veces si me pongo en la tarea escribir, pienso que quiero escribir exactamente sobre un tema en específico y algo sale, como que trabajo más arduamente en ese aspecto, es una mezcla de todo, creo que como ya te dije he tenido diferentes acercamientos pero siento que es algo muy orgánico que termina siendo muy fluido.

S:¿Cómo definirías tu estética como director?

M:Bueno yo creo que es muy importante encontrar una voz, y un tono cuando uno elige contar una historia, y siento que esa voz no necesariamente se traduce en que todos los productos tengan que ser iguales, o más de lo mismo, pienso que más que esa voz es esa manera de mirar el mundo, hacia qué puntos mirar, qué parte de las escenas mirar, qué parte de los escenarios, de los actores, todas esas cosas, en ese sentido yo pienso que mi estética puede estar también muy atravesada por lo teatral y por lo surrealista sin duda, porque de por sí yo miro demasiado la realidad, tomo de ella lo que me parezca patético o absurdo, y lo satirizo de alguna manera, o tomo de ella lo que me marque demasiado o lo que me atravesase como a través de mis búsquedas emocionales, intelectuales y trato de exponerlo de alguna u otra forma siempre con un toque surreal, porque me gusta eso, me gusta no quedarme solo con las posibilidades que ofrece este mundo, o con las posibilidades de esta supuesta realidad, sobre todo porque no creo que haya solo una realidad sino que hay muchas realidades, y jugar con eso, explorar desde los mundos ficticios, desde las alegorías y las metáforas.

S:¿Cuáles crees que son las mayores dificultades que enfrentan los talentos jóvenes de hoy que apenas se están abriendo paso en la industria?

M:No sé siento que a mi no me ha ido mal, siento que me ha ido muy bien y he podido hacer parte de la industria, pero creo que pueden estar los elementos que de alguna forma siempre están, como la incredulidad en esta fuerza de la juventud, porque se tiende a creer que los jóvenes son muy ingenuos, que no saben exactamente lo que quieren, que no tienen definida su voz creativa, narrativa, o su voz desde la estética, y que les falta mucha experiencia, podría ser esto si hay que hablar como de alguna dificultad, pero creo que también se está renovando bastante la industria en general, todavía hay como unas vacas sagradas por ahí que están apostilladas en el poder pero dentro de todo creo que hay una fuerza joven que está surgiendo mucho dentro de toda la industria.

S:¿Cómo definirías el papel del director de arte y su relevancia en las producciones audiovisuales?

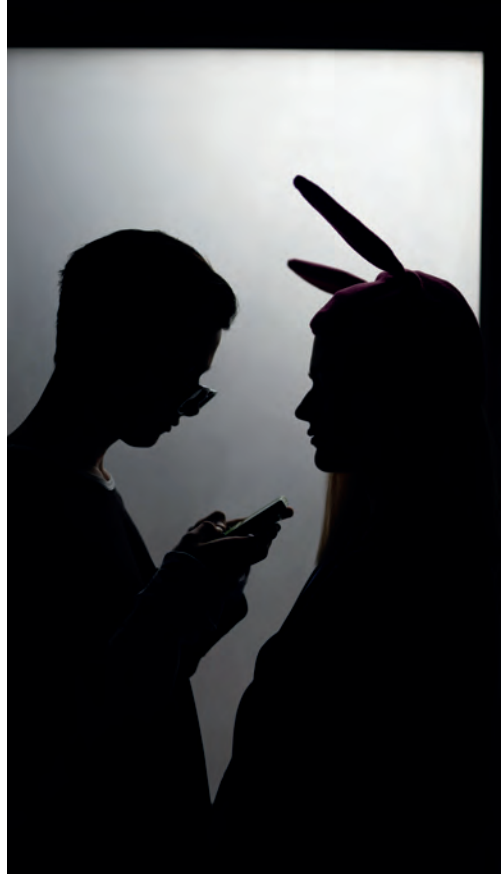
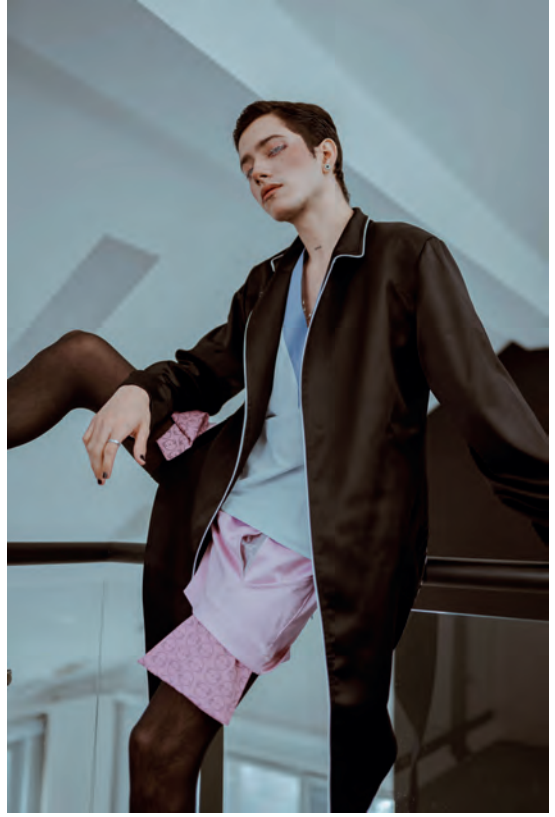
M:El papel del director de arte al menos para mí es fundamental, es como que necesito tener un director o una directora de arte cuando estoy trabajando, sobre todo porque me ayuda mucho a traducir parte de las sensaciones que tengo, parte de esos mundos que quiero crear, y la figura del director de arte pienso que debe ser muy acertada porque es precisamente la que establece ese diálogo y que puede traducir este sentimiento que quiere denotar, el director, puede traducirlo en imágenes, puede traducirlo en paletas de colores, en escenarios, y esto es fundamental, al menos para mí, siempre me gusta tener como mano derecha al director de arte y que se geste también un diálogo entre el tema que estamos tratando, el concepto, cómo queremos que se vea todo esto, yo creo que la relevancia es primordial y es algo que se está viendo mucho ahora con los videos musicales, con las estéticas de los videos musicales, que quizás se han vuelto un poco más arriesgadas pero que quizás esas estéticas arriesgadas ya son lo convencional entonces siempre debe haber una figura del director de arte, incluso considero que se pueden prescindir de otras figuras, pero la del director de arte tiene que estar ahí verificando el styling y generando una conexión desde lo llamativo estéticamente.

Fragmento "Instrucciones para ser una mujer" @Mikanivola-Instagram



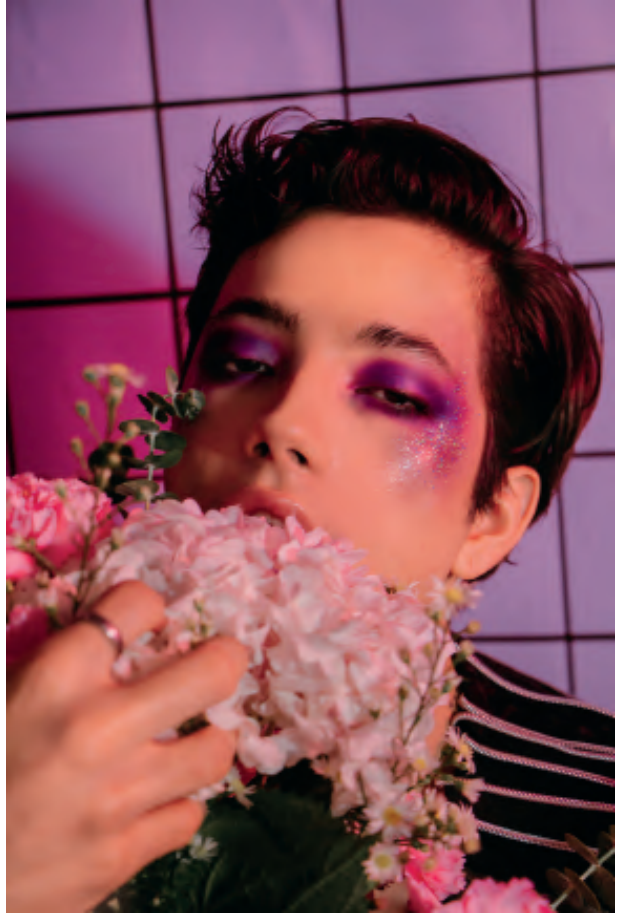
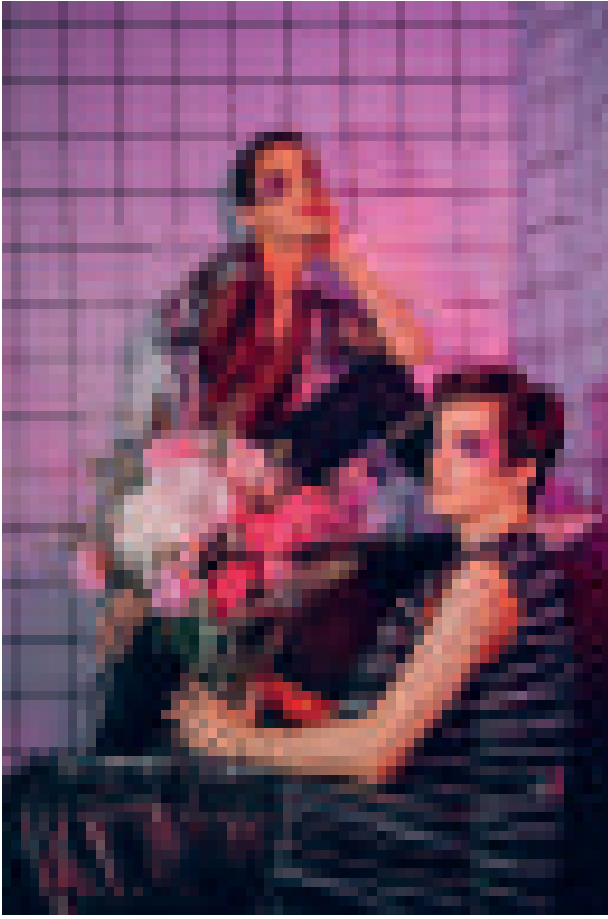
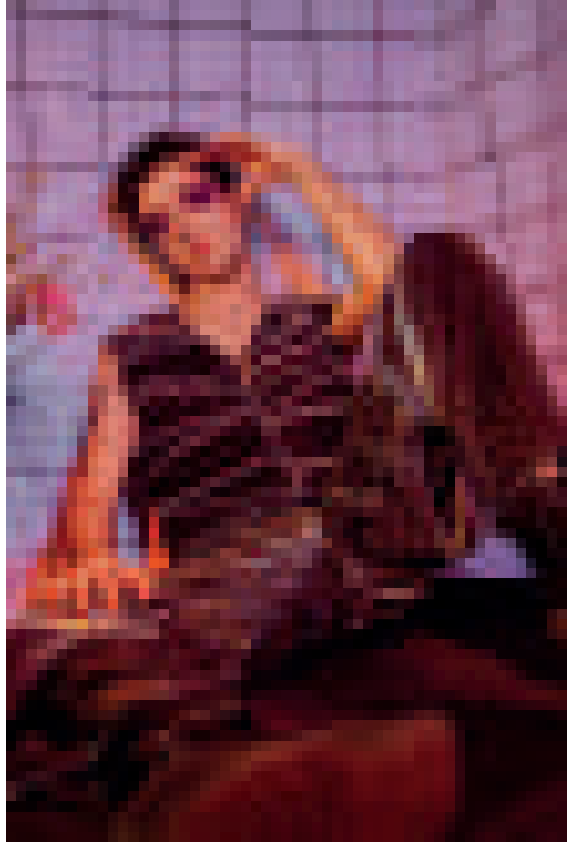
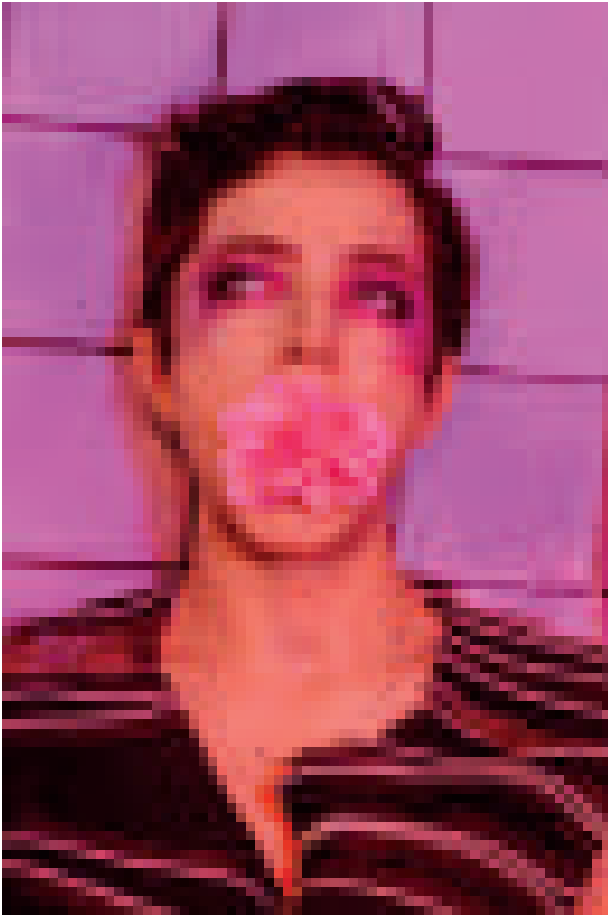


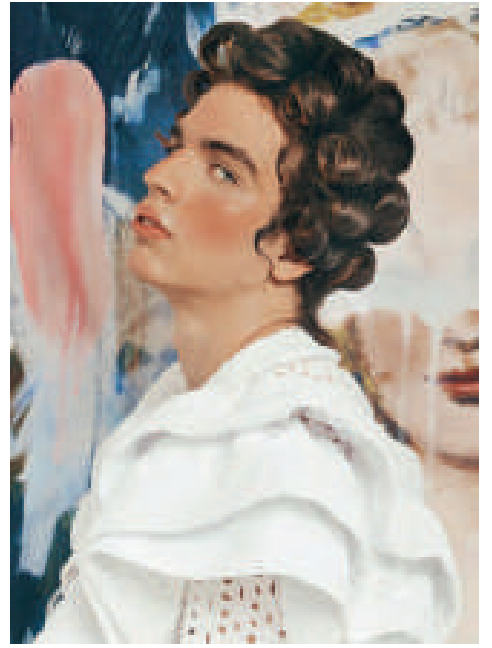
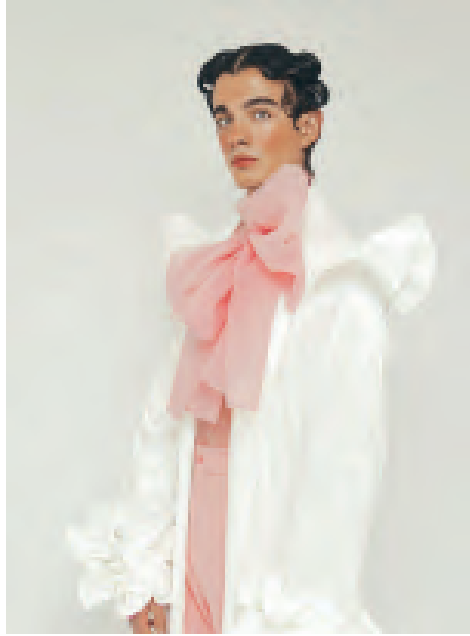
*Editoriales destacadas
de estudiantes*



Valentina Pineda Higuera- Colegiatura Colombiana

Valentina Castrillón Arboleda - Colegiatura Colombiana







Mariana Zapata, Alejandra Taborda, David Ocampo - Colegiatura Colombiana



Referencias

<https://www.impuremag.com/tim-walker-jardin-delicias/>

<https://www.oldskull.net/fotografia/tim-walker/>

<https://culturafotografica.es/tim-walker-cuentos-con-fotografias/>

<https://www.timwalkerphotography.com/archive#21>

<https://vistelacalle.com/130123/alexander-mc-queen-y-su-legado-a-traves-de-tim-walker-2015/>

<https://trendland.com/tim-walker-for-w-magazine-dame-of-thrones/>

<https://eugeniorecuenco.com/latestwork>

<https://www.vogue.es/moda/modapedia/fotografos/tim-walker/274>

<https://moovemag.com/2015/07/man-ray-y-la-fotografia-avant-garde/>

<https://www.xatakafoto.com/fotografos/man-ray-el-surrealista-que-convirtio-la-fotografia-en-arte>

<https://www.fotonostra.com/biografias/manray.htm>

<https://historia-arte.com/artistas/man-ray>

<https://www.expansion.com/fueradeserie/personajes/2018/08/16/5b7154ce46163f1b178b45ba.html>

<https://photoforumbarcelona.com/eugenio-recuenco/>

<https://librosnocturnidadyalevosia.com/eugenio-recuenco-una-vuelta-de-365-grados-alrededor-de-la-fotografia/>

<https://ambientesdigital.com/book-eugenio-recuenco/>

<https://www.talentoabordo.com/es/fotografia/eugenio-recuenco>

<https://culturainquieta.com/es/foto/item/8196-eugenio-recuenco-fotografo-de-fantasias-y-suenos.html>

<https://picnic.media/tim-walker-fotografiar-lo-tenebroso-de-los-cuentos-de-hadas-mx-cd/>

<https://www.wgsn.com/fashion/article/79849>

https://www.wgsn.com/fashion/article/79851#page_17

<https://www.wgsn.com/fashion/article/80109>

<https://www.wgsn.com/fashion/article/80108>

https://www.wgsn.com/fashion/article/86009#page_8

https://www.wgsn.com/fashion/article/86185#page_13

https://www.wgsn.com/fashion/article/85950#page_12

https://www.wgsn.com/fashion/article/85796#page_19

https://www.wgsn.com/fashion/article/85835#page_16

https://www.wgsn.com/fashion/article/85910#page_16

SURREALIVE

ARTS AND CRAFTS ISSUE