



MARCAS

Por Judith Asborno Mastronardo

LA FIRMA DEL ENFANT TERRIBLE

McQueen comenzó su carrera en Londres, a los 16 años. Con la irreverencia de su marca captó todas las miradas, cautivó a la prensa británica especializada, y lideró la llegada de una nueva generación de diseñadores a la primera línea del fashion business.



Genial, intuitivo, depresivo, creativo, oscuro. Todo un artista. Lee Alexander McQueen nació en el popular barrio Est End londinense, el 17 de marzo de 1969. Hijo de un taxista, y el más joven de seis hermanos, comenzó su carrera como diseñador a los 16 años, cuando le propusieron un puesto de aprendizaje en la casa Anderson & Shepperd, en Savile Row, la calle de los sastres. Así comienza la historia de un hombre que dejó huella en el mundo de la moda.

Su marca, irreverente y revolucionaria, comenzó a mostrarse por primera vez cuando le fue solicitada una creación especial para el príncipe de Gales. En ese traje, según la leyenda, McQueen decidió bordar algunas frases políticamente incorrectas para Su Alteza Real. Su estilo transgresor se filtraba indiscutidamente, fundamentándose en una sólida base clásica.

Sus diseños son para una mujer fuerte que ama y vive sin miedo en la misma medida.

Para él la belleza era una imagen que combinaba la oposición o la estética inusual.



En 1991 se graduó en la prestigiosa Central Saint Martins School of London, cantera de muchos grandes talentos del diseño de indumentaria. Su carrera continuó con los figurinistas teatrales Angels & Bermans y ciertos trabajos con Romeo Gigli y Koji Tatsuno. Pero fue el año 1992 el que marcó un antes y un después en la vida de Alexander. Ese año presentó su colección llamada "Jack el Destripador", con la que cautivó a la prensa británica especializada, a tal punto que la reconocida editora y estilista Isabella Blow compró su colección completa. Los periódicos comenzaron a llamarlo el enfant terrible (niño terrible), debido a su petulante imagen de chico malo y a sus frecuentes estallidos.

En 1996 fue nombrado sucesor de John Galiano, como Jefe de Diseño de Alta Costura de la casa francesa Givenchy. De esta forma, el británico de "brillante creatividad y maestría técnica", como lo reco-

nocían en el ambiente, lideraba la llegada de una nueva generación de diseñadores a la primera línea del fashion business. En el año 2000 Gucci adquirió las acciones mayoritarias de la firma de McQueen, lo que le permitió desvincularse de la marca Givenchy, que en sus palabras, limitaba su creatividad. De esa forma logró centrarse de lleno en su propia empresa, trabajo que había compatibilizado durante años. Había llegado el momento de tomar las riendas de su destino. Desde entonces, cada uno de sus desfiles ha sido un hito en la historia de la moda, donde se han mezclado las siluetas más asombrosas, los looks de belleza más transgresores y la utilización más vanguardista de la tecnología.

Sus diseños son conocidos mundialmente porque plasman una gran influencia emocional, energía en bruto y una naturaleza romántica, pero decididamente contemporánea. Así, McQueen supo representar

en sus diseños constantes yuxtaposiciones de elementos: fragilidad y fuerza, tradición y modernidad, fluidez y gravedad. Sus colecciones supieron combinar un profundo conocimiento de trabajo de sastrería a medida británica, la mano de obra fina de los atelier franceses de alta costura y el acabado impecable de fabricación italiana.

Lee McQueen fue encontrado muerto el 11 de febrero de 2010 en su domicilio londinense, a los 40 años de edad. Sin embargo, se ha convertido en uno de los más grandes y polémicos diseñadores de la historia de la moda. Su estilo se caracterizó por una clara brutalidad, atemperada con lirismo; por muy oscuros que fuesen sus diseños, siempre poseían una absoluta feminidad por la que se dejaron seducir desde la cantante Björk, hasta la actual Duquesa de Westminster.

Un diseñador de talento y envergadura, que comprendió que en la moda valía más provocar una reacción que miles de aplausos cortesés



Otoño-invierno 2010 Sorprendete!

Inspiraciones francesas de los años '40 y '50, estampas florales e influencia masculina.

La colección es una verdadera apelación al sentimentalismo, con prendas sofisticadas y cortes perfectos.

Cardiganes pesados, con modelados grandes y hombros inclinados hacia abajo como si hubieran sido realizados sobre el cuerpo, por su estructura y cuellos estilizados. Los vestidos van con dobladura, drapeados y pliegues que parecen acordeones.

Para el día predominan el blanco, los grises, el marrón chocolate, el camel y el visón, además del infaltable negro, que se contrasta con el carmín, el azul noche, petróleo y tonos violáceos. Y por la noche, un importante despliegue de tapados y vestidos en combinación, en tafeta, broccatto y crepe con detalles de galón de gro, raso seda, gasa y satén.

Todo para la mujer rosarina actual. El look perfecto para la estación más fría del año.

Sorprendete con toda la nueva colección que Solo Marcas te presenta cada año.

Cacharel en Rosario es Solo Marcas.

solo marcas

**Pte. Roca 848 • Local 052
Shopping del Siglo • Rosario**