

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche
Titulación en Periodismo

Trabajo Fin de Grado
Curso Académico 2019-2020



La moda masculina y la prensa: estudio en las columnas de
Eugenia de la Torriente

Man's fashion and press: Study in the columns of Eugenia de la
Torriente

Alumna: Andrea Martínez Buades

Tutor: Rocío Cifuentes Albeza



Índice

Resumen

Palabras Clave

Abstract

Key Words

1. Introducción.....	6-8
1.1.Hipótesis y objetivos	
2. Estado de la cuestión.....	9-14
2.1.Evolución histórica de la moda masculina en el siglo XX y comienzo del siglo XXI sobre tendencias y cambios más significativos: de la moda según género a la moda genderless y de consumo responsable.	
3. Metodología.....	15-18
4. Resultados.....	19-32
4.1. Revisión de artículos publicados por Eugenia de la Torriente	
4.2. Obra literaria de Eugenia de la Torriente	
4.3. La prensa especializada y las diferencias de la publicidad según el género	
4.4. Estudio de caso: Lionel Messi	
4.5. Encuesta	
5. Conclusiones.....	33-36
6. Bibliografía.....	37-48
6.1.1. Bibliografía general	
6.1.2. Bibliografía específica de los artículos periodísticos	
7. Anexos.....	49-76
7.1. Anexo 1: Tabla para la clasificación de los artículos	
7.2. Anexo 2: Resultados de la tabla de clasificación de los artículos de <i>El País</i>	
7.3. Anexo 3: Formulario de la encuesta	
7.4.Anexo 4: Entrevistas	

Resumen

Desde finales del siglo XVIII, el hombre ha ido abandonando su afán por la moda, relegando su legado en la figura de la mujer. Pero siglo tras siglo, el amor por el buen vestir se ha ido recuperando, dejando así una gran variedad de estilos para el hombre, olvidando un poco la formalidad del típico traje de tres piezas. Este hecho ha provocado que la prensa especializada de la moda masculina siga en el mercado, pero siempre con un menor consumo que la femenina debido a la creencia de que la moda está feminizada. Por ello, muchas revistas dedicadas a la moda masculina realmente no tratan sobre ella sino sobre otros temas, como por ejemplo la revista *Men's Health*.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la moda masculina desde los artículos que Eugenia de la Torriente publica para *El País*, *Vogue* y *Harper's Bazaar* desde 2010 hasta 2014. Así como su obra literaria *La elegancia masculina. Los secretos del guardarropa* (2015), la cual es toda una guía de estilo dedicada al hombre. A su vez, se revisa la historia de la moda del hombre y las diferencias que encontramos entre la prensa especializada de un género u otro.

Se puede observar en cualquier medio, ya sea audiovisual o escrito, como el hombre en la moda principalmente está ligado a un cargo. Es decir, es director creativo, diseñador o director de algún grupo y a causa de esto, los medios centran su información en esos cargos dejando de lado la moda para este género. Por ello, en este trabajo se incluye una clasificación de artículos de la periodista Eugenia de la Torriente, para comprobar cómo ésta habla del hombre en la moda más allá del cargo que ostenta.

Por último, se presentan los resultados y las conclusiones una vez recogida y analizada toda la información necesaria sobre el tema tratado.

Palabras Clave

Eugenia de la Torriente, periodismo, moda, hombre, *El País*, *Vogue*.

Abstract

Since the end of the 18th century, men have been abandoning their desire for fashion relegating their legacy to the figure of women. But century after century, the love for good dress has been recovered, leaving a great variety of styles for men, forgetting a little the formality of the typical three-piece suit. This fact has caused the specialized press of men's fashion to remain in the market, but always with a lower consumption than women's due to the belief that fashion is feminized. For this reason, they are totally opposite in terms of the subject matter, being in the same field, fashion.

This research aims to analyse men's fashion from the articles Eugenia de la Torriente publishes for *El País*, *Vogue* and *Harper's Bazaar*. As well as his literary work *La elegancia masculina. Los secretos del guardarropa* (2015), which is a style guide dedicated to men. At the same time, it highlights the history of men's fashion and the differences we find between the specialized press of one genre or another.

It can be observed in any media, whether audiovisual or written, as the man in fashion is only bound to one position. That is to say, he is a creative director, designer or director of some group and because of this, the media focus their information on those positions leaving aside fashion for this genre. Therefore, this paper includes a division of the journalist on which we have focused to see how she speaks about the man in fashion beyond those positions.

Finally, the conclusions are presented once all the necessary information about this world has been obtained.

Key Word

Eugenia de la Torriente, journalism, Fashion, man, *El País*, *Vogue*.

1. Introducción

El mundo de la moda es un territorio inmenso y desconocido para algunas personas. En él intervienen múltiples actores, diseñadores, modelos, fotógrafos y periodistas, entre otros.

Los hombres cada vez se interesan más por la moda y es por ello que los diseñadores ahora buscan la moda sin género. Como afirma Miucca Prada, “cada día la vida nos recuerda los múltiples intercambios que históricamente se han ido dando en los géneros” (2015), dejando claro que ambos sexos han sido partícipes de formar el guardarropa del otro.

Muchos diseñadores y marcas están intentando difuminar la tradicional categorización de la moda hacia un género. Y según nuestro punto de vista, la prensa podría hacer una contribución en esta misma dirección y darle a la moda masculina la importancia que merece.

1.1. Hipótesis y objetivos

El trabajo Final de Grado que presentamos a continuación pretende dar respuesta a la hipótesis sobre si a la moda masculina se le ha concedido la importancia y el protagonismo que le corresponde en los medios de comunicación, y en particular desentrañar cuál ha sido su presencia y tratamiento en medios impresos, tales como revistas, a partir del análisis de la obra periodística de Eugenia de la Torriente.

Como punto de partida nos hemos apoyado en la observación de diarios donde De la Torriente publicó entre 2010 y 2014 la mayoría de su obra periodística. Estos medios son el diario *El País*, como periódico nacional y la revista *Vogue España* como prensa especializada en moda. Ambos son los más demandados según la especialidad.

Con esta investigación se pretende hacer una aproximación a la situación actual de la moda masculina en términos de notoriedad desde la perspectiva periodística. Y de esta forma poder, a partir del análisis de lo ya publicado en revistas sobre moda masculina,

evidenciar carencias que ahora mismo existen en la prensa sobre este ámbito y por otro lado, detectar oportunidades y retos que las publicaciones impresas y los periodistas que en ellas publican sus artículos, tienen en cuanto a su contribución a la divulgación de moda masculina entre la sociedad.

Asimismo, se tiene la creencia de que la moda es un sector donde principalmente hay lugar para las mujeres. Como afirma Víctor Fabregat (2018), el papel preponderante de la mujer en la moda es algo irreversible ya que se trata de una creencia histórica. En el pasado y hasta la Revolución Industrial, eran los hombres quienes se adornaban y dedicaban tiempo a la pasión por el vestuario, a partir de entonces se vieron obligados a relegar la importancia de la vestimenta en la mujer (De la Torriente, 2015).

Pese a que la figura masculina excluyera de su vida el buen vestir que caracterizaba a la gran mayoría de hombres del siglo XVIII, con el paso de los años se ha ido recuperando la preocupación por el vestuario y la pasión por el guardarropa masculino. Como señala José Airam, fundador del blog e-coolsystem: “En los últimos años hemos visto un resurgimiento de la moda masculina. Hasta finales del siglo XIX era el hombre el que marcó la historia de la moda y la indumentaria. Los líderes de opinión eran hombres y la mayor parte de los creadores, también” (2020).

Ante la situación expuesta con anterioridad y teniendo en cuenta la hipótesis ya acotada, se plantean las siguientes subhipótesis:

- H.1: ¿Es la sociedad española conocedora de las revistas de moda masculina?
- H.2: ¿Los medios de comunicación se centran más en la moda femenina?
- H.3: ¿Está la moda actualmente feminizada?
- H.4: ¿Ha sufrido alguna transformación la moda de hombre desde la perspectiva de las tendencias de consumo actual?

A partir de la acotación de la hipótesis y las subhipótesis, planteamos como objetivo principal desentrañar cómo es la presencia de la moda masculina en la prensa actual. De este, se desprenden escalonadamente los siguientes subobjetivos:

- Analizar qué nivel de presencia tiene la moda masculina en revistas.
- Cribar los artículos de Eugenia de la Torriente que versan sobre moda masculina y acotar los medios donde esta lo publica.
- Establecer cuáles son las influencias existentes entre la moda masculina y femenina.
- Analizar los puntos claves de la moda masculina a lo largo de la historia.
- Acotar y conocer la evolución de la moda del hombre en los últimos años, a partir de la observación de la transformación que ha sufrido el vestuario de Lionel Messi, personaje público ampliamente conocido y seguido por muchos hombres, en la entrega de los premios de Balón de Oro y su repercusión en medios.
- Determinar cuál es el nivel de conocimiento de la moda masculina en la población de entre 20 y 50 años, para detectar aspectos informativos sobre la moda del hombre de los que la prensa podría informar y cuya contribución podría mejorar la divulgación y el conocimiento de este ámbito en la población.



2. Estado de la cuestión

La RAE define la palabra moda como “uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país”, pero yendo más allá, muchas personas relacionan la palabra moda con la mujer (Ana Ponce, comunicación personal, Agosto 2020).

El hombre se desprendió de la importancia de la vestimenta en la Revolución Francesa y esta preocupación por el vestir quedó relegada en la mujer, afirma Eugenia de la Torriente (2015) en una entrevista para *It Fashion*. Pero la figura masculina en la moda cada vez ocupa más terreno (José Airam, comunicación personal, Agosto 2020).

Al igual que en la moda femenina, en el sector masculino se han dado muchos cambios a lo largo de la historia donde los hombres han ido adaptándose desde el típico traje de tres piezas a un estilo más ‘casual’ o ‘urbano’, como podemos ver ahora en las calles de cualquier ciudad. Para poder observar los cambios que esta ha dado, haremos un breve recorrido por el siglo XX prestando especial atención a las épocas donde la moda ha mostrado cambios más significativos.

Desde hace años, la prensa especializada en moda masculina en papel ha existido, pero siempre se le ha dado más reconocimiento a las revistas femeninas. Es cierto que las revistas dedicadas al hombre cuentan con un gran número de seguidores, pero aún así, no pueden hacerle frente a su competencia, las de género femenino. El Estudio General de Medios (EGM), publicado en 2018 por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) revela que *Vogue* es consumida por 686.000 personas mensualmente, mientras que *Men’s Health* solo la consumen 198.000 personas.

Teniendo como referencia el artículo *Historia de la moda masculina* (Balibrea, s.f.), desde los años 90, el hombre y en concreto, su vestimenta, ha dado un giro radical al dejar de lado el formalismo del traje de tres piezas y dar paso a múltiples formas y estilos de vestir. Por ello, cada vez son más y más los varones que se interesan por el mundo de la moda. Académicamente, cada vez más escuelas y universidades ofrecen formación sobre moda.

Existe un incontable número de libros, revistas, tesis y artículos referidos a la moda femenina pero, muchos menos centrados en moda masculina. De entre las publicaciones

existentes que abordan la moda de hombre, partimos de los siguientes artículos: *Marcando la diferencia: la publicidad en las revistas masculinas y femeninas* de Marín, F., Armentia, J. I., y Ganzabal, M. (2010) y *Claves de la construcción de género de las revistas femeninas y masculinas: análisis cuantitativo* (2010) de los mismos autores mencionados anteriormente. Ambos artículos hablan de la distinción de género que hay en las revistas de moda y cómo actúa la publicidad según al sector al que se dirija.

Por un lado, en el primer artículo, ponemos el foco de atención en el análisis comparativo que en él se hace entre las revistas de diferente género y cómo se aprovecha la publicidad para establecer los anuncios segmentados. Juana Gallego (citado en *Marcando la diferencia: la publicidad en las revistas masculinas y femenina*, 2010) se decanta por dejar a un lado el término revista femenina y porque se le atribuya una nueva nomenclatura a la moda, para que así ningún género quede excluido. Esta misma autora (2010: 15), aboga que es necesario que la publicidad también se mueva dentro de esos parámetros y deje a un lado las distinciones entre lo femenino y lo masculino.

Por otro lado, en el segundo artículo anteriormente citado, nos centraremos en varios aspectos tratados por el mismo: en el por qué de la limitación de ventas de la prensa masculina y en la delimitación que en él se hace acerca de la diferencia de temática en las revistas según el género. Marín, Armentia y Ganzabal (2010: 4) afirman, con respecto a la primera cuestión señalada, la limitación de ventas de la prensa masculina, que se debe a una cuestión más psicológica, puesto que los hombres tienen más carencia de identificación como grupo social. A lo largo del artículo se hacen distinciones entre las diferentes revistas de moda masculina como *Man* o *Men's Health*, siendo la primera una heredera de lo erótico que muestra mujeres semidesnudas, y por otro lado, *Men's Health* que le rinde culto al cuerpo.

Además, en el artículo mencionado anteriormente, se señala que en las revistas de “estilo de vida” o masculinas su principal temática es exhibir a las personas populares o de notoriedad y después incluir moda, motor, ocio y electrónica.

Cartaphilus es una revista de Investigación y crítica estética de donde se ha extraído el artículo *El hombre vestido. Una visión sociológica, psicológica y comunicativa sobre la moda* de Luis Casablanca y Pedro Chacón (2014). En el artículo, *La moda como*

comunicación, se habla de la moda como un valor de pertenencia a un grupo. Además, los autores expresan muy bien por qué los hombres también se interesan o deberían interesarse por la moda, ya que es un ámbito cambiante con el paso de los años y exige una tarea constante de documentación: “La moda se escapa de la rutina, la rutina puede ser tediosa, la moda exige un cambio permanente [...] esa renovación constante, la hace omnipresente y aprobada, el cuerpo social muestra por ella un interés notorio” (Casablanca y Chacón, 2014: 68).

Además de todo lo mencionado anteriormente y a pesar de que el trabajo esté centrado en un ámbito más nacional, también hemos tomado como referencia el artículo *What is a man of Fashion? Manuel Pez and the image of the dandy in Galdós's La de Bringas* de Dorota K. Heneghan (2010). En concreto, este artículo se centra en la figura de Manuel Pez, un ‘dandy’ de los años 90 bastante peculiar donde muestra a través de la literatura de Galdós cómo este tenía una percepción diferente del hombre en la moda (dandy en aquella época) durante el siglo XX en la literatura española.

En lo referente a literatura, hemos seleccionado como fuente documental *La elegancia masculina. Los secretos del guardarropa* de Eugenia de la Torriente (2015). La autora relata la historia de la moda masculina, haciendo especial hincapié en la necesidad del buen vestir que recae en la figura masculina. Además, otra obra similar en cuanto a contenido, encontramos el libro de Maribel Bandrés (2002), *La imagen del hombre profesional*. Cuya tesis principal es que el hombre de negocios puede alcanzar el éxito si sabe adecuar su guardarropa a la ocasión.

1.1. Evolución histórica de la moda masculina en el siglo XX y comienzo del siglo XXI sobre tendencias y cambios más significativos: de la moda según género a la moda genderless y de consumo responsable.

Según Esther Balibrea (*s.f*) entre los años 20 y 30 la vestimenta del hombre se caracterizaba por ser muy elegante y formal. Estos vestían con trajes de tres piezas: chaqueta, chaleco y pantalón, casi siempre con predominio de colores oscuros como azul, marrón o gris. En los años 30 se dio la novedad de que estos trajes incluían rayas, inspirado en los gánsters como Al Capone. Además, la chaqueta se convirtió en una prenda más casual, copiando el puro estilo de Hollywood, que presentaba estampados como cuadros o pata de gallo. En cuanto a accesorios destacaban las corbatas lisas, los sombreros de paja y el zapato bicolor, elementos que predominaron hasta los años 40. Debido a la guerra y para abaratar costes, los trajes se llevaban sin chalecos y los bolsillos sin alas; los pantalones se hacían sin dobladillos ni pliegues; y las chaquetas ya no eran cruzadas, se utilizaban los botones.

Este mismo autor señala, que la moda juvenil empezó a evolucionar en los años 50 y empezaban a cobrar protagonismo los vaqueros con las chaquetas de cuero, look inspirado en los actores americanos de la época. A pesar de ello, el traje seguía siendo el gran protagonista entre los hombres de negocio, unido al esmoquin y la pajarita, que cada vez abandonaba más los eventos formales para usarse a diario entre este público.

Sin embargo, De la Torriente (2015: 200) señala el gran cambio que sufrió la moda en los años 60 y 70, pues ya no solo evolucionó la vestimenta y los complementos, sino que también cambió el peinado. Durante estos años, siguiendo a esta misma autora, lo más común era la variedad que se veía en la variedad en la vestimenta de los jóvenes. Aparecen según Balibrea (*s.f*) desde trajes ajustados con estilo disco o 'mod', pasando por estampados de flores o salvajes entre otros. Además, la tendencia en moda basada en el estilo de la conocida película *La fiebre del sábado noche* dirigida por John Badham y estrenada en 1977, influyó tanto que todo se volvió más extravagante y era lo que más predominaba en las discotecas (Ferreyra, *s.f*). Por otro lado, los trajes de tres piezas no pasaron de moda y los colores dominantes eran el blanco y el negro (De la Torriente, 2015: 37).

Durante los años de final del siglo XX, según Ferreyra, (s.f.) la moda volvió a evolucionar a favor de la diversidad. Era muy frecuente ver el estilo punk, con pinchos y rasgados, así como el estilo grunge o rapero. En esta época la alta costura fue perdiendo seguidores, la gente prefería decantarse por grandes marcas para demostrar el poder económico. Ya no se llevaba un único estilo formal, sino que todos eran aceptables, era cuestión de sentirse cómodo. Además, según este mismo autor, durante los 90 triunfaron los pantalones Levis, las zapatillas All Star de Converse y las gafas Rayban.

En los primeros años del XXI, así como a día de hoy, la moda masculina se ha hecho más libre gracias a los medios de comunicación, Internet y la libertad de expresión. Además, ahora vuelven modas pasadas, el mencionado estilo vintage no es más que modas pasadas que han vuelto a resurgir (Ferreyra, s.f). Además, siguiendo al mismo autor, el streetstyle cada vez es más cómodo, predominan las deportivas, los vaqueros y las camisetas, pero a día de hoy en la calle puedes ver gran variedad de estilos desde hypster hasta un estilo más formal donde predomina el traje. Este último siempre estará presente puesto que desde el siglo XX ganó personalidad y son los diseñadores los que ahora se encargan de decir qué estilo de traje es tendencia.

Estos cambios y tendencias de la moda masculina que se dieron en el siglo XX y que se están dando a principios del siglo XXI son los antecedentes de la moda masculina del futuro. Dentro del nuevo contexto comunicativo, marcado por la aparición de la web 2.0, donde intervienen en el ámbito de la información y de la información persuasiva, las redes sociales y los ‘influencers’, como líderes de opinión y prescriptores frente a la audiencia; sumado a la aparición de los prosumidores y los *crossumers* entre otros, se observan grandes cambios en el ámbito de la divulgación de información sobre moda masculina y sobre su consumo.

Las tendencias de consumo de moda cobran un ritmo mucho más acelerado, conocido este fenómeno como moda rápida, moda pronta o *fastfashion*, en la que el grado de obsolescencia de las tendencias en moda es mucho más fugaz que en el pasado. Si bien se observan también agentes que abogan por un consumo responsable, marcado por el movimiento lento o *slowfashion*, término acuñado en 2007 Kate Fletcher y que trata de calmar el ritmo frenético actual de las actividades humanas. Un ejemplo de este

movimiento es la marca creada por la periodista Sara Carbonero, *Slowlove* y las últimas campañas publicitarias de Adolfo Domínguez: Piensa luego compra y Sé más viejo.

También subrayamos el destacado papel de algunos diseñadores de moda que han sido pioneros en la moda, tales como Yves Saint Laurent, Rudi Gernreich, Jean Paul Gaultier o Pierre Cardin, y que ahora abogan por una moda inclusiva y sin distinción de género, difuminando las fronteras que en el pasado tenían un fuerte arraigo entre el sector de la moda, los consumidores y los profesionales de la comunicación. Funes (2020) señala en particular la contribución revolucionaria de Coco Chanel, quien disparó la tendencia de vestirse al “estilo chico” ya en los años 20, al vestir los pantalones de su novio Boy Capel y “supuso la mayor revolución en la moda femenina desde que Paul Poiret liberase a la mujer del corsé a principios del siglo XX” (Funes, 2020).

En Octubre de 2015 fue Gucci quién retomó la moda sin género adornando a uno de sus modelos masculinos, Alessandro Michele, con lazos y encajes (Funes, 2020). La moda genderless se ha trasladado a la moda de consumo habitual de marcas muy conocidas, pero adaptando los patrones tanto al cuerpo de mujer como de hombre. A pesar de la importancia de las tendencias en moda señaladas, por limitación de tiempos y de extensión para abordarlas con rigor, hemos decidido no incluirlas en esta investigación y centrarnos en la acotación y el análisis de los artículos de Eugenia de la Torriente.

De los cambios señalados y de las transformaciones en el ámbito de la moda, habrá que esperar para poder determinar cuál será su evolución en el siglo XXI y conocer qué otros aspectos incidirán en su esencia y su futura trayectoria.

3. Metodología

A partir de la hipótesis y de los objetivos que se han planteado para este Trabajo de Fin de Grado, proponemos un método de investigación que combina metodologías de investigación cualitativas y cuantitativas. Ambas nos permitirán abordar el objetivo principal planteado y sus correspondientes subobjetivos para así verificar o refutar la hipótesis principal.

En lo referente a la metodología cualitativa, se realizará una acotación de los artículos publicados por la periodista Eugenia de la Torriente que se centran única y exclusivamente en el tema de la moda masculina para a continuación analizarlos y que han sido publicados en el diario *El País* y la revista *Vogue*.

La selección de Eugenia de la Torriente como referente de los artículos publicados se debe a que es una periodista de prestigio. Actualmente es la directora de la revista *Vogue España*, que goza del cuarto lugar como publicación mensual más leída a nivel nacional, según el Estudio General de Medios (EGM) publicado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC).

Además, en 2004 De la Torriente se sube al barco del diario *El País* como editora de moda donde tras 8 años consigue ascender a jefa de sección de *El País Semanal* y posteriormente redactora jefe del mismo suplemento. Durante esta trayectoria en el diario español publicó más de un centenar de artículos, siendo la mayoría en la revista *ICON*. Asimismo, cabe destacar que su única publicación literaria está dedicada al guardarropa masculino.

Se creará una tabla en la que se integre la información analizada en los artículos publicados en el diario *El País* por De la Torriente, los cuales sólo tratan sobre moda masculina. Los artículos se ordenarán por orden cronológico de publicación y las variables de recogida de información en la tabla sobre los artículos mencionados serán: título, enlace donde se publica, sección del diario donde se encuentra y la categorización otorgada por nosotros que consiste en:

- Diseñador, que a su vez comprende 3 subcategorías: pasarela, cambios y otros. En la primera se incluyen los artículos relacionados con un diseñador en pasarela, en cambios se adhieren los artículos relacionados con sustituciones de diseñadores y, por último, en otros, homenajes a diseñadores y reportajes sobre estos.
- Moda hombre: integra los artículos que hablan tanto de desfiles como de vestimenta masculina.
- Premios: se incluyen los artículos acerca de los looks masculinos de personajes públicos en eventos importantes.
- Extra (artículos de noticias complementarias): se incluyen los artículos relacionados con los grupos empresariales y las futuras tendencias.

Por otro lado, para la revista Vogue vamos a seguir los mismos criterios que los empleados para el diario *El País* para que los resultados sean similares y determinar si es posible establecer una comparación de los hallazgos encontrados.

También se han seleccionado artículos publicados por otros periodistas, al tratar del mismo tema pero que complementan la producción periodística de De la Torre, al centrarse principalmente en el desarrollo histórico de la moda masculina: Ferreyra, (s.f.) y Balibrea, (s.f.). Además, también se han analizado artículos sobre la historia de las revistas de moda masculina (Esgoa, 2018; MensandBeauty, 2019), un artículo sobre la actuación de la publicidad en las revistas según el género al que vaya dirigido (Marín, Armentia y Ganzabal (2010)) y otro sobre la diferencia de contenidos en las revistas de moda según el género (Marín, Armentia y Ganzabal (2010)).

Asimismo, se ha realizado un estudio de casos, en el que se ha seguido la transformación del vestuario de Lionel Messi durante las consecutivas galas del Premio Balón de Oro a través del eco en prensa desde 2009 a 2019. Hemos seleccionado al futbolista Lionel Messi como estudio de caso, ya que se trata de una persona con mucha relevancia pública y que es para muchos seguidores un ejemplo en moda a imitar y también por su especial repercusión que tiene en los medios de comunicación su aparición en la gala de este premio.

Seguidamente hemos realizado entrevistas como metodología cualitativa a personas de interés relacionadas con el hecho investigado:

Isabel Yuste es Periodista, Personal Shopper, Asesora de Imagen, Docente, Conferenciante y Productora artística de eventos de moda. Empezó trabajando como periodista para EPCOMUNICACIÓN, una agencia de moda, hasta que comenzó en la docencia en el Instituto Europeo di Design y la Escuela de moda de la revista Elle.

José Airam es un economista apasionado por la moda masculina que tras acabar su carrera en 2009 fundó el blog e-coolsystem, considerado uno de los mejores blogs de esos tiempos. Actualmente es referente en blogs de moda y tendencias de nuestro país e imparte clases en la Escuela de moda Elle.

Carlos Benavent es un empresario alicantino y propietario de la tienda Benavent en Alicante. Junto con su hermano, está siguiendo el legado de su familia, su propia camisería especializada y dedicada en moda hombre.

David Carrión es un modelo español que cuenta con 14,1 mil seguidores en Instagram. Su trayectoria como modelo comenzó con la Agencia Kara de Alicante, su agencia madre como él la llama. La agencia Sight Management de Barcelona también se interesó por él y se ha convertido en su segunda casa.

Ana Ponce es una modelo española que nació de la mano de la Agencia Kara Alicante, destaca por su sencillez y su pasión por la moda. Lleva 20 años dedicándose al mundo de la moda y al modelaje. Ahora mismo es representada por la agencia internacional *Trendsmodels* de Barcelona.

Por último, hemos realizado una encuesta creada con Google Forms, para saber si la sociedad española es o no conocedora de la moda masculina. Los criterios que hemos fijado para realizarla son los siguientes:

En primer lugar, hemos marcado una franja de edad de 20 a 50 años ya que son personas que pueden acceder a Internet desde un ordenador, una tableta o el propio teléfono móvil.

Por otro lado, cabe destacar que no hemos puesto restricción de género ya que pretendemos conocer la opinión tanto de mujeres como de hombres.

La encuesta se difundirá por WhatsApp ya que es la aplicación que más se utiliza, usada por un 74% de los usuarios, según afirma el estudio anual de mobile & connected devices de IAB Spain (2019). Además, esta ha tenido un periodo de duración de dos semanas desde el día de su creación.



4. Resultados

4.1. Revisión de artículos periodísticos de Eugenia de la Torre

Se acotan un total de 136 artículos de De la Torre que tratan sobre moda masculina en el diario *El País* publicados entre 2010 y 2017 extraídos de la hemeroteca del mismo diario seleccionado en la que se incluye un total de 21.335 artículos archivados sobre moda masculina.

Para organizar la información obtenida de la búsqueda en la hemeroteca de *El País*, se ha creado una tabla en la que se analizan por orden cronológico los 136 artículos de De la Torre acotados en esta investigación siguiendo las variables que anteriormente se han mencionado en el epígrafe de metodología.

También se ha desarrollado una tabla equivalente para los artículos de la revista *Vogue* en la que solo se han podido añadir tres artículos que De la Torre ha publicado en esta revista entre los años 2017 y 2019. De esta forma no se ha podido establecer una comparación entre los resultados recogidos en las dos tablas creadas para analizar la presencia de moda masculina en dichas revistas, debido a la escasez de artículos que hemos detectado en la revista *Vogue* en relación a los publicados en *El País*. Ya que solo un 10% de los artículos de la revista anteriormente mencionada, está dedicado al género masculino.

De la tabla creada para los artículos del diario *El País* y que adjuntamos en el Anexo II de este mismo trabajo, extraemos que la sección más repetida donde se almacenan los artículos analizados es *cultura* en lugar de *estilo*. Por otro lado, en la revista masculina *ICON* de este mismo diario, De la Torre tan solo publica 11 artículos, que versan, en su mayoría, sobre una visión más literaria de la moda masculina, pues incluye *Tenga cuidado con lo que desea* (2013), entre otros, que habla del paso del traje al chándal de una manera más poética.

De las categorías, explicadas con anterioridad, que le hemos otorgado nosotros a cada artículo destaca la de ‘diseñador’, pues la gran mayoría de artículos se encuentran

acotados bajo esa categoría donde se habla tanto de un conflicto en un grupo de moda como Dior hasta el homenaje de una figura importante para el mundo de la moda.

Por otro lado, del análisis de los artículos de la revista Vogue hemos obtenido menos resultados puesto que, debido a la escasez de estos, no se ha realizado la categorización propia de los artículos como señalábamos en el caso anterior. De estos tres artículos cabe señalar que el más relevante es el que publica en 2017 bajo el título de *El sonido de la moda* donde la entrevista al diseñador Hedi Slimane.



4.2. Obra literaria de Eugenia de la Torriente

La obra literaria de Eugenia de la Torriente es corta en cuanto trayectoria puesto que solo ha publicado un libro durante toda su carrera. *La elegancia masculina. Los secretos del guardarropa* (Debate, 2015) es la obra donde la periodista plasmó una guía de estilo para el buen vestir del hombre.

Como hemos visto anteriormente, de la Torriente afirma que es la vestimenta del hombre es la que influye en la del sector femenino, por ello, para la autora, la moda no esta feminizada. Pero, para entender las columnas que Eugenia de la Torriente publica en *Harper's Bazaar*, *Vogue* y el diario *El País*, es necesario hacer un barrido por su obra literaria.

Como podemos observar en el libro, el prólogo de este está escrito por un varón, siendo este referente de la moda por su relevancia como diseñador. Hablamos de Giorgio Armani. Bajo diez pautas el diseñador busca hacer ver al lector que lo importante en el buen vestir del hombre es siempre ser fiel a su estilo y personalidad. Además, recomienda que se debe buscar el equilibrio entre lo cómodo y lo elegante, cuidando siempre el aspecto físico y psíquico.

La autora ha separado su obra en cuatro grandes apartados que son: Vestir formal, Deportivo, Camisas, Zapatos y Extras. En cada uno de ellos, explica la vestimenta masculina que se menciona en cada sección unido a mucha historia de la moda del hombre. Además, cuenta con aportaciones de otros hombres como Luis Sans, sastre y propietario del taller Santa Eulalia, Jonathan Anderson, diseñador de moda y Gildo Zegna, propietario de Zegna, una casa de moda masculina de lujo.

En el capítulo uno queda reflejado la historia de la moda masculina y se encuentra la explicación de por qué los hombres dejaron de lado la moda. El género masculino antiguamente se 'adornaba' más que una mujer, es más se preocupaba mucho por su vestimenta hasta la época de la Revolución Francesa donde todo se volvió de color gris y la vestimenta únicamente debía ser apta para el trabajo.

Además, llama la atención que tanto en EE.UU como en Francia, también se abandona ese adorno para ambos sexos y es la mujer quien empieza a copiar el traje del hombre. Por ello, se conoce a Brummell como el padre de la elegancia masculina moderna ya que optaba por la sencillez y la discreción, donde predominaba una paleta sobria con negro, gris y azul marino.

En el siglo XIX, de la mano de Coco Chanel se introduce el principio de austeridad en el guardarropa femenino y por ello se acentúa de una forma dramática la moda femenina. Por otro lado, con Giorgio Armani se crea toda una revolución de trajes masculinos mucho más confortables gracias a la confección italiana.

Un siglo mas tarde, empieza a cobrar expresividad y personalidad los diseñadores de los años 90 que son quien comienzan a crear las tendencias.

Además, en este capítulo la autora incluye las diferentes formas de vestir formal que tiene un hombre pasando desde el formalísimo chaqué hasta llegar a la americana. Mencionando también el movimiento del dandismo que hemos visto anteriormente reflejado en las obras de Galdós e incluido en la metodología.

En el capítulo dos se habla de la moda deportiva, que durante el siglo XIX estuvo en auge porque se presentó la necesidad de vestirse diferente según la actividad. Para las actividades de ocio como la caza o correr se creó una vestimenta acorde para desempeñarlas con mayor facilidad.

Este estilo deportivo, o lo que hoy llamamos estilo 'comfy', ha evolucionado tanto que ahora es muy común verlo por la calle. La gran mayoría luce zapatillas, sudaderas o polos y este hecho ha favorecido a las marcas de este ámbito.

Además, la autora afirma que en el mundo deportivo se halla una gran paradoja puesto que antiguamente vestirse de manera diferente para las actividades de ocio otorgaba estatus y distinción, ahora la vestimenta deportiva es un símbolo de pérdida de códigos.

Con la llegada del siglo XX y tras la Segunda Guerra Mundial se empezó a ver como vestían y como vestirían los hombres, viéndolo reflejado en los soldados que iban al

frente. En esta época empezaría a llevarse un estilo menos formal donde predominaban los pantalones chinos, las camisetas o las chaquetas 'bomber' y así nació el armario juvenil que conocemos ahora en el siglo XXI.

La historia del chándal sorprende por ser un elemento unificador y democratizador que elimina fronteras sociales, de edad y clase. Y con esto, surgieron las grandes marcas que hoy conocemos. Adidas triunfó en los años 60 con su mítico chándal de tres rayas y, por otro lado, Nike en 1984 firma un acuerdo con Michael Jordan que conduce a la marca al éxito.

La verdadera alianza de la moda y el deporte llega en el siglo XXI cuando Adidas hace una colaboración con Yohji Yamamoto y Puma con Alexander McQueen. A partir de ahí, se suman más colaboraciones de marcas deportivas con diseñadores que lo ven como una posibilidad que ofrece ampliar la audiencia.

Para concluir, en este capítulo la autora plasma, al igual que en su primer artículo para *Vogue*, que de la música también se aprende a vestir. Este hecho también se vio un siglo atrás donde el hip hop se convirtió en una auténtica novedad que se expandió con mucha rapidez y con ello se acentuaba el estilo deportivo. Además, Run-DMC le dedicó la canción *My Adidas* a sus zapatillas.

Anteriormente hemos hablado del capítulo dos, el cual la periodista catalana dedica a la moda deportiva, pues bien, en el tres habla de las camisas como la prenda esencial en todo guardarropa masculino.

La historia de la camisa es extensa porque hasta la tercera década del siglo XX, la camisa era una prenda interior y era impensable ver a alguien únicamente con esa prenda. Este dato es muy curioso ya que como se establece en el libro, la camisa es la prenda con más posibilidades de la vestimenta del hombre. Además, hasta los años 50 no se conocía la camisa de manga corta o con detalle del bolsillo, lo que acabó por sustituir al chaleco.

Lo más importante de la camisa y de su trayectoria es que existen dos tipos, la de vestir y la deportiva. También, cabe destacar como lo hace de la Torriente, que el cuello es un detalle a tener en cuenta, puesto que marca la diferencia, cuanto más rígido, más formal.

El libro que estamos analizando es muy rico en detalles, cuenta mucha historia del guardarropa masculino añadiendo aspectos de interés como, por ejemplo, que en 1961 se rodó la película *Blue Hawaii*, lo que hizo que las camisas floreadas se pusieran de moda. Con ello demuestra que no solo ahora los hombres seguían la moda,

Pese a que el capítulo cuenta con toda una extensión de la narración de la camisa al detalle, no vamos a hablar al detalle de ello pero si afirmamos que, además, la ropa masculina y en concreto las camisas de colores, han sido y serán una pieza clave en aspectos como la política.

Por otro lado, leyendo el capítulo cuatro podemos observar como los hombres son los que innovaban en la moda y quienes empezaban a llevar prendas y las mujeres se fijaban en ellos.

En este capítulo dedicado a los zapatos, Eugenia de la Torriente asegura que la obsesión por los zapatos no es únicamente de las mujeres. Por cada loca por los zapatos de Manolo Blahnik hay un número menos, pero existe, un loco por los de John Lobb.

Además, el zapato del hombre no es tan cambiante como el de la mujer. Es mucho más atemporal, lo que quiere decir que un buen zapato masculino puede durar toda la vida.

Por otro lado, reyes como Luis XIV o Carlos I fueron los pioneros en llevar zapatos de tacón aunque con un uso diferente al que conocemos hoy en día. Los tacones femeninos vienen influenciados de estos reyes, quienes los usaban para practicar tiro con arco sobre un caballo y gracias al uso de tacones en sus zapatos podían ponerse de pie en los estribos.

Jonathan Anderson, el director creativo de Loewe aporta al libro cinco preguntas de las cuales hemos destacado que para él el mejor momento de la moda masculina son los años 50 y 60 donde se alcanzó una nueva modernidad. Y, además, cree que la moda para hombre debería arriesgar más y romper con todas las reglas.

Para concluir con la obra literaria podemos decir que otra cosa que hace destacar este libro, además de la riqueza en detalles, es que la autora cuenta con muchas citas de diseñadores, periodistas o arquitectos, todos varones y con una cosa en común, el afán

por la moda. Además, gracias a este libro podemos comprobar como la gran mayoría del guardarropa femenino viene influenciado por el masculino.



4.3. La prensa especializada y las diferencias de la publicidad según el género

En primer lugar, el vocablo revista, como bien apunta María Isabel Menéndez (2009) en su tesis *Aproximación teórica al concepto de prensa femenina*, ha sido definido en muchos trabajos teóricos, casi todos con una definición muy similar que dice: “las revistas son publicaciones de carácter periódico, cuyo ritmo de aparición es igual o superior a una semana y que pueden ser adquiridas por el público mediante la compra de un determinado ejemplar o por suscripción” (Menéndez, 2009: 279). Según esta misma autora, la revista se entiende como masculina o femenina según el contenido que presenta y si es leída mayoritariamente por un sexo u otro. Por ello, las empresas publicitarias utilizan su propio sistema para averiguar cuándo es masculina o femenina. Si el 75% de sus lectores son varones, es masculina y, a la inversa, si el 75% son mujeres, femenina.

Por un lado, se considera revista femenina aquella que trata moda, belleza, cocina, libros y consejos de salud, entre otras. Por lo que este producto dirigido al segmento femenino del mercado está elaborado comercialmente y se refuerza con el título, claros ejemplos son *Elle* o *Woman*.

Por otro lado, se entiende por revista masculina cuando además de tratar moda y estilo de vida, también se menciona motor, deporte o juegos. Al igual que pasa con las revistas femeninas, se refuerza con el título, ejemplos de ello son *Men's Health* o *VMAN* pero lo que realmente llama la atención es que las revistas masculinas se denominan revistas “estilo de vida” en vez de atribuidas al género como pasa con el sector femenino.

En resumen, podemos decir que las revistas están dirigidas a un sector de la población dividido por el sexo, según el contenido que esta contenga y el sexo predominante de sus lectores. Por ello, según si es masculina o femenina encontraremos publicidad de cada tipo.

Según Marín, F., Armentia, J. I., y Ganzabal, M. (2010) la publicidad de moda en ambas revistas es de 11,9% en las masculinas y, un poco mayor, en las femeninas siendo el 15,2%. Sin embargo llama la atención las cifras en accesorios siendo el 1% en las revistas

de hombres y un 6,1% en las femeninas. También hay mucha diferencia en las bebidas ya que en las revistas dedicadas al hombre no aparece publicidad de bebidas sin alcohol, pero sí un 13,6% de bebidas alcohólicas. En el caso de las mujeres, hay un 0,2% de publicidad de bebidas sin alcohol y un 0,4% de bebidas alcohólicas.

Elle, Vogue, Vanity Fair, Cosmopolitan, Harper's Bazaar, Telva o *Glamour* son títulos que la gran mayoría de la población sabe identificar como revistas de moda femeninas.

Según los resultados de la encuesta realizada, desde hace muchos años existen revistas masculinas pero solo es un pequeño sector de la población quien las conoce. Además de revistas para el género masculino también existen medios que dedican una edición especial, como *El País* con su edición *ICON*, o una sección para hombre, como es el caso de *Vogue*. Pero no debe caer en el olvido que desde 1933 hasta la actualidad se han ido creando revistas especializadas para que el hombre le preste atención a su vestimenta, salud y físico. Por ello, es necesario conocer las siguientes seis revistas masculinas que han resistido durante años pese a los cambios y la minoría de ventas en comparación con las femeninas.

En primer lugar, la revista *Esquire* nace en 1933 como una publicación especializada en moda y repleta de artículos de autores de la talla de Hemingway. Ha ido cambiando con el paso de los años hasta convertirse a día de hoy en una elegante revista de moda. Además, esta revista es pionera en ver los cambios de la vestimenta masculina puesto que en 1934, un año después de su nacimiento, publicó la versión del esmoquin con la chaqueta en color blanco.

Por otro lado, para hacer competencia a la revista *Esquire* nace en 1957 la revista *GQ* que pasó a ser de Conde Nast en 1983 cuando empezó a escribir artículos más allá de la moda. Años más tarde, en 1982 nace la revista *Details* bautizada como 'el *Vogue* de los hombres'. Seguidamente nace *Men's Health*, la que se convirtió en la más vendida en USA. Desde 1987 esta revista trata todos los temas desde fitness, estilo de vida hasta sexualidad. Además de ser la más vendida pasó a ser la más grande pues cuenta con cuarenta ediciones en cuarenta y siete países.

Por último, las más recientes de esta selección son *VMAN* y *Fucking Young* que nacieron en 2003 la primera y en 2012 la segunda. Ambas tratan la moda masculina pero desde un enfoque más innovador. *VMAN* está dedicada al hombre urbano y *Fucking Young* tiene un target más joven ya que se inició en formato web dedicado a nuevos diseñadores, fotógrafos, modelos, estilistas y todo aquel relacionado con el mundo de la moda.



4.4. Estudio de caso: Lionel Messi

Tras el análisis de las noticias en medios que mencionan y analizan el vestuario de Messi, después de cada gala del Premio Balón de Oro desde el año 2009 y al 2019, obtenemos como resultado que muchos de estos artículos suscitan muchas críticas, refiriéndose a la forma de vestir del jugador de fútbol, como una forma de vestir muy extravagante.

Como afirma la redacción de *Eurosport* (2013) en la misma revista, el futbolista Lionel Messi es uno de los más atrevidos a la hora de vestir y como son tantos premios los que le han otorgado, el argentino opta por hacer inolvidable cada ceremonia.

Asimismo, la redacción de *Mundo Deportivo* (Enero, 2017) aseguraba que en 2017 se presentaría una gala diferente, puesto que el delantero del Fútbol del Club Barcelona, no estaría en esta entrega. Además, en el artículo se calificaba “la indumentaria del crack del Barça ha sido una de las atracciones de las ceremonias de entrega de estos premios” (2017).

Su presencia en los medios de comunicación debido a su vestimenta comienza en 2009 donde recogía su primer Balón de Oro. En esta ceremonia, el futbolista apareció con un traje sencillo y discreto en color negro con corbata negra y camisa blanca.

En 2010, eligió al diseñador Dolce&Gabbana, siguió con el estilo sofisticado y elegante en color negro pero el cambio vino de la mano del tejido, siendo este de terciopelo. Asimismo, sustituyó la corbata por pajarita. Un año más tarde continúa en la línea que escogió en 2010, así como un traje del mismo diseñador y tejido, cambiando el color del traje de negro a vino.

En 2012, el futbolista sorprende por su traje extravagante negro con topos blanco, el cual acabó siendo un meme del famoso ‘pac-man’ en todas las redes sociales. Tras el atrevimiento anterior, en 2013, dejó de lado el traje y optó por un smoking rojo brillante que tampoco dejó indiferente a nadie, como afirma Sportyou (2019) en *20 minutos*.

En este punto, Lionel Messi ya era considerado como un icono de las ceremonias del Balón de Oro y aparecía en todos los medios de comunicación tanto antes como después de la entrega del premio.

La época del traje finalizó en 2012 y los años posteriores el delantero del Barça lucía smoking de diferentes estilos. En 2014 apareció a la ceremonia con un smoking morado brillante, en 2015 volvía a los clásicos con uno en tonos negros con camisa blanca, al igual que en 2019 que lució un traje negro de terciopelo con una corbata gris.



4.5. Encuesta

En cuanto a la encuesta realizada, hemos incluido en el Anexo III el modelo de plantilla en que se articulan todas las preguntas realizadas.

Tras pasar la encuesta creada en Drive con Google Forms, hemos obtenido un total de 108 respuestas, siendo los encuestados de diferente edad y sexo.

En cuanto a la primera pregunta, ¿A qué sector te parece que está más ligado la moda?, podemos afirmar que el 58,3% de los encuestados creen que la moda está ligada al sector femenino, frente a un 38% que han respondido que ambos y el 3,7% restante, lo ha relacionado al sector masculino.



Gráfico creado por Google Forms en función de las respuestas.

Un 67,6% de los encuestados afirman que conocen revistas de moda femeninas y dentro de la pregunta número tres, las más repetidas son: *Vogue*, *Elle* y *Telva*. Por otro lado, un 83,3% no conocen revistas de moda masculina, frente a un 16,7% que sí conoce alguna revista de este género. En este caso, las más repetidas son: *GQ*, *Details* y *Esquire*.

En la pregunta - ¿quién crees que presta más atención a su estilismo?- , llama especialmente la atención que ninguno de los encuestados haya respondido que los hombres, y han situado sus respuestas en la categoría de mujeres con un 72,2% y 27,8% ha respondido 'ambos'.

¿Quién crees que presta más atención a su estilismo?

108 respuestas

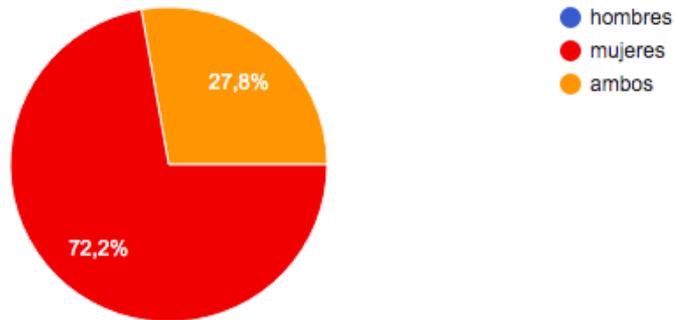


Gráfico creado por Google Forms en función de las respuestas.

Por otro lado, hay casi un empate de porcentajes en la pregunta de si conocen algún icono de moda masculino, ganando el sí con un 51,9%. Además, en la pregunta siguiente donde se les plantea que escriban el nombre de algún icono de moda para ellos y de cualquier ámbito, sorprende ver como los más mencionados son David Beckham, Jon Kortajarena Pelayo y Mariano Di Vaio. Un nombre menos repetido que los anteriores pero también muy presente es Versace.

Por último, las preguntas nueve y diez sorprenden por sus respuestas algo contradictorias. El 79,6% de los encuestados creen que un hombre sí podría llevar vestido. Sin embargo, en la pregunta contigua, ¿existen prejuicios en la moda?, el 92,6% afirma que en la moda sí existen prejuicios.

4. Conclusiones

Una vez obtenidos y analizados los resultados se presentan las conclusiones de este Trabajo Final de Grado en el presente apartado.

Tras analizar la carrera de Eugenia de la Torriente, queda claro el por qué de su elección tanto en lo que respecta a la obra literaria como a la selección de artículos que escribe para el diario *El País*.

En lo referente a la obra literaria de Eugenia de la Torriente, *La elegancia masculina: Los secretos del guardarropa*, podemos afirmar que el libro asienta las ideas sobre la historia de la moda masculina, determinando que fue el hombre quien establecía de algún modo el cómo vestir de la mujer. Además, el libro es capaz de romper cualquier prejuicio sobre el sexo de las prendas ya que en el pasado, los hombres usaban tacones.

Por otro lado, sorprende que en ICON, la revista masculina del diario *El País*, la periodista catalana haya publicado tan poco en relación a esta categoría. Pese a ser, la publicación en *ICON*, uno de nuestros criterios de selección, tan solo hay 11 artículos en la hemeroteca que hagan referencia a la moda masculina. Además, estos artículos, como ya hemos comentado con anterioridad, están escritos desde un punto de vista más literario.

Además, los artículos categorizados como ‘moda hombre’ únicamente se centran en artículos de índole literario que tratan sobre algún personaje público, dejando de lado las presentes y futuras tendencias de la moda masculina. Sin embargo, es cierto que sobre estos personajes se extraen las siguientes conclusiones que se podrían aplicar a tendencias de moda hombre como son: El marinero suave de Gucci en 2014, el uso de la pajarita como el Duque de Cambridge en 2014 o la permanencia de la moda contemporánea que asentó Gucci en la pasarela de Milán en 2014, entre otras.

A partir de las tablas, también podemos concluir que dentro de la categoría ‘premios’, los artículos están divididos en un 80% que habla sobre la mujer y, un 20% sobre el hombre, dejando así a este último en un segundo plano.

En relación a lo expresado con anterioridad, hemos detectado que la mayoría de artículos de la categoría ‘diseñadores’ suelen hacer referencia a algún conflicto dentro del grupo empresarial como el de John Galliano con Dior y la nueva incorporación de Raf Simons a este, pero no tratan el hecho investigado.

Por otro lado, de los artículos analizados como complemento a los acotados en los medios anteriormente citados extraemos como conclusión que las revistas se categorizan por sexo según el porcentaje de lectores que estas tengan, es decir, si tienen más de un 75% de lectores femeninas será femenina, y, si por el contrario los lectores son masculinos, la revista será de género masculina.

En lo referente a la publicidad, podemos afirmar que la tesis que hace referencia a que la publicidad actúa diferente en las revistas de moda según el género es cierta. A las mujeres siempre se les ofrece publicidad relacionada con belleza, culto al cuerpo y a la mente y viajes. Por otro lado, a los hombres únicamente les publicitan temas relacionados con el motor y bebidas alcohólicas.

Con anterioridad hemos expuesto en el epígrafe 2.1 los cambios de la moda masculina ha atravesado durante el paso del tiempo, ahora podemos observar a partir del estudio de caso del vestuario de Messi que la forma de vestir del jugador no se aleja del uso de las tres piezas, variando los colores, tejidos y estampados y los complementos, como es la corbata y la pajarita. No obstante como se observa en las noticias analizadas que a pesar de no romper con estilo del dandismo, los cambios anteriormente citados, suscitan cierto revuelo, críticas y desaprobación en los medios. Sin embargo, según nuestro particular punto de vista no llega a alejarse de la división tradicional de la moda por género, ni siquiera se acerca a propuestas sobre moda contemporánea, como es el caso de la moda genderless.

Como hemos podido observar en la encuesta, la sociedad cree que la industria de la moda es un sector donde, además de estar feminizado, está repleto de prejuicios. Además, la prensa especializada para cada sector decide qué es relevante para cada género, dándole casi siempre prioridad en los aspectos de la moda a la mujer y no al hombre. Por otro lado, y pese a que gran parte de los encuestados no tenían conciencia de ello, existen revistas masculinas desde hace muchos años, algunas icónicas como *Esquire* y otras que

son más novedosas como *Fucking Young*. Ambas dedicadas en exclusiva a la figura masculina, donde pese a tener un target diferente pueden encontrar unas páginas dedicadas a la moda.

Gracias a las entrevistas con diferentes personalidades que están relacionadas con el mundo de la moda masculina, podemos corroborar que cada vez es mayor la curiosidad que ésta despierta y que los hombres también se preocupan por su estilismo, como afirma Carlos Benavent (Conversación personal: 2020).

Sin embargo, en el mundo del modelaje, muy ligado a la moda, siempre se encuentra un porcentaje mayor de mujeres ya que suelen realizarse más campañas donde el sexo femenino tiene más peso afirma Ana Ponce (Conversación personal: 2020). Asimismo, existe igualdad de género en cuanto a temas salariales ya que éste entraría en otros aspectos cómo el caché del modelo. (David Carrión. Conversación personal: 2020)

En conclusión, podemos afirmar que hay un cierto grado de desconocimiento de la moda masculina ya que los medios de comunicación tampoco hacen eco de ello. Un ejemplo, son los artículos que escribió la actual directora de *Vogue España* para el diario *El País* donde se le da más importancia a conflictos que a la propia moda. “Estoy seguro de que si se conociera más habría más gente interesada porque es realmente fascinante ver su evolución y descubrir que realmente el origen de todo fue la moda masculina” – afirma José Airam (Conversación personal: 2020)

Podemos afirmar que la moda masculina ha dado un giro radical desde hace unos siglos atrás. Teniendo como ejemplo el vestuario de Lionel Messi para los Premios Balón de Oro, se corrobora la hipótesis del cambio que ha atravesado la moda del hombre, aunque todavía no supera el dandismo.

Además, es la moda masculina la que influye en el guardarropa de la mujer (De la Torriente, 2015), pero, como afirma José Airam (Conversación personal: 2020) del blog e-coolsystem, las mujeres consumen más prensa especializada en moda y por ello, se tenía la creencia de que era al contrario.

Por último, nos remitimos a la idea señala por Funes (2020) en la que la autora afirma que la moda genderless será una alternativa permanente en la moda de consumo masivo,

sin embargo en la alta costura probablemente esta tendencia es solo de carácter temporal. Esta última afirmación, será con el paso del tiempo, cuando se podrá confirmar si se cumple o no este pronóstico.



5. Bibliografía

6.1. Bibliografía general

De la Torriente, Eugenia. (2015). *La elegancia masculina. Los secretos del guardarropa*. España: Debate.

El País. (2014). *Entrevista con Eugenia de la Torriente*. 2020, de El País Sitio web: https://elpais.com/cultura/2014/09/11/actualidad/1410447600_1410458672.html

Esther Balibrea Nicolás. *Historia de la moda masculina*. 2020, de Elportaldelhombre.com Sitio web: <http://www.elportaldelhombre.com/estilismo/item/452-historia-de-la-moda-masculina>

Ferreya.V. *Moda masculina: Desde principios del Siglo XX a nuestros días*. (s. f.). Negro White. Recuperado 2020, de <http://negrowhite.net/moda-masculina-desde-principios-del-siglo-xx-a-nuestros-dias/>

Funes, M. L. (2020, 18 enero). *La ropa sin género y su vigencia*. abc.

https://www.abc.es/estilo/moda/abci-ropa-sin-genero-y-vigencia-202001180049_noticia.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com%2F

Globe Women. Isabel Bandrés. 2020, de GlobeWomen Sitio web: <https://gsw-spain.org/member/maribel-bandres/>

Heneghan, Dorota. K. (2009, 2010). *What is a man of fashion? Manuel Pez and the image of the dandy in Galdós's La de Bringas*. *Anales Galdosianos*, 1, 57-61.

HistoriayArte.net. *Historia y evolución de la moda masculina*. 2020, de historiayarte.net Sitio web: <http://www.historiayarte.net/a-historia-y-evolucion-de-la-moda-masculina.html>

L. Casablanca y P.Chacón. (2014). El hombre vestido. Una visión sociológica, psicológica y comunicativa sobre la moda. *Cartaphilus*, 13, 60-83.

Lecturalia. (2015). Biografía de Eugenia de la Torriente. 2020, de Lecturalia Sitio web: <http://www.lecturalia.com/autor/22052/eugenia-de-la-torriente>

Marin. M.F.,Armentia. J.I., Ganzabal, M.. (2009). *Claves de la construcción de género en las revistas femeninas y masculinas: análisis cuantitativo*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 16, 259-289. 2020, De Dialnet Base de datos.

Marin. M.F.,Armentia. J.I., Ganzabal, M.. *Marcando la diferencia: la publicidad en las revistas masculinas y femeninas*. 2020, de Actes de Congènere: la representació de gènere

a la publicitat del segle XXI Sitio web:

http://www3.udg.edu/publicacions/vell/electroniques/congenere/comunicacions/pdf/01_Marcando_la_diferencia.pdf

Menéndez, M.I. (2009). *Aproximación teórica al concepto de prensa femenina*. COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD, XXII, 277-297. 2020, De Dialnet Base de datos.

MensandBeauty. (2019, 25 octubre). *Seis revistas de Belleza y Moda para hombre* Sitio web: <https://mensandbeauty.com/mejores-revistas-para-hombres/>

Pablo Gandía. (28/04/2015). *Eugenia de la Torriente: volver a empezar*. 2020, de itfashion Sitio web: <https://www.itfashion.com/cultura/reportajes/eugenia-de-la-torriente-volver-a-empezar/>

Top 5 revistas masculinas con estilo único. (2019, 25 junio). ESGOA. <https://esgoa.es/top-5-revistas-masculinas/>

Universidad de Navarra. (2001). *"Hasta el siglo XIX los hombres llevaban más aderezos que las mujeres"*. 2020, de UNAV Sitio web: <http://www.unav.es/noticias/090201-04.html>



7.5. Bibliografía específica de los artículos periodísticos

El País. (11 de febrero de 2010). *McQueen, el adiós de un diseñador anarquista*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/cultura/2010/02/11/actualidad/1265842805_850215.html

_, (05 de octubre de 2010). *Chanel devuelve la magia a París*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/cultura/2010/07/06/actualidad/1278367201_850215.html

_, (18 de diciembre de 2010). *Adiós, Hermès: 'au revoir', París*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/cultura/2010/10/06/actualidad/1286316012_850215.html

_, (04 de marzo de 2011). *Los últimos diseños de Galliano para Dior*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2011/03/04/actualidad/1299193202_850215.html

_, (06 de marzo de 2011). *París continúa por el vendaval del escándalo*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2011/03/06/actualidad/1299366002_850215.html

_, (06 de abril de 2011). *La casa Balmain presciende de Decarnin como director creativo*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/cultura/2011/04/06/actualidad/1302040803_850215.html

_, (02 de julio de 2011). *Mónaco, ¿capital de la moda?*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/elpais/2011/07/02/actualidad/1309589332_850215.html

_, (13 de agosto de 2011). *Muere el diseñador Jesús del Pozo*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/cultura/2011/08/13/actualidad/1313186401_850215.html

_, (16 de septiembre de 2011). *Cibeles se despide de Jesús del Pozo*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2011/09/16/actualidad/1316124007_850215.html

_, (05 de noviembre de 2011). *Muere Loulou de Falaise, musa del modisto Yves Saint Laurent*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/cultura/2011/11/05/actualidad/1320447605_850215.html

_, (25 de noviembre de 2011). *Valentino responde*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/cultura/2011/11/25/actualidad/1322175609_850215.html

_, (05 de diciembre de 2011). *Memoria virtual de Valentino*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/elpais/2011/12/05/actualidad/1323071332_850215.html

_, (07 de diciembre de 2011). *La guerra del lujo es puro arte*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/sociedad/2011/12/07/actualidad/1323263817_783038.html

_, (13 de enero de 2012). *Terapia de grupo en París*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/cultura/2012/01/13/actualidad/1326473693_174595.html

_, (13 de enero de 2012). *La moda se instala en el sobresalto*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/01/13/actualidad/1326474435_765456.html

_, (13 de enero de 2012). *Que empiecen los juegos*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/01/13/actualidad/1326475100_066071.html

_, (18 de enero de 2012). *El retorno del hombre formal*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/01/17/album/1326814208_061311.html

_, (20 de enero de 2012). *Marc Jacobs cede el protagonismo*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/01/20/album/1327050257_952943.html

_, (20 de enero de 2012). *Hombres en busca de refugio*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/01/20/actualidad/1327055517_742075.html

_, (20 de enero de 2012). *Cobijos de pasarela*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/01/20/album/1327064625_891117.html

_, (21 de enero de 2012). *En la piel de Yves Saint Laurent*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/01/21/album/1327158791_310087.html

_, (21 de enero de 2012). *El triunfo de lo sencillo y eficaz*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/01/21/actualidad/1327177225_246922.html

_, (22 de enero de 2012). *Las tendencias que se desmarcan*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/01/22/album/1327232314_592750.html

_, (22 de enero de 2012). *Lanvin mira hacia delante*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/01/22/album/1327253747_868102.html

_, (22 de enero de 2012). *El futuro de la moda masculina*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/01/22/actualidad/1327260670_421057.html

_, (23 de enero de 2012). *Despedida y cierre en París*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/01/23/album/1327305290_620602.html

_, (23 de enero de 2012). *Londres lanza una pasarela de moda masculina*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/01/23/actualidad/1327309779_844009.html

_, (24 de enero de 2012). *Este museo solo existirá durante un día*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/01/24/actualidad/1327393641_563082.html

_, (24 de enero de 2012). *La consagración de Valli*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/01/24/album/1327399555_977052.html

_, (24 de enero de 2012). *Billete en primera al cielo de Chanel*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/01/24/actualidad/1327439011_579603.html

_, (25 de enero de 2012). *Gaultier homenajea a Amy Winehouse*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/01/25/album/1327518891_078047.html

_, (03 de febrero de 2012). *David Delfín sube el tono enCibeles*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/02/03/actualidad/1328272411_248492.html

_, (13 de febrero de 2012). *Manzanares se pone la falda por montera*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2012/02/13/gente/1329155218_482866.html

_, (19 de febrero de 2012). *Tomárselo en serio o no, esa es la cuestión*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/02/19/actualidad/1329687831_216817.html

_, (23 de febrero de 2012). *Raf Simons deja Jil Sander*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/02/23/actualidad/1330009449_112942.html

_, (01 de marzo de 2012). *Viajes de ida y vuelta por el tiempo*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/03/01/actualidad/1330631192_153629.html

_, (02 de marzo de 2012). *Nueva era de Balmain*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/03/02/album/1330680759_550656.html

_, (02 de marzo de 2012). *Con Galliano, se fue el riesgo*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/03/02/actualidad/1330719531_252245.html

_, (03 de marzo de 2012). *Alber Elbaz cumple 10 años en Lanvin*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/03/03/album/1330784946_710209.html

_, (03 de marzo de 2012). *Dos artistas en París*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/03/03/actualidad/1330804750_576121.html

_, (04 de marzo de 2012). *El graffiti de Jean Paul Gaultier*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/03/04/album/1330871841_642135.html

_, (05 de marzo de 2012). *Fiesta de divorcio en Saint Laurent*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/03/05/actualidad/1330981681_490990.html

_, (07 de marzo de 2012). *Hedi Slimane vuelve a Yves Saint Laurent*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/03/07/actualidad/1331112986_122579.html

_, (07 de marzo de 2012). *El expreso Louis Vuitton*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/03/07/album/1331127292_029917.html

_, (07 de marzo de 2012). *Viajeros al tren de Louis Vuitton*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/03/07/actualidad/1331147513_782670.html

_, (09 de abril de 2012). *Dior elige a Raf Simons para reemplazar a John Galliano*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/04/09/actualidad/1333994768_386890.html

_, (12 de abril de 2012). *Cuando los cuentos se apoderan de la pasarela*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/04/12/actualidad/1334254336_626188.html

_, (13 de abril de 2012). *Yves Saint Laurent y Dior: el pulso que cambiará la moda*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/elpais/2012/04/13/gente/1334333352_973934.html

_, (04 de mayo de 2012). *Paco Rabanne se despide de su diseñador*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/05/04/actualidad/1336120789_636408.html

_, (02 de julio de 2012). *Raf Simons se estrena en Dior*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/07/02/actualidad/1341245239_011350.html

_, (02 de julio de 2012). *Raf Simons exhibe valentía en su estreno en Dior*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/07/02/actualidad/1341255885_768638.html

_, (03 de julio de 2012). *La alta costura busca una nueva era*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/07/03/actualidad/1341342855_942599.html

_, (06 de julio de 2012). *El diseñador feliz*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/07/05/actualidad/1341503596_365278.html

_, (09 de julio de 2012). *“La naturaleza de la moda es crear enfrentamientos entre los diseñadores*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/cultura/2012/07/09/actualidad/1341859916_879791.html

_, (30 de agosto de 2012). *Primera sucesión en la moda española*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/08/30/actualidad/1346353141_889386.html

_, (02 de octubre de 2012). *Hedi Slimane y Saint Laurent sella su unión*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/10/01/actualidad/1349119343_720780.html

_, (03 de octubre de 2012). *Karl Lagerfeld se suma a los vientos de cambio*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/10/02/actualidad/1349201847_746872.html

_, (04 de octubre de 2012). *“Me gusta que mis musas hablen. Los hombres objeto, mejor callados”*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/cultura/2012/10/03/actualidad/1349291291_804233.html

_, (05 de noviembre de 2012). *Nicolas Ghesquière deja Balenciaga*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/11/05/actualidad/1352124970_624872.html

_, (09 de noviembre de 2012). *Lo que esconde el divorcio de Balenciaga*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2012/11/09/gente/1352489109_322506.html

_, (03 de diciembre de 2012). *Balenciaga ya tiene diseñador*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/12/03/actualidad/1354546880_220468.html

_, (27 de diciembre de 2012). *Agitado y revuelto, si no es molestia*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2012/12/27/actualidad/1356637402_061501.html

_, (18 de enero de 2013). *Oscar de la Renta recoge a John Galliano*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2013/01/18/gente/1358495562_791339.html

_, (21 de enero de 2013). *Raf Simons se consagra en Dior*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2013/01/21/album/1358786963_516529.html

_, (21 de enero de 2013). *La primavera consagra a Simons*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2013/01/21/actualidad/1358801195_725273.html

_, (23 de enero de 2013). *El viaje de Armani*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2013/01/23/album/1358937105_642188.html

_, (23 de enero de 2013). *El exceso de Alexandre Vauthier*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2013/01/23/album/1358938388_160079.html

_, (23 de enero de 2013). *India según Paul Gaultier*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2013/01/23/album/1358958734_743551.html

_, (15 de febrero de 2013). *Narrar con trajes*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2013/02/15/eps/1360920294_003737.html

_, (17 de febrero de 2013). *Trajes de luces... y sombras*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2013/02/17/actualidad/1361137421_469802.html

_, (20 de febrero de 2013). *Ejercicios de introspección*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2013/02/20/actualidad/1361392419_826879.html

_, (04 de marzo de 2013). *Diálogo de moda entre lo masculino y lo femenino*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2013/03/04/actualidad/1362429328_566490.html

_, (05 marzo de 2013). *Saint Laurent siembra el desconcierto en París*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2013/03/05/actualidad/1362515609_699271.html

_, (17 de abril de 2013). *Lacroix diseñará para Schiaparelli*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2013/04/17/actualidad/1366210744_185463.html

_, (26 de abril de 2013). *Las dos vidas de Balenciaga se encuentran*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2013/04/26/actualidad/1366999719_753321.html

_, (09 de mayo de 2013). *Muere Ottavio Missoni, el genio de los estampados*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2013/05/09/actualidad/1368090683_660791.html

_, (11 de mayo de 2013). *Juan Vidal da el salto*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2013/05/11/actualidad/1368299709_204473.html

_, (15 de mayo de 2013). *El tiempo de Raf Simons*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2013/05/15/eps/1368626016_247740.html

_, (11 de junio de 2013). *Los diseñadores de Alvarno asumen la dirección de Azzaro*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/cultura/2013/06/11/actualidad/1370947174_011748.html

_, (25 de junio de 2013). *La sastrería 'tecno' vence en Milán*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/cultura/2013/06/26/actualidad/1372272004_013797.html

_, (30 de junio de 2013). *Un oscuro verano de juventud*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/cultura/2013/06/30/actualidad/1372620379_631171.html

_, (02 de julio de 2013). *La alta costura desde la mirada del otro*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/cultura/2013/07/01/actualidad/1372704494_803096.html

_, (03 de julio de 2013). *Alta costura para el nuevo mundo*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/cultura/2013/07/02/actualidad/1372793727_932584.html

_, (27 de julio de 2013). *Los jirones del alma colombiana de Haider Ackermann*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/cultura/2013/07/27/actualidad/1374944448_417888.html

_, (24 de agosto de 2013). *Y Lacroix dio con Schiaparelli*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/cultura/2013/08/23/actualidad/1377277014_849232.html

_, (30 de agosto de 2013). *'Top models' de alta costura*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/elpais/2013/08/30/eps/1377875428_458195.html

_, (08 de septiembre de 2013). *Zapatero del ayer y del mañana*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/elpais/2013/09/06/eps/1378479407_498343.html

_, (17 de septiembre de 2013). *El gurú moderno se rinde ante las leyendas del rock*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/elpais/2013/09/17/gente/1379433389_230213.html

_, (25 de septiembre de 2013). *J.W. Anderson, nuevo director creativo de Loewe*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/cultura/2013/09/25/actualidad/1380133491_148186.html

_, (02 de octubre de 2013). *Marc Jacobs dice adiós a Louis Vuitton*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2013/10/02/actualidad/1380706261_743302.html

_, (17 de octubre de 2013). *La hora de los elegantes*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2013/10/17/eps/1382011350_660968.html

_, (29 de octubre de 2013). *Moschino rescata a Jeremy Scott*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2013/10/29/actualidad/1383075399_142624.html

_, (02 de noviembre de 2013). *Nace icon, revista masculina de El País*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/sociedad/2013/11/02/actualidad/1383426305_981941.html

_, (04 de noviembre de 2013). *Nicolas Ghesquière diseñará para Louis Vuitton*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/cultura/2013/11/04/actualidad/1383582719_953515.html

_, (12 de noviembre de 2013). *Modista de éxito, galerías ya frustrado*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2013/11/12/actualidad/1384282376_567046.html

_, (21 de noviembre de 2013). *Usted esta a punto de pasar de moda*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2013/11/21/icon/1385053455_126752.html

_, (05 de diciembre de 2013). *Tenga cuidado con lo que desea*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2013/12/05/icon/1386261672_075911.html

_, (25 de diciembre de 2013). *La conquista de Azzaro*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2013/12/23/eps/1387814706_818868.html

_, (12 de enero de 2014). *La moda masculina se libera*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2014/01/14/actualidad/1389724669_005541.html

_, (14 de enero de 2014). *Sin sexo en la ciudad*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2014/01/14/icon/1389705231_033545.html

_, (15 de enero de 2014). *Pistas de cambio en la pasarela masculina de Milán*. Obtenido de elpais.com:

https://elpais.com/cultura/2014/01/14/actualidad/1389724669_005541.html

_, (14 de febrero de 2014). *Una pasarela en busca de voces originales*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2014/02/14/actualidad/1392404594_177949.html

_, (20 de febrero de 2014). *Fábula de zapatos a la italiana*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2014/02/20/eps/1392913662_941292.html

_, (03 de marzo de 2014). *Trajes que se ajustan al guion*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2014/03/03/actualidad/1393814277_236588.html

_, (03 de marzo de 2014). *Las tendencias de la alfombra roja*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2014/03/03/album/1393814783_145209.html

_, (03 de marzo de 2014). *El tamaño del monstruo*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2014/03/03/actualidad/1393875982_869844.html

_, (10 de marzo de 2014). *La pajarita y la ignorancia*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2014/03/10/icon/1394456240_938367.html

_, (02 de abril de 2014). *Esto ya lo he visto antes*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2014/03/31/icon/1396262822_223554.html

_, (03 de mayo de 2014). *Diferencias entre hermanos*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2014/04/28/icon/1398677521_957226.html

_, (09 de junio de 2014). *Cuando los futbolistas pasaron de moda*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2014/06/02/icon/1401701735_409885.html

_, (07 de julio de 2014). *Odio ir de compras*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2014/07/03/icon/1404387109_475447.html

_, (07 de julio de 2014). *Schiaparelli revive en París*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2014/07/07/album/1404750387_993799.html

_, (08 de julio de 2014). *Armani apuesta al rojo*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2014/07/08/album/1404847302_194561.html

_, (09 de julio de 2014). *La fantasía vampírica de Gaultier*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2014/07/09/album/1404920085_352334.html

_, (30 de agosto de 2014). *Adiós a un genio de hilo y la aguja*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2014/08/30/actualidad/1409388257_021102.html

_, (05 de septiembre de 2014). *Promesas de septiembre*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2014/09/05/icon/1409907549_255509.html

_, (08 de septiembre de 2014). *Pase de modelos de negocio*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2014/09/08/actualidad/1410196573_385032.html

_, (11 de septiembre de 2014). *La serena madurez de Delgado*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2014/09/10/actualidad/1410374718_597293.html

_, (13 de septiembre de 2014). *La revolución de Etxebarria*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2014/09/13/actualidad/1410639258_220762.html

_, (26 de septiembre de 2014). *Romper con el pasado o abrazarlo*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2014/09/26/actualidad/1411755517_678093.html

_, (27 de septiembre de 2014). *París se entrega a EROS*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2014/09/27/actualidad/1411837767_885896.html

_, (28 de septiembre de 2014). *Gaultier se despide con una gran fiesta*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2014/09/28/actualidad/1411855978_536828.html

_, (28 de septiembre de 2014). *Una nueva silueta emerge en París*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/cultura/2014/09/28/actualidad/1411922364_349299.html

_, (29 de septiembre de 2014). *Hasta luego, ICON*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2014/09/29/icon/1411980542_263538.html

_, (01 de octubre de 2014). *Dos generaciones de provocadores*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2014/09/30/estilo/1412097613_852497.html

_, (07 de octubre de 2014). *Guillaume Henry se pone al frente de Nina Ricci*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2014/10/03/estilo/1412324049_088266.html

_, (14 de octubre de 2014). *Oscar de la renta confirma la incorporación de Peter Copping*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2014/10/14/estilo/1413267465_469049.html

_, (17 de octubre de 2014). *Givenchy escribe una carta de amor a la alta costura*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2014/10/17/estilo/1413554308_097153.html

_, (21 de octubre de 2014). *Oscar de la Renta, adiós a la exuberancia de la moda*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2014/10/21/estilo/1413910073_648273.html

_, (20 de noviembre de 2014). *La música, según Hedi Slimane*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2014/11/20/eps/1416483901_167910.html

_, (10 de diciembre de 2014). *Puig, un siglo de ambición y perfumes*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2014/12/09/eps/1418127821_929048.html

_, (16 de diciembre de 2014). *La reinención de Camper*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2014/12/16/eps/1418763575_088329.html

_, (15 de febrero de 2017). *Adiós al embajador que transformó la vida social de la élite española*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2017/02/10/icon/1486742590_222129.html

_, (04 de septiembre de 2019). *La belleza de la verdad*. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/elpais/2019/09/04/estilo/1567607905_129590.html

Harper's Bazaar. (04 de noviembre de 2016) *Carta de la directora: Noviembre*. Obtenido de harpersbazaar.com: <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias-moda/a284307/carta-directora-harpers-bazaar-noviembre-eugenia-de-la-torriente-ashley-graham-portada/>

_, (14 de febrero de 2017) *“Hasta siempre, Harper's Bazaar”*. Obtenido de harpersbazaar.com: <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias-moda/a302538/marzo-2017-christy-turlington-portada/>

Vogue (28 de agosto de 2017) *Hedi Slimane en #VogueSeptiembre: sobre la influencia de la música en su trabajo y en su vida*. Obtenido de vogue.es:

<https://www.vogue.es/celebrities/boda-principe-harry-meghan-markle/articulos/suits-the-crown-analisis-boda-meghan-markle-principe-harry/34885>

_, (22 de enero de 2019) *Así es y así piensa Virginie Viard, la sucesora de Karl Lagerfeld*.

Obtenido de vogue.es: <https://www.vogue.es/moda/news/articulos/virginie-viard-mano-derecha-karl-lagerfeld-chanel/38665>

_, (12 de noviembre de 2019) *La revolución de Daniel Lee en Bottega Veneta*. Obtenido

de vogue.es: <https://www.vogue.es/moda/articulos/bottega-veneta-entrevista-daniel-lee>

_, (24 de marzo de 2020) *Carta a nuestros lectores*. Obtenido de vogue.es:

<https://www.vogue.es/moda/articulos/carta-lectores-directora-eugenia-de-la-torriente>



7. Anexos

7.1. Anexo I: Tabla para la clasificación de los artículos

FECHA	TÍTULO	LINK	SITUACIÓN	CATEGORÍA
Incluye la fecha de la publicación del artículo.	Título del mismo.	La URL donde se podrá pinchar y ver.	La situación donde está ubicado dentro de la hemeroteca	La categoría que le hemos asignado (Diseñador, Moda hombre, Premios o Extra).



7.2. Anexo II: Resultados de la tabla de clasificación de los artículos de *El País*

FECHA	TITULO	LINK	SITUACIÓN	CATEGORÍA
04-09-2019	La belleza de la verdad	https://elpais.com/elpais/2019/09/04/estilo/1567607905_129590.html	El país, estilo, opinión	EXTRA
15-02-2017	Adiós al embajador que transformó la vida social de la élite española	https://elpais.com/elpais/2017/02/10/icon/1486742590_222129.html	ICON	EXTRA
16-12-2014	La reinención de Camper	https://elpais.com/elpais/2014/12/16/eps/1418763575_088329.html	El País Semanal	DISEÑADOR CAMBIOS
10-12-2014	Puig, un siglo de ambición y perfumes	https://elpais.com/elpais/2014/12/09/eps/1418127821_929048.html	El País Semanal, reportajes	EXTRA
20-11-2014	La música, según Hedi Slimane	https://elpais.com/elpais/2014/11/20/eps/1416483901_167910.html	El país semanal, personaje	DISEÑADOR OTROS
21-10-2014	Oscar de la Renta, adiós a la exuberancia de la moda	https://elpais.com/elpais/2014/10/21/estilo/1413910073_648273.html	El país, estilo, diseñadores de moda	DISEÑADOR OTROS
17-10-2014	Givenchy escribe una carta de amor a la alta costura	https://elpais.com/elpais/2014/10/17/estilo/1413554308_097153.html	El país, estilo	DISEÑADOR OTROS
14-10-2014	Oscar de la renta confirma la incorporación de Peter Copping	https://elpais.com/elpais/2014/10/14/estilo/1413267465_469049.html	El país, estilo	DISEÑADOR CAMBIOS
07-10-2014	Guillaume Henry se pone al frente de Nina Ricci	https://elpais.com/elpais/2014/10/03/estilo/1412324049_088266.html	El país, estilo	DISEÑADOR CAMBIOS
01-10-2014	Dos generaciones de provocadores	https://elpais.com/elpais/2014/09/30/estilo/1412097613_852497.html	El país, estilo	EXTRA
29-09-2014	Hasta luego, ICON	https://elpais.com/elpais/2014/09/29/icon/1411980542_263538.html	ICON	MODA HOMBRE
28-09-2014	Una nueva silueta emerge en París	https://elpais.com/cultura/2014/09/28/actualidad/1411922364_349299.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
28-09-2014	Gaultier se despide con una gran fiesta	https://elpais.com/cultura/2014/09/28/actualidad/1411855978_536828.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS

27-09-2014	Paris se entrega a EROS	https://elpais.com/cultura/2014/09/27/actualidad/1411837767_885896.html	EL País, cultura	DISEÑADOR PASARELA
26-09-2014	Romper con el pasado o abrazarlo	https://elpais.com/cultura/2014/09/26/actualidad/1411755517_678093.html	El País, cultura	DISEÑADOR OTROS
13-09-2014	La revolución de Etxeberria	https://elpais.com/cultura/2014/09/13/actualidad/1410639258_220762.html	El País, Madrid Fashion week	DISEÑADOR PASARELA
11-09-2014	La serena madurez de Delozo	https://elpais.com/cultura/2014/09/11/actualidad/1410374718_597293.html	El País cultura	DISEÑADOR PASARELA
08-09-2014	Pase de modelos de negocio	https://elpais.com/cultura/2014/09/08/actualidad/1410196573_385032.html	El País, cultura	DISEÑADOR PASARELA
05-09-2014	Promesas de septiembre	https://elpais.com/elpais/2014/09/05/icon/1409907549_255509.html	ICON	MODA HOMBRE
30-08-2014	Adiós a un genio del hilo y la aguja	https://elpais.com/cultura/2014/08/30/actualidad/1409388257_021102.html	El País	DISEÑADOR OTROS
09-07-2014	La fantasía vampírica de Gaultier	https://elpais.com/cultura/2014/07/09/album/1404920085_352334.html	El País, cultura	DISEÑADOR PASARELA
08-07-2014	Armani apuesta al rojo	https://elpais.com/cultura/2014/07/08/album/1404847302_194561.html	El País, cultura	DISEÑADOR PASARELA
07-07-2014	Schiaparelli revive en París	https://elpais.com/cultura/2014/07/07/album/1404750387_993799.html	El País, cultura	DISEÑADOR PASARELA
07-07-2014	Odio ir de compras	https://elpais.com/elpais/2014/07/03/icon/1404387109_475447.html	ICON	MODA HOMBRE
09-06-2014	Cuando los futbolistas pasaron de moda	https://elpais.com/elpais/2014/06/02/icon/1401701735_409885.html	ICON	MODA HOMBRE
03-05-2014	Diferencias entre hermanos	https://elpais.com/elpais/2014/04/28/icon/1398677521_957226.html	ICON	MODA HOMBRE
02-04-2014	Esto ya lo he visto antes	https://elpais.com/elpais/2014/03/31/icon/1396262822_223554.html	ICON	MODA HOMBRE
10-03-2014	La pajarita y la ignorancia	https://elpais.com/elpais/2014/03/10/icon/1394456240_938367.html	ICON	MODA HOMBRE
03-03-2014	El tamaño del monstruo	https://elpais.com/cultura/2014/03/03/actualidad/1393875982_869844.html	El País, Premios Oscar	PREMIOS
03-03-2014	Las tendencias de la alfombra roja	https://elpais.com/cultura/2014/03/03/album/1393814783_145209.html	El País	PREMIOS
03-03-2014	Trajes que se ajustan al guion	https://elpais.com/cultura/2014/03/03/actualidad/1393814277_236588.html	El País, Premios Oscar	PREMIOS

20-02-2014	Fábula de zapatos a la italiana	https://elpais.com/elpais/2014/02/20/eps/1392913662_941292.html	El País semanal	DISEÑADOR OTROS
14-02-2014	Una pasarela en busca de voces originales	https://elpais.com/cultura/2014/02/14/actualidad/1392404594_177949.html	El País, Fashion Week Madrid	MODA HOMBRE
15-01-2014	Pistas de cambio en la pasarela masculina de Milán	https://elpais.com/cultura/2014/01/14/actualidad/1389724669_005541.html	El País, cultura	MODA HOMBRE
14-01-2014	Sin sexo en la ciudad	https://elpais.com/elpais/2014/01/14/icon/1389705231_033545.html	ICON	MODA HOMBRE
12-01-2014	La moda masculina se libera	https://elpais.com/cultura/2014/01/14/actualidad/1389724669_005541.html	El País, cultura	MODA HOMBRE
25-12-2013	La conquista de Azzaro	https://elpais.com/elpais/2013/12/23/eps/1387814706_818868.html	El País	DISEÑADOR OTROS
05-12-2013	Tenga cuidado con lo que desea	https://elpais.com/elpais/2013/12/05/icon/1386261672_075911.html	ICON	MODA HOMBRE
21-11-2013	Usted esta a punto de pasar de moda	https://elpais.com/elpais/2013/11/21/icon/1385053455_126752.html	ICON	MODA HOMBRE
12-11-2013	Modista de éxito, galerías ya frustrado	https://elpais.com/cultura/2013/11/12/actualidad/1384282376_567046.html	El País, cultura	DISEÑADOR OTROS
04-11-2013	Nicolás Ghesquière diseñará para Louis Vuitton	https://elpais.com/cultura/2013/11/04/actualidad/1383582719_953515.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
02-11-2013	Nace icon, revista masculina de el País	https://elpais.com/sociedad/2013/11/02/actualidad/1383426305_981941.html	El País, sociedad	MODA HOMBRE
29-10-2013	Moschino rescata a Jeremy Scott	https://elpais.com/cultura/2013/10/29/actualidad/1383075399_142624.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
17-10-2013	La hora de los elegantes	https://elpais.com/elpais/2013/10/17/eps/1382011350_660968.html	El País Semanal	MODA HOMBRE
02-10-2013	Marc Jacobs dice adiós a Louis Vuitton	https://elpais.com/cultura/2013/10/02/actualidad/1380706261_743302.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
25-09-2013	J.W. Anderson, nuevo director creativo de Loewe	https://elpais.com/cultura/2013/09/25/actualidad/1380133491_148186.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
17-09-2013	El gurú moderno se rinde ante las leyendas del rock	https://elpais.com/elpais/2013/09/17/gente/1379433389_230213.html	El País, gente	DISEÑADOR PASARELA
08-09-2013	Zapatero del ayer y del mañana	https://elpais.com/elpais/2013/09/06/eps/1378479407_498343.html	El País, Semanal	DISEÑADOR OTROS

30-08-2013	'Top models' de alta costura	https://elpais.com/elpais/2013/08/30/eps/1377875428_458195.html	El País, Semanal	DISEÑADOR PASARELA
24-08-2013	Y Lacroix dio con Schiaparelli	https://elpais.com/cultura/2013/08/23/actualidad/1377277014_849232.html	El País	DISEÑADOR CAMBIOS
27-07-2013	Los jirones del alma colombiana de Haider Ackermann	https://elpais.com/cultura/2013/07/27/actualidad/1374944448_417888.html	El País	DISEÑADOR PASARELA
03-07-2013	Alta costura para el nuevo mundo	https://elpais.com/cultura/2013/07/02/actualidad/1372793727_932584.html	El País, cultura	DISEÑADOR PASARELA
02-07-2013	La alta costura desde la mirada del otro	https://elpais.com/cultura/2013/07/01/actualidad/1372704494_803096.html	El País, cultura	DISEÑADOR PASARELA
30-06-2013	Un oscuro verano de juventud	https://elpais.com/cultura/2013/06/30/actualidad/1372620379_631171.html	El País, cultura	MODA HOMBRE
26-06-2013	La sastrería 'tecnó' vence en Milán	https://elpais.com/cultura/2013/06/26/actualidad/1372272004_013797.html	El País, cultura	MODA HOMBRE
25-06-2013	Stuart Vevers deja Loewe	https://elpais.com/cultura/2013/06/25/actualidad/1372143538_861367.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
11-06-2013	Los diseñadores de Alvarno asumen la dirección de Azzaro	https://elpais.com/cultura/2013/06/11/actualidad/1370947174_011748.html	El País, cultura	DISEÑADOR OTROS
15-05-2013	El tiempo de Raf Simons	https://elpais.com/elpais/2013/05/15/eps/1368626016_247740.html	El País Semanal	DISEÑADOR OTROS
11-05-2013	Juan Vidal da el salto	https://elpais.com/cultura/2013/05/11/actualidad/1368299709_204473.html	El País, cultura	DISEÑADOR OTROS
09-05-2013	Muere Ottavio Missoni, el genio de los estampados	https://elpais.com/cultura/2013/05/09/actualidad/1368090683_660791.html	El País, cultura	DISEÑADOR OTROS
26-04-2013	Las dos vidas de Balenciaga se encuentran	https://elpais.com/cultura/2013/04/26/actualidad/1366999719_753321.html	El País, cultura	DISEÑADOR OTROS
17-04-2013	Lacroix diseñará para Schiaparelli	https://elpais.com/cultura/2013/04/17/actualidad/1366210744_185463.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
05-03-2013	Saint Laurent siembra el desconcierto en París	https://elpais.com/cultura/2013/03/05/actualidad/1362515609_699271.html	El País, cultura	DISEÑADOR PASARELA

04-03-2013	Diálogo de moda entre lo masculino y lo femenino	https://elpais.com/cultura/2013/03/04/actualidad/1362429328_566490.html	El País, cultura	PASARELA IDEAS
20-02-2013	Ejercicios de introspección	https://elpais.com/cultura/2013/02/20/actualidad/1361392419_826879.html	El País, cultura	DISEÑADOR PASARELA
17-02-2013	Trajes de luces... y sombras	https://elpais.com/cultura/2013/02/17/actualidad/1361137421_469802.html	El país, Premios Goya	PREMIOS
15-02-2013	Narrar con trajes	https://elpais.com/elpais/2013/02/15/eps/1360920294_003737.html	El País	DISEÑADOR HISTORIA
23-01-2013	India según Paul Gaultier	https://elpais.com/cultura/2013/01/23/album/1358958734_743551.html	El País, cultura	DISEÑADOR PASARELA
23-01-2013	El exceso de Alexandre Vauthier	https://elpais.com/cultura/2013/01/23/album/1358938388_160079.html	El País, cultura	DISEÑADOR PASARELA
23-01-2013	El viaje de Armani	https://elpais.com/cultura/2013/01/23/album/1358937105_642188.html	El País, cultura	DISEÑADOR PASARELA
21-01-2013	La primavera consagra a Simons	https://elpais.com/cultura/2013/01/21/actualidad/1358801195_725273.html	El País, cultura	DISEÑADOR PASARELA
21-01-2013	Raf Simons se consagra en Dior	https://elpais.com/cultura/2013/01/21/album/1358786963_516529.html	El País, cultura	DISEÑADOR PASARELA
18-01-2013	Oscar de la Renta recoge a John Galiano	https://elpais.com/elpais/2013/01/18/gente/1358495562_791339.html	El País, gente	DISEÑADOR CAMBIOS
27-12-2012	Agitado y revuelto, si no es molestia	https://elpais.com/cultura/2012/12/27/actualidad/1356637402_061501.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
03-12-2012	Balenciaga ya tiene diseñador	https://elpais.com/cultura/2012/12/03/actualidad/1354546880_220468.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
09-11-2012	Lo que esconde el divorcio en Balenciaga	https://elpais.com/elpais/2012/11/09/gente/1352489109_322506.html	El País, gente	DISEÑADOR CAMBIOS
05-11-2012	Nicolas Ghesquière deja Balenciaga	https://elpais.com/cultura/2012/11/05/actualidad/1352124970_624872.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
04-10-2012	“Me gusta que mis musas hablen. Los hombres objeto, mejor callados	https://elpais.com/cultura/2012/10/03/actualidad/1349291291_804233.html	El País, cultura	DISEÑADOR OTROS
03-10-2012	Karl Lagerfeld se suma a los vientos de cambio	https://elpais.com/cultura/2012/10/02/actualidad/1349201847_746872.html	El País, cultura	DISEÑADOR PASARELA

02-10-2012	Hedi Slimane y Saint Laurent sellan su unión	https://elpais.com/cultura/2012/10/01/actualidad/1349119343_720780.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
30-08-2012	Primera sucesión en la moda española	https://elpais.com/cultura/2012/08/30/actualidad/1346353141_889386.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
09-07-2012	“La naturaleza de la moda es crear enfrentamientos entre los diseñadores”	https://elpais.com/cultura/2012/07/09/actualidad/1341859916_879791.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
06-07-2012	El diseñador feliz	https://elpais.com/cultura/2012/07/05/actualidad/1341503596_365278.html	El País, cultura	DISEÑADOR HOMENAJE
03-07-2012	La alta costura busca una nueva era	https://elpais.com/cultura/2012/07/03/actualidad/1341342855_942599.html	El País, cultura	DISEÑADOR PASARELA
02-07-2012	Raf Simons exhibe valentía en su estreno en Dior	https://elpais.com/cultura/2012/07/02/actualidad/1341255885_768638.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
02-07-2012	Raf Simons se estrena en Dior	https://elpais.com/cultura/2012/07/02/actualidad/1341245239_011350.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
04-05-2012	Paco Rabanne se despide de su diseñador	https://elpais.com/cultura/2012/05/04/actualidad/1336120789_636408.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
13-04-2012	Yves Saint Laurent y Dior: el pulso que cambiará la moda	https://elpais.com/elpais/2012/04/13/gente/1334333352_973934.html	El País, gente	EXTRA
12-04-2012	Cuando los cuentos se apoderan de la pasarela	https://elpais.com/cultura/2012/04/12/actualidad/1334254336_626188.html	El País, cultura	DISEÑADOR PASARELA
09-04-2012	Dior elige a Raf Simons para reemplazar a John Galliano	https://elpais.com/cultura/2012/04/09/actualidad/1333994768_386890.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
07-03-2012	Viajeros al tren de Louis Vuitton	https://elpais.com/cultura/2012/03/07/actualidad/1331147513_782670.html	El País, cultura	DISEÑADOR OTROS
07-03-2012	El expreso Louis Vuitton	https://elpais.com/cultura/2012/03/07/album/1331127292_029917.html	El País	DISEÑADOR OTROS
07-03-2012	Hedi Slimane vuelve a Yves Saint Laurent	https://elpais.com/cultura/2012/03/07/actualidad/1331112986_122579.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
05-03-2012	Fiesta de divorcio en Saint Laurent	https://elpais.com/cultura/2012/03/05/actualidad/1330981681_490990.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS

04-03-2012	El graffiti de Jean Paul Gaultier	https://elpais.com/cultura/2012/03/04/album/1330871841_642135.html	El País	DISEÑADOR PASARELA
03-03-2012	Dos artistas en París	https://elpais.com/cultura/2012/03/03/actualidad/1330804750_576121.html	El País, cultura	DISEÑADOR PASARELA
03-03-2012	Alber Elbaz cumple 10 años en Lanvin	https://elpais.com/cultura/2012/03/03/album/1330784946_710209.html	El País	DISEÑADOR PASARELA
02-03-2012	Con Galliano, se fue el riesgo	https://elpais.com/cultura/2012/03/02/actualidad/1330719531_252245.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
02-03-2012	La vida sigue en Dior	https://elpais.com/cultura/2012/03/02/album/1330700081_973242.html	El País	EXTRA
02-03-2012	Nueva era en Balmain	https://elpais.com/cultura/2012/03/02/album/1330680759_550656.html	El País	DISEÑADOR PASARELA
01-03-2012	Viajes de ida y vuelta por el tiempo	https://elpais.com/cultura/2012/03/01/actualidad/1330631192_153629.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
23-02-2012	Raf Simons deja Jil Sander	https://elpais.com/cultura/2012/02/23/actualidad/1330009449_112942.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
19-02-2012	Tomárselo en serio o no, esa es la cuestión	https://elpais.com/cultura/2012/02/19/actualidad/1329687831_216817.html	El País, cultura	PREMIOS
13-02-2012	Manzanares se pone la falda por montera	https://elpais.com/elpais/2012/02/13/gente/1329155218_482866.html	El País, gente	MODA HOMBRE
03-02-2012	David Delfín sube el tono en Cibeles	https://elpais.com/cultura/2012/02/03/actualidad/1328272411_248492.html	El País, cultura	DISEÑADOR PASARELA
25-01-2012	Gaultier homenajea a Amy Winehouse	https://elpais.com/cultura/2012/01/25/album/1327518891_078047.html	El País, cultura	DISEÑADOR HOMENAJE
24-01-2012	Billete en primera al cielo de Chanel	https://elpais.com/cultura/2012/01/24/actualidad/1327439011_579603.html	El País, cultura	DISEÑADOR PASARELA
24-01-2012	La consagración de Valli	https://elpais.com/cultura/2012/01/24/album/1327399555_977052.html	El País, cultura	DISEÑADOR PASARELA
24-01-2012	Este museo solo existirá durante un día	https://elpais.com/cultura/2012/01/24/actualidad/1327393641_563082.html	El País, cultura	MODA HOMBRE
23-01-2012	Londres lanza una pasarela de moda masculina	https://elpais.com/cultura/2012/01/23/actualidad/1327309779_844009.html	El País, cultura	MODA HOMBRE
23-01-2012	Despedida y cierre en París	https://elpais.com/cultura/2012/01/23/album/1327305290_620602.html	El País, cultura	MODA HOMBRE
22-01-2012	El futuro de la moda masculina	https://elpais.com/cultura/2012/01/22/actualidad/1327260670_421057.html	El País, cultura	MODA HOMBRE

22-01-2012	Lanvin mira hacia delante	https://elpais.com/cultura/2012/01/22/album/1327253747_868102.html	El País, cultura	MODA HOMBRE
22-01-2012	Las tendencias que se desmarcan	https://elpais.com/cultura/2012/01/22/album/1327232314_592750.html	El País, cultura	MODA HOMBRE
21-01-2012	El triunfo de lo sencillo y eficaz	https://elpais.com/cultura/2012/01/21/actualidad/1327177225_246922.html	El País, cultura	MODA HOMBRE
21-01-2012	En la piel de Yves Saint Laurent	https://elpais.com/cultura/2012/01/21/album/1327158791_310087.html	El País, cultura	MODA HOMBRE
20-01-2012	Cobijos de pasarela	https://elpais.com/cultura/2012/01/20/album/1327064625_891117.html	El País, cultura	MODA HOMBRE
20-01-2012	Hombres en busca de refugio	https://elpais.com/cultura/2012/01/20/actualidad/1327055517_742075.html	El País, cultura	MODA HOMBRE
20-01-2012	Marc Jacobs cede el protagonismo	https://elpais.com/cultura/2012/01/20/album/1327050257_952943.html	El País, cultura	MODA HOMBRE
18-01-2012	El retorno del hombre formal	https://elpais.com/cultura/2012/01/17/album/1326814208_061311.html	El País, cultura	MODA HOMBRE
13-01-2012	Que empiecen los Juegos	https://elpais.com/cultura/2012/01/13/actualidad/1326475100_066071.html	El País, cultura	MODA HOMBRE
13-01-2012	La moda se instala en el sobresalto	https://elpais.com/cultura/2012/01/13/actualidad/1326474435_765456.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
13-01-2012	Terapia de grupo en París	https://elpais.com/cultura/2012/01/13/actualidad/1326473693_174595.html	El País, cultura	EXTRA
07-12-2011	La guerra del lujo es puro arte	https://elpais.com/sociedad/2011/12/07/actualidad/1323263817_783038.html	El País, sociedad	EXTRA
05-12-2011	Memoria virtual de Valentino	https://elpais.com/elpais/2011/12/05/actualidad/1323071332_850215.html	El País	DISEÑADOR OTROS
25-11-2011	Valentino responde	https://elpais.com/cultura/2011/11/25/actualidad/1322175609_850215.html	El País, cultura	DISEÑADOR OTROS
05-11-2011	Muere Loulou de la Falaise, musa del modisto Yves Saint Laurent	https://elpais.com/cultura/2011/11/05/actualidad/1320447605_850215.html	El País, cultura	DISEÑADOR OTROS
16-09-2011	Cibeles se despide de Jesús del Pozo	https://elpais.com/cultura/2011/09/16/actualidad/1316124007_850215.html	El País, cultura	DISEÑADOR OTROS
13-08-2011	Muere el diseñador Jesús del Pozo	https://elpais.com/cultura/2011/08/13/actualidad/1313186401_850215.html	El País, cultura	DISEÑADOR OTROS

02-07-2011	Mónaco, ¿capital de la moda?	https://elpais.com/elpais/2011/07/02/actualidad/1309589332_850215.html	El País	DISEÑADOR PASARELA
06-04-2011	La casa Balmain presciende de Decarnin como director creativo	https://elpais.com/cultura/2011/04/06/actualidad/1302040803_850215.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
06-03-2011	París continúa por el vendaval del escándalo	https://elpais.com/cultura/2011/03/06/actualidad/1299366002_850215.html	El País, cultura	EXTRA
04-03-2011	Los últimos diseños de Galliano para Dior	https://elpais.com/cultura/2011/03/04/actualidad/1299193202_850215.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
18-12-2010	Adiós, Hermès: ‘au revoir’, París	https://elpais.com/cultura/2010/10/06/actualidad/1286316012_850215.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS
05-10-2010	Chanel devuelve la magia a París	https://elpais.com/cultura/2010/07/06/actualidad/1278367201_850215.html	El País, cultura	DISEÑADOR PASARELA
11-02-2010	McQueen, el adiós de un diseñador anarquista	https://elpais.com/cultura/2010/02/11/actualidad/1265842805_850215.html	El País, cultura	DISEÑADOR CAMBIOS

Se utiliza el color verde para los artículos publicados en 2019; el azul para los de 2017; el color naranja para los publicados en 2014; el amarillo para los de 2013; los de 2012 se identifican con el color rojo; en color lila los artículos publicados en 2011; y los del año 2010 de color rosa.

7.3. Anexo III: Formulario de encuesta

1. ¿A qué sector te parece que está más ligado la moda?
 - Femenino.
 - Masculino.
 - Ambos.

2. ¿Conoces alguna revista de moda femenina?
 - Sí.
 - No.

3. En caso de haber contestado SÍ en la anterior, especifica cual...
 - Aquí incluimos un campo de texto para que el encuestado escriba su texto.

4. ¿Conoces alguna revista de moda masculina?
 - Sí.
 - No.

5. En caso de haber contestado SÍ en la anterior, especifica cual...
 - Aquí incluimos un campo de texto para que el encuestado escriba su texto.

6. ¿Quién crees que presta más atención a su estilismo?
 - Hombres.
 - Mujeres.
 - Ambos.

7. ¿Conoces algún icono de moda masculino?
 - Sí.
 - No.

8. En caso de haber contestado SÍ, escribe su nombre (vale todo tipo de personas: actores, diseñadores, influencers...)
 - Aquí incluimos un campo de texto para que el encuestado escriba su texto.

9. ¿Podría un hombre llevar vestido?

- Sí.
- No.

10. En relación con lo que hayas contestado anteriormente, ¿crees que en la moda hay prejuicios?

- Sí.
- No.



7.4. Anexo V: Entrevistas

7.4.1. Entrevista a Isabel Yuste

Pregunta: Cómo Personal Shopper y estilista, ¿cómo ves la moda?

Respuesta: Como un instrumento para mostrar al mundo quién eres realmente.

Pregunta: ¿Y cómo periodista?

Respuesta: Como periodista me gustaría que se informara más en profundidad de otros aspectos de la profesión, creo que en general se trata con mucha superficialidad.

Pregunta: ¿Crees que los medios de comunicación le dan relevancia a la moda? ¿Por qué?

Respuesta: Si le dan relevancia pero muchas veces de forma equivocada, en vez de llenar páginas con noticias como que la reina Leticia ha repetido vestido podrían informar sobre diseñadores emergentes, proyectos de reciclaje de ropa, etc..

Pregunta: ¿Estás aprendiendo algo nuevo sobre la moda desde que eres docente en los cursos de Elle?

Respuesta: Que es mucho más vocacional de lo que yo pensaba, hay alumnos que a pesar de tener más de 40 años y dedicarse a otras profesiones muy diferentes, si aman la moda como vocación, no se quedan con las ganas de intentarlo cuando sea y como sea.

Pregunta: Como te comenté, mi trabajo plasma la diferencia en medios entre moda masculina y femenina, ¿crees que la masculina está más infravalorada?

Respuesta: Creo que durante mucho tiempo fue así pero poco a poco va cambiando, hay muchas revistas de moda y estilo de vida enfocadas en moda masculina actualmente, los cambios en los medios van de la mano de los cambios en el mundo real, los hombres se cuidan cada vez más, antes no estaba bien visto que se hiciesen tratamientos estéticos, trasplantes capilares o usasen cremas pero ahora se está normalizando y la semana de la moda masculina de Milán tiene cada vez más repercusión.

Pregunta: ¿Qué diferencias se podrían encontrar entre la moda masculina y la femenina?

Respuesta: Siempre hablo en mis clases de que la moda masculina ha ido involucionando en muchos aspectos, si pensamos en los Reyes del Renacimiento por ejemplo, eran mucho más atrevidos vistiendo que hoy en día, mangas farol, maquillaje, extensiones, pololos, etc...mientras que la moda femenina cada vez tiene menos complejos, la masculina ha ido en el sentido contrario, solo en pasarelas puedes ver apuestas diferentes y arriesgadas pero después no llegan a la calle salvo en contadas excepciones.

Pregunta: Eugenia de la Torriente siempre admite en sus entrevistas que el género masculino es que el marcaba las tendencias ante de la Revolución Industrial y era el femenino el que se va adaptando. ¿Crees que es cierto o para ti, se nutre el uno del otro?

Respuesta: Creo que es una afirmación correcta

Pregunta: Para mi trabajo realicé una encuesta para averiguar el desconocimiento que existía sobre la moda masculina y pese a que fue una encuesta de ámbito local, me di cuenta que la mayoría de personas si conocían Vogue, ELLE o Telva pero desconocían la existencia de revistas masculinas como Esquire o ICON. ¿Por qué crees que es?

Respuesta: No sabría decirte, pero pienso que porque son más recientes y no son de consumo masivo.

Pregunta: ¿Cómo crees que va a cambiar la moda con esta situación mundial que estamos viviendo?

Respuesta: Pues como en todos los campos hacia un reinado de la venta online y una mayor preocupación por la sostenibilidad, creo que en tiempos como éstos valoramos más las cosas importantes y no nos preocupa tener o no la última prenda de tendencia del mercado, habrá una evolución hacia “menos pero mejor”

Pregunta: A mi parecer, ahora que lo online tiene más peso creo que sería el momento ideal para darle más voz a la moda hombre, ¿qué crees?

Respuesta: Creo que si, además por mi experiencia muchos hombres no disfrutan saliendo de compras (el tipo de cliente que requiere de los servicios de profesionales como yo) entonces cuanto más fácil se lo pongas mucho mejor.



7.4.2. Entrevista a José Airam

Pregunta: ¿Cuándo empezó a interesarte el mundo de la moda masculina?

Respuesta: Llegué al mundo de la moda en general bastante por casualidad. Un día entré en la página de inicio de Terra y vi una foto de las botas UGG. Entré a comentar que a mí no me gustaba y aquello se convirtió en rutina. Creamos una comunidad de gente en ese blog y tras un tiempo todos empezamos a abrirnos cada uno el nuestro. Al elegir la temática de e-coolsystem sabía que tenía que ser de moda masculina.

Pregunta: En 2016 decides embarcarte en la creación del blog e-coolsystem, un blog de moda y tendencias de la mano de María y Federico. Ahí empiezas a plasmar tus conocimientos sobre moda masculina, ¿qué ha cambiado en este ámbito desde que empiezas hasta ahora?

Respuesta: La evolución de la moda masculina ha sido brutal en nuestro país.

Pregunta: ¿Qué supuso la creación y el éxito del blog en tu carrera?

Respuesta: Pues básicamente cambió mi vida. Estaba estudiando Economía y ADE y me di cuenta que no era lo mío. Decidí dejarlo todo y probar suerte tirando de contactos y aprovechando que había estado en los inicios de las redes sociales y los blogs aquí.

Por ello, pude entrar en una de las agencias de comunicación más importantes de España, primero como becario y después como encargado de la creación de su departamento digital. A partir de entonces, toda mi carrera se ha desarrollado en el ámbito de la comunicación, las relaciones públicas y ahora, el marketing con un peso de lo digital muy importante.

Pregunta: ¿Estás aprendiendo algo nuevo sobre la moda desde que eres docente en los cursos de Elle?

Respuesta: Nunca se deja de aprender y menos en un sector tan cambiante como la moda. Ser docente te obliga a estar en constante reciclaje y con cada curso vas investigando para ir ampliando tus conocimientos y de esa forma, poder transmitirlos mejor.

Ser docente es muy satisfactorio y más siéndolo de moda masculina. Lo mejor es ver que lo que cuentas interesa y recibir cualquier tipo de feedback es emocionante y siempre

tienes que utilizarlo para tu propia mejora, tanto de tus clases como de tu forma de enseñar.

Pregunta: Como te comenté, mi trabajo plasma la diferencia en medios entre moda masculina y femenina, ¿crees que la masculina está más infravalorada?

Respuesta: Siempre se ha dicho que los hombres son el sexo débil de la moda, pero no, no creo que la moda masculina esté infravalorada.

En los últimos años hemos visto un resurgimiento de la moda masculina. Hasta finales del siglo XIX era el hombre el que marcó la historia de la moda y la indumentaria. Los líderes de opinión eran hombres y la mayor parte de los creadores, también.

Durante el siglo XX fue la mujer la que tomó el relevo y si bien es cierto que su posición predominante se mantiene a día de hoy, el hombre cada vez adquiere más importancia y hoy diría que prácticamente comparten el protagonismo al 50%

Pregunta: Para mi trabajo realicé una encuesta para averiguar el desconocimiento que existía sobre la moda masculina y pese a que fue una encuesta de ámbito local, me di cuenta que la mayoría de personas si conocían Vogue, ELLE o Telva pero desconocían la existencia de revistas masculinas como Esquire o ICON. ¿Por qué crees que es?

Respuesta: En la actualidad vivimos una crisis en la prensa escrita tradicional de la que me atrevería a decir que no tiene solución. Todas las revistas de moda masculina llegaron después y sí, es cierto que su mercado es mucho menor en nuestro país.

Pregunta: Por otro lado, y enlazando con la anterior, según un estudio realizado en 2018 sobre la venta de la prensa especializada, se consume más prensa de moda femenina que masculina, en concreto Vogue es la revista más vendida en España. ¿Crees que podría ser porque las mujeres consumen más prensa de moda que los hombres?

Respuesta: Las mujeres llevan consumiendo revistas de moda desde hace mucho tiempo en nuestro país. El hombre se ha incorporado a este consumo mucho más tarde y cuando lo hizo internet ya estaba al alcance de todos, por lo que es muy probable que acceda a

este tipo de contenidos de forma digital. La oferta es mucho mayor digitalmente y puedes encontrar el contenido que realmente se adapte a ti.

Pregunta: ¿Crees que la moda es justa? (si ofrece las mismas oportunidades a hombres y a mujeres) ¿Por qué?

Respuesta: No creo que haya ningún sector justo y no, el de la moda tampoco lo es. En esta época de igualdades mal entendidas no creo que esto sea algo negativo.

Trabajo rodeado de mujeres y me parece maravilloso. Soy de la opinión que cada uno debe trabajar en lo que le apetezca y si es la moda, debes perseguir tu sueño.

Es probable que lo tengas más fácil si eres mujer, pero como en otros sectores lo tienen los hombres. Trabaja duro y no tendrás que preocuparte de nada más.

Otro debate sería si es clasista o snob, pero como he dicho, eso sería otro debate.

Pregunta: Desde que estoy informándome y documentándome sobre la moda masculina, me he dado cuenta que el guardarropa masculino ha sido el punto de partida en el mundo de la moda. Creo que es un aspecto importante del que no se hace eco si no te interesas en averiguar, ¿crees que podría estar ligado el desconocimiento con la poca difusión de moda masculina en los medios?

Respuesta: Sin lugar a dudas. Me sorprende cada vez que doy clases porque el feedback siempre es muy positivo y las preguntas para seguir conociendo más a fondo la moda masculina son frecuentes.

Estoy seguro de que si se conociera más habría más gente interesada porque es realmente fascinante ver su evolución y descubrir que realmente el origen de todo fue la moda masculina.

Pregunta: ¿Cómo crees que va a cambiar la moda con esta situación mundial que estamos viviendo?

Respuesta: Esta es quizás la pregunta más difícil. Te voy a decir lo que ya sabemos: el mundo digital acabará de consolidarse. Las ventas de los diferentes portales de compras y marcas se han disparado; las presentaciones/desfiles se han convertido en la alternativa

perfecta a las clásicas Fashion Weeks y muchos diseñadores han optado por saltarse los calendarios para presentar cuando ellos mismos han decidido.

Pero aún estamos en el inicio de todos los cambios que esto nos va a traer. Va a ser muy interesante ver la evolución propia de cada marca pero también el cambio de paradigma en el consumo (si es que se da)

Esto nos puede traer el slow fashion del que tanto se está hablando, de una conciencia ecológica mayor, mayor inversión en cada compra... o bien puede ser que no cambie nada.

Pregunta: A mi parecer, ahora que lo online tiene más peso y creo que sería el momento ideal para darle más voz a la moda hombre, ¿qué crees?

Respuesta: Con el mercado digital hemos conseguido que el altavoz que antes estaba en manos de unos pocos ahora se haya repartido y en eso la moda masculina tiene mucho que decir.

Cada vez son más marcas dedicadas a la moda masculina que tienen éxito y que encuentran un mercado global al que antes les era muy difícil acceder. ¿Había suficiente mercado para una marca masculina estilo gótica en España? Probablemente no. ¿Lo puede haber ahora a nivel global? Seguro.

Si eres hombre y te interesa la moda o quieres encontrar algo es tan sencillo como coger tu teléfono y lo acabarás encontrando, por lo que sí, es el momento perfecto para que la moda masculina reivindique su hueco.

7.4.3. Entrevista a Carlos Benavent

Pregunta: La tienda Benavent nace en 1905, ¿cuándo te incorporaste al negocio familiar?

Respuesta: En los últimos años de la universidad ya empecé a trabajar en el negocio y cuando terminé la carrera estuve trabajando 3 años en un banco pero volví al negocio en el año 2001 para quedarme definitivamente.

Pregunta: Pese a que en vuestra web ya contáis la historia de la camisería, me gustaría que me contaras cómo has vivido tú el desarrollo de la empresa.

Respuesta: La historia de las empresas familiares es la historia de las familias que la integran bien sean en momentos de crisis o de bonanza al igual que ocurre en una familia cuando hay cambios en la economía familiar. En el negocio se han vivido años de expansión y momentos muy duros con las sucesivas crisis que hemos ido teniendo.

Pregunta: ¿Por qué nació la tienda?

Respuesta: Vicente Benavent Moscardó (mi bisabuelo) que es el fundador trabajaba en un taller en Valencia y se independizó montando su propio taller. En 1905 es cuando se trasladó a Alicante.

Pregunta: ¿Crees que la moda masculina tiene las mismas oportunidades que la femenina? ¿Por qué?

Respuesta: Si claro que tiene oportunidades pero son distintas. La moda de mujer mueve más dinero que la de hombre pero cambia con mucha más rapidez.

Pregunta: ¿Nunca os habéis planteado incluir moda mujer? ¿Por qué?

Respuesta: Tuvimos hace unos años en otra tienda moda de mujer pero es como si fuese otro negocio diferente al nuestro. Es como si hicieras una comparación con la hostelería, existen muchos tipos de restaurantes pero cada uno es totalmente diferente en la oferta y por tanto es su gestión.

Pregunta: Como te comenté, estoy haciendo un reportaje sobre la diferencia de la moda femenina frente a la masculina, donde a mi parecer esta última tiene menos visibilidad en los medios de comunicación, ¿qué opinas?

Respuesta: La moda de mujer como te he comentado es mucho más variable y por eso supongo que tiene más visibilidad, en la moda de hombre los cambios son mucho más lentos, no es que no cambie (ves fotos de hace años y evidentemente ha cambiado) pero lo hace tan lento que de un año a otro es casi inapreciable y sin embargo en mujer de un año a otro puede cambiar radicalmente.

Pregunta: ¿Crees que vuestra web ha ayudado a incrementar la visibilidad de la tienda?

Respuesta: Por supuesto, es como tener un escaparate. Hoy en día de la forma que cada uno considere es necesario tener una web que sea tu carta de presentación tanto para clientes como para proveedores.

Pregunta: ¿Ha ayudado la web a incrementar las ventas?

Respuesta: Si porque hay clientes nuevos que nos han conocido a través de ella cuando buscaban una marca en concreto y veían que la podía encontrar en nuestra tienda porque nosotros de momento no vendemos a través de la web, o también al buscar camisas a medida o alquiler de chaqués encuentran nuestra web y les da confianza para luego venir a la tienda.

Pregunta: Siendo una tienda con cierto prestigio en Alicante, ¿alguna vez os han mencionado en un medio de comunicación?

Respuesta: Solo a nivel de prensa local pero en muchas ocasiones, hace unos años vestimos al Hércules y tuvo bastante notoriedad. También cuando hicimos el centenario nos hicieron algunas entrevistas porque recibimos premios del Ayuntamiento, la Cámara de Comercio o la Asociación de le Empresa Familiar.

Pregunta: Como ya llevas muchos años al frente de la tienda, ¿crees que los hombres se preocupan por su imagen?

Respuesta: En general todos nos preocupa la imagen (a unos más que a otros) pero nuestros clientes vienen además por la calidad de las prendas que al llevarlas a gusto y darles buen resultado vuelven a confiar en nosotros.

Pregunta: Si es así, podrías contarme algún caso que destacarías de algún cliente que sea habitual.

Respuesta: Creo que lo más significativo es que tengamos clientes que empezaron a vestirse en nuestra tienda cuando eran jóvenes y lo siguen haciendo después de 50 años, eso quiere decir algo a nuestro favor.

Pregunta: Como experto en moda masculina, ¿cómo crees que va a afectar esta situación mundial a la moda masculina?

Respuesta: Esta situación que esperemos sea temporal lo que ha supuesto es un incremento de la venta online que ya venía creciendo año tras año. Antiguamente solo existían las tiendas y posteriormente se incorporaron los centros comerciales, las franquicias, los grandes almacenes y ahora la venta online. La venta será la misma pero se reparte entre más canales por lo que habrá que seguir adaptándose para seguir en el mercado.



7.4.4. Entrevista a David Carrión

Pregunta: ¿Cuándo empezaste en el mundo del modelaje? ¿Por qué?

Respuesta: Yo empecé con 19 años engañado por mi hermana y mi madre, en esa época se hacían desfiles en el corte inglés de Cartagena y para esos desfiles hacían castings. Mi hermana y mi madre me apuntaron, llegue a la final y justo en esa final había una agencia, la que se convirtió en mi agencia madre, KARA. Tomaron mis datos y me dijeron que me pasara por la agencia. Ahí empezó mi carrera, se lo debo todo.

Pregunta: Por tu trabajo, tienes mucha relación con el mundo de la moda, ¿qué opinas de éste? ¿cómo lo ves?

Respuesta: Sí, claro que tengo relación. Lo veo genial, es un mundo que en mi opinión ayuda a la gente. Es un escaparate para sentirte bien con uno mismo, de llevar cada uno su gusto y a su manera. También tiene sus cosas malas claro está porque algunas veces como he dicho antes es como un escaparate donde la gente quiere parecerse a lo mejor que ve y eso algunas veces no es bueno. Un ejemplo a mí muchas veces me han dicho quiero ser como tú, para trabajar como tu...etc. Yo siempre les digo lo mismo, cada persona es como es y tu tendrás cosas que yo no tengo es ahí donde tienes que dar lo máximo.

Pregunta: Mi TFG va dirigido a la moda masculina porque considero que en los medios de comunicación se le da menos relevancia a la moda hombre, estando dentro del mundo de la moda, ¿cómo lo ves?

Respuesta: En mi opinión si llevas razón, se le da menos importancia, pero no por que quieran darnos de lado ni nada por el estilo, simplemente porque hay más mujeres interesadas en la moda que los hombres. Las mujeres tenéis muchos más complementos séase bolsos, pendientes, anillos, faldas, cosméticos...etc. Os gusta ir mas arregladas, tener varios conjuntos para cada momento del día y así con muchas cosas, los hombres somos más básicos.

Pregunta: ¿En el mundo del modelaje hay diferencias entre hombre y mujeres?

Respuesta: Para mí no, en todos lados el trato es el mismo.

Pregunta: En términos económicos, ¿hay diferencia entre una campaña de moda masculina y femenina?

Respuesta: Todo eso es muy relativo. Diferencias para mí no hay, el tema económico en este mundo depende de muchos factores. El caché que tiene un modelo y el trabajo que va a realizar.

Pregunta: En términos de relevancia en la prensa, ¿hay diferencia entre una campaña de moda masculina y femenina?

Respuesta: No hay diferencia para mí. Antes de cada trabajo ya tienen el tiempo y todo que va a estar esa campaña fuera. Luego estará más o menos tiempo según el tirón que ha dado, pero ya sea masculina como femenina.

Pregunta: Para mi trabajo realicé una encuesta para averiguar el desconocimiento que existía sobre la moda masculina y pese a que fue una encuesta de ámbito local, me di cuenta que la mayoría de personas si conocían Vogue, ELLE o Telva pero desconocían la existencia de revistas masculinas como Esquire o ICON. ¿Por qué crees que es?

Respuesta: Lo que hablábamos antes, en este mundo la mujer está más interesada por lo que las marcas todo esto lo cuidan mas.

Pregunta: ¿Es cierto que hay desconocimiento sobre la moda masculina?

Respuesta: Si es cierto. Pero si es verdad que poco a poco la moda masculina se está conociendo mas.

Pregunta: ¿Considerarías la moda como un término más ligado a las mujeres?

Respuesta: Por supuesto que si

Pregunta: ¿Cómo crees que va a afectar esta situación mundial a la moda?

Respuesta: Pues está afectando mucho ya que al no poder salir tanto. La gente no está comprando y hay menos cosas en el mercado y esto habrá un bajón, pero poco a poco todo se solucionará y volverá a ser como antes.

Pregunta: ¿Y al modelaje? ¿Está afectando?

Respuesta: Si está afectando mucho. Ya que los trabajos que realizamos son muy costosos y se necesita un gran equipo para llevarlos a cabo y estar en contacto siempre, por eso los trabajos están parados un poco por el momento, pero todo volverá a ser como antes.



7.4.5. Entrevista a Ana Ponce

Pregunta: ¿Cuándo empezaste en el mundo del modelaje? ¿Por qué?

Respuesta: Empecé hace ahora 12 años, tenía 20 años cuando hice un desfile en un centro comercial y allí me animaron a presentarme a una agencia de modelos. A la semana, conocí a las chicas de Kara Alicante y poco a poco fui creciendo. Al principio fue todo muy despacio, porque reconozco que me abrumaba bastante el mundillo, pero conforme pasaba el tiempo me iba dando cuenta de lo feliz que me hacía y me sigue haciendo trabajar en la moda.

Pregunta: Por tu trabajo, tienes mucha relación con el mundo de la moda, ¿qué opinas de éste? ¿cómo lo ves?

Respuesta: Creo que es un mundo en constante movimiento, tanto a nivel estilístico como a nivel de tendencias y de cuerpos. Por ponerte un ejemplo, cuando empezaba se llevaban poses muy marcadas y modelos más delgadas, ahora, está en auge lo natural, tanto a nivel de acting como de modelos. Ahora se muestran a modelos y cuerpos de todas las edades y tipos, y sinceramente creo que ha sido un gran avance porque para mí, ser modelo es una actitud.

Pregunta: Mi TFG va dirigido a la moda masculina porque considero que en los medios de comunicación se le da menos relevancia a la moda hombre, estando dentro del mundo de la moda, ¿cómo lo ves?

Respuesta: Totalmente de acuerdo, incluso cuando buscas perfiles en agencias de modelos, hay mucha más oferta femenina que masculina y muchas veces, a no ser que el modelo sea un TOP MODEL reconocido, la tarifa de la mujer es más alta que la del hombre.

Ahora bien, en los trabajos que hago con modelos masculinos, ellos suelen tener menos prendas o menos protagonismo, por ponerte un ejemplo, en la última campaña que hice para Llongueras, éramos 3 chicas y 1 chico, a nosotras nos hicieron 3 looks distintos; uno de pelo corto, otro largo y otro más arriesgado, sin embargo, el look del chico se ceñía al pelo corto.

Pregunta: ¿En el mundo del modelaje hay diferencias entre hombre y mujeres?

Respuesta: En cuanto a trato no, somos todos iguales, a no ser que uno de los/las modelos sea un TOP MODEL, ahí sí que se nota la diferencia, ellos/ellas son VIP.

En cuanto a protagonismo, sí que es cierto que se le suele dar más a la mujer, en la mayoría de campañas, la mujer suele aparecer delante del hombre.

Pregunta: En términos económicos, ¿hay diferencia entre una campaña de moda masculina y femenina?

Respuesta: La verdad que no sabría decirte, porque no controlo muy bien las tarifas de los hombres, pero dependerá de las horas de trabajo de cada uno y del tiempo que vaya a estar expuesta la imagen de cada uno.

Pregunta: En términos de relevancia en la prensa, ¿hay diferencia entre una campaña de moda masculina y femenina?

Respuesta: Diría que no, pero tampoco lo tengo muy claro. La diferencia la marca el caché del modelo bien sea femenino o masculino.

Pregunta: Para mi trabajo realicé una encuesta para averiguar el desconocimiento que existía sobre la moda masculina y pese a que fue una encuesta de ámbito local, me di cuenta que la mayoría de personas si conocían Vogue, ELLE o Telva pero desconocían la existencia de revistas masculinas como Esquire o ICON. ¿Por qué crees que es?

Respuesta: Porque creo que no somos el mismo tipo de consumidor, en mi caso, en mi tiempo libre disfruto ojeando revistas de moda, poniéndome al día de las tendencias, adaptándolas a mi día a día pero, por ejemplo, mi pareja, aunque le guste ir a la moda, no pasaría ni un minuto mirando una revista para ver qué se pone.

Pregunta: ¿Es cierto que hay desconocimiento sobre la moda masculina?

Respuesta: La verdad que no creo que sea desconocimiento como tal, sino más bien creo que la moda masculina ha sido mucho más limitada que la femenina, por ejemplo pienso en un hombre vestido de fiesta, y me viene a la mente el típico traje de pantalón y chaqueta y, sin embargo, pienso en una mujer vestida de fiesta y la imagino con muchas opciones y complementos.

Pregunta: ¿Considerarías la moda como un término más ligado a las mujeres?

Respuesta: A lo largo de la historia ha habido grandes modistos y modistas pero en su mayoría han diseñado para mujeres, por lo que creo que sí, que inevitablemente es un término que asocio a la mujer.

Pregunta: ¿Cómo crees que va a afectar esta situación mundial a la moda?

Respuesta: Creo que va a cambiar los hábitos de consumo y de producción, hacia una moda más sostenible y menos efímera.

Pregunta: ¿Y al modelaje? ¿Está afectando?

Respuesta: Sí, llevo meses sin hacer castings presenciales. Nos mandan las instrucciones para poder grabarnos desde casa o hacerlo vía online, e incluso algunas marcas como Inditex, mandan las prendas a las casas de las modelos para que puedan hacerse las fotos en casa...

Estamos en época de cambios, y no creo que la moda y el modelaje se acaben, pero sí que cambiarán los hábitos de consumo y la manera de ofrecerla.