



DESFILE || Fashion week Nueva York

Moda roja para el corazón

★ EL DOMINIO DEL COLOR ROJO Y UN AIRE DE CLASICISMO MARCAN LA PRIMERA JORNADA DE LA SEMANA DE LA MODA DE NUEVA YORK QUE SE PROLONGARÁ HASTA EL 8 DE FEBRERO

LARGO Y VAPOROSO. La actriz Lisa Rina se lució con un elegante modelo de fiesta.

NUEVA YORK [AGENCIAS]. La Semana de la Moda de Nueva York comenzó este viernes en el ya clásico escenario de Bryant Park, en una gélida y lluviosa jornada, con un desfile de famosas ataviadas de rojo con espléndidos vestidos y con la actuación de Liza Minnelli.

Las creaciones de Donna Karan, Marc Jacobs, Max Azria, Michael Kors o Angel Sánchez, entre otros, han llenado con el color del corazón una pasarela por la que han desfilado caras tan conocidas como la supermodelo Heidi Klum, Cheryl Hines, Rita Moreno o Sara Ramí-

rez. La música de "New York, New York" y la sorprendente energía de Minnelli y Rita Moreno, bailando a los compases de America, uno de los temas famosos con West Side Story, han cautivado a las asistentes, muchas de ellas también vestidas de ese mismo color para apoyar la campaña "Heart Truth" que busca alertar a las mujeres sobre las enfermedades cardíacas.

La Semana de la Moda de Nueva York se prolongará hasta el 8 de febrero y recibirá a algunos de los diseñadores de prêt-à-porter más importantes del mundo. ●



MODELO. Heidi Klum muestra un vestido muy corto en el desfile "Heart Truth". Hasta las uñas fueron rojas.

TENDENCIAS || N. York

El glamour y la crisis financiera



DESENFADADA. La actriz Cheryl Hines apoyó la campaña.

NUEVA YORK [REUTERS]. La crisis financiera que azota a Estados Unidos llegará a las pasarelas el viernes, cuando se inicie la Semana de la Moda de Nueva York, y su impacto podría ser sorprendente. Ciertamente, se concretarán menos negocios de lo habitual y algunos diseños pasarán inadvertidos, dijeron expertos de la industria.

Pero al mismo tiempo, algunos diseñadores aprovecharán las turbulencias económicas como una excusa para aumentar los excesos de la moda. "Lo maravilloso de la moda es que siempre hará lo opuesto a lo que uno piensa", dijo James Aguiar, uno de los presentadores de "Moda frontal", un programa de televisión que cubre desfiles de moda.

Justo cuando se piensa que las cosas debieran ser más conservadoras, la probabilidad es que se vean muestras más extremas y lujosas en la pasarela, agregó Aguiar. "La gente estará más desesperada de lo que creen por obtener la atención de cosas que piensan generará negocios", dijo David Wolfe, director creativo de Doneger Group, y quien también espera un espectáculo más teatral.

Pero mientras las dramatizaciones aumentan sobre las pasarelas, habrá una gran diferencia entre lo que los diseñadores muestran y lo que realmente terminan vendiendo durante la semana.

Los consumidores estadounidenses redujeron sus gastos en los últimos meses ante una caída en el mercado inmobiliario. Las ventas de las tiendas minoristas durante la temporada navideña fueron las peores en cinco años, e incluso afectaron a algunas cadenas de lujo, como Saks Inc, Tiffany & Co, Coach Inc y Richemont.

La diseñadora Rebecca Taylor, cuyas creaciones para la mujer son altamente vendidas en tiendas estadounidenses como Bergdorf Goodman, Saksy Bloomingdale's, cree que en la temporada de otoño 2008 algunos minoristas tomarán menos riesgos por la crisis del año pasado. ●

**Cuando tú avanzas,
el país también.**

**El Perú te necesita para seguir avanzando.
Postula a la Universidad de Lima.**

Inscripciones del 4 al 20 de febrero

**Examen de admisión
24 de febrero**

sabes

piensas

haces

www.ulima.edu.pe

