

SEPTIEMBRE 2022

Mercedes-Benz FashionWeek
MADRID

The logo features a large, stylized white number '20' on the left. The top curve of the '2' loops around the text 'Mercedes-Benz' and 'FASHION TALENT'. The '0' is positioned below 'FASHION TALENT'. To the right of the '0', the word 'EDICIÓN' is written in a smaller, sans-serif font.

Mercedes-Benz
FASHION TALENT
20 EDICIÓN

#MBFWMADRID
#MERCEDESBNZFASHIONTALENTS



ERNESTO NARANJO (FEB 2014)



FATIMA MIÑANA (ENE 2020)



404 STUDIO (SEP 2021)



PEPA SALAZAR (FEB 2013 - SEP 2013)



RUBEARTH (ABR 2021 - MAR 2022)



DOMINNICO (JUL 2019)



JCPAJARES (FEB 2017)

Mercedes-Benz Fashion Talent cumple 20 ediciones descubriendo y dando visibilidad al talento emergente de la moda española. Creado para reconocer la creatividad y apoyar a los nuevos diseñadores, en su recorrido, el galardón ha consolidado las carreras de muchos de sus ganadores, siendo el primer paso de su inmersión en la industria y abriéndoles las puertas de sus primeros desfiles internacionales, convirtiéndolos así en grandes referentes del sector. 20 ediciones de jóvenes que en el algún momento decidieron apostar por su visión con puntos de vista únicos que han abierto camino y que aún hoy, siguen dibujando el futuro de moda española.



ROBBER RODRIGUEZ (SEP 2020)



DAVID CATALAN (SEP 2014)



CELIA VALVERDE (ENE 2018)



XAVI REYES (SEP 2015)



ELENA RIAL (SEP 2016)



OUTSIDERS DIVISION (SEP 2017 · JUL 2018)



MELANIA FREIRE (ENE 2019)



MARIA CLÈ LEA (FEB 2015)



ELÁ FIDALGO (FEB 2016)

Agenda

DOMINGO 13 MARZO 2022

Mercedes-Benz FashionWeek
MADRID

11:30

**EVADE HOUSE
CORSIANA**

14:00

**MUSH
ARTURO DE LA ROSA**

16:00

**BOLTAD
KOLLAPSE**

18:00

**CRACK
DAVID MOSS**

20:00

**XVSTRANGE
FIRMA INVITADA DE MERCEDES-BENZ
FASHION WEEK TBILISI**

Evade House

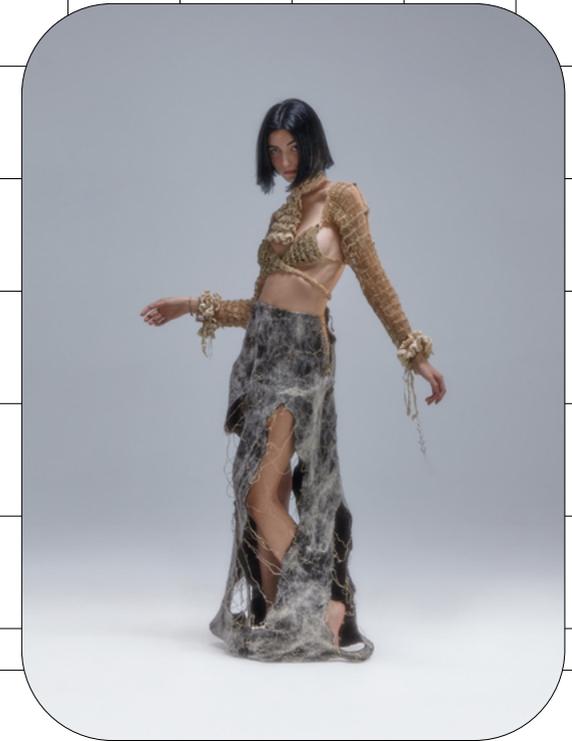
EVANGELINA JULIA RODRÍGUEZ GONZALO
evadehouse.com IG_@evangelinajulia_

Biografía

Evangelina Julia, Madrid, 1994. Diseñadora de moda, actualmente afincada entre las ciudades de Madrid y Londres.

Su carrera en la moda comienza en 2014 mientras combina sus estudios de Marketing Internacional con trabajos de modelo para diferentes marcas. Viendo la industria desde dentro, pero sin apenas voz —los modelos no hablan— es cuando nace en ella la necesidad de pasarse al lado de la creación. Decide mudarse a Londres y comenzar sus estudios en diseño y Desarrollo de Moda en LCF (London College of Fashion). En 2020, se gradúa con el nacimiento de su marca; Evade House y su primera colección, Travelling Blind (Viajero Ciego). Su trabajo profundiza en la construcción de historias, personalidades, uniformes y segundas pieles que permiten a quien las usa mostrar su personalidad a través del mundo nómada en el que vivimos. Aunque su medio principal es la moda, combina de forma orgánica otros medios como la actuación, el video o la música para consolidar un discurso 360.

Recientemente su obra se ha podido ver en diversos medios, así como premiada por su investigación textil.



Colección

004, nace como contraposición al exceso de consumo actual y a la tendencia vacía de concepto.

En un mundo fantástico y enmarcado en un contexto atemporal (medieval) siete reinas se reúnen para debatir las posibles mejoras de sus reinados, en una suerte de intento por entrelazar y ensalzar sus respectivas culturas.

Partiendo de este contexto imaginario y mi interés por las prendas antiguas, en esta colección nos hemos focalizado en la búsqueda de materiales, la experimentación con procesos antiguos y deconstrucción de los modernos. Sublimando la producción, así como las manos y rostros que ejecutan tales procesos artesanales.

La pieza final refleja el acto de cortar, unir y reconstruir materiales y telas para crear una nueva personalidad e identidad con ellos.

El raw-look como herramienta reveladora del tiempo de elaboración versus mass production. Un engranaje que posee su eje central en la sostenibilidad y la preservación de culturas que nos han enseñado tales técnicas de fabricación.

Desde Evade House, nos preocupa el impacto que tiene la industria de la moda en el medio ambiente, por eso, mediante una investigación aditiva, tratamos de reinventar continuamente los modelos de producción y el hábito del consumidor. Gracias a ello estamos contribuyendo a que se produzca este proceso de cambio gradual, tratando de generar una nueva visión en la forma de pensar, diseñar, vestir así como en nuestra relación con la naturaleza y la viabilidad de nuevos modelos de negocio.

Corsicana

PAULA CURRÁS

corsicana.es IG_@corsicana__



Biografía

Corsicana es una firma de moda española y femenina creada en 2017 por Paula Currás, que fusiona diferentes disciplinas e intereses como moda, diseño, cine, espacios, música, coleccionismo y perdurabilidad con una misma aspiración: contar historias sobre lugares.

Desde su primera colección presentada en enero de 2018, Corsicana se enfoca en un modelo de producción de piezas femeninas ready-to-wear y eventos formales bajo demanda. Las prendas son producidas sólo cuando el cliente las compra, sin utilizar más recursos de los necesarios para la pieza solicitada. Realizadas localmente, en España, entre Madrid y Asturias; sus colecciones tampoco siguen las temporadas, de ahí que cada campaña sea un capítulo más de la historia que relata. La firma española, ha aparecido en medios especializados como Vogue, AD, L'Officiel, Elle, InStyle, Glamour, SModa... así como desfilado en la pasarela Allianz EGO de Mercedes-Benz Fashion Week Madrid (2021); nominada al premio Mercedes-Benz Fashion Talent (2021), Allianz Confidence in Fashion (2021) y seleccionada para Who's on Next 2021.

La visión de la marca es producir prendas sólidas y esenciales —con alguna pieza singular—, cuya calidad y versatilidad, ofrezca otras muchas posibilidades más que un único evento formal, investigando en modelos más sostenibles dentro de la industria.

Colección

Cada colección de Corsicana, rinde homenaje a un lugar.

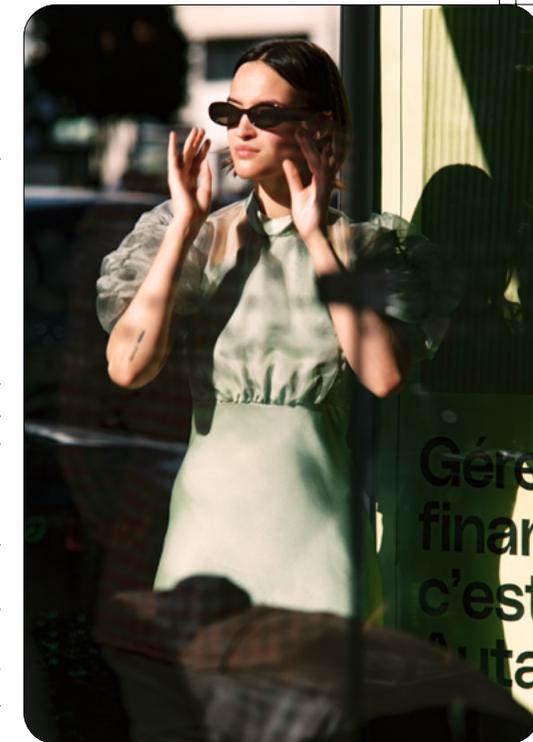
“The people make the place”, tiene que ver directamente con esa expresión de que “La gente hace lugar”. Algo tan sencillo como eso, ha sido el detonante de esta colección, que nos sirve para inspirarnos desde algo tan concreto como la ciudad, los looks del streetstyle, lo espontáneo y lo natural, la figura del voyeur, lo cinematográfico...Y sobretodo, esa sensación de que no pertenecemos tanto a los lugares, sino a la gente. Personas que son hogar, que son raíz, que nos enseñan y que nos atan a cosas.

Y por eso, esta colección la hemos querido tratar más sobre los procesos, sobre las personas que participan y colaboran en ellos y sobre nuestro crecimiento, de “hacerse mayor”, con la finalidad de “rehacer” un poco nuestro pequeño universo de marca.

Para ello, hemos cogido algunos de nuestras piezas que de alguna manera forman parte de nuestro ADN y hemos actualizado siluetas, rehcho patrones a partir de sus bases, para expandir sus posibilidades. Colaborar. Experimentar más con distintos materiales y texturas.

De hecho, nuestro estampado principal en esta colección - Reworked Dye-, lo hemos planteado en base al escaneo de una selección de retales de tejidos sobrantes en el taller, de nuestras marcadas; experimentando con el mundo del trampantojo y esas formas caprichosas y pliegues, que se forman cuando fotografías cosas desde tan cerca.

Son formas de trabajo que tratan de expandir el proceso creativo y también productivo de la gente que trabaja con nosotras, honrando el esfuerzo realizado en un primer momento; de nuevo, volvemos a dar vida a piezas que aparentemente ya no tenían más salida para nosotras, lo que vemos como otra forma más de acercarse a esa sostenibilidad productiva.



Mush

VALERIA MUCKENSCHNABL
IG_@mushconcept

Biografía

MUSH, fundada en el 2020 por Valeria Muckenschnabl, diseñadora graduada de la Escuela de Arte y Superior de Diseño de Valencia.

MUSH se dedica a utilizar la moda como una forma de expresión y comunicación, explotando la creatividad junto con la identidad personal. Su finalidad es vestir a un usuario que conserva su niño interior mezclado con todas las tinieblas que la vida le ha dejado, haciendo de la estética de la marca algo bello pero oscuro, inquietante, ambiguo.

La marca se bautiza con su nombre "MUSH" por ser el diminutivo del apellido de la diseñadora (Muckenschnabl) austríaco proveniente del idioma alemán. El nombre está relacionado con experiencias positivas y negativas de la vida de la diseñadora, con esto reitera el concepto que quiere proponer.



Colección

"Apátrida" es una colección de 18 looks para mujer que trata sobre el sentimiento antipatriota. Tras emigrar en varias ocasiones y a sitios distintos, el individuo se desvincula de un origen, un arraigo y solo queda una mezcla de costumbres, tradiciones y léxicos de muchos lugares.

Esto es lo que "Apátrida" quiere comunicar, la unión de recursos que pueden dejar diferentes lugares en la personalidad e identidad de un usuario y cómo este puede llegar a sentirse parte de ningún sitio.

Las líneas de colección juegan con el concepto haciendo referencia a la unión de naciones, el conjunto de elementos y la deconstrucción de ellos. Jugando con el significado que tiene, lo in-

completo, lo irregular. La presencia de elementos y recursos de los 2000 es clara tanto en el statement de marca como en la colección, con la finalidad de memorar recuerdos de la infancia.

La colección emplea colores que transmiten fuerza, valor, energía, sensualidad, sutileza... para comunicar estos cambios de identidad. La sostenibilidad es un valor fundamental para la marca, los materiales son provenientes de tiendas locales, deadstock y del aprovechamiento de tejido del negativo y positivo de cortes a láser sobre tejido. Además, MUSH busca apoyar marcas emergentes y pequeñas empresas como Secilia Jomonev y Aires 27 marcas colaboradoras para esta colección.

Arturo de la Rosa

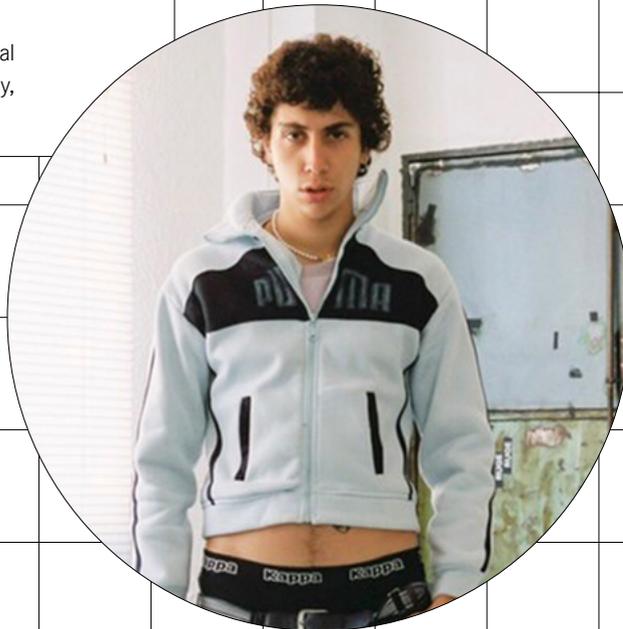
ARTURO DE LA ROSA
IG _ @arturodelar0sa

Biografía

“Arturo de la Rosa es el espacio entre la vida y la muerte”.

Rechazando el sistema moda planteado actualmente busca crear nuevas narrativas de la manera más sostenible posible en las que el pasado y la historia que hay detrás de las cosas son el valor añadido del presente, rescatando técnicas y materiales que han caído en el olvido, proporcionando piezas de moda únicas e irrepetibles.

Entendiendo la moda como un canal de expresión en el que el cuerpo habla y, por lo tanto, se empodera.



Colección

RESCATAR - Desenterrar España y su historia, a través del estudio de documentos y archivos de trajes típicos del país y catálogos de iconos de estilo.

Reinterpretación de iconos y vestimentas costumbristas adaptándolas a un plano actual, con la mirada puesta en el arte del día a día, el valor por la unión, la naturaleza y el folklore español, jugando con los contrastes socioculturales del país.

Se trabaja la colección al completo con tejidos y prendas que se van recolectando a través de donaciones y búsquedas por las calles de las ciudades.

Se intenta trabajar al máximo con fibras y tejidos naturales, ya que son idóneos para llevar a cabo procesos de coloración natural y manipulación textil.

Boltad

ALBERTO MARTÍN POZO
IG _ @boltadbrand

Biografía

Alberto Martín Pozo, nacido en Badajoz, decidió trasladarse a Madrid en busca de nuevas experiencias.

Estudió Diseño de Moda en la Escuela IADE, donde comenzó a desarrollar su interés por la moda. No fue hasta acabar sus prácticas junto al diseñador David Catalán en Oporto, cuando decidió lanzarse a crear su propia marca: BOLTAD.

BOLTAD representa la expresión de los sentimientos más íntimos de su diseñador. Surge de la necesidad de entender y dar explicación a situaciones personales y extremas, en las que cualquier persona pueda sentirse protagonista llevando los diseños.

Siguiendo esta línea, la marca ha presentado dos colecciones, "Looking High" y "Noisy silence".

Los tejidos utilizados son obtenidos de restos de fábrica, tejidos defectuosos y reciclados, posteriormente manipulados, creando estampados y dibujos realizados a mano mediante el uso de un aerógrafo.



Colección

La colección "Suddenly Freezes" plasma el desarrollo plástico y conceptual de la idea de "silencio ruidoso". Un concepto que ya formaba parte de la marca de manera intrínseca y que se inspira en la sensación de mutismo que a veces acompaña a los sentimientos más intensos como la ansiedad o la euforia. Se alude a ese preciso instante en el que se despiertan estos sentimientos y la mente se queda en blanco, pudiendo hacerse cernos tomar decisiones sin pensarlo.

Los diseños representan estos instantes congelados, en los que cada personaje se enfrenta a una situación donde se entremezclan pensamientos positivos, negativos, frenéticos, ambiguos, etc. El silencio toma el control en unas décimas de segundo que parecen interminables.

Es una propuesta irónica en la que se reflexiona en torno a los principales problemas que

afectan a los jóvenes en la actualidad y cómo las diferencias generacionales dificultan la comprensión de estos, creando situaciones pintorescas en las que el protagonista se ve obligado a buscar una vía de escape.

Como línea distintiva de la marca, continúa estando presente la utilización del aerógrafo de la mano de Le Polo, artista que ha colaborado con BOLTAD desde la primera colección. A través de esta herramienta se consigue dar vida a los diseños de forma única.

Además, esta nueva colección cuenta con la colaboración de Agnesdei en la creación de prendas y accesorios tejidos a mano.

Con la ayuda de Clara Zubía, de COTA Cerámica, se han realizado distintas piezas de cerámica que complementan los accesorios de la colección.

Kollapse

ALEXS ALONSO BALCELLS
IG @_kollapse

Biografía

Alexs Alonso Balcells, nacida en Santa Coloma de Queralt (Cataluña) el 4 de septiembre del 1998. Después de completar sus estudios obligatorios, siempre con la idea de un futuro incierto y un poco a la deriva hasta que entró en el diverso mundo del diseño. Descubriendo así una nueva pasión oculta hasta el momento. Se mudó a Barcelona, una ciudad multicultural, llena de ideas y entusiasmo, y comenzó su carrera de 4 años en LCI Barcelona- Felicidad Duce.

Toda su carrera creativa hasta el momento ha estado basada entre Barcelona y Londres.

En 2021 presenta su colección final de tesis, razón por la que después crea su marca Kollapse basada en Barcelona. En esta, trabaja con materiales de alta calidad centrándose en el pasado de la sastrería masculina y la historia de la producción de prendas y traduciéndolas a un contexto contemporáneo.

La escénica de la joven diseñadora es siempre esa mezcla que incluye impresiones opuestas de la cultura juvenil a la escena punk hasta la tradición que aún acompaña a las generaciones mayores; uniendo diversas dimensiones culturales, formas de arte y estilos. Siempre influenciada por la contracultura y la subcultura intenta hacer una crítica social y a la vez redefinir los pilares de la sociedad.



Colección

Kollapse toma como principal inspiración la contracultura y las subculturas que han existido durante estos años con la finalidad de desmarcarse de lo establecido.

Es la creación de una nueva tribu urbana que deja a un lado la herencia cultural e imposición paterna y/o de la sociedad. Pretende liderar su propio movimiento de liberación y definir su manera de vivir.

Da un nuevo valor a los patrones con la mezcla de lo underground y anárquico con la

sastrería más clásica y elegante. Jugando con los tejidos clásicos con la contraposición de las prendas más características de las subculturas.

El objetivo de esta es reinterpretar la realidad actual redefiniendo los espacios sociales establecidos de la masculinidad y siempre influidos por una esencia punk.

La colección está formada por 15 looks para hombre donde todos tienen las características de la sastrería masculina traduciéndolas a un contexto contemporáneo.

Crack

GIOVANNI FRANCO VIERA
IG _ @_crackstudio



Biografía

El diseñador Giovanni Franco, nacido en Las Palmas de Gran Canaria y graduado en Diseño de Moda en ESNE y formado en el máster de Comunicación y Moda en el IED. Tras finalizar sus estudios, estuvo formándose en el equipo de Davidelfín, donde adquirió experiencia en el sector y decidió meterse en el mundo del estilismo, vistiendo a celebridades como Paula Cendejas, Milena Smit u Omar Ayuso. Tras tres años de experiencia decide crear su propia marca en 2021. Una firma que transmite una estética 2000, estampados y prendas asimétricas. Con tal solo un año con la marca, ya ha vestido a personajes como Sita Abellán, Nathy Peluso o Jessica Goicoechea.



Colección

Infinity es la tercera colección de Crack Studio, inspirada en las carencias infantiles y como nos pueden afectar con el transcurso del tiempo, pero sobre todo en la edad adulta. Es carencias las cuales no son percibidas y poco a poco vamos viendo que algo falta o algo va mal.

La colección se puede ver reflejada por esas prendas desestructuradas, piezas que faltan o acabados que están sin limar o deshechos. Colores y detalles que te llevan a la infancia como puede ser el rosa. Infinity sigue la línea de las dos colecciones anteriores, con referencias de la música pop de los 2000.

La sostenibilidad va de la mano con la firma, ya que se reutilizan tejidos de las colecciones anteriores, modificándolos y dándoles una segunda vida.

Tejidos de tul estampados, denim, punto de lycra y tejido metalizado, son algunos de los tejidos de Infinity.

Durante el desfile se lanzará la página web donde se podrán adquirir las piezas del propio desfile.

David Moss

DAVID PEREZ MARTÍNEZ
davidmoss.es IG_@david__moss

Biografía

David Moss es la marca creada por el diseñador David Pérez Martínez, nacido en Guadalajara el 3 de diciembre de 1990, creció entre Guadalajara y Viñuelas, su pueblo paterno. Tras finalizar sus estudios básicos y el bachillerato de artes estudio fotografía y estilismo para finalmente especializarse en diseño de moda en la Escuela Superiores de Diseño Madrid (ESDM).

Desde que presentó su proyecto final de carrera, sus trabajos más destacados hasta la fecha han sido: la realización de vestuario para artistas nacionales, influencers y youtubers; vestuario para formatos de televisión e internet como "Rupaul drag race UK" y "Élite" en Netflix; confección a medida para diferentes clientes y producción de colecciones.

La marca DAVIDMOSS fue creada focalizándola en tres aspectos: la confección a medida, la venta online de colecciones y el diseño para espectáculos. Es una marca con una línea de moda conceptual, innovadora y comercial. El arte, la vanguardia y el espectáculo son las bases que crean el estilo propio de la firma, donde el elemento principal del diseño es la autoexpresión y la búsqueda de la identidad individual a través de la moda.



Colección

Nos pasamos cerca de 25 años de nuestra vida durmiendo. De todo ese tiempo que dormimos, es inevitable que en algún momento soñemos, siendo la estimación de que nos pasamos unos 8 años de nuestra vida sumidos en nuestro mundo onírico.

Cada uno es libre de atribuirle un significado a sus sueños. Al margen de lo que puedan significar, es un hecho que los sueños son fascinantes porque, a pesar de ser tan cotidianos, siguen siendo también fuentes de misterio y grandes interrogantes, algo que ha sido lo que ha motivado a algunas personas a tratar de interpretarlos, mientras que la ciencia no se muestra muy optimista sobre si realmente tienen un significado real.

Todos soñamos, eso lo sabemos, pero... ¿qué son los sueños? Se nos ha explicado que son imágenes del inconsciente, que aflora una vez que dejamos en reposo nuestro cuerpo. Pero... ¿y si

fuera algo más? Aceptar al hombre como un ser dual da entrada a la existencia de un cuerpo y una consciencia espiritual, el hombre como un ser más allá de un cuerpo terrestre.

Esta colección muestra través de los diseños la narrativa de las fases del sueño. Los primeros diseños en blanco reflejan los primeros estados NO REM, es una fase de transición de la vigilia al sueño y dura apenas unos minutos.

La etapa REM o de sueño profundo contiene las percepciones alucinatorias, imágenes raras que cambian continuamente y son sueños tan vívidos que a veces nos hacen dudar si estamos despiertos o dormidos, es cuando se dan también las pesadillas y los sueños más complejos e impactantes. La mayor parte de la colección se centra en este periodo donde todo es más fantástico y deslumbrante, creando looks inspirados en los diferentes tipos de sueños.

XVSTRANGE

GUILLERMO BOBALA NTUE Y ACACIO JACKIE NDONG
xvstrangeshop.myshopify.com IG_@xvstrange



Biografía

XVSTRANGE es una marca de moda urbana con base en Madrid, España. La marca fue fundada en 2018 por dos jóvenes de Guinea Ecuatorial y actualmente está centrada en el diseño de colecciones unisex.

XVSTRANGE se fundó con el objetivo de resaltar el poder que tiene la ropa de ayudar a las personas a expresarse y encontrar esa conexión entre la persona y la prenda.

La inspiración de la marca, a la hora de crear las prendas, proviene de dos vertientes artísticas: el arte callejero, concretamente en la modalidad del grafiti, y el arte abstracto. Los diseños son plasmados en los artículos utilizando spray textil y pintura textil como materiales principales, convirtiendo así la tela en la superficie donde dar rienda suelta a su visión artística.

Colección

“Asamse”

El concepto de la colección es la transformación. La transformación es algo constante en la vida ya que el dolor, las emociones negativas, las situaciones adversas e incluso el entorno pueden llegar a destruir a la persona, pero de esa destrucción puede surgir una nueva versión.

Los diseñadores trabajan desde la imperfección de la prenda para poder mostrarla en su punto más crudo, enfocándose en unos puntos sociales como son el punk y el grunge. Por ello, a la hora de crear las piezas, utilizan lejía, pintura y técnicas para romper y desgastar la prenda y mostrar así las emociones de los tiempos sufridos que llevan a esa transformación y a través de estas alteraciones precisas en última instancia la ropa se transforma en una prenda ponible y estilizada.

La colección corresponde a la temporada de Primavera/Verano y consiste en 18 looks mixtos divididos en 7 prendas para mujer y 11 para hombre. En su mayoría serán vestidos, gabardinas, tops, chaquetas, camisas, pantalones y faldas.



