

Juana Martín triunfa de nuevo en Cibeles

La joven gitana-cordobesa consiguió ser seleccionada una vez más dentro del cartel de diseñadores que expusieron en la última edición de la Pasarela Cibeles. La colección que presentó Juana para el otoño del 2006, "está inspirada en los trajes de principios del XIX y dan paso a prendas que rinden sus encantos al romanticismo".

"La moda, un arte evocador capaz de emular el pasado en la atmósfera del presente."

Es la personalidad y elegancia de la mujer gitana la que Juana plasma en su trabajo, donde se mezcla lo elegante con lo pasional, la sencillez con el glamour que las mujeres gitanas tienen para arreglarse. Como se indica en el dossier de la diseñadora, "La colección otoño-invierno 2006-2007 surge de los recuerdos de la aristocracia inglesa del siglo XIX: tejidos ricos e historiadados con pinceladas de colores vivaces; blusas de encaje y complicados adornos, chalecos suntuosamente adornados, cuello altos que terminan en lazos de tul o de seda... colección que no abandona los matices andaluces y étnicos tan habituales en la diseñadora cordobesa. Los sombreros cobran protagonismo, las botas de cuero, con punta redonda y tacón alto, que en la época se cerraban con botones y metros de lazos atestiguan la moda de aquel siglo".

El desfile de Cibeles se desarrolló contemplado por un multitudinario público. Más de 2.000 personas con una misma intención, mirar y admirar el arte hecho moda por Juana Martín. Diferentes tejidos que estilizan a la mujer elegante y femenina, combinación de antes, bolillos, brocados, cuero, encaje, seda, terciopelo y visón. Nuestra ingeniosa diseñadora, se atreve a transformar un abrigo de visón en un traje de faralaes, y hay que hacerlo con mucho estilo para que el resultado se llevara una ovación del público, al igual que el vestido de novia que presentó en esta romántica colección.

"La firma Juana Martín irrumpió con suma creatividad en España gracias a una moda flamenca inconcebible hasta el momento. Transgredió el concepto del tradicional traje de gitana y tiñó de libertad, color, luz sensualidad y elegancia cada propuesta. No obstante su particular visión de la moda ha sobrepasado los límites de las creaciones flamencas. Su carácter polifacético, su particular arte para crear estilo y su don para conferir vida propia a cada prenda, son principios que tampoco han pasado desapercibidos en sus colecciones prêt-à-porter, sus trajes de noche y su línea de complementos".

Todo un referente de superación. Entre los proyectos más inmediatos de nuestra representante cordobesa del diseño más gitano está la inauguración de su tienda en Madrid (c/ Ayala, 14) donde Juana se hace sitio en un barrio donde tienen espacio las más importante fir-



mas del mundo: Christian Dior, Loewe, Chanel, Gucci, Armani, Tommy Hilfiguer... y ahora también Juana Martín. Con gran expectación las madrileñas esperan la apertura de su tienda. Sin duda este verano lo más puesto será su camiseta para jeans. Otra de sus negociaciones es la firma de un contrato con una importante firma de pieles en Milán, para lo que Juana ya adelantó prendas que nos dejó admirar en su última colección.

■ Texto y foto: **Susana Jiménez.**

Campaña "Tus prejuicios son las voces de otros"

El desarrollo de la segunda fase de la campaña de sensibilización continúa su marcha, con presentaciones en foros muy diversos de toda España y del extranjero, la difusión en circuitos de mobiliario urbano (*mupis*) o colaboraciones especiales, como la presentación en el derbi futbolístico de Almería.

A la larga lista de presentaciones de la campaña que recogíamos en el número anterior se han ido sumando otras muchas, especialmente en centros educativos, semanas culturales, stand de ferias, jornadas o en cualquier otro foro en el que se "encuentra ocasión".

El 15 de febrero se presentó en Bruselas al Grupo Interservicios sobre Roma/Gitanos de la Comisión. Este grupo está compuesto por técnicos de diferentes Direcciones Generales de la Comisión Europea. Por otra parte, en el marco del programa conjunto de la Unión Europea y el Consejo de Europa para los Balcanes (2006-2007) se está desarrollando el proyecto "Igualdad de derechos y de trato para los gitanos", que incluye una campaña de sensibilización a partir de junio 2006. El Consejo de Europa, en su presentación del proyecto en los países destinatarios (Albania, Bosnia y Herzegovina, Serbia y Montenegro y Antigua República Yugoslava de Macedonia), está mostrando la campaña de la FSG como un ejemplo de buenas prácticas y de lo que ellos quieren lanzar dentro de su proyecto. En la ronda de presentaciones, el 31 de marzo se presentó en Skopje (ARY Macedonia) y el 8 de abril en Tirana (Albania).

Entre las presentaciones más institucionales en España, no recogidas en el número anterior, podemos señalar:

- **Madrid (Distritos).** Presentaciones en los distintos distritos en los que trabaja la FSG-Madrid: Hortaleza, Vallecas, Carabanchel, Villaverde, Usera, Latina. En la capital también pudieron verse, durante quince días, los *mupis* de la campaña, algunos en calles emblemáticas como Preciados, Pº del Prado, Recoletos, etc.

- **León.** 16 de febrero, en el Edificio de la Junta de Castilla y León, con la presencia del Delegado de la Junta, Eduardo



Fernández, la Gerente de Servicios Sociales, Aurora Rodríguez y la Concejala de Servicios Sociales, Ana Guarda.

- **País Vasco.** El 23 de marzo en el Palacio de Villa Suso (Vitoria). El acto estuvo presidido por la directora del Departamento de Bienestar Social del Gobierno Vasco, M^a Carmen Vicioso, el ex Alcalde de la ciudad, José Ángel Cuerda. En la capital vasca también pudieron verse durante dos semanas 118 *marquesinas* de la campaña.

- **Galicia.** Presentaciones en Santiago (Centro Sociocultural del Barrio Fontiñas, con la presencia del Alcalde, José Sánchez Bugallo), Vigo (Auditorio de Caixa Galicia, con la presencia de la Concejala de Bienestar Social, Marta Iglesias).

Además de los circuitos de *mupis* mencionados cabe señalar también los mostrados en Asturias, Burgos y otras localidades, y hay que señalar el importante apoyo que está recibiendo por parte de la Junta de Castilla-La Mancha para la difusión de los spot, los encargos de merchandising por parte de la Generalitat de Cataluña, Junta de Castilla y León, Universidad Pública de Navarra, entre otros.



Especial mención merece el protagonismo que recibió el 9 de abril la campaña en el derbi futbolístico entre U.D. Almería y Poli Ejido, del que se hicieron eco numerosos medios de comunicación, entre ellos la prensa deportiva nacional, siendo además retransmitido por Canal +. Hubo ocasión para que los jugadores de ambos equipos saltaran al terreno de juego con la camiseta de la campaña y se hicieran la correspondiente foto, para que Américo Santiago, un niño gitano, hiciera el saque de honor, se emitiera el spot de la campaña o se repartieran 10.000 folletos a los espectadores con la tarjeta del 8 de abril. ■