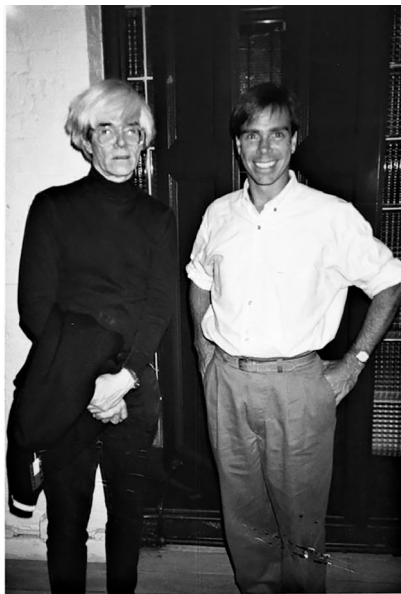


## welcome to the factory

**“Si no supieras quiénes son estas personas, ¿aún sería una fotografía interesante?”**

A los 17 años, Stephen Shore se convirtió en el fotógrafo oficial de The Factory. A simple vista, su trabajo solo parecía como una serie de imágenes protagonizadas por un grupo de jóvenes pasando un buen rato en una bodega llena de muebles viejos que por alguna extraña razón estaba tapizada con papel aluminio. En The Factory ocurría un poco de todo, mientras que unos pintaban, otros grababan cortometrajes de cine B con escenografías baratas y actores que probablemente nunca en su vida habían actuado. De día era un taller de producción en serie donde se imprimían serigrafías sin parar de retratos de Jackie Kennedy, flores, vacas o una silla eléctrica, pero de noche era el hottest spot para salir de fiesta en Nueva York. Con el paso del tiempo, las fotografías tomaron sentido, y las personas que retrataba resultaron ser todo menos comunes. El hombre de pelo platinado y un poco desaliñado con pincel y cámara en mano que protagonizaba todos los momentos, se convirtió en el máximo representante del pop art. Sí, era Andy Warhol. Aunque muchos lo describían como su estudio personal, solo los que llegaban a tener el honor de conocerlo entendían que era mucho más que eso. “No tenía ese nombre nada más porque sí. Puede que una fábrica no se asocie para nada a la creatividad, pero tenía todo el sentido con la naturaleza del proce-



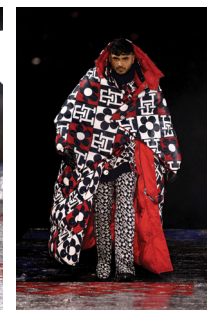
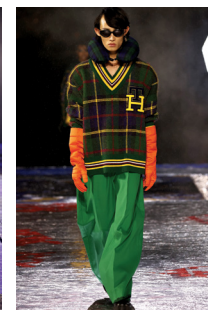
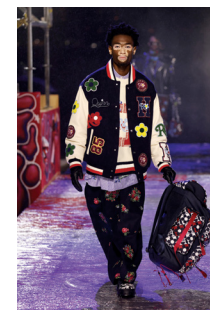
so de creación de Andy”. En lugar de pintar cuadro por cuadro, el artista creaba negativos para transferir la tinta en serie uno tras otro, dándole un factor comercial a su arte. Así como cada persona podía tener un objeto de fábrica, cualquiera podía tener un Warhol. Detrás de una puerta metálica en la calle 47 se escondía el hub creativo más popular de la “elite” de Nueva York en los 70, y para ese entonces nadie sabía quiénes eran. André Leon Talley era el recepcionista, The Velvet Underground grababa su primer disco (con el artwork de Andy para la portada); Lou Reed escribía “Sweet Jane” y Paul Morrissey grababa screen tests de Yoko Ono, mientras que Edie Sedgwick fumaba un cigarro en la esquina con Allen Ginsberg. The Factory vio nacer a muchas estrellas y liberó el potencial creativo de ellas, pero en especial el lado cineasta de Andy Warhol, que duró solo un par de años después de que el estreno de su película romántica, *Blue Movie*, fuera suspendida por la policía por ser muy gráfica y políticamente incorrecta. Pero no fueron las únicas soon-to-be celebrities víctimas de la atracción casi magnética de esta bodega de aluminio, y el diseñador Tommy Hilfiger también quedó registrado en los libros. “La música disco se estaba apropiando de la ciudad y Studio 54 era el lugar para ir. Conocí a Andy en un restaurante en el Upper East Side y me invitó a conocer The Factory. Era una locura, una especie de headquarters de personas dentro

CORTESÍA.



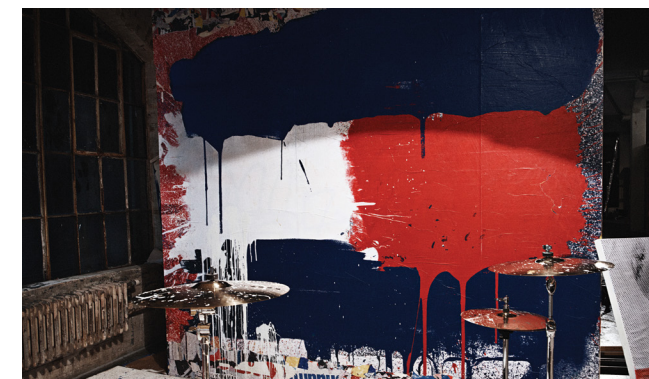
de la industria de la moda, arte, música y entretenimiento. Andy tomaba polaroids de todos y después los pintaba”. La nostalgia por la era dorada de la escena artística de Nueva York llevó a Tommy Hilfiger a revivir los buenos tiempos para su regreso al calendario oficial de New York Fashion Week, transformando el venue del runway en una réplica de The Factory, pero con un toque muy a lo Tommy Hilfiger. Si en algo innovó Warhol, fue en entender que el arte puede ser colectivo, y que tener un equipo que te respalde con diferentes puntos de vista, desde su respectiva disciplina, puede tener mucho más impacto que la práctica individual. “Podías llegar y pasar horas sentado solo observando, pero al estar rodeado de personas tan talentosas creando arte todo el tiempo era imposible no resultar afectado”. Tomando en cuenta el dinamismo y la importancia de crear una comunidad de creativos, Tommy Hilfiger convirtió el making-of del fashion show en el show principal: Tommy Factory. El inicio era poco convencional, entrando por la puerta trasera y directo al backstage, donde las modelos seguían en makeup y hair. Puede que llegáramos mucho antes de lo que debíamos o que fuera un show a medias de forma intencional, y conforme avanzábamos entendimos que era la segunda. El mensaje fue claro desde el segundo uno. El centro de atención ya no era solo la colección de ropa, sino todo el equipo y el behind-the-scenes que normalmente queda en segundo plano en los headliners. Así como los amigos de Andy, los maquillistas, estilistas, fotógrafos, modelos, artistas y organizadores fueron las verdaderas estrellas que regresaron a la vida la experiencia multisensorial favorita de los 70. Mientras que Lila Moss, Amelia Gray, Winnie Harlow y Julia Fox desfilaban la nueva colección de Fall/Winter 2022, los artistas Kyzer y OM! pintaban graffitis, Te'an Archer imprimía posters en serigrafía de los invitados y una serie de t-shirts se estampaban con el nuevo TH Monogram de la marca.

the



runway

La nueva generación de creativos de Tommy Factory se robó tanto el spotlight de la campaña como el front row: Kate Moss, Anthony Ramos, Jon Batiste y obviamente Kourtney Kardashian y Travis Barker, que se encargó de cerrar el show con un impactante solo de batería creado exclusivamente para celebrar esta colección. Hablemos ahora de las prendas, que fueron todo un espectáculo. Mientras que los sellos clásicos de la casa como el monogram, stripes y paleta de color en azul, rojo y blanco se mantuvieron intactos, las siluetas se modernizaron con un toque contemporáneo inspirado en la moda urbana. La cereza del pastel definitivamente fue el debut oficial de la colección de Tommy Hilfiger X Richard Quinn. El icónico estilo preppy tuvo un refresh de 180° con divertidos parches en varsity jackets, puffers XXL con prints florales, pantalones con bordados delicados, y chamarras de piel con esto-



peroles, una explosión del floral power de Quinn muy a la americana. Para Tommy Hilfiger, el desfile significó un regreso a casa y al corazón creativo de la marca; y entre globos de mylar y una vista de impacto del horizonte de N. Y., toda la ciudad, Internet y el Metaverso (con una transmisión del show en Roblox) fueron testigos de su entrada triunfal en una noche para recordar.

CORTESÍA.