

PEQUEÑO LIBRO DE

ARMANI

La historia de la icónica casa de moda

THOMAS ELLIOTT



Título original *Little Book of Armani*

Traducción Carlota Rodríguez-Fischer

Revisión de la edición en lengua española

Estel Vilaseca Álvarez Responsable del Área de Moda de LCI Barcelona

Coordinación de la edición en lengua española

Cristina Rodríguez Fischer

Primera edición en lengua española 2026

© 2026 Naturart. S.A. Editado por Blume

Carrer de les Alberes, 52, 2.º, Vallvidrera, 08017 Barcelona

Tel. 93 205 40 00 E-mail: info@blume.net

© 2026 Welbeck Non-Fiction Limited, Londres

© 2026 del texto Thomas Elliot

ISBN: 979-13-88454-02-8

Depósito legal: B. 15977-2026

Impreso en Eslovenia

Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta obra, sea por medios mecánicos o electrónicos, sin la debida autorización por escrito del editor.

WWW.BLUME.NET



Este libro es una publicación de Welbeck Non-Fiction Limited, parte de Welbeck Publishing Group Limited, y no cuenta con licencia, aprobación, patrocinio o respaldo de ninguna persona o entidad. Todas las marcas registradas, nombres de empresa y logos son propiedad de sus respectivos propietarios y se utilizan en este libro solo a modo de referencia.

PEQUEÑO LIBRO DE

ARMANI

La historia de la icónica casa de moda

BLUME

THOMAS ELLIOTT

CONTENIDO

Los inicios de Armani comenzaron desde esa posición marginal. Trabajaba discretamente y perfeccionaba un estilo que parecía ajeno al ruido dominante. En 1975 presentó su primera colección para primavera / verano de 1976 en una pequeña sala de exposiciones situada cerca de su estudio. Un puñado de ayudantes apoyaba al núcleo del equipo. Los críticos respondieron positivamente, pero los compradores no. El mercado necesitaría tiempo para entender la idea que se estaba desarrollando en las prendas.

La colección de moda masculina para primavera / verano de 1976 presentó pantalones y chaquetas con un diseño muy simple, reducido a lo esencial. La estética era suave, deconstruida y ajena a los rígidos códigos de la sastrería. La colección de moda femenina, presentada junto a la masculina, era más conservadora, en consonancia con el gusto burgués milanés. Un desequilibrio que no duró.

Tres meses después, Armani reorientó su propuesta. En una presentación organizada en un antiguo restaurante, la moda femenina pasó a un primer plano, con mujeres que lucían prendas de sastrería masculina adaptadas con la suavidad de los materiales y una línea más holgada. Los hombres, por su parte, aparecieron con trajes de tejido de rizo en colores saturados. Las colecciones no diluyeron los géneros, sino que establecieron un diálogo entre ellos. La estructura masculina dotó a la moda femenina de un nuevo sentido, mientras que la ligereza de los materiales suavizó la moda masculina.

El cambio surgió tanto de la observación como del propio diseño. Giorgio se inspiró en el estilo inconformista de su hermana, Rosanna Armani (cuya manera de vestir admiraba), al mismo tiempo que respondía a un cambio social. Las mujeres se empezaban a incorporar al mundo laboral como nunca antes y necesitaban ropa que reflejara sus nuevas realidades. «No me lancé al vacío sin más», le contó más tarde a Renata Molho para la biografía *Being Armani*. «Partí con ideas muy claras sobre lo que las mujeres querían llevar. Las mujeres trabajadoras, cuyas vidas no eran diferentes de las de los hombres, necesitaban vestir con un sentido, con una necesidad de elegancia y sencillez cotidianas».

DERECHA Imagen de la presentación de la colección para otoño / invierno de 1977.





IZQUIERDA Colección
de Emporio Armani
para otoño / invierno
de 1992.

DERECHA Colección
de Emporio Armani
para primavera /
verano de 1993.





FOTOGRAMA A FOTOGRAMA

La relación de Armani con el cine se desarrolló con el tiempo y estuvo marcada por la colaboración y una sensibilidad compartida.

La pantalla le dio un peso narrativo a su trabajo y permitió que los tejidos hablaran antes de que aparecieran los diálogos.

Comienza a sonar la banda sonora de Giorgio Moroder mientras la cámara alterna planos de los detalles de un coche: el metal pulido, las líneas controladas, el brillo de su superficie. El plano se desplaza desde una vista del océano a lo largo de la Autopista de la Costa del Pacífico y luego desciende para mostrar al conductor, Richard Gere, con una chaqueta de corte suave en color topo, una camisa azul claro y una corbata de seda con un estampado discreto. La cámara parece reorientarse en torno a él, como si el coche fuera solo un preludio y el verdadero protagonista fueran el corte, el tejido y la compostura.

El estreno de *American Gigolo* (*Gigoló americano*, 1980) señaló la llegada de Giorgio Armani al cine estadounidense. Desde el primer momento, entendió que la sastrería podía tener un peso narrativo. A medida que avanza la película, Julian Kay (el personaje interpretado por Gere) transita una vida centrada en la imagen: clientes mayores y adinerados, interiores inmaculados, una rutina basada en la disciplina. Encarna al «nuevo hombre», uno para quien la apariencia sirve tanto

IZQUIERDA Richard Gere en *American Gigolo*
(*Gigoló americano*), dirigida por Paul Schrader, 1980.

El nombre «Armani», sinónimo de confianza serena, ha acabado por definir la era de «vestir con poder».

Giorgio Armani creó una sastrería contemporánea, fluida y discreta. En la pasarela, presentó una visión del lujo basada en la contención. En la gran pantalla, el vestuario de Armani de Richard Gere en *American Gigolo* (*Gigoló americano*) redefinió la moda masculina con una aportación de naturalidad y atractivo. Asimismo, en la alfombra roja de los Óscar, Diane Keaton, vestida de Armani, representó la máxima expresión de la simplicidad con estilo. *Pequeño libro de Armani* narra la historia, a través de 100 imágenes y textos especializados, de cómo este gran diseñador demostró que la sofisticación, muchas veces, se expresa en voz baja.

PEQUEÑOS LIBROS DE MODA



MIXTO
Papel | Apoyando la
silvicultura responsable
FSC® C106600

ISBN 979-13-88454-02-8

