



BELÉN SOGLIANO,
DE 20 AÑOS, FUE LA
GANADORA DEL PROGRAMA
"MAYBELLINE MODEL 2013",
EL PRIMER REALITY DE
MODELOS DE LA TELEVISIÓN
NACIONAL, Y COMO PREMIO
SERÁ LA IMAGEN DE LA
PROPUESTA PRIMAVERA-
VERANO DE LA MARCA EN
URUGUAY

La elegida

BELÉN TIENE 20 AÑOS, hace publicidades desde los 15, y ahora estudia Analista en Publicidad en la Universidad ORT. "El mundo publicitario es algo que me gusta, que conozco y disfruto, y como sé que el modelaje es una carrera que dura pocos años, me estoy preparando para el futuro", dijo a galería la ganadora del primer reality de modelos de la televisión uruguaya, "Maybelline Model 2013", que se emitió por canal 4. Belén se enteró del concurso a través de un anuncio en la televisión y fue al casting. En esa instancia se presentaron 300 jóvenes, y de ellas fue elegida Belén junto a otras ocho chicas: Ana Laura Sbresio, Valentina Damasco, Emiliana Méndez, Camila Vilanova, Agustina Trindade, Florencia Ruiz, Micky Cohen y Victoria Vázquez.

Durante los primeros programas, tres de las chicas competían por pasar a la final, peinadas, maquilladas y fotografiadas por distintos equipos de profesionales: Carolina Sosa, Elena Zunino y Leo Méndez integraron uno; Gabriela Rouiller, Heber Vera y Gabi Umpi otro, y Daniel Ayala, Leonel

Aíta Musi y Líber Luna el tercero.

La conductora Sofía Rodríguez anunció a las tres finalistas, elegidas mediante SMS por voto de un público, que llegó a mandar 150.000 mensajes. Sbresio, Sogliano y Ruiz compitieron en la final por ser la nueva cara uruguaya de Maybelline New York en su propuesta primavera-verano, que se dará a conocer en octubre.

El productor general del programa fue Matías Garay, con Andrea Pozzolo como productora ejecutiva y Rosario San Juan en la producción de moda y arte. Para las grabaciones de las sesiones de fotos —jornadas que duraban de 12 a 14 horas— se contrató además a la compañía productora 1014, de Danny Jokas. "La idea empezó en diciembre. Partimos de preguntarnos si el televidente realmente sabe lo que pasa atrás de una sesión de fotos", dijo Garay a galería "Canal 4 se arriesgó, porque nunca había hecho un reality así, casi documental. Además le dio un horario *primetime*, que casi nunca se les da a los programas nacionales", agregó. Los cinco capítulos

se emitieron los viernes a las 20.30 horas, luego del informativo.

El balance fue positivo: "Tuvo muchísima repercusión, muchos votos y en cuanto a rating se podía decir que fue muy bien visto", agregó.

Maybelline recibió la propuesta en enero y aceptó, y Uruguay se convirtió en el primer país en el que esta firma de cosmética —que patrocina, por ejemplo, a la Semana de la Moda de Nueva York— da su nombre a un reality. "Aunque Maybelline tiene productos para todas las edades apunta a un público más bien joven, a las chicas que recién arrancan. Y como la marca está muy asociada a la moda de Nueva York, quisimos mostrar lo que vive una modelo cuando está en una producción de moda", explicó Javier Rodríguez, gerente de Marketing de Maybelline Uruguay. Rodríguez y Garay dijeron estar negociando la posibilidad de una segunda edición del programa, cuyo premio será convertirse en la cara de la firma para la siguiente colección, otoño-invierno 2014. 9