

MALE...







Carta del EDITOR

osa es un color de chicas". "Los chicos no llevan falda". ¿En serio? En pleno siglo XXI, las reglas del juego han cambiado por completo; lo que antaño se concebía como propio de un género u otro, hoy desdibuja su barrera y permite mayor inclusión que nunca antes en el sector. Cierto es que, en un principio, los zapatos de tacón eran calzados por los hombres de la corte en un alarde de superioridad social, pero para refrescar memorias y conceptos, los gemelos *Caten* decidieron incluirlos en su colección masculina para Dsquared² para la presente temporada. ¿Alguien da más? Pues sí, Alessandro Michele para Gucci, sin ir más lejos. El nuevo emblema de la sastrería de la casa italiana pasa por estampar todos sus trajes, y si es en motivos florales, mejor. Aunque, sin duda, el podio de honor se le podría otorgar a Maria Grazia Chiuri en su primera colección para Christian Dior, con la ambigüedad de género derivada del arte de la esgrima como hilo conductor de una propuesta que destila alegatos feministas por los cuatro costados -porque todos lo hemos dicho: We Should All

Be Feminists. Y en MADE, ¿cómo nos empapamos de toda esta "nueva masculinidad" que acontece al universo fashion? Pues bien, comencemos por una imponente Marta Purriños, en portada, agenciándose los pantalones más deseables de la temporada. Continuemos con una buena dosis de estilo boyish, sigamos por redacciones que analizan la fluidez de sexos de antaño, y para finalizar, desgranemos la feminización del hombre moderno. Et voilà! La reinterpretación

del universo masculino, visto desde ambos lados de la cama, se da cita en nuestras páginas para declarar su amor a la ten-

dencia genderless y a la silueta oversized. En esta "nueva masculinidad" — o feminidad, según se mire— queda clara una cosa:

los chicos llevan falda, las chicas traje. Que no te engañen.

MALE - MADE NOW | 3

Daniel Albericio



EN PORTADA: Marta Purriños, fotografiada por Cristian Navarro, estilismo de Daniel Albericio y maquillada por Romina Elorrieta, con total look de BIMBA Y LOLA

MADE NOW VOL 20 - MALE

- 008 | Fashion Diaries por Ms Castro Rides
- 012 | Personal Shopper por Borja Romero
- 014 | Siempre Tres por Yolanda Castrodá
- 018 | ¿Victor o victoria? por Paula Albericio
- 020 Objetos de deseo
- 030| H. by Héctor de la Peña
- 034 APOLLO
- 040 | Miguel Marinero por Susana Martín
- 044| Belleza: Volumen acechante
- 050 | Marta Purriños
- 062 Male power
- 074 Masculino singular
- 082 Frágil, La masculinidad
- 088 Jeune and Jolie
- 100 | Modern Classic

Director

Rubén González

Co-Directora Lola Rufino Director Creativo Rubén González Editor Jefe Daniel Albericio Editor de moda Rubén González Director de arte Carlos Carvajal Editora jefe Florángel Sánchez

Director de producción Guillermo Reyes Directora de belleza Lulú Ventura Directora de maquillaje Romina Elorrieta Relaciones Públicas Lupe Castro Comunicación Mónica Rodríguez

Redactor Susana Martín Redactor Yolanda Castrodá **Redactor** Paula Albericio Traducción David González

Estilista Isabel Nóbrega Estilista Raúl Rodríguez Estilista Dan García Estilista Cris León Estilista Katia León Peluquería Moisés Pérez Maquillaje Patricia Santana Maquillaje Andrea Pérez

Fotografía Sara García Fotografía Luis Sosa Fotografía Gema Hernández Fotografía Cristian Navarro Spots Eduardo Giménez

Diseñadora gráfica Nayra González Diseñadora gráfica Naila Pérez Diseñadora gráfica Ana Lía Pérez Diseñadora gráfica Yurena Vera Diseñadora gráfica Bárbara López Diseñadora web Carla Correa

EDITA MADE NOW

Made Now. Tenerife: La Laguna 38297 Canarias /España

MADE NOW no se hace responsable de las opiniones vertidas por los colaboradores en sus artículos.

© MADE NOW

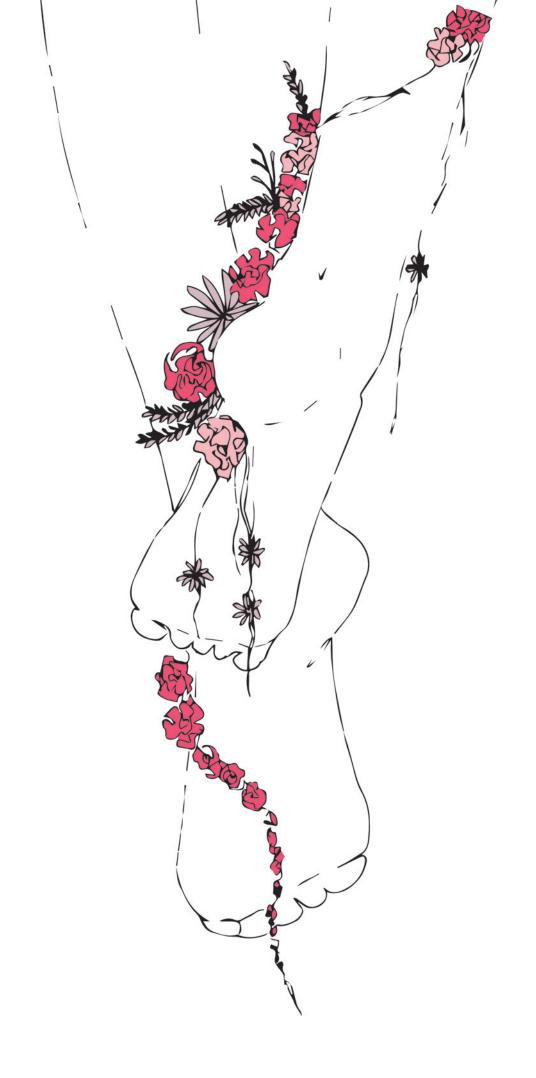
Prohibida su reproducción, edición o transmisión total o parcial por cualquier medio y en cualquier soporte sin la autorización escrita de MADE NOW

HAN COLABORADO EN ESTA EDICIÓN

Grupo Número Uno / Bimba y Lola Canarias / POP HOUSE / Roche Bobois Las Palmas / Edificio la Unión y el Fénix

Editor Loves





MALE #vol20





Cuando el Mes de la Moda acaba siempre me hace sentir un poco rara... Vemos tanto, tomamos tantas fotografías y escribimos tantísimo en un espacio de tiempo tan limitado, alimentados de litros y litros de café y durmiendo tan poco. Y de repente, casi tan rápido como empezó, se acaba.

Bueno, quizás "parar" no sea la palabra más adecuada, porque tras las cuatro semanas principales en Nueva York, Londres, Milán y París, ahí está el resto de semanas de la moda que tal vez se consideran como de menor prestigio, pero que aun así mantienen tal cantidad de talento que, obviamente, es imposible ignorarlas. Es difícil relajarse y dejar la mente en blanco para realmente centrarme en lo que he visto y analizarlo todo.

Así que, recapitulemos. Pensando en todo lo que la moda ha ofrecido como reflejo de la situación política a nivel mundial: sí, hubo bastantes protestas visuales en forma de eslóganes, colores y sombrerería; y puede que haya habido mayor diversidad sobre las pasarelas. Ciertamente, hay una tendencia en auge por incrementar la fluidez de géneros, pero creo que lo que más me sorprendió fue ese sentimiento de escapismo por el que, sin duda, pienso apostar.

Así pues, brillos y lentejuelas, ¡allá voy! Al menos hasta que este ajetreo termine. •





















Fotografía por Beata Siewicz

Paris Style
Fotografías por Paristise Photography



Aunque Tokio no se encuentra aún entre el circuito principal de las Semanas de la Moda, la vibrante, ajetreada y súper estilosa capital de Japón sigue siendo considerada como uno de los puntos fashion más influyentes del planeta, con los compradores y fashionistas japoneses manteniendo su buena reputación gracias a su innovador estilo y creatividad.

Con la pasión que irradian los nuevos diseñadores emergentes, fue todo un honor tener a la modelo y artista Eena Irina junto a Viviano Sue, diseñador con base en Tokio, y hablar con él sobre su impresión a cerca de la masculinidad y la nueva moda genderless, y probarnos alguna de sus piezas, claro. La maison de Viviano Sue es famosa por sus creaciones únicas que mezclan las culturas del este y el oeste, gracias a su estancia en ambas zonas del mundo. El plumaje fue la inspiración tras su nueva colección, para la que Viviano colaboró con la sombrerera y diseñadora de vestuario Misa Liof Ilmisa, creando algunas de estas piezas de pasarela tan espectaculares.

¿Cómo definirías la masculinidad en la escena fashion de hoy en día?

Creo que la masculinidad no la define simplemente el físico, tiene más que ver con cómo la sentimos; por ejemplo, como cuando nos sentimos fuertes. La masculinidad puede ser psicológica.



¿Qué piensas de la tendencia genderless que se está haciendo con la industria?

Pues no creo que los géneros definan realmente quiénes somos ni qué debemos vestir. Ahora mismo todo es una gran mezcla. Las mujeres visten trajes, los hombres faldas. En la moda, ya nada importa como antes.

¿Cómo se refleja esto en tus diseños?

No diseño para un género en específico. Con diferentes estilismos, mis piezas pueden vestirlas tanto hombres como mujeres, y lucirlas de manera completamente diferente. Lo que quiero es que mis clientes lleven mi ropa sin limitaciones, fronteras ni restricciones. Vístete como a ti te guste, ¡como tú quieras!

POR BORJA ROMERO

I ser humano se encuentra ante una constante complejidad en el desarrollo de su "yo social". Por un lado, se encuentra el gusto por la permanencia, la unidad y la igualdad y, por otro, el interés por la variedad, la particularidad y la singularidad. Como si sólo de adolescentes se tratara, en general, las personas tienden a la imitación, permitiéndoles el sentimiento de colectividad en sus actuaciones y liberándoles de una rutinaria elección. Simmel (1988) afirmó que la moda juega un papel fundamental en la capacidad del ser humano de diferenciación o imitación del grupo. La elección entre estas dos opciones puede estar influida,

principalmente, por la necesidad de afiliación y personalidad.

La utilización de ropajes para cubrir el cuerpo desnudo ha formado parte de la historia humana y nuestra sociedad, actuando como una herramienta de mediación entre el entorno social y la persona. El decoro del cuerpo (véase estilismo) se ha convertido en una de las principales herramientas que permite la proyección de elementos relacionados con la identidad, como es el caso del género.

El género es una "categoría que analiza la síntesis histórica que se da entre lo biológico, lo económico, lo social, lo jurídico, lo político, lo psicológico, lo cultural; implica al sexo, pero no agota ahí sus explicaciones" (Hernández, 2006: 13). Por tanto, tratamos un aspecto de construcción social definido por la historia y cada cultura, que permite la diferenciación individual dentro de unos cánones.

Podemos escoger prendas muy marcadas asociadas a cada género para identificarnos dentro de cada rol y, posteriormente, escogemos otros aspectos de esas prendas que utilizamos para la diferenciación personal. Es plausible entender la moda como un instrumento de creación, producción, reproducción y validación de los roles de género. Ésta posibilita la opción de destacar de manera apropiada, lo mismo por una minoría que por la mayoría, trabajando la libertad íntima al abandonar la "esclavitud" del colectivo.

Las gruesas líneas que separan a cada género en la actualidad sufren fuertes impactos que repercuten en la erosión de estas barreras. Primero, fueron los movimientos feministas y luego los queer/trans quienes han luchado por la erosión positiva de estos muros. No obstante, no nos gueda duda de la existencia actual del bipartidismo de género con un hombre azul y una mujer rosa, pelo corto o largo, zapato plano o tacón, y términos como "boyfriend" o "man cut".

Hoy en día, seguimos en la lucha por la reconstrucción o redefinición de los roles, y ejemplo de ello es la tendencia "Androgynus" (Andro, por masculino y gynus, por femenino), que combina elementos culturalmente estandarizados para las mujeres con otros que lo han sido para los hombres. Su objetivo no es el disimulo del sexo, sino jugar con su ambigüedad.

> Históricamente, androginia y moda han hecho y hacen una bonita combinación, cuya principal inspiración fue Frida Kahlo. Ésta fue seguida

por Coco Chanel, quien diseñó prendas fuera de la estricta indumentaria femenina. En el mundo de la música, lo andrógino tomó fuerza en la época de los años 60 con ídolos del rock como David Bowie y Mick Jagger. Y en pasarela, la inclusión de la androginia se la debemos al gran Yves Saint Laurent, quien convirtiera las saharianas y el esmoquin en patrimonio femenino.

Para aquellos que se preguntan cómo lograr un look andrógino debemos evitar los estampados, aceptando los colores neutros como base de nuestro armario. Cortes y líneas rectas, tejidos naturales, austeridad y sobriedad. Estructuras monocromáticas y colores empolvados que se armonizan con rayas diplomáticas, consiguiendo estilismos sin género. •

"Coco Chanel, quien diseñó prendas fuera de la estricta indumentaria

femenina."

Editor Loves

Stiletto de MANGO sobre brazalete de HISSIA





Capítulo 9

ES ÉL

Julia ha pasado una mala noche. No ha podido quitarse de la cabeza el nombre que leyó en la lápida. Sigue sintiéndose mal, cree que ha traicionado la confianza de Emilia. "Tal vez no tendría que haber ido al cementerio", piensa. Necesita ver a Emilia y disculparse con ella, será la única forma de sentirse bien.

Hoy se ha vestido de forma diferente: se ha puesto un traje, camisa y zapatos, todo ello masculino. Sólo un fino cinturón marca su silueta. Está muy atractiva y femenina. Un gran bolso cuelga de su hombro cayendo a la altura de su cadera. Arrastrando una pequeña maleta se dirige caminando al puerto. Sus pasos son cortos y en su cara se esboza una leve sonrisa. Es una hermosa mañana de mayo y disfruta de esos suaves rayos de sol de primera hora mientras camina.

Margarita está en el puerto, ve llegar a Julia y se acerca a ella.

- Hola Julia. Buenos días. ¿Cómo estás?
- Hola. Bien, muy bien. Con ganas de hacer este viaje -responde Julia.
- Te veo diferente -comenta Margarita, gratamente sorprendida.
- Me apetecía algo diferente -contesta Julia.
- Has acertado, estás muy guapa Julia. Me gusta tanto cómo vas, que voy a comprarme un traje de ese estilo.

Julia, con una amplia sonrisa y satisfecha de haberle gustado a Margarita, responde:

- Te quedaría perfecto.



Mientras siguen hablando, caminan hacia el control para entrar en el barco.

A Julia le encanta el mar. Por su trabajo, hace continuamente el trayecto entre Ceuta y Algeciras, y siempre disfruta de ese momento.

Ya en Algeciras, caminan tranquilas hacia la estación, todavía faltan dos horas para que salga el tren. Se sientan a tomar un café por el camino, han pensado que mejor comen en el tren.

Julia revisa su móvil, ve varias llamadas perdidas de Marta, se queda pensativa. "¿Qué pasará?", murmura, "luego la llamaré".

Al entrar en el tren, Julia observa a su alrededor y se sorprende al ver otra vez al hombre que le llamó la atención el día anterior, cuando ella estaba con Margarita. "¡ES ÉL!", piensa Julia, "el mismo de ayer. ¡ES ÉL! Seguro. ¿Nos estará siguiendo? ¡Dios, qué mal rollo!".

Con cara de susto, Julia se dirige a Margarita.

- Creo que nos están siguiendo.
- ¿Qué? –contesta Margarita–. ¿Qué pasa, Julia?
- No mires ahora para ningún lado. Hay un chico en el asiento de al lado, le he visto ayer en la cafetería, antes en el puerto, y ahora en el tren. No sé, me da mal rollo.
- Julia, ¡por Dios! Será coincidencia, las personas viajan. Ha tenido que coger el barco y ahora el tren, como nosotras.
- Y, ¿ayer? estaba en la cafetería —comenta Julia alterada.



Margarita, quitándole importancia, responde:

- Será una coincidencia, Ceuta es una ciudad pequeña.
- No sé, creo que nos sigue, tengo esa sensación Julia no se queda convencida.
- Vamos a ver dónde se baja —comenta Margarita—. Ahora tranquila, vamos a comer algo. Disfruta del viaje, ¿vale?
- Vale —responde Julia con cara de no estar muy conforme.

Aunque el recorrido entre Algeciras y Madrid es un precioso viaje, con hermosos pueblos y bellos paisajes, Julia no puede disfrutarlo, está convencida de que les están siguiendo.

Después de cinco horas y media de viaje, el tren entra puntual en Madrid.

- El chico sigue ahí, Margarita —comenta Julia.
- Tranquila, Julia. Ahora cogemos un taxi al hotel y no lo veremos más.

Una vez en el hotel, situado en el corazón de Madrid, en plena Gran Vía, ambas deciden descansar; es tarde y llevan todo el día viajando. Margarita ha reservado dos habitaciones, una para Julia y otra para ella.

Su estancia en Madrid va a ser de tres días. Margarita verá a su hijo, que estudia en esta ciudad, y aprovechará para hacer algunas compras con Julia.

En la habitación, Julia se acuerda de que tiene que llamar a Marta. "Con tanta locura me había olvidado", murmura.

- Hola, Julia —responde Marta al otro lado del teléfono.
- Lo siento, Marta. No he podido llamar antes. ¿Te pasa algo? Tengo varias llamadas perdidas tuyas.
- No, no, tranquila -responde Marta. ¿Te pasa algo a ti? Te noto muy acelerada. ¿Dónde estás?
- Estoy en Madrid. Estoy bien. ¿Cómo estás tú? Kamel, ¿está bien?
- Sí, Kamel está bien, no te preocupes. Sólo quería hablar contigo, pero prefiero hacerlo cuando vuelvas, en persona, por teléfono no me gusta.
- No me dejes así, cuéntame algo, Marta.
- No es nada importante Julia, de verdad, son historias mías. Prefiero contártelo cuando vuelvas.
- Vale, no quiero ser pesada, pero me dejas preocupada.
- No te preocupes –responde Marta–. Ya te contaré. Es tarde, tengo que acostar a Kamel. Disfruta del viaje. Cuídate. Vale. Besos.

"Ahora, sí", piensa Julia, "más cosas en mi cabeza".

A Julia se le agolpan los pensamientos. Orlando preocupado por saber de Margarita (cosa que no entiende), el nombre que vio en la lápida, el chico que cree que les sigue y, ahora, Marta.

Se agobia y decide bajar a la cafetería del hotel, necesita relajarse, así es imposible dormir.

En la cafetería...

"No puede ser", piensa Julia, "ES ÉL, ES ÉL". Está viendo al chico del tren. Se pone muy nerviosa, no atina a poner el vaso de manzanilla que está tomando en la barra del bar, el vaso cae al suelo, Julia se disculpa con el camarero y sale corriendo.

"Tengo que decírselo a Margarita", murmura Julia mientras corre por la escalera. No se atreve a coger el ascensor. Llega a la planta de sus habitaciones con la lengua fuera de tanto correr. Coge aire y levanta la cabeza, se queda paralizada. "¿Qué es esto?", piensa.

Margarita saluda con un beso a un hombre que entra en su habitación... •

¿VICTOR o VICTORIA?

Por Paula Albericio

o sé si conocerás la película ¿Víctor o Victoria?, en la que la protagonista, Julie Andrews, interpreta a Victoria, una actriz que debe recurrir al travestismo para poder trabajar en el cabaret de París. Quizá te suene también Tootise; en este caso es Dustin Hoffman quien debe hacerse pasar por mujer para lograr que le otorguen papeles... ¿Que por qué comienzo así? Pues simplemente para demostrar que la ambigüedad, el travestismo e incluso la transexualidad no son temas recientes, sino que llevan años entre nosotros y que han sido objeto de temática en libros y películas desde hace tiempo. La moda tampoco ha sido ajena a ellos, incluso antes de que las diferentes firmas y marcas jugaran a la ambigüedad en sus colecciones o de que nosotras empezásemos a usar la ropa de ellos para lograr ese look tomboy, las grandes celebridades femeninas no dudaban

en hacer propio el estilo masculino, llevándolo en ocasiones a otro nivel o haciéndolo la base de su sello personal.

Hasta hace poco, cuando una chica o una mujer elegían cortarse o raparse el pelo, llevar prendas catalogadas como demasiado masculinas para una señorita, etc., tenían que aguantar comentarios del tipo "marimacho", o "será lesbiana". Y quizá hoy siga pasando mucho más de lo que esperamos. Pero a estas alturas debería quedar claro que ni la ropa que llevamos define nuestra sexualidad, ni nadie debería poner etiquetas a otros, ya sea por apariencia o por cualquier otra causa. El que una mujer elija adoptar un look masculino no le resta belleza, personalidad, elegancia o sensualidad. Y tenemos ejemplos históricos que así lo demuestran, además: recuerda que el maestro Yves Saint Laurent volvió sexy y femenina a una de las prendas masculinas por excelencia: el esmoquin.







3imba Bosé desfilando para Davidelfir



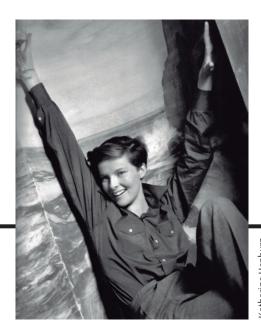
La actriz alemana Marlene Dietrich, una de las divas de los años 20 y 30 e icono inmortal de belleza, fue de las pioneras en jugar al despiste con su sexualidad y en ello cumplió un papel importante su indumentaria y, sobre todo, su actitud: toda una femme fatale que desarmaba a los hombres enfundada en un esmoquin o llevando frac y sin necesidad de mostrar sus kilométricas piernas.

Pantalones de pinza, tirantes, camisas masculinas y mocasines. En una época en las que ellas derrochaban híper feminidad, marcando cintura y luciendo pronunciados escotes, Katharine Hepburn desafió las tendencias e hizo del look masculino su seña de identidad, convirtiéndolo a su vez en un acto de rebeldía.

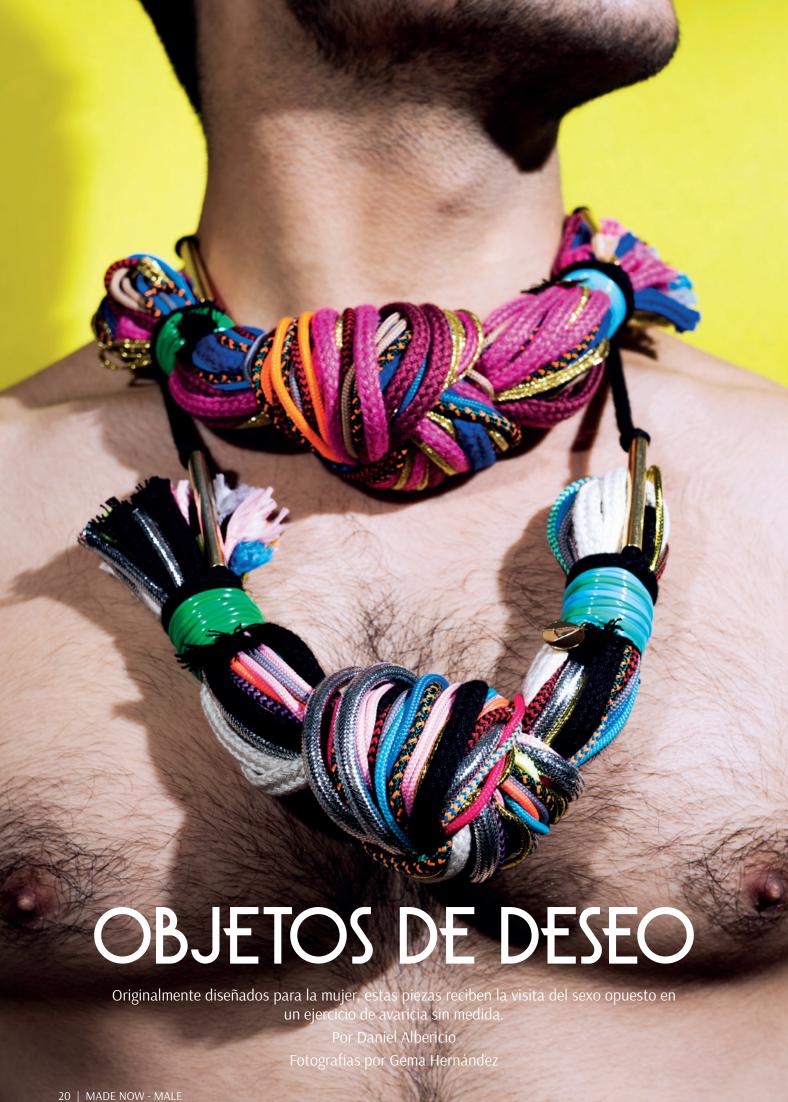
De la gran pantalla a la realidad, los estilismos que Diane Keaton luciera en la película Annie Hall pasaron a formar parte del día a día de esta gran actriz, a la que incluso a día de hoy es habitual ver vistiendo trajes y camisas masculinas. ¿Quién dijo que una mujer no podría ser elegante llevando algo así?

Hoy en día también encontramos muchos ejemplos entre las celebrities e it girls, desde Karolina Kurkova a Caroline de Maigret, para quienes un look tomboy es mucho más que ponerse unos vaqueros boyfriend y unos zapatos de cordones (¡gracias!).

Y si de ambigüedad hablamos, no puedo terminar este artículo sin hacer una mención especial a Bimba Bosé, cuya andrógina belleza conquistó la industria de la moda.•



Katharine Hepburn





Brazaletes "Luz" e "Iris" en ébano y cristales, de HISSIA. EN LA PÁGINA ANTERIOR: Collares de DOMINGO AYALA.





Collares de *DOMINGO AYALA* y bolso con print de *MANGO*.





Brazaletes de madera de MCM JEWELERY, y cinturón-cuerda con borlas de LOCAPLAYA.



Collar "Mencey va a NY" de MARTA MOORE, y pulsera "Safari" de HISSIA.



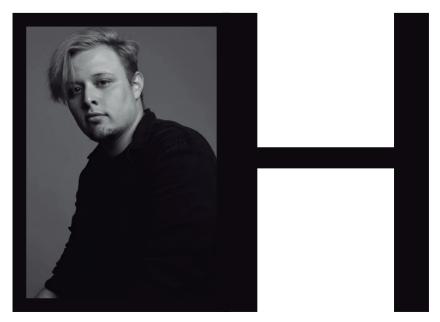
Anillos "Ondas" en plata y anillo en vidrio, de MARTA MOORE.



Brazalete "Árabe" en plata de *MARTA MOORE.* EN LA PAGINA SIGUIENTE: Bolso redondo con correa en piel de pitón de *LOCAPLAYA*.

Modelo: Cristian Navarro. Técnico digital: R.W. Dirección creativa: Rubén Gonzáez.





HÉCTOR DE LA PEÑA

ace un nuevo talento en el mundo de la moda del que, sin duda, hablaremos muy bien y mucho en un futuro no demasiado lejano. Héctor de la Peña, en exclusiva para MADE NOW.

Amplias siluetas y formas que cubren el cuerpo. ¿Cómo nace este estilo?

Todo comenzó en mi colección "Noire", donde me inspire en un mundo conquistado por pandas. Investigué el tamaño de los pandas promedio y realicé las prendas como para una persona de ese tamaño y así fue como tomó forma esto de las siluetas tan amplias.

El oversized es ya algo característico en tus colecciones; "Noire" o "SAC SS2017" son ejemplo de ello. ¿Cómo podrías encajar aquí la última tendencia de la moda unisex?

Normalmente, diseño prendas con cortes masculinos o que no caigan en lo femenino para después poder usarlo tanto en chico como en chica.

Cuentos y leyendas inspiran tus diseños, eso está claro, pero ¿cómo extraes de ellos los diferentes conceptos que, finalmente, se presentan en una colección?

Primero analizo los personajes y los espacios en donde se genera la historia y, de ahí, extraigo texturas, siluetas y colores para plasmarlos en las prendas y cómo va fluyendo el diseño, ya atendiendo a si son vestidos, chamarras o playeras.

Tras varios años compaginando estudios y trabajo, ¿sigues sintiendo lo mismo a la hora de presentar una colección? ¿Cómo analizas tus creaciones anteriores?

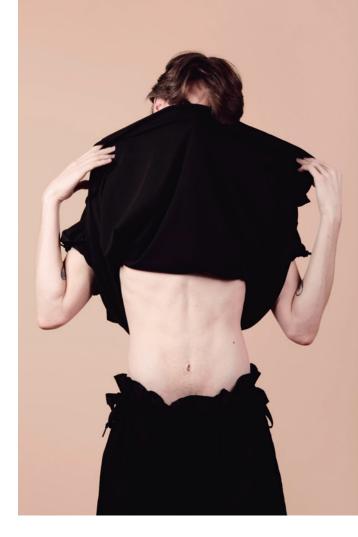
Por lo general, soy una persona nerviosa; la emoción hasta el momento es la misma y respecto a cómo veo mis colecciones pasadas... Yo diría que las veo como unos buenos ejercicios para saber quién soy estéticamente en mis colecciones y en mi forma de diseñar.

A la hora de diseñar, ¿escuchas música o tienes algún ritual o hábito para concentrarte?

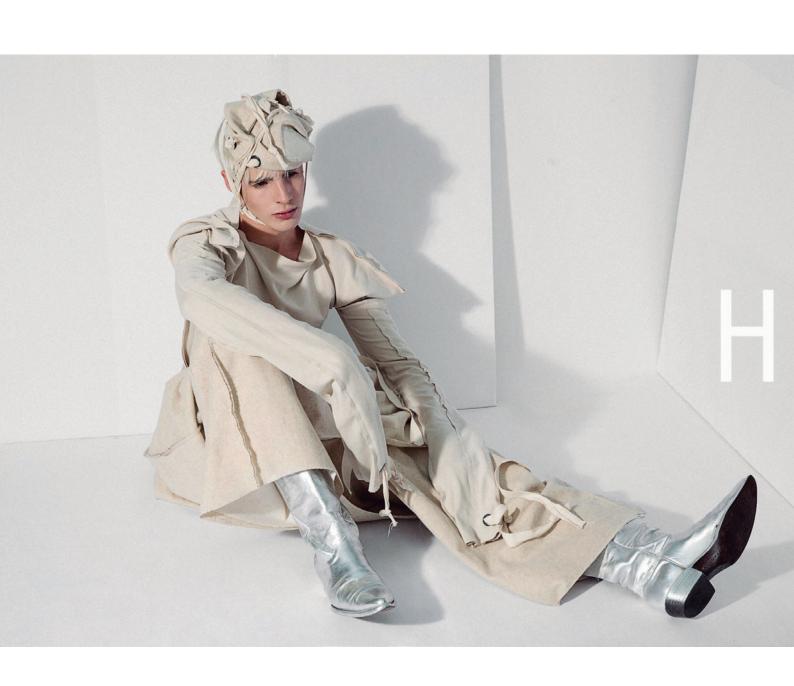
Dependiendo de la inspiración elijo el tipo de música que escucho. Por ejemplo, en esta nueva colección para el invierno de 2017 ando escuchando a The Pirouettes y a Bagarre. Tengo un ritual, también: apenas inicio una colección, prendo un incienso de té verde o copal antes de ponerme a bocetar o buscar inspiración para la misma.

Un color, una prenda, una estación...

Un buen abrigo negro durante un invierno frío.











APOLLO

La experiencia de la antimoda

Hablamos con el equipo detrás del fashion film "Apollo", rodado en Gran Canaria con Cristian Velasco al frente, que ha sido seleccionado para el Festival Internacional de Fashion Films de Canadá.

> "Apollo surge de las ganas de crear, investigar y disfrutar que caracterizan a todos los que formamos este proyecto", son las primeras palabras que esboza un ilusionado Cristian Velasco, cabeza del proyecto. Además de esto, la ilusión de poder ser seleccionados en diversos festivales internacionales de moda en el cine se configura como la mayor motivación del proyecto.

> A pesar de tener en la tendencia de la antimoda su espíritu estilístico, no queda ahí la cosa. "Apollo no se centra en la antimoda; la antimoda es solo una excusa, es la excusa perfecta en el momento perfecto. La libertad de expresión era el valor más importante. He de admitir que era uno de los conceptos perfectos para seducir al equipo".



Cristian, tu recorrido como film maker es corto, pero muy intenso. ¿Ves tu futuro en esta disciplina dentro o fuera de las islas? ¿Cuál es el factor más importante a la hora de producir un fashion film?

Sí que veo futuro en las islas. "Apollo" pretende dar a conocer, además de que aquí en Canarias contamos con mucho talento y ganas, que existe la necesidad de incluir el fashion film (en el que predomina la estética del lenguaje sobre el producto) como nueva tendencia de comunicación. Ahí está el factor clave, podríamos decir.

Un consejo que darías a quien esté comenzando su andadura...

Hay dos cosas que siempre recuerdo a mi equipo: lo primero es que debemos divertirnos y, en segundo lugar, no permitir que nadie nos robe la ilusión por lo que hacemos. En la historia de "Apollo", estoy seguro de que la experiencia ha sido lo más importante para todos.

En esta aventura, Cristian se ha rodeado de un equipo amplio en el que cuento con rostros tan familiares en las páginas de MADE NOW como el estilista Dan García o nuestra querida Marta Purriños y el conocidísimo Alex Mercurio – protagonista del film junto a Marta. Ellos también guardan una experiencia especial de este proyecto.

Qué ha sido lo más complicado, Dan, ¿desarrollar la idea de la antimoda, o encontrar opciones estilísticas para llevarla a cabo?

La verdad es que cada parte del proceso tiene su dificultad... Desarrollar la idea tuvo su complicación y encontrar opciones fue una tarea dura, pero gratificante, sobre todo con Joel Martín y Almudena Palma (compañeros de dirección de vestuario) trabajando también en el desarrollo del proyecto.

Marta, ¿qué fue lo que te atrajo de "Apollo" en un principio?

A veces no es cuestión de pensar, sino dejarse llevar y, sobre todo, sentir. Cristian me transmitió desde el primer segundo que era algo increíble, diferente, abstracto y único, y eso fue lo que me atrajo, además de la profesionalidad con la que trabaja. Creo que fue un cúmulo de circunstancias que hicieron más que atractiva la propuesta. Aunque creo que la verdadera pregunta es, ¿qué fue lo que le atrajo a Cristian de mí? Esa sí es mi verdadera incógnita; sólo sé que ha sido una experiencia irrepetible, como si de una estrella fugaz se tratase, corta e intensa. Sin lugar a dudas, "Apollo" es un espectáculo visual donde los planetas colisionan dando paso al caos.

Y en tu caso, Alex, ¿cuál sería el mejor recuerdo de esta experiencia?

Sin lugar a dudas, el compañerismo y el respeto entre todos, no había egos de ningún tipo. Queríamos crear algo bonito y lo conseguimos. Ya conocía a Cristian y a Marta, pero nunca habíamos trabajado juntos. Fue un placer hacerlo con ambos y, por supuesto, con todo el equipo. Volvería a repetir.

Y no sólo de vídeo trata "Apollo"; la fotografía juega un papel crucial en el proceso. En esta ocasión, el trabajo de Marcos Cabrera se complementa con el de Cristian para llevar a cabo la idea.





Fotográficamente hablando, ¿qué ha sido lo más complicado durante el rodaje?

Cuando nos rodeamos de un buen equipo profesional que se implica y, desde un principio, capta la idea del proyecto, en este caso "Apollo", nada se complica; todo se va trabajando detalle a detalle para que los días durante los que se realiza la producción esté ya todo claro, sobre todo en la parte de fotografía, iluminación, atmósferas y encuadres de cada escena.

Dos de los modelos en esta producción nos cuentan también sus vivencias. Laura Morales y Esaú Sánchez comparten sus mejores momentos en el set.

"¿Mi mejor momento?", comienza Laura. "Verme caracterizada, ya que el peinado, así como maquillaje y estilismo eran muy elaborados y me ayudaron a meterme en el papel, pero el mejor momento del rodaje fue cuando vi la cara de satisfacción del todo el equipo al finalizar, fruto del gran trabajo que hubo detrás. Sin duda fue un placer trabajar con Cristian y todo el equipo". Un trabajo en equipo que también Esaú destaca: "Desde el director, siguiendo por los estilistas y las maquilladoras, hasta llegar al último de mis compañeros, la verdad es que se consiguió un ambiente familiar donde nos ayudábamos entre nosotros en todos los aspectos".

¿Cómo ha sido ese trabajo en equipo?

Personalmente sólo conocía a una pequeña parte del equipo antes de comenzar con "Apollo" así que, en un principio el ambiente por mi parte era un poco frío... Pero con el paso de las horas se consiguió ese ambiente familiar del que hablaba. Para ser sincero, tengo que darle gracias a Cristian por contar conmigo para este proyecto, ya que el resultado ha sido magnifico.



iguel arinero Por Susana Martín



Miguel Marinero lleva, desde el año 1975, a cargo de su propio equipo y ha liderado el desarrollo de la marca, situándola en los mercados internacionales.

Combinando en sus colecciones, de forma poco convencional, moda y escultura, ha evolucionado, además de en diseño, en exposiciones artísticas que han viajado a varios destinos.

Actualmente, los diseñadores de la firma son Miguel y Nicolás. Padre e hijo complementan la experiencia y el conocimiento con los sentimientos que expresan a través de sus creaciones. Su visión supone el desafío constante de combinar la practicidad de una prenda con la belleza de la misma, mezclando simplicidad y glamour.

Las referencias al mundo de la pintura han sido una constante en sus colecciones. He visto que cita nombres concretos como Sonia Delaunay o Gustave Klimt como inspiraciones...; Cree que, por fin, la moda está ocupando el lugar que le corresponde dentro del universo del Arte?

La moda es un arte en sí misma, pues aúna inspiración, creatividad, expresión y comunicación. Cualquier actividad creativa establece sinergias con otras actividades similares y de ahí fluye la inspiración. En mi caso además soy coreógrafo y he sumado moda y arte en diversos momentos de mi trayectoria profesional. A lo largo de este año en tres exposiciones combinadas moda y escultura. Mi colección "Pentimento" de la actual MBFW de Madrid es un homenaje a Velázguez.



3oceto Miguel Marinero

Usted ha estado muy ligado al mundo de la escenografía; de hecho, su colección 2010-2011 se llama "Grandes Divas". ¿Hay una mirada nostálgica? ¿Cree que la elegancia clásica sigue teniendo hueco en el panorama actual?

Cada época guarda para sí una estética entre misteriosa y elegante que puede ser replicada a lo largo de los años. Ha habido momentos especialmente glamurosos en la historia de la moda, pero lo realmente importante es ser capaz de conservar esa aura y subirla a la pasarela para la mujer de hoy, femenina y a la vez agresiva en un mundo en continua evolución que requiere de mujeres con personalidad muy definida y que saben lo que quieren: ser únicas y elegantes sin pasar desapercibidas pero sin epatar ni llamar a engaño.

Algunas de sus piezas han sido fotografiadas por los mejores fotógrafos del mundo... Mario Testino, grande entre los grandes, de hecho, trabajó con ellas para el especial de Vogue España de diciembre de 2012, el cual ha sido uno de los números más emblemáticos de esta cabecera. ¿Qué sintió al verse impreso en esas páginas?

Obviamente la suma de Testino, referente absoluto, con la cabecera de Vogue, publicación decana y clásico del glamour, y mis creaciones, es algo que produce una satisfacción enorme. No obstante a ese momento estelar hay que sumar el día a día, la satisfacción de cada entrevista y fotografía en diferentes medios y por distintos profesionales. Pero sobre todo hay que añadir la satisfacción de ver tus diseños en la calle, en las personas que confían en ti para su día a día y para una ocasión especial y gracias a ellas se sienten únicas y exclusivas.

La calidad de sus materias primas, la creatividad de sus diseños y el saber hacer de su atelier le avalan como uno de los más importantes representantes de la moda en nuestro país... ¿Qué significado cree que tiene la "marca España" fuera de nuestras fronteras? Si sólo dependiese de usted, ¿qué tres adjetivos le gustaría que definiesen dicha "marca"? ¿Se siente apoyado y respaldado por las Instituciones españolas como embajador de la moda en este país? ¿Qué medidas cree que se pueden tomar potenciar el trabajo de los creadores nacionales?

Diseño, creatividad y excelente materia prima son los tres atributos que nos definen. Y que son aclamados en los cinco continentes. Cualquier iniciativa exitosa tiene que ver con lo que haces y con quien lo haces. Mi marca crea y diseña, pero cuenta con los mejores proveedores de textil. España es tradicionalmente artesana y eso se nota en cada patrón y en cada corte. Evidentemente, la moda de España da mucho fuera y es un pasaporte de calidad que los Ministerios de Industria y Cultura especialmente y además el de Hacienda, deberían potenciar. Todos los diseñadores de alta costura pertenecemos al sector de las pymes, en





un universo del 4% del PIB anual. Es nuestra grandeza, pero también nos encontramos día a día con dificultades enormes de financiación, pues los márgenes son estrechos. De igual manera, tanto Casa Real, como las representantes políticas y administrativas de nuestro país, deberían apostar incondicionalmente por llevar nuestra moda en todas sus intervenciones. Sería ampliar el escaparate. Desde la Asociación de Creadores, ACME, abogamos por estos "must" para comenzar.

Uno de los pilares fundamentales sobre los que se sustenta Miguel Marinero es el uso de lujosas pieles que se adaptan a las distintas épocas y estilos y que se mezclan ingeniosamente con otros materiales. ¿Cómo ve el futuro de la peletería, ahora que la filosofía vegana gana terreno? ¿Ha tenido problemas con alguna asociación o colectivo? ¿Cree que es posible un equilibrio o que será una guerra ideológicamente constante?

Es un tema manido y en concreto mi firma es más cuidadosa con el medio ambiente que muchas otras industrias. Nosotros ahora combinamos colecciones de piel con textil, pero no abandonamos nuestra historia, que es lo que nos ha mantenido, desde 1975, en alza. Existe toda una serie de mecanismos de control absolutamente pulcros que demuestran que no se incurre en ningún tipo de maltrato animal. Está completamente regulado y hablar de ello sin datos es falaz. Admito los gustos individuales, pero razonados y sin demagogia. Por ponerte un ejemplo, poca gente tiñe, como nosotros, con tintes naturales respetuosos con el medio ambiente. Precisamente porque siempre hemos cumplido una serie de normas que a otros sectores se les permiten.

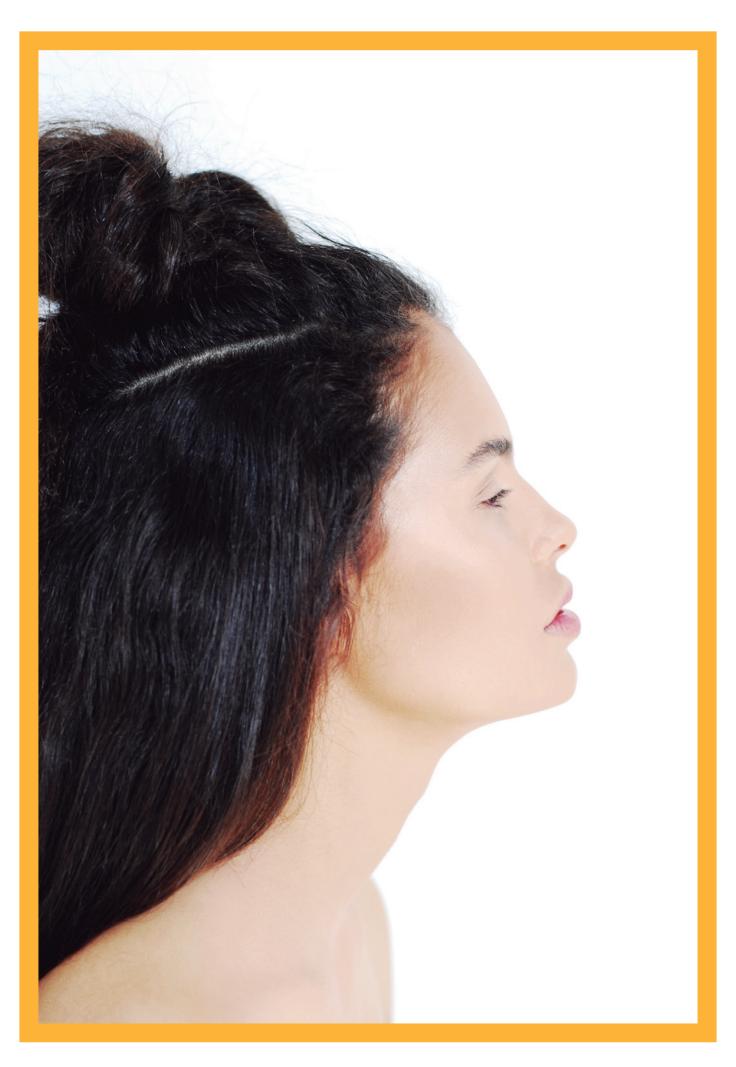
Por último, me gustaría robarle un poquito de su sabiduría y de su conocimiento en la industria de la moda... Si mira hacia atrás, ¿le gustaría poder cambiar algunas de las decisiones profesionales que tomó en sus inicios o, al menos, haberlas mirado desde otro enfoque? Si sólo pudiese dar un consejo a quienes empiezan a andar el camino de la moda, ¿qué les diría?

El hecho de que mi hijo Nicolás siga mis pasos es una muestra de que no lo he hecho mal. Quizá me haya empeñado en temas puntuales en mi juventud que ocasionalmente no fueran lo que imaginaba, pero me avalan casi cuarenta años de solvencia y he tenido una trayectoria que abarca diferentes artes. No pierdo la pasión en lo que hago porque esa es únicamente la fuente de la juventud. Y ahora la colección "Pentimento textil" es mi gran ilusión y verla sobre la pasarela es como un nuevo bautismo; paso los mismos nervios que hace cuarenta años. A quien quiera comenzar a caminar en este mundo ahora, simplemente le diría: escucha, viaja, lee, rodéate de los mejores y vive tu pasión sin límites.

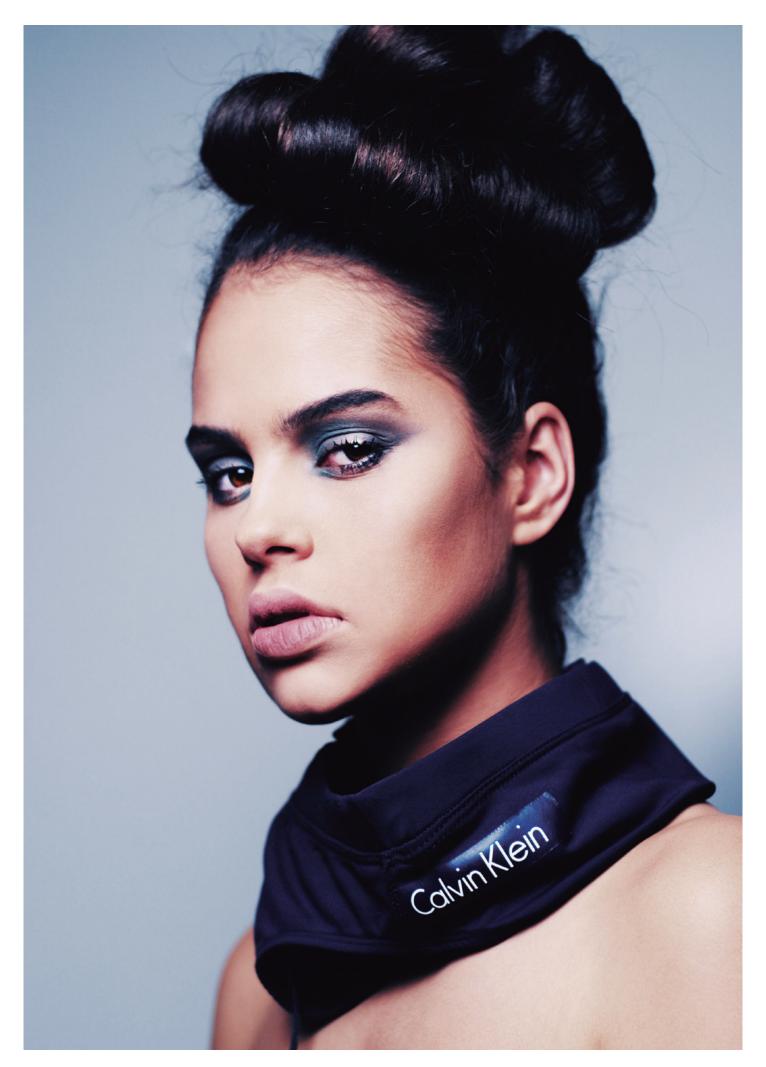
MÜLLER MÜLLER DEN OWN DELLE SAN DELL

BELLEZA **VOLUMEN ACECHANTE** En la cara, rasgos marcados, tonos naturales y oscuridad. En el cabello, un ejercicio de volumen que no conoce límites Fotografías por Sara García Peluquería por Moisés Pérez Maquillaje por Andrea Pérez

44 | MADE NOW - MALE













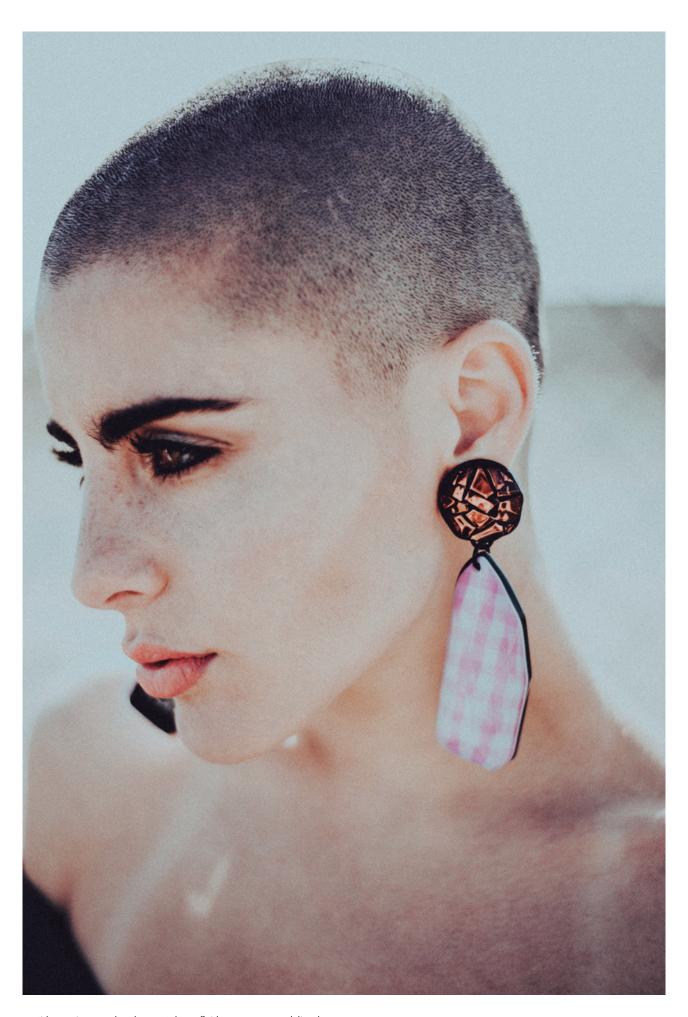


Marta, con mono negro con tirantes y pierna ancha, collares cortos con coral y sandalias romanas de piel, todo de BIMBA Y LOLA.



Top de cuadros vichi sobre vestido camisero y pantalones con el mismo estampado, sandalias de plataforma en piel trenzada y pendientes de rafia, todo de BIMBA Y LOLA.

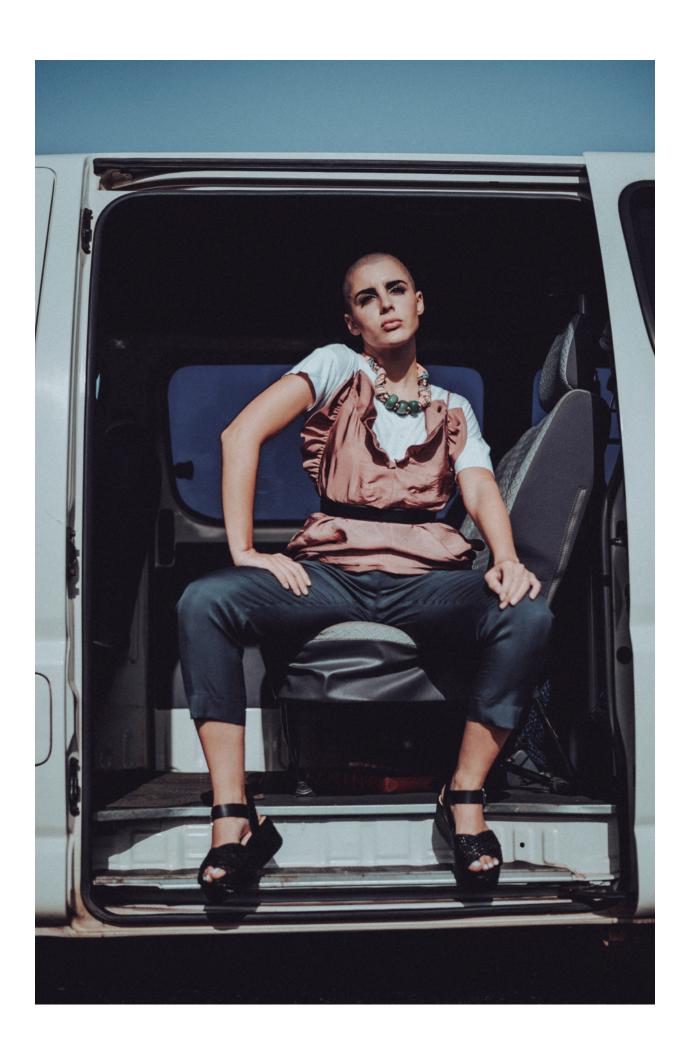


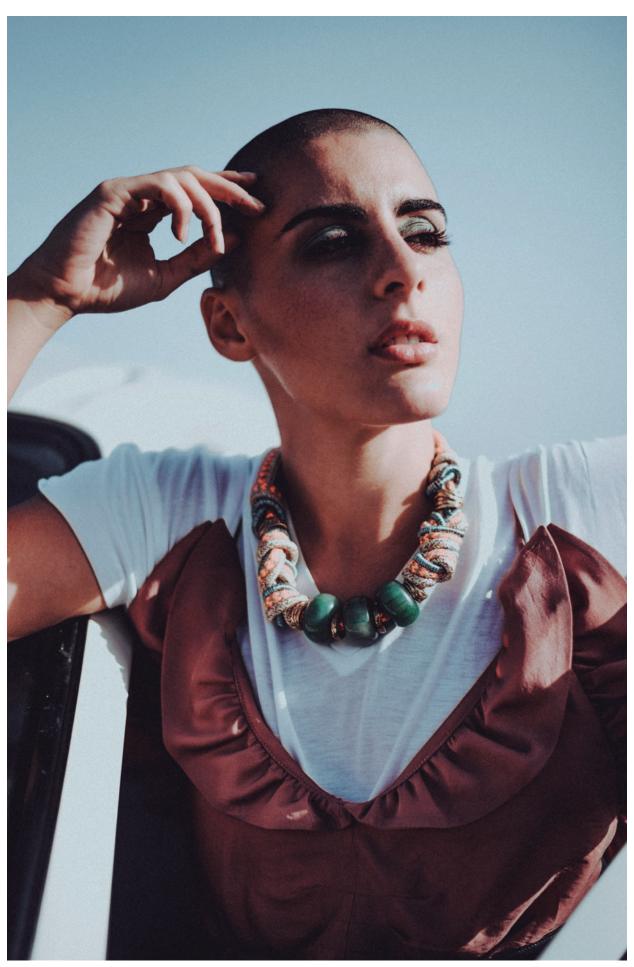


Vestido camisero verde sobre pantalones fluidos en negro, sandalias de serraje y pendientes XXL con cuadros vichi, todo de BIMBA Y LOLA.

Vestido doble estampado sobre pantalones "Ikat", sandalias de serraje, bolso trenzado multicolor y brazaletes dorado y negro, todo de BIMBA Y LOLA.

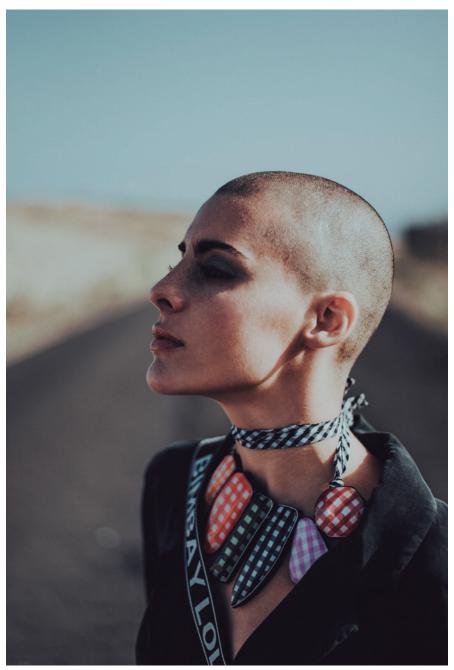






Camiseta básica de algodón bajo vestido de tirantes con volantes, pantalón fluido verde, sandalias de plataforma en piel trenzada y collar de cabos en tonos pastel, todo de BIMBA Y LOLA.





Blazer oversized en negro, saca trenzada en rojo con correa con logo, collar con piezas de cuadros vichi y sandalias romanas de piel, todo de $\it BIMBA\ Y\ LOLA$.

Maquillaje: Romina Elorrieta. Dirección creativa: Rubén González. Agradecimientos especiales: Grupo Número Uno.



Fotografías por Charly V. Real Estilismo por Sergio Guía do Carmo

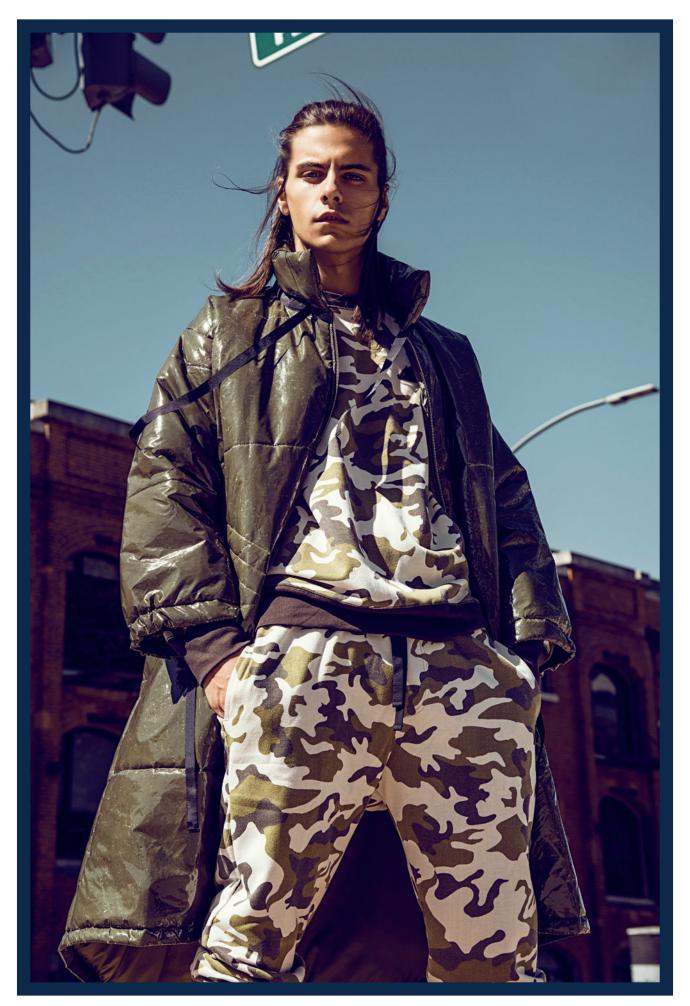




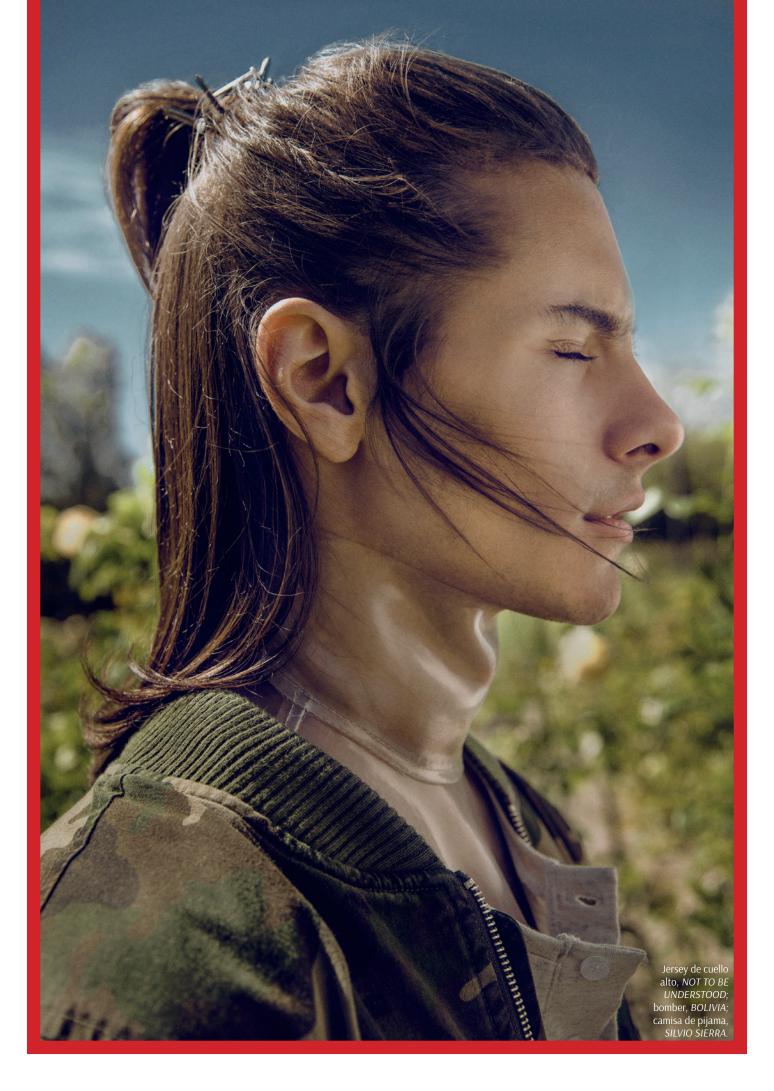
El modelo luce total look de ADIDAS.







Parka acolchada, NOT TO BE UNDERSTOOD; suéter y pantalones, LE COQ SPORTIF; deportivas, GUCCI.







Camiseta transparente, *COMPLOT*; pantalones cortos, *KAPPA*; deportivas, *LE COQ SPORTIF*.

Modelo: Bautista (K-MANAGEMENTE). Peluquería: Gabo Escobar. Asistentes de estilismo Ana Beatris de Sola y Violeta Betz Pompozzi. Técnico digital: Brooklyn Studio





Camisa de estampado étnico vintage y pantalones amarillos de pata de elefante, *STRADIVARIUS*.

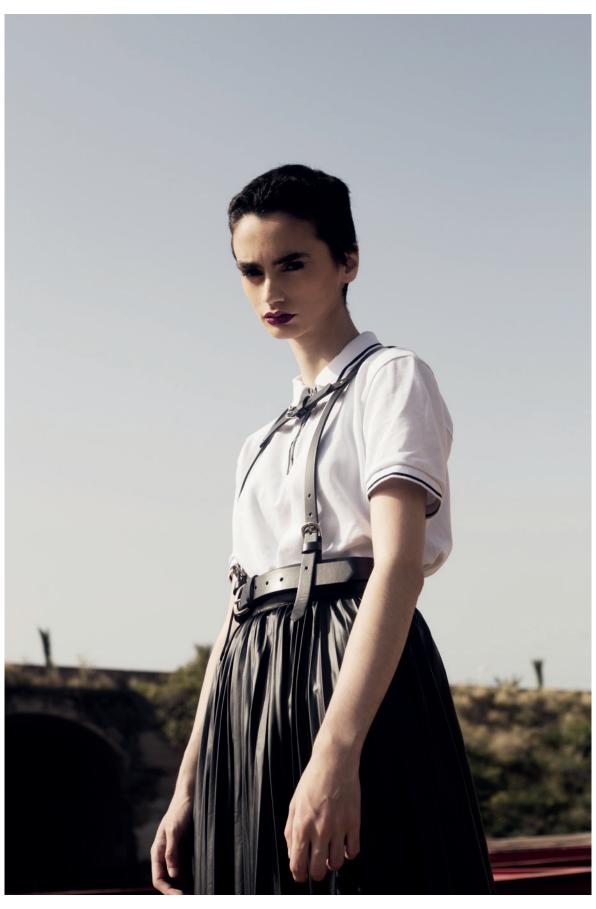


Traje masculino en gris vintage, sujetador de encaje negro, *STRADIVARIUS*, chanclas con pelo y gorra, ambas de *PRIMARK*, chokers y gafas de sol, de la estilista.





Camiseta de rayas vintage, de *FRED PERRY*, vaqueros rotos, calcetines y collar de cuerda, de la propia estilista, cinturón vintage de *LEVI'S*, zapatos estilo Oxford en PVC, de *ZARA*.



Polo vintage bajo arnés de piel y falda tableada, ambos de STRADIVARIUS.

BE
THE TYPE
OF MAN
YOU WANT
TO MEET



















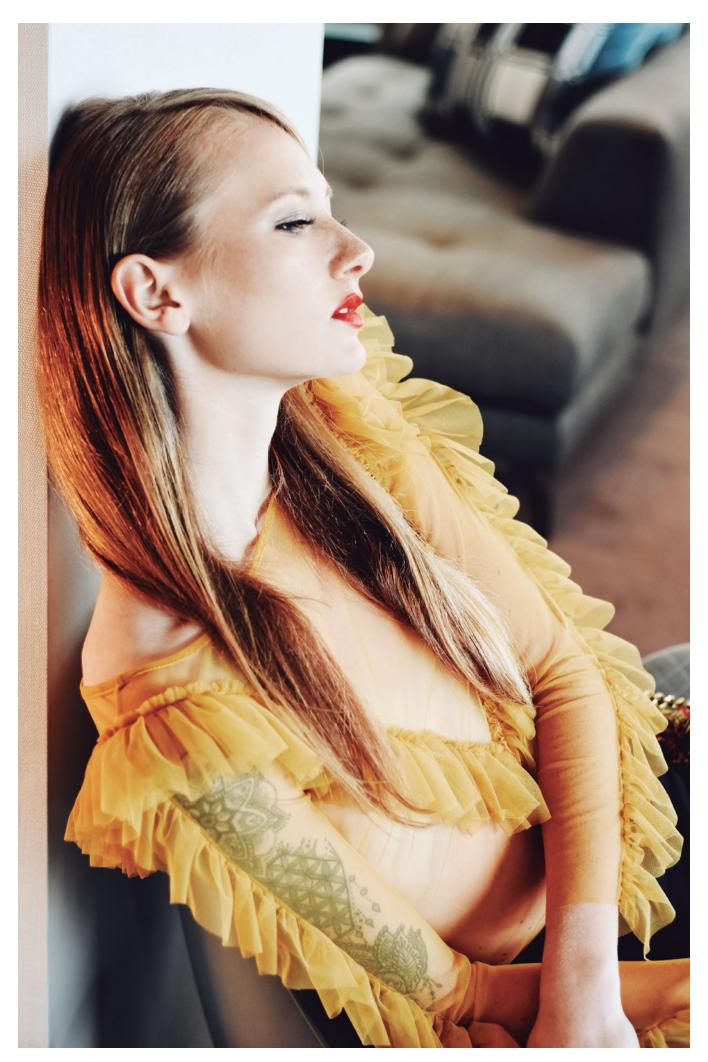
Silvia, con mono con lazada de ZARA, trench rosa de AURELIA GIL, pendientes de LAURA LUJÁN, calcetines de CALZEDONIA y zapatos de la estilista. Maxi lleva camisa blanca con manga abullonada de ZARA, pantalón cullote rosa empolvado de AURELIA GIL, zapato rosa con tacón metalizado de ZARA y calcetines de CALZEDONIA.











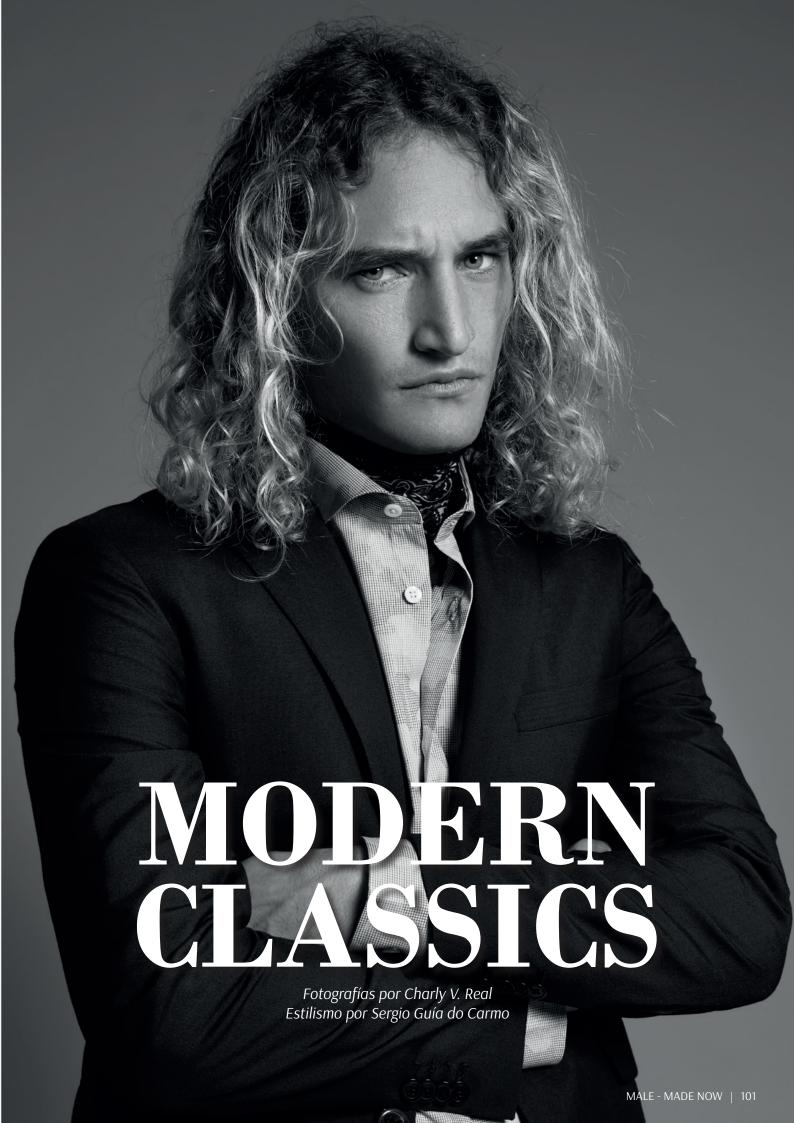






Modelos: Silvia Urrutia y Maxi (ambas en POP HOUSE). Maquillaje: Alba Vega. Peluqueria: Bilk Peluqueros. Producción: Mónica Rodríguez. Agradecimientos especiales: Edificio la Unión y el Fénix y Roche BoBois Las Palmas.

Ilustración por Mara Hernández



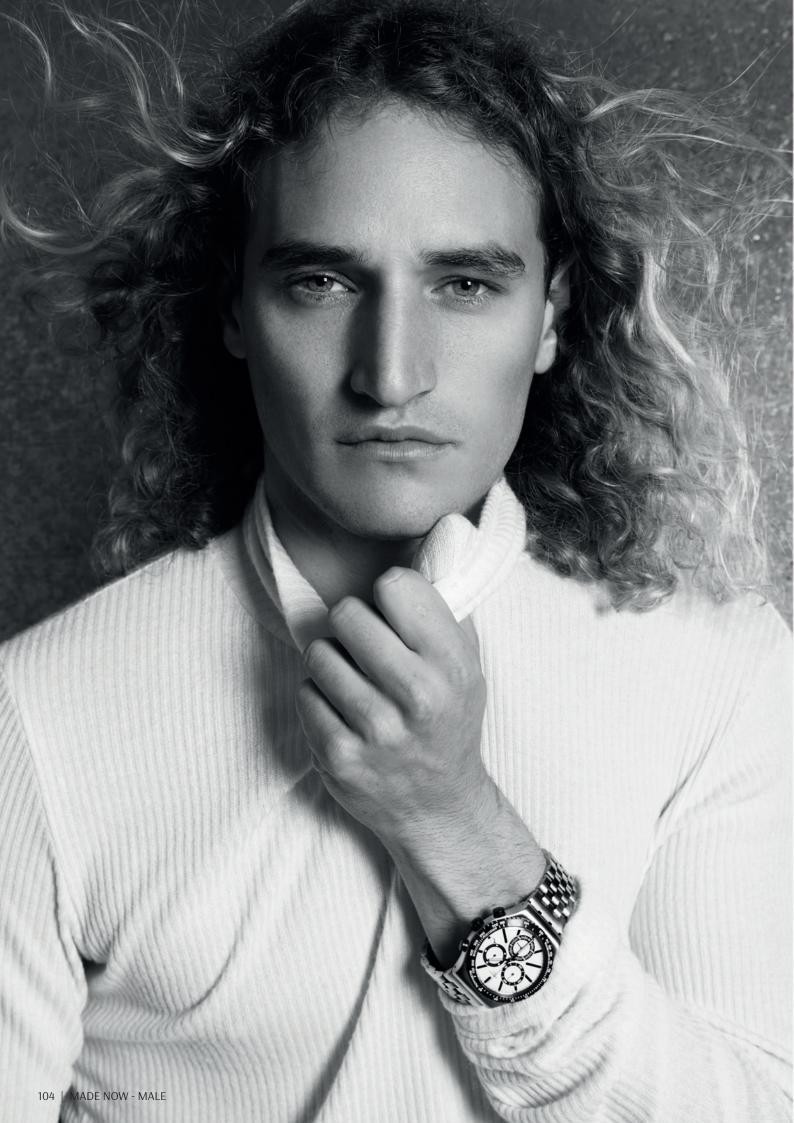


Gabardina corta, 111; camisa y pantalones, ANUNNAKI; zapatos y cinturón, TERRIBLE ENFANT; pajarita, MR. HARRY.

EN LA PÁGINA ANTERIOR: Americana y camisa, 111; pañuelo estampado, *BOLIVIA*.



Trench, BURBERRY LONDON; traje en Príncipe de Gales y camisa, 111; zapatos, HUSH PUPPIES.







Camisa y pañuelo a rayas, SILVIO SIERRA; pantalón palazzo, SANDRO; cinturón, HUSH PUPPIES.

EN LA PÁGINA SIGUIENTE: Bomber acolchada con estampado de mármol, 111; camisa, SILVIO SIERRA; pantalones, ANUNNAKI; deportivas, CLASSIC LEATHER X KENDRICK LAMAR; cinturón, TERRIBLE ENFANT.





...OR FEMALE?

