

MÜLLER MADENOW

VOL 23

UN NÚMERO
DE **CONTRASTES**
SOBRIEDAD VS
EXTRAVAGANCIA

THE 2ND SKIN CO.
ANTONIO GARCIA
ANEL YAOS

Moda patria en estado puro

QUÍMICA DEL
DESNUDO

*Editoriales con mucho,
mucho* **A R T E**

**PASARELAS &
STREET STYLE**

con MS Castro Riles

MÁS DE
200 PÁG.
PARA TI

#MADEADICTO

NUEL MCGOUGH

DE LA SOBRIEDAD A
LA EXTRAVAGANCIA SOLO
HAY UN PASO





MÜLLER
NOW

MÜLLER
MADENOW

MÜLLER
MADENOW

MÜLLER
MADENOW

MÜLLER
MADENOW

OW
LLER

MÜLLER
MADENOW

MÜLLER
MADENOW

MADENOW

MÜLLER
MADENOW

ENOW

MÜLLER
MA

VOL.23

NOW
MÜLLER

MÜLLER
MADENOW

MADENOW

MÜLLER
MA

MÜLLER

MÜLLER
MADENOW

ENOW
MADENOW

MÜLLER
MADENOW

MÜLLER
MADENOW

MÜLLER
MADENOW

MÜLLER
MADENOW

V
MADENOW

La clave está en la armonía



Justo antes de comenzar a preparar el número que aquí comienza, una buena amiga y colaboradora de esta cabecera me hacía un regalo de cumpleaños, clave para la interpretación del tema que dirige nuestra vigésimo tercera edición. Llegaba a mis manos Gio_Graphy: *Fun in the Wild World of Fashion* (Rizzoli), obra de la estilista italiana Giovanna Battaglia. Consejos de estilismo, sus aventuras por el mundo, amistades eternas... Un compendio de páginas de diferentes colores que exudan moda en cada párrafo. Analizando la primera sección del libro, no es difícil darse cuenta de un hecho ya constatado: Giovanna se divierte con la moda y nunca, nunca pasa desapercibida. Evidentemente nadie lo haría al lucir un enorme abrigo estampado de flores con unos stiletos de cebra, pero la magia de la italiana reside en hacerse notar incluso con un simple traje de chaqueta blanco y sandalias minimalistas. Es aquí donde comienza el nacimiento de este nuevo volumen. ¿Tenemos que ligar el aburrimiento a un estilismo sobrio? ¿Dónde situamos la línea que separaría esto de la extravagancia? O, lo que es más, ¿puede haber extravagancia en un *look*, a priori, sobrio?

Muchas veces se tacha al minimalismo con dicha sentencia. Si bien es cierto que la moda, en ocasiones, se satura de líneas simples, estilismos monocromáticos y cero ornamentos, algunos diseñadores crean desde esta base colecciones inolvidables. Sabido es que el binomio blanco y negro es el fetiche de Rick Owens, pero su patronaje indescifrable y el estudio del volumen que siempre realiza dejan siempre sin palabras a aquellos quienes contemplan sus propuestas. Otro ejemplo podría ser Gareth Pugh: su firma hace de lo gótico algo nuevo, mezclándolo en ocasiones con el minimalismo más puro. Estructuras rígidas, colores intensos, materiales novedosos y su inevitable factor sorpresa lo hacen ascender hacia la cima de lo excéntrico. ¿Y qué hay de una casa como Calvin Klein? Del minimalismo atlético de los 90 a la arquitectura de Francisco Costa hay una etapa, pero Raf Simons, sin duda, le ha dado una vuelta de tuerca para convertir a Calvin Klein 205W39NYC en una firma totalmente nueva y, por qué no, extravagante.

Con esta lucha entre lo excéntrico y lo más serio, comencemos.

En portada, el top Nuel McGough, en dos editoriales que analizan ambos polos. La primera, firmada por Charly V. Real, ya conocido por nuestros lectores, busca huir del clasicismo y renueva la sastrería añadiendo toques de color nada habituales en el armario masculino. La segunda viene de la mano de Roger Vekstein, nueva cara en nuestras páginas, centrándose en la sobriedad más rigurosa. Si hablamos de extremos, el rosa invade las propuestas más arriesgadas y el gris, en su faceta más floral, explora la feminidad más delicada.

¿Pueden convivir sobriedad y extravagancia en armonía? Nuestra respuesta es un sí rotundo. La clave está en la dosis en la que las administremos. Pasen página y descubran el universo de diversión que esconde una superficie gris y (solamente) algo sería que supone la moda.

Daniel Albericio
EDITOR JEFE





MADE NOW VOL 23 - SOBRIEDAD VS EXTRAVAGANCIA

- 008| Fashion Diaries por Ms Castro Rides
- 018| Siempre Tres por Yolanda Castrodá
- 022| Personal Shopper
- 024| Anel Yaos
- 028| Bruno Santín
- 030| Antonio García
- 036| The 2nd Skin Co
- 040| Iván Campaña
- 046| Reinas del Exceso
- 050| The Editors Loves
- 058| The Rider
- 070| Pink is My Colour
- 080| L'homme et La Sobriété
- 088| The Gardener
- 098| L'homme et L'extravagance
- 110| 2B
- 118| Comradeship
- 132| Bold Prince
- 144| Habitación 23
- 158| Jewels by The Beach
- 166| Claudia Espart

EN PORTADA: El supermodelo *Nuel McGough* se enfrenta a los conceptos que generan este número en dos editoriales de escándalo. En esta foto, retratado por *Charly V. Real*.

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

Directora de maquetación Nayra González

Directora de maquillaje Romina Elorrieta

Relaciones Públicas Lupe Castro

Comunicación Mónica Rodríguez

Redactor Yolanda Castrodá

Redactor Paula Albericio

Redactor Borja Romero

Traducción Daniel Albericio

Estilista Raúl Rodríguez

Estilista Katia León

Peluquería Moisés Pérez

Fotografía Sara García

Fotografía Cristian Navarro

Maquetador Guillermo Reyes

Maquetadora Naila Pérez

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

MÜLLER
MADENOW

www.madenow.es



Cambio

¿Puede ser la temporada primavera-verano 2018? ¡Parece que hace solo unas semanas estaba hablando de los desfiles del mes de la moda! Así pues, con todas las semanas de la moda terminadas, y los días de la prensa y los desfiles nupciales hechos, es hora de un resumen para compartir mis mejores momentos

Por Ms Castro Rides

En primer lugar, la moda está quedando libre de pieles, con una lista de diseñadores que se unen en la lucha contra la crueldad animal. DKNY y Donna Karan han seguido los pasos de Gucci y Versace. En marzo de 2018, Donatella Versace anunció que la marca epónima de su familia ya no usará pieles reales en sus productos, diciendo: “¿Piel? Estoy fuera de todo eso. No quiero matar animales para hacer moda. No es justo”, en una entrevista para la revista The Economist 1843. Michael Kors se comprometió a dejar su firma libre de pieles en diciembre de 2017, y la producción se eliminará por completo para finales de diciembre de 2018. La política de la compañía también se aplica a la marca Jimmy Choo, que Kors adquirió en julio. Y, sorprendentemente, el último en la avalancha de diseñadores que abandonan la peletería es el director creativo de Maison Margiela, John Galliano.

Luego tenemos el baile de diseñadores, con creativos yendo y viniendo y designando diseñadores e intercambiando posiciones. En LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton anunció que Kris Van Assche se convertiría en el nuevo director artístico de Berluti. Van Assche será reemplazado por Kim Jones, que anteriormente era diseñador en Louis Vuitton, y el puesto de Jones ha sido ocupado por el diseñador Off_White, Virgil Abloh.

Hedi Slimane, se mudó recientemente de Dior Homme (donde fue diseñador durante siete años) a Céline, donde tiene la tarea de crear una gama masculina para la marca y, finalmente, el ex diseñador de Berluti, Haider Ackermann, ahora se centrará en su propia etiqueta. ¡Uf!

La moda refleja lo que está sucediendo en el mundo de hoy y, aunque hay un montón de cambios y puede ser difícil a veces, no podemos tenerle miedo porque el cambio trae muchos aspectos positivos. En los próximos meses estaré escribiendo más, subiendo nuevamente a la pasarela y, con suerte, abriendo finalmente mi tienda física Fashion Space.

*Tiempos de cambio atemorizantes,
pero emocionantes.*

1

Nueva York Street Style



Fotografías por Danny Chin



2

Londres Street Style





Fotografías por Alan West

3

Burberry
Street Style
a la salida del desfile
de la firma británica

4

Paris Street Style



Fotografías por Farnobae Photography





5

Milán
Street Style

Fotografias por Giulia Rossetti



Vin Et Omi

Siempre he admirado a Vin & Omi. Me encanta que usen la moda como plataforma para poner su voz e influencia a los problemas globales. Me encanta que siempre hayan hecho la moda a su manera, en realidad diseñando de acuerdo con sus creencias. Y me encanta que hayan atravesado cualquier inconveniente. Fue un gran honor tener la oportunidad de entrevistarlos recientemente. Esto es lo que tenían que decir sobre una posible nueva colección de prêt-à-porter, su línea de otoño-invierno “We Are not Sheep”, y qué más está en proceso para este 2018.

Por Ms Castro Rides



Recuerdo que me enamoré perdidamente de una pieza naranja de la colección Colourotic. Estaba tan interesada en comprarla... ¡Todavía sueño con ella! ¿Pueden los meros mortales comprar piezas de sus colecciones de pasarela, o son más de archivo?

Siempre hemos hecho cosas únicas para clientes y gamas para tiendas y colaboraciones. Pronto saldrán a la venta nuestras nuevas gamas ecológicas listas para usar en las tiendas.

Hubo rumores de que planeaban hacer más piezas de prêt-à-porter utilizando el mismo material innovador y exclusivo que siempre crean. ¿Está esto aún en los planes para la firma, o ya lo han lanzado con la colección Stop Fucking the Planet? Si es así, ¿dónde y cuándo se pueden comprar estas piezas?

Hemos estado trabajando arduamente en el desarrollo de doce textiles ecológicos únicos. Hemos sido pioneros en procesos ecológicos para llevar plástico reciclado de proyectos reciclados a textiles terminados. Ahora estamos produciendo colecciones de prêt-à-porter con nuestros textiles. Nos llevó años desarrollar los procesos y las telas. Hemos estado trabajando en esto desde 2004.



Con cada colección, crean un nuevo material ecológico utilizando objetos reciclados. ¿Cuál es la motivación detrás de este rasgo característico de la marca, y qué podemos esperar ver para la colección We Are Not Sheep para el próximo otoño?

We Are Not Sheep exhibe nuestros textiles rPET de plástico recuperado. Esto incluye rPET 'lana' y tejido de seda rPET, eco-latex sostenible de un plátano que financiamos parcialmente, prendas de lana sin matar de mascotas llama y ovejas de razas raras, 'cuero' hecho de pieles de castaño y champiñones y tela vaquera híbrida de rPET.

Su identidad creativa abarca un amplio espectro de campos artísticos, desde el cine hasta el interior y el diseño de productos. ¿Tienen algún proyecto en proceso para 2018 que los involucre en algo que nunca antes habían hecho?

Estamos totalmente enfocados a desarrollar nuestros textiles ecológicos, procesos y gamas, y desplegar nuestras colecciones de prêt-à-porter. Este será nuestro enfoque para los próximos años. Tenemos muchos proyectos interesantes en proceso en Nueva York y Londres que se lanzarán muy pronto.



Fotografias por Alan West



Capítulo 12

¡CUMPLEAÑOS FELIZ!

Julia está sentada en su terraza. Con el buen tiempo se ha convertido en el rincón preferido de la casa.

Hoy es su cumpleaños y ha invitado a merendar a Marta y Susana.

Al observar a la gente pasar, su mente empieza a recordar: “35 años, cómo pasa el tiempo, hace once años que llegué a Ceuta, ¡increíble! Me parece que fue ayer cuando era una niña y todavía estaba mi madre. La recuerdo cada día: sus palabras, su sonrisa, su olor... Sigo echándola muchísimo de menos y necesiéndola cada vez más. ¡Ojalá estuviese conmigo! Mi padre, posiblemente, no recuerde que es mi cumpleaños, creo que ni se acuerda de que existo; ya estoy acostumbrada, no me sorprende nada de él. Hoy vendrán a merendar Marta y Susana. Es curioso lo diferentes que son y lo mucho que se quieren. Marta es la sobriedad, su forma de vestir, su carácter; Susana es pura extravagancia toda ella. Son una pareja curiosísima que se complementa fenomenal, una mezcla perfecta. Yo las quiero un montón.” Mientras sigue sumergida en sus recuerdos, el teléfono no deja de sonar. Después de un buen rato se da cuenta y entra corriendo al salón. Coge el móvil:

- ¡Hola!

Al otro lado del teléfono:

- ¡Cumpleaños feliz! ¡Cumpleaños feliz! Te deseamos Julia, ¡cumpleaños feliz!

- Ja, ja, ja, gracias –Julia ríe feliz.

- ¡Hola, Julia! Soy Marta. ¿Cómo te sientes con 35 añazos?

- Igual que ayer, ja, ja, ja –Julia ríe de nuevo.



- ¡Hola! ¡Felicidades! –Susana la felicita también– ¿Cómo estás?
- Ahora fenomenal después de vuestra felicitación –contesta Julia–, cuento con vosotras para merendar, prepararé algo especial.
- ¡Bien! Nos vemos por la tarde. ¡Disfruta de tu día! –Susana se despide.
- Nos vemos luego –Marta se despide también.
- ¡Hasta luego, chicas!

Después de colgar el teléfono, Julia se sumerge de nuevo en sus pensamientos.

“¿Se acordará Orlando de que es mi cumpleaños? Tal vez no... A veces no puedo evitar echarlo de menos, pero esta relación está muerta. No me gustaría que Margarita se enterase de lo que hubo entre su marido y yo, me moriría de vergüenza.”

Margarita sigue feliz y enamorada. Le preocupa tener que tomar una decisión muy importante. Roberto le ha pedido que se vaya a vivir con él. Tiene miedo, pero es consciente de que tarde o temprano tendrá que decidir algo. Necesita tiempo.

Después de comer Julia empieza a preparar la merienda para sus amigas, llegarán a las cinco.

Está sorprendida, le han felicitado Emilia y Margarita, no pensó en ningún momento que lo hiciesen, dio por hecho que no se acordarían.

“Hoy espero que Marta”, piensa Julia, “nos cuente qué pasa con Jorge, qué es eso de que le gusta otra. No entiendo nada, a mí me parecen una pareja perfecta. ¿Cómo va a gustarle otra? Marta es un encanto. Orlando no llamó, es mejor así. Le entregué diez años de mi vida, siempre supe que no dejaría a su mujer. A veces creo que hubiese sido mejor no conocerle. La verdad es que he aprendido muchas cosas, tal vez no he perdido diez años, he ganado en experiencia... Y la vida sigue.”

Suena el timbre de la puerta.

- Ya están aquí –murmura Julia– ¡Hola chicas!
- ¡Felicidades! –la felicitan de nuevo las dos a la vez.

Marta le entrega un regalo y Susana, otro. Julia los abre entusiasmada. “¿Qué será?”, piensa.

Al abrirlos, descubre un cesto enorme para la playa y una toalla (de playa también).

- Gracias, muchas gracias, me encanta –Julia está emocionada.
- Me alegro de que te guste –comenta Marta–, ya tenías que renovar el que tienes, ja, ja, ja.
- Son preciosos, el cesto y la toalla –Julia sigue emocionada.
- Tengo hambre –Susana rompe la magia del momento–, mi bebé me está pidiendo comida.

Las tres se sientan alrededor de la mesa de centro del salón. Después de merendar y antes de cortar la tarta, Julia le pregunta directamente a Marta:

- ¿Qué es eso de que a Jorge le gusta otra?

Marta hace una mueca con la boca.

- Bueno, eso me parece, pero yo qué sé.
- Explícate –responde Susana, con cara de no entender nada.

Marta está un poco exaltada.

- En la última semana le visto hablando varias veces con su ex.
- ¿Y? –pregunta Susana sorprendida.
- Pues justo a partir de ese momento empezó a comportarse raro –Marta intenta explicarles.
- Julia intenta calmarla.
- No te preocupes, será algo pasajero, estará pasando un mal momento, seguro que no tiene nada que ver su ex.



- Hace sólo un año que rompieron –comenta Marta preocupada.
- Menudo peligro tienen las ex, ja, ja, ja –Susana se lo toma a broma.
- No sé dónde le ves la gracia –Marta responde enfadada.

Julia intenta tranquilizarla. Le explica que Susana no lo dice con mala intención, sólo trata de quitarle importancia.

Mientras las tres amigas siguen hablando del tema, suena el timbre de la puerta.

- ¿Quién será? –Julia se queda sorprendida.
- ¿Esperas a alguien? –pregunta Marta.
- No, no espero a nadie –responde Julia.

Sin pararse a mirar por la mirilla, Julia abre la puerta directamente. Su cara cambia al ver al chico que las siguió por Madrid a Margarita y a ella.

- ¿Qué haces aquí? –pregunta Julia.



PERSONAL SHOPPER

Por Borja Romero

EXTRA- fancia

Según la Real Academia Española, se dice del rasgo que caracteriza a una persona extravagante. Sin duda, esta característica se nutre de la originalidad, y es que ser original es una particularidad muy cotizada en la sociedad actual. Redes sociales, televisión y otros medios de comunicación facilitan el visionado rápido y prácticamente mundial de cualquier imagen. Por tanto, ser único o novedoso es un distintivo que actualmente ha adquirido especial dificultad.

En otras ocasiones, he comentado cómo la moda nos ofrece la oportunidad de expresar nuestra personalidad e ideales. Para ello, no sólo adoptamos un estilo, sino que personalizamos o “customizamos” las prendas para darles un carácter personal e individual.

De esta actual necesidad y de la historia de la sastrería nacen servicios que permiten “diseñar” tus propias prendas para confeccionar un armario “hecho para tí”. El Corte Inglés ha desarrollado un plan de acción que engloba un Servicio de Confección a Su Medida, permitiendo a los hombres la posibilidad de realizar encargos personalizados.

Las famosas firmas masculinas *Emidio Tucci* y *Emidio Tucci Black* muestran a sus clientes la opción de fabricar las prendas que deseen, realizando las rectificaciones necesarias para adaptarlas a su fisionomía. Actualmente, la mayoría de las firmas realizan patrones estándares que no atienden a las diferencias individuales. Por ello, y sin coste adicional, los hombres podemos escoger una “prenda testigo” de la colección, y los expertos sastres tomarán nota de las nuevas medidas (*drop*, manga, hombros, pantalón, etc). En definitiva, llega la hora de que los hombres puedan lucir un traje en “Su Talla Perfecta”.



Imágenes: El Corte Inglés



Además, no sólo adaptan las prendas a nuestra anatomía, sino que podemos personalizar los detalles cada prenda. La elección de los tejidos que componen las diferentes partes de una chaqueta en su extenso muestrario de telas, modelos, forros, botones, coderas, ojales, color de los hilos, *fel-pics*, etc., forman parte del amplio abanico que nos ofrece este servicio para crear prendas únicas.

Los varones no sólo tienen la opción de personalizar sus trajes, americanas y pantalones. Las camisas son una de las claves de cualquier *outfit* masculino, desde las básicas blancas a cualquier estampado. A través del Servicio "Su Camisa", los sastres adaptan la camisa a las hechuras y fisionomía de cada hombre. Obtenidas las medidas, entra en juego nuestra originalidad o creatividad en la elección de los tejidos, modelos de cuello, botones, puños, color del hilo, bordados o lacres. Es decir, todo lo necesario para contar con una camisa que sentiremos como una segunda piel.

Lo que queda claro es que el comercio se adapta a las nuevas necesidades, cubriendo la dualidad de un mundo que empuja a la imitación de modelos de imagen y que, a la vez, nos incita a la búsqueda de la individualidad y originalidad. El Corte Inglés ha formulado unos servicios que nos permiten acertar con nuestras prendas, describiendo hilaturas de nuestra personalidad mediante la selección de los detalles.







Retrato del diseñador Anel Yaos

ANEL YAOS

“Diseño mis colecciones según mi estado de ánimo o según el momento que esté viviendo en mi vida, todo eso influye en mi creación, todo viene de mis adentros.” Anel Yaos nos abre las puertas de su atelier surrealista, rebelde y atrevido.

Por Rubén González

Imaginación y creatividad, ¿cómo se produce esta explosión en las colecciones de Anel Yaos?

Pues es la mezcla perfecta a la hora de llevar acabo una colección donde todo vale, las mezclas más imposibles. Lo que para la sociedad sería hortera, ¡a nosotros nos encanta! También tiene mucha influencia la estética de los años 80, la evolución, lo ambiguo y, sobre todo, lo más importante: llamar la atención, que hablen de ti, aunque sea para mal (ríe).

Sabemos que una de tus características es, sin duda, el surrealismo. ¿De dónde nace esta curiosidad?

Realmente nace del surrealismo que llevo dentro, ¡es mi alter ego quien le da vida a toda la locura que reflejo en mi trabajo! También se suma que soy un gran admirador de artistas surrealistas quienes, en su época, iban adelantados a su tiempo, la mayoría de las veces, muy incomprendidos, además.



Una puesta en escena rompiendo esquemas, forma, patronaje, etc. ¿Rebeldía o atrevimiento?

Pienso que es una mezcla entre las dos cosas. Rebeldía porque hago lo que quiero sin importarme lo que pueda conllevar y para romper los parámetros establecidos; atrevimiento porque me gusta la continua innovación de las cosas y hacer magia o arte a partir de lo que, para algunas personas, son simples prendas de vestir.

Repasando tus colecciones, alucinamos con la amplia variedad de materiales y una inmensa gama cromática. ¿Dónde comienza esta elección dentro de tus creaciones?

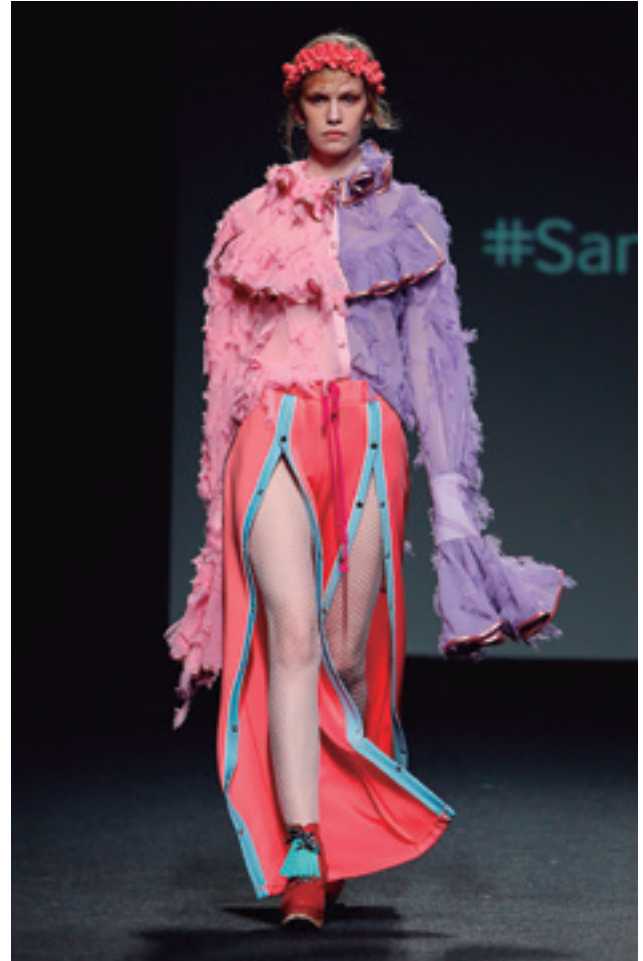
Realmente compro o diseño todos los tejidos que me gustan, la mayoría de las veces sin tener relación entre ellos. Después, cuando está decidido el concepto de la colección, comienzo a intentar que esos tejidos, que en un principio no tenían nada que ver en material, color o estampados, terminen unidos de la mano, dándoles una forma tal como para que se entienda bien la inspiración que se quiere reflejar.

¿Cómo influyen las últimas tendencias en cuanto a street style en Anel Yaos?

Pues la verdad es que tienen un punto muy importante a la hora de buscar inspiración, porque el *street style* marca tendencias, indudablemente, ya que la gente da su visión o forma a las prendas, haciendo conjugaciones muy interesantes, acto que, muchas veces, nos ayuda a darle otra perspectiva a la colocación de una prenda.

¿Como calificarías el último año referente a tu crecimiento? ¿Te trató bien el 2017?

Diseño mis colecciones según mi estado de ánimo o según el momento que esté viviendo en mi vida, todo eso influye en mi creación, todo viene de mis adentros. El 2017 empezó por todo lo alto: conocí al amor de mi vida y con todo salió mi anterior colección, Odaxelagnia, que toma el proceso de conocer a alguien hasta llegar al amor. Todo ello se ve reflejado con pequeñas pinceladas en la colección. A finales de año el amor de mi vida decide alejarse de mí para no destruirnos ambos y así comienza mi estado de ansiedad, locura y desesperación. Sacando siempre un lado positivo, nace mi nueva colección, Ansia, en la que reflejo el mal momento que viví (vivo) y todo eso lo plasmo en esta colección. Para mí, mi mejor trabajo.



¿Qué opinas sobre que se considere “actual” el no utilizar las pasarelas como medio de exposición de las colecciones? ¿Crees que es algo momentáneo o que, por el contrario, se impondrá en la industria?

Bueno... Creo que es un complemento más para hacer algo distinto y novedoso, poder presentar tus colecciones en sitios diferentes o emblemáticos y, así, dar otra visión a tu trabajo. Pero, como ya mencioné anteriormente, es algo para hacer puntualmente; la pasarela tendrá siempre su protagonismo.

Para terminar, ¿cuáles serían los pasos adecuados para crear buena colección?

Personalmente, el crear una buena colección es diseñar algo que te defina a ti y a tu personalidad e influencias al 100%, no crear algo que venga dictado por las tendencias o la sociedad.





MENTE CREATIVA

Así se autorretrata el ilustrador Bruno Santín para nuestra vigésimo tercera edición: sus inicios en la moda, su presente y sus expectativas de futuro.

@aquilesbrunosantin 
 @MisterSantin





Soy ilustrador por cuenta propia. Hasta el año pasado, trabajaba en una tienda de moda a media jornada. Ahora soy artista al 100%. Mi principal trabajo es hacer retratos personalizados, pero también hago ilustración de moda, pintura mural, diseño de bolsas; intento estar siempre abierto a nuevas propuestas artísticas. Estudié en la Escuela de Artes de León. En mi caso funciona, muy bien el boca a boca; gente que ha visto mis retratos en casas de amigos o familiares y me encarga el suyo propio. También tengo clientes de todo el mundo a través de redes sociales como Instagram o Twitter. Me gusta el arte. Bueno, en general, cualquier campo creativo: la arquitectura, la moda, el diseño de jardines, comics... Ser ilustrador me permite usar mi creatividad todo el tiempo, mantiene mi cabeza despierta y siempre abierta a nuevos retos. Suelo encontrar mi inspiración en Pinterest o en Instagram y soy un ávido lector de revistas de moda y diseño. Llevo dibujando... ¡Pues toda mi vida! Siempre tuve facilidad para dibujar, era el típico niño que andaba siempre rodeado de rotuladores... ¡Y Playmobil! Dibujo todos los días. Unas tres o cuatro horas por la mañana y el mismo tiempo por la tarde. Por supuesto, también dibujo los fines de semana. ¡No hay fines de semana libres cuando eres Artista! Soy muy trabajador constante, creo que mis ilustraciones tienen un estilo reconocible, limpio y muy positivo. Me gustaría trabajar con una agencia en el futuro. ¿Mi sueño? Pues... Llegar a hacer una portada para alguna revista internacional de moda.





ANTONIO GARCÍA

Prendas atemporales que revisitan y modernizan el estilo clásico, tanto desde el prêt-à-porter como la costura a medida. Estas son las claves de la firma Antonio García.

Por Rubén González



Antonio y Fernando García son los creadores tras la firma

¿Qué conceptos conforman la firma Antonio García?

Nuestro mensaje se podría resumir como un clásico renovado, o un clasicismo reinventado. Esta definición responde perfectamente a lo que hacemos: propuestas atemporales que perduran en el tiempo, siempre re visionando nuestras creaciones desde un ángulo absolutamente contemporáneo.

Reconocimiento internacional, grandes pasarelas y showrooms en diferentes puntos del globo. ¿Cómo sientan estos resultados?

Recibir invitaciones tanto de dentro como de fuera de España, como en un showroom de Japón, o en New York; desfilas en la semana de la moda de Moscú o en la República Checa... Poder sacar el trabajo fuera de nuestro país sirve para medirte en el extranjero y ver cómo trabajan los demás, estar al día y, evidentemente, es muy gratificante.

¿Cómo se trabaja vuestro prêt-à-porter? ¿Qué importancia tienen para vosotros las tendencias de la calle?

Es innegable que para cualquiera que se dedique a la moda, la calle, hoy más que nunca, es un fiel reflejo de lo que el público quiere y demanda. El concebido *street style* es muy importante; siempre como punto a tener en cuenta para muchos aspectos. Se ha hablado de él incluso en la alta costura, ha habido casos en los que ha sido muy importante para su desarrollo.



Imágenes cortesía de Antonio García

¿Cómo se maneja la creación de un diseño para no caer en la angustia de la monotonía?

Nosotros, además del *prêt-à-porter*, hacemos costura a medida, lo cual es adaptarte a un cliente en concreto con unas características y necesidades concretas. Te ayuda mucho a buscar nuevos caminos, adaptarte a la persona o la circunstancia; nos ayuda a salir de los cánones y buscar otras vías. El *prêt-à-porter*, por ejemplo, tiene una dinámica o norma para no caer en una rutina o los mismos giros; el diseñador tiene que buscar todo lo nuevo para poder comunicar distintos mensajes y no caer en la monotonía.

Hoy en día, ¿tenemos más opciones o, por el contrario, las generaciones anteriores marcaron reglas y normas a seguir a la hora de diseñar?

No sé si a la hora de diseñar, pero sí a la hora de vestir, nosotros que nos apoyamos en ese estilo clásico, existen algunos toques a esa elegancia clásica, ciertos tonos que se mezclan entre sí históricamente, a veces nos encontramos con mezclas que nunca habíamos pensado y nos emocionamos. Si hay perfectos que han durado mucho, y aún están ahí, pero el concepto del vestir está cambiando y hoy se mezclan. ¡Eso es maravilloso!

¿Cómo recordáis vuestro paso por los estudios de moda? ¿Repetiríais?

Con muchísimo cariño porque lo llevábamos dentro. Y rotundamente sí, los repetiría. Al principio pensaba en estudiar filología inglesa o periodismo, pero justo el año en que acabé y tocaba decidir estudios superiores, se abrió una escuela de diseño privada en Sevilla, en la cual logré entrar. Noto la diferencia entre ese entonces y hoy en día. Teníamos un sentido del ritmo diferente; ahora todo es vertiginoso, los niños quieren ser Galliano o McQueen de un día para otro. Y esto, sumado al fenómeno de las redes sociales, hace que todo sea mucho más fácil; nuestro camino fue mucho más calmado y, sobre todo, mucho más real.

¿Cuántos estilos de mujer podemos encajar dentro de Antonio García?

Siempre digo que la mujer que se viste de Antonio García tiene que ser una mujer inteligente, con las cosas claras. Una mujer a la que le guste la ropa y la moda en sí misma, que se divierta con ella. Puede que un día le guste ir con un registro más clásico y, al día siguiente, le apetezca vestirse un poco más desenfadada. En resumen, una mujer ecléctica que tenga diferentes inquietudes y formas de expresarse.





El mundo del cine absorbe mucho tiempo, ¿cómo se consigue no perder la cabeza?

Fernando vive dentro del mundo del cine y, al trabajar juntos, codo con codo y mano a mano todo el día, tenemos un lenguaje y unos gustos muy comunes. Yo reconozco aspectos o estilos de Antonio García dentro del trabajo que Fernando realiza para el cine. Aunque el trabajo cinematográfico de Fernando sea específico de diseño de vestuario, yo siempre colaboro y le doy algunas ideas y aportaciones.



¿Cómo se trabaja vuestro prêt-à-porter? ¿Qué importancia tienen para vosotros las tendencias de la calle?

Es innegable que para cualquiera que se dedique a la moda, la calle, hoy más que nunca, es un fiel reflejo de lo que el público quiere y demanda. El concebido *street style* es muy importante; siempre como punto a tener en cuenta para muchos aspectos. Se ha hablado de él incluso en la alta costura, ha habido casos en los que ha sido muy importante para su desarrollo.

¿Cómo se maneja la creación de un diseño para no caer en la angustia de la monotonía?

Nosotros, además del *prêt-à-porter*, hacemos costura a medida, lo cual es adaptarte a un cliente en concreto con unas características y necesidades concretas. Te ayuda mucho a buscar nuevos caminos, adaptarte a la persona o la circunstancia; nos ayuda a salir de los cánones y buscar otras vías. El *prêt-à-porter*, por ejemplo, tiene una dinámica o norma para no caer en una rutina o los mismos giros; el diseñador tiene que buscar todo lo nuevo para poder comunicar distintos mensajes y no caer en la monotonía.



THE 2ND SKIN CO.

La misión de Antonio Burillo y Juan Carlos Fernández es ofrecer una versión contemporánea de un lujo cercano y versátil, apto para un amplio rango de mujeres, con distintos gustos y estilos de vida. Así explican para MADE NOW el universo creativo que supone The 2nd Skin Co.

Por Paula Albericio

¿Cómo y cuándo nace The 2nd Skin Co.? ¿Quién está detrás de la firma?

The 2nd Skin Co. nació en el 2006, y detrás de la firma estamos Antonio Burillo y Juan Carlos Fernández. Tras nuestro paso por Ángel Schlessler teníamos mucha ilusión y no pensábamos en el grado de éxito que íbamos a tener años después. Tras una dura temporada, ¡éramos desconocidos! La prensa fue apoyándonos cada vez más y poco a poco comenzamos a tener clientas fieles a la marca. Al poco tiempo, tras nuestra presencia en ferias internacionales, comenzó la internacionalización de la marca. Nuestra historia fue complicada en los comienzos (¡bastante éxito tuvimos pudiendo sobrevivir!), luego llegó la crisis galopante a los dos años de abrir... Pero gracias al apoyo de mucha gente y nuestra enorme ilusión, esfuerzo y capacidad de trabajo, el resultado hoy en día no puede ser más satisfactorio

La última colección de The 2nd Skin Co. se inspira en los 80, ¿creen que en moda cualquier tiempo pasado fue mejor?

No, no creemos que cualquier tiempo pasado fue mejor. La moda, como cualquier otra forma creativa, está en evolución y continuo cambio, para poder representar el contexto social y económico del momento. El hecho de mencionar una inspiración o un año de referencia rende simplemente más fácil identificar algunos elementos claves de cada colección que, al mismo tiempo, hayan sido anteriormente muy representativos de una determinada época. En el caso de nuestra próxima colección para el otoño invierno, hemos utilizado hombreras pronunciadas y estampados, que pueden ser un guiño a los años 80.



Bridal

¿Qué más les inspira a la hora de crear?

Nuestro proceso creativo siempre se desarrolla empezando por los tejidos. Los otros elementos de inspiración pueden ser muchos, y varían en cada colección. Nuestra mujer tiene personalidad, es luchadora, sabe lo que quiere y tiene estilo propio; es real, muy femenina y detallista... Y siempre sin importar su edad.

Seguimos mirando al pasado: una firma o diseñador/a que les influya de forma especial...

Amamos la moda, todos los grandes diseñadores del pasado han hecho cosas especiales que admiramos.

Se critica mucho a las celebridades españolas que eligen firmas internacionales para acudir a eventos. Sin embargo, The 2nd Skin Co. se ha convertido en firma de cabecera de muchos rostros famosos nacionales... ¿Creen que nuestras famosas deberían apostar por la moda española siempre o hay un momento y lugar para todos, sean nacionales o no?

Es un tema delicado... Como marca, no nos podemos quejar porque el apoyo que recibimos de parte de las *celebrities* locales e internacionales es bastante constante y siempre fuente de satisfacción. Estamos muy agradecidos. Es cierto que en eventos muy relevantes, como por ejemplo los Premios Goya, se necesitaría algo más de apoyo por parte de las representantes más importantes de nuestra industria cinematográfica. Pero no nos vemos capaces de criticar sus aficiones y si, por poner un ejemplo, su marca de cabecera es Gucci, o si reciben propuestas por marcas que tienen capacidad para pagarles un cache... No nos sentimos capaces de juzgar dichas elecciones.

Ya hacían mención anteriormente, pero ¿qué define realmente a la mujer que viste de The 2nd Skin Co.?

Las mujeres The 2nd Skin Co. son mujeres que apuestan por gustarse a sí mismas y verse irresistiblemente guapas. ¡Todas y cada una de ellas son nuestras musas! Nuestros diseños son "sostentadamente sencillos", con una confección que habla mucho de lo que nos gusta, de nuestro oficio y la forma en la que vemos la moda. Hay una serie de cortes que, colección tras colección, siguen siendo un éxito de ventas: cuellos caja, mangas largas, ciertos volúmenes. Sin ninguna duda, el vestido en todos sus estilos, tanto cortos, midis o largos, es nuestra pieza más icónica y reconocible. Damos extrema importancia a la calidad de las telas y al nivel de confección de todas y cada una de nuestras piezas.

¿Cómo ven el presente de la moda española? ¿Y su proyección internacional?

El panorama actual de la moda española es muy interesante, hay varios diseñadores, de diferente calibre, que tienen un producto muy diferente entre ellos. El *Made in Spain* se está dando a conocer cada vez más.

No es necesario dar nombres, pero ¿alguna vez les han pedido un estilismo a cambio de publicar imágenes en redes sociales bajo el argumento de "esto hará que te vean más"?

Sí, y mucho.... Nos ha pasado tanto para eventos públicos, como para privados. Cuando nos piden piezas para eventos privados a cambio de "visibilidad en redes", la respuesta suele ser directamente un no rotundo.

¿Creen que la moda, ahora mismo, es más arte o negocio? ¿Pueden ir de la mano de forma pacífica?

La moda es negocio. Dentro de la dinámica de este negocio, hay momentos muy artísticos y, de hecho, en cada colección que desfila ¡hay piezas que se sabe que no tendrán mucha salida! Pero el objetivo primario sigue y seguirá siendo siempre la venta. Es fundamental para poder sobrevivir.

Si pudieran vestir a algún personaje histórico, ¿quién sería y por qué? ¿Y del panorama actual?

Marie Antoinette, pero la imaginamos como Kristen Dunst en la película de Sofia Coppola (ríen). Del panorama actual... ¡Hay muchas! Sin duda, al haber lanzado nuestra primera colección de novias *prêt-à-porter* este año, nos encantaría realizar el vestido de novia de Meghan Markle, la futura princesa de Inglaterra.

¿Cuál ha sido hasta ahora el mejor momento de The 2nd Skin Co., ese que se queda clavado en la memoria y en el corazón? ¿Alguno malo?

Afortunadamente hemos tenido muchos de esos mejores momentos. ¿Los malos? No nos gusta ni recordarlos ¡ni mencionarlos! (Ríen).

Al preguntarles por el futuro de la firma la respuesta es rotunda: "¡Esperamos que brillante!" Sin duda, la moda patria tiene en The 2nd Skin Co. uno de sus estandartes de elegancia, feminidad, creatividad y delicadeza a partes iguales con las que, sin duda, ese futuro, confirmamos sus palabras, se vislumbra más aún que brillante.



L'Hiver



I V Á N C A M P A Ñ A

Una trayectoria meteórica que se resume en un inicio con Francis Montesinos aún durante su etapa académica y culmina con una marca joven, aunque consolidada, que busca abrir su propio punto de venta en Madrid. Así es Iván Campaña.

Por Daniel Albericio



El diseñador Iván Campaña en su estudio

Comenzar en la industria con Francis Montesinos, pasar por Ángel Schlessler... Puede aplicarse la expresión “entrar por la puerta grande” de la moda española al 100% con usted. ¿Qué aprendió en esas temporadas dentro de dichas casas?

Todos estos momentos de mi vida ocurrieron cuando estaba aún estudiando la carrera de Diseño de Moda en Valencia. Francis impartía unas clases magistrales una vez por semana en la escuela y fue donde se acercó a mí y me comentó que le encantaría que formara parte de su equipo creativo, y allí estuve los dos primeros años de carrera. Entré en un equipo real de diseño y con una dinámica que se establecía con citas privadas a clientas muy selectas que el propio Francis atendía, y a crear líneas de las colecciones que cada seis meses se presentaban en la Pasarela Cibeles. Fueron dos años de locura donde tenía clases por la mañana y trabajo toda la tarde, pero fueron dos años maravillosos donde pude vivir momentos únicos.

Yo era un simple estudiante de Diseño que entró en el mundo de la moda de manera directa, codeándome con modelos que idolatraba, con diseñadores que admiraba y con personalidades que nunca creí que conocería. Fue de sopetón y viviéndolo de manera natural.

Después de dos años, ese mismo verano se presenta al concurso nacional de Diseño Gillette for Venus, realizando una colección de bañadores y donde acaba seleccionado entre 10 finalistas nacionales. Cuando me llamaron para darme la noticia me comentaron que el jurado estaría compuesto por grandes figuras del panorama nacional de la moda, diseñadores, directivas de revistas, modelos y alguna que otra celebridad. En aquel verano puse mis esfuerzos en crear el diseño apropiado y allí nos presentamos en Madrid. Una noche mágica donde el ganador sería yo. Esa misma noche, Ángel se acercó a mi comentándome que le honraría el que pasara por su estudio en Madrid para hacerme una propuesta laboral. Y así fue como, en solamente tres días, me mudé a la capital y comencé a trabajar codo a codo con otro de los grandes creadores de este país.

El aprendizaje fue el mismo en ambas casas: trabajo, constancia, entendimiento de lo que el público demanda y, cómo no, tener clara una identidad.

Londres le sirvió para completar su etapa académica en el mundo de la costura. ¿Qué le atrae de la capital inglesa, hablando de diseño?

Cuando comencé mi carrera en Londres fue para centrarme en la dirección artística. Aprendí a trabajar en equipos que se componían de diferentes departamentos, donde tenía que tener tanto capacidad de dirección como de decisión, así como de ordenar las ideas de muchos profesionales. La educación inglesa hace que abras tu mente, que aprendas del resto de compañeros, que respetes las diferentes maneras de ver la moda. Siempre tienes una identidad, pero tienes que saber metamorfosearse.

¿Cuál es el mejor consejo que haya recibido en todos estos años de experiencia?

El mejor consejo es crear un equipo de trabajo que sepa seguir tu esencia, que entienda la moda como tú sabes verla, y educar con respeto a los profesionales que te rodean. Quizás este no sea un consejo per se, pero sí una experiencia que retengo después de estar en varias casas de moda.

Paula Echevarría, Inma Cuesta, Elizabeth Reyes... ¿Sirve realmente el escaparate “celebrity” para seguir creciendo como firma?

Cuando hablamos de *celebrity* hablamos de personas que son reales, no están hechas de otro material. La diferencia es que acuden a ciertos actos que están expuestos ante fotógrafos que luego publican esas imágenes en prensa, revistas y televisión. Es la manera de poder mostrar un trabajo puntual. Opino que el crecimiento de una firma puede ser bueno si vistes a ciertas famosas. Pero también opino que ese trabajo tiene que ser perfecto, cualquier mínimo detalle puede darte una imagen errónea de lo que tu firma o empresa proyecta.





Llega un momento en el que se lanza también al diseño de colecciones nupciales. Diseñar para una novia, ¿supone un reto? Es decir, uno debe dejar mezclar su esencia con la idea que tenga la novia... ¿O le han dejado libertad total a la hora de diseñar ese vestido tan especial?

Cuando aparece nuestra oportunidad de crear colecciones de novias, es para dar salida a una ayuda a nuestro trabajo. Desde nuestro nacimiento, este sector ha sido parte importante en la trayectoria de la empresa. Diseñé mi primer vestido de novia mientras estudiaba y aún conservo ese primer boceto. Hoy en día contamos ya con la tercera colección que se puede encontrar en algunos de los puntos de venta más importantes de España. En Sevilla atiendo personalmente a todas las novias que desean que creamos su vestido. Yo escucho cada comentario y juntos hacemos realidad ese diseño soñado, creando vestidos de ensueño, exclusivos y totalmente a medida. Tengo la suerte de poder vestir a muchas mujeres que delegan en mí una pieza tan importante.

Ha tenido algún “affair” con el diseño masculino. ¿No hay alguna colección para hombre en mente?

El único momento ha sido de manera muy privada, para algún novio que así lo ha pedido por cercanía y amistad. Siempre entendiendo que es solo para el momento de su boda.

Algo que jamás diseñaría.

Creo que como diseñador tengo una mente muy abierta y no puedo decir “no” a nada, pues me vuelve loco cualquier nuevo proyecto, soy un hombre muy inquieto y, sobre todo, muy perfeccionista a la hora de tocar otras materias que no sean la moda, por ejemplo.

¿Y su pieza o piezas más destacadas en toda su trayectoria?

Hace unos años fui el primero en incorporar los cinturones dorados como sello de la casa; pronto comenzaron a aparecer en todos los *looks* de invitadas habidos y por haber. Algunos de los diseños de nuestras colecciones se han convertido en piezas que admiramos.

Para terminar, ¿planes de futuro?

Tengo en mente el abrir punto de venta propio en Madrid, es un sueño al cual llevo años dando forma, que ansío y me gustaría que se hiciera realidad muy pronto.



Reinas DEL EXCESO

Creo que la genial Iris Apfel es la autora de la gran frase “more is more and less is bore”. Sí, el exceso siempre es más y, eso que llamamos menos, a veces resulta aburrido. Y no me interpreten mal, no tengo nada en contra de un buen look minimal ni de la sencillez, pero a veces, tanto ver a la gente vestida solo de blanco o de negro y con tanta sobriedad y austeridad en sus estilismos, me da una pereza horrible.

Por Paula Albericio

Siento ser yo la que diga esto de nuevo, porque ni soy la primera ni seré la última, pero el negro ni adelgaza, ni te convierte en epítome de la elegancia de hoy para mañana. Así que, aprovechando el tema central de esta edición, me veo en la casi obligación de reivindicar el exceso no solo en los estilismos de fiesta, sino también en los de diario, aplaudiendo a todas esas fabulosas mujeres que se atreven con todo, que se toman la moda como diversión y como una forma de exteriorizar su personalidad y que nos animan al resto a tomar ejemplo.

Anna dello Russo encabeza esta lista por derecho propio, pues nadie como ella para atreverse con los estilismos y propuestas más arriesgadas de firmas y diseñadores. Puede que el ser una de las editoras de moda más importantes del planeta le concediera a Anna el privilegio de acceder antes que nadie al qué, cuándo y cómo nos vamos a poner de cada temporada, pero no podemos negar que la italiana siempre iba un paso (¡o mil!) por delante del resto. Sus *outfits* nunca destacarán por discretos ni aburridos. Color, ostentación, exceso. Podrá gustar más o menos, pero está claro que nunca pasará desapercibida y que jamás te aburrirá con sus *looks*.



Cada vez que veo una foto de Giovanna Battaglia, lo primero que se me viene a la mente es aquello de “*Italians do it better*”. Que sí, que ya sé que no iba enfocada a nada relacionado con la moda, sino que su significado original era algo indecoroso o políticamente incorrecto, pero vamos, que podemos aplicar al caso a la de Milán. Quizá el que sea una de mis favoritas, por no decir que lleva sentada en el número uno de mi pódium de inspiración desde que la descubrí, no me permita ser del todo objetiva. Elegante, divertida, misteriosa, sofisticada... No te dejes engañar cuando la veas llevar un LBD, porque seguro que esconde algún complemento o detalle en su *look* que te sorprenderá. Ella sabe mezclar y jugar.

Tracee Ellis Ross ha sido uno de mis últimos y mejores descubrimientos. La polifacética actriz parece haber heredado de su madre, Dianna Ross, no solo un gran carisma, sino un sentido de la moda y un estilo muy personal. Casual, de fiesta, *working girl*, lady, rock & roll, funky... Tracee se atreve con todo, arriesga y gana. Y lo mejor es que le sale de forma natural, o al menos eso es lo que transmite. ¿Un *must* en sus estilismos? Peinado, maquillaje y complementos que encajan a la perfección.

Otra forma de exceso, no siempre bien entendido o interpretado es el de las Kardashian (a veces dudo en si incluir aquí a las Jenner, pero esta vez nos quedaremos con las originales). Es cierto que las palabras “elegante” y “sencilla” no suelen aparecer a la hora de describir los estilismos de las hermanas más mediáticas del *star system*, pero está claro que con sus más y sus menos, Kim, Kourtney y Khloe siempre nos dan vidilla. Y es que el apellido Kardashian y “exceso” parecen ir de la mano.

Por supuesto que no puedo olvidarme de Iris Apfel y sus lecciones de estilo. Pionera en el arte de combinar piezas de mercadillo con prendas de firma (no, Olivia Palermo no ha inventado nada), la empresaria norteamericana e icono de estilo ha confesado que “no me gusta lo moderno; las tendencias vienen y van, me gusta la ropa atemporal, lo simple, lo que puedas llevar mucho tiempo, aunque actualmente todo es de usar y tirar”. Queda claro que la veteranía es un grado y que, en cuestiones de moda, esto no iba a ser diferente.





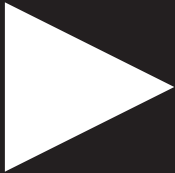
Podríamos hacer una lista casi infinita de *celebrities* que hacen del exceso su sello personal, ya sea con mejor o peor acierto: JLo, Rihanna, Nicky Minaj, Lady Gaga... Parece que en el mundo de la música es donde más ejemplos podemos encontrar.

Si una lección nos dejan todas ellas, es que en moda no hay más regla que la que tú quieras marcar. No hay una ley inmutable que imponga que las lentejuelas o las plumas solo se pueden llevar en estilismos de fiesta o de noche. Que si te pones un maxi collar también te puedes lanzar a por unos pendientes XXL y quedarte tan fresca. Los colores alegres no son solo para el verano y la pedrería se puede llevar sin problema a diario. El límite lo pones tú, porque si te gusta lo que llevas y te sientes a gusto eso se acaba transmitiendo y lo que digan los demás, qué más dará...

Quizá el haber crecido en los 80 y los 90, una época que ha dado tantos excesos en lo que a moda y estilismos se refiere y todas las editoriales que de ella han bebido y siguen bebiendo, me hace mirar con nostalgia y admiración a todas las que se atreven y defienden el exceso.

Imágenes: Pinterest

MADENOW





Bolso de piel blanca con asa corta, de MANGO.

THE EDITOR

loves...

Aderezo final de cualquier estilismo, los accesorios ponen la guinda al succulento pastel que supone la moda. De corte clásico y minimalista, o con forma retro e intensos colores, estos son nuestros favoritos de la temporada.

Fotografías por SARA GARCÍA

Selección de DANIEL ALBERICIO

Ilustraciones por NAT DE LA CROIX





Collar rígido trenzado con tiras de cuentas,
de DOMINGO AYALA.



De arriba a abajo, gafas
de sol modelos 096,
de *ROSS & BROWN*;
Odessa, de *ANDY WOLF*;
y ML0005, de *MONCLER*.
Todas disponibles en
Federópticos General.







Pendiente trenzado con esperas de colores, de *DOMINGO AYALA*.

HERBRI

Cuero negro, transparencias, tejidos brillantes.
La noche se viste de colores que, aunque sobrios en
apariciencia, derrochan personalidad y extravagancia en
su esencia.

Fotografías por CHARLY V. REAL
Estilismo por CRISTIAN CENTURIÓN



FR



Súeter estampado, de BRUNO GIORDANO; pantalones, de TOP MAN; zapatos Oxford, de ZARA.



Pantalones efecto metalizado,
de *BRUNO GIORDANO*.





Cazadora de cuero negra, de *TOP MAN*; pantalones de piel, de *BRUNO GIORDANO*; deportivas modelo Superstar, de *ADIDAS ORIGINALS*.



Abrijo efecto metalizado con pelo en el cuello, de *BRUNO GIORDANO*.

Pantalones con aberturas, de *BRUNO GIORDANO*;
camiseta transparente, de *COMPLIT*.





Americana negra y zapatos
Oxford, ambos de ZARA;
camisa, de SILVIO SIERRA;
pantalones de piel, de
BRUNO GIORDANO.





Modelo: Agustín Bruno (K-MANAGEMENT). Asistente de fotografía: Emmanuel Jonnas. Set: Yamala Estudio.



Cortavientos larga,
de *BRUNO GIORDANO*.



PINK IS MY COLOUR

La extravagancia se apodera del estilo sin género por medio de colores intensos entre los que el rosa se convierte en el centro de atención.

*Fotografías por EDUARDO CABRERA
Estilismo por IRENE FLORES*



Vestido con pétalos en los tirantes, de AMARAT; collar dorado, de DANIEL ESPINOZA; bolso, de KBAS.

Falda de gasa rosa palo, de LAURA BERNAL; collar de esferas doradas, de DANIEL ESPINOZA; pamelas negras con mensaje, de KBAS.





Body rosado sin mangas, de *JARABO*;
falda estampada, de *AMARAT*;
collar con pieza dorada, de *DANIEL ESPINOZA*;
gafas de sol con pedrería, de *GUCCI*.



Shorts rosados con pétalos, de AMARAT;
pendiente con estrella, de INMACULADA
VERGARA; botas por encima de la rodilla
vintage.



Falda color buganvilla con pétalos blancos en los laterales, de *AMARAT*; anillo y pendiente plateados, de *DANIEL ESPINOZA*; pajarita de la estilista.





Modelo: Raúl Rodríguez. Maquillaje: Andrea Gómez.

Pantalón plisado con pata de elefante, de LAURA BERNAL; pendiente, de DANIEL ESPINOZA.



Mangas azules plisadas, de AMARAT; collar vintage; botas leggin fucsia, de ZAPSHOP.

Suéter, de H&M; camisa,
de ANDREA URQUIZU.

L'HOMME ET LA SOBRIÉTÉ

Líneas simples, colores neutros y espacios abiertos en un ejercicio de estilo eterno en el armario masculino.

*Fotografías por ROGER VEKSTEIN
Estilismo por DANILO PEREIRA*



Traje, de *EQUUS*; camisa estampada, de *ANDREA URQUIZU*; zapatos, de *FELIPE QUINTO*.





Traje, de *EQUUS*; camisa vintage.





Pantalones, de *EQUUS*; camisa vintage; gabardina, de *BURBERRY'S*; zapatos, de *FELIPE QUINTO*.

Traje, de EQUUS; camisa,
de ANDREA URQUIZU.



Modelo: Nuel McCough (K-MANAGEMENT); Maquillaje: Melanie Ratuschny. Peluquería: Matías Tello.

Sobriedad

THE

La sobriedad jamás fue tan femenina. Tejidos ligeros y vaporosos se encuentran en el jardín más glamuroso de la temporada para confirmar que la sobriedad, sin duda alguna, no es sinónimo de aburrimiento.

*Fotografías por SARA GARCÍA
Estilismo por DANIEL ALBERICIO*



Lenore

Vestido *vintage* de gasa negra con tirantes y volantes en el bajo; pañuelo con estampado de lunares, de *STRADIVARIUS*.



Jersey de punto verde y pañuelo a rayas azules y blancas, ambos de *STRADIVARIUS*; vestido blanco con abertura lateral y maxi-volante en el cuerpo, de *GM BY JE*; y sombrero del estilista.





Americana y pantalón con estampado de cuadros vichy en blanco y negro y pañuelo rojo y azul, todo de STRADIVARIUS.



Americana masculina gris *vintage*; cinturón con estampado de leopardo, de STRADIVARIUS.





Jersey fino blanco, de *STRADIVARIUS*; chaquetón de plumas anudado en la cintura, de *H&M*; pantalón *vintage* gris, de *CACHAREL*; sombrero del estilista.



Modelo: Manuela León (+QMODA). Maquillaje: Sara García. Ayudante de estilismo: Patricia Pérez. Dirección creativa: Rubén González y Daniel Alberdicio.



Rebeca de lana *vintage*, de *BURBERRY'S*; pantalón de cintura alta *vintage*; cinturón con estampado de leopardo, de *STRADIVARIUS*.

Fotografías por CHARLY V. REAL
Estilismo por PRISCILA AGUILAR

Nuel McGough sacude el clasicismo de la sastreía para modernizarla por medio de estampados, apliques y mucha actitud.

HOMME ET L'EXTRA VAGANOE



Americana y pantalón,
ambos de 111.



Jersey, pantalón y americana con solapa de cuero, todo de 111.



Americana vintage; pantalones, de 111.









Jersey de punto y pantalones, ambos de ANNUNAKI; chaqueta, de BREEDER'S; zapatos de charol, de 111.



Camisa con estampado tropical, de N1; pantalones, de ANNUNAKI; collar, de 111.



Chaqueta con cristales bordados, de
BRUNO GIORDANO; pantalón con
pinzas, de *ANNUNAKI*.



Americana negra, de 111; camiseta de flores, de N1;
estola de pelo rojo, de BREEDER'S.



Modelo: Nuel McGough (K-MANAGEMENT). Asistente de fotografía: Emmanuel Jonnas. Set: Vamala Estudio.

Chaqueta estampada a cuadros y pantalón con drapeado en la cintura; y chaqueta con apliques y pantalón con estampado a cuadros, todo de NINA GRUBAR.



2B

El último capricho del street style se compone de looks coordinados para llevar en pareja. La mezcla de estampados hace el resto.

*Fotografías por JÜRGEN KRAMBERGER
Estilismo por NINA GRUBAR*









Chaqueta con apliques y pantalón con estampado a cuadros; y chaleco con estampado en la espalda y falda con *animal print*, todo de NINA GRUBAR.



Camisa con estampado de calaveras y falda tableada roja; y camisa con cremallera y pantalones con *animal print*, todo de NINA GRUBAR.





Modelos: Laura Butkovič y Nina Butkovič. Maquillaje: Maja Ašič. Peluquería: Alexander Kaos.



COM

RADE

SHIP

El poder de los básicos es indiscutible. Simples y funcionales, construyen el perfecto fondo de armario.

Fotografías por RUBÉN GONZÁLEZ

Estilismo por DANIEL ALBERICIO y RUBÉN GONZÁLEZ

Carlos y Mauro llevan vaqueros *LEVI'S*. Al cuello, cinturón de piel negra y pañuelo azul estampado, ambos de *LEVI'S*.







Mauro, con pantalones vaqueros ajustados, de LEVI'S; gabardina azul, de EMIDIO TUCCI; bufanda de punto gris, de MISSONI; y gorro de lana amarillo, de ASOS.





Carlos lleva pantalón corto, sudadera gris con logo y cinturón de piel marrón, todo de *LEVI'S*.



De izquierda a derecha, Mauro lleva chaqueta vaquera con interior de borreguillo y pantalón vaquero negro, ambos de *LEVI'S*; sombrero de fieltro verde y gris, de *BIMBA Y LOLA*; Carlos, con chaqueta estilo sahariana, cinturón de piel marrón y mochila, todo de *LEVI'S*; sombrero de fieltro beis, *ZARA*.



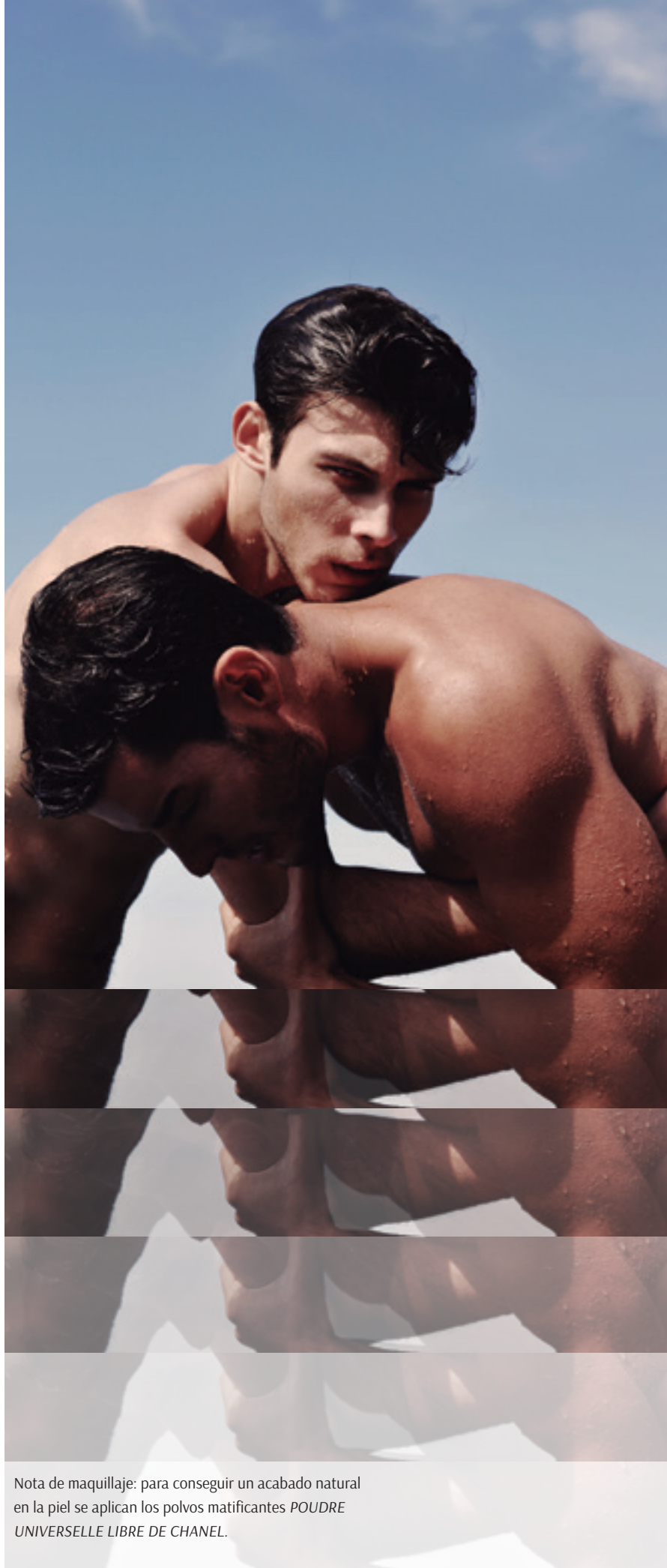


LEVI STRAUSS & CO.
EST. 1853
NEW YORK, N.Y.
MADE IN THE U.S.A.
EVERY GARMENT GUARANTEED

MADE IN THE U.S.A.



Pantalón vaquero blanco y pañuelo estampado, ambos de *LEVI'S*; gafas de sol modelo *WAYFARER*, de *RAY-BAN*.



Nota de maquillaje: para conseguir un acabado natural en la piel se aplican los polvos matificantes *POUDRE UNIVERSELLE LIBRE DE CHANEL*.

Pantalón verde ajustado, de ASOS;
cinturón de piel camel, de LEVI'S;
gafas de sol redondas vintage.




Modelos: Carlos Gómez y Mauro Quintero (ambos en +Qmoda).
Maquillaje: Romina Elorrieta. Peluquería: Moisés Pérez.
Agradecimientos especiales: Grupo Número 1.





BOLD

BRINCE



Provisto de una sensualidad sin límites, todo tiene cabida en un universo repleto de fantasía, color y erotismo.

Fotografías por SARA GARCÍA
Estilismo por KATIA LEÓN

Vestido de rejilla negra, de
BERSHKA; medias de rejilla
ancha beis, de *H&M*







Faja vintage y careta de unicornio,
de ALEHOP



Americana vintage; cinturón,
de STRADIVARIUS; llavero
utilizado a modo de
pendiente, de ASOS



Camiseta con imagen de
Metallica, de BERSHKA;
medias de rejilla utilizadas
como guantes, de CLAIRE'S





Sudadera negra y guantes de piel, de la estilista



Polo amarillo y blanco, de ZARA; gafas de ojo de gato, de BERSHKA





Vaqueros del propio modelo
sobre medias de rejilla rosadas,
de CLAIRE'S



Modelo: Salvador Esono.





HABITACIÓN 23

De cara al público, un estilo pulido y correcto con el que disfrutar de unas merecidas vacaciones. Ahora, de puertas para dentro, la lujuria y el descontrol toman el mando. Bienvenidos a la Habitación 23.

*Fotografías por RUBÉN GONZÁLEZ
Estilismo por DANIEL ALBERICIO*



Traje de chaqueta y pantalón en azul y camisa blanca, ambos de *FORECAST*; pañuelo de bolsillo y reloj con correa de piel burdeos, ambos de *HUTTON*.



Parka de nylon con estampado de camuflaje y chanclas, ambas de *HUTTON*;
pantalón negro, de *MANGO*; bolsa de viaje en piel negra, de *ZARA*.



Jersey de cuello cisne, de *OFFICINE GÉNÉRALE*;
camisa en rosa palo, americana de *TWEED* y
pantalones beis, todo de *FORECAST*; las gafas
de vista son del propio Joel.





Chaqueta bomber con forro naranja y cinturón de piel marrón, ambos de *FORECAST*; pantalón azul marino, de *HUTTON*.

Jersey de punto beis, de *HUTTON*; calzoncillos, de *CALVIN KLEIN*; gafas del propio Joel. Sobre la cama, los libros *100 AÑOS DE MODA* de *CALLY BLACKMAN* (ED. *BLUME*); *El ABC de la Moda*, varios autores (ED. *PHAIDON*); *GIO GRAPHY*, *Fun in the Wild World of Fashion*, *GIOVANNA BATTAGLIA* (ED. *RIZZOLI*).





Jersey de pico en rosa palo y calzoncillos con rayas rosas y blancas, ambos de *HUTTON*.



Joel, con calzoncillos negros, de *GUESS*. Sobre el lavamanos, de izquierda a derecha: crema hidratante facial y corporal, de *RITUALS*; crema hidratante facial, de *SKIN TAILORS*; perfume *BLEU, DE CHANEL*; y línea de perfume, champú y gel after-shave *The One*, todo de *DOLCE & GABBANA*.







Reloj con correa negra y esfera dorada, de *MARK MADDOX*; pulsera del estilista.



Modelo: Joel Marrero (+Qmoda). Maquillaje: Sara García. Peluquería: Moisés Pérez. Agradecimientos especiales: La Laguna Gran Hotel y Grupo Número 1.

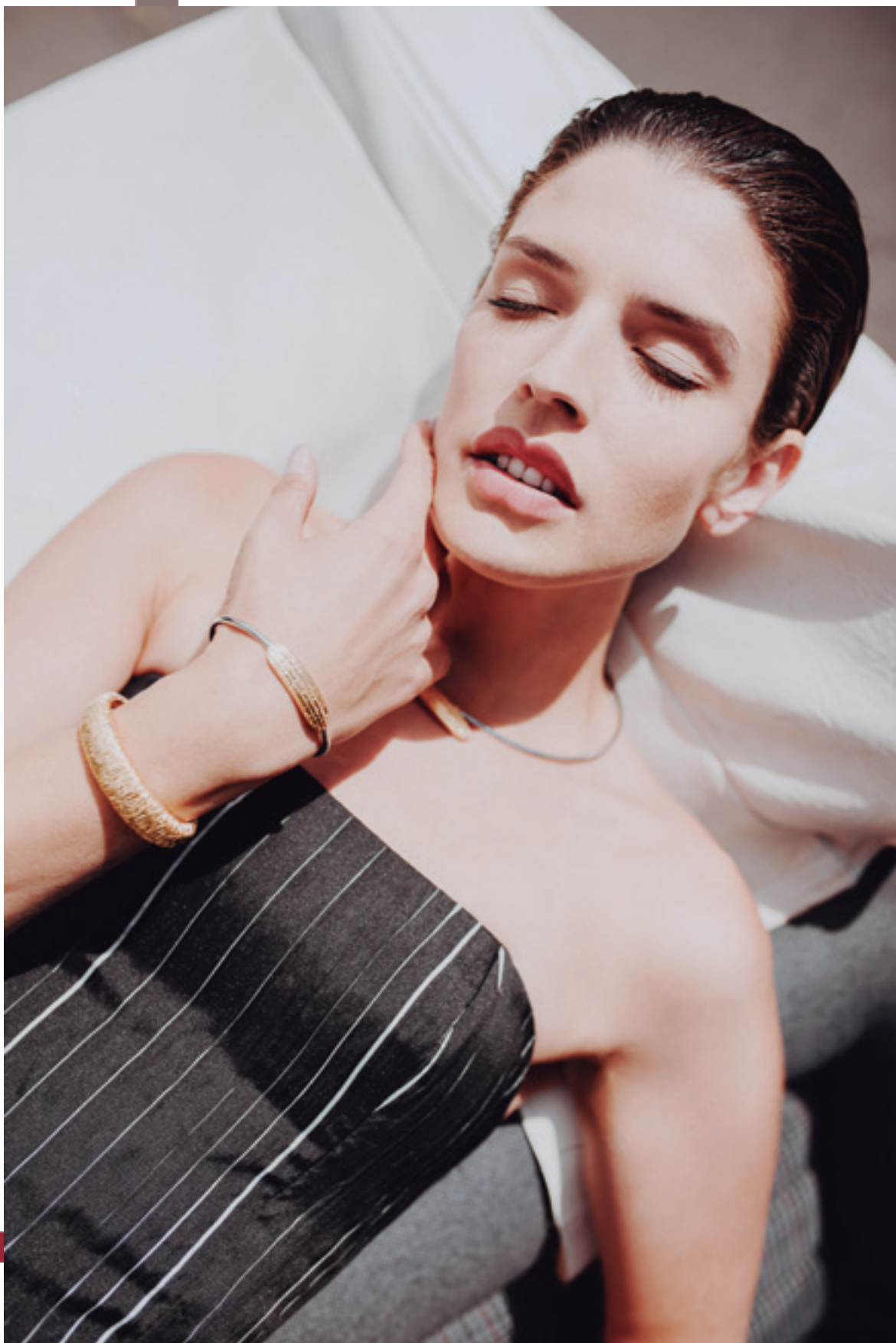
JEWELS BY THE BEACH

Este verano dejamos atrás la joyería escandalosa de temporadas previas y un soplo de aire fresco renueva nuestro joyero en clave minimalista y geométrico uniéndose, en un giro inesperado, al estilo deportivo.

*Fotografías por CRISTIAN NAVARRO
Estilismo por DANIEL ALBERICIO*



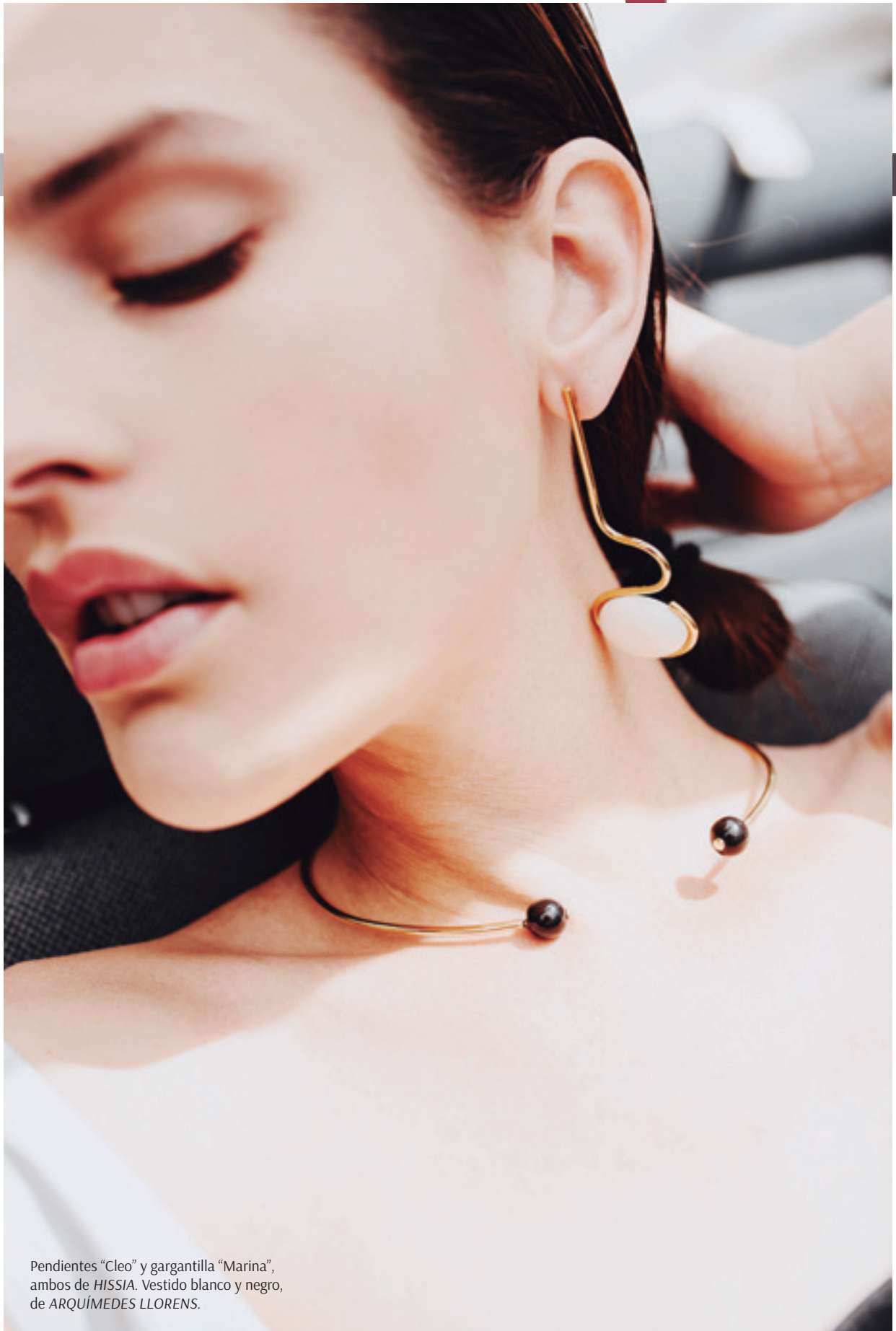
Gargantilla "Luna" en oro y rodio y pulseras "Marrakech" y "Luna" en oro y rodio, todo de HISSIA. Vestido con franjas negras y blancas en diferentes grosores, de ARQUÍMEDES LLORENS.



Gargantilla "Luna" en oro y rodio y pulseras "Marrakech" y "Luna" en oro y rodio, todo de *HISSIA*. Vestido con franjas negras y blancas en diferentes grososres, de *ARQUÍMEDES LLORENS*.



Argollas "Riad", de HISSIA.
Top negro con puños en blanco,
pantalón ancho en negro y corsé
de novia en blanco, todo de
LORENZINI LORENS.



Pendientes "Cleo" y gargantilla "Marina",
ambos de *HISSIA*. Vestido blanco y negro,
de *ARQUÍMEDES LLORENS*.



Pendientes "Inés" desmontables y brazalete "Mía", ambos de HISSIA. Top blanco con vivos en negro, de ARQUÍMEDES LLORENS; pantalón azul con franja blanca y abertura, de SANDEL O.

Anillo "Luna" y "Oni" en plata y pendientes "Mídori", todo de *HISSIA*. Bañador de terciopelo azul con lazadas en los hombros, de *JAVIER AGUILAR*; gabardina plástica con apliques, de *ARQUÍMEDES LLORENS*.



Modelo: Soraya Rodríguez (+Qmoda). Maquillaje: Romina Elorrieta. Agradecimientos especiales: Joel Marrero (Volkswagen Cabriolet).



YELLOW THING
Balenciaga

CLAUDIA ESPART

La ilustradora revisita la temporada y selecciona con su arte sus looks favoritos de pasarela y algunos de cosecha propia.

Ilustraciones por CLAUDIA ESPART



BLONDE DEVIL
The Blondes



IT'S A WRAP



JARDÍN DE LAS DELICIAS



WHITEISH
Rick Owens





PINK
Burberry Prorsum

CONTACT

ARQUÍMEDES LLORENS
www.arquimedesslorens.com
@arquimedesslorens

DOMINGO AYALA
www.domingoayala.es
@ayaladomingo

FEDERÓPTICOS GENERAL
www.federopticosgeneral.com
@federopticosgal

GM BY JE
@gmbyje

GRUPO NÚMERO 1
www.gruponumero1.com
@gruponumero1

HISSIA
www.hissia.com
@hissia

HUTTON TENERIFE
www.hutton.es
@hutton_tenerife_official

K-MANAGEMENT
www.k-mgmt.net
@kmanagement

LA LAGUNA GRAN HOTEL
www.lalagunagranhotel.com
@lalaguna_granhotel

MALDITA DULZURA
@malditadulzura.co

-QMODA CANARIAS
www.masqmodacanarias.com
@masqmodacanarias

CONFERENCIA

MÜLLER
MADENOW

www.madenow.es

NAKED PEACH
726 EC

MERANO
MADENOW