

VOGUE

FEBRERO 2017

Saludo AL SOL

LA ROCK T-SHIRT
Y LA MINI FALDA
METALIZADA
ELEVAN LA
TEMPERATURA
DE ESTA
PRIMAVERA
POR ANJA RUBIK
(EN PORTADA)

California DREAMIN'

And the sky is not gray... De San Diego a San Francisco, la Costa Oeste irradia un estilo de vida progresista que mira a un cielo azul... ¡El del futuro!

\$50



SALUD ES BELLEZA



CHANCE CHANEL





ROLEX

DATEJUST

El icono del reloj moderno que desde 1945 ha seducido a generaciones
con su inconfundible estética y funciones atemporales.
No solo marca el tiempo. Marca su época.



OYSTER PERPETUAL DATEJUST 36



GUCCI





GUCCI

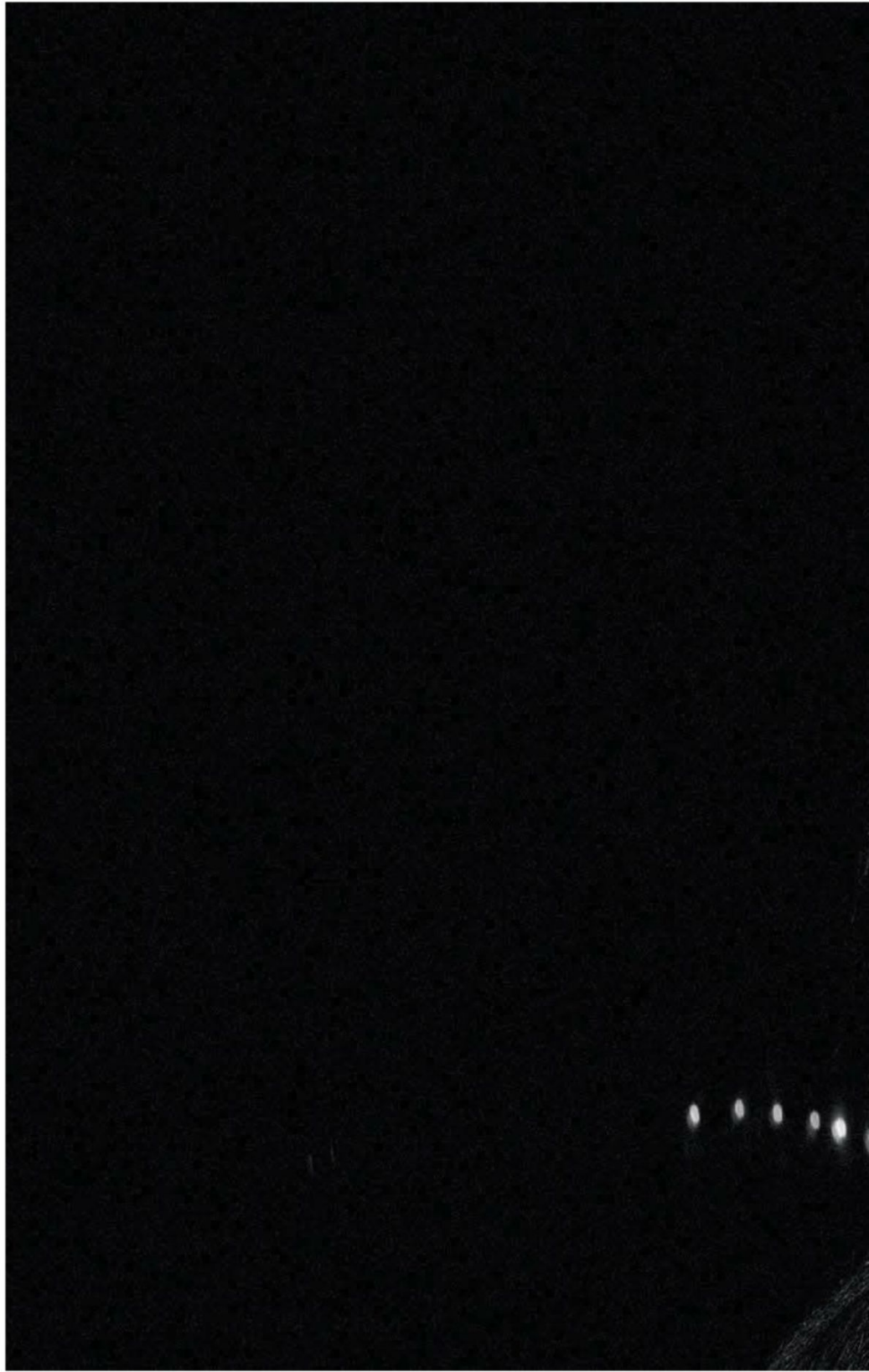
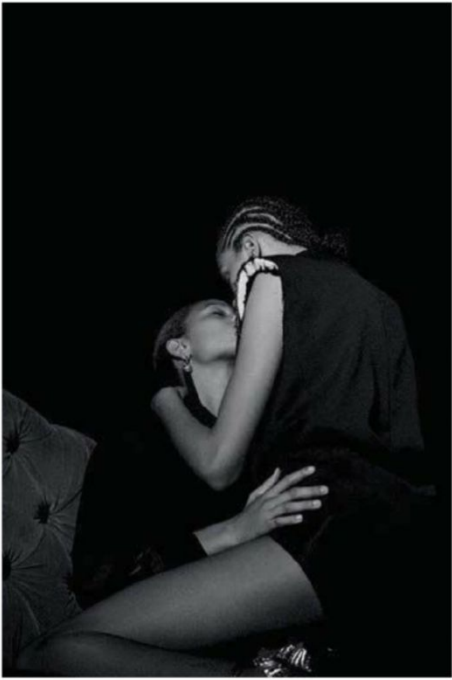




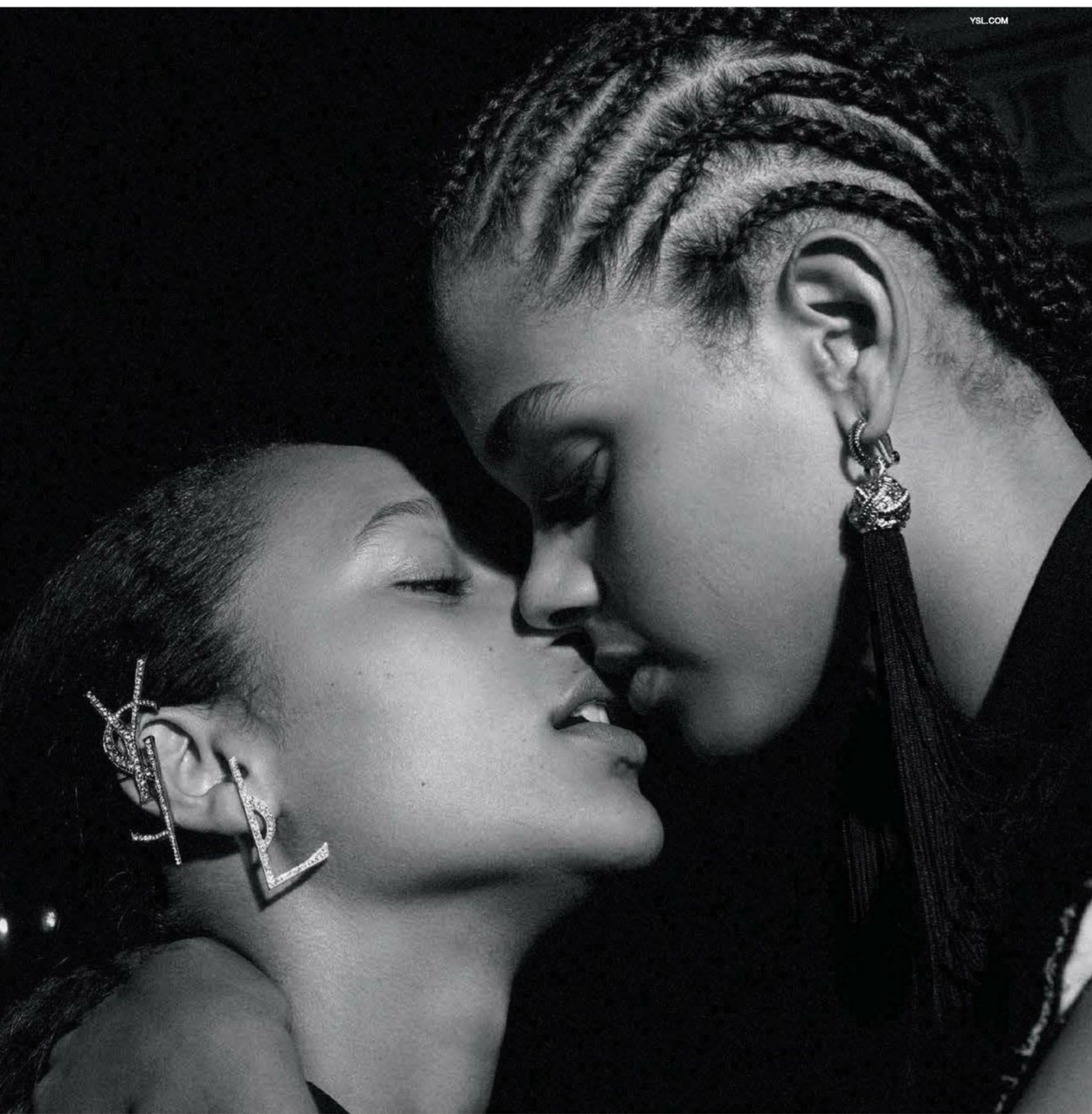


DOLCE & GABBANA

#DGCAPRI



YSL.COM



SAINT LAURENT



MARCIANO



VOGUE FEBRERO



Homenaje
al amor
p. 46

Ola de calor

¡BIKINIS Y PRINTS
DAN VIDA AL LOOK
CALIFORNIANO!

p. 142

NOVEDADES, GENTE Y ACTUALIDAD

22 — Carta de la Directora

28 — Objeto del deseo

72 — De fiesta

170 — Horóscopo

174 — Lo último

EN VOGUE

25 — Cálidos bloques

Tonalidades uniformes y enérgicas
invocan a sutiles juegos de rebeldía

ESTILO VOGUE

30 — Espectro de luz

Colores sólidos se muestran con
combinaciones atrevidas que pintan a
las más atrevidas y gloriosas fantasías

38 — Chic total bajo el sol

Gigi Hadid y Tommy Hilfiger borran
fronteras de generaciones y geografías
para recibir a la primavera 2017

GUY AROCH.

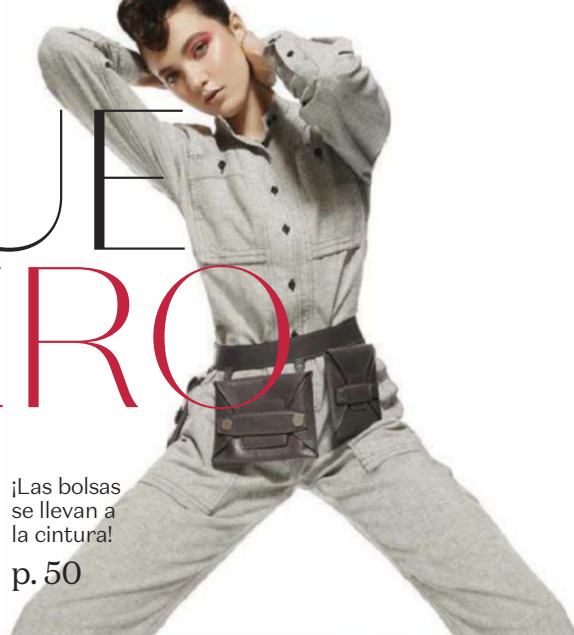
COLECCIÓN DE VENTA EXCLUSIVA EN BOUTIQUES DE MASARYK Y VIA SANTA FE. TAMBIÉN DISPONIBLE EN EL PALACIO DE HIERRO POLANCO Y QUERETARO.
COMPRE EN FERRAGAMO.COM



Salvatore Ferragamo
JEWELS

ORO DE 18K Y PIEDRAS PRECIOSAS

VOGUE FEBRERO



En portada. Anja Rubik

Camiseta, mini falda, broche y pendiente XL, de Saint Laurent by Anthony Vaccarello; anillos de Repossi y Lynchini. En segunda portada: saco en piel de pitón y bra, ambos de Altuzarra. Fotografía, Chris Colls/Serlin Associates; realización, Valentina Collado; peinado, Rolando/The Wall Group; maquillaje, Georgi Sandev/Streeters; manicura, Angel Williams/Opus Beauty; asistentes de foto, Mike Bogart, Jordan Strong, Daniil Zaikin; digitalización, Don Brodie; asistentes de moda, Andrea Vaamonde, Andre Adkins y Fernanda Cervantes; producción, Kaia Foss y Phoebe Cole/Selin Associates; modelo, Anja Rubik/DNA.

AGENDA VOGUE

54 — Lazos de unión

Los Ángeles y Latinoamérica nos muestran la sinergia perfecta entre la vanguardia y su riqueza cultural

68 — Ingenio y permanencia

Zsna Maco celebra su decimocuarta edición, posicionándose como una de las ferias de arte más esperadas

BELLEZA

74 — La gama de la apetencia

La dualidad del carmín empapa nuestras páginas con su sensual color

78 — Evolución líquida

La naturaleza se pone a merced de la vanidad para convertir *Teint Idole Ultra Wear*, de Lancôme, en algo único

80 — Con sello de lujo deportivo

La moda camina junto al *zeitgeist sporty*, uno que brilla en la nueva colección de Adidas by Stella McCartney

82 — La clave de la longevidad

Chanel continúa escribiendo la historia de la cosmética con *Blue Serum*

86 — Placeres prohibidos

Los beneficios del placer se muestran como un abanico de posibilidades

92 — Preservando la juventud

El aclamado José Ginestar, mente pionera de Sisley, revela cómo perpetuar los encantos de la belleza

PUNTO DE VISTA

98 — California Dream

Anja Rubik se apodera de las prendas de la intimidad para convertirse en un sueño arrebatador y que seduce

110 — Alto contraste

Tom Ford reinterpreta la debilidad humana y la banalidad de lo material por medio de *Nocturnal Animals*

114 — Viva la rebeldía

Los gloriosos ecos del rock & roll cobran vida a través del cuero y siluetas llenas de radiante energía

MUNDO VOGUE

152 — L.A. Confidential

La mayor ciudad de California vive como uno de los grandes referentes culturales

156 — Rey de un imperio floral

Eric Buterbaugh revela todo sobre sus creaciones y el ingenio detrás de ellas

168 — Cambios comestibles

La chef Alice Waters busca crear una revolución que cambie la alimentación

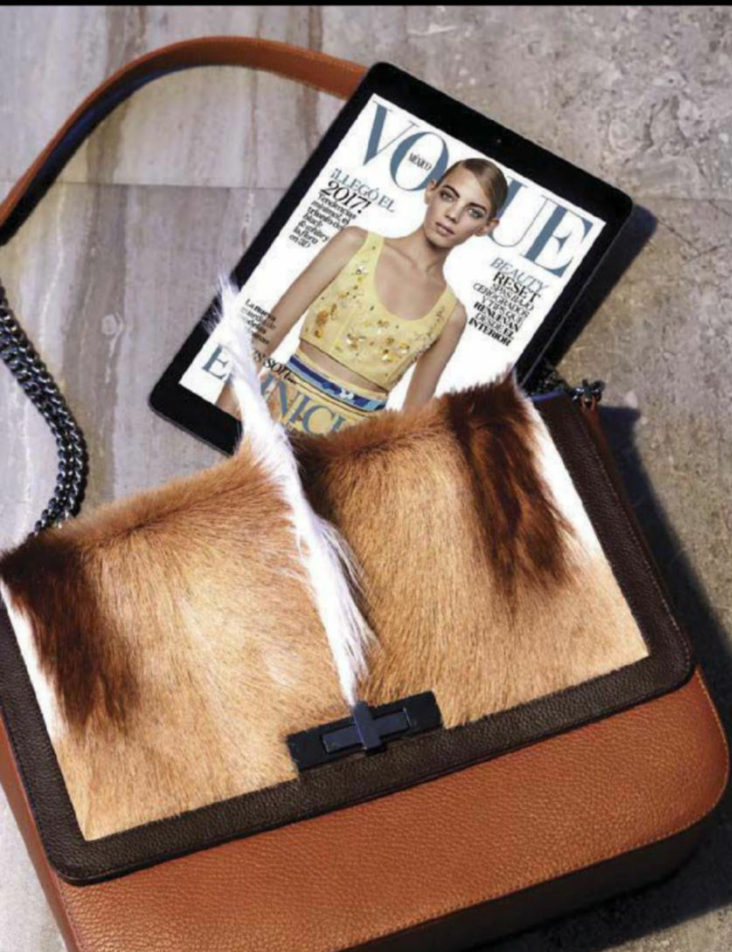


MIKIMOTO

The Originator of Cultured Pearls. Since 1893.

Carranza y Carranza Monterrey | Calzada del Valle • Macame Joyas Guadalajara | Plaza del Sol
Peyrelongue Chronos México, D.F. | Polanco • Ultrajewels Cancún | Fashion Harbour
Ultrajewels Cancún | Luxury Avenue • Ultrajewels Los Cabos | Luxury Avenue

Vogue para iPad



El flamante
universo del lujo te
muestra lo mejor
de su lado digital a
través de nuestra
versión para iPad

VOGUE

KARLA MARTINEZ DE SALAS

Directora

Directora Creativa — KELLY TALAMAS

Subdirectora — BÁRBARA TERÁN

Director de Arte — FERNANDO RUBALCAVA

Editor Senior — JOSÉ FORTEZA

MODA

Editora de Moda — VALENTINA COLLADO

Coordinadores de Moda — ANDREA VAAMONDE Y EMILIANO LÓPEZ

BELLEZA

Editora de Belleza — CLAUDIA VALDEZ

AGENDA Y MUNDO

Editora de Agenda y Mundo — REGINA MONTEMAYOR

REDACCIÓN

Jefe de Redacción y Edición — ENRIQUE TORRES MEIXUEIRO

Coordinadores Editoriales — KARINA GONZÁLEZ ULLOA Y JOSÉ LUIS ÁVILA

Coordinadora Editorial Colombia — ELENA WRIGHT *Coordinadora Editorial Chile* —

BERNARDITA BRAUN *Coordinadora Editorial Perú* — ROMINA GIULFO

ARTE

Jefa de Diseño Gráfico — GABRIELA OLMOS FLORES

Jefa de Diseño iPad — GABRIELA REYES DOMÍNGUEZ

Diseñadora Gráfica Senior — KARLA ACOSTA

Diseño Gráfico — KARLA VILLA Y NANNETTE CÁRDENAS GARCÍA

VOGUE DIGITAL

Director de Diseño Digital — JOSÉ LUIS ANTILLÓN

Editora de Vogue Digital — KARLA DANIELA CASTAÑEDA

Coordinadoras de Vogue Digital — MARIANA DÍAZ PAULÍN Y MARIANA RAMÍREZ

COLABORADORES

ANA HOP, AN LE, AMAYA HERNÁNDEZ, ALBERTO NEWTON, ANNIE BUNDFUSS, ASHLEY FRANGIE, ATENEA MORALES DE LA CRUZ, BEC LORRIMER, CAROLINA MADERO, CÉSAR DURIONE, CLAUDIA MATA, CHRIS COLLS, COQUITO CASSIBBA, COPPI BARBIERI, CRAIG MCDEAN, DAVID CHEN, DANIEL CLAVERO, DANIEL GONZÁLEZ, GUY AROCH, FERNANDO MARROQUIN, HORACIO SALINAS, JAIME MIZRAHI, KARINE MONIÉ, LUZ AURORA VARGAS DE LA VEGA, LUZ MARÍA MOCTEZUMA, LYNN HIRSCHBERG, MARCELA ECHAVARRÍA, MANFREDI GIOACCHINI, MARINA SILVA, MAUREEN EVANS, MICHAEL SCHWARTZ, NICOLAS KANTOR, PATRICIA HUGUES, RAM MARTÍNEZ, ROBERT MASSMAN

ARCHIVO GRÁFICO Y DOCUMENTACIÓN

Directora de Archivo Gráfico y Documentación/Consejera Editorial — VIRGINIA NÚÑEZ

Coordinador Senior de Archivo Gráfico y Documentación — RICARDO OSORIO

Coordinadora de Archivo Gráfico y Documentación — ERÉNDIRA PITA

CFO/COO/DIRECTOR DE FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN

ENRIQUE RAMOS

PUBLICIDAD

Directora de Publicidad México — CLAUDIA DELGADO

Senior Account Manager — CHRISTINE ILIFFE

Coordinadora de Ventas — MARY PUENTES

DIGITAL

Director Condé Nast Digital — JOAQUÍN COLINO

PRODUCCIÓN

Director de Producción — VIRIDIANA SALAS VELÁZQUEZ

Coordinador de Producción — DIEGO CRUZ

MARKETING

Directora de Marketing — ROSA MARÍA GARDEA

Gerente de Marketing Editorial — ELIZABETH CORTÉS

Gerente de Marketing Publicitario — CARLOS FÁJER

RELACIONES PÚBLICAS

Directora de Relaciones Públicas — KARINA BALDERAS

Gerente de Relaciones Públicas — ENRIQUE SÁNCHEZ ARMAS

Coordinadoras de Relaciones Públicas — MICHELLE BECKER Y VALERIA CARREÑO

RECURSOS HUMANOS

Directora de Recursos Humanos — FERNANDA HERRERA

VOGUE LATINOAMÉRICA

800 Douglas Road, Suite 835, Coral Gables, Florida, 33134, EE.UU. Tel. (305) 371-9393 Fax (305) 371-9392

Montes Urales N° 415, Piso 4, Col. Lomas de Chapultepec, Delegación Miguel Hidalgo, México, C.P. 11000, México D.F. Tel. (52-55) 50-62-37-10 Fax (52-55) 50-62-37-27

VENTAS DE PUBLICIDAD EUROPA:

ELENA MARSEGLIA

Condé Nast, Piazza Cardona 5, 20121 Milán, Italia Tel/Fax. (00) 39 02 85614217 Email: emarseglia@condenast.it

CONDÉ NAST MÉXICO Y LATINOAMÉRICA

CEO/Directora General — EVA HUGHES

Presidentes del Consejo — GIAMPAOLO GRANDI Y JAVIER PASCUAL DEL OLMO

Chairman and Chief Executive — JONATHAN NEWHOUSE

LAPERLA.COM



EL PALACIO
DE HIERRO POLANCO

EL PALACIO
DE HIERRO PERISUR

LA PERLA

VOGUE

MÉXICO

IN THE USA:

Condé Nast

Chairman Emeritus: S. I.

NEWHOUSE, JR.

Chairman:

CHARLES H. TOWNSEND

President & Chief Executive Officer:

ROBERT A.

SAUERBERG, JR.

Artistic Director:

ANNA WINTOUR

IN OTHER COUNTRIES:

Condé Nast International

Chairman and Chief Executive:

JONATHAN NEWHOUSE

President:

NICHOLAS COLERIDGE

Vice Presidents:

GIAMPAOLO GRANDI,
JAMES WOOLHOUSE,
MORITZ VON LAFFERT,
ELIZABETH SCHIMEL

Chief Digital Officer:

WOLFGANG BLAU

President, Asia-Pacific:

JAMES WOOLHOUSE

President, New Markets and

Editorial Director, Brand

Development:

KARINA

DOBROTVORSKAYA

Director of Planning:

JASON MILES

Director of Acquisitions and

Investments:

MORITZ VON LAFFERT

GLOBAL

President, Condé Nast E-commerce:

FRANCK ZAYAN

Executive Director, Condé Nast Global Development:

JAMIE BILL

ARGENTINA

Representante Comercial — PAULA DORETTI
Avenida Quintana 305, Piso 9, Buenos Aires (1014) Tel. (541) 148 138529
Distribución de revistas: Ciudad Capital: **Brihet e Hijos S.A.** Agustín Magaldi 1448 Buenos Aires, Argentina. Teléfono: 5411 43013601 / Interior del país: **DGP Alvarado** 2118 Buenos Aires, Argentina. Teléfono: 5411 43019970

CHILE

CONDÉ NAST MÉXICO Y LATINOAMÉRICA
Gerente Comercial — FRANCISCA SOUBLETTE
Apoquindo 3650, Piso 12, oficina 1200, Las Condes, Santiago, Chile Tel. (56) 9 9776 2289
Distribución de revistas: **Distribuidora Meta S.A.** Williams Rebolledo N° 1717, Ñuñoa, Santiago Mesa central: 56-2-6201700

COLOMBIA

CONDÉ NAST MÉXICO Y LATINOAMÉRICA
Gerente Comercial — INES ELVIRA LINCE
Car 15 No. 88-64, Of 607, Bogotá - Distrito Capital de Bogotá (110221) Tel. + (57 1) 744 7853
Distribución de revistas: **Comunican S.A.** Calle 103 No 69B - 43 Bogotá, Colombia Tel. (571) 423-2300

MÉXICO

CONDÉ NAST DE MÉXICO S.A. DE C.V.
Directora de Publicidad — CLAUDIA DELGADO
Ejecutivos de Ventas — ERIKA FONSECA y MANUEL NAVA
Montes Urales N° 415, Piso 4, Col. Lomas de Chapultepec, Delegación Miguel Hidalgo México, C.P. 11000, México D.F. Tel. (52-55) 50-62-37-10 Fax (52-55) 50-62-37-27

MIAMI

CONDÉ NAST MÉXICO Y LATINOAMÉRICA
Senior Account Manager — CHRISTINE ILIFFE
800 South Douglas Road, Suite 835, Coral Gables, Florida, 33134 EE.UU. Tel. (305) 371-9393 Fax (305) 371-9392

PANAMÁ / CENTROAMÉRICA

Representante Comercial — LUISA CARRASCO
GEMEDIA
Edificio Harmony piso 38A, Calle 73, San Francisco. Ciudad de Panamá, República de Panamá Tel. (507) 66708527
Distribución de revistas: **Distribuidora Panamex** Calle 5 y W Parque Lefevre, Panamá, Panamá Tel. (507) 221-7015

PERÚ

Representante Comercial — LORENA BODERO MERINO
Calle Alcanfores 1227 - 102 Miraflores L18, Lima, Perú
Tel. (+51) 982 333 668 mail: lorena.bodero@condenastamericas.com
Distribución de revistas: **Distribuidora Bolivariana S.A.**
Av. República de Panamá 3635, Piso 2, San Isidro, Lima, Perú. Tel. (511) 44-12-948

REPÚBLICA DOMINICANA

Representante Comercial — ALBERTO LABADIA

MC MARKETING

Av. Sarasota, 22. Frente a Plaza Universitaria, Sector La Julia, Santo Domingo. Tel. (809) 549 7981 Móvil: (809) 224 8937
Distribución de revistas: **MC Marketing de Publicaciones S.R.L**
Calle Venus número 20, Sol de Luz, Villa Mella, Santo Domingo Norte Tels. 809 332 9214, 809 332 9620

VENEZUELA

Representantes Comerciales — MARTIN DE ARMAS / JOSÉ FEIJOO
Edif. Bloque de Armas, con final Ave. San Martín con final Ave. La Paz. Caracas 1020, Venezuela
Tel. (58) 212-406-4276 Fax (58) 212-451-2671
Distribución de revistas: **Bloque de Armas**

NICARAGUA

Distribución de revistas: Publicaciones & Mas, S.A.
Bo. Altgracia de la Racachaca 4c, Sur 1 1/2 c. abajo M/I Managua, Nicaragua Tel. (505) 2254-4342

PUERTO RICO

Distribución de revistas: **Distribution Integrated Services**
Calle Diana Lote 15, Zona Industrial Amelia Guaynabo, Puerto Rico 00968 Tel. (787) 641-6200 Fax. (787) 641-1338 www.dis.pr

SUSCRIPCIONES. MÉXICO

CONDÉ NAST DE MÉXICO S.A. DE C.V.
Montes Urales N° 415, Piso 4, Col. Lomas de Chapultepec, Delegación Miguel Hidalgo, México D.F., 11000
Tel. (52-55) 50-62-37-36 Fax (52-55) 55-40-56-39
suscripciones@condenast.com.mx

THE CONDÉ NAST GROUP OF BRANDS INCLUDES:

DIRECTORIOUS

Vogue, Vanity Fair, Glamour, Brides, Self, GQ, GQ Style, The New Yorker, Condé Nast Traveler, Allure, Architectural Digest, Bon Appétit, Epicurious, Wired, W, Golf Digest, Teen Vogue, Ars Technica, Condé Nast Entertainment, The Scene, Pitchfork

UK

Vogue, House & Garden, Brides, Tatler, The World of Interiors, GQ, Vanity Fair, Condé Nast Traveller, Glamour, Condé Nast Johansens, GQ Style, Love, Wired, Condé Nast College of Fashion & Design, Ars Technica

FRANCE

Vogue, Vogue Hommes International, AD, Glamour, Vogue Collections, GQ, AD Collector, Vanity Fair, Vogue Travel in France, GQ Le Manuel du Style, Glamour Style

ITALY

Vogue, L'Uomo Vogue, Vogue Bambini, Glamour, Vogue Sposa, AD, Condé Nast Traveller, GQ, Vanity Fair, Wired, Vogue Accessory, La Cucina Italiana, CNLive

GERMANY

Vogue, GQ, AD, Glamour, GQ Style, Myself, Wired

SPAIN

Vogue, GQ, Vogue Novias, Vogue Niños, Condé Nast Traveler, Vogue Colecciones, Vogue Belleza, Glamour, AD, Vanity Fair

JAPAN

Vogue, GQ, Vogue Girl, Wired, Vogue Wedding

TAIWAN

Vogue, GQ

MEXICO AND LATIN AMERICA

Vogue Mexico and Latin America, Glamour Mexico and Latin America, AD Mexico, GQ Mexico and Latin America, Vanity Fair Mexico

INDIA

Vogue, GQ, Condé Nast Traveller, AD

Published under Joint Venture:

BRAZIL

Vogue, Casa Vogue, GQ, Glamour, GQ Style
Russia: Vogue, GQ, AD, Glamour, GQ Style, Tatler, Condé Nast Traveller, Allure

Published under License or Copyright Cooperation:

AUSTRALIA

Vogue, Vogue Living, GQ

BULGARIA

Glamour

CHINA

Vogue, Vogue Collections, Self, AD, Condé Nast Traveler, GQ, GQ Style, Brides, Condé Nast Center of Fashion & Design

CZECH REPUBLIC AND SLOVAKIA

La Cucina Italiana

HUNGARY

Glamour

ICELAND

Glamour

KOREA

Vogue, GQ, Allure, W, GQ Style

MIDDLE EAST

Condé Nast Traveller, AD, Vogue, Vogue Café at The Dubai Mall, GQ Bar Dubai

POLAND

Glamour

PORTUGAL

Vogue, GQ

ROMANIA

Glamour

RUSSIA

Vogue Café Moscow, Tatler Club Moscow

SOUTH AFRICA

House & Garden, GQ, Glamour, House & Garden Gourmet, GQ Style

THE NETHERLANDS

Glamour, Vogue

THAILAND

Vogue, GQ, Vogue Lounge Bangkok

TURKEY

Vogue, GQ, Condé Nast Traveller, La Cucina Italiana, GQ Style, Glamour

UKRAINE

Vogue, Vogue Café Kiev

AÑO 17, NÚMERO 206, FEBRERO 2017

© VOGUE MÉXICO MARCA REGISTRADA, PRIMERA PUBLICACIÓN OCTUBRE DE 1999, REVISTA DE PUBLICACIÓN MENSUAL, EDITADA Y PUBLICADA POR CONDÉ NAST DE MÉXICO S.A. DE C.V. MONTES URALES 415, COL. LOMAS DE CHAPULTEPEC DEL. MIGUEL HIDALGO DISTRITO FEDERAL MÉXICO 11000. TELÉFONO 50623710. POR CONTRATO Y BAJO LICENCIA DE ADVANCE MAGAZINE PUBLISHERS INC. EDITOR RESPONSABLE KARLA MARTINEZ DE SALAS (karla.martinez@condenast.com.mx), CON NÚMERO DE RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO EMITIDO POR EL INDAUTOR 04-2001-01217454300-102, NÚMERO DE CERTIFICADO DE LICITUD DE TÍTULO 11572, NÚMERO DE CERTIFICADO DE LICITUD DE CONTENIDO 8182, NÚMERO ISSN 2448-6353. LA EDITORIAL CONDÉ NAST NO SE HACE RESPONSABLE DE LOS CONTENIDOS DE LA PUBLICIDAD REVELADA POR SUS ANUNCIANTES, DADO EL CASO INVESTIGARÁ LA SERIEDAD DE LOS MISMOS. LAS OPINIONES EXPRESADAS POR LOS AUTORES NO REPRESENTAN NECESARIAMENTE LA POSTURA DEL EDITOR Y LA EDITORIAL. PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL. IMPRESO EN LOS TALLERES DE OFFSET MULTICOLOR, S.A. DE C.V. CALZADA DE LA VIGA NÚMERO 1332, COLONIA EL TRIUNFO, C.P. 09430 DELEGACIÓN IZTAPALAPA, MÉXICO, D.F.

© VOGUE MÉXICO YEAR 17, NUMBER 206, FEBRUARY 2017, FIRST PUBLICATION OCTOBER 1999, IT IS A MONTHLY PUBLICATION, EDITED AND PUBLISHED BY CONDÉ NAST DE MEXICO S.A. DE C.V. MONTES URALES 415, COL. LOMAS DE CHAPULTEPEC, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO DISTRITO FEDERAL MÉXICO 11000, (52) (55) 50623710, BY AGREEMENT AND UNDER LICENSE OF ADVANCE MAGAZINE PUBLISHERS INC. EDITOR-IN-CHIEF KARLA MARTINEZ DE SALAS (karla.martinez@condenast.com.mx), RESERVATION OF RIGHTS NUMBER FOR THE EXCLUSIVE USE, GRANTED BY INDAUTOR (MÉXICO) 04-2001-01217454300-102, NUMBER OF CERTIFICATE OF LAWFULNESS OF TITLE 11572, CONTENT LEGALITY CERTIFICATE NUMBER 8182, ISSN NUMBER 2448-6353. CONDÉ NAST IS NOT RESPONSIBLE OF THE PUBLICITY CONTENTS REVEALED BY ITS ADVERTISERS, SINCE THE CASE, CONDÉ NAST, WILL INVESTIGATE THE SERIOUSNESS OF THE ADVERTISERS. THE VIEWS EXPRESSED BY THE AUTHORS AND THE ADVERTISERS DO NOT NECESSARILY REPRESENT THE POSITION OF EDITOR AND PUBLISHER. PARTIAL OR TOTAL REPRODUCTION IS FORBIDDEN. PRINTED BY OFFSET MULTICOLOR, S.A. DE C.V. CALZADA DE LA VIGA NÚMERO 1332, COLONIA EL TRIUNFO, C.P. 09430 DELEGACIÓN IZTAPALAPA, MÉXICO, D.F.

ivm
Instituto Verificador de Medios

CIRCULACIÓN CERTIFICADA POR
EL INSTITUTO VERIFICADOR DE
MEDIOS REGISTRO NO. 300/15



WWW.TANE.COM.MX

Con amor
TANE



EL LEGADO DE FRANCA SOZZANI PERSEVERA A TRAVÉS DE IMÁGENES MAJESTUOSAS.



HISTORIAS QUE NO SE OLVIDAN

El ejemplo de *personas talentosas* se convierte **en un agente de cambio**

Sin duda lo recuerdo: el 22 de diciembre, recibí el aviso de que Franca Sozzani había fallecido. A pesar de que tuve el privilegio de verla una sola vez en Milán, era una mujer que siempre había admirado. Su trayectoria en la industria antes y durante su estancia en *Vogue Italia*, es la de una amante de la moda, creadora de imágenes que no se pueden menos que admirar. Es por eso que cada mes yo y muchos otros ansiábamos abrir la revista, no por el afán de conocer las últimas tendencias, sino por ver imágenes cautivadoras, así como la forma en la que su reinterpretación viaja de la pasarela a la vida real a través de los lentes de grandes fotógrafos como Steven Meisel o Bruce Weber.

Su legado nos deja con el deseo de inspirar y crear las páginas de nuestra revista en un mundo que vive en medio de constantes cambios; es por ello que este mes tenemos el privilegio de incluir algunas imágenes de un mago de la lente que admiro mucho: Craig McDean. Recuerdo que hace dos años, cuando trabajaba para *W*, todos los días de noviembre el departamento de moda contemplaba el portafolio de *Best Performances*. Cada año, Lynn Hirschberg buscaba las mejores interpretaciones que se habían realizado a lo largo del año y capturaba su talento de la mano de uno o numerosos fotógrafos que colaboraban para *W*. Este año hemos tenido la grandiosa oportunidad de compartir la historia simultáneamente con nuestro título hermano, durante la temporada de premios en su máximo esplendor. Siempre es agradable ver a nuestros favoritos bajo los objetivos de grandes como Craig McDean y estilizados por Edward Enninful, ¿no lo creen? Con esa idea en mente y conversando con mi equipo editorial, decidimos mirar hacia el Oeste, justo en el momento en que California busca realizar sus sueños por cuenta propia y abandonar la idea de estar bajo el mismo cielo que el de la nueva presidencia estadounidense. Un estado progresista, que rompe barreras al sugerir el CalExit para el 2018, y que admite que no hará deportaciones a México ni Centroamérica es digno de celebrarse en nuestras páginas. Es por eso que este mes enaltecemos el talento y los nombres de numerosos latinoamericanos que viven en California rompiendo estereotipos. Ya sea en la industria de la moda o incluso la tecnología: ellos se transforman en las figuras que todos debemos reconocer.



Karla M. de Salas

Sígueme en
@karlamartinezdesalas



ANA HOP; PABLO FERRARI;
CHRIS COLLIS; CRAIG MCDEAN.



La naturaleza te llama

Totalmente nuevo Audi Q5
con techo de cristal panorámico
y luces Audi Matrix LED.
Q5 te llama.



Algunos equipamientos pueden ser opcionales y variar según versión.

VOGUE

ESPAÑA

Universidad
Carlos III de Madrid

&

10^a
edición

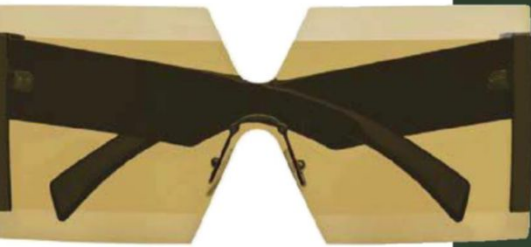
MÁSTER

en Comunicación
de Moda y Belleza

FOTO: PATRICK DEMARCHELIER.

Información y Matrícula: Universidad Carlos III de Madrid mcmmb@ceaes.uc3m.es Tel.: 916 249 397 www.uc3m.es/modaybelleza

envoie



BLUSA DE
STELLA
MCCARTNEY;
ARRIBA: LENTES
DE MARNI.

IMPERMEABLE Y
TOP DE PRADA;
CULOTTES DE
BOTTEGA VENETA;
PENDIENTE
OVERSIZE DE TUZA.



ARRIBA:
PENDIENTES
DE DIOR, EN
EL PALACIO
DE HIERRO
MOLIERE.

BLOQUES

El color blocking es siempre un desafío a tu lado creativo. Esta temporada, una paleta intensa alude a la energía en amarillos, fucsia, violetas, verdes y rojos. Haz tu apuesta al efecto contrastante de tonos sólidos, que acentúan texturas y amplifican el impacto de los detalles sobre tus *musts*. —JOSÉ FORTEZA



PASARELA DE YSL;
IZDA.: BOLSA DE
BALENCIAGA.



VISTA DE LOS
VINEDOS DE LA
REGIÓN; ARRIBA:
TERRAZA DEL
HOTEL AUBERGE
DU SOLEIL.



PRADA.

MALETA THE
STOWAWAY,
DE PARAVEL.

VEREDA DE FRUTOS DULCES

El Valle de Napa es un paraíso teñido de tonos esmeraldas al norte de California; meca para los amantes del elixir malva

Un escondite ubicado al oeste de Sacramento es el Valle de Napa, el lugar perfecto para adentrarse en la campiña californiana, contemplar con deleite la ruta escénica de paisajes que parecieran ser representaciones de cuentos de hadas y disfrutar de una copa de la bebida dionisiaca que promete embriagar nuestros sentidos con una sensación de felicidad y éxtasis. Viñedos kilométricos que tiñen el campo con tonalidades verdes se difuminan en el horizonte con el azul del imponente cielo, ya seas un amante del

vino o simplemente te guste disfrutar de una deliciosa copa ocasionalmente, este lugar es el escape perfecto para relajarse y desconectarse del estrés de la gran ciudad.

¿Dónde hospedarse: Auberge du Soleil es el lugar ideal. Sus cabañas acogedoras, rodeadas por más de treinta hectáreas, crean una sensación de serenidad inmensa. Este lugar se destaca por sus enigmáticas vistas, sorprendente gastronomía e impresionante servicio. Por otro lado, Carneros Resort & Spa nos enamora con su piscina al aire libre, en donde disfrutar de un buen vino y una puesta de sol se convierte en una tarde inolvidable.

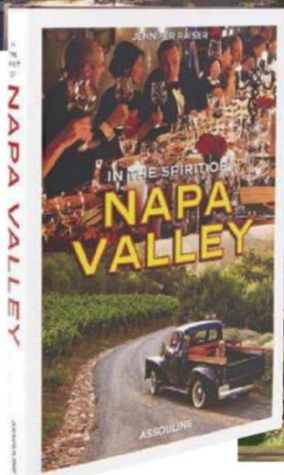
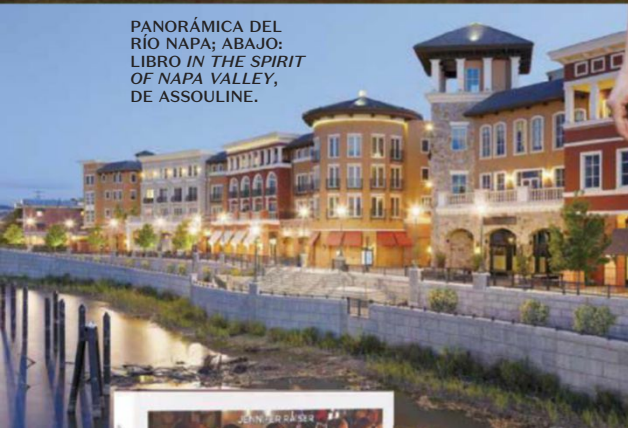


IZDA.: LENTES DE PRADA, EN SUNGLASSHUT.

UN PASEO POR GLOBO SOBRE LOS CULTIVOS; IZDA.: PISCINA DEL HOTEL CARNEROS RESORT & SPA.



PANORÁMICA DEL RÍO NAPA; ABAJO: LIBRO *IN THE SPIRIT OF NAPA VALLEY*, DE ASSOULINE.



BLUGIRL.



SUÉTER DE BCBGMAXAZRIA, EN VÍA SANTA FE; IZDA.: PANTALÓN DE CHLOÉ; ABAJO: SET DE DAMAS CHINAS, DE GW SCOTT.



2 Dónde comer: La variedad que ofrece este pequeño poblado es increíblemente vasta. Se puede disfrutar de una succulenta cena orgánica en Farm to Table, donde los platillos no solo son deliciosos, sino que todos los productos son cultivados en la localidad. También encontramos el aclamado restaurante La Toque, en el que Ken Frank cocina una variedad de platillos que marida con vinos de la región. Embárcate en la búsqueda de los *food-trucks* que rondan las calles del pueblo, nuestras recomendaciones: Marks The Spot y Crossroad Chicken.

3 Qué visitar: No hay ninguna otra forma más emocionante para conocer

la ciudad que subirse a un globo aerostático, las vistas y la experiencia son inigualables. Desde las alturas podrás vislumbrar el esplendor de los magnéticos campos de los frutos de vid. Planea una visita guiada para degustar de los vinos más exquisitos de la región en Robert Biale Vineyards. A pesar de que Napa es famoso por sus vinos, puedes optar por un paseo en bicicleta, una excelente manera de disfrutar el día.

Sin duda, un rincón en California donde un fin de semana se convierte en una odisea. Cada momento será un recuerdo que permanecerá en tu memoria por siempre. —EMILIANO LÓPEZ

OBJETO DE DESEO

Fotógrafo Robert Massman



BOLSA GABRIELLE
BICOLOR CON
CADENA, DE CHANEL,
EN EL PALACIO DE
HIERRO MOLIERE.

Si tuviéramos que erigir un puente entre el presente y el futuro de la moda, no dudaríamos en elegir el nombre de Gabrielle Bonheur Chanel para asentar con su excepcional filosofía los ejes de esta titánica obra. Progresista para su tiempo, decidida a romper esquemas y siempre apelando a la independencia de la mujer, su legado es perenne.

Así lo demuestra la nueva bolsa *Gabrielle*, que a través de su estructura en cuero liviano bitonal y un juego de asas de cadena, alude a una de las máximas de Chanel:

“Nada es más hermoso que la libertad del cuerpo”...

Que así sea, Coco. —ENRIQUE TORRES MEIXUEIRO



Daniel Espinosa
JEWELRY

CHARMS COLECCIONABLES

CROP TOP DE MIU
MIU; ABRIGO DE
CUERO, DE BOTTEGA
VENETA; PENDIENTES
DE DOUBLE DISCO.

Espectro de luz

Del cerúleo al
carmín, una **rica
paleta cromática**
se apodera de
*nuestro armario
de primavera*

FOTÓGRAFA BEC LORRIMER
REALIZACIÓN COQUITO CASSIBBA

Estilov

Editora
Valentina
Collado

Peinado, Holly Mills/Tim Howard Management; con productos de Aveda; maquillaje, Nancy Sea Siler con productos de Chanel Beauté; manicura, Elina Ogawa; producción, Liz Reid; digitalización, Craig Rockwell; asistente de foto, Austin Kennedy; asistente de moda, Samantha/Next Management.



1



2



3



4



VESTIDO DE SEDA,
BLUSA Y ZAPATOS,
TODO DE DKNY.

AZUL DE VERANO

EL COLOR DE LA
TRANQUILIDAD,
Y SINÓNIMO DE
LA ELEGANCIA,
GENERA PAZ E
INTENSIDAD POR
LO QUE ESTE SERÁ:
TU MEJOR ALIADO



5



6

1. Cuadro *Ave Talavera*, de *Ethnology*, en Disenia; 2. Blusa con holanes, de *Nina Ricci*; 3. Pendientes con perlas, de *Gucci*; 4. Bolsa de cuero, de *Chanel*, en El Palacio de Hierro Moliere; 5. Vestido de *Longchamp*, en Antara; 6. Sandalia de *Tabitha Simmons*.



1

UN ROSA FEMENINO

SOÑADOR PERO A LA VEZ COQUETO Y DELICADO. EL *SOFT PINK* SE DECLINA EN PRENDAS *MINIMAL* CON UN SUTIL TOQUE DEPORTIVO



2

3



4



5



6



7



8

ABRIGO CON RELIEVES FLORALES Y PANTALÓN, AMBOS DE VALENTINO; BLUSA DE MIU MIU; BOLSA CON ESTOPEROLES, DE ALEXANDER WANG.

1. Cofre de joyas en estilo *vintage*, de *Joanna Buchanan*; 2. Pantalón de *MM6 by Maison Margiela*; 3. Bolsa de piel, de *Hunting Season*; 4. Pintura *Couture No.2*, de *Benson-Cobb Studios*; 5. Pendientes en cuero, de *Nora Lozza*, en *Cooperativa Shop*; 6. Jersey con cuello en V, de *Paula Ka*; 7. Brazaletes de cuero, de *McQ Alexander McQueen*; 8. Zapato de cuero, de *Louis Vuitton*.

BEC LORRIMER; cortesia de www.ONEKINGSLANE.com (2); cortesia de www.MATCHESFASHION.com; cortesia de www.STYLEBOP.com; cortesia de www.COOPERATIVASHOP.com; cortesia de www.MODAOPERANAJ.com.



ROJO... ¡PASIÓN!

UNA AFIRMACIÓN
IMPONENTE. ESTA
MUJER SABE QUIÉN
ES, CONOCE SU
LUGAR EN LA VIDA,
ALERTA EL PELIGRO
Y DENOTA ENERGÍA

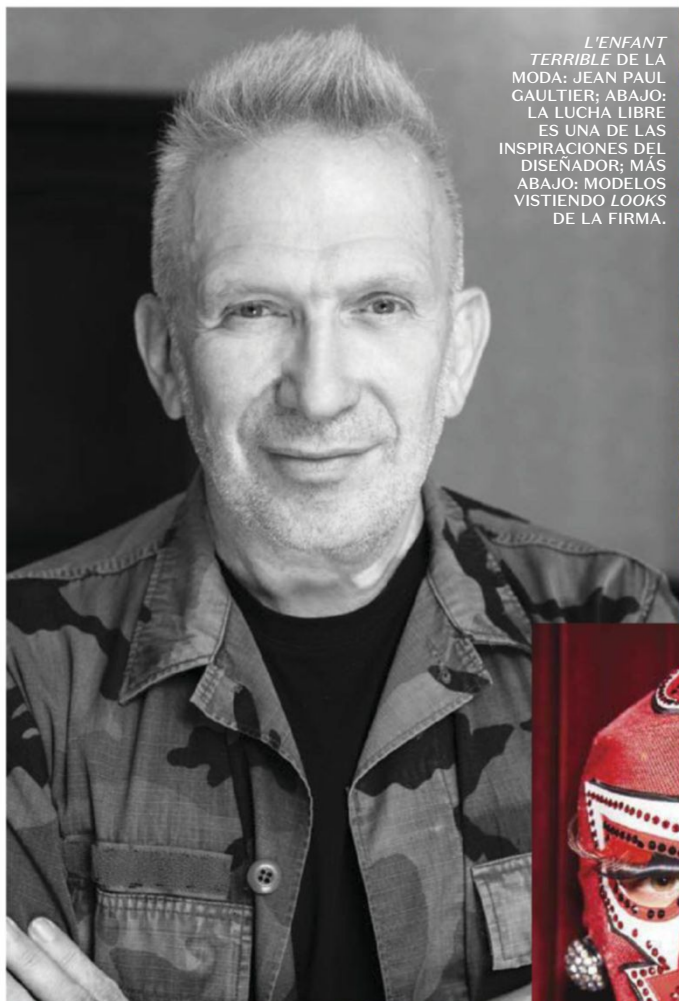
VESTIDO, PANTALÓN Y
CINTURÓN, TODO DE
ELLERY; ZAPATOS DE
PROENZA SCHOULER.

1. Tarjetero con broche, de **Fendi**, en El Palacio de Hierro Santa Fe; 2. Pendientes en estilo *oversize*, de **Monica Sordo**, en Uncommon Market; 3. Pantalón de cintura alta, de **Tibi**; 4. Zapatilla clásica de cuero, de **Salvatore Ferragamo**; 5. Chamarra de **No.21**; 6. Lámpara de escritorio **Boi**, de **David Week Studios**, en Esrawe; 7. Mini bolsa estructurada, de **M2Malletier**; 8. Maxi anillo, de **Baccarat**.

México lindo y querido

Acompañamos al **icónico diseñador Jean-Paul Gaultier** en su recorrido por los sitios *más alegres y vivos* de nuestra bella capital, una cultura que vive en sus colecciones





L'ENFANT
TERRIBLE DE LA
MODA: JEAN PAUL
GAULTIER; ABAJO:
LA LUCHA LIBRE
ES UNA DE LAS
INSPIRACIONES DEL
DISEÑADOR; MÁS
ABAJO: MODELOS
VISTIENDO LOOKS
DE LA FIRMA.



LLEVANDO
VESTIDO DE
JEAN PAUL
GAULTIER
Y MÁSCARA
ICÓNICA DE LA
LUCHA LIBRE.



“Me encantó volver a México, un país en el que me inspiró constantemente a la hora de diseñar”



Recientemente, el diseñador francés Jean-Paul Gaultier visitó la Ciudad de México, una vez más, para celebrar su relación con nuestro país.

México forma un lugar muy especial para él, y qué mejor que crear un magno desfile y una gran *soirée* en el emblemático Gran Hotel Ciudad de México, ubicado en el centro histórico capitalino. Durante la noche, presentó su colección de Alta Costura 2010 inspirada en aspectos de nuestra cultura: sombreros de mariachi, flores de cempasúchil y ponchos. Al mismo tiempo, Gaultier incluyó piezas de su colección Otoño-Invierno que toman a la clásica lucha libre como referente. —VALENTINA COLLADO



V Edición

MÉXICO

VOGUE

Who's

on next

The Vogue Fashion Fund



Armando Takeda ganador de la IV edición de WON.

5 años impulsando el talento mexicano

¡Inscríbete ahora!
Entra: www.vogue.mx

Consulta las bases.



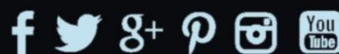
Georgina Duarte y Joanna Valdez, diseñadoras de Amandina, ganadoras en la categoría ACCESORIOS de la IV edición de WON.



Ganadores WON 2013-2016.

Armando Takeda,
Lorena Saravia,
Concha Orvañanos,
Giovanni Estrada,
Francisco Cancino y
José Alfredo Silva.

#WhosOnNextMx



Chic y total *desenfado* bajo el sol

La top Gigi Hadid y la firma Tommy Hilfiger borran fronteras de **generaciones y geografías** para la primavera 2017

American girl
LA SUPER MODELO
GIGI HADID
PRESENTA SU
COLECCIÓN PARA
TOMMY HILFIGER.

Como embajadora global de Tommy Hilfiger para su capítulo de ropa femenina, Gigi Hadid ha significado una continuidad en el estilo de chic clásico sin remolinos ni excesos, para una marca que se suele identificar con el estilo de la costa este estadounidense. En el otoño 2016, la presentó, también como diseñadora, su primera colaboración con la marca: TommyXGigi. Ahora, se anuncia una segunda vuelta de ese binomio para la primavera 2017. La mejor noticia es que se reedita una más californiana que nunca antes, abarcando desde ropa y calzado deportivo, hasta complementos como relojes y gafas para el sol.

Hilfiger, como personalidad y desde 1985 como empresa, es un referente indiscutible de la generación de los *Baby Boomers* en la industria de la moda. Su



LA MODELO
ESTUVO
INVOLUCRADA
EN CADA PASO
DE LOS DISEÑOS.



colaboración con Hadid envía un efectivo mensaje de presencia y actualización de la marca para la era *millennial*, que no ha pasado inadvertido. Con una inspiración que ha viajado hasta el Haight-Ashbury sesentero de *Summer of Love*, la colección encapsula un tributo al sesgo playero de la vida asoleada de la ciudad de ángeles y sus vecinas más cálidas.

Listas, monogramas, denim y siluetas relajadas se hacen del estandarte cromático de la firma y prometen zarpar de



GIGI AGREGÓ SU TOQUE MODERNO Y JUVENIL A LA MARCA EN ESTA COLECCIÓN.



SKETCHES DE LAS PIEZAS DE LA PRIMAVERA-VERANO 2017.



“Esta es una colección que encapsula el sesgo playero y el desenfadado de la vida asoleada de la costa californiana...”



Santa Mónica a tomar el escenario global sin límites. Otro elemento que nunca pierden de vista es la más total feminidad.

Para quienes se preguntan —si es que alguien lo hiciera— dónde está el contacto estético de Gigi con la tradición de Tommy, la respuesta va por la alegría de vivir, la individualidad y el aire transparente de la modelo. En palabras del fundador de la firma, “el icónico estilo de

Gigi, su autenticidad y actitud optimista le hacen la perfecta *Tommy girl*, y siempre ha sorprendido e inspirado a nuestros fans con una visión única de la moda y el estilo de vida”. Lo que viene es un abrazo a lo informal y al *cool* casual, que se hace lenguaje de esta época y las muchas generaciones que convergen en la elección de ese estilo. *Baby boomers*, *millennials* y todo lo que va entre ellos, tienen esta primavera un territorio estilístico de comfortable comunión: TommyXGigi. —JOSÉ FORTEZA



Cazadora de tendencias

Consultora de *moda*, emprendedora y madre, Ramya Giangola se hace **presente con una estética suprema**

A Ramya Giangola la vista del Griffith Observatory en Los Ángeles, su ciudad natal, le roba el aliento y The Sunset Tower Hotel en Hollywood le parece encantador. Sus diseñadores favoritos son Rei Kawakubo y Phoebe Philo, y es amante de los *sneakers* o cualquier zapato de Céline —firma con la que ha colaborado—. Esta *fashionista* aparece en escena como consultora de moda, con clientes como: American Apparel, J. Crew, Alice + Olivia, entre otros. Madre y fundadora de la consultoría *Gogoluxe*, su estilo es versátil, el cual puede ir desde coloridos estampados y formas voluptuosas, a uno minimalista imperado por el negro. Con una personalidad que refleja una autenticidad digna de ser reconocida, y que ha robado cámara entre las personalidades del *street style*, Giangola no deja duda que ella está siempre un paso adelante. —ATENEA MORALES DE LA CRUZ



Desde la izquierda: el Griffith Observatory en Los Ángeles; zapato de la colección Primavera-Verano 2017, de Céline; collar de Dezso by Sara Beltran; su ícono de estilo, Charlotte Rampling.



RAMYA ELIGE...



Vivir es increíble®





West Coast, más viva que nunca

Para aquellas *fashionistas de espíritu libre*, Vogue presenta las **coordenadas exactas para que inicies un road trip por California**



VISTA DEL HOTEL LA VALENCIA;
ABAJO: INSTITUTO SALK DE ESTUDIOS BIOLÓGICOS.



SALVATORE FERRAGAMO.



CHANEL.

SAN DIEGO

Un importante destino turístico con una cálida temperatura y un mar acogedor que da la bienvenida a un look atlético, pero altamente vanguardista que se apodera de largas caminatas por malecones y que rinde tributo a la esencia naval de esta ciudad.



VERSACE.

AU JOUR LE JOUR.

Razones sobran y pretextos nunca faltan. Un viaje por el excitante estado de California provee del contacto íntimo con la vanguardia artística mundial y *fashionista* por excelencia. Pero, más allá del estereotipo encerrado en ser solo Hollywood, California es mucho más. Vibrantes paisajes, un clima en su mayoría caluroso, insólitos hoteles, cultura irreverente y una inmensidad de talento es lo que esta región tiene para ofrecer. Con espléndidas ciudades para visitar, te llevamos en un *road trip* que te hará desear estar ahí en cualquier época del año. La

diversidad cultural y estética que permea en California converge en una variedad de tendencias que reflejan el modo de ser de cada lugar. Se trata de estilos que han sido apropiados no solo por los ciudadanos locales, sino por los visitantes de todo el mundo que llegan a este país año tras año. Te llevamos a conocer la moderna, libre y natural vida californiana que es reconocida internacionalmente y que se ha vuelto un punto de referencia para la industria de la moda, que demuestra que hoy más que nunca: California está de moda. ●

ABLOKHIN para iStock by Getty Images; DOUGLAS BASSETT/Showbit.com (4); D. R.

TENDENCIAS Estilo V

URBAN LIGHT DE
CHRIS BURDEN
EN EL LACMA.

COSTA MESA

Fundada en una región rural, esta urbe se ha convertido en una *edge city*. Lujo pleno es lo que encontrarás en las boutiques albergadas en el centro como lo son: The Webster y A'maree's, en las cuales descubrirás grandes tesoros de marcas internacionales.



INTERIOR DE
LA BOUTIQUE
A'MAREE'S.



LA NUEVA
BOUTIQUE DE
THE WEBSTER.



PROENZA SCHOUER.



SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO.

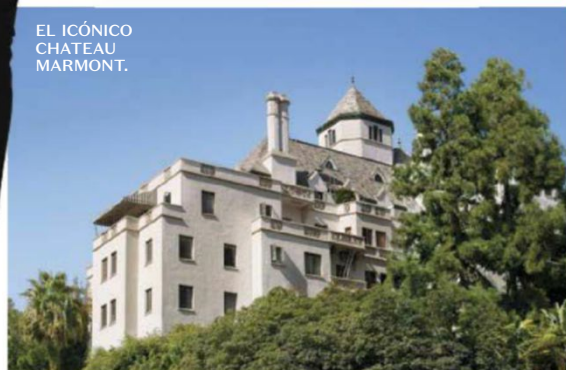


TORY BURCH.

LOS ÁNGELES

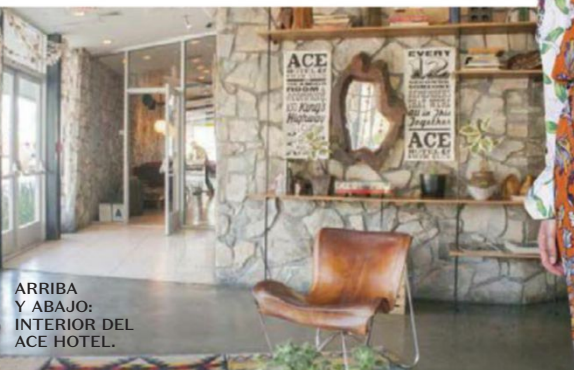
Quizás el sol, la arena y el mar más visitados de toda la Costa Oeste estén en Los Ángeles, una oda a la moda y a un estilo altamente *trendy*. Siendo una metrópoli rica culturalmente, diversos centros artísticos, como el LACMA son una parada obligatoria.

EL ICÓNICO
CHATEAU
MARMONT.



PALM BEACH

Esta ciudad es perfecta para todo aventurero. Aires indiscutiblemente bohemios y frescos son la inspiración de festivales de música y galerías de arte que vuelven este lugar ideal para liberarse de todo prejuicio y abrazar un estilo naturalmente *boho-chic*.



ARRIBA
Y ABAJO:
INTERIOR DEL
ACE HOTEL.



EL FESTIVAL
DE MÚSICA
COACHELLA.



HOTEL POST RANCH INN.

BIG SUR

Una conjunción única de flora y mar se apodera de este lugar. Grandes e inmensos árboles se sitúan a los pies de los acantilados del océano Pacífico en donde nace un estilo navajo, inspirado en las raíces e historia de las tribus originarias de esta agreste zona.



BOSQUE DE SECUOYAS, EN BIG SUR.



CAMPUS DE LOS HEADQUARTERS DE GOOGLE.

SILICON VALLEY

En esta área se sitúan los corporativos tecnológicos más importantes de Estados Unidos, en la cual convergen un estilo *preppy* derivado de la *high-tech* y la comodidad ultra chic que domina cada minuto del día.



RALPH LAUREN COLLECTION.



MICHAEL KORS COLLECTION.



ESTRUCTURA DE ACERO DEL CITY HALL.



EMILIO PUCCI.

LOUIS VUITTON.



DETALLE DE LA DECORACIÓN DEL HOTEL ZETTA.



VITRINAS DE LA BOUTIQUE HERO SHOP.

SAN FRANCISCO

La ciudad de las Siete Colinas alberga el arte como forma de vida. Colores eclécticos, llamativos y plenamente provocativos son parte de una tendencia ultra vanguardista, en la cual la expresión artística está presente.

1

PALABRAS
DE AMOR

Un poema no basta

El afecto **se expresa
en múltiples formas**
y en este exquisito top
ten te facilitamos las
pistas para *obsequiar*
en este San Valentín



2

DETALLE
INFALIBLE



3

LA JOYA
ESPECIAL

4

ENTRE
DOS





5
BRILLO
ETERNO



7
PURA
PASIÓN

6
ROSA
FRANCÉS



1. COLLAR con dije incrustado de piedras, de Tous, en Masaryk.
2. BOUQUET PRIMAVERAL de coloridas flores salvajes.
3. BRAZALETE LOVE en oro de Cartier, en EMWA joyeros.
4. SET DE CARTAS con ilustraciones de moda, de Peep's Paper Products.
5. COLLARES CRISTAL WISHES con brillantes, de Swarovski, en Perisur.

6. CLUTCH DE CUERO estampado con asa corta, de Longchamp, en Antara.
7. VESTIDO DE SEDA de Miu Miu, en El Palacio de Hierro Moliere.
8. ZAPATO DE CUERO con pulsera y tacón asimétrico, de Marni.
9. PERFUME PARA ELLAS de Dior, en El Palacio de Hierro Moliere.
10. PULSERA con piedra, de Daniel Espinosa, en Arcos Bosques.



10
PARA
FLECHAR



8
MIMOS
AUDACES



9
AROMAS QUE
ENAMORAN



La alta joyería y el arte de crear *belleza*

La tradición artesanal
de la casa Hemmerle ha
dado un nuevo perfil a la
opulencia germánica
en el universo del lujo

Fotógrafo Coppi Barbieri



Siempre que nos adentramos en el mundo de la alta joyería hay espacio para explorar la historia de esas

firmas que traducen todo el peso de su tradición en piezas que hacen del arte de la orfebrería un testamento de lujo y exquisito gusto. Hemmerle es toda la virtuosa opulencia germánica y sofisticación, pero con un sentido de racionalidad que raramente van en el mismo enunciado.

Cuatro generaciones han estado dedicadas desde 1893 a crear piezas que exudan la meticulosidad en la artesanía y el diseño más excepcional. Desde los fundadores, Joseph y Anton, creadores de estandartes para la familia real, hasta la contemporaneidad que aportaron Stefan y Syveli Hemmerle todos son artistas que se expresan a través de la plata, el oro y las gemas compuestas en formas esculturales. La era *millennial* trajo a Christian y Yasmin, para quienes unos pendientes o un collar con su firma van más allá de complementos, y se reafirman como protagonistas memorables para ser reverenciadas, también, como una manera de crear belleza y hacer historia. —J. F.

Interconexión

COLLAR Y MAXI
PENDIENTES EN
ORO BLANCO,
ZAFIROS Y
AMATISTAS, TODO
DE HEMMERLE.

Soltura y desenfado

La comodidad de un *cuerpo en movimiento* se enaltece con el contraste de piezas que complementan y **acentúan el libre albedrío**

Fotógrafo Daniel Clavero

CON LA CORRIENTE

Jumpsuit con bolsillos y botones, de Isabel Marant; *belt bags* en cuero vegano, de Stella McCartney.



Realización, Andrea Vaamonde; peinado, Joey George/Streeters; maquillaje, Carolina Dali/The Wall Group; manicura, Yuko Wada; director de casting, Bert Martirosyan; asistente de moda, María Isabel Cepeda; modelo, Matilda Lowther/Heroes; agradecimiento a Dune Studios.

en vibración

El regreso de las bolsas que permiten la independencia del cuerpo se expresa en contraste de colores y formas. Los monos en combinación con *belt bags* visten una tendencia que retorna sin límites esta temporada.

RITMO MÁXIMO

Abajo: mono en tejido de punto, de Stella McCartney; bolsa de cuero con asa y amarres laterales, de Jil Sander.



EN CÁMARA LENTA

Derecha: mono sin mangas, de Sonia by Sonia Rykiel; suéter de lana, de Gap; bolsa estilo sobre con aplicaciones, de Versace.



AL COMPÁS

Derecha: jumpsuit con cierre, de MaxMara; cinturón de charol y mini bolsa con estoperoles, ambos de Tod's.





MOVIMIENTO NATURAL

Arriba: mono de Grimaud; bolsa de Hugo Boss; dcha.: camisa y pantalón, ambos de Sportmax; bolsa y cinturón, ambos de Longchamp, en Antara.



SUBIENDO DE TONO

Jumpsuit con cuello redondo, cierre en el pecho y bolsillos en estilo *oversize*, todo de Marni.

“Sin ataduras ni restricciones, el cuerpo busca libertad para expresarse a través de prendas que le permiten la manifestación de un discurso sobre el estilo”



**ESPACIOS
SIN LÍMITES**

Camisa, pantalón
y cinturón, todo de
Bottega Veneta, en
El Palacio de Hierro
Moliere; cangurera
en cuero con
cierres, de DKNY.



Lazos de unión

Los Ángeles y
Latinoamérica
se funden en
un diálogo
cultural en el
campo de la
vanguardia

Editora
Regina Montemayor

Agenda VOGUE

Obra de Eduardo Sarabia; fotografía de Albert Terrat.

EXPERIMENTAR

Izda.: *Desert Haze*, 2017, de Eduardo Sarabia, parte de *Eduardo Sarabia: Drifting on a Dream* en The Mistake Room en Los Ángeles. A través de la instalación, se presentará una retrospectiva de este artista nacido en Los Ángeles y que ahora radica en Guadalajara.



INMIGRACIONES

Izda.: *Oracle*, 2015, de Yoshua Okón, imagen de *Oracle* en el Torrance Art Museum en Torrance. Este proyecto abordará las temáticas de la frontera y la relevancia del nacionalismo en nuestra era transnacional. Hace referencia a una manifestación en el 2014 en Arizona en contra de la llegada de niños de Centroamérica.



INTERACTUAR

Dcha.: *Study for Public Sculpture*, 2016, de José Dávila, obra que forma parte de *José Davila* en Los Angeles Nomadic Division. La exposición será una retrospectiva del artista cuyos dibujos, instalaciones y fotografías exploran cómo el movimiento modernista ha sido reinventado en el arte mexicano.

MUESTRA ALTERNATIVA

Arriba: *Torbellino*, 1993, de Andrea Ferreyra, incluida en *Below the Underground: Renegade Art and Action in 1990s Mexico* en el Armory Center for the Arts en Pasadena. La pieza es una documentación fotográfica de Gabriela González Reyes sobre un *performance* en la Ciudad de México y la exposición se enfocará en prácticas artísticas marginales.

B rindar apoyo a instituciones y a individuos que promueven las artes visuales, ha sido la misión de la Fundación Getty desde sus inicios en 1984. *Pacific Standard Time: Art in L.A., 1945-1980*, uno de sus proyectos más destacados, permitió presentar más de 60 exposiciones interconectadas durante seis meses, de octubre de 2011 a marzo de 2012. Este año, se desvela la continuación de esta iniciativa con *Pacific Standard Time: LA/LA*, del 15 de septiembre a enero de 2018. “Escogimos como tema el diálogo entre el arte latinoamericano con Los Ángeles por varias razones, pero, sobre todo, porque L.A. tiene una larga relación con América Latina, ya que la ciudad fue fundada en 1781 como parte de la Nueva España”, comentó Deborah Marrow, Directora de la Fundación Getty. Más de 70 museos y organizaciones culturales de California del sur estarán involucradas para presentar a 1.100 artistas de 45 países de América Latina, América del Norte y Europa.

Obra de Yoshua Okón: cortesía del artista; obra de Andrea Ferreyra: cortesía de la fotógrafa Gabriela González Reyes, la artista Andrea Ferreyra y del Armory Center for the Arts, Pasadena; obra de José Dávila: cortesía de LAND; obra de Ana Serrano: fotografía de la artista.



EN LA FRONTERA

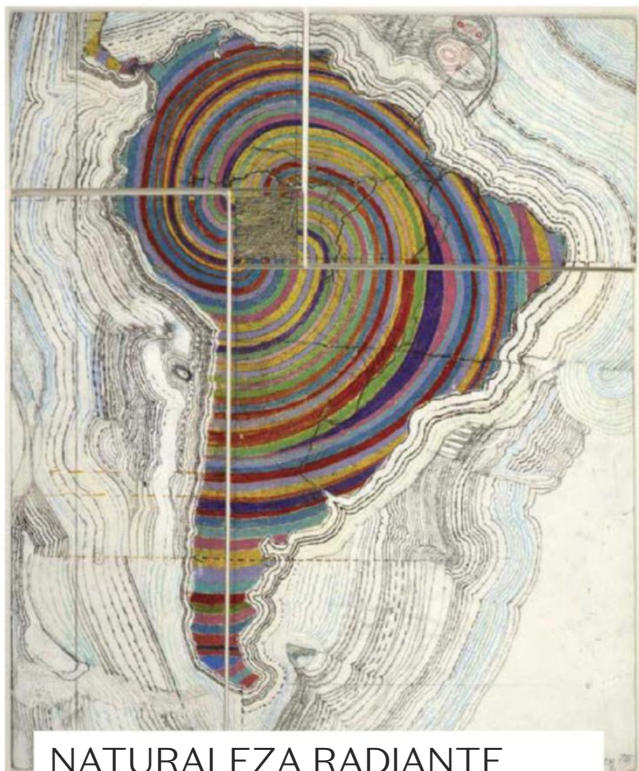
Izda.: *Cartonlandia*, 2008, de Ana Serrano, parte de *The U.S.-Mexico Border: Place, Imagination and Possibility* en el Craft & Folk Art Museum en Los Ángeles. La exposición dará a conocer las obras de artistas contemporáneos que ven a la frontera como una realidad física, una temática y un lugar de producción y solución.

EXHIBICIÓN *Agenda* VOGUE



CONTRASTE

Arriba: *Lady Libertad V1*, 2007, de Omar Pimienta, parte de *unDocumenta* en el Oceanside Museum of Art en Oceanside. La exposición incluirá obras de artistas latinoamericanos de San Diego y Tijuana sobre el biculturalismo y la inmigración.



NATURALEZA RADIANTE

Arriba: *Map of America*, 1975, de Juan Downey, incluida en *Juan Downey: Radiant Nature* en Los Angeles Contemporary Exhibitions de Los Angeles.



VIAJES VISUALES

Arriba: *Fruits, pineapple and, melon etc.*, 1640-1650, de Albert Eckhout, pintura de *Visual Voyages: Images of Latin American Nature From Columbus to Darwin* en The Huntington Library, Art Collections and Botanical Gardens en San Marino.

El cine, las artes escénicas y la literatura también tendrán un papel clave en el marco de este proyecto de gran escala y alcance, patrocinado por Bank of America. “Con sus raíces históricas en Latinoamérica y su diversa población, Los Ángeles abarca una cultura global. *Pacific Standard Time: LA/LA* plantea cuestiones complejas y provocadoras sobre los vínculos actuales entre el norte y el sur, y aborda los rápidos cambios en el tejido social y cultural del sur de California”, comenta James Cuno, Presidente y CEO del J. Paul Getty Trust. Desde Santa Bárbara a San Diego, y desde L.A. a Palm Springs, centenas de muestras, programas y eventos simultáneos se organizarán. “No sé si me dará tiempo de ver cada una de las exposiciones. Todas van a ser fascinantes, pero algunas en particular llaman mi atención: la del artista Carlos



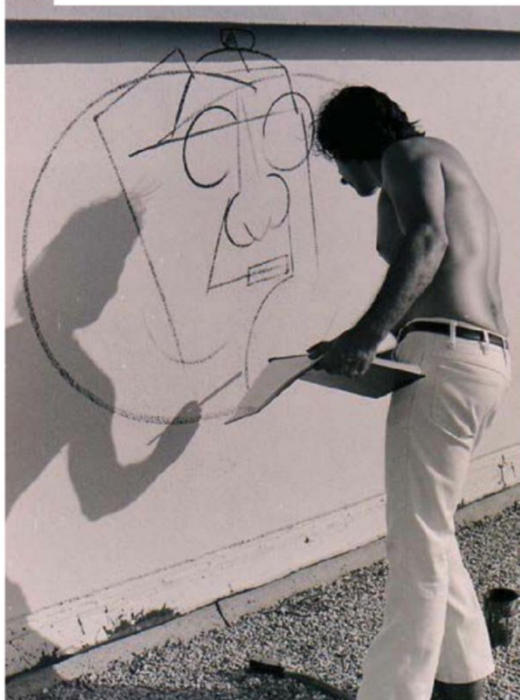
LA ÉPOCA DE ORO...

Izda.: David Silva y Xonia Benguria en el filme *Casta de Roble*, 1954, de Manolo Alonso, una imagen que forma parte de *Recuerdos de un cine en español: Latin American Cinema in Los Angeles, 1930-1960* en el UCLA Film and Television Archive.

Obra de Albert Eckhout: fotografía de John Lee/Museo Nacional de Dinamarca, Copenhague; obra de Omar Pimienta: cortesía del artista; obra de Juan Downey: fotografía de Harry Shunk. The Estate of Juan Downey, Nueva York, via The Museum of Modern Art, New York; escena de *Casta de Roble*: Permenencia Voluntaria.

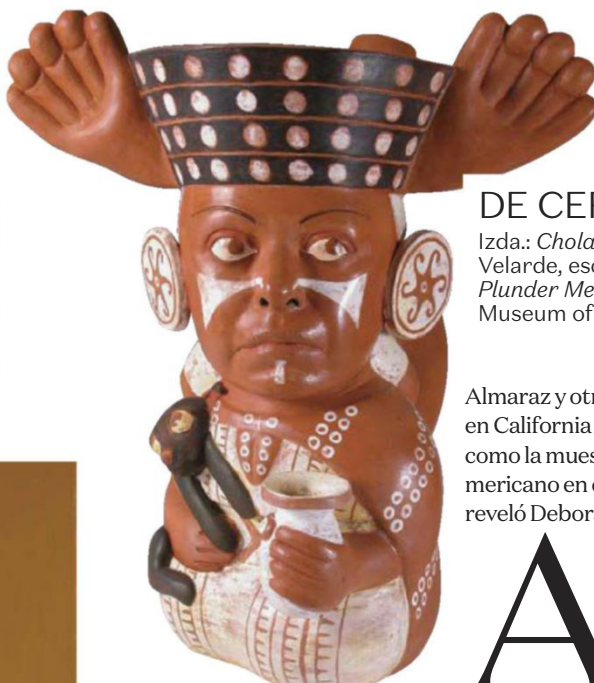
MURALES REBELDES

Abajo: Roberto Chavez, fotografiado por Manuel Delgadillo, trabajando en el mural *The Path to Knowledge and the False University*, de la muestra ¡Murales Rebeldes!: Contested Chicana/o Public Art en LA Plaza de Cultura y Artes and California Historical Society de L.A.



TECNO-ARTE

Arriba: *Bulca*, 2015, de Héctor Hernández, de la muestra *Mundos Alternos: Art and Science Fiction in the Americas* en la University of California, Riverside ARTSblock de Riverside.



DE CERÁMICA

Izda.: *Chola de Mierda*, 2006, de Kukuli Velarde, escultura de la exposición *Plunder Me Baby* en el American Museum of Ceramic Art de Pomona.

Almaraz y otra sobre el diseño del siglo XX en California y en México en el LACMA; así como la muestra de arte cinético latinoamericano en el Palm Springs Art Museum”, reveló Deborah Marrow.

Aunque la mayoría de las exposiciones se enfocarán en el arte moderno y contemporáneo, se analizarán también el mundo antiguo y las épocas menos recientes a través de *Mexico/LA: History into Art, 1820-1930* del Laguna Art Museum, que abordará el rol de las artes visuales en la transformación de lo que era una parte de México en California tras la guerra de 1846-1848. No cabe duda que se llevarán a cabo deslumbrantes diálogos de un lazo legendario e innegable. —KARINE MONIÉ

ARTE CONCRETO

Izda.: *Tres zonas y dos temas circulares*, 1953, de Tomás Maldonado, obra de *Making Art Concrete: Works from Argentina and Brazil in the Colección Patricia Phelps de Cisneros* en el J. Paul Getty Museum de Los Ángeles.



CULTURA CHICANA

Derecha: *El Proletariado de Aztlán* (detalle), 1979, de Emigdio Vásquez, parte de *Emigdio Vásquez and el Proletariado de Aztlán: Geography of Chicano Murals in Orange County*, en la Chapman University de Orange County.



Obra de Héctor Hernández; fotografía del artista y UCR ARTSblock; obra de Kukuli Velarde; fotografía cortesía de Doug Herren; obra de Tomás Maldonado; fotografía cortesía de Patricia Phelps de Cisneros; obra de Emigdio Vásquez; fotografía de Jessica Bocinski; cortesía de Emigdio Vásquez.



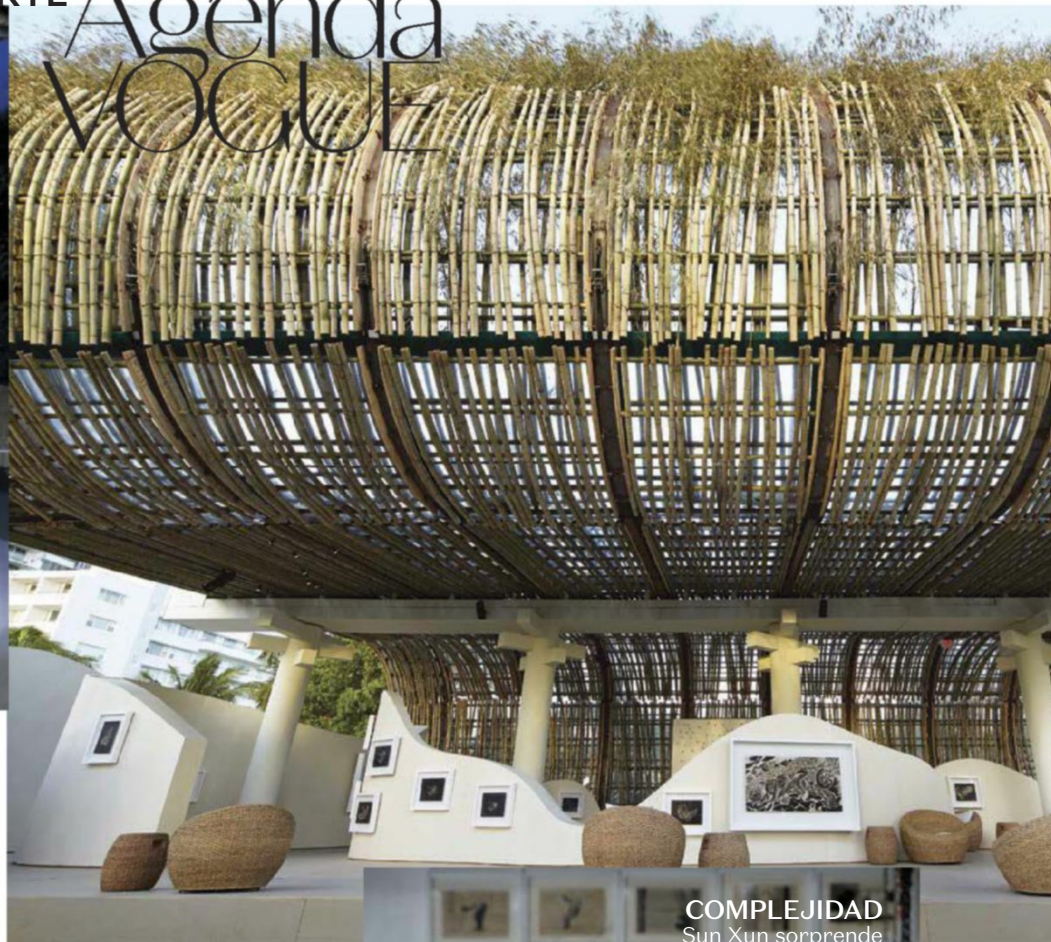
Simbiosis de estética natural

Art Basel Miami Beach
atestiguó un momento
creativo de excepción:
Audemars Piguet y
los artistas Sun Xun y
Sebastián Errázuriz

Más de una vez escuchamos hablar sobre el tema de la medida en que los eventos de arte se han convertido, sobre todo, en un espacio publicitario para las marcas de la industria del lujo. Es lugar común que nos enredemos en una trifulca para defender o defenestrar ese argumento... Sin embargo, cuando somos testigos de colaboraciones entre creadores y firmas que hacen del lujo un arte, es evidente el poderoso y enriquecedor saldo del mecenazgo de unos para el talento de otros. El evento cierre del pasado 2016 en Miami Beach, Art Basel, desveló de esta parte del

mundo el contubernio creativo de la *maison* suiza de alta relojería y dos mentes creativas: la del creador multidisciplinario chino Sun Xun, y la del artista chileno Sebastián Errázuriz.

Reconstruction of the Universe, la obra de Xun, fue, sin duda, una de las presentaciones más efectivas entre las muchas que se vieron en el evento. Un pabellón con doses de varillas de bambú en forma de S, se elevaba desde el suelo hacia el cielo, envolviendo la zona de exposición. Los espectadores viajaban por sistemas incluyentes y referencias personales a través de elementos escultóricos, audio y animación en 3D, con trazos en movimiento, tintas y efectos de luz. ¿Dónde está el punto de contacto con los artilugios que miden el tiempo? “En la animación la pintura captura un momento que se convierte en secuencia y enseña una narrativa a través del espacio-tiempo continuo que sugieren de las imágenes”, comentó el artista a



COMPLEJIDAD
Sun Xun sorprende
con su instalación
*Reconstruction of
the Universe* en Art
Basel Miami Beach.



Vogue. “La obra es así una metáfora del tiempo y el espacio”.

La producción hizo que Sun Xun, convocara a más de 100 estudiantes de arte y a artesanos de Audemars Piguet para desarrollar cinco películas inspiradas en los cinco elementos —metal, madera,



LOS ELEMENTOS DE LA NATURALEZA SON EL TEMA PRINCIPAL DE LA OBRA DE SUN XUN; ABAJO: ARTWORK DEL ARTISTA.



ICE CYCLE, DE SEBASTIÁN ERRÁZURIZ; ARRIBA: KATIE HOLMES EN LA PRESENTACIÓN DE SUN XUN.

fuego, agua y tierra— que estructuran el universo según la tradición china. “El tiempo es una dimensión metafísica de la existencia. De la misma manera que la ciencia y la tecnología se unen al diseño en un reloj excepcional, lo hace el arte en sus representaciones. Yo nunca hubiera aceptado la comisión si no me hubiera sentido profundamente inspirado por la manufactura de Audemars Piguet”, expresó el artífice asiático.

Una inspiración igualmente auténtica motivó al reconocido artista y diseñador chileno Sebastián Errázuriz para crear *Ice Cycle*, un lounge en el que la marca relojera recibió a sus clientes, invitados y al público. Visitarlo se convirtió en un momento de excepción para adentrarse en el entorno estético y la vibra creativa de la familia Audemars y Piguet. “Cuando visité la manufactura Audemars Piguet, en Le Brassus, me impactó la maestría de los fabricantes y expertos”,

“Las obras de arte inspiradas en una gran marca relojera abordan el paso del tiempo”

admitió Errázuriz. “Ahí estuve frente a casi dos siglos de tradición que se hace evidente para cualquiera que hace un trabajo creativo. En mi caso, me inspiró en muchos niveles por su seriedad y precisión”.

La vida trasmutada en cada etapa que transforma al agua en hielo, los paisajes nevados de Le Brassus, la naturaleza imponente y las huellas del tiempo están en cada espacio de este “Ciclo del hielo”. Ahí está la belleza del carámbano; a eso se adiciona el ritmo sincopado de una gota de agua, como compás de esa métrica indetenible de la naturaleza; y las ondas del fluido vital

que apuntan al futuro sin que nada pueda detenerlo. Todo late, como el corazón o la letanía ineludible de un reloj de perfecta factura y asombrosas complicaciones.

“La intención es que el espectador, que es a la vez un visitante activo del universo de Audemars Piguet, tenga también un espacio para la reflexión. Por eso se incluye un cubículo insonorizado, es una suerte de bóveda privada”, explica el artista. Pero el golpe magistral para todos los sentidos está en un panel de barras de acrílico iluminadas que brillan para imitar el ritmo de los latidos del corazón... Latidos que se aceleran ante dos propuestas creativas como estas, de la misma manera que lo hacen ante una trascendental pieza de alta relojería. A fin de cuentas no hay altercado ni disputa, el buen arte es eso, lo mismo en una galería que atado a una pulsera, como aliado del paso del tiempo. —JOSÉ FORTEZA

LIBROS Agenda VOGUE



LUJO ICÓNICO
La modelo Eugenia Silva fotografiada por Richard Burbridge para el catálogo Primavera-Verano 1999, en el Museo Loewe, Madrid.



Un título que no intenta ser trofeo

Jonathan Anderson nos habla en exclusiva de Loewe: **Presente, Pasado y Futuro...**



Diversas marcas en la industria del lujo han lanzado volúmenes y volúmenes de sus archivos y trayectoria a lo largo de los años. Esta vez es el momento de Loewe, y lo que hace trascendental el lanzamiento del libro *Loewe: Presente, Pasado y Futuro* es, precisamente, que se trata de una marca llena de historia que se encuentra enfrascada

en un momento de refrescar su estética, animar sus propuestas para la era de los *millennials* y, a la vez, honrar lo que ha sido su legado. En todo eso ha estado la mano de Jonathan Anderson, con quien conversamos recientemente. Esto fue lo que nos reveló, sin cortes ni maquillaje...

¿Cómo abordó el “pasado y presente”...Y cómo se refleja el “futuro”?

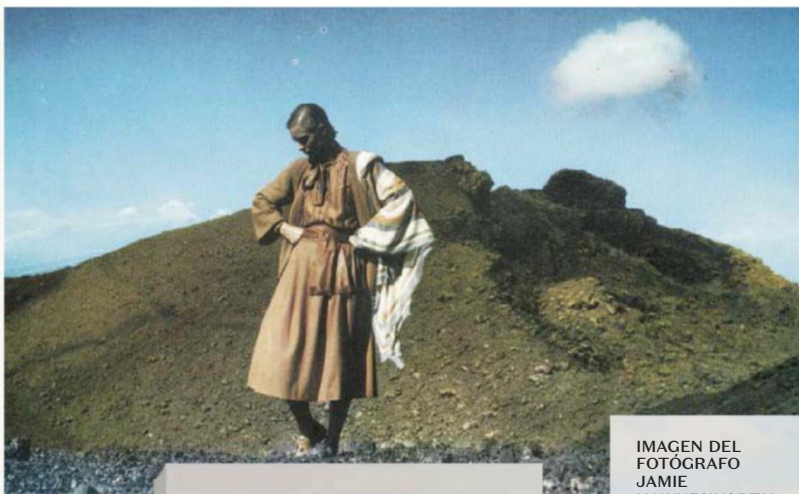
El pasado no fue muy difícil: Loewe tiene el archivo más impresionante en Madrid, con piezas de sus 170 años. Para el presente, Luis Venegas seleccionó editoriales y tomamos imágenes nuevas. El futuro es una combinación de lo que hacemos ahora y el archivo. La idea es que el libro sea utilizado por otras personas para la creación de nuevos contenidos.

¿Cuáles elementos son una constante estética en la historia de la marca?

Loewe siempre ha sido *avant garde*. Eso me impactó cuando empecé a investigar el archivo. Me gusta el período entre 1950 y 1960, cuando personas como el arquitecto Javier Carvajal trabajó para Loewe en muchos proyectos.

¿Por qué comisionó a Luis Venegas?

Luis ya había trabajado seleccionando imágenes de editoriales de moda



TIENDA LOEWE
EN 1963 EN
PASEO DEL
BORNE, PALMA
DE MALLORCA
EN ESPAÑA.

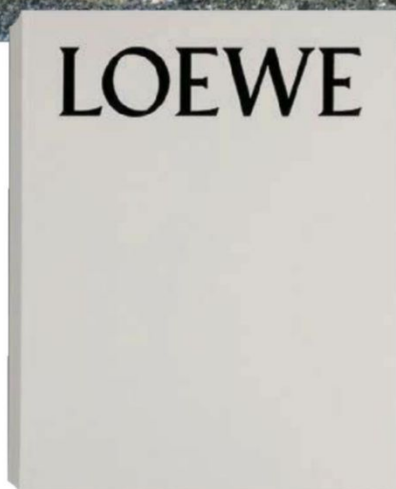


IMAGEN DEL
FOTÓGRAFO
JAMIE
HAWKESWORTH.



Arriba: Imagen fotografiada por Michel Malka para el catálogo Loewe de Otoño-Invierno 1979-1980, en el Museo Loewe, Madrid; Max Overshiner y Felix Sauer fotografiados por Jamie Hawkesworth, estilismo de Benjamin Bruno, en Ses Salines, Ibiza bajo la dirección creativa de M/M Paris para la publicación *Menswear Primavera-Verano 2017*; D.R. (3).

y me gustó su criterio. Tiene una visión muy fresca de la gráfica y la estética. Lo que más me gusta del libro es que es una mirada emotiva a la historia de la marca.

¿Tuvo Venegas libertad creativa al revisar la historia y decidir qué incluir?

Absolutamente. Le di libertad para escoger sus fotos favoritas entre el amplio archivo gráfico de Loewe. Y eso es justo lo que ha hecho para el libro.

Muchas veces este tipo de libros termina por ser una pieza decorativa... ¿Qué hace a este atractivo para ser realmente leído y consultado como un texto de referencia?

El libro no está hecho para colocarlo como trofeo inerte ni como un tesoro sobre una mesa. Es para que sea usado, para tenerlo a la mano y revisar su contenido. Es un cuaderno de notas con el universo de la marca, que nos dice dónde estamos y hacia dónde podemos dirigirnos.

Es difícil refrescar una marca con un legado y una trayectoria tan sólidos. ¿Cuál ha sido su principal reto desde que se puso al frente de la firma?

Loewe tiene 170 años, pero no puede convertirse en un museo. Necesita que le pongamos mucha energía. Quiero ponerla

“El libro no está hecho para colocarlo como tesoro sobre una mesa. Es un cuaderno de referencia”

en el mapa. Quiero que la compañía crezca. Cuando llegué fue recomenzarlo todo. Para eso, tienes que hacer que la gente olvide lo que fue. Así que quise cambiarlo todo y el primer paso fue traer a la agencia M/M (París) para la dirección artística y la redefinición del logo.

Como lector, ¿hay algo que ha aprendido con el libro que no supiera antes sobre la historia de Loewe?

El libro muestra el carácter de la marca: genuino, amistoso y, a menudo, con gran sentido del humor. ¡Habría muchas historias estrafalarias que contar!

En términos de lo que está preparando la marca, ¿qué podemos esperar de la nueva colección de Loewe?

En el pasado mes de enero ya presentamos la próxima colección masculina en París. El desfile masculino será el próximo mes de marzo y trabajo en otro gran momento de 2017: el anuncio en abril del ganador del Craft Prize, que ha sido selec-

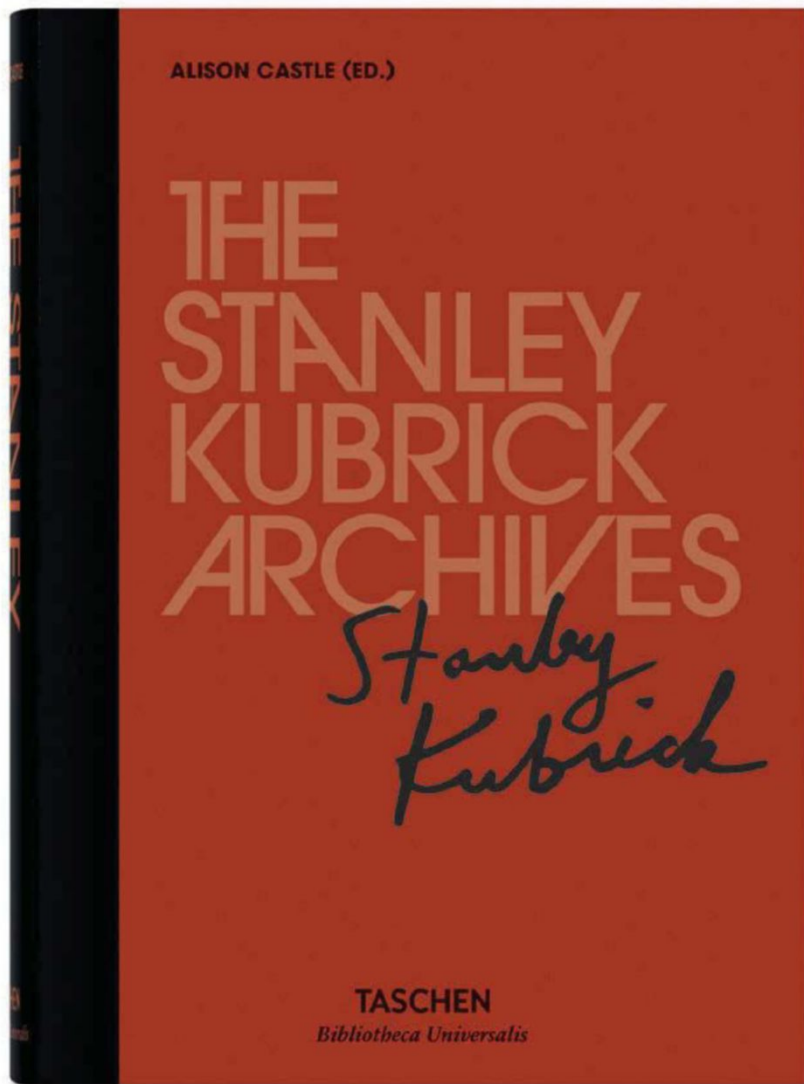
cionado de entre 600 aspirantes.

¿Cómo va funcionando la marca en América Latina y cuál es su proyección?

Esperamos continuar creciendo ahí y también espero tener la oportunidad de visitar la región pronto, porque nunca he estado. Me gustaría que los latinoamericanos se nos unieran en nuestro viaje.

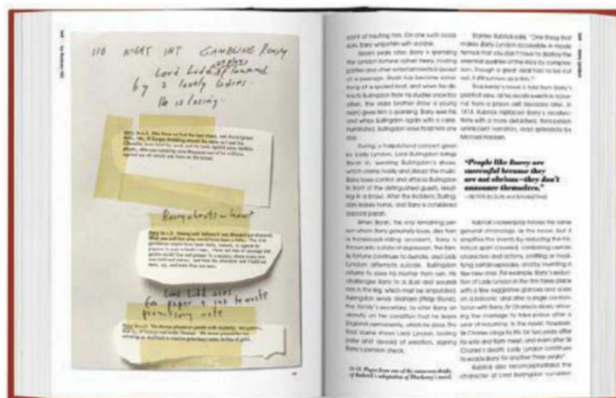
Volviendo al libro, ¿cómo lo resumiría en una imagen esencial?

Es la imagen increíble e impactante de una escultura en metal de un saltamontes, hecha para una de las vidrieras de la marca hace muchos, muchos años atrás. Muestra cuán diversa es Loewe. —J. F.



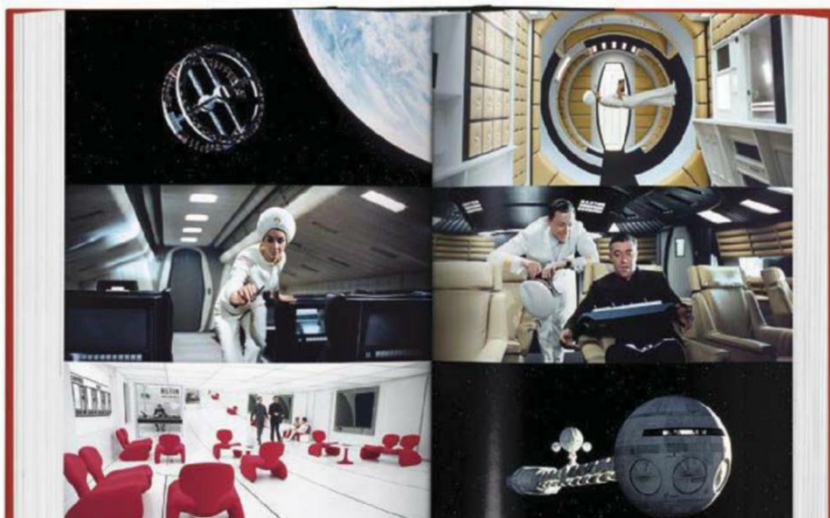
Interpretación de un genio

Una mirada al trabajo de **Stanley Kubrick**, uno de los más aclamados cineastas en la historia cinematográfica



ARRIBA, DCHA.: ESCENA DE LA FILMACIÓN DE *LA NARANJA MECÁNICA* (1971); DCHA.: NOTAS Y ENTREVISTAS DE KUBRICK; ABAJO: SECUENCIAS DE 2001: *ODISEA EN EL ESPACIO* (1968).

Con una trayectoria polémica e intrigante. Un hombre que bien pudo ser por sí mismo personaje de alguno de sus filmes, Stanley Kubrick renace en un libro que promete material inédito de la mente de este cineasta. *The Stanley Kubrick Archives* es una compilación que pretende brindar una experiencia no verbal, con una gran investigación documental, a todos los seguidores del trabajo de Kubrick abriendo las puertas a su genialidad creativa, que ha convertido en clásicos a filmes como *2001: Odisea en el Espacio* (1968), *La Naranja Mecánica* (1971), y *El Resplandor* (1980). El libro está dividido en dos partes. La primera explora toda su filmografía en orden cronológico, dándole al lector una experiencia visual totalmente envolvente. La segunda es un recorrido por todo el proceso creativo que incluye material de investigación, post-producción, notas, guiones y bocetos. ●





MANGO

SS17

SPRING SUMMER CAMPAIGN 2017

Mica Arganaraz & Frederikke Sofie



Talento innato
CARLA FERNÁNDEZ
Y PEDRO REYES
POSAN FRENTE A
LA OBRA DE REYES
EN LA SUITE 300.

Cómplices de vida y creatividad

Carla Fernández y
Pedro Reyes, una
pareja que **encarna**
utopías y desafía
barreras culturales

Recibió el Ganzo, en San José del Cabo, a una de las *power couples* más importantes en México. Una pareja de creativos inteligentes, preocupados y ocupados por —y en— los acontecimientos sociales en México y el mundo, y encima de esto, hermosos seres humanos. Son Carla Fernández y Pedro Reyes. Llegaron al Ganzo con la motivación de observar el proceso de trabajo de Pedro en la *suite 300*, hacer un *pop up* de Carla en Self Edge, dentro de Flora Farms, y disfrutar del Ganzo con Laima y Cristóbal, sus hijos. *Vogue* tuvo la fortuna y el honor de entrevistarlos y compartir un increíble momento con ellos.

Carla, platicame de Pedro, y Pedro, ¿qué me puedes decir de Carla?

C: Para mí, Pedro es una persona muy especial porque todo lo que se imagina lo realiza, no conozco a nadie como él. De repente dice, “quiero hacer una casa del horror gigantesca que represente el sistema y cómo está la democracia en Estados Unidos”, una idea entre él y los niños haciendo bromas. Ocho meses después, la casa de *Dumocracy* existe y son 50 actores en Nueva York realizando esa obra. Lo mismo cuando creó instrumentos con armas para *Disarm*. Cada vez que llego a la casa de un viaje, el taller de Pedro es totalmente diferente. Si lo dejé haciendo esculturas monumentales de piedra sobre los griegos, dos semanas después el taller está puesto con cien dibujos monumentales como si estuvieran en la galería. Lo divertido de tener a Pedro como esposo es que no hay manera de aburrirse.

P: Admiro mucho a Carla porque ha logrado hacer una síntesis de los opuestos: tradición y vanguardia. México tiene un pasado textil alucinante y el trabajo de Carla ha mostrado que la innovación es fundamental para que la tradición se proyecte en el futuro. Los antropólogos siempre han tratado de mantener intacto el trabajo de los artesanos, pero ella como diseñadora se dio cuenta que la creatividad siempre está en movimiento, y que dentro de los grupos indígenas también hay modas que cambian con las estaciones. También logró refutar la idea de la moda como algo superfluo. El mundo está lleno de prejuicios, los intelectuales ven a la moda como algo banal y los *fashionistas* ven a lo indígena con desdén. Ella logró una combinación que sorprende



“Hemos viajado tanto que no vemos con envidia a ningún otro país, sino que nos damos cuenta de lo maravilloso que es nuestro país: México”



EL GANZO FUE EL ESCENARIO PARA LA NUEVA OBRA DE REYES.

enamorados; uno es Japón, principalmente por su cultura. Nos encanta descubrir nuevas propuestas de diseño, la comida es increíble, las personas son muy amables y también está toda esta parte de la justicia que es divertidísima. Japón es muy *padre* para los niños, ahí se ubica la librería Kinokuniya que está abierta hasta las tres de la mañana. El otro viaje es el que acabamos de hacer al Ganzo y a Los Cabos, porque el Ganzo está divino, el cuarto que le tocó a Pedro hacer es increíble, y la oferta natural y gastronómica me sorprendió.

a ambos grupos y al mismo tiempo hace de la moda algo relevante en la búsqueda de la justicia social que tanto hace falta en México.

Pedro, eres un artista activo, siempre en constante movimiento, ¿cuál es tu próximo proyecto?

Actualmente estoy trabajando en una exposición individual que abre el 28 de febrero en Lisson Gallery en Nueva York. Estoy haciendo dibujos y esculturas en piedra. Necesitaba volver a trabajar con mis manos porque hoy en día mucha de la obra en las galerías fue fabricada en base a instrucciones y me interesaba hacer una exposición en donde no hubiera nadie entre la obra y yo. Presentaré cerca de 20 esculturas en piedra que son tallas directas que he hecho en mi taller y en las paredes estarán 500 dibujos a carboncillo sobre cartón. Los muros serán como un cuaderno abierto y lo fantástico del dibujo es la espontaneidad

de la línea. ¿Qué es lo que pasa con el dibujo? Hay un límite en la cantidad de líneas que caben dentro del papel y muy pronto se satura y tienes que pasar al próximo. Soy una persona que se aburre fácilmente y el dibujo me mantiene constantemente entretenido. Mientras dibujas no puedes ver el teléfono o la computadora, cualquier cosa que me mantenga alejado de una pantalla es bienvenida.

Carla, ¿qué tienes en puerta?

Tener un crecimiento internacional mucho más fuerte, vamos a empezar a hacer dos ferias semestrales, en Nueva York y París. Ya tenemos tres tiendas propias en la Ciudad de México, San Miguel de Allende y Tulum. El año que entra vamos a abrir una tienda lindísima en un hotel que está haciendo Michel Rojkind en Cancún.

¿Cuál ha sido su mejor viaje?

C: Te voy responder como familia, hay dos lugares de los cuales estamos

P: Hay muchos momentos entrañables, estamos en medio de una fase de demasiados viajes. Carla y yo damos una clase en MIT que nos exige hacer viajes semanales, una semana va ella y a la otra voy yo. En parte, lo hicimos porque queríamos que nuestros hijos nos acompañen por lo menos a la mitad de nuestros viajes, se empapen de la producción que está ocurriendo al interior del *media lab* y tengan acceso a las bibliotecas y las facilidades del MIT, que está calificada como la mejor universidad del mundo. De igual forma, consideramos igual de importante los viajes que hacemos dentro de México cuando Carla trabaja con las comunidades indígenas, porque la gran riqueza de México es que afortunadamente no se ha globalizado por completo. Hemos viajado tanto que no vemos con envidia a ningún otro país, sino que nos damos cuenta de lo maravilloso que es México. —LUZ MARÍA MOCTEZUMA



“Es más difícil ser mujer que mayor en esta industria. Es increíble lo asentados que estamos en la toma masculina de decisiones”

Zoe y yo nos conocimos en el Café Le Progrès en 2009. Una cita de trabajo se convirtió en una botella de rosé y el comienzo de una gran amistad. La directora nos habla del estreno en México de *Días sin llamado*, su última película, distribuida por Cine Tonalá Distribución y Bonita Films.

El filme es un reflejo muy propio de Los Ángeles. ¿Era ese tu plan?

Cualquier ciudad en la mitad de la nada puede afinarse al ojo del director. Retrato ciudades dependiendo de cómo me siento con respecto a ellas. Nueva York es muy dura y romántica y L. A. es grande y solitaria. Es una ciudad linda y el clima es agradable, pero a veces te sientes uno entre miles de peces. Es difícil sentirse especial. Es un lugar solitario para mí y por eso me va mucho mejor en Nueva York.

Cuéntanos sobre trabajar con Alexia Landeau y Melanie Griffith.

Alexia y yo trabajamos juntas en mi primer cortometraje. Tiene mucho talento natural y una vida interior que siempre quise explorar más a fondo. Sobre Melanie, soñamos con las personas que queremos trabajar y de pronto el sueño se hace realidad y tienes frente a ti a una magnífica

actriz que además es una mujer linda, cariñosa y muy realizada como persona. Estoy muy contenta de haber trabajado con ella.

***Días sin llamado* ilustra la discriminación por edad que existe en Hollywood. ¿Te ha pasado detrás de cámaras?**

Creo que, aunque más arrugada, estoy más clara y despierta y me veo mejor que nunca. Es más difícil ser mujer que mayor en esta industria. Es increíble lo asentados que estamos todos en la toma masculina de decisiones y en la sumisión de las mujeres. Y he notado que los hombres a veces ni siquiera tienen esa intención.

¿Tu apellido hace que las cosas sean más fáciles o más difíciles para ti?

La gente tiene curiosidad sobre mí y muchas ideas sobre quien soy. Mi favorita es cuando creen que soy una mujer rica. Claramente no saben nada sobre el trabajo de mis padres. Me llama la atención cuando conozco a alguien y se sorprende, porque pensaba que soy creída, lo cual es lo último que soy. Mi hermana Xan y yo amamos el mundo como es: con lo feo y lo hermoso.

¿Es tu primera vez en México?

No, amo México, es uno de mis lugares favoritos del mundo. Me encanta la gente y la cultura. Es un honor proyectar mi película aquí. —TANIA ZARAK

En busca del *psique* de un personaje

Zoe Cassavetes, la directora del filme *Días sin llamado*, desvela qué piensa sobre **la edad, las mujeres en Hollywood, su conocido apellido y México**

BRICKELL
CITY CENTRE

Rompe las reglas.

BIENVENIDO AL CENTRO DE ATENCIÓN.
UN CENTRO, INFINITAS POSIBILIDADES.

701 S Miami Ave, Miami, FL 33131

SIMON

W
WESTFIELD
CENTRE
MALL

SWIRE PROPERTIES

brickellcitycentre.com



El ingenio de la permanencia

Zsona Maco celebra su edición número catorce, en la que logra plasmar una magna celebración a **los significados y dominios del arte y el diseño**

Todos saben que hablar de arte en Latinoamérica, significa mencionar a Zsona Maco, una plataforma que desde hace 14 años ha logrado expandir la cosmovisión de las artes y el diseño en México, convirtiéndose poco a poco en una de las ferias más importantes de América Latina. Este año celebra su edición número catorce, para la que cuenta con la presencia de un promedio de 120 galerías de arte y alrededor de 30 expositores de diseño, con lo que representan a más de mil artistas que vienen de distintas partes de México y el mundo, a fin de mostrar una sinécdoque de diseños, estructuras, interpretaciones y colores que empapan al mundo del arte. Una catarsis absoluta para los ojos curiosos que las contemplan. Pese a ser la decimo-cuarta edición, esta representa 16 años de arduo trabajo desde

EXPRESIÓN VANGUARDISTA

Zélika García,
Directora y Fundadora
de Zsona Maco;
arriba: *Deslumbre
invertido*, 2016,
de Carlos García-
Noriega Bueno.



sus inicios en la ciudad de Monterrey. La plataforma fue iniciada por su Fundadora y Directora General Zélika García, quien junto al Director Artístico del evento, Daniel Garza Usabiaga, conversan en exclusiva para *Vogue* sobre lo que significa crear un escenario de esta magnitud: “Ha habido un cambio gigante en los artistas y las galerías desde que dimos inicio en nuestra primera edición tiempo atrás. Hay muchos artistas que están empezando, y muchos otros que están consolidados y que ahora se encuentran en galerías internacionales”, revela Zélika García. Por su parte, Garza Usabiaga

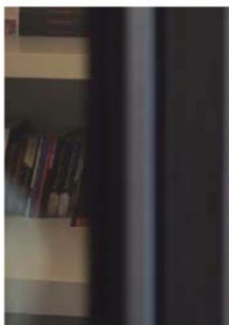
CÉSAR DURIONE; peinado, Alexa Román; maquillaje, Juan Carlos Frank; D. R. (1)



Abajo: Daniel Garza Usabiaga, Director Artístico de Zsona Maco; derecha: *Untitled*, 2016, de Maximilian Arnold, en Duve Berlin.



Arriba: *Tríptico-Serie Plataneras*, 2016, de Sair García, en Galería LGM; abajo: *Mesas GEO*, de Alan Frank Pérez, en Anáhuac.



Abajo: *Exo Mars* de la serie *Cuando ya no estemos*, 2014, de Tláhuac Mata, en Galería Alterna.



asegura que el cambio también se ha disipado en otros aspectos: “Creo que a lo largo de todos estos años se ha creado una cultura de coleccionismo, una que se ha venido estableciendo desde principios del 2000. En ese sentido, la feria ha ayudado a que se construya, mientras apoya al aumento numeral de las galerías. Esto va más allá de lo que refiere a los artistas, también abarca a los coleccionistas y el nivel que ahora poseen los espacios de exhibición”, explica Garza Usabiaga. “Prueba de ello es la galería kurimanzutto, que antes se encontraba entre Nuevas Propuestas y ahora es una de las más estables”, completa Zélika García.

“Este año tenemos la participación de más de 120 galerías nacionales e internacionales que traen una oferta de artistas de primer nivel, desde nombres tan conocidos como Anish Kapoor o Gabriel Orozco, así como artistas con carreras muy sólidas que se acompañan de talentos emergentes”, es con eso que no podemos evitar preguntarles sobre las reacciones que ven en el arte nacional: “Es muy diverso, creo que si bien hay muchos que abarcan temas sociales o políticos, también hay otros preocupados por cuestiones



Izquierda: *Untitled*, 2016, de Hugo McCloud, en Luce Gallery.

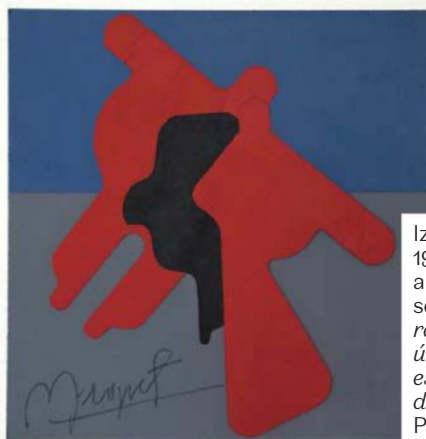


DIVERSIDAD EN FORMA Y MATIZ

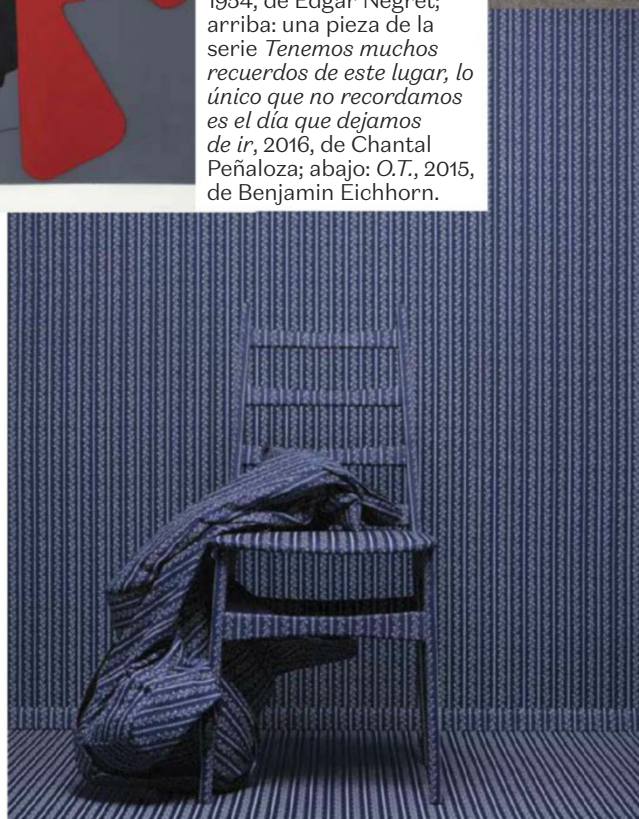
Scroll Panorama 5,
de Felipe Pantone, en
Celaya Brothers Gallery.

formales o cosas que tienen que ver con la historia del mundo y la del arte, creo que es demasiado diverso como para clasificarlo en una sola categoría, pero es por medio de eventos como Zsona Maco que logran un increíble alcance, así como lo que refiere al diseño”, comenta Garza Usabiaga.

Hablar de ediciones anteriores, significa compararlas con esta decimocuarta edición, en la que se presentan cuatro vertientes: la Sección General, en la que se muestra la obra de artistas consolidados, Zsona Maco Sur, curada por João Mourão y Luis Silva, co-directores de la Kunsthalle Lissabon, en la que se presentan 22 proyectos visuales tomados de una propuesta curatorial que tiene como tópicos la intuición, la razón especulativa y su individualidad. A esta se aúna Nuevas Propuestas, que reúne a 22 galerías que recolectan sus mejores piezas bajo la visión de Humberto Moro y que se refuerza con el programa de Nuevas Propuestas: Sample. En este espacio de exhibición, curado por Moro, se reitera el compromiso de este evento por impulsar y mostrar su febril apoyo a propuestas artísticas en ascenso, así como de sus galerías. Por otro lado, la sección de Arte Moderno cuenta con 19 galerías, y se desarrollará de manera simultánea con la feria Zsona Maco Diseño —curada por Cecilia León de la Barra—. A todo lo anterior se acompaña un ambicioso ciclo de conferencias, en las que se busca invitar a la reflexión artística, así como a conocer las diferentes facetas, planteamientos y vertientes del arte.

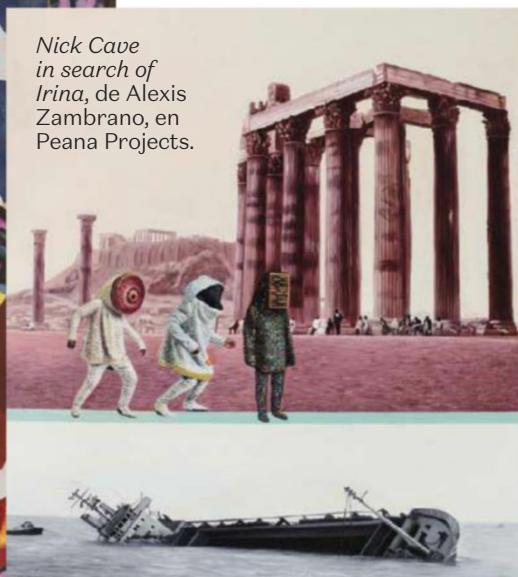


Izda.: *Aparato Mágico*, 1954, de Edgar Negret; arriba: una pieza de la serie *Tenemos muchos recuerdos de este lugar, lo único que no recordamos es el día que dejamos de ir*, 2016, de Chantal Peñaloza; abajo: *O.T.*, 2015, de Benjamin Eichhorn.





09/19, 2016, de Ali Silverstein, en la galería Albertz Benda.



Nick Cave in search of Irina, de Alexis Zambrano, en Peana Projects.



Su afán por alentar la cultura de adquirir obras inauditas viene con el programa Fomento al Coleccionismo, en el que destaca las obras en venta que poseen un precio inferior a los 4.000 dólares. Por otro lado, se reconoce a los talentos de este complejo rubro por medio de premios como Tequila 1800 Colección y Artz Pedregal Public Space Acquisition Awards.

Nombres como los de Josef Albers, Estrella Carmona, Jean Prouvé, Charlotte Perriand, Pierre Jeanneret y Le Corbusier se conglomeran en un evento que engalana la libertad de expresión y pensamiento, que invita a la reflexión de lo arbitrario y que demuestra que Latinoamérica tiene una visión del arte que no pasa desapercibida, reiterando así lo que alguna vez dijo Marc Chagall: “el arte es sobre todo un estado del alma”. —KARINA GONZÁLEZ ULLOA



Rojo-azul-naranja, 1973, de Gunther Gerzso, en galería Oscar Román.

joyas que cobran vida

Verónica Anaya trae a México su amor por lo contemporáneo a través de sublimes e inauditas piezas orfebres



LA CURADORA DE LAS JOYAS REVELA QUE EXISTÍA UN NICHOS EN MÉXICO PARA ESTAS CREACIONES.



COLLAR CON TEXTO, DE LAWRENCE WEINER.

ARRIBA: ANILLO DISC RING DE 18 KILATES EN ORO ROSA, DE ANISH KAPOOR.

A full-length photograph of actress Emma Stone standing in a hallway with a black and white checkered floor. She is wearing a bright yellow, one-shoulder, knee-length dress with a small purple floral pattern. The dress has a ruffled waist and a tiered skirt. She is also wearing purple high-heeled sandals. The background shows a doorway and other people in the distance.

UN HECHIZO...
La actriz Emma Stone
deslumbró en la fiesta
con un vestido y
zapatos de Gucci.

de fiesta

MICHAEL KOVAC, para Getty Images.



LILY COLLINS.



JUSTIN TIMBERLAKE Y JESSICA BIEL.



GAEL GARCÍA BERNAL.



STEFANO TONCHI
Y CAITRIONA BALFE.

NOCHE DE ÉLITE

W Magazine reúne a todo Hollywood para celebrar su edición de *Best Performances*



RUTH NEGGA.



MILLIE BOBBY BROWN.

Para ilustrar la escena hollywoodense, el Chateau Marmont se postula como uno de los escenarios más icónicos de la ciudad. Y es ahí donde se llevó a cabo la fiesta para celebrar la edición de *Best Performances* de *W Magazine* y los Golden Globe Awards, cuyos anfitriones fueron el director editorial de la revista, Stefano Tonchi, Lynn Hirschberg y André Balazs. Entre los invitados estaban los actores y actrices que aparecieron en las páginas de la revista como: Emma Stone, Amy Adams, Chris Pine y Viggo Mortensen. La fiesta también contó con la asistencia de los talentos más brillantes de la pantalla grande y chica, y de la industria de la música como: Justin Timberlake, Evan Rachel Wood, Gael García Bernal y Lily Collins. ●



Editora
Claudia Valdez

Belleza

AN LE; realización, Claudia Valdez; estilismo, Olga Yanul; maquillaje, Yuki Hayashi/Streeters NY; peinado, Zalya Latt/Bryan Bantry; modelo, Esther Heesch/NEXT NY; producción y casting, Victoria Pavon.

La gama de la apetencia

El impacto profundo de la dualidad del rouge empapa con sus pigmentos estelares lo máspreciado: tu identidad

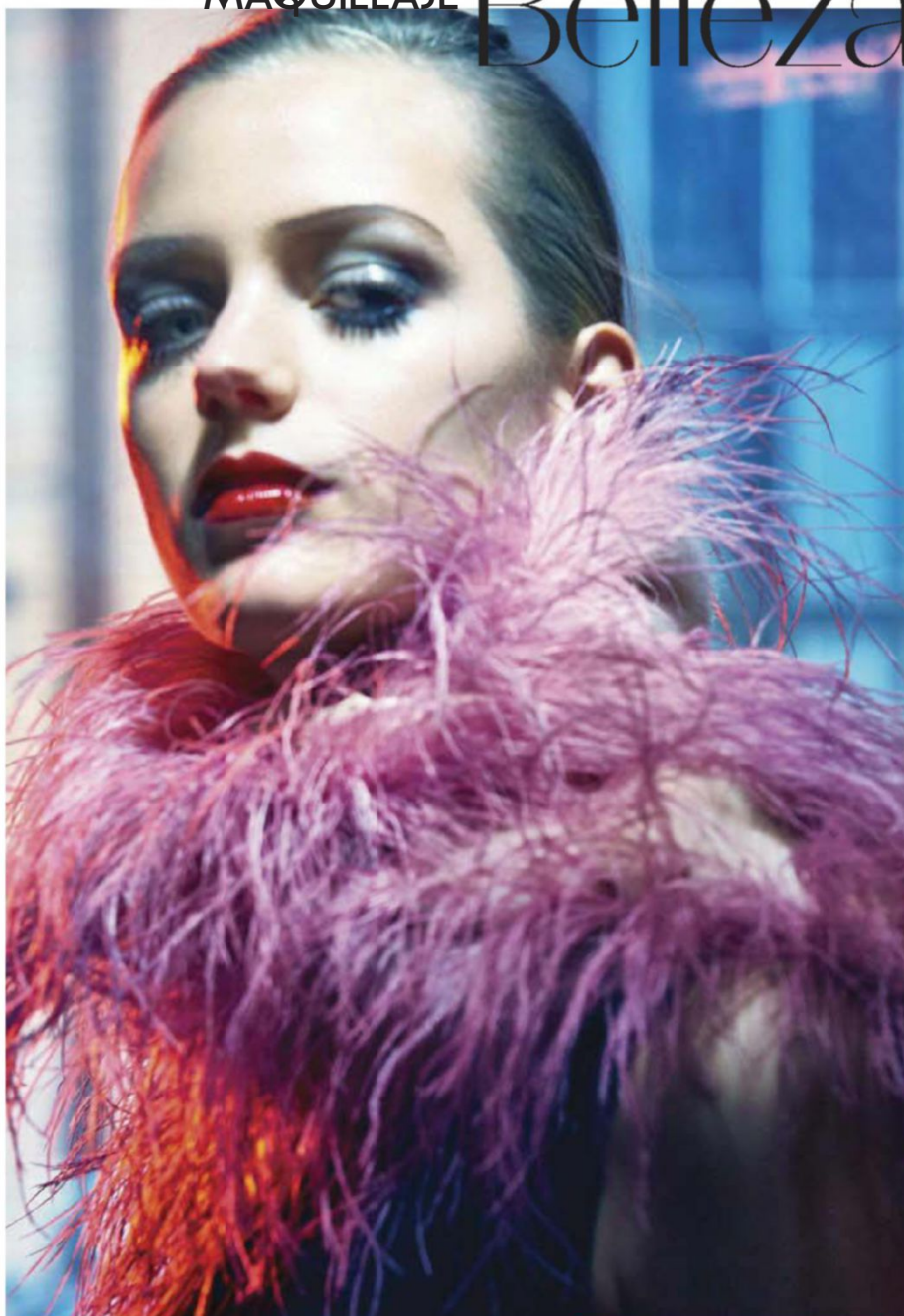
No se trata de una exploración del rojo sino de todo lo que representa. Su objetivo principal es el de empoderar nuestra esencia y transmitirla de una forma diferente mediante su gama. Cómo te vistes y cómo te maquillas es un punto a debatir, aunque sabemos que estas formas de expresarse son algo subjetivo. Sin embargo, y pese a las opiniones encontradas que puede generar el rouge en todas sus manifestaciones, la realidad es que si lo llevamos al terreno del *make-up*, este hace temblar los fundamentos del pensamiento por todo lo que simboliza. Para este 2017 no se reinventa, sino más bien se mezclan sus cimientos proponiendo un giro estilístico que da espacio a la alabanza de la originalidad y que eleva el espíritu de la libertad de expresión en todos los aspectos, incluyendo el del maquillaje. La aplicación de este tono detona su fulgor por completo, y qué mejor mes que febrero, mes de la pasión y la fuerza, para apremiar su sensualidad, su representación de lo excéntrico y sobre todo su singularidad. Efectivamente, al comienzo de este 2017 estamos envolviéndonos en una nueva etapa que apenas se estaba gestionando el año pasado, por ello hago una ovación al rouge, ya que es el color más fuerte y posee un gran poder de atracción, es positivo, agresivo y excitante, al igual que simboliza

un deseo primitivo de fuertes emociones que continúa haciendo remembranza a la primera y más famosa manifestación del poder femenino, que ocurrió en 1920 en Nueva York, cuando las *suffragettes* salieron a las calles unidas, y como parte de su desafío y lucha por el voto, decidieron utilizar al mismo tiempo un rouge en los labios, el cual se convirtió en el símbolo de independencia y empoderamiento de las mujeres. La legendaria Elizabeth Arden, no solo se unió a esta marcha, sino que proporcionó a todas las mujeres sufragistas una barra labial roja como muestra de apoyo al movimiento. Arden marchó junto con ellas en la Quinta Avenida y frente a la puerta roja de su salón de belleza, que con el tiempo se convertiría en el símbolo icónico de su marca. Después de varios movimientos, se promulgó la XIX enmienda que declaraba el libre voto de la mujer, de ahí que la supremacía vaya de la mano de unos perfectos labios rojos. El rouge cuenta con un importante peso visual y simboliza el sello de la individualidad, la cual refleja la personalidad y la confianza. A diferencia de otros colores, la aplicación de este color puede revolucionar tu look en cuestión de pinceladas. La forma de maquillar depende mucho del tipo de texturas con las que se trabaje. Focalizar la intensidad en los ojos y los labios al mismo tiempo, era algo que estaba prohibido, ya que siempre se intentaba destacar un solo rasgo para no caer en los excesos. Pero, ¿acaso los excesos no dan como resultado, en ocasiones, creaciones idílicas que abren paso a nuevos looks que terminan imponiéndose por su esplendor? En todas las declinaciones del rojo —ya sea virando hacia los tonos jugosos y casi comestibles de las frutas del bosque como las fresas, frambuesas e incluso moras— a los tonos más ácidos

Oleada de un deseo incontrolable

Desde la izda.: Rouge Allure Indépendante, de Chanel; Rouge D'Armani Revolution, de Giorgio Armani Beauty; Full Kisses, de Burberry Beauty; Velvet Matte Lip Colour, de Christian Louboutin Beauty.





Los juegos de texturas

Arriba:
*Luminizing
Satin Face Color*,
de **Shiseido**;
derecha: *Cushion
Blush Subtil*, de
LANCÔME.



que se inclinan hacia los naranjas, existe un rojo preferido por cualquier mujer segura que pisa la jungla de asfalto día a día: el rojo oscuro. Las pautas, incluyendo las del maquillaje, van tomando su propia fuerza y el cambio domina en este terreno. Madonna es el sinónimo de ello, debido a que sus *looks* siempre van de la mano de unos labios pigmentados en carmesí que representan su lado poderoso y femenino. En el filme *Dick Tracy*, de 1990, dirigido por Warren Beatty, la Reina del Pop dio vida a Breathless Mahoney. La historia está inspirada en una serie de historietas de los años 30 creada por Chester Gould, siendo una de las claves de este *film* la importancia del color que envolvía la mayoría de las escenas y la década en la que está ambientada, situación que determinó el *look* de belleza de la rubia y sus eternos labios rojos que también forman parte de ella aún fuera de la pantalla. Otra de las musas que han dejado huella gracias al *rouge* plasmado en sus labios es Liza Minnelli con su interpretación ganadora de un Oscar de Sally Bowles, en la película *Cabaret* de 1972, cinta en la que la audacia y el atrevimiento vuelven a estar íntimamente ligados al poder de unos labios rojos, lo cual convirtió al *lipstick rouge* en un auténtico *must* y talismán de la época.

Obsesos por el carmín

Desde la izda.: *Nail Polish* en tono *Schiap*, de **Nars**; esmalte *La Laque Couture Nail Lacquer*, de **Yves Saint Laurent Beauty**; laca en tono *Carmin Escarpin*, de **Givenchy Beauty**; *Le Vernis Rouge Red*, de **Chanel**.



La mirada hipnótica

Derecha: *Eyes To Kill Intense Eyeshadow*, de **Giorgio Armani Beauty**; abajo, dcha.: *Backlight Targeted Colour Corrector* en tono Papaya, de **Becca**; abajo: sombra *Silk and Bloom Palette*, de **Burberry Beauty**.



El experimentar y jugar a teñir los ojos, los labios, las uñas y las mejillas en rojo es la clave.

“El carmesí es el color de la vida, de la sangre. Así lo afirmaba la gran Coco Chanel”

Las combinaciones imposibles no existen siempre que se hagan con gusto y precisión. Lucía Pica, diseñadora creativa global de maquillaje y color de Chanel, lo demostró con su colección *Le Rouge*, en la que le rinde tributo a la infinita gama de este tono. Pica ha reinventado el rojo como color de maquillaje no solo en labios y manicuras, sino también en sombras y *eyeliners*. Ella forma parte de un nuevo torbellino de artistas que lidera una revolución en la industria de la belleza, que coincide con la generación de *millennials* que abrazan de lleno la cosmética del color, apostando por tonos llamativos llenos de contrastes que buscan la sensualidad, el poder y el éxito de la mano de este poderoso tono que continúa impregnando a los rostros con su fuerza y magnetismo. Lo único que queda claro es que renegar de la fuerza del *rouge* en todo su esplendor es tan inútil como nadar a contracorriente. La provocación siempre ha alimentado la notoriedad y el aventurarse a disfrutarla es lo que nos permite ser nosotras mismas; toda una inmersión en la vertiente más estrafalaria de la belleza que nos hace recapacitar sobre la existencia del poder de expresión. El *rouge* siempre apuesta por la reencarnación cual ave fénix. —CLAUDIA VALDEZ

LIBERA TU POTENCIAL

De ocho de la mañana a nueve de la noche la piel es sometida a cambios de temperatura y estrés. Por ello, te presentamos los productos que le devolverán su lozanía



En sentido horario desde la extrema izda.: *Ultimune Power Infusing Concentrate*, de **Shiseido**; dispositivo *Mia Fit Facial Sonic Cleansing System*, de **Clarisonic**; *White Lucent Power Brightening Mask*, de **Shiseido**; *Skin Illuminating Retexturizing Pads*, de **Elizabeth Arden**; *Diamond Extreme Oil*, de **Natura Bissé**.

Evolución líquida

*Uniformidad de textura y un tono perdurable: dos requisitos fundamentales para que una **base de maquillaje** dé vida a la obra de arte más majestuosa: tu rostro.*

Teint Idole Ultra Wear, de Lancôme, lo hace posible. Su función clave es la de disimular las imperfecciones al mismo tiempo que las trata. Sin lugar a duda, es la gran apuesta de la temporada y el producto fetiche de la mujer moderna que busca la exquisitez de una piel inmaculada.

Fotógrafo Ram Martínez



¿QUÉ ES? La icónica *Teint Idole Ultra 24H* demostró, desde 1997, que su formulación fue la primera en garantizar 14 horas de duración. Pero las reglas cambian y por ello Lancôme presenta a su gran sucesora: *Teint Idole Ultra Wear*.

¿QUÉ CONTIENE? La perfección de su fórmula y su precisión de color garantizan una apariencia espectacular y natural. La tez permanece aterciopelada sin perder su luminosidad gracias a su textura imperceptible.

¿QUÉ LO HACE ESPECIAL? El nuevo look de *Teint Idole Ultra Wear* es un empaque cristalino que revela con exactitud la variedad de tonos mientras que la parte superior, lacada en negro, lleva una rosa de oro... El sello de la marca.

¿PARA QUIÉN ES? Para las mujeres poderosas que aprecian la naturalidad sin perder el toque de elegancia. Dinámicas y multifacéticas, que llevan un ritmo de vida acelerado pero que eso no les impide lograr una tez espectacular.

UN AMOR QUE NACE *a primera vista*

SEARS NOS INVITA A FESTEJAR A LAS FLECHAS DE CUPIDO POR MEDIO DE PIEZAS CLÁSICAS Y ACCESORIOS QUE, AL IGUAL QUE ESE NOBLE DARDO, SON CAPACES DE TRANSFORMARSE EN UN GRAN AFECTO



ROMANCE ETERNO

1. Apple. iPhone 7 Plus. 2. ELLE. Pantalón de talle alto con botones. 3. Revlon. Lentes de sol. 4. Dex. Abrigo de lana. 5. Diego Torreblanca. Zapato de charol. 6. Bulova. Reloj con acentos en oro rosa. 7. Samsung. Tableta Galaxy Tab S2. 8. Jean Paul Gautier. Perfume Jean Paul Gautier Classique. 9. Nine West. Bolsa de cuero. 10. Phi by Philosophy. Pashmina estampada.

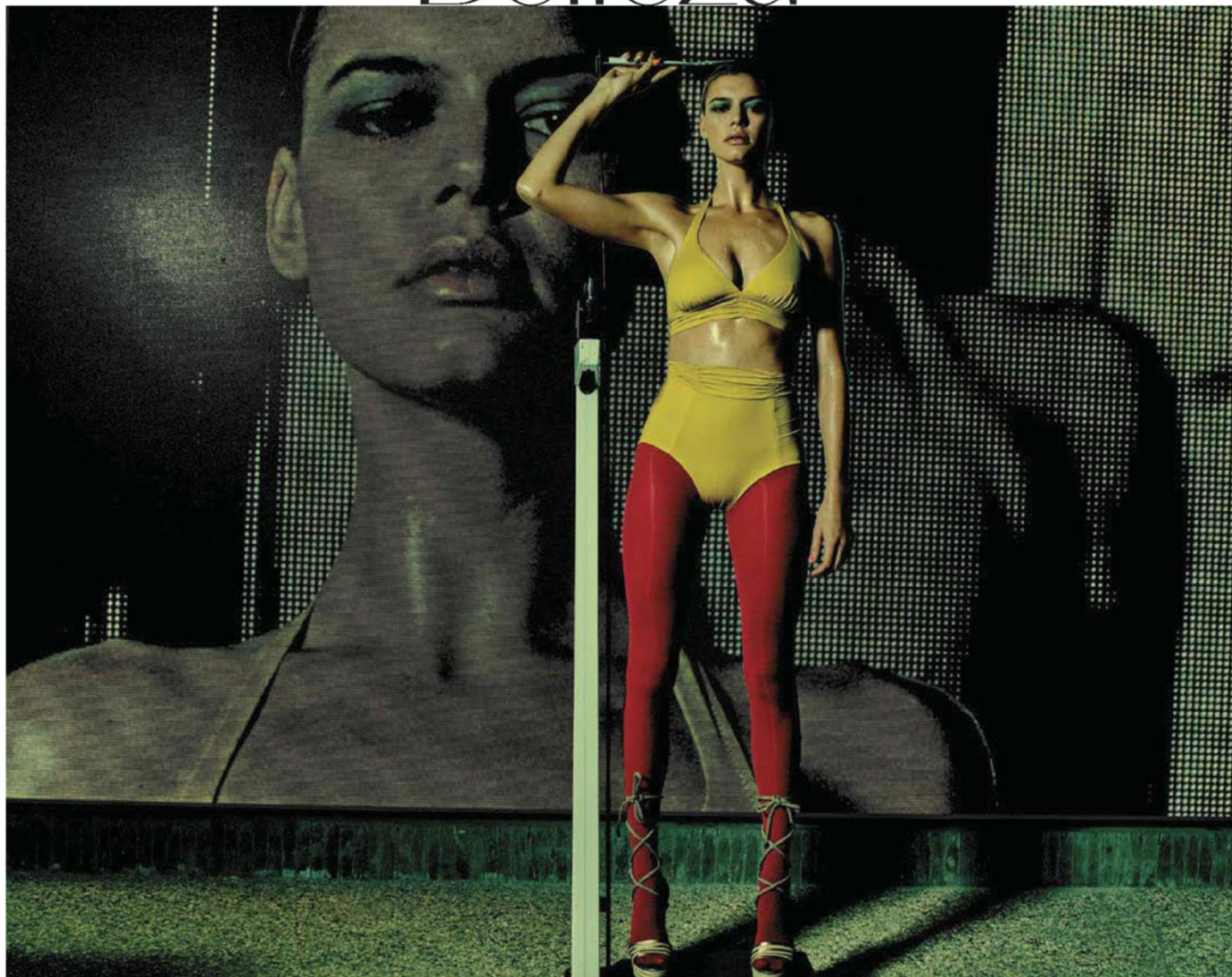
Hicimos del amor el mito más bello de nuestra historia. Es el afecto a nuestra otra mitad el que hace que la aventura de la vida sea una que deseamos recorrer en su compañía, consciente de ello, Sears honra al más no-

ble de los afectos con accesorios indispensables para lucir perfectas ese día. No importa si la celebración con nuestra pareja ideal es en un romántico restaurante o en el calor de nuestro hogar, este rincón de los deseos posee los zapatos perfectos, el abrigo ideal, la falda de ensueño

o el reloj que nos hace contar el tiempo para pasar momentos inolvidables junto a nuestra otra mitad, esa que nos provoca emociones infinitas. Disfrutemos entonces del más cálido de los sentimientos, mientras Sears nos reitera que el verdadero amor... Nace a primera vista.

Todo lo encuentras en:

SEARS
Me entiende



Con sello de lujo deportivo

*La moda **evoluciona** en torno al zeitgeist sporty en el que Adidas by Stella McCartney va ganando la carrera, con su nueva colección para **Primavera-Verano 2017** no deja ninguna **disciplina** sin vestir*

La tendencia del *athleisure* cobra más fuerza para esta temporada, algo que surge por la necesidad de responder a nuevas demandas con productos que, además de tendencia y funcionalidad, sumen innovación y tecnología para prevenir lesiones. Con esa premisa en mente, viajé a la maravillosa ciudad de Los Ángeles para asistir a la exclusiva presentación de la nueva colección Primavera-Verano 2017 de Adidas by Stella McCartney. Tenía muy en claro que en esta ocasión algo más contundente estaba por ocurrir y sería una de las afortunadas que pudiera vivir esa experiencia de primera instancia. Al llegar quedé sorprendida,

ya que la creativa inglesa nos recibió en un lugar único dividido por cinco espacios personalizados y futuristas para mostrar las piezas de la nueva línea dedicada al *Training Recovery*. Al activarse cada una de las cabinas provocaban admiración unánime, gracias al triatlón virtual enfocado a exhibir el desempeño y el estilo de las cinco líneas de la colección. En ese espacio se escondía la última reinención de piezas y calzado diseñados para los ejercicios de alto impacto, así como también para las sesiones de recuperación. Al final de la presentación tuve la oportunidad de conversar con Stella McCartney acerca de esta colección, una verdadera celebración para las mujeres, que adopta nuestra

“Avance evolutivo: Adidas by Stella McCartney lleva el triatlón a otro nivel, la colección está pensada para desafiar obstáculos”

diversidad para retar a nuestros cuerpos y mentes. “Los deportes como: la natación, el yoga, el *surf*, el *cycling* y el *running* fueron la inspiración para crear una propuesta que ahonda en la innovación tecnológica con materiales audaces y acabados reflectantes. Versátil, moderna y elevada, el objetivo de esta colección fue el de aunar confort y funcionalidad”, afirma McCartney. Para ella, la idea de hacer sentir poderosas a las mujeres durante la práctica de diferentes disciplinas, sea cual sea su estilo de vida, es fundamental. Por ello, Adidas by Stella McCartney rinde tributo a la mujer actual con estas prendas concebidas para empoderar a los talentos deportivos. “Esta colección fue un gran reto, ya que estas piezas requieren de mucho trabajo técnico”, confiesa. Sabemos que no hay mayor lujo que la autenticidad y McCartney lo sabe. Es consciente de que la esencia de la exclusividad reside en la sencillez. ¿Por qué no iba a serlo? Para esta colección el mensaje es claro; las mujeres deportistas buscan unificarse, sentirse una misma en las diferentes actividades deportivas. Pero quizá el mensaje más poderoso es el que logra transmitir por medio de cada una de las prendas. “No existen los obstáculos”, señala. Sin lugar a dudas, Adidas y la mente creativa de Stella McCartney van ganando la carrera en cuanto a tecnología, moda y confort. ¿El resultado? Una colección audaz que estás a punto de descubrir.

Run

La línea para correr está compuesta por tejidos funcionales que controlan la humedad, combinados con materiales ligeros y respirables como el de *Sprintweb*. La línea fue diseñada para optimizar la velocidad y mantener a las corredoras lo más secas y cómodas cuando las temperaturas comienzan a elevarse. Así mismo, el *ClimateLite Sprintweb Tight* presenta un elemento de compresión para el soporte específico del músculo. En cuanto al calzado *Ultra-Boost*, con una innovadora tecnología *BOOSTS* en el talón, brinda



PIEZAS DE ÉLITE
LA COLECCIÓN PRIMAVERA-VERANO 2017, DE ADIDAS BY STELLA MCCARTNEY BRINDA PRENDAS INTELIGENTES CON DISEÑOS Y ESTAMPADOS ÚNICOS.

un retorno de energía óptimo que va a cada paso.

Yoga

Las piezas de yoga brindan el balance de confort y estilo con tejidos *ClimateLite* que absorben la humedad. Las prendas sin costuras optimizan la flexibilidad a la vez que esculpen el cuerpo. Las paletas de color se desvanecen y sus estampados florales favorecen a todas.

Training

La línea está diseñada para ejecutar todo tipo de movimientos acelerados, desde ejercicios de alta intensidad, hasta sesiones dinámicas de estudio. Sus insertos de malla estratégicamente colocados son combinados con una protección UPF 50 (Factor de Protección Ultravioleta) para aquellas que quieran llevar su entrenamiento al exterior. Entre los destacados están los *Training Miracle Sculpt Tank and Tight*, que se componen con materiales que optimizan las sesiones de recuperación.

Cycling

Para aquellas que practican ciclismo o *spinning*, las prendas ultra-livianas de *Adizero*, diseñadas con

tecnología *ClimateCool* y combinadas con paneles de malla, brindan una mejor ventilación... La opción ganadora. A su vez, el *Adizero Tank* viene con estampados reflectantes que brindan una visibilidad óptima cuando hay poca luz. En cuanto al calzado, el extra liviano zapato *Adizero Takumi* fue creado para ejecutar con precisión el movimiento a cualquier velocidad.

Natación

Esta colección se integra por siluetas ajustadas y accesorios esenciales que brindan a las amantes de los deportes acuáticos todo lo que necesitan para alcanzar un desempeño y una velocidad precisa en el agua. Elaborada con elementos anti-cloro, el *Zip Swimsuit* ofrece durabilidad extra fusionada en siluetas confortables y flexibles. —CLAUDIA VALDEZ



Descifrar la clave de la longevidad

Chanel no cesa de **escribir páginas en la historia de la cosmética** con un espíritu visionario... *Blue Serum es la prueba de ello*

Algo está cambiando en la industria de la belleza: los avances tecnológicos permiten mejorar lo que la genética nos heredó, ofreciendo una cosmética a la carta. La clave está en la edad del ADN y no en la que nos identifica; o dicho de otro modo, una cosa es la edad cronológica —la que tenemos desde la fecha de nacimiento— y otra la biológica o la del estado funcional del organismo, misma que depende de cinco aspectos: la salud, el alimento, el movimiento, el pensamiento y el sentimiento. Recrear una nueva materia cutánea es la idea vanguardista que subyace en la creación del producto más visionario y futurista: *Blue Serum*, de Chanel. Esta fórmula tiene por objetivo último el de conseguir que la piel se transforme visiblemente, afinando su textura, corrigiendo las arrugas, reparando las irregularidades y cerrando los poros. Todo ello, gracias a los años de investigación de los laboratorios de la firma que lograron un increíble producto: el *Blue Serum*, un activo que contiene ingredientes de longevidad provenientes de las zonas azules y que se localizan en los cuatro lugares del mundo donde se vive mejor, caracterizados también por poblaciones con longevidad excepcional y con habitantes que superan los 100 años de edad. Nicoya en Costa Rica, Cerdeña en Italia, Icaria en Grecia y Okinawa en Japón. En adición a sus admirables ecosistemas, estas poblaciones comparten un estilo de vida basado en cuatro factores principales: una dieta saludable y balanceada, actividad física regular, buen manejo del estrés y una estructura social estrecha. En todas las zonas azules se tienen técnicas para disminuir el estrés, que provoca inflamación crónica y se asocia a casi todas las enfermedades relacionadas con el envejecimiento. El cruce de datos de estos dos estudios resalta las similitudes entre el comportamiento de los centenarios y el de la piel juvenil de larga duración. Las investigaciones

TXEMA YESTE; estilismo, Patrick Mackie; peinado, Franco Gobbi para Chanel; maquillaje, Fluvia Farolfi para Chanel; manicura, Honey para Exposure NY; diseño del set, Bette Adams para Mary Howard Studio; modelo, Alisa Ahmann; en la imagen, el abrigo de cashmere con detalles de piel y lana, de Versace.

ICARIA, GRECIA

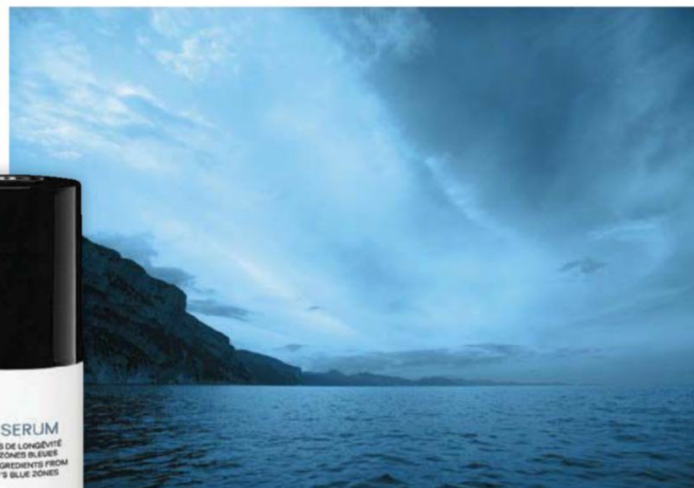
La goma de lentisco de Grecia, que es rica en ácido oleanólico, ayuda a nuestra piel a recobrar su capacidad de regeneración natural.



NICOYA, COSTA RICA

El café verde de Costa Rica es ampliamente reconocido por sus excelentes propiedades antiinflamatorias y antioxidantes.

“Nacido para la gloria: *Blue Serum* es una alquimia eficaz compuesta por activos naturales de las zonas azules que logran la longevidad cutánea”



CERDEÑA, ITALIA

La oliva de Cerdeña posee un alto contenido de polifenoles y ácidos grasos esenciales para proteger la dermis.

de los laboratorios de Chanel identificaron cuatro mecanismos esenciales para la longevidad cutánea: energía celular, comparable al ejercicio físico diario en las zonas azules; metabolismo celular, igual de importante que una dieta balanceada; adaptación a estrés celular, esencial para enfrentar la arremetida de la vida diaria, y la comunicación intercelular, esencial para el beneficio de la piel. Las zonas azules son verdaderas fuentes de inspiración, que están repletas de plantas reconocidas por su poder y eficacia por la ciencia. La investigación exhaustiva de los laboratorios, logró identificar todas las plantas de estas zonas que podrían actuar potencialmente sobre la piel y luego desarrollar su complementariedad. *Blue Serum*, de Chanel, está compuesto por ingredientes activos natu-

rales capaces de dirigir varios mecanismos de longevidad: café verde desde Costa Rica, reconocido por sus propiedades antiinflamatorias y antioxidantes, la oliva de Cerdeña que posee un alto contenido de polifenoles y ácidos grasos esenciales para proteger la piel, y la goma de lentisco de Grecia, que es rica en ácido oleanólico, un auxiliar de la piel para recobrar su capacidad de regeneración natural.

Sin lugar a duda, *Blue Serum*, de Chanel, es un tratamiento que respeta el nuevo enfoque de belleza que persiguen las mujeres a nivel global: una calidad de piel excelente, es decir, un cutis más terso, liso y sin irregularidades. Aplicado a la tez limpia, es el primer paso del cuidado

de la piel en el ritual de belleza diario en la mañana y la noche que activa la juventud cutánea. El resultado logrado es el de una dermis sana, lo que conlleva a un estado de bienestar y felicidad que se complementa de manera idónea a la calidad de vida de estas zonas azules.

¿Ciencia ficción? No exactamente. Se trata de una nueva realidad cosmética con una capacidad de regeneración hasta ahora inédita. Sus ingredientes y textura la convierten en una joya que hace de esta cosmética un auténtico objeto de culto. Este tratamiento va más allá de los tratamientos convencionales y demuestra una eficacia por la que suspiran miles de pieles en el mundo. Por ello, *Blue Serum*, de Chanel, es el nuevo hito del universo cosmético de la *maison*. —CLAUDIA VALDEZ

EL PANTENE INSTITUTE *y su ritual personalizado*



MARIMAR BARRIENTOS DISFRUTÓ DE PRIMERA MANO EL DEJARSE ASESORAR POR LOS EXPERTOS DEL PANTENE INSTITUTE, GRACIAS A LA CONVOCATORIA #MELENAVOGUE EN ASOCIACIÓN CON PANTENE

La principal preocupación del Pantene Institute es ofrecer un diagnóstico capilar personalizado para que tú sepas exactamente lo que tu cabello necesita en cualquier etapa de tu vida. Para Marimar Barrientos, la segunda ganadora del concurso #MelenaVogue en asociación con Pantene, esos beneficios fueron inmediatos, ya que la maestría de los profesionales comenzó por el diagnóstico de su melena y de su cuero cabelludo. La excelencia de este *atelier* continuó con la aplicación de los productos de Pantene, los cuales fueron previamente seleccionados por sus expertos después de haber pasado por el riguroso diagnóstico de su fibra capilar. El resultado: la sublimación inmediata y máximo brillo de su melena en todo su esplendor, envuelta en un espacio exclusivo en donde realmente sus sueños se volvieron realidad.



TODO UN DIAGNÓSTICO
DESPUÉS DE QUE EL PERFIL CAPILAR ES REALIZADO, LOS EXPERTOS DEFINEN LOS PRODUCTOS ADECUADOS.

#MelenaVogue en asociación con Pantene

Es sinónimo de un cabello sano y fuerte. Una melena vale más que mil palabras y los gestos capilares conforman un lenguaje universal; por ello, el Pantene Institute busca atesorar la importancia de la personalización del cabello para que deslumbre de manera extraordinaria.



LA PRESTIGIOSA FIRMA CAPILAR REFLEJA LA IDEA DE QUE NO EXISTE SOLO UNA MUJER PANTENE, POR ELLO PROPONE SOLUCIONES ULTRA PERSONALIZADAS





Placeres prohibidos

*Nueve de cada diez mujeres se masturba y su cuerpo **genera no solo placer**, sino también, un sinfín de **beneficios** para la salud. *Vogue* desvela las razones para hacer de esto una **práctica** diaria*

OK, admitámoslo. La masturbación femenina continúa siendo un tema que se calla. A las mujeres no

les gusta hablar de la masturbación, ni siquiera entre amigas. ¿Por qué algo tan placentero debe de permanecer en un lugar recóndito, en donde nadie se entere de lo maravilloso y de los múltiples beneficios que trae consigo? Deberíamos de reservar un lugar muy importante en nuestra vida sexual y hablar de ello con absoluta naturalidad. Porque en efecto, es algo natural y por lo cual deberíamos de sentirnos en plena libertad de expresarnos en cuanto a este tema que ha sido *taboo* por siglos. Es por ello, que la industria de juguetes sexuales crece, siendo la mayoría de ellos destinados al placer femenino. Estudios revelaron que las mujeres se masturban entre el 80% y el 94% y —ojo con este dato— desde muy temprana edad: entre el 21% y el 46% comienzan su práctica antes de los diez años. En adición al silencio que la rodea, desconocemos que la masturbación ofrece muchas ventajas, además del placer que nunca sobra, es una excelente forma de conocer el propio cuerpo y las zonas que proporcionan más gozo. Además, la masturbación fortalece a la estructura muscular de la pelvis y la fortalece, aumentando así la sensación de placer ya que hace que las contracciones del parto sean más eficaces y las molestias del periodo menores debido a que las sustancias químicas que se ven involucradas en la explosión que se produce en el torrente circulatorio al tener el orgasmo, actúan de manera analgésica contra los dolores menstruales. Igualmente produce una desinflamación en la

zona genital que hace que la presión que provoca los dolores disminuya y por ende las molestias. Otro de los beneficios es que con los orgasmos se liberan endorfinas, dopamina, neurohormonas, oxitocina y prolactina. Para aquellas que sufren de insomnio, su práctica ayuda a disipar las tensiones emocionales y físicas que agotan al cuerpo, logrando que después de rea-

“Las mujeres que experimentan orgasmos presentan mayores niveles de inmunoglobulina”

lizarlo caigamos en los brazos de Morfeo más rápidamente. También entender el funcionamiento del cuerpo nos permite saber con precisión cómo darle placer. Una, dos, tres veces, todas las que queramos... Todo depende de ti. ¡Ya cuentas con más motivos para no privarte de sus beneficios!

Estudios de diversos expertos han demostrado que las mujeres que experimentan un mayor número de orgasmos presentan mayores niveles de inmunoglobulina A (IgA), que es la primera línea de defensa contra los resfriados y la gripe. La A (IgA) es también un indicador de la fortaleza en nuestro sistema inmune. El orgasmo tras la masturbación activa diversos componentes del sistema inmunitario innato. Su práctica diaria puede reducir el riesgo de sufrir infecciones del tracto urinario, esto sucede debido al proceso de apertura del cuello del útero que ocurre con la excitación, su estiramiento mejora la circulación de los fluidos, lo que permite expulsar los fluidos cervicales y con ellos las bacterias. Como podemos leer los resultados son maravillosos y solo depende de nosotras no solo obtener placer, sino también, mantenernos saludables. —C. V.



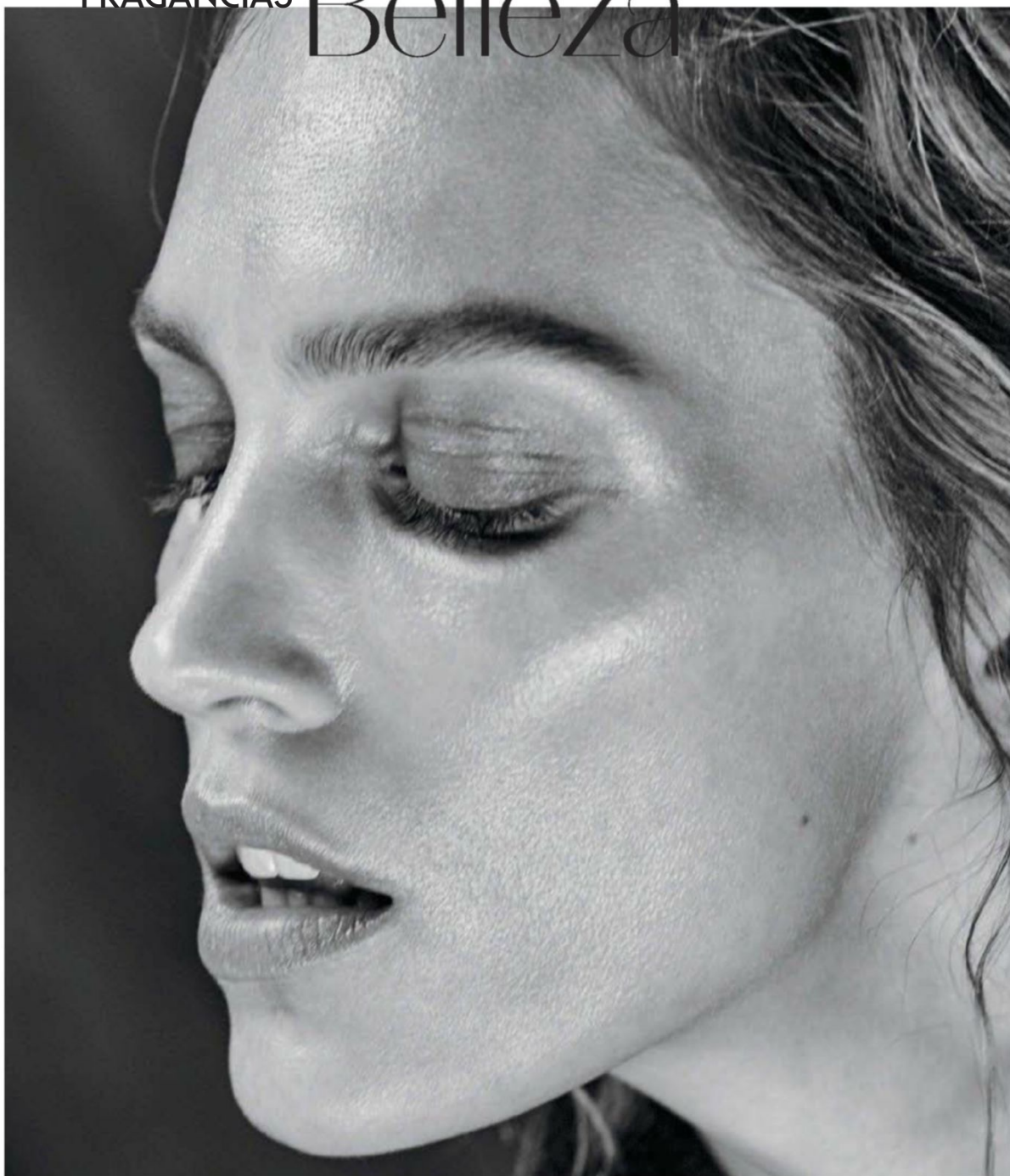
Nirvana en la ciudad

¿En dónde está este maravilloso lugar y en dónde hay que firmar? ¡Listo! Te revelamos su nombre y ubicación.

¿Le dirías que no a un masaje liberador de tensión o a un tratamiento facial rejuvenecedor? El Spa Aurora es todo un oasis dentro de la ciudad, un lugar reparador, de descanso y bienestar que está ubicado dentro del exclusivo hotel Las Alcobas, en la Ciudad de México (www.lasalcobas.com). Su espacio está consagrado a lograr la paz interior, en donde se podrán realizar todo tipo de tratamientos de salud y belleza. El Spa Aurora cuenta con un equipo profesional altamente especializado que deleitará a tu cuerpo y alma, ofreciendo procedimientos únicos como masajes, faciales y reflexología.

FRAGANCIAS

Belleza



Original con allure de top

*El perfume de la modelo Anja Rubik reta el cliché de las **celebrity fragrances** con sus notas de autenticidad*

Brillar de forma original es una de las virtudes que todo ser humano suele perseguir y lo que, a fin de cuentas, le distingue. Justamente esa cualidad es la que motivó a la *top model* polaca Anja Rubik para crear su fragancia *Original by Anja Rubik*, una esencia olfativa floral y, sin duda alguna, femenina.

Es cierto que cada piel aporta su ingrediente al entorno original de cada fórmula, pero esta mantiene su raíz y, al fusionarse con quien la lleva, resulta siempre única. Decía el dramaturgo español Ramón Gómez de la Serna que “el perfume es el eco de las flores”, y eso se evidencia en las notas descolantes de la propuesta de Rubik, en la que predominan la constante de lo floral como base, amalgamada con la pimienta rosa y el té verde. La gran protago-

CHRIS COLLIS; Realización Valentina Collado; peinado, Rolando/The Wall Group; maquillaje, Georgi Sandev/Streeters; manicura, Angel Williams/Opus Beauty; asistentes de foto, Mike Bogart, Jordan Strong, Danil Zaijin; digitalización, Don Brodie; asistentes de moda, Andrea Vaamonde, Andre Adkins y Fernanda Cervantes; producción, Kaia Foss y Phoebe Cole/Selin Associates; modelo, Anja Rubik/DNA.



“Desde el momento en que nos enfrentamos a *Original*, se mueven resortes sensoriales que nos motivan”

Un aroma que seduce... Elegancia y carácter único en la propuesta de Anja Rubik al universo de la perfumería.



nista de este jardín es la azucena. También otorgan su matiz de fondo los toques amaderados, con un hálito de ámbar. Resulta auténtico y original el empaque, en un frasco bicolor casi minimalista, en negro y blanco, que anuncia la elegancia de lo que contiene aun antes que el olfato dé su veredicto.

Anja Rubik no es en modo alguno la primera celebridad que se ha adentrado en el mundo de la perfumería. De hecho esa es una de las movidas de mercadotecnia que más se ha visto durante décadas en la industria. Actrices, deportistas de alto rendimiento e inflamado perfil mediático, incluso grandes divas de la ópera y *prima ballerinas* del ballet de relieve mundial han hecho sus intentos para que mujeres y hombres llevemos su sello olfativo... Sin embargo, lo cierto —y a veces lamentable— es que, en muchos de esos notables casos, el resultado ha quedado, cuando más, en la vecindad de lo predecible y genérico, sino en un fiasco de proporciones pantagruélicas. Por fortuna, esta vez no es así y desde el momento en que nos enfrentamos a *Original* se mueven resortes sensoriales que nos

motivan. De eso es que se trata el éxito en el mundo de la perfumería: despertar en los receptores respuestas que motiven y plazcan, pero, algo aún más importante, que sean personales.

La súper modelo polaca ha logrado romper el estereotipo de las “fragancias de celebridad” con una sensualidad atrevida, que no se anda con remilgos a la hora de desafiar e imponer el poderío de la mujer que la lleva. Eso no debe sorprendernos al repasar la trayectoria de Rubik, una profesional que ha desfilado para casas de primera línea, ha sido la cara de presentación para campañas memorables y ha dado un sesgo cautivador y distintivo a su paso por el elenco de los ángeles de Victoria’s Secret. Para su creación, Anja contó con la colaboradora perfecta: la muy prestigiosa perfumista Patricia Choux, quien más que una simple “nariz”, es una verdadera creadora de conceptos olfativos trascendentales como este, que es en cuerpo, alma y aliento, totalmente... *Original*. —J. F.



Aliados perfectos

1. CORRECTOR UNDER EYE BRIGHTENING CORRECTOR, DE BECCA; 2. EYE PENCILS EN TONO CREAM Y PEWTER, AMBOS DE NUDESTIX; 3. STURM FACE CREAM, DE DR. BARBARA STURM; 4. ILUMINADOR PARA ROSTRO COPACABANA, DE NARS; 5. LIMPIADOR FACIAL REGENERATING CLEANSER, DE TATA HARPER.

Se sabe que un emporio no se hace de la noche a la mañana, es así como Sarah Howard, la mente detrás de beautybanter.com, un sitio de belleza que te ayuda a contrarrestar los problemas de cuerpo y rostro, se ha colocado como un favorito de las mujeres. Es por eso que Sarah cuenta a *Vogue* algunos de sus secretos: “Uno de los mejores lugares para realizarte un facial es Gina Marí en Beverly Hills, tienen increíbles herramientas para que salgas luciendo fabulosa del lugar”, nos cuenta. En lo que se refiere a cuidados, confiesa que “todo lo que se refiere a *skincare*, es necesario que tenga la filosofía de menos es más. Para las mañanas es imprescindible lavar el rostro, usar aceite, humectante, crema de ojos

Decisiones que resguardan la piel

Sara Howard, fundadora de beautybanter.com y cofundadora de vainite.com, ***nos muestra sus must-haves para tener una piel impoluta***

y protector solar. En lo que respecta a la tarde y la noche, los productos con retinóide son ideales para brindar firmeza a la piel; para algunos puede parecer un poco agresivo, por eso es importante mantener el resto de la rutina libre de demasiados

elementos químicos. Cuando se trata de básicos para resaltar las facciones, el *Living Luminizer* de RMS, iluminadores de NARS y el *Under Eye Brightening Corrector* de Becca logran que la dermis, ¡tenga un aspecto increíble!”, nos reitera. —K. G. U.

5-6 APRIL 2017, MUSCAT, OMAN
SHANGRI-LA BARR AL JISSAH RESORT & SPA



OMAN 2017

MINDFUL LUXURY

CONDÉ NAST
INTERNATIONAL | LUXURY CONFERENCE

In Partnership with
VENDÔME
DESIGNER OUTLETS

الخطوط العمانية
OMAN AIR

Navigating the New Silk Routes

THE PREMIER EVENT FOR THE FASHION AND LUXURY INDUSTRY

Join Suzy Menkes and 500 of the international luxury and fashion industry's top creative and business names for two days of learning, networking, inspiration and discussion about the topics that are reshaping business.

TOPICS TO BE DISCUSSED INCLUDE:

HOW CAN LUXURY GOODS COMPANIES
REIGNITE CONSUMER DESIRE?

ARE FRAGRANCES AND ACCESSORIES STILL
THE ENGINE OF GROWTH?

WHAT IS THE NEW DYNAMIC IN THE RELATIONSHIP
BETWEEN DESIGNERS AND BRANDS?

WHERE ARE THE NEXT LUXURY RETAIL HOTSPOTS?

HOW IS TECHNOLOGY CONTINUING TO
RESHAPE LUXURY?

CO-LEAD PARTNERS:



WWW.CNILUXURY.COM

+44 20 7152 3472

EVENT SPONSORS:



@CNILUXURY

SPEAKERS INCLUDE:



Alber Elbaz



Pierre Denis
CEO, Jimmy Choo



Giambattista Valli



Noor Fares



Elie Saab



David Crickmore
CEO, Amouage



Caterina Occhio
Founder, See Me



Frédéric Malle
Perfume Publisher



Amal Al Raisi



Lapo Elkann
Chairman and Founder,
Italia Independent Group
and Garage Italia Customs



Philippa Malmgren
Author



Raffaello Napoleone
CEO, Pitti Immagine,
Chairman, YOOX
NET-A-PORTER GROUP



Nada se toma más en serio en Sisley que la investigación y el desarrollo de productos. Nunca lanzamos productos para seguir tendencias de mercado, sino para solucionar problemas reales de la fisiología que tienen un eco en la apariencia". Con ese presupuesto queda sentado el tono de nuestra conversación con José Ginestar, Director de Investigación y Desarrollo de la marca, cuya filosofía es justamente garantizar la mayor perdurabilidad posible de la belleza, con base en la prevención. Un ejemplo fue el *Sislejja L'Intégral Anti-Âge*, un gran lanzamiento del 2015-2016 que les tomó 15 años desarrollar.

La vida moderna está llena de tensiones que agreden al organismo y a la piel. Ahí se cuentan la contaminación ambiental, las prisas, el tabaquismo, la exposición al sol, la alimentación inadecuada... "Son realidades que agreden al ciclo vital de la célula y alteran su ritmo, su energía y su vida. Eso es responsable de que aparezcan prematuramente las señales visibles del envejecimiento, como las marcas y la pérdida de la firmeza", afirma Ginestar. "El envejecimiento vinculado al estilo de vida tiene un mayor

Preservando la juventud

*Una marca honesta argumenta que prevenir es la clave. En exclusiva hablamos con **José Ginestar**, el gurú investigador de la casa Sisley*

efecto en la piel que el envejecimiento genético". Eso explica, entonces, la efectividad de fórmulas estimulantes, regenerativas y reestructurantes. "Nuestros productos son efectivos de acuerdo con el problema, no con etnias ni sexos. En realidad, las diferencias fisiológicas no son tan importantes como la gente piensa. Para estos lanzamientos hacemos tests en todo tipo de pieles. Por

CAMILLA AKRANS; editor de moda, Robert Rydberg; peinado, Erika Svedjevik/Linkdetails; maquillaje, Fredrik Stambro/LundLund; diseño en set, Johan Svenson/Linkdetails; modelo, Ella Wennstrom; en la modelo, vestido con moños en los hombros, de Sportmax; anillos, de Maison Margiela Fine Jewelry, Kranz & Ziegler Couture.

Tres pasos imprescindibles para una piel de diez

La imagen de pulcritud y firmeza que todas aspiramos a mantener en nuestra piel depende del cuidado que le demos desde la adolescencia. Estos tres aliados nos ayudarán a lograrla



1

Gel limpiador

Purificar la piel al máximo, agregándole el efecto suavizador de las resinas tropicales, se acentúa con la acción hidratante del extracto de malvavisco en este gel limpiador. Su uso hace que la piel “respire” a través de unos poros pulcros y sin sebo. Para un resultado de frescura excepcional, debe lavarse la piel con el producto en la mañana y la noche, con movimientos circulares, y enjuagándola totalmente.

ejemplo, en 2016 relanzamos las resinas tropicales —basadas en el incienso, la mirra, etc.— que se centran en el efecto purificante, son antiinflamatorios y solucionan problemas de piel muy grasa. Lanzamos también el *Serum Double Tenseur*, con un efecto *lifting*. Crema para el cuello y el escote, zonas donde la piel es muy fina”.

Bien sabido es que Sisley es una marca honesta. Cuando un alto ejecutivo afirma que “no tenemos la fórmula para detener el envejecimiento, pero sí para envejecer más de manera más lenta y bella”, ya tenemos una garantía de confianza. “Lo más importante es prevenir”. Al pedirle resumir el ciclo de uso de productos de belleza dice: “Cuidar de la piel desde la adolescencia con opciones como *Sisley Youth*. Exfoliarse una vez por semana y hacer un *detox* con el *Sisley Botanical D-Tox* cada noche, durante un mes al año”. Este 2017 llega con nuevas alternativas, “vamos a lanzar un aceite descongestionante, adelgazante y tonificante para los capilares, a base de jengibre blanco”... Algo que hará historia. —J. F.



2

Reafirmante del cuello

“El cuello es una de las zonas del cuerpo, junto con los párpados, que está más desprotegida y expuesta. Por eso tiene que haber un producto específico para él”, comenta José Ginestar. Esta crema reafirmante y tonificadora debe aplicarse dos veces al día, por un mes, y seguir usándose una vez al día para mantener su efecto.

3

Lifting inmediato

Con un efecto *lifting* inmediato, este gel llega a tener un resultado evidente a largo plazo. Puede aplicarse a diario en la rutina de cuidado de la piel, además de funcionar como base del maquillaje haciéndolo más duradero, para retocarse durante el día o en la noche para un acento de firmeza.



EL PIGMENTO IDEAL PARA UN EFECTO DE BRILLANTEZ Y TERSURA CREA LA BASE PERFECTA.

LOOK LOZANO

La cosmetología millennial tiene como característica distintiva el asumir **una función de preservar la salud** de la piel, a la vez que acentúa su belleza. Un producto como *Sisleya Le Teint* es esa base con efectos nutritivos y anti-envejecimiento, que a la vez proporciona el asiento perfecto del maquillaje.

TRATAMIENTO

Belleza



FOOT BEAUTY
TREATMENT
CREAM, DE
CLARINS.



ARRIBA: PEDI
SONIC FOOT
TRANSFORMATION
SYSTEM, DE
CLARISONIC; ABAJO:
SET DE PEDICURA,
DE MARGARET
DABBS LONDON.



De pies a cabeza

Las bases de nuestro cuerpo **poseen una escasa atención**, descuido que puede llevarnos a *padecer ciertas consecuencias* en un futuro próximo

Pies: un área olvidada por muchas y vista por todas. Ahora la pregunta se abre: ¿Acaso no es negligente olvidar a aquellos que sostienen nuestra figura?

La respuesta es un rotundo: sí. Sostener todo nuestro peso corporal —particularmente cuando este se excede— no es cosa fácil y menos cuando lo combinamos con descuidos que abarcan desde la falta de hidratación, a recorridos tan extensos que pueden tornarse dolorosos cuando se acompañan del calzado inapropiado. A esto se aúna el consumo de alimentos y ciertas bebidas inadecuadas, particularmente en lo que se refiere al consumo de alcohol, como lo confirmó un estudio realizado por el Ilustre Colegio Oficial de Podólogos de la Comunidad Valenciana (ICOPCV), en el que se aseguró que el exceso de ingestión alcohólica pueden

generar hinchazón, dolor o laceraciones en la planta de los pies. Todo los descuidos posibles se ven reflejados en ellos, el soporte inicial de nuestro cuerpo y encargado de resentir todo lo que ocurre dentro y fuera de él. Muchas personas les brindan cuidados esporádicos cuando van a la playa o usan zapatos abiertos... Pero, ¿por qué no empezar a consentirlos para evitar problemas en un futuro que probablemente no se encuentra tan lejano? Pequeñas atenciones que vayan desde un exfoliante semanal, una crema aplicada diariamente, una pedicura y un masaje realizado ocasionalmente pueden mejorar su aspecto y evitar costosos inconvenientes a largo plazo. No olvidemos que cuidar de nosotros, no significa únicamente cutis, cabello y manos —zonas en las que se nota la edad— también abarca aquello que nos ayuda a levantarnos de la cama para poder disfrutar de

cada uno de nuestros días y sus momentos. Gracias a ellos andamos por nuevos y viejos caminos, sentimos debajo de ellos la sensación de arena calentada por el sol o el frío de los azulejos que buscan adornarse debajo de nuestros pies. No tengamos miedo de experimentar estas y muchas otras sensaciones que se pueden percibir... Con el cuidado adecuado.

Distintos laboratorios y expertos se han unido a marcas de todo el mundo para crear tratamientos en favor de esta zona específica del cuerpo, como ejemplo de ellos tenemos a: Bliss, Chanel, Clarins y Oriflame, que se unen entusiastas a muchas otras casas cosméticas para procurar algo en los pies que hasta hace poco no se había hecho: consentirlos. Enaltecen con ellos a mitos que van desde las travesuras del dios Hermés en sus sandalias aladas a los tacones que invitan a adornarlos, pero si bien la envoltura de estos puede ser bonita, todos sabemos que lo que verdaderamente importa es lo de adentro.

Los pies pueden causar sentimientos que van desde el desconcierto hasta el amor —no por nada son uno de los fetiches mas populares de internet, mientras que en lo que refiere a redes sociales, las cuentas que evocan a los pies perfectos pueden llegar a tener una alta cantidad de *followers*— pero como mencionamos antes, la escasez de atención hace que se conviertan en un deseo que pocos llegan a tener. Es un hecho que los pies perfectos no solo lucen bien todo el tiempo, sino que ayudan a que el resto de la persona se sienta contenta consigo misma, todo depende del esfuerzo que estemos dispuestos a hacer por ellos. Y siendo perfectamente honestas con nosotras mismas, no son una parte del cuerpo que requiera de demasiadas atenciones como la cara o las manos. Basta darles los cuidados necesarios para que siempre luzcan bellos, delicados y perfectos.

Todas hemos pasado por algún momento en el que tenemos que asistir a un evento importante; sin embargo, al momento de ver nuestros pies frente al espejo, preferimos escoger zapatos que escondan nuestros descuidos —y de ser posible, que nos hagan lucir una figura ligeramente más estilizada—. Puede ser porque no nos agrada nuestra pedicura o resequead que se notan a simple vista, conformando un aspecto descuidado que

“Distintos laboratorios y expertos se han unido a marcas de todo el mundo para crear tratamientos en favor de esta zona del cuerpo, como ejemplo de ello tenemos a Bliss, Chanel, Clarins u Oriflame”

en ocasiones puede llegar a provocarnos pena. Evita esta mortificación y agenda una cita de pedicura de vez cuando. Aquí, solo es cuestión de añadirle lo que te gusta para darle un toque de originalidad. En general, cuando se trata de esta área y las atenciones que contempla, la mayoría de las mujeres admiten que se inclinan por una amplia gama de rojos, mismos que pueden abarcar desde uno que se acerque peligrosamente al vino a otros que acaricien los toques anaranjados, tonos que podemos admirar en marcas como Chanel, YSL o Burberry; por otra parte, también existe un minoría, que afirma que para sus pies, sus colores predilectos son púrpuras, azules profundos o rangos cromáticos que jueguen con la oscuridad. Es por eso que es importante proteger nuestras uñas con tratamientos que si bien podemos adquirir en algún salón de belleza, también los podemos encontrar en sitios que sean especialistas en cosmética, y que tú puedes aplicar en la comodidad de tu casa. Para este último, es ideal conocer los problemas que a largo plazo podemos padecer, uno de los más

comunes son las uñas débiles, para las que marcas exclusivas como Givenchy o Deborah Lippman han creado esmaltes con ingredientes que las fortalecen desde el interior, ayudando a que de manera gradual, su crecimiento sea sólido, con lo que evitamos que se rompan al mínimo roce.

Por otro lado, la alimentación juega un papel importante cuando se trata de ofrecerles un buen aspecto. Si bien los nutriólogos nos dicen que en esta se encuentra el secreto para tener una piel saludable —y el verdadero motivo por el que dicen que la belleza viene desde adentro— para lograrlo, es necesario procurar el consumo de vitamina E y vitamina C porque nos ayudan a conseguir uñas más duraderas y un aspecto más terso, mientras que el zinc forma parte vital de la queratina que integran la composición de estas. Ya no se trata de esconder lo que ingenuamente pensamos que no se ve, se trata de dar a nuestros pies el soporte que ellos también necesitan, y que justifican al llevarnos a todos nuestros destinos y anhelos. Se sabe que si lo deseamos, el cielo también puede sentirse bajo nuestros pies. ●

CUIDADO ABSOLUTO

La perfección se consigue a través de la fórmula perfecta y la disciplina, objetivo que es fácil de conseguir de la mano de nuestros nuevos y mejores aliados



DESDE LA IZDA.: GOTAS PARA SECADO RÁPIDO, DE DEBORAH LIPPMANN; LE VERNIS BASE AND TOP COAT, DE GIVENCHY; REMOVEDOR DE ESMALTE EXPRES, DE NAILS INC.; 2-IN-1 BASE AND TOP COAT, DE NAILS INC.



OSCURA, INTENCIÓN

Modern Muse Nuit, de Estée Lauder, es el nuevo aroma opulento que encarna la sensualidad y la intriga de una noche inolvidable. Sus notas emulan un hechizo olfativo que estimula a todos los sentidos con su pulpa de mandarina exótica

y el sándalo de Clearwood, un material innovador que captura la interpretación pura del *pachuli* y el haba tonka.

¡Apuesta por ellos!



Revelamos los nombres de **aquellos tesoros** que son los objetos del deseo en el **universo beauty del momento**

Hipnótica visión

El *Global Anti-Aging Cell Power Eye Gelée*, de Estée Lauder, es un tratamiento para ojos multi-acción y anti-fatiga que ayuda a que la piel de los ojos se sienta y se vea más firme, radiante y profundamente nutrida. Su extracto de flor de lavanda de mar promueve una energía celular natural. Su aplicador de masaje ayuda a estimular la microcirculación y a reactivar el área de los ojos.



RITUAL CAPILAR

Reconstruye la materia interna del cabello debilitado por las agresiones externas desde la primera aplicación con los tratamientos de *Resistance*, de Kerastase. Su gama de tres productos incluye: baño, mascarilla y crema, los cuales actúan a profundidad en la estructura capilar y fortalecen el cabello desde el interior. Toda una línea de cuidado capilar completa que será tu aliada día tras día.

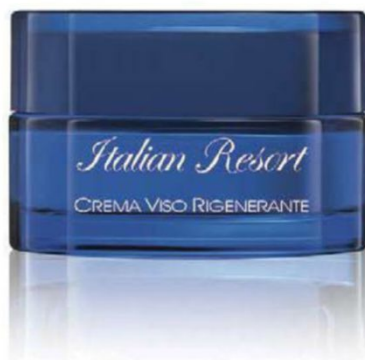


BAJO LAS SOMBRAS

Tom Ford Private Blend Candle Collection, de Tom Ford Beauty, está compuesta por velas diseñadas para perfumar con concentraciones de la más alta calidad de seis de las fragancias de Private Blend: Neroli Portofino, Cafe Rose, White Suede, Tuscan Leather, Tobacco Vanille y Oud Wood.

DESDE EL MEDITERRÁNEO

Italian Resort, de Acqua di Parma, es el resultado de más de 15 años de investigación que encapsulan el infinito poder para regenerar del pino marítimo dentro del Mediterranean Re-Activating Complex, con una acción antioxidante que neutraliza los radicales libres que restablecen la salud cutánea.



www.bellezacheck.com es el primer sitio de reseñas sobre productos de belleza en México. Sus fundadoras, Bérangère Poylo y Laura Santiago, están al tanto de la gran diversidad de productos y marcas que existen en el mercado. Por ello, se dieron a la tarea de buscar una forma para analizar el ADN de los productos y lo más importante: conocer la opinión de las consumidoras.

AROMA LATENTE

Love Relentlessly, de Tory Burch, es la nueva fragancia inspirada por una historia de amor, la de sus padres. Tory los describe como:

“la pareja más romántica que ha conocido”. Una oda a un amor extraordinario que debía ser plasmada en la piel por medio de notas aromáticas que vuelven a dotar de vida al noble sentimiento.



CON LÍNEAS CONTUNDENTES

Calligraphie, de Chanel, es un delineador en crema de larga duración acompañado con un pincel biselado muy preciso para un maquillaje con un trazo perfecto. Su acabado intenso y mate, así como su resistencia extrema, lo hacen el aliado perfecto para perfilar la mirada en su máximo potencial. Sus polímeros adherentes garantizan la luminosidad en cada aplicación y su resina gelificada le otorga una adherencia óptima y resistente al agua, porque una mirada de impacto necesita de herramientas que la complementen con fuerza.



Ca

VOGUE

MÉXICO

Punto de Vista

lifornia dream

Anja Rubik se apodera de las prendas de la intimidad para llevarlas al exterior...

Un sueño seductor cobra vida

*Fotógrafo Chris Colls
Realización Valentina Collado*

El ángel detrás del sol

El rock & roll y las piezas más pequeñas se conjugan con la rebeldía y el erotismo. *Bra* en seda y shorts, de 3.1 Phillip Lim; anillos de Ana Khouri y Lynchini.

*Anhelo que se
viste de blanco*

Las combinaciones n veas
se vuelven atrevidas.
Blusa, corset y mini shorts
de seda, todo de Sally
Lapointe; anillos en oro
amarillo, de Ana Khouri,
Jennifer Fisher y Lynchini.





*El claroscuro
a flor de piel*

La lencería abandona sigilosamente el encierro de la recámara para desenfundar su erotismo frente a la lente. Brasier en satén, de La Perla.

Mírame sin miedo

El *jumpsuit* se abre para mostrarnos su universo. Mono de algodón con cuello y abotonadura, de La Perla; *bra* de Carven; anillos en oro, de Jennifer Fisher y Lynchini.



El cuerpo y el ímpetu

Ornamentos cual Afrodita.
Vestido con encaje y
transparencias, *culotte* y
brasier, todo de Dolce &
Gabbana; anillos en oro
amarillo, de Ana Khouri,
Lynchini y Repossi.







*La osadía se
vuelve relajada*

El desenfadado se viste con
piezas *sport*, a la que se
une una actitud retadora.
Top en lino con lazos, de
Zimmermann; *culotte* de
MaxMara; anillo en oro
amarillo, de Lynchini.

*Una visión
hacia el futuro*

Aquellas estructuras
rígidas abandonan las
formas más corpóreas
para entregarlas a su
liberación. *Bra* en cuero
en tonos *color block*,
de Esteban Cortazar.





*¡Llévame
muy lejos!*

Saco de Brunello
Cucinelli. En página
opuesta: *blazer*, top
y pantalón, todo de
Tibi. En este reportaje:
PEINADO, Rolando/The
Wall Group; MAQUILLAJE,
Georgi Sandev/Streeters;
MANICURA, Angel Williams/
Opus Beauty; ASISTENTES
DE FOTO, Mike Bogart,
Jordan Strong, Daniil
Zaikin; DIGITALIZACIÓN,
Don Brodie; ASISTENTES DE
MODA, Andrea Vaamonde,
Andre Adkins y Fernanda
Cervantes; PRODUCCIÓN,
Kaia Foss y Phoebe Cole/
Selin Associates; MODELO,
Anja Rubik/DNA.



¡CORTE Y QUEDA!

El diseñador se ha convertido en un referente del lujo.

Traspasando las barreras de la moda, ha incursionado en la industria del cine con dos filmes bajo su dirección.

ALTO

contraste

Desarrollada en las colinas de Hollywood, donde pasa mucho de su tiempo, y el suroeste, donde creció, la nueva película de Tom Ford, *Nocturnal Animals*, es una mítica historia sobre la pasión y la venganza

Es una tarde de verano en Santa Fe, y Tom Ford me está esperando frente a las grandes puertas de madera de su tradicional casa de adobe, construida en lo alto de una colina. “Me gusta ver el mismo paisaje que he visto desde niño”, dice el diseñador/cineasta, que creció en esta ciudad del suroeste y todavía vive aquí parte del año con su esposo y compañero de los últimos 30 años —el escritor de modas Richard Buckley— y su hijo Jack de cuatro años de edad.

“Lamento que haga tanto calor. ¿Puedo ofrecerte algo de beber?”, pregunta mientras me conduce hacia a un gran vestíbulo.

Cuando acepto su invitación, se dirige a un pequeño bar de madera y comienza a preparar un vaso de agua mineral con una cascarita de limón. Cuando termina, suspira, ha visto una minúscula mota negra flotando entre las burbujas. Prepara otro, vuelve a suspirar: “la rebanada de limón”, exclama, “luce poco atractiva”. Con mucho cuidado corta una nueva rebanada en una forma más bonita. Cuando finalmente me entrega el vaso, mi bebida se parece al ideal platónico de un vaso de agua con gas. Como cualquiera que haya observado su forma de trabajar puede decirte, Tom Ford es un perfeccionista.

He venido a Santa Fe para hablar con él sobre su nueva película, *Nocturnal Animals*. El lugar está lleno de recuerdos para Ford: “Santa Fe para mí son las décadas de los 60 y

MERRICK MORTON/cortésia de Tom Ford.



Arriba: looks de la pasarela *see now-buy now* Otoño-Invierno 2016-2017; arriba, dcha.: pasarela para el Otoño-Invierno 2013-2014.

70, cuando Canyon Road no estaba pavimentado y Georgia O'Keeffe seguía viva y los *hippies* estaban en las comunas criando pollos y cabras", comenta. "Eres el primer periodista que visita esta casa", me dice, "aparte de Richard, por supuesto. Los periodistas normalmente no me ven vestido en esta forma". Debajo de su tradicional barba, Ford está profundamente sumergido en el estilo de Nuevo México, luciendo una camisa de mezclilla azul, pantalones vaqueros oscuros y botas marrones (todo de la firma Tom Ford).

Lleva una pulsera de color turquesa y plata en la muñeca derecha, y una banda de reloj incrustada con turquesas en la izquierda. "Compro muchas joyas con turquesas", confiesa, "y a veces me pregunto si debo llevar un pedazo de turquesa cuando voy a otro lugar. Pero la turquesa solo se puede llevar aquí. Llevarla fuera de Santa Fe", dice riendo, "es imposible".

Llegamos a la enorme sala de estar, coronada por altos techos con vigas de madera y amueblada con sofás de gamuza oscura y mesas de madera tan inmaculadamente colocadas que me pregunto si han sido clavadas en el suelo. "Es muy tradicional de Santa Fe", acuña, "porque nuestro rancho" —una propiedad de cerca de 20.000 acres diseñada por Tadao Ando— "es muy moderno". Desde el mobiliario hasta los cuadros, que incluyen una hermosa pintura abstracta en colores marrón y negro del artista Mark Bradford de Los Ángeles, la habitación en la que nos encontramos es una sinfonía en tonos tierra con excepción de un jarrón de flores cuidadosamente elegidas para hacer una explosión de color rosa con la luz de Nuevo México. "Es como una flor de cactus", menciona. "Encuentro que los colores en los interiores son muy potentes". Detrás de Ford hay una escultura de acero vagamente cubista de otro artista angelino, Aaron Curry. Me parece familiar. Ford me dice que es porque aparece en su nueva película.

Desde sus primeros *shots* con mujeres obesas desnudas vistiendo accesorios de estilo estadounidense y bailando en cámara

lenta en una galería elegante de arte de L.A.—"Me gusta provocar", confiesa Ford— *Nocturnal Animals* lo empuja lejos de su sofisticado estilo hacia nuevos objetivos.

Mientras que su primera película nominada al Oscar, *A Single Man*, exhibía su romanticismo melancólico, este *thriller* marital contiene ecos de David Lynch, Stanley Kubrick y David Cronenberg. Reflejando nuestra obsesión durante el año electoral con el abismo entre una élite insensible y los volátiles necesitados, es un oscuro cuento de moralidad que ofrece, según Ford, "un fuerte mensaje subyacente sobre no descartar a la gente en nuestras vidas".

Basada en el *best seller* de Austin Wright, de 2011, *Tony and Susan* —originalmente publicado en 1993— la película es un ir y venir entre dos mundos. En la narrativa principal, Susan Morrow (Amy Adams) es una comerciante de arte en Los Ángeles quien abandona a su primer marido, un escritor poco exitoso de Texas llamado Edward Sheffield (Jake Gyllenhaal), por un apuesto financiero estadounidense interpretado por Armie Hammer. Entonces, Susan recibe el equivalente psíquico de una bomba de tiempo —un manuscrito escrito por Edward—.

En esa historia, Gyllenhaal interpreta a Tony Hastings, un modesto hombre de familia con una hija adolescente, India (Ellie Bamber) y una esposa amorosa, Laura (Isla Fisher). Conduciendo en una desierta carre-

No estaba tratando de ser simpático con este filme. La vida no es siempre agradable

tera del oeste de Texas a altas horas de la noche, la familia es aterrorizada por una banda de ladrones dirigida por Ray (Aaron Taylor-Johnson), un psicópata con botas verdes de vaquero. Después del incidente, Tony recluta ayuda de Bobby Andes, un policía texano interpretado por Michael Shannon. “Quería una especie de vaquero icónico, un Gary Cooper moderno, un hombre Marlboro”, explica Ford, quien pasó su infancia en Austin y todavía tiene mucha familia allí.

Habiendo actuado en Los Ángeles cuando era joven —“No era particularmente bueno”, recuerda— Ford tiene ideas muy precisas sobre cómo quiere que sus actores se muevan y lean sus guiones. Para filmar la danza desnuda que inicia la película, él se colocó detrás de la cámara mostrando a las mujeres los pasos de baile. “Les dije: Ahora vamos a emular a Gloria Swanson de *Sunset Boulevard*, y quiero que hagan el *close-up*”, comparte. Para demostrarlo, Ford se levanta y, mirando fijamente hacia una cámara imaginaria, lleva los brazos hacia delante y los agita.

A los actores les encanta trabajar con Tom Ford. No fue una casualidad que Colin Firth exhibiera tal vez su mejor actuación en *A Single Man*, o que agradeciera a Ford públicamente al aceptar el Oscar por *The King’s Speech* un año después. Ford es un colaborador que tranquiliza; Adams me dice por teléfono desde Londres: “Tenía miedo de sentirme un poco intimidada ante Tom, porque siempre está magníficamente vestido y huele muy bien, pero él me hizo sentir muy relajada”. Shannon hace eco de esa opinión. “Siempre presentó cada una de sus ideas de la manera más respetuosa”, dice el actor de Kentucky, cuya actuación en la película —interpretando a un hombre de la ley venido a menos que podría ser considerada como la de mayor fuerza en el filme— “Es más probable que escuches a alguien si no viene con una actitud agresiva”. Gyllenhaal califica el guión

de “arrebataador y aterrador”, pero dice que se sintió conectado por el proyecto gracias al propio Ford: “Lo que más me atraía era la pasión de Tom. Me gusta trabajar con directores que necesitan contar una historia”.

Por supuesto, uno sabe que es una película de Tom Ford cuando su villano —Wright lo pinta como un vulgar patán— es interpretado por un actor tan apuesto como Taylor-Johnson. Cuando le menciono este detalle, Ford admite el hecho. “Me gustan las estrellas de cine”, responde con toda naturalidad. “Quiero mejorar la realidad”. *Nocturnal Animals* está lleno de mejoras. En su adaptación de la novela de Wright, Ford reemplaza la vida de Susan en los suburbios del Medio Oeste por el lujoso ambiente de Bel-Air, donde el propio Ford tiene una casa. “Desde el punto de vista cinemático”, dice, “Necesitaba el alto contraste”. Con la ayuda de su diseñadora de vestuario, Arianne Phillips, también le da a Susan un aspecto mucho más difícil. “Quería que luciera muy chic y en cierta forma sintética. Su cabello es naturalmente rizado, por lo que tuvo que ser alaciado. Todo está cuidadosamente calculado: las bolsas, el reloj, el abrigo de pieles, todo”. Incluso la casa espectacularmente moderna de Susan —“He visto muchos escenarios hermosos”, dice Adams, “pero nunca una como este”— fue digitalmente adaptada. Ford filmó esas escenas en una casa en Malibu con vistas al océano, luego añadió una vista de las luces brillantes de L.A. para

que parezca que estamos en realidad en las colinas de Hollywood. “Simplemente trajimos la ciudad”, admite sonriendo.

Ayudado por la fotografía nítida y caprichosa de Seamus McGarvey, la película es una procesión de imágenes sorprendentes; desde las inusuales botas verdes de vaquero de Ray: “Sí, es un asesino”, afirma Ford, “pero se cree una estrella de rock de los setenta”, hasta la foto de Richard Misrach que muestra a dos hombres en un campo que sirve como un puente entre los dos mundos de la película.

Cabe admitir que en ciertos momentos, la riqueza visual socava el suspenso. Y como en la novela original, a veces deseamos que la trama no parezca tan sobre determinada. Con una estructura de salón de espejos en la que no todos los personajes son bonitos o agradables, supongo que esta película ocasionará opiniones divergentes... Y se lo confieso a Ford. Abstracta, violenta y hermosa, es más fácil admirarla que simpatizar con ella.

“No estaba tratando de ser simpático”, dice. “La vida no siempre es agradable. La historia habla de lo que sucede cuando se adoptan ciertos aspectos de la cultura contemporánea. Vivimos en una cultura en la que todo es desechable. ¡Estás despedido! ¡Quiero el divorcio! ¡Tira eso a la basura! Eso me molesta”, sostiene. Ford ha conservado el mismo compañero de vida durante tres décadas y el mismo publicista durante un



Izquierda.: look Otoño-Invierno 2013-2014; dcha.: Otoño-Invierno 2015-2016.



BACKSTAGE

Tom Ford en el rodaje de la cinta *Nocturnal Animals*.



La actriz Amy Adams estelariza el nuevo *thriller*; arriba, izda.: Tom Ford a lado de Jake Gyllenhaal y Michael Shannon en el set.

cuarto de siglo, y confiesa que el sentimiento que le inspira esta historia es muy personal. “Al igual que el personaje de Jake”, dice, “Era el chico que la gente percibía físicamente débil, se burlaban de mí, me torturaban, me intimidaban, pero encontré una fuerza innata. Y Susan es prácticamente como era yo. He logrado las cosas materiales que ella tiene, pero a veces añoro los días que viví en St. Marks Place —no es que pida que sientan lástima por mí—”, añade rápidamente.

En la carrera de Ford siempre ha sido la paradoja —y su fuerza subyacente— ser a la vez profundamente nostálgico y audaz. “Probablemente sea un retroceso”, expresa. “Si tuviera que elegir una época para vivir habría sido los años treinta. Mi ropa está muy inspirada en ese periodo. Y los setenta porque esa década se inspira en los treinta”. Su amor por el cine también se remonta a esos tiempos. “Crecí como un niño que vivía a través de las películas”, recuerda. “Aprendí mucho de

lo que quería, o de lo que pensaba que quería, en filmes como: *The Women*, *The Philadelphia Story* y *Bringing Up Baby*. Son alegres, ligeras, optimistas. Uno no ve todo el esfuerzo que se necesita para vivir esa vida fácil”. Recientemente gastó más de 50 millones de dólares en una propiedad de Beverly Hills debido a su conexión con el viejo Hollywood. “Más que la casa que ahí está”, comenta, “lo que vi fue la

historia. Analizaba el hecho de que William Powell vivió en ella, que la puerta principal era el Arco del Triunfo y que el diseñador James Dolena lo había concebido para que cada día, cuando William Powell regresara a su casa, pudiera ingresar por el Arco del Triunfo porque ahora era una estrella. Eso era lo que la casa me decía”.

Hoy, Ford divide su tiempo entre Los Ángeles, Santa Fe y Londres. Nuestra residencia en Reino Unido es una casa inglesa de John Nash, de 1827. Me gusta que cada una de mis casas refleje el lugar donde está ubicada. El contexto es muy importante para mí”. Ford también pasa sus días en Nuevo México con simples placeres: tenis, natación y paseos a caballo. “En Santa Fe”, dice, “vivo en el pasado”. Pero como cualquier diseñador, sabe cuándo encaminarse hacia el futuro. Su decisión de poner su rancho de 20.000 acres en el mercado —por 75 millones de dólares— ha causado revuelo en la ciudad.

A pesar de que en la producción perdió algo de dinero, Ford se refiere a su filme *A Single Man* como, “el trabajo más divertido de mi vida, así que ¿cómo se puede poner un precio a eso?”. Ahora está igual de entusiasmado con *Nocturnal Animals*, que pre-vendió en Cannes por 20 millones de dólares. ¿Por qué tanto tiempo entre los dos proyectos? “Bueno, tengo otro trabajo y un hijo. Decidí no hacer otra película hasta que Jack tuviera tres años”. En estos días, hacer películas tiene un atractivo especial. “Estuve enfrascado en mi antiguo trabajo por más de 30 años. Conozco todos sus detalles, el negocio, los individuos involucrados y el ciclo. Siento que hacer filmes es algo nuevo y fresco, por lo tanto, más emocionante”.

Sus años en la moda lo prepararon bien. “Ser diseñador en Europa es como ser un dictador”, explica. Ford encuentra que el proceso de dirigir es muy similar. “Uno contrata a un gran equipo, tiene una visión. Luego lo dirige, guía y encamina para alcanzar su meta. Y después toma el resultado y lo presenta al público. Para mí todo ese proceso fue muy natural”.

Y a diferencia de la mayoría de los cineastas, Ford se encuentra en una posición privilegiada que le permite hacer el tipo de películas que quiere. “No soy un director de alquiler”, afirma y añade: “Necesito tener el control final de los proyectos. Tengo que poder decir: Esto es lo que estoy haciendo”.

A medida que las sombras de la tarde empiezan a alargarse, hago la pregunta lógica: ¿Qué proyectos tiene Tom Ford para el futuro? Se encoge de hombros. “No lo sé”, sostiene casi soñadoramente. “Quiero hacer una comedia muy oscura y retorcida. Pero tengo que pensar en lo que quiero decir”, hace una pausa, “Porque eso es lo que significa para mí hacer películas: ¿Qué quiero decir ahora?”. —JOHN POWERS

Era el chico que la gente percibía físicamente débil, se burlaban de mí, pero encontré una fuerza innata...



Los gloriosos
ecos del rock &
roll se portan
de negro para
gozar de la
compañía del
cuero, siluetas
enérgicas, así
como joyas
que juegan
con la luz y
la oscuridad

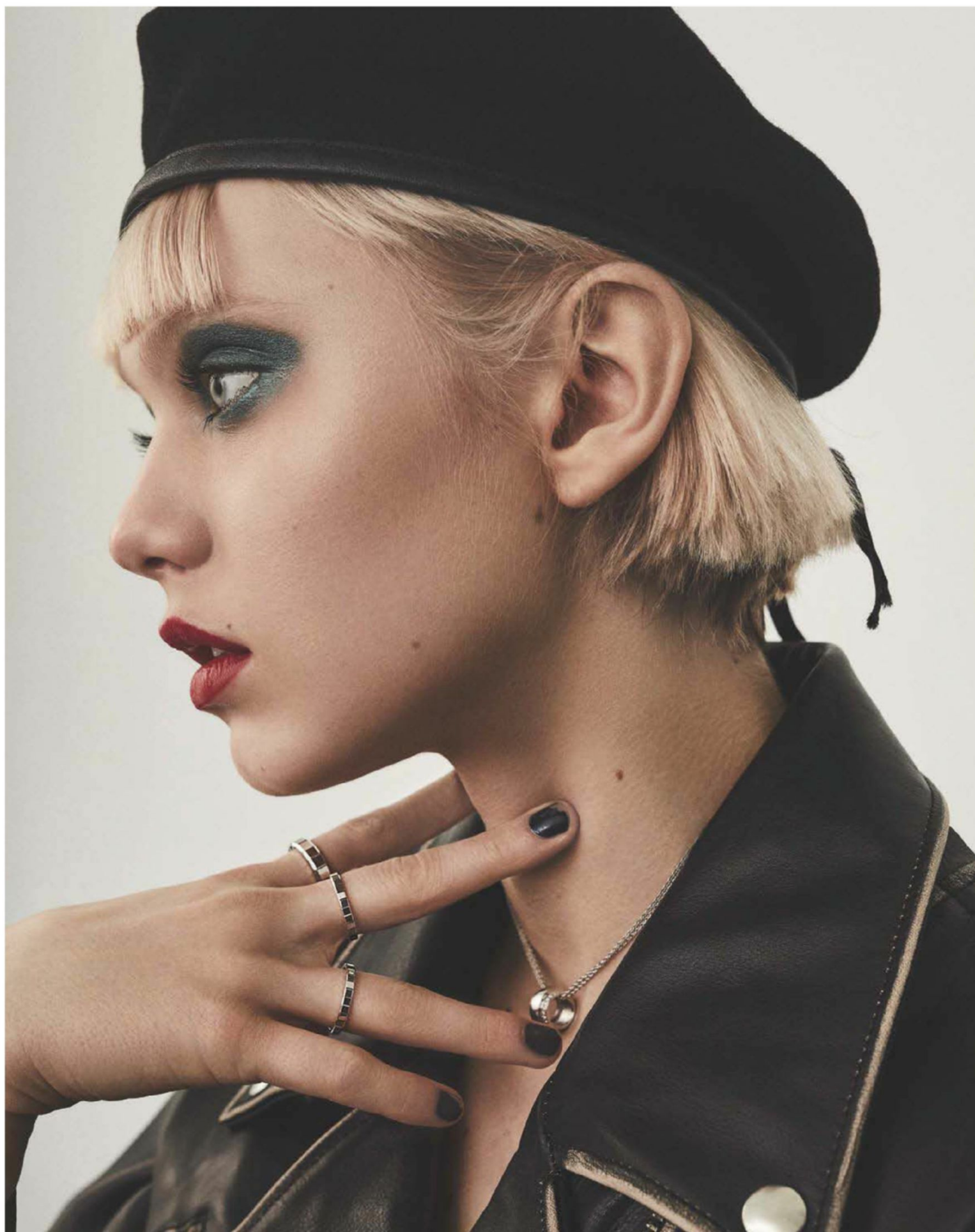
*Fotógrafo Nicolas Kantor
Realización Catherine
Newell-Hanson*

Viva la REBELDÍA

ALL OF YOUR LOVE

Aamito Lagum
en blusa y falda,
ambas de Marc
Jacobs; pendientes
y brazalete, todos
de H.Stern; zapatos
de Mansur Gavriel.
En página opuesta:
Lauren De Graaf en
camiseta *vintage*, falda
y cinturón, ambos
de Screaming Mimi's
NYC; chamarra de
Saint Laurent by
Anthony Vaccarello;
medias de Falke; collar,
brazalete y anillo,
todos de Cartier.







WISH YOU WERE HERE

Ashley Smith en *blazer* de Proenza Schouler; pantalón de Marc Jacobs; pendiente *vintage*. En página opuesta: Katherine Moore en chamarra de MM6 Maison Margiela; sombrero *vintage*; collar y anillos, todos de Chopard.

RIDERS ON THE STORM

Aamito Lagum en top
vintage; falda de Isabel

Marant; zapatos de
Mansur Gavriel; collar
de Chopard; brazalete
y anillo, ambos de
David Yurman. En
página opuesta:

Katherine Moore en
blazer, pantalón, bolsa
crossbody y *ear cuff*;
todo de Balenciaga;
pendiente de Joanna
Laura Constantine;
anillos de Chopard.









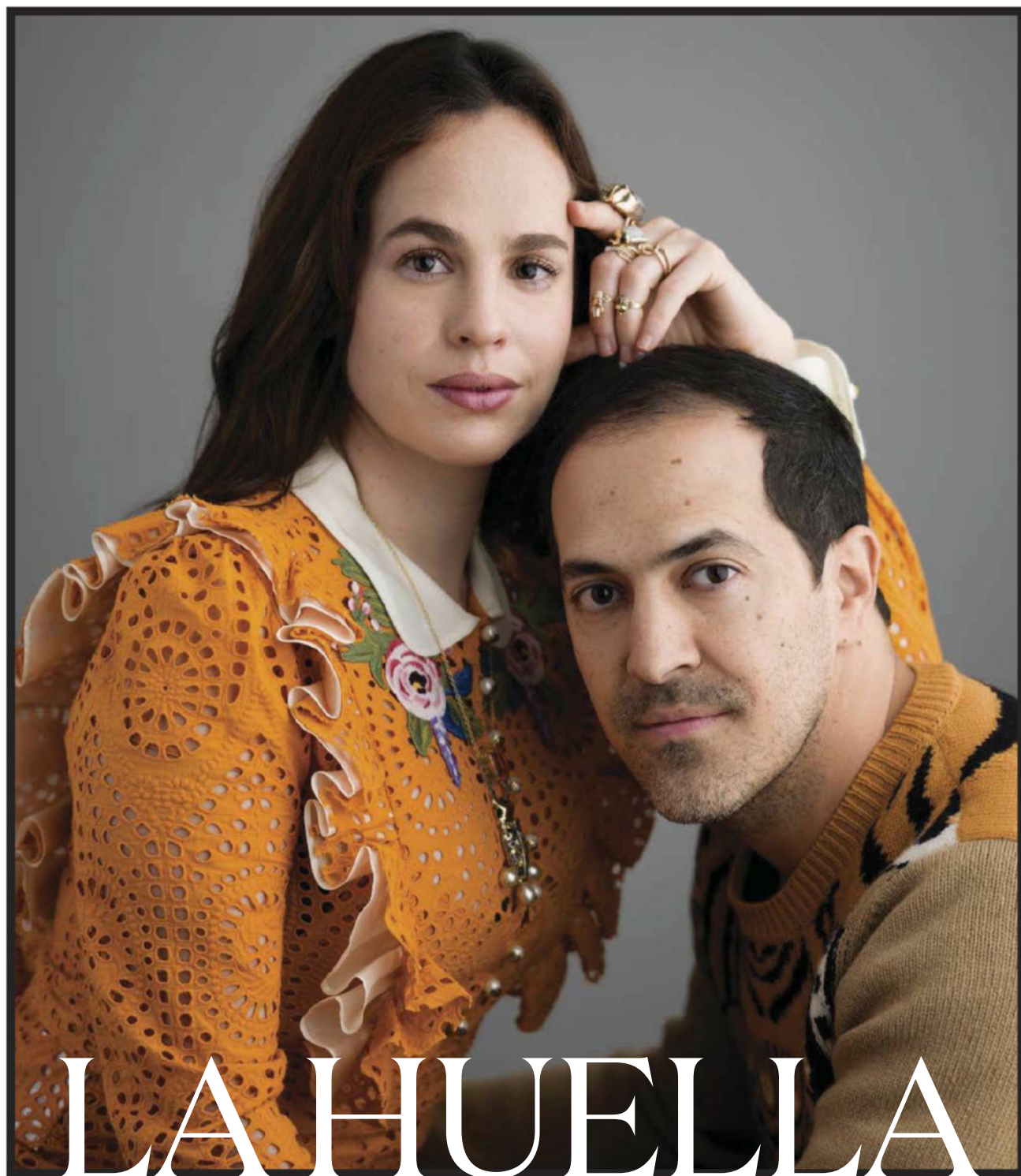
HEY YOU

Julia Cumming en vestido de Isabel Marant; cinturón de Marc Jacobs; zapatos de Mansur Gavriel; anillos de Chanel; pendiente de Alexander Wang.

En página opuesta:
Lauren De Graaf en *hoodie* de Off-White; pendientes de Chopard.

En este reportaje:

PEINADO, Peter Gray con productos de L'Oréal Paris/Home Agency; MAQUILLAJE, Chiho Omae con productos de NARS Cosmetics/Frank Reps; CASTING, Nicola Kast; PRODUCCIÓN, Madeleine Cooke/CBA; DIGITALIZACIÓN, Michele Pescione; ASISTENTES DE FOTO, Ricardo Fernandes y Enrico Brunetti; ASISTENTE DE MODA, Amber Harris; MODELOS, Lauren De Graaf y Ashley Smith/The Society; Aamito Lagun/Viva Paris; Katie Moore/Trump Models; Julia Cumming/Marilyn.



LA HUELLA HISPANA

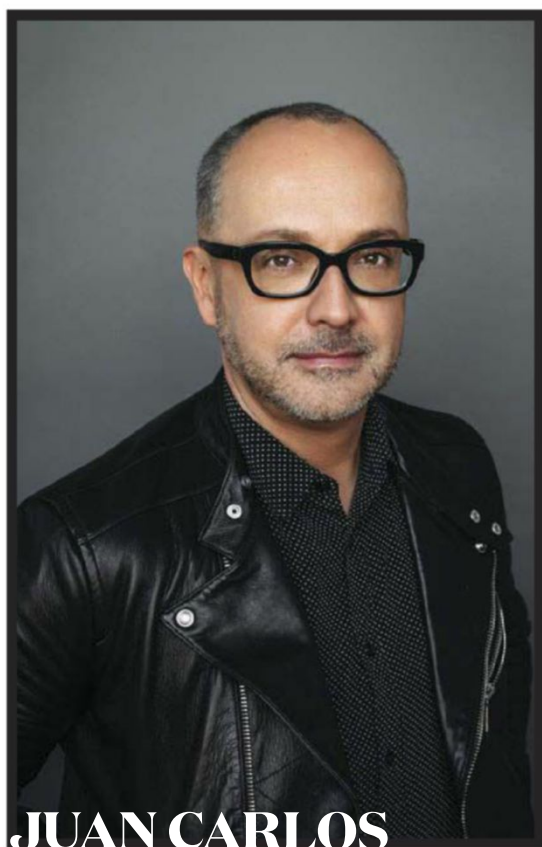
EL TALENTO E **INNEGABLE INFLUENCIA** DE
LOS LATINOAMERICANOS SE IMPONE *EN EL*
ESTADO ESTRELLA DE ESTADOS UNIDOS

Fotógrafos Ashley Frangie, Fernando Marroquin y Manfredi Gioacchini — Texto José Luis Ávila

DANIELA VILLEGAS Y SAMI HAYEK

Creativo y prolífico dúo

“Paz” es lo primero que viene a la mente de la diseñadora de joyas Daniela Villegas cuando piensa en Los Ángeles, terruño en el que vive junto a su esposo, el diseñador mexicano Sami Hayek. “En California se respira independencia y autodeterminación”, afirma Villegas. “Fue aquí donde la gente se organizó para dar lugar al movimiento liberal en los años 60. Esa inercia de promover la libertad de ser y hacer lo que quieras sigue vigente”, añade Hayek. Ella abrirá su primera tienda este año y él continúa sus proyectos de interiorismo y diseño industrial con Hayek Studio.



**JUAN CARLOS
ARCINIEGAS**

El crítico de Hollywood

Presentador y productor estrella de CNN en Español, el bogotano Juan Carlos Arciniegas es uno de los periodistas más respetados del espectáculo. “Un actor o un director me generan el mismo respeto que un jefe de Estado. Me tiene sin cuidado la vida personal de la gente. No fui a la universidad a aprender cómo presentar chismes de forma interesante”, dice este apasionado del celuloide y promotor del cine latinoamericano. Este año celebra el regreso de su exitoso *Ojo crítico* en forma de segmento de su actual espacio, *Showbiz*.



GUSTAVO DUDAMEL

La batuta del momento

El venezolano Gustavo Dudamel es el Director de la Filarmónica de Los Ángeles y un *rockstar* de la música clásica actual. “Mi experiencia con la filarmónica ha sido cuando menos mágica. He tenido el privilegio de tocar con varios de los mejores músicos del mundo y de crear la *Youth Orchestra Los Angeles* (YOLA), con los mismos valores de El Sistema de Orquestas de Venezuela. Estoy motivado con la energía de estos maravillosos niños a quienes damos herramientas para que se conviertan en líderes. Para mí no hay mayor honor que este”, dice el músico quien gusta de la diversidad cultural y los bares de jazz y salsa del *downtown*.



**JUAN
CARLOS
OBANDO**

Cotizado esteta

El diseñador colombiano que ha vestido a famosas de la talla de Julia Roberts o Cate Blanchett tiene a California como base. “Cuando empecé, Los Ángeles era reconocida por el *denim* y la moda casual, eso forjó un gran reto para lanzar mi marca, que mezcla lo vibrante del mundo latinoamericano con la exactitud de la moda europea, pero eso ha cambiado. Ahora somos un *hub* para la moda internacional”, celebra el creativo.



CRISTINA GARZA

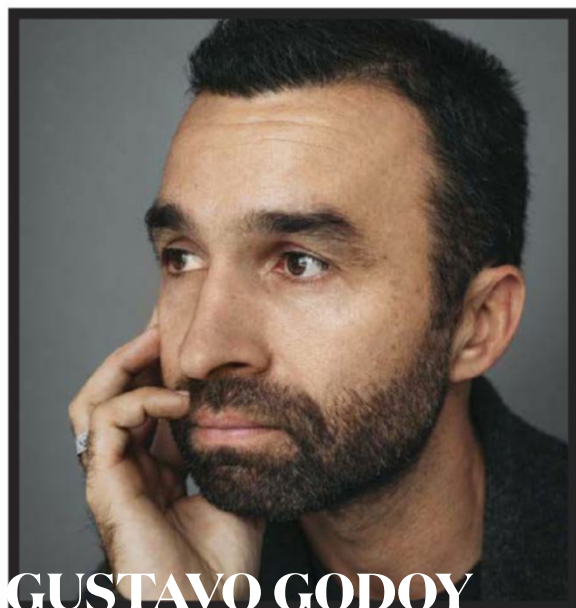
La cruzada del cine en español

“Llegué a Los Ángeles por la industria pero me quedé por el sol”, dice la mexicana Cristina Garza, vicepresidente de MUNDIAL, agencia de ventas de Hollywood IM Global y Canana, la productora de Diego Luna, Gael García Bernal y Pablo Cruz. “Las buenas películas siempre encuentran su audiencia. Lo vimos con *Relatos Salvajes*. Netflix y Amazon están produciendo en la región, incrementando la calidad y cantidad de nuestras series y filmes. Este es un gran momento para trabajar con artistas latinoamericanos”, ratifica.

ALEXIS ZABÉ

Vida hip hop

El cinematógrafo mexicano conocido por *Temporada de Patos*, Alexis Zabé, vive en la meca del cine y asegura haber encontrado allí “un respeto al derecho ajeno que prevalece”. Seguidor de expresiones musicales como el hip hop, ha trabajado con artistas de la talla de DJ Muggs, Pharrell Williams, A\$AP Rocky, Die Antwoord y Snoop Dogg. “El año pasado conocí al director de *Tangerine*, Sean Baker, y rodamos un corto y un largometraje juntos”, anuncia. Nada mal.



GUSTAVO GODOY

La impronta del arte

Hijo de un urbanista mexicano, la obra del artista y escultor Gustavo Godoy ha sido exhibida en notables museos como el MOCA. “La producción de arte en California es innegable y está conquistando espacios nuevos. De Hollywood a Santa Mónica, de Wilshire Boulevard al Barrio Chino y el centro. Es increíble lo que está pasando”.



CAROLINA PARADA

En el top de Silicon Valley

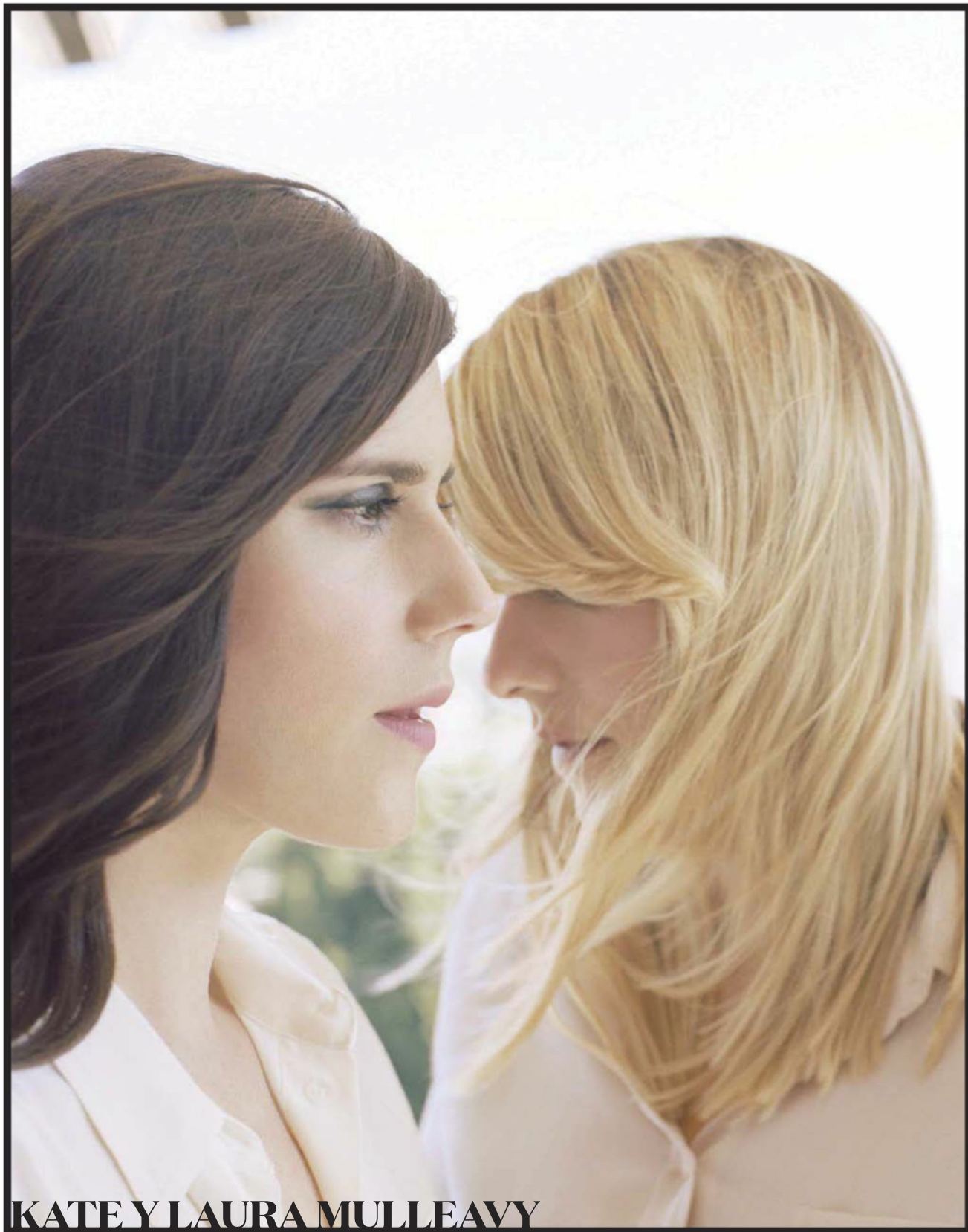
La venezolana Carolina Parada es una de las latinoamericanas más destacadas del mundo de la tecnología. Es investigadora científica de Google en Mountain View y creadora del detector de voz para *Android Ok Google*, que cuenta con millones de usuarios. “Fue mi proyecto de iniciación en Google. Empecé trabajando sola en ello y tuve mucha libertad para probar diferentes algoritmos y organizar el proyecto”, y agrega, “la clave para entrar en compañías como estas es tu educación. La tecnología cambia muy rápido y tienes que salir de tu zona de confort para innovar”, afirma.



EUGENIO LÓPEZ

El coleccionista incansable

El creador de la Colección Jumex, una de las más importantes de Latinoamérica, con sede en el Museo Jumex de la Ciudad de México, Eugenio López, vive en Los Ángeles desde 1994, urbe que ha visto transformarse en uno de los epicentros globales del arte. “En los últimos diez años han abierto muchísimas galerías y decenas de artistas viven hoy aquí. Diría que Nueva York, Berlín y Los Ángeles son las capitales del arte actualmente. Este vuelco ha sido muy inspirador”, expresa. Patrono de museos como el MOCA, se ocupa por crear una colección que trascienda el paso de los años. Es muy claro sobre su futuro: “Me la paso buscando”, concluye.



KATE Y LAURA MULLEAVY

Indie fashion story

Con raíces mexicanas, las creadoras de la exitosa firma Rodarte apostaron por Los Ángeles cuando la mayoría pensaba que la moda californiana era muy informal para ser tomada en cuenta. “California es una forma de definir nuestro amor por la individualidad y la creatividad personal”, coinciden. Amantes de los jardines Huntington y las compras en Virgil Normal, agregan: “Los Ángeles es la ciudad de los sueños y esa historia es suficiente para reafirmarse como valor dentro del vocabulario de la moda”.

ANTONIO MUÑIZ

Lienzo onírico

El artista oriundo de Chihuahua, México, encontró en Los Ángeles un suelo fértil para su obra. “La ciudad tiene una energía muy especial, podría decir que es muy maternal”, afirma. En sus pinturas predomina la técnica surrealista de la *fumage*. “Mi fascinación de pintar con humo es su movimiento. Sus múltiples dimensiones me brindan la oportunidad de romper con lo lineal”, explica.



MANUEL GARCÍA RULEO

El actor de las dos fronteras

El tapatío Manuel Rulfo es hoy uno de los latinoamericanos más prometedores de Hollywood. Lleva cinco años en Los Ángeles y se declara amante de su diversidad y naturaleza, pero abrirse paso en la industria no le fue fácil. “Sí me tocó toparme con mucho rechazo... También en México”, confiesa. Tras protagonizar el western *Los siete fantásticos* junto a Chris Pratt y Denzel Washington, está rodando *Soldado* y se prepara para otro rol en Londres. *Chapeau!*

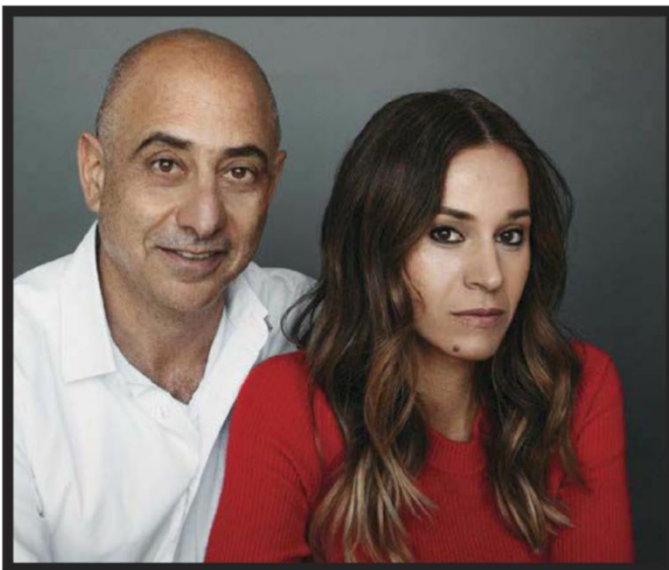
MÓNICA CALDERÓN Y EZEQUIEL FARCA

Fusión arquitectónica

La pareja de mexicanos —ella diseñadora y él arquitecto— se mudó a California en 2011 y ya figuran entre los mejores de su área. “He diseñado cines *VIP*, residencias, proyectos náuticos”, cuenta Ezequiel.

“Ahora trabajo en una colección para Marc Jacobs”, destaca Mónica.

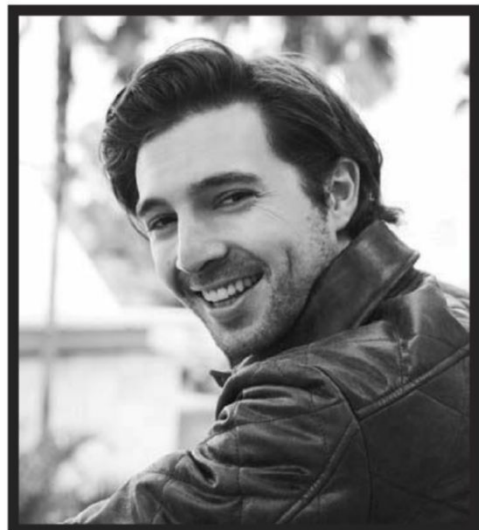
El museo The Broad y la casa Eames son sus imperdibles en L.A.



ROBERTO AGUIRRE

En franco ascenso

Nació en la Ciudad de México, se crió en Suiza, estudió actuación en Nueva York y desde 2013 intenta hacerse un nombre en Hollywood. “Siento que al principio de cualquier carrera siempre es difícil. Quieres que todo suceda en un día, pero nada que valga la pena en la vida es fácil”, expresa. ¿Lo mejor hasta la fecha? Trabajar junto al fallecido Robin Williams. “Lo conocí en un restaurante antes de comenzar el rodaje. Descubrí frente a mí al hombre más humilde, generoso y noble que jamás haya conocido”, recuerda.



¡Acción!

En estas páginas, nueve de las **súper estrellas del año** brillan sin un guión

Texto Lynn Hirschberg — Fotógrafo Craig McDean — Estilista Edward Enninful

Ya es una tradición estadounidense: en tiempos difíciles la gente va al cine. Muchos buscan una distracción romántica o un lugar para llorar o para identificarse con los personajes que se enfrentan con dificultades similares. Para los estadounidenses en general, la elección presidencial del 2016 fue turbulenta y desagradable. Sin embargo, las películas del año pasado fueron sorprendentemente reflexivas e inspiradoras. La llamada “temporada de prestigio” se inició en mayo en el Festival de Cine de Cannes con el filme *Hell or High Water*, en el que Chris Pine interpretó una nueva clase de antihéroe occidental: un hombre que robaba bancos para salvar la tierra de su familia. Lo perseguía un *ranger* de Texas, interpretado por Jeff Bridges, y la complejidad moral de la película —¿regresarán nuestros actos pasados para atormentarnos?— es algo que los estadounidenses deberían tener en cuenta. También se estrenó en Cannes el filme *Loving*, basado en la historia real de Mildred y Richard Loving, la pareja que ayudó a legalizar el matrimonio interracial —llevaron su caso hasta el Tribunal Supremo en 1967— y, en última instancia, allanaron el camino para el matrimonio de dos personas del mismo sexo. Ruth Negga representa el papel de Mildred, y su grácil y tenaz interpretación podría ser considerada como la mejor actuación del año, aunque también se distinguieron muchas otras actuaciones, como Casey Affleck interpretando a un hombre destrozado por una pérdida en *Manchester by the Sea*; Mahershala Ali como un traficante de drogas y mal padre en *Moonlight*; Anya Taylor-Joy como una diabólica hija de otro mundo en *The Witch*. En un año en que a una mujer se le negó la presidencia, los personajes femeninos prevalecieron en la gran pantalla: Amy Adams como una lingüista que negociaba la paz mundial en *Arrival*, y una arrepentida comerciante de arte en *Nocturnal Animals*. Natalie Portman combinó fuerza y elegancia en su interpretación de un ícono, Jackie Kennedy; en *20th Century Women*, Annette Bening fue a la vez enigmática y dominante como una inusual matrona de los años 70, y en *Hidden Figures*, Taraji P. Henson encarnó magistralmente a una heroína poco conocida, la matemática de la NASA Katherine Johnson. A diferencia de gran parte del país, Hollywood exaltó el empoderamiento femenino y el público lo acogió con regocijo. Si bien la tendencia del nuevo gobierno del país del norte parece ir para atrás, las películas en 2016 continuaron ampliando sus horizontes —y los nuestros—. Es más, en diciembre apareció una versión moderna de un estilo cinematográfico clásico: *La La Land*, un emocionante musical de canciones y bailes con un toque melancólico. Emma Stone estuvo radiante y conmovedora en su papel de Mia, una aspirante a actriz que persigue sus sueños en lugar de buscar un hombre. A diferencia de los musicales del pasado, *La La Land* no tiene un final feliz: como la vida real, es melancólica y complicada, y, sin embargo, la única opción es seguir adelante. El arte salvó a Mia, mientras oramos para que nos pueda salvar a todos. Con ese estado de ánimo optimista, seleccionamos a nueve actores que brillaron más el año pasado. Es nuestro ferviente deseo que sus actuaciones recuerden al mundo que las grandes películas tienen la maravillosa capacidad de unirnos. ●

Emma Stone

LA LA LAND

“Mi verdadero nombre es Emily Stone, pero cuando empecé a actuar ese nombre ya había sido adoptado por otra actriz, así que tuve que pensar en otro diferente. Para una joven de 16 años, escoger un nuevo nombre es una perspectiva interesante, y en ese entonces dije: ¡Voy a ser Riley Stone! Así que durante unos seis meses me llamaron Riley. Obtuve un papel como actriz invitada en *Malcolm in the Middle*, y un día, cuando llamaban: ¡Riley! ¡Riley! ¡Riley! ¡Te necesitamos en el set, Riley!, no tenía ni idea de a quién estaban hablando. En ese momento, me di cuenta de que no podía ser Riley. Así que me convertí en Emma. Pero extraño a Emily. Me encantaría recuperarla”.

**SUÉTER DE SONIA RYKIEL;
PANTIES DE COMMANDO.**





Amy Adams

ARRIVAL Y
NOCTURNAL
ANIMALS

"En *Nocturnal Animals*, Tom Ford fue mi fuente de inspiración. Mi personaje, Susan, era muy personal para Tom, y decidí basar mi interpretación en él. Tom preguntaba en el set, ¿Por qué Amy mueve las manos de esa forma? Y le dije: ¡Te estoy copiando, Tom! Lo imité. Lo imité".

BLUSA DE GUCCI;
ARETES DE DJULA.

Natalie Portman

JACKIE

“La idea de interpretar a Jackie Kennedy es intimidante. Al principio me sentía muy nerviosa, así que comencé a investigarla. Las biografías de ella son un poco vulgares, pero las transcripciones de sus entrevistas con el historiador Arthur Schlesinger fueron realmente útiles. Todas están grabadas, y se oye la voz de Jackie. Su intelecto y su ingenio— y las cosas que le perturban— son inmediatamente evidentes. Al mismo tiempo, trabajaba en pruebas de maquillaje y vestuario. Cuando me puse la peluca de Jackie, lo físico y lo emocional parecieron unirse. El cabello en sí es tan icónico, que una vez que lo tienes puesto, puedes empezar a ver a Jackie. Si bien sé que no me parezco a ella, sentí que estaba en su piel”.

VESTIDO DE EQUIPMENT.



Viggo Mortensen

CAPTAIN FANTASTIC

"Creo que cuando se trata de actuación, a menudo las mujeres son mejores que los hombres. Históricamente, han tenido que actuar casi en una forma de defensa propia, desempeñando papeles en un mundo dirigido por hombres. Los mejores actores masculinos, como Marlon Brando, se sienten cómodos con su lado femenino. Eso es lo que los hace grandes".

EN MORTENSEN: CHAMARRA Y SUÉTER, DE BOSS; EN LA MODELO: VESTIDO DE GIORGIO ARMANI.





Felicity Jones

A *MONSTER CALLS* Y
ROGUE ONE: A STAR WARS STORY

“Recientemente, parece que estoy muriendo mucho en la pantalla. Lizzie, mi personaje en *A Monster Calls*, tiene cáncer, y me obsesioné con la forma en que la voz de alguien cambia a medida que su cuerpo se deteriora, y cómo cambia la manera en que lleva su cuerpo. Los pacientes con cáncer me decían cosas como: Te obsesionas con pintarte las uñas, porque tu cuerpo está fuera de control. Cada vez fue más y más difícil interpretar a Lizzie. Creo que ya no volveré a morir”.

VESTIDO DE GIORGIO ARMANI;
ARETES DE DJULA; ANILLO DE TACORI.

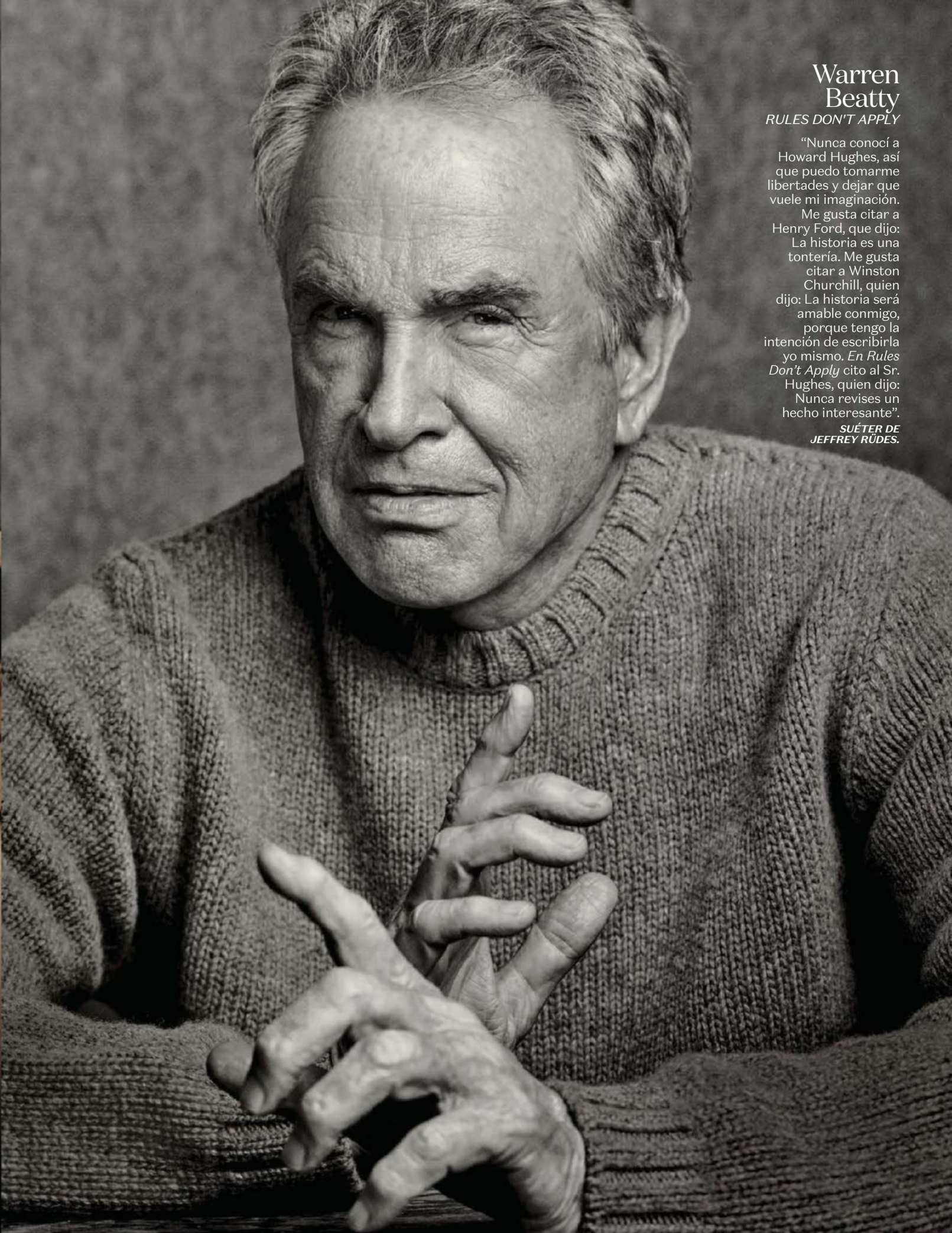
A full-page photograph of actor Adam Driver. He is wearing a black leather motorcycle jacket with a shearling collar and is sitting on a sofa with a red and beige striped pattern. He is looking off to the side with a serious expression. A woman's hand is visible resting on his leg, and he is wearing a watch and a ring.

Adam Driver

PATERSON Y SILENCE

“Esta es la historia de dos sacerdotes jesuitas que viajan de Macao a Japón en busca de su mentor, un sacerdote que tal vez haya renunciado a su fe. Cuando Martin Scorsese me invitó a ir a su casa para hablar de la película, sabía que ese proyecto lo había apasionado durante 28 años. Hablamos de *Silence*, pero cuando Scorsese comienza una frase como: Cuando estuvimos rodando *Raging Bull*... No puedes evitar decir: Sí, anda, cuéntame todo. Así que hablamos durante mucho tiempo y finalmente me preguntó si estaría dispuesto a perder peso para el papel. Tenía sentido: ¿Cómo puedes interpretar a un sacerdote perseguido del siglo XVII si tienes sobrepeso? Así que perdí alrededor de 18 kilos. Lo único malo de la pérdida de peso fue que no encontraba ideas para interpretar una escena debido a que estaba demasiado hambriento. Entonces comía una cucharada de mantequilla de cacahuete y de repente todo funcionaba”.

EN DRIVER: CHAMARRA DE DIOR HOMME; PLAYERA Y JEANS, DE RAG & BONE STANDARD ISSUE; RELOJ DE ROLEX; EN LA MODELO: MEDIAS DE WOLFORD.

A black and white portrait of Warren Beatty. He is an older man with grey hair, looking directly at the camera with a serious expression. He is wearing a dark, textured knit sweater. His hands are clasped in front of him, with fingers interlaced. The background is a mottled, textured grey.

Warren Beatty

RULES DON'T APPLY

"Nunca conocí a Howard Hughes, así que puedo tomarme libertades y dejar que vuele mi imaginación.

Me gusta citar a Henry Ford, que dijo: La historia es una tontería. Me gusta citar a Winston Churchill, quien dijo: La historia será amable conmigo, porque tengo la intención de escribirla yo mismo. *En Rules Don't Apply* cito al Sr. Hughes, quien dijo: Nunca revises un hecho interesante".

**SUÉTER DE
JEFFREY RÜDES.**

Chris Pine

HELL OR HIGH WATER

“Mis padres eran actores. Me acababa de graduar de la universidad, y mi padre había ido a una audición para *Gilmore Girls*. Dijo a los directores de casting: Mi hijo está de vuelta en la ciudad. ¿Lo pueden entrevistar para una lectura? Así que fue nepotismo puro. No puedo recordar el papel —¿tal vez el novio de alguien?— Comencé interpretando novios, futuros maridos y príncipes.

Cuando leí el guión de *Hell or High Water*, la imagen que me vino a la mente fue la de un hombre en un porche con los ojos entrecerrados ante la dura luz del sol, pero sin hablar. Tengo muchos recuerdos similares de mi padre, en los que estamos sentados uno al lado del otro sin decir mucho. Los occidentales mantienen un silencio estoico que siempre he apreciado. En estos días, tenemos demasiadas distracciones. Y sufro de síndrome de déficit de atención, así que si algo me atrae y me aleja de acariciar a mi perro o simplemente de soñar despierto, inmediatamente presto atención”.

SUÉTER DE BRUNELLO CUCINELLI;
PANTALÓN DE SANDRO;
ZAPATOS DE LOEWE.





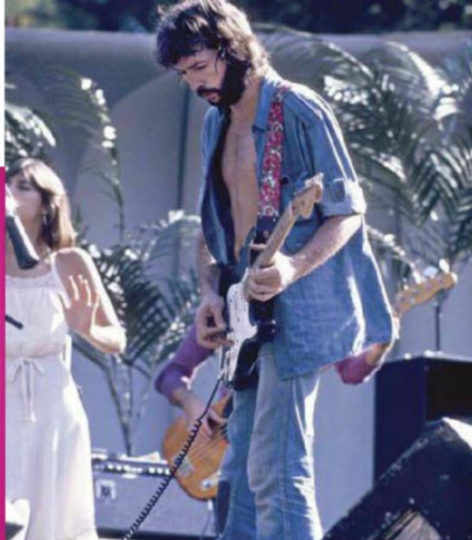
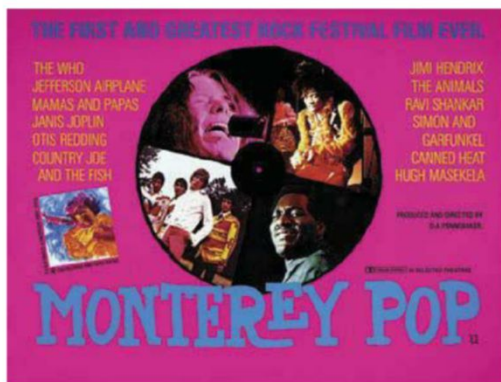
Peinado, Orlando Pita para Orlando Pita Play; peinado para Stone, Mara Roszak para L'Oréal Paris representada por Starworks Artists; maquillaje, Peter Phillips para Dior; maquillaje para Stone, Rachel Goodwin para Chanel representada por Starworks Artists; peinado y maquillaje para Beatty, Natalia Bruschi; manicura, Michelle Saunders para Essie representada por Forward Artists; diseño del set, Piers Hammer.

Marion Cotillard

ALLIED, IT'S ONLY THE
END OF THE WORLD
Y ASSASSIN'S CREED

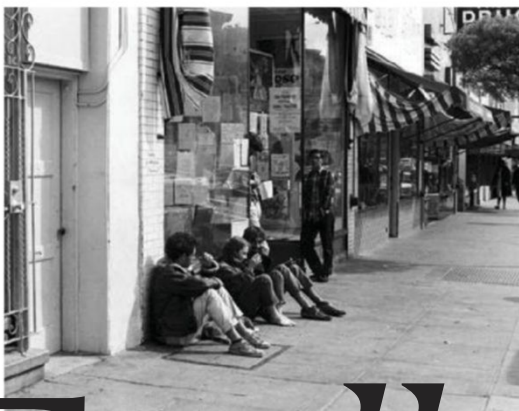
“Puede sonar raro, pero siempre lloro al final de *Step Brothers*. He visto la película diez veces y todavía me emociona el final cuando Will Ferrell canta. Uno no espera llorar viendo ese tipo de comedia, pero no puedo evitarlo”.

ABRIGO DE BURBERRY; SUÉTER DE
LORO PIANA; ARETES DE CHOPARD.



TIERRA DE LIBERTAD

De izda. a dcha.: cartel del festival Monterey Pop de 1968; Eric Clapton en la Universidad de Stanford en 1975; abajo; la cultura del *skateboard* predomina en California; abajo, izda.: el epicentro del verano del amor en Haight-Ashbury, San Francisco, en el año de 1967.



Endless summer

Revolución, subversión y libertad individual. California es desde su fundación, el estado más libre de Estados Unidos. Si fuera una república independiente sería la sexta economía del mundo; hoy es un reducto de osadía y atrevimiento social

Charles Manson. Con él acabó el sueño *hippie*, esa miscelánea de drogas, música, política y arte que se convirtió en uno de los movimientos culturales más importantes de la segunda mitad del siglo XX y que fue brincando, de estado en estado, de país en país, desde California, propagándose como un virus libertario por el resto del planeta. Cuando Manson y los miembros de La Familia, la secta fundada por un mesiánico psicópata que incluso llegó a grabar una maqueta junto a Dennis Wilson, baterista de The Beach Boys, abandonaron la casa ubicada en el 10600 de Cielo Drive de Beverly Hills tras asesinar a cuatro personas, entre ellas Sharon Tate —entonces esposa de Roman Polanski— la utopía ya había llegado a su fin.

Esta había comenzado más de una década antes, fundamentada como contrapunto necesario al nihilismo que había provocado el crecimiento económico desmedido vivido en Estados Unidos tras la victoria aliada en la Segunda Guerra Mundial, las guerras de Corea y de Vietnam y la Guerra Fría. Con un nuevo, atractivo y revolucionario estilo de vida sus seguidores se enfrentaron a través de radicales ideas políticas, novedosos cuestionamientos éticos y una modernísima moralidad a una incipiente y acomodada clase media cuya máxima aspiración era alcanzar el



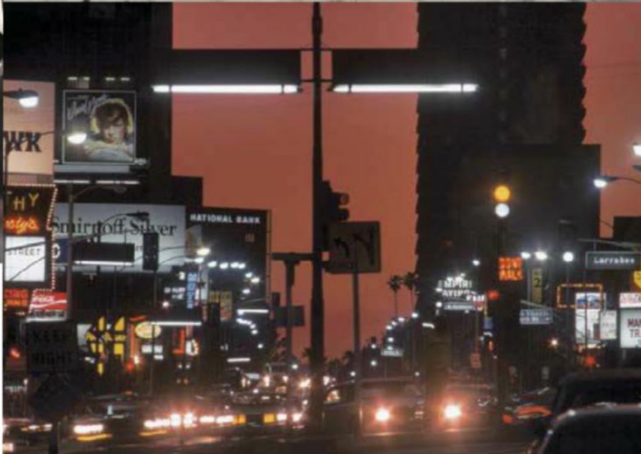


MOMENTOS LEGENDARIOS

Izda.: The Whisky A Go-Go, mítico foro en L.A.; abajo: Janis Joplin en San Francisco, en 1967.



“La ecología, la empatía social, las libertades individuales y la integración racial forman parte de la vida de cerca de 40 millones de habitantes, quizás los más progresistas de Estados Unidos”



De izda. a dcha.: Paul Otellini, CEO de Intel, Andy Grove, el previo CEO de Intel y Steve Jobs en Macworld, en el 2006; imagen del Sunset Strip en Los Ángeles, 1975.

STAFF; MICHAEL OCHS ARCHIVES (2); JUSTIN SULLIVAN; DONALDSON COLLECTION; todos para Getty Images.



Izquierda: The Beach Boys posan para un retrato en agosto de 1962; arriba: *Southbay Gang* por el fotógrafo Hugh Holland en 1975.

repetido sueño americano: una casa con televisor, electrodomésticos y parrilla en el jardín. Los albores del movimiento los describe a la perfección Tom Wolfe, padre del Nuevo Periodismo, en su novela de no ficción *The Electric Kool-Aid Acid Test* (1968). En ella el autor, inspirado en cierta medida en la obra *On The Road* (1957), de Jack Kerouac, sigue los pasos de Ken Kesey, autor de la novela *One Flew Over the Cuckoo's Nest* (1962), quien, junto a una pandilla de descerebrados y soñadores conocida como The Merry Pranksters, se subió a un autobús para recorrer el país y parte de México bajo los efectos del LSD y con la banda sonora de Grateful Dead, Janis Joplin, Jefferson Airplane, Led Zeppelin, The Byrds, Jimi Hendrix, Bob Dylan y Joan Baez, entre muchos otros, como fondo musical. Su clímax aconteció en el verano del amor de 1967, cuando las matanzas de Vietnam, la escasez de libertad

de expresión, el macartismo, la caza de brujas y las desigualdades sociales provocadas por las diferencias raciales explotaron en las manifestaciones por los derechos civiles. Con la Universidad de Berkeley como epicentro, el poder de las flores a punto estuvo de conquistar el mundo (si es que no lo logró) y todo ello partiendo desde el barrio de Haight-Ashbury, ubicado, cómo no, en San Francisco. "Haight-Ashbury era una zona de bajos alquileres donde se encontraron una gran cantidad de músicos y artistas. Fue un lugar muy divertido donde los horizontes eran ilimitados", recordaba Bob Weir, uno de los fundadores de Grateful Dead, en una entrevista.

Si Francia tuvo su Mayo del 68 y México su movimiento estudiantil, fue en gran parte a aquellos jóvenes amantes de las drogas que decidieron levantarse frente al poder en la Universidad de Berkeley en 1964.

Un nuevo Mediterráneo para los conquistadores españoles que llegaron al lugar en el siglo XVI por petición expresa de Hernán Cortés, el valhalla del metal dorado para aquellos pioneros que buscaron el oeste durante la fiebre del oro, la utopía libertaria para esos hippies que se levantaron contra el *establishment* de la paralítica burguesía post Segunda Guerra Mundial, paraíso de las libertades durante las décadas de los 70 y 80, meca del *surf* y del *skate*, sede de la industria cultural y de entretenimiento más influyente del planeta y paraíso *techie* y *geek*, California, considerada la sexta economía del mundo en caso de que se convirtiera en una república independiente (sentimiento acrecentado entre las élites intelectuales tras la victoria de Donald Trump), ha sido desde su origen un reducto de espontaneidad, emancipación, contracultura revolucionaria y atrevimiento. Sin California y los californianos serían impensables corrientes como las que abogaron por la liberalización de la marihuana (hoy un hecho), por las libertades sexuales, por la concienciación ecologista y la protección ambiental o por la concepción de que el ocio ha de ser una de las cuestiones más importante en el desarrollo personal del ser humano. Sin embargo, a pesar de las bondades de su clima y de su poderío económico no todo ha sido felicidad en el estado más poblado de Estados Unidos y el tercero del país en extensión.

El 3 de marzo de 1991, el afroamericano Rodney King fue detenido por la Policía de Los Ángeles, una de las más violentas del país, siendo apaleado por cuatro agentes cuando se encontraba esposado y reducido en el suelo. Estos fueron absueltos el 29 de abril de 1992 por un jurado compuesto en su mayoría por miembros de raza blanca, convirtiéndose en la llama que prendió la mecha de los conocidos como Disturbios de Los Ángeles, que acabaron con pillajes, saqueos, actuaciones desproporcionadas de la policía angelina y con entre 50 y 60 muertes, además de poner sobre la mesa las dificultades de convivencia provocadas, entre otras cuestiones, por la enorme emigración latinoamericana que había aterrizado en el estado. El contexto de los mismos fue el de una ciudad sin ley, dirigida en la clandestinidad por los enfrentamientos protagonizados por las bandas Crips y Bloods, con el *gangsta rap* sonando en cada esquina. Un ambiente enrarecido que llevó a la ciudad más poblada del estado a convertirse en una zona de guerra y de la que salieron grupos y MCs como N.W.A., Snoop Dogg o Ice-T. La paz llegó finalmente a las calles, aunque tuvo que pasar el tiempo hasta que el *downtown* volviera a ser recuperado por los ciudadanos.

Hoy, Los Ángeles y San Francisco en particular, y toda la línea costera del estado en general, marcan tendencias en cuanto a moda, música, arte, tecnología, gastronomía y estilo de vida. La ecología, la empatía social, las libertades individuales y la integración racial (esta aún en entredicho) forman parte de la vida de cerca de 40 millones de habitantes, quizás los más progresistas del país. El estilo relajado frente al *tweed* de la Ivy League; el surf y el *skate* frente a las pistas de esquí de Vermont; la marihuana frente al *clam chowder* de Maine. Hasta se creó un verbo para entender su expansión ideológica: *californicate*, y una palabra para comprender el nuevo Hollywood: *Hollyweed*. California, el verano que nunca acaba. —DANIEL GONZÁLEZ

OLA DE CALOR



¡Bikinis, shorts, *prints*, rayas y diferentes texturas a la vista! El *look* californiano se corona estos días de sol

Fotógrafo Guy Aroch
Realización Andreas Kokkino

LET'S GO GIRLS!

Saco de Chanel; bikini de Lisa Marie Fernandez; botas de Coach 1941; *choker* y *cuffs*, de Roxanne Assoulin; anillos de Ileana Makri, Repossi y Sterling King.

CON ÍMPETU

Vestido a rayas,
de Sacai; traje de
baño, de Chromat;
anillo de Ileana
Makri, Alice Waese,
Repossi y Sterling
King; gargantilla de
Roxanne Assoulin.



SUTIL PICARDÍA

Top con recortes
y pantalón a rayas,
ambos de Fendi;
zapatos de Proenza
Schouler; brazaletes
de Roxanne Assoulin;
anillos de Ileana Makri,
Repossi y Sterling King.





¡A LA VICTORIA!

Rompevientos de Xuly.Bët; mono con estampado gráfico, de Emilio Pucci; zapatos de Coach 1941; lentes *oversize*, de Mykita; tabla de *surf*, de Haydenshapes.

SIEMPRE LIBRE

Sudadera a rayas con
bordados, de Marc
Jacobs; *panties* de
Lisa Marie Fernandez;
zapatos de Coach
1941; brazaletes de
Roxanne Assoulin.



Paramount Pict



PURO ENCANTO

Abrigo con *print*
Art Déco con doble
abotonadura, de Miu
Miu; brazaletes de
Roxanne Assoulin;
lentes de Carrera;
anillos de Ileana Makri,
Alice Waese y Repossi.





CONEXIÓN TOTAL

Suéter de Coach 1941;
panties de Lisa Marie
Fernandez; brazaletes de
Roxanne Assoulin; anillos
de Ileana Makri, Alice
Waese, Repossi y Sterling
King. En página opuesta:
Look de Alexander Wang;
botas de Coach 1941;
brazaletes de Roxanne
Assoulin. En este reportaje:
PEINADO, Dennis Lanni;
MAQUILLAJE, Deanna Hagan;
ASISTENTE DE MODA, Devin
Hershey; MODELO, Vita
Sidorkina/IMG.



Quienes la conocieron, dan fe de un legado único en la historia de la moda. Centenas de portadas icónicas, miles de imágenes provocadoras y millones de personas inspiradas por su talento, inscriben su nombre en el firmamento de las leyendas



FRANCA SOZZANI



2



3

“Un espíritu valiente que forjó su camino, inspirando a la gente a soñar; y en quienes confió, les dio el don de la libertad creativa, sin duda, el más grande regalo.

—Melanie Ward, ESTILISTA DE MODA



4

1. La primera portada de Franca Sozzani para *Vogue Italia*; 2. Edie Campbell bajo la lente de Tim Walker; 3. La edición con modelos *plus-size* de julio 2011; 4. Linda Evangelista fotografiada por Steven Meisel; 5. Jean Campbell en la edición de diciembre 2016; 6. La modelo mexicana Issa Lish; 7. La edición del 50 aniversario.



1

“Tenemos las más hermosas imágenes porque Franca nos permitió ser como somos. Nunca tenías que decirle qué ibas a hacer, ella sabía que sería bello.

—Paul Cavaco, ESTILISTA DE MODA



5



7

“Al minuto que fue nombrada directora de *Vogue Italia*, puso a la industria editorial de cabeza. Creativamente férrea a sus ideas y sin miedo, hizo lo que quiso.

—Fabien Baron, DIRECTOR CREATIVO



6

“Solo las mentes más seguras e inteligentes pueden ver esa mezcla de infinitas referencias. ¡Ella fue una verdadera visionaria!

—Jacob Kjeldgaard, ESTILISTA DE MODA

ICÓNICOS INSTANTES

The Beverly Hills Hotel recibe a celebridades desde sus inicios en 1912. En la imagen, Faye Dunaway fue fotografiada por Terry O'Neill la mañana después de ganar el Oscar en el año 1977.



Editora
Regina Montemayor

Mundo VOGUE

L.A. CONFIDENTIAL

La mayor ciudad de California se ha convertido en el último referente de cultura, moda y arte gracias a sus nuevos exponentes

Recorrer una ciudad que se extiende por 71 kilómetros de norte a sur y por 47 de este a oeste, y conocer todos sus rincones puede parecer imposible. Por esta razón, es indispensable acercarse a la gente local para identificar los *must-see*. En pleno renacimiento cultural estos últimos años, Los Ángeles no es una ciudad de la que te enamoras a primera vista como París, Roma o Sídney. Sin embargo, es atractiva como ninguna otra. Su legado cinematográfico es inmenso y continúa desarrollándose, su personalidad *artsy* se está revelando cada vez más con la llegada de artistas,

galerías y museos que ahora la prefieren a Nueva York, y su clima de ensueño permite disfrutar de la playa en cualquier temporada. En L.A. cada uno escoge su *look*, su estilo de vida y su actividad laboral con toda libertad. Pero todos los angelinos comparten una cosa: esta actitud *ultra cool* que se siente en cualquier sitio de la ciudad. La vibra playera de Santa Monica y Malibu, el lado glamuroso de Beverly Hills y Hollywood, y la tendencia cultural de Downtown L.A. son algunos de los ambientes que se pueden experimentar. Hoteles de leyenda como Chateau Marmont y The Beverly Hills Hotel dan la oportunidad de acercarse al mundo de las celebridades. Otros establecimientos, más recientes, plasman espacios interiores llenos de creatividad y de sorpresas como el SLS Beverly Hills donde la estrella del diseño Philippe Starck introdujo toques *rock'n'roll*, confirmando su estilo subversivo a través del cual el humor y la poesía se fusionan. La piscina al aire libre ofrece vistas espectaculares y se vuelve uno de los espacios más en boga de la ciudad durante la primavera y el verano gracias a los *DJ's* que acuden todos los fines de semana entre las dos y las seis de la tarde. En el renombrado restaurante The Bazaar by José Andrés, se saborean tapas inventivas en una atmósfera elegante y contemporánea. Por otra parte, Kelly Wearstler, la diseñadora más cotizada de Los Ángeles, realizó varios proyectos en su ciudad de residencia, como el Viceroy Santa Monica que se ubica a algunos metros de la playa y de calles animadas con tiendas y cafés, así como el reciente restaurante Viviane de estilo *revival* californiano que se alberga en el icónico Avalon Hotel Beverly Hills. Ya sea para desayunar, comer o cenar, el restaurante Gjelina —diseñado por Studio Mai— es otro *hit*

HOTELES

En cada barrio tienes opciones de estilo ultra chic, urbano, artsy, glamuroso o relajado

1 SLS Beverly Hills, suite presidencial. Los espacios públicos y privados fueron diseñados por Philippe Starck; **2 The Beverly Wilshire** cuenta con un lujoso *spa*; **3 Bar Nineteen 12** en el Beverly Hills Hotel; **4 Chateau Marmont**, uno de los hoteles más legendarios de la ciudad en West Hollywood; **5 Viceroy Santa Monica**, Kelly Wearstler se encargó del diseño interior; **6 Ace Hotel Downtown Los Angeles**, una de las *suites* del hotel.



DESTINO **Mundo VOGUE**



2

COMPRAS

Los amantes de la moda, el diseño y el arte siempre encuentran lo más novedoso en las boutiques de Los Ángeles



1 Irene Neuwirth, boutique de la marca de joyería en West Hollywood; 2 Elizabeth and James, *flagship* de la marca fundada por Mary-Kate y Ashley Olsen en The Grove; 3 Consort, tienda de diseño en el Design District; 4 Librería The Last Bookstore, en el barrio de Downtown.



KIM GARCIA; JAMES MARTINEZ; CHRIS PATEY; D.R. (3).

de la ciudad mientras que Le Petit Paris rinde homenaje a la cocina francesa en un espacio donde se combinan elementos de estilo gótico y Art Nouveau. Tomarse el tiempo para beber un café en Verve o platicar comiéndose un macarrón en la pastelería Bottega Louie son otras de las muchas opciones que existen para acercarse a la vida de un habitante de Los Ángeles.

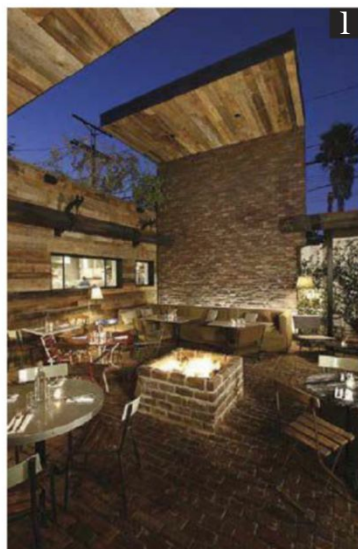
Shopping es la palabra maestra al llegar a Rodeo Drive, la calle ineludible para los amantes de las marcas de lujo. Dior, Prada, Louis Vuitton, Burberry, Ferragamo —entre otros— tienen todos una boutique refinada. Melrose Avenue merece también una visita, así como The Grove, un centro comercial donde la marca Elizabeth and James —creada por Ashley y Mary-Kate Olsen— abrió su primer *flagship* en julio pasado. Además de los grandes nombres de la moda, se pueden también descubrir tiendas independientes y originales como la librería The Last Bookstore que parece ser un verdadero laberinto y que resguarda tesoros insospechados. Tampoco hay que olvidar la importancia del diseño en L.A.; situada en el Design District, la tienda Consort es un buen ejemplo. El estudio de interiorismo que tiene como clientes a los actores Ben McKenzie, Jessica Alba

LANDMARKS

Los museos, los parques y las salas de espectáculos son excepcionales

1 Walt Disney Concert Hall, diseñado por Frank Gehry; 2 El Griffith Observatory es el sitio ideal para ver el cartel de Hollywood y tener una vista panorámica de la ciudad; 3 The Broad, el museo de arte contemporáneo es un *must-see*; 4 Runyon Canyon Park, vista del parque.





y Sophia Bush decidió lanzar su primer *showroom* hace un poco más de un año, presentando una selección de muebles y accesorios modernos y *vintage*, coloridos y audaces.

Descubrir la ciudad de Los Ángeles es también ver sus edificios emblemáticos como el Walt Disney Concert Hall concebido por el famoso arquitecto Frank Gehry. En la misma avenida (Grand Avenue), tampoco hay que perderse el impactante museo The Broad —inaugurado en otoño de 2015— cuya estructura en forma de nido de abeja fue imaginada por Diller Scofidio + Renfro. El LACMA, el Getty Center y la Getty Villa son otras instituciones culturales de referencia. Desde el Griffith Observatory, se aprecia la inmensidad de esta metrópoli fascinante, con el célebre cartel de Hollywood como tela de fondo. Y para respirar aire puro, nada como pasear en el Runyon Canyon Park de 65 hectáreas. Decididamente, Los Ángeles lo tiene todo.—KARINE MONIÉ

RESTAURANTES

Desvelamos algunos de los hotspots favoritos de los angelinos donde se fusiona la gastronomía y el diseño

1 Gjelina, ubicado en la calle Abbot Kinney, seduce por su ambiente rústico-chic; **2 Bottega Louie** es a la vez un restaurante, un café y una pastelería; **3 Verve Coffee**, en la calle Spring, fue diseñado por Studio Mai; **4 Viviane**, diseñado por Kelly Wearstler, se aloja en el Avalon Hotel Beverly Hills; **5 Le Petit Paris**, su interior.



REY DE UN IMPERIO FLORAL

Eric Buterbaugh revela
cuál es la clave del éxito
de su jardín secreto en
L.A. y las obras de arte
que crea a base de flores

ASHLEY FRANGIE.



SU MAJESTAD

Eric Buterbaugh
en su boutique
homónima
ubicada en
West Hollywood.





A mante de la firma Versace desde muy joven, Eric Buterbaugh comenzó a trabajar en esta *comen's buyer*. Conoció a Gianni Versace, se volvieron amigos y se mudó a Londres para trabajar directamente con él, creando amistad con las *top* del momento: Naomi, Christy, Linda y Cindy. Sin embargo, años más tarde, se dio cuenta que la industria de la moda no era “lo suyo”, como él menciona. Volvió a L.A. y comenzó a explorar el arte de la florería al ayudar a una amiga con la decoración en una fiesta. Días después, recibía llamadas de mujeres que querían que hiciera las flores para sus fiestas. Una fue muy persistente y consiguió que Eric trabajara para ella. De esta manera se convenció que esto le encantaba. “Estaba obsesionado con ofrecer un increíble servicio y que las flores fueran las mejores. No me importaba ganar dinero, sino ser el mejor”, recuerda. También revela, que el éxito detrás de su empresa está en las maravillosas relaciones que hizo a lo largo de los años. “Me encanta trabajar desde



EL DISEÑADOR FLORAL ACREDITA SU ÉXITO A SUS MARAVILLOSAS RELACIONES.

generalmente algo está sucediendo. También porque ahora es más diversa que nunca. Me siento orgulloso de tener mis compañías aquí”, afirma. Sus fragancias no escatiman en lo absoluto. Están hechas a base de los mejores ingredientes. La moda, la arquitectura y el arte son una gran influencia en su trabajo. “Soy como una esponja. Absorbo todo lo que veo”. Así mismo, abrió una galería en su tienda porque quería devolver al arte un poco de lo que este le ha dado, además de tener “un espacio que fuera el centro de inspiración de mi marca”. —R. M.

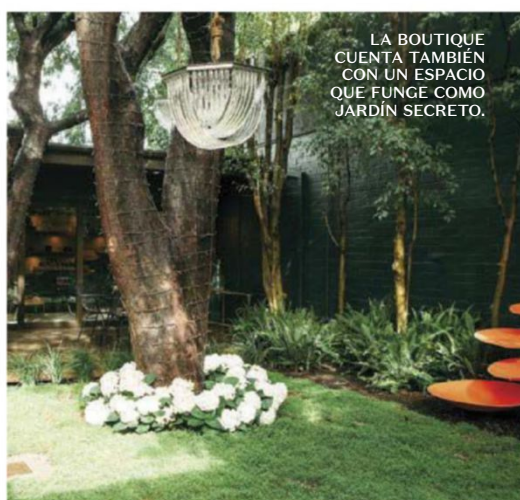
“Me encanta trabajar desde Los Ángeles. Esta ciudad siempre está abierta a nuevas ideas y siempre sucede algo nuevo”



DETALLES DE DECORACIÓN.



BUTERBAUGH JUGÓ CON LOS SENTIDOS AL CREAR SU LÍNEA DE FRAGANCIAS.



LA BOUTIQUE CUENTA TAMBIÉN CON UN ESPACIO QUE FUNGE COMO JARDÍN SECRETO.





GABRIELA CÁMARA
EN SU RESIDENCIA;
ARRIBA, DERECHA:
TÓTEM, DE DANNY
MCDONALD; ABAJO:
FOTOGRAFÍA DE
GONZALO LEBRIJA.



Vogue platicó en exclusiva con Gabriela Cámara, a quien muchos conocen en su faceta de restaurantera por Contramar, Entremar y CALA, y pocos en su lado como impulsora de las artes. Gaby no solo tiene un excelente gusto y visión culinaria, sino también, una estética y percepción de la belleza única, así como un enorme corazón y entusiasmo por su familia, lo que crea y de lo que se rodea. Sus gustos por el arte van desde *La incredulidad de Santo Tomás* de Caravaggio, hasta *El Gran Vidrio* de Duchamp, pasando por las acciones de Joseph Beuys. Al preguntarle en qué momento empezó su relación con el arte, revela:

“La verdad es que no me acuerdo, porque creo que siempre la he tenido. Por suerte, en mi familia el arte ha sido parte del vivir cotidiano, ya sea en la contemplación de un paisaje, un pájaro, una telaraña nueva entre las ramas la mañana después de una buena lluvia en Tepoztlán, o unas fresas que salen de la noche a la mañana en el huerto. También en la lectura de algún verso, el gusto por un dibujo, un cuadro, una construcción

AMOR AL ARTE

Gabriela Cámara nos abre las puertas de su casa y revela qué hay detrás de su afinidad por el mundo artístico y el gastronómico





VIVIR ENTRE VANGUARDIA

Izda.: obras de Claire Fontaine y Carissa Rodríguez, respectivamente; abajo: pieza de Jan Hendrix.



“En general apoyo causas en las que creo, porque me parece importante la filantropía como principio de una sociedad en la que los bienes se comparten”



FOTOGRAFÍAS DE LA EXPOSICIÓN #32, DE BARBARA PROBST.

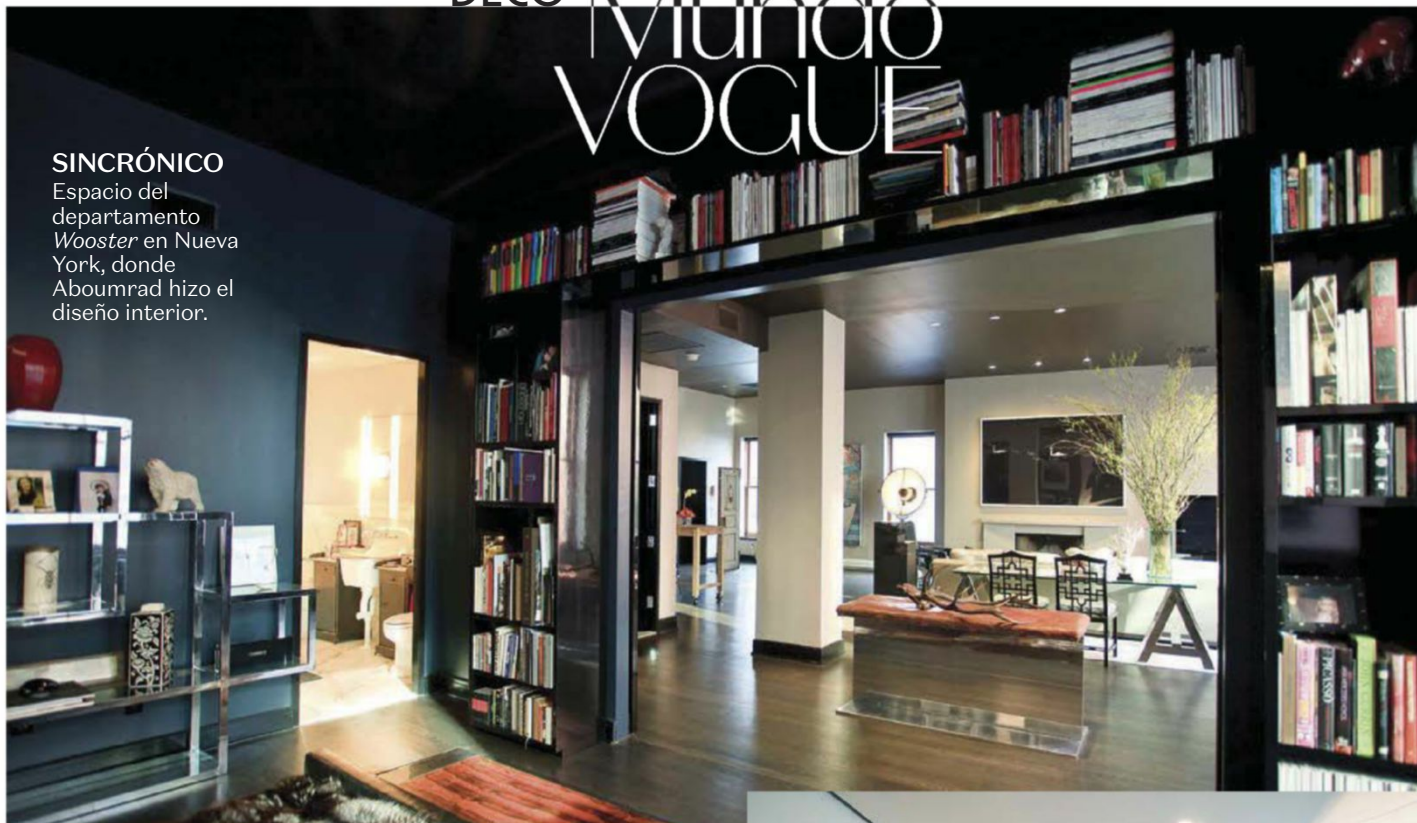
arquitectónica, una escultura, un textil especial, una pieza de música, etc... Desde que me acuerdo, visitábamos cuanto museo se podía, y cuanta iglesia o mercado pasábamos en cualquier viaje. En general ha existido siempre una apreciación estética del mundo que nos rodea, y en mi familia crecí rodeada de artistas y de personas que admiran y respetan genuinamente a los artistas”. Su colección la empieza antes de comprar su primera pieza a su tío, Carlos Pellicer López: el mural de Contramar en 1998. Hasta entonces todo se lo habían regalado.

Comenzó informalmente cuando abrí Contramar. Empezamos a intercambiar piezas por comidas en el restaurante o cocteles para exposiciones. Mucho venía de mi relación con artistas, curadores y galeristas. Luego, unos amigos abrieron formalmente la galería Gaga en un local que tenía debajo de mi oficina, y la renta la pagaban con piezas de artistas de la galería. Para entonces ya compraba arte contemporáneo de otras galerías que vendían artistas jóvenes que me encantan, y me parecía importante apoyar. Esto es siempre una cadenita: si le das a alguien algo, corre la voz y entonces te empiezan a pedir cocteles y comidas, ya sea en intercambio o como donación. También he apoyado mucho cine y teatro, igual por amistad con actores y directores, y eventos de diseño y arquitectura por mi cercanía con diseñadores y arquitectos, o porque conozco a los organizadores. Pero en general apoyo causas en las

que creo, porque me parece importante la filantropía como principio de una sociedad en la que los bienes se comparten”, confiesa. Gaby también comparte por qué decide abrir el restaurante CALA en San Francisco, lugar en el que radica. “Cuando supe que iba a vivir ahí, me empecé a imaginar un lugar que pudiera tener relevancia. No quería simplemente hacer ceviches y tostadas, y aprovecharme de la ola de popularidad de la comida mexicana fuera de México y de la imagen cool de la cultura cosmopolita contemporánea de nuestra capital chilanga en particular. San Francisco es una ciudad increíblemente sofisticada en términos de la comida y de la organización social y cultural. Históricamente, es un lugar políticamente muy avanzado y muchos de los atributos que a mí me parecen importantes en la gastronomía moderna se han definido en esa ciudad y en Berkeley, que es parte de lo que llaman “el Área de la Bahía”. Hay extraordinarios restaurantes, y a nivel nacional, San Francisco es considerada la mejor ciudad para comer en Estados Unidos”, finaliza. —LUZ MARÍA MOCTEZUMA

SINCRÓNICO

Espacio del departamento Wooster en Nueva York, donde Aboumrad hizo el diseño interior.



VIVACIDAD EN EL ESPACIO

Arquitecta de profesión pero interiorista de corazón, Paola Aboumrad combina su talento con una pasión por el diseño



Esta mexicana sabe muy bien que cada sitio refleja una personalidad. Fundadora de su propia firma de interiorismo, con la cual ha realizado trabajos en México y Estados Unidos, Aboumrad revela a *Vogue* cómo se ha propuesto tocar con un gusto armónico hasta la más recóndita esquina en todos sus proyectos.

¿Cómo fue que llegó a dedicarse al diseño de interiores?

Siempre tuve interés en las artes plásticas, pero acabé estudiando Arquitectura en la universidad y empecé a trabajar en un desarrollo residencial coordinando a los arquitectos con los constructores, en estos había que desarrollar todos los interiores. Ahí se fueron dando las cosas, ya que solo hacía arquitectura de interior.

¿Qué preferencia de estilos le mueven a la hora de decorar y cuál es la filosofía de Paola Aboumrad en ese sentido?

Busco lograr un resultado en el cual las necesidades del cliente no se comprometan, y se lleven a cabo ambientes con carácter en un ámbito moderno pero a la vez acogedor, donde se aprecie el talento de los diseñadores de muebles que llevan ya sea años en el mercado o emergentes con propuestas interesantes.

¿Cómo afectan en el trabajo diario de un diseñador de interiores las tendencias, la personalidad de las personas que habitarán un espacio y el estilo personal del creativo?

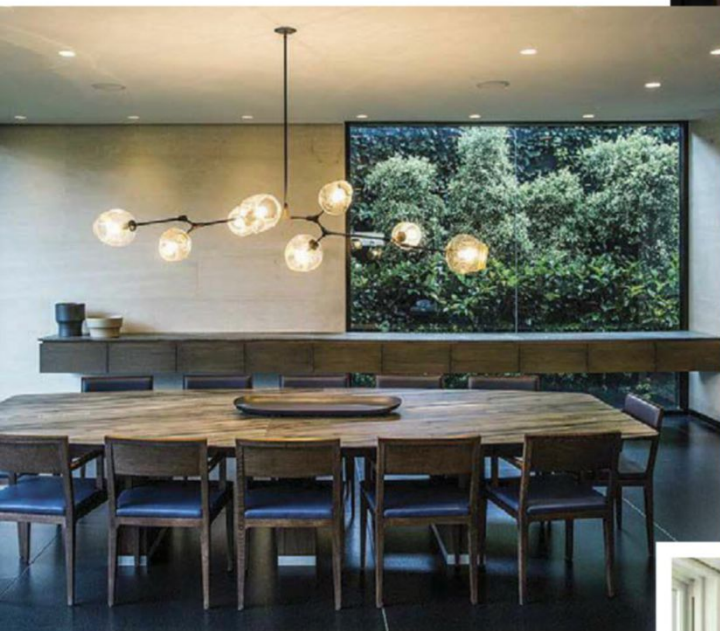
En mi caso creo que sí afecta mucho. Soy cambiante dentro del mismo estilo, claro. Pero sí hay tendencias marcadas y, como mencioné antes, hay mucho talento en el mercado y es increíble poder incorporar las propuestas que salen cada año, cada feria o exposición, los viajes, todo va muy rápido. Hay mucha información y creo que esto es lo que hace que cada proyecto sea más interesante y enriquecedor.

A lo largo de su trayectoria, cada encargo o trabajo habrá sido y es, todo un reto, ¿destacarías alguno en particular?

Todos son retos y todos son interesantes porque cada cliente es diferente y único. Sin embargo, podría destacar lo que estoy haciendo en el momento, que son un par de barcos, una casa de campo con cabinas auxiliares y casas de playa. Todos tienen necesidades diferentes a las de la vida diaria, ya que son espacios recreativos y de descanso, lo cual lo hace muy divertido.

Al margen de las preferencias de un cliente, ¿qué no debe hacer falta o qué no debe haber en toda decoración?

ABAJO: COMEDOR DE LA CASA DALÍAS EN MÉXICO; DERECHA: SILLA EN EL DEPARTAMENTO WOOSTER EN NUEVA YORK.



“Al comenzar un proyecto, trato de captar en qué ambiente quiere vivir el cliente y me transporto a cómo lo quiero sentir”

El toque personal del cliente, su gusto en arte y coleccionismo de objetos como libros o adornos, es lo que le da personalidad a los espacios y los hace totalmente únicos para cada persona.

Si tuviera que decir cuál es su color o paleta preferida, ¿por cuál sería su inclinación o preferencia?

Por mucho tiempo fueron los grises y topes, pero me encuentro usando más color y creando espacios más alegres y no tan serios.

¿Cuál podría decir que es su primer paso en un proyecto?

Trato de captar en qué ambiente quiere vivir el cliente y me transporto a cómo lo quiero sentir. Es una experiencia de sensaciones.

Ha trabajado con clientes que, quizás, tienen criterios preconcebidos de lo que quieren, ¿le resulta difícil trabajar con ellos?

Todos los clientes tienen una preconcepción de lo que quieren y es bueno para poder entender cómo se visualizan ellos e interpretarlo para hacerlo realidad. A decir verdad, siento que en lugar de complicar, es una herramienta de ayuda en casi todos los casos.

¿Quiénes son sus referentes en el mundo del diseño?

Tengo una base de arquitectura donde Tadao Ando, Louis Kahn, Le Corbusier y Mies van der Rohe, por nombrar algunos, eran mis referencias. Más tarde descubrí a John Pawson, Axel Vervoordt y Christian Liaigre. Y hoy en día hay muchos como Dimore Studio, Raw Edges, Patricia Urquiola, Max Lamb y Martino Gamper.

¿Cuáles son sus fortalezas? ¿Cuáles son sus debilidades?

Considero como fortaleza el color y la armonía, en general logro que se sienta mucha paz y que no te quieras ir, es decir, que no sean espacios agresivos, en cuanto a la debilidad y la administración.

¿Podría describir con una palabra su estilo al decorar?

Diría que mi estilo es contemporáneo. —JOSÉ FORTEZA



IZDA.: RETRATO DE LA INTERIORISTA MEXICANA; ARRIBA: HABITACIÓN CON CHIMENEA DE LA CASA RIVERHOUSE EN COLORADO.



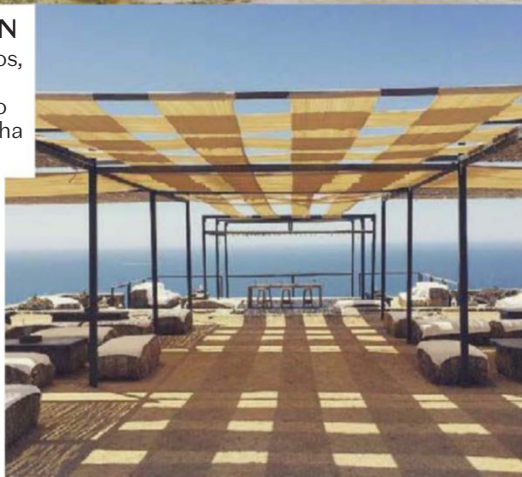
VIÑEDOS EN EL DESIERTO

A 45 kilómetros de Ensenada surge el Valle de Guadalupe, un paraíso vinícola y un destino *foodie* a nivel global



INMERSIÓN

CuatroCuatros, el desarrollo del arquitecto Mauricio Rocha en la región.

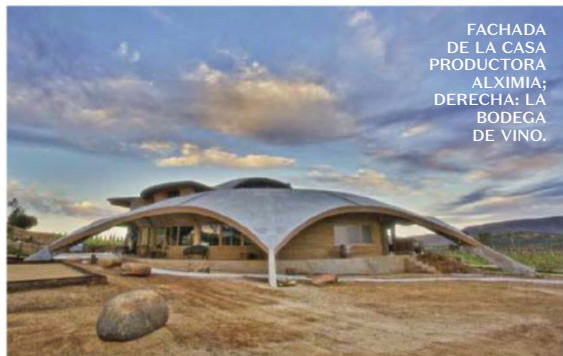


Dice la historia que en 1905, tras una salvaje persecución por parte del ejército zarista, varios representantes molokanes llegaron a Baja California, donde fundaron la Sociedad Cooperativa Colonizadora de Baja California. Cerca de 70 familias se asentaron en el Valle de Guadalupe tras investigar otras localizaciones de todo el planeta. Con ellos llegaron varios apellidos, costumbres típicas, una arraigada gastronomía y, por supuesto, el cultivo de la vid, una de las principales atracciones turísticas de la zona y parte importante del PIB regional. La comunidad rusa se convertía en la primera en dedicarse al cultivo de la uva desde los frailes dominicos, que habían impulsado su cosecha durante la década de los años treinta del siglo XIX.

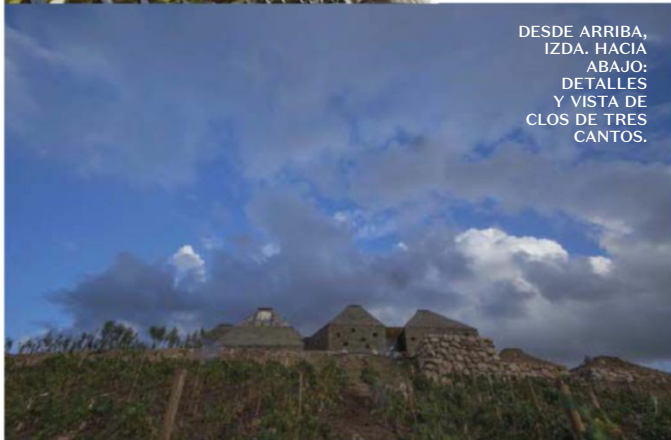
Hoy, el Valle de Guadalupe produce el 90 por ciento de los vinos del país gracias a sus 10.000 hectáreas de plantaciones en las que se aglutinan más de 50 bodegas dedicadas a este preciado elixir. Más que una denominación de origen al estilo europeo o estadounidense, el Valle de Guadalupe se ha convertido en uno de los destinos *foodies* más importantes del país. Además del vino, con referencias como las proporcionadas por Las Nubes, Mogor Badán, Clos de Tres Cantos, Adobe Guadalupe, Chateau Camou, Casa de Piedra y La Carrodilla, muchas de ellas con un característico sabor salado proveniente del cercano Océano Pacífico, ha ido surgiendo una interesante oferta culinaria que en muchos casos sigue las tesis del llamado *farm-to-*



ALUCINANTES VISTAS SE APRECIAN DESDE LAS HABITACIONES DE ENCUENTRO GUADALUPE.



FACHADA DE LA CASA PRODUCTORA ALXIMIA; DERECHA: LA BODEGA DE VINO.



DESDE ARRIBA, IZDA. HACIA ABAJO: DETALLES Y VISTA DE CLOS DE TRES CANTOS.

table. Es el caso de Finca Altozano, proyecto del chef Javier Plascencia; de Deckman's, a cargo del chef Drew Deckman, ex encargado del restaurante Vitrus de Berlín de una estrella Michelin, o el Malva, del chef Roberto Alcocer, a los que hay que sumar nuevas y pequeñas propuestas que muchas de las bodegas ofrecen a las puertas de las mismas en formas de exquisitos *food trucks*.

En relación al hospedaje, el Valle de Guadalupe es una experiencia arquitectónica. Bruma, diseñado por Alejandro D'Acosta, incluye cinco habitaciones con una espectacular bodega suspendida sobre una colina; CuatroCuatros, proyecto del arquitecto Mauricio Rocha, cuenta con 14 cabañas entre los viñedos, mientras que las cabañas suspendidas en las montañas de Encuentro Guadalupe, diseñadas por el arquitecto Jorge Gracia para amoldarse al entorno natural, son una vista imperdible. Si California tiene a Napa y España a la Ribera del Duero, México cuenta con el Valle de Guadalupe. —DANIEL GONZÁLEZ

farm-to-table

Esta región cuenta con una cocina a base de ingredientes endémicos



Drew Deckman
EL EXOTISMO ES PARTE DE SU OFERTA GOURMET.

Roberto Alcocer

EL CHEF RINDE TRIBUTO AL ECOSISTEMA DE ENSENADA.



Drew Deckman, en Deckman's y Roberto Alcocer, en Malva, convierten a la zona en un destino gastronómico con creaciones que mezclan tradición y vanguardia mundial.

LA LUZ COMO
EPICENTRO,
SE HACE
PRESENTE
EN TODO EL
DISEÑO DEL
HOTEL.



THE ROBEY SE
ENCUENTRA
UBICADO EN
WICKER PARK.

Grandes historias giran en torno a Wicker Park, zona en la que se ubica estratégicamente la nueva adición de Grupo Habita: The Robey Chicago. Wicker Park es conocido como uno de los sitios que envuelven a la escena *hipster*, cultural, gastronómica, bohemia y nocturna de esta ciudad en la actualidad. Así que todo lo anterior se ha convertido en un factor clave para que The Robey se integre perfectamente al ambiente que lo rodea. El edificio anteriormente conocido como *The Coyote Bulding*, y el cual fuese una oficina en el siglo pasado, es un hotel boutique de lujo con tintes urbanos, respetando sus seis pisos originales, con 69 habitaciones y por donde convergen las calles Damen, Milwaukee y North, una esquina que, sin duda, no pasa desapercibida. Su arquitectura original al estilo Art Decó es algo que representa al recinto y al viejo Chicago, en su interior el diseño es inigualable. Los estudios belgas, Nicolas Schuybroek Architects y Marc Merckx Interiors, crearon un concepto en el cual las mezclas de texturas en los muebles, los colores, las telas, fueran perfectamente pensadas para ofrecer ambientes cálidos, fusionando cueros, maderas, terciopelos, tonalidades amarillas y rojizas; todo inspirado irónicamente en el frío de esta metrópoli. La idea principal de The Robey es justamente invitar a entrar y, es precisamente en el Café Robey (situado en la planta baja del hotel), en el que este concepto se muestra en su totalidad, ya que tiene unas ventanas gigantescas que permiten adentrarse en sus amenas instalaciones. Café Robey ofrece un menú franco-americano, creado por el chef Bradley Stellings, que va desde desayunos o *brunches*, hasta exquisitas cenas. Para el desayuno la recomendación es el pan francés y para la cena no se puede dejar de

TINTE URBANO

The Robey Chicago, la nueva adición de Habita, es un viaje al pasado... Y al presente

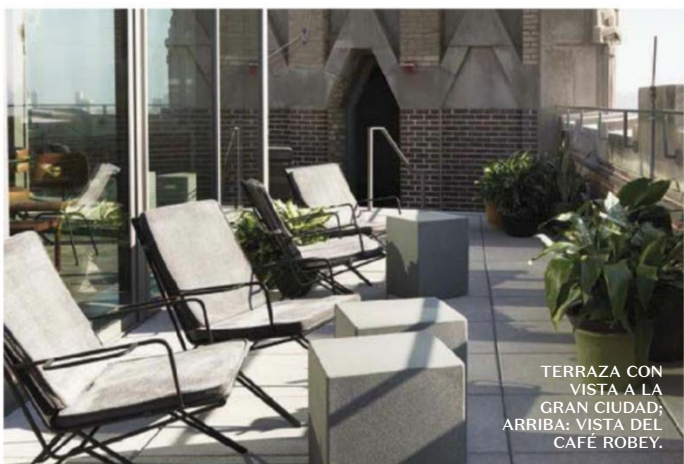


LAS HABITACIONES
MANTIENEN
UNA ENERGÍA
ECLÉCTICA ÚNICA.

“Su arquitectura original, al estilo Art Decó, es algo que representa al recinto y al viejo Chicago. En su interior el diseño es inigualable”



FACHADA DEL HOTEL;
LA ARQUITECTURA
ES UNA PODEROSA
COMBINACIÓN DE
HERENCIA AMERICANA.



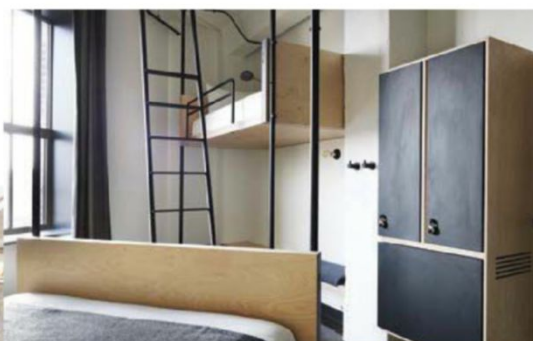
TERRAZA CON
VISTA A LA
GRAN CIUDAD;
ARRIBA: VISTA DEL
CAFÉ ROBEY.

probar el *risotto* de champiñones, acompañado de una tarta de pera o el clásico *cheese cake*, y con ello culminar un momento perfecto. Para abril, se suma Cabana Club, el segundo restaurante del hotel, situado en el *rooftop* y que será la extensión a la piscina que también se inaugura para ese mes, justo para disfrutar de los días de Pascua.

Para sibaritas, el bar del segundo piso ofrece una amplia variedad de *drinks* elaborados por los mejores mixólogos, haciendo de este lugar un *hot spot* de la ciudad. Para los huéspedes, existe un bar exclusivo en el que la vista alcanza hasta el *downtown*, apreciando los altísimos rascacielos de la urbe. Para llegar al centro bastará tomar el subterráneo situado a unos pasos del hotel. A unos minutos, podrás disfrutar del famoso *Bean*, de Anish Kapoor, y la Avenida Washington para el *shopping*; sin embargo, disfrutar del hotel y de Wicker Park resultará una experiencia inigualable. —BÁRBARA TERÁN

bajo conexión

Lujo moderno es el lema del reciente inaugurado hotel The Hollander



Punto de
reunión
EL RESTAURANTE
METRIC COFFEE
CUENTA CON UN
MENÚ GRAB-AND-
GO Y CON MESAS
COMPARTIDAS.

Una sensación de libertad bohemia, pero con un ambiente moderno, es la promesa del hotel The Hollander, un nuevo recinto conectado con The Robey cuyo concepto es una apuesta por la comodidad y la accesibilidad de un hostel en una zona de lujo en Chicago.





ENCANTO EN
BLANCO

Las bellas pajes y el pequeño *ring bearer* vistieron de EPK; dcha.: detalles en las mesas de la cena que se llevó a cabo en la playa.



Ver a Kelly Talamas entre celebridades y especialistas en moda valorando con ojo certero lo que sucede sobre y más allá de las pasarelas es habitual. Por eso es una notable *influencer* que cimentó sus credenciales primero como Editora de Moda, luego como Directora Editorial y, ahora, como Directora Creativa de *Vogue México y Latinoamérica*. Pero esto se trata de otra faceta de su perfil: su boda con el empresario suizo Guillaume Rilliet.

La pareja es una mezcla de culturas. Él nació en Ginebra y ha vivido en Bogotá. Ella es de Miami, donde creció llena de las influencias caribeñas de su madre cubana. En los cayos de La Florida, donde cada atardecer es una metáfora del optimismo, se casaron ante amigos de todas partes, que les felicitaron con muchos acentos diferentes y bailaron con los pasos más disímiles. El trabajo de los *wedding planners* y productores de Makaira —Alessia Fusaro, Lala Pereira y Rachel Giammattei— y las invitaciones, por la ilustradora Patricia Hugues, prologaron el abrazo de bienvenida, de un coctel, el viernes dos de diciembre, en el icónico Milemarker 88.

Al día siguiente, cuando comenzaba la tarde, llegó Kelly a encontrarse con Guillaume en una ceremonia hermosa, sin afectaciones, entre sonrisas y votos absoluta-

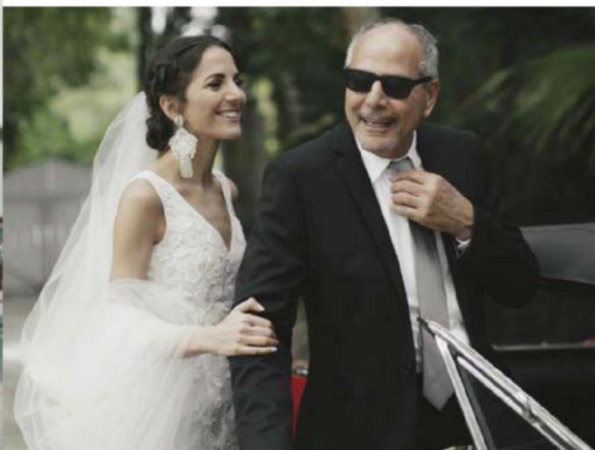
MAUREEN EVANS.

HACER CAMINOS ES COSA DE DOS...

Kelly Talamas y Guillaume Rilliet celebraron su boda junto al mar, en un festejo que mimetizó la comunión de culturas, el amor y la elegancia



LOS INVITADOS DISFRUTARON DE DIVERSOS DETALLES DE MÉXICO Y MIAMI; ABAJO: KELLY FUE ESCOLTADA AL ALTAR POR SU PADRE.



ALGUNAS DE LAS INVITADAS DE LA BODA, LUCIENDO LOS SOMBREROS WAYUU.

“La pareja es una mezcla de culturas y la más auténtica muestra de naturalidad y optimismo”



mente sinceros y espontáneos, y revestidos los dos de una elegancia joven y desenfadada, misma que fue immortalizada por la lente de Maureen Evans. Las *flower girls* y el *ring bearer*, vestidos por EPK, marcaron el prólogo. En Carolina Herrera y con sus pasos firmados por Gianvito Rossi, la novia hizo que todo lo que le rodeaba se desvaneciera. El estilista Lutz Karpf solo necesitó corroborar la genética con el peinado y el maquillaje. Unos pendientes de Ranjana Khan complementaron a los ojos verdes más diáfanos y transparentes. Cuando la pareja intercambió sus alianzas de Tiffany & Co., hubo magia. Vimos invitados de la industria de la moda como Silvia Tcherassi, Paula Mendoza, Naeem y Ranjana

Khan, Gloria Saldarriaga, Cloelo Echavarría, Danielle Corona de Hunting Season, Claritt Mishaan de Moda Zeta, Isabella Behrens de *Vanity Fair US*, Valerie Mattos, Mercedes de Teresa, Francesca Ronci, Luz María Motezuma, Chiqui de Echavarría y el Príncipe Lorenzo Colonna di Paliano. También varios colegas de Kelly en Condé Nast como Elena Wright, Karla Castañeda y Valentina Collado, de *Vogue*, y Alfonso Parra de *GQ*. El DJ Mauricio Parra creó una irresistible banda sonora. Cuando Kelly y Guillaume se despedían supimos que hacer caminos es cosa de dos: “Ahí marchan los sabios. Esos que entienden que lo que vale la pena es dar prioridad a la ternura, la gentileza y la bondad”. —J.F.



LA NOVIA LUCIÓ UN VESTIDO PERSONALIZADO DE CAROLINA HERRERA Y ZAPATOS DE GIANVITO ROSSI.

ORGÁNICO

Alice Waters se convirtió en la principal figura del *farm to table* del país del norte.



CAMBIOS COMESTIBLES

La revolución de la chef Alice Waters busca transformar el estilo de la alimentación estadounidense empezando por los niños en las escuelas

ERIC BOMAN.

Somos lo que comemos dijo el alemán Ludwig Feuerbach en 1850. Alice Waters llevó esta frase a otra dimensión aplicándola a su famosísimo restaurante Chez Panisse en Berkeley California y, sobre todo, a su compromiso y proyecto de vida de cambiar la política pública para incluir la alimentación en la educación como parte del currículum de los colegios en los Estados Unidos. Para Waters, “la comida es un estilo de vida, más allá de simplemente algo para comer”. En los setenta, Alice vivió en Francia como parte de su carrera de estudios culinarios en UC Berkeley. Ahí descubrió los mercados y pudo visibilizar la importancia de todos los miembros de la cadena de productores locales. De regreso en California, se convirtió en la pionera del concepto de comida de mercado y en la principal figura del *farm to table* estadounidense. “Comemos todos los días. Tenemos que comer para sobrevivir y si no lo hacemos reconociendo el verdadero valor de cada eslabón de la cadena, estamos contribuyendo a la destrucción de nuestra cultura. Mirar las cosas de otra manera, con otro enfoque y mayor cuidado, puede llegar a cambiar la calidad de vida y la manera de acercarnos a la realidad”, explica Alice. El trabajo de Alice Waters como pionera del movimiento hacia la comida orgánica y local, lleva más de cuarenta años de trayectoria con múltiples facetas que incluyen la de chef, activista y fundadora de Chez Panisse, uno de los restaurantes insignias de la comida Californiana en el mundo. Durante sus cuarenta años de existencia, Chez Panisse ha sido un espacio colaborativo donde se reúne toda la comunidad de agricultores, campesinos, productores y artistas del norte de California. Ha recibido los premios más relevantes de la gastronomía nacional e internacional, incluyendo el mejor restaurante de las principales publicaciones especializadas y fue nombrada como la mejor chef en Estados Unidos por la James Beard Foundation en 1992; obtuvo el premio a la trayectoria de una vida por la asociación S. Pellegrino; y receptora del premio a los innovadores del *Wall Street Journal* en 2014. Alice ha sido llamada la madre de la cocina estadounidense y, definitivamente, su representante más relevante en los últimos cincuenta años.

En 1995 fundó el revolucionario programa *Edible Schoolyard Project* que busca proveer en los colegios públicos una comida gratis al día y la inclusión de temas de alimentación sustentable en el currículum escolar. La visión es reformar el programa

de comidas escolares a nivel nacional para incluir comida orgánica, frutas y verduras y así transformar el estilo de vida de muchas familias y la forma de comer de los estadounidenses. En 1996, y para formalizar más su interés por la educación relacionada con la comida, Alice fundó la Chez Panisse Foundation para aglutinar sus acciones relacionadas con el empoderamiento de los jóvenes y la transformación de la manera cómo Estados Unidos come. El principal trabajo de la Fundación Chez Panisse es sostener el *Edible Schoolyard Program* en el colegio Martin Luther King, donde hay una gran huerta orgánica y una cocina adecuada para los estudiantes en la que pueden integrar materias como historia, ciencia y arte a través de la comida. Desde 1995, esta escuela es el epicentro piloto de la visión de Alice Waters.

En el año 2015, la señora Waters fue reconocida por el Presidente Obama con la medalla de *National Humanities*, lo cual representó un hito en su carrera y el reconocimiento del papel fundamental de la comida como acto político, y la mesa como el escenario contemporáneo para el debate sobre la justicia social y los múltiples cambios necesarios en la sociedad. “La buena comida debe ser un derecho y no un privilegio, y debe venir sin pesticidas o herbicidas. Todo el mundo merece esta comida. No es un tema elitista. Es un derecho”, afirma la chef norteamericana.

La influencia de Alice Waters es de largo alcance. Por ejemplo, fue la responsable de la huerta orgánica de los Obamas en la Casa Blanca como parte de la campaña contra la obesidad en Estados Unidos. Su programa escolar ya tiene filiales en Berkeley, Nueva Orleans, Nueva York, Los Ángeles y Carolina del Norte. Su visión es llegar a todos los colegios del país y así establecer una nueva manera de comer y de vivir en las próximas generaciones. —MARCELLA ECHAVARRIA

“La buena comida debe ser un derecho y no un privilegio, y debe venir sin pesticidas o herbicidas”



fusión cultural

Picca, con su base en Los Ángeles, es un restaurante que sucumbe ante la tradición peruana



PERÚ DESDE EL CORAZÓN

Los platillos del chef Tomás Méndez son un auténtico deleite.

horóscopo

Por Bárbara Matto



LOS ECLIPSES ABREN LAS PUERTAS A LA VIDA Y AL AMOR

Si tu pareja es Acuario... Como todo signo de aire, ama su libertad por sobre todas las cosas, por lo que también evitará restringir la tuya. Son muy creativos, excéntricos y apasionados, pero en una relación, son amorosos y sensibles.

ACUARIO

Enero 21–febrero 19. Este mes se perfila como uno de los más intensos del año. En tu profesión y economía reinará una estabilidad absoluta, un gran contraste en lo que refiere al aspecto romántico. Los eclipses jugarán a tu favor para alejarte de las personas y las relaciones tóxicas.

PISCIS

Febrero 20–marzo 20. Para ti, el inicio de año fue agotador, por lo que es un buen momento para recuperar las energías perdidas y ordenar mejor tu tiempo, particularmente en todo lo que refiere al aspecto social. Conocerás a la persona indicada para alcanzar tus metas: no la ignores.

ARIES

Marzo 21–abril 20. Cambios intempestivos comenzarán a manifestarse a tu alrededor, algo que se notará en las personas más cercanas a ti, quienes estarán con un humor muy irritable. Pese a lo anterior, amarás todos los cambios y transformaciones que trae febrero para ti.

TAURO

Abril 21–mayo 20. Es tiempo de poner punto final a pendientes que te persiguen desde el año pasado, con el fin de que puedas sentirte más segura y optimista respecto a tu futuro. Tu poder de seducción sale a relucir, pero evita romper demasiados corazones creando falsas ilusiones.

GÉMINIS

Mayo 21–junio 21. Un impulso en tu economía permite que te puedas regalar unas vacaciones, placer que se extenderá a tu vida romántica, en la que se te presentará una situación por la que ya has pasado antes, pero has aprendido la lección, lo que significa que sabrás qué hacer.

CÁNCER

Junio 22–julio 22. Tu conexión con la creatividad, el arte y la belleza crean una fuerte conexión en tu afán por encontrar inspiración en cosas nuevas, pero eso no significa que sea un buen mes para sacar propuestas a la luz, pero sí para intentar nuevas aventuras en la intimidad.

LEO

Julio 23–agosto 22. Tu energía para realizar nuevos propósitos se encuentra en un gran momento, con ella renuevas tu forma de trabajar y te diviertes haciéndolo, algo que se reflejará en una mejora gradual en tus finanzas, presta atención a todo lo que pueda interrumpir tu rutina.

VIRGO

Agosto 23–septiembre 22. Los buenos momentos con tu familia y amigos son tesoros que apreciarás en el futuro, junto a un amor que deberá surgir sin prisas si deseas que prospere. En lo que refiere a tu trabajo o estudios, se verán beneficiados por semanas de alta productividad.

LIBRA

Septiembre 23–octubre 22. Indudablemente extrañas estar en una relación, pero es necesario que te des un tiempo para aclarar tus sentimientos. Aprovecha tus noches libres y sal con amigos que no has visto desde hace algún tiempo, pues relajarte te librarás de cualquier inconveniente.

ESCORPIO

Octubre 23–noviembre 22. Es tiempo de disminuir los excesos si buscas que tu mente y espíritu enfrenten los nuevos desafíos que se le aproximan, pues esto se cruza con un gran escenario para obtener un significativo progreso en tu carrera, mismo con el que construirás tu porvenir.

SAGITARIO

Noviembre 23–diciembre 21. No dejes al azar situaciones que corran el riesgo de salirse de control, para lograrlo, deberás tomar tus decisiones con una gran prudencia. Tu cuerpo se encuentra en un gran momento y tú también, siéntete cómoda con él y todo lo que te ayuda a lograr.

CAPRICORNIO

Diciembre 22–enero 20. Tus proyectos personales se mostrarán junto a una gran emoción, que de no tenerla bajo control, podría transformarse en ansiedad; necesitas conectarte con tu sabiduría interior por medio de actividades que involucren la música, el baile o la meditación.

Obsesión por la moda *¡Suscríbete!*



12 ejemplares
POR SÓLO \$360

+ Un dúo para el cuidado
de tus manos
con valor de \$700



L'OCCITANE
EN PROVENCE



5062 3736 • Desde el interior de la República: 01 800 020 4526
www.suscripciones.condenast.com.mx

Aceptamos todas las tarjetas de crédito (American Express, Visa y Master Card), tarjeta de débito Banamex y depósito bancario. Vigencia del 1 al 28 de febrero de 2017 o hasta agotar existencias. Promoción válida en Ciudad de México, Área Metropolitana e Interior de la República (aplican restricciones de estados). Se cobrará por el envío del regalo. En caso de que la mensajería regrese el regalo a las oficinas de Condé Nast México (Montes Urales 415, piso 4 Col. Lomas de Chapultepec, C.P. 11000, México D.F.) por dirección insuficiente, incorrecta o por ausencia del suscriptor, el cliente será responsable de recogerlo en un periodo no mayor a 30 días hábiles. Contamos con un centro de atención telefónica marcando al 5062 3736 o al 1800 020 4526 disponible de lunes a viernes de 9:00 a.m. a 7:00 p.m. No habrá cambios ni devoluciones. Promoción válida solo para versión impresa.

directorio



A ADIDAS
www.adidas.com
 ADOLFO DOMINGUEZ
www.adolfodominguez.com
 AKRIS
www.akris.ch
 ALEXANDER WANG
www.alexanderwang.com
 ALICE WAESE
www.alicewaese.com
 ALTUZARRA
www.altuzarra.com
 ANA KHOURI
www.anakhouri.com
 ARMANDO TAKEDA
www.armandotakeda.com
 AUDEMARS PIGUET
www.audemarspiguet.com

B BACCARAT
www.baccarat.com
 BALENCIAGA
www.balenciaga.com
 BALMAIN
www.balmain.com

BARBARA BUI
www.barbarabui.com
 BCBGMAXAZRIA
www.bcbg.com
 BELMACZ
www.belmacz.com
 BENETTON
www.benetton.com
 BENSIMON
www.bensimon.com.ar
 BLUMARINE
www.blumarine.com
 BOTTEGA VENETA
www.bottegaveneta.com
 BRUNELLO CUCINELLI
www.brunellocucinelli.com
 BULGARI
www.bulgari.com
 BURBERRY PRORSUM
www.burberry.com

C C.MADELEINE'S
www.cmadeleines.com
 CARRERA
www.carreraworld.com
 CALVIN KLEIN
www.calvinklein.com

CAROLINA AMATO
www.carolinaamato.com
 CAROLINA HERRERA
www.carolinaherrera.com
 CARRERA Y CARRERA
www.carreraycarrera.com
 CARTIER
www.cartier.com
 CARVEN
www.carven.com
 CASADEI
www.casadei.com
 CAUSSE
www.causse-gantier.fr
 CECILIA PEREZ
www.ceciliaperez.com
 CÉLINE
www.celine.com
 CHANEL
www.chanel.com
 CHAUMET
www.chaumet.com
 CHIMENTO
www.chimento.it
 CHLOÉ
www.chloe.com

CHOPARD
www.chopard.es
 CHRIS BENZ
www.chris-benz.com
 CHURCH'S
www.church-footwear.com
 CHRISTIAN LOUBOUTIN
www.christianlouboutin.fr
 COACH
www.coach.com
 COCCINELLE
www.coccinelle.it

D DAMIANI
www.damiani.com
 DAVID YURMAN
www.davidyurman.com
 DE BEERS
www.debeers.com
 DE GRISOGONO
www.degrisogono.com
 DELPOZO
www.delpozo.com
 DEREK LAM
www.dereklam.com
 DIANE VON FURSTENBERG
www.dianeonfurstenberg.com
 DIOR
www.dior.com
 DKNY
www.dereklam.com
 DNA
www.dnaclothing.com
 DOLCE & GABBANA
www.dolcegabbana.it
 DOUBLE DISCO
www.doubledisco.com
 DRIES VAN NOTEN
www.driesvannoten.be
 DSQUARED2
www.dsquared2.com

E EDIE PARKER
www.edie-parker.com
 ELIE SAAB
www.eliesaab.com
 ELLERY
www.ellery.com
 EL PALACIO DE HIERRO
www.elpalaciodehierro.com
 EMANUEL UNGARO
www.ungaro.com
 EMILIO PUCCI
www.emiliopucci.com
 EMPORIO ARMANI
www.emporioarmani.com
 ERES
www.eresparis.com
 ESTEBAN CORTAZAR
www.estebancortazar.com

F FALABELLA
www.falabella.com
 FALKE
www.falke.com
 FENDI
www.fendi.com
 FENTON
www.fentonusa.com

G GEF
www.gef.com.co
 GIAMBATTISTA VALLI
www.giambattistavalli.com
 GIANVITO ROSSI
www.gianvitorossi.com
 GIGI BURRIS MILLINERY
www.gigiburris.com
 GIORGIO ARMANI
www.giorgioarmani.com

GIULIETTA
www.giulietta-newyork.com
 GIUSEPPE ZANOTTI
www.giuseppezanottidesign.com
 GIVENCHY
www.givenchy.com
 GRACIELA NAUM
www.graciela-naum.com
 GRAFF
www.graffdiamonds.com
 GUCCI
www.gucci.com
 GUESS
www.guess.com

H H.STERN
www.hstern.net
 H&M
www.hm.com.mx
 HAIDER ACKERMANN
www.haiderackermann.be
 HAYDENSHPES
www.haydenshapes.com
 HELMUT LANG
www.helmutlang.com
 HENRY CUIR
www.henrycui.it
 HERMÈS
www.hermes.com
 HERVÉ LÉGER
www.herveleger.com
 HUBLOT
www.hublot.com
 HUE
www.hue.com
 HUGO BOSS
www.hugoboss.com

I ILEANA MAKRI
www.ileanamakri.com
 IRENE NEUWIRTH
www.ireneneuwirth.com
 ISABEL MARANT
www.isabelmarant.tm.fr
 ISSEY MIYAKE
www.isseymiyake.com

J J.CREW
www.jcrew.com
 JACOB & CO.
www.jacobandco.com
 JAEGER-LECOULTRE
www.jaegerlecoultre.com
 JADE JAGGER
www.jadejagger.co.uk
 JASON WU
www.jasonwustudio.com
 JEAN PAUL GAULTIER
www.jeanpaul-gaultier.com
 JEAN-MICHEL CAZABAT
www.jeanmichelcazabat.com
 JENNIFER FISHER
www.jenniferfisherjewelry.com
 JIL SANDER
www.jilsander.com
 JIMMY CHOO
www.jimmychoo.com
 JONATHAN COHEN
www.jonathancohenstudio.com
 JUAN CARLOS OBANDO
www.jcobando.com
 JUDITH LEIBER
www.judithleiber.com
 JULIO
www.julio.com
 JUST CAVALLI
www.robertocavalli.com

J.W. ANDERSON
www.jw-anderson.com

K KARA ROSS
www.kararossny.com
KAREN WALKER
www.karenwalker.com
KATE SPADE
www.katespade.com
KENNETH COLE
www.kennethcole.com
KENNETH JAY LANE
www.kennethjaylor.net
KENZO
www.kenzo.com

L LACOSTE
www.lacoste.com
LA PERLA
www.laperla.com
LIVERPOOL
www.liverpool.com.mx
LISA MARIE FERNANDEZ
www.lisamari fernandez.com
LOEWE
www.loewe.com
LONGCHAMP
www.longchamp.com
LOUIS VUITTON
www.louisvuitton.com
LYNCHINI
www.lynchini.com

M MAISON MARGIELA
www.maisonmargiela.com
MANOLO BLAHNIK
www.manoloblahnik.com
MANSUR GAVRIEL
www.mansurgavriel.com
MARC JACOBS
www.marcjacobs.com
MARLO LAZ
www.marlolaz.com
MARNI
www.marni.com
MASSIMO DUTTI
www.massimodutti.com
MAXMARA
www.maxmara.com
MESSIKA JOAILLERIE
www.messika.com
MICHAEL KORS
www.michaelkors.com
MIKIMOTO
www.mikimotoamerica.com
MIU MIU
www.miumiu.com
MONICA SORDO
www.monicasordo.com
MONSE
www.monse.com
MONTBLANC
www.montblanc.com
MOSCHINO
www.moschino.com
MUGLER
www.mugler.es
MYKITA
www.mykita.com

N NAEEM KHAN
www.naeemkhan.com
NAF NAF
www.nafnaf.com.co
NANETTE LEPORE
www.nanettelepore.com
NARCISO RODRIGUEZ
www.narcisorodriguez.com
NEIMAN MARCUS
www.neimanmarcus.com

NET-A-PORTER
www.net-a-porter.com
NICOLE MILLER
www.nicolemiller.com
NINA RICCI
www.ninaricci.com
NIVADA
www.nivadaswiss.com
NORMA KAVALI
www.normakavali.com

O OMEGA
www.omegawatches.com
ORLEY
www.orley.us
OSCAR DE LA RENTA
www.oscardelarenta.com

P 3.1 PHILLIP LIM
www.31philliplim.com
PANERAI
www.panerai.com
PATEK PHILIPPE
www.patek.com
PAULA MENDOZA
www.paulamendoza.com
PEET DULLAERT
www.peetdullaert.com
PEPE JEANS
www.pepejeans.com
PHOEBE ENGLISH
www.phoebeenglish.com
PIAGET
www.piaget.com
PIANEGONDA
www.pianegonda.com
PIERRE HARDY
www.pierrehardy.com
PIAZZA SEMPIONE
www.piazzasempione.com
POMELLATO
www.pomellato.it
PORTS 1961
www.ports1961.com
PRABAL GURUNG
www.prabalgurung.com
PRADA
www.prada.com
PRINGLE OF SCOTLAND
www.pringleofscotland.com
PROENZA SCHOULER
www.proenzaschouler.com
PUIG
www.puig.com
PUMA
www.puma.com

R RAG & BONE
www.rag-bone.com
RALPH LAUREN
www.ralphlauren.com
RAY-BAN
www.ray-ban.com
REPOSSI
www.repossi.com
ROBERTO CAVALLI
www.robertocavalli.com
RODARTE
www.rodarte.net
ROGER DUBUIS
www.rogerdubuis.com
ROGER VIVIER
www.rogervivier.com
ROLEX
www.rolex.com

S SACAI
www.sacai.jp
SAINT LAURENT
www.sls.com

SALLY LAPOINTE
www.sallylapointe.com
SALVATORE FERRAGAMO
www.ferragamo.com
SEARS
www.sears.com.mx
SIMONE ROCHA
www.simonerocha.com
SONIA RYKIEL
www.soniarykiel.com
STELLA MCCARTNEY
www.stellamccartney.com
STERLING KING
www.sterling-king.com
STUART WEITZMAN
www.stuartweitzman.com
STUDIO F
www.studiofmexico.com
SWAROVSKI
www.swarovski.com
SWATCH
www.swatch.com

T TADASHI SHOJI
www.tadashishoji.com
TAG HEUER
www.tagheuer.com
TANE
www.tane.com.mx
TANYA TAYLOR
www.tanyataylor.com
THEORY
www.theory.com
TIBI
www.tibi.com
TIFFANY & CO.
www.tiffany.com
TISSOT
www.tissot.ch
TOD'S
www.todsonline.com
TOMMY HILFIGER
www.tommy.com
TORY BURCH
www.toryburch.com

U UNION PACIFIC
www.unionpacific.com.ar
URIBE
www.studiouribe.com.uk

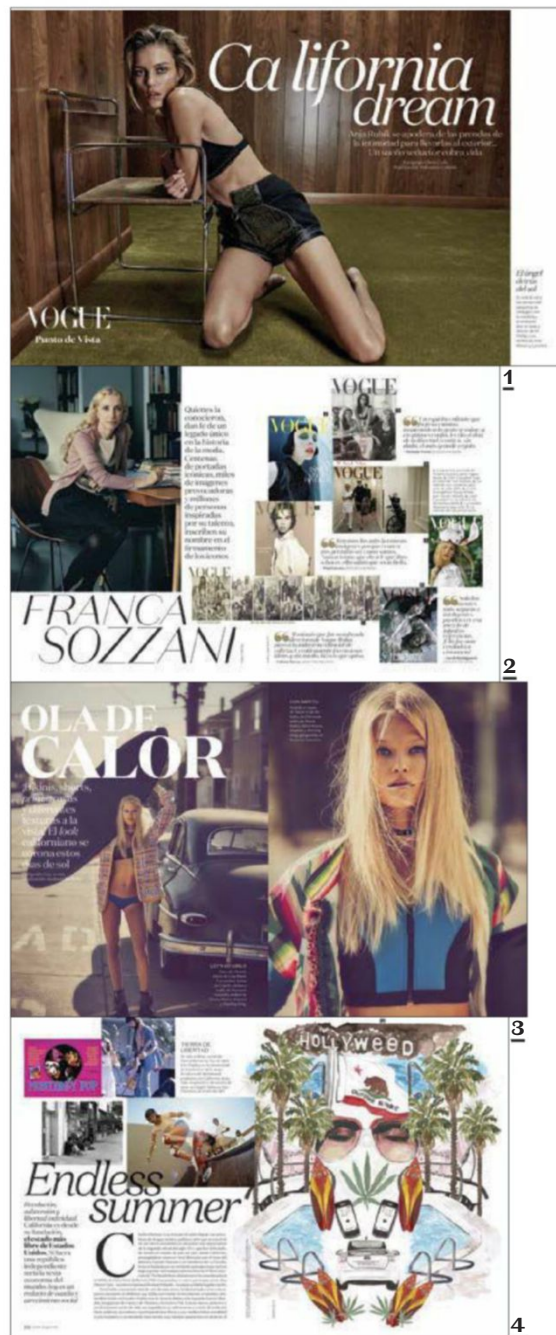
V VACHERON CONSTANTIN
www.vacheron-constantin.com
VALENTINO
www.valentino.com
VAN CLEEF & ARPELS
www.vancleef-arpels.com
VERA WANG
www.verawang.com
VERSACE
www.versace.com
VICTORIA BECKHAM
www.victoriabeckham.com

W WANAMA
www.wanama.com
WES GORDON
www.wesgordon.com
WOLFORD
www.wolford.com

X XULY BËT
www.shop.xulybet.com

Y YIGAL AZROUËL
www.yigal-azrouel.com

Z ZIMMERMANN
www.zimmermann.com



LUGAR DE ESTRELLAS

Nos inspiramos en los aires progresistas, el color, la naturaleza y la moda de California. Su espíritu joven, y en desarrollo, nos da la pauta para contar diversos relatos a través de las páginas de esta edición. **1.** La modelo top Anja Rubik, deslumbra en una moda sensual y elegante bajo la lente del fotógrafo Chris Colls. **2.** Despedimos a una leyenda de la moda, quien con su creatividad sin barreras iluminó las ediciones de *Vogue Italia* por casi tres décadas. **3.** El surf es sinónimo de libertad y color, mismos que se plasman en esta historia inspirada en este audaz estilo de vida. **4.** El estado de la Costa Oeste es una fusión de irreverencia que baila a su propio ritmo. Icónico y vanguardista, desciframos el secreto detrás de la movida californiana.

lo último



1. Pendiente *Mia* con diamantes de colores, de Ana Khouri; 2. Pendiente *Twister* con esmeraldas, rubíes y zafiros, de Alison Lou; 3. Pendiente con aros, de Spinelli Kilcollin.

Realización, Claudia Mata.

REFLEJO DE PRISMA

*La descomposición de la luz en los colores del arcoíris brinda la inspiración de las joyas más vistosas, con incontables **diamantes** que destellan energía*

Fotógrafo Horacio Salinas

Gracias

a tu preferencia alcanzamos

20

millones
DE AUDIENCIA MENSUAL
PRINT | DIGITAL

AD

GLAMOUR

GQ

VANITY FAIR

VOGUE

#CN20Millones

KARLIE KLOSS



#GiveBrilliant

CON LA COLECCIÓN SAN VALENTIN





SERIES 6 FOTOGRAFIADA POR
BRUCE WEBER

Cancún. Ciudad de México. Guadalajara. Monterrey.
Tel (55) 5980 8803 louisvuitton.com

LOUIS VUITTON