

N.º J u I C L P
0 5 8 A g o s \$ 8.000 ®

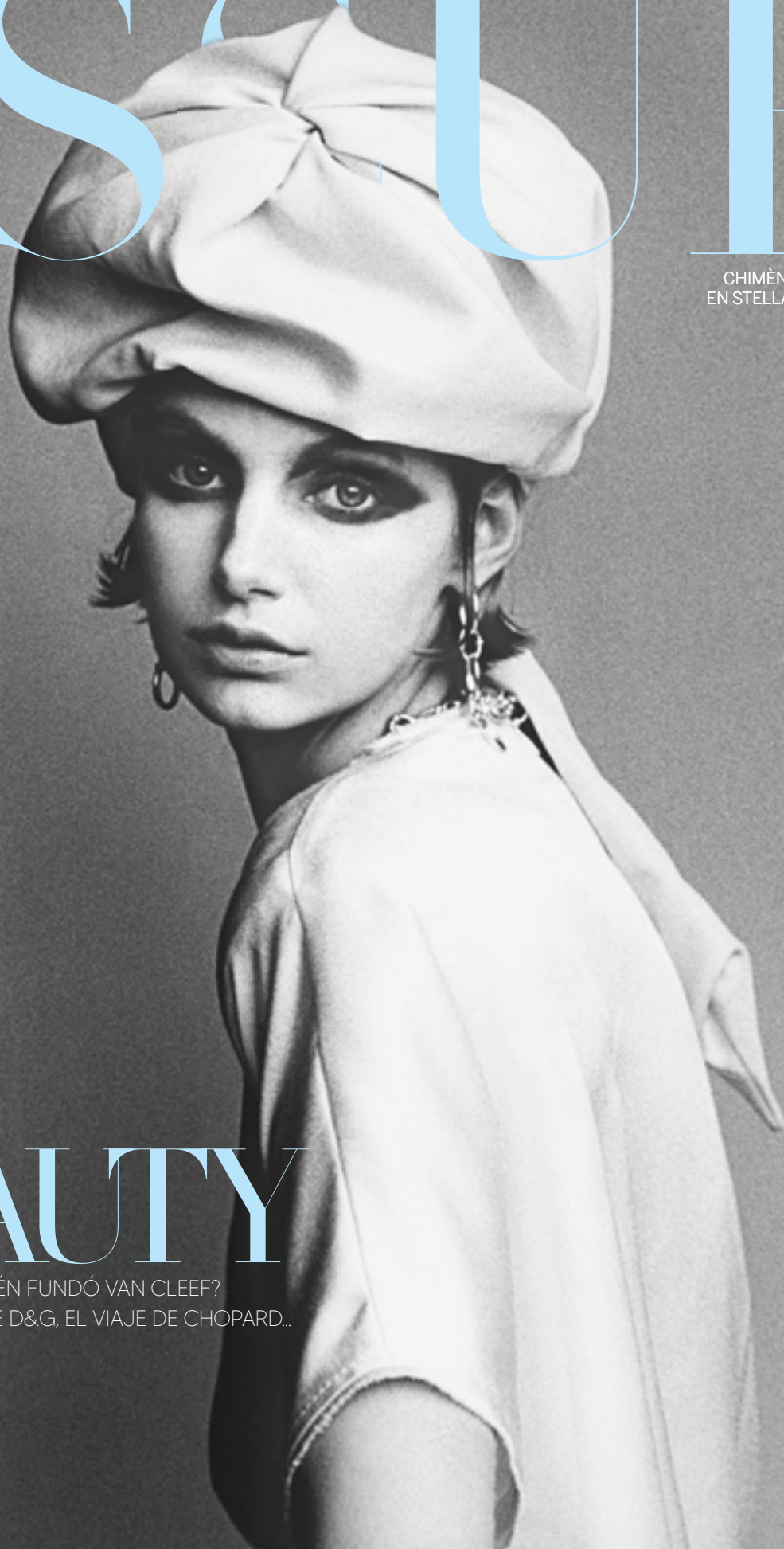
GET YOUR DOSE OF FASHION AT ISSUE-MAG.CL

ISSUE

CHIMÈNE DELROCK
EN STELLA MCCARTNEY

BEAUTY

JOYAS: ¿QUIÉN FUNDÓ VAN CLEEF?
ALTA GIOIELLERIA DE D&G, EL VIAJE DE CHOPARD...





PRE COLLECTION, FALL WINTER 2024
PHOTOGRAPHED BY STEVEN MEISEL

DOLCE & GABBANA

GUCCI

Hanni, Seoul

Horsebit 1955 Bag
By Tyrell Hampton, 2024

LISTO PARA AVENTURAS EN FAMILIA

DISCOVERY
SPORT



Land Rover Chile
Av. Raúl Labbé 12.981, Lo Barnechea.
Av. Jorge Alessandri 1885, Hualpén. Concepción.

chile.landrover.com



ferragamo.com



FERRAGAMO
FIRENZE



GUERLAIN

PARIS

ABEILLE ROYALE

ABEILLE ROYALE
ADVANCED
HUILE-EN-EAU
JEUNESSE
YOUTH
WATERY OIL
Guerlain

ABEILLE ROYALE
DOUBLE R • RENEW & REPAIR • ADVANCED SERUM
GUERLAIN

BEEBELIEVE IN FANTASY*

*CELEBRA LA FANTASÍA

EXCLUSIVAMENTE EN VICENCIO PERFUMERÍAS
MANQUEHUE NORTE 2056, VITACURA • MALL ZOFRI, IQUIQUE • VICENCIO.CL

VICENCIO

ISSUE

STAFF



82

**_HOT
WINTER**

fotografía
BEN LAMBERTY

Founder / Editor in Chief
ROBERTO TORRES
roberto@issue.cl

Editora General
VALENTINA RAMÍREZ-S-M
valentina@issue.cl

Directora Creativa
CLAUDIA GALLARDO
claudia@issue.cl

Director de Moda
JORGE MORALES
jorge@issue.cl

Columnista
MANUEL SANTELICES

Corresponsal en EU
ANTONIA WEINSTEIN
antonia@issue.cl

Correctora de Estilo
NORINNA CARAPELLE

Colaboradores
DOMINGA MATAS
PAULA FREDERICK
PIA SCHLEEDE

Editora Web
ANDREA COVA MOORE
andrea@issue.cl

Dirección de Arte-Web
ISSUE AGENCY
contacto@issue.cl

RR.SS
TERESA OYANEDER

Gerente Comercial y Financiero
YULISSA DONOÑO
comercial@issue.cl

Cobranzas
FERNANDA BAZAES
cobranza@issue.cl

Ventas
comercial@issue.cl

Comité Editorial

Luisa Morales-Fernandois / Roberto Torres

ISSUE revista bimensual, editada y publicada por Ediciones ISSUE SPA 76.377.752-9. Domiciliados en Mariano Sanchez Fontecilla 310 p8, Las Condes. Impresa en OGRAMA IMPRESORES. Las opiniones emitidas en esta revista son exclusiva responsabilidad de quienes las emiten y no representan el pensamiento de Editorial ISSUE. Distribución COPESA, PMCB SPA. Transporte AG Ltda.



LIBERA TU
FUERZA INTERIOR
KÉRASTASE
PARIS
X
SYDNEY SWEENEY



24 VAN CLEEF & ARPELS

El espíritu innovador de Van Cleef & Arpels ha encantado a generaciones con su elegancia atemporal y su creatividad sin límites. Su historia y la herencia de esta legendaria casa es un pasar por detrás de los secretos del buen diseñador.

34 LOS DIAMANTES DE CHOPARD

Con más de 150 años de historia, Chopard ha sido sinónimo de innovación, precisión y belleza. Cada joya y reloj es un testimonio de su compromiso con la excelencia, combinando la rica herencia de la marca con innovaciones modernas, para así crear piezas que son verdaderas obras de arte.

128 EL ARTE DE CATALINA SWINBURN

La sabiduría ancestral y el rito son su principal fuente de inspiración, las que se fundamentan en el poder de construir algo en base a lo ya conocido, pero muchas veces olvidado. Catalina Swinburn, quien expuso en la última edición de Art Basel Hong Kong, es una tejedora dueña de un discurso alternativo y que hace forzosa referencia a la fuerte resiliencia femenina.

144 LOUBOUTIN Y SU REFUGIO COSTERO

Las suelas rojas son el claro sello del diseñador de zapatos Christian Louboutin. Pero hay más. En una localidad costera de Portugal se encuentra su propio hotel: Vermelho Melides, que impacta por su diseño tradicional y su toque vanguardista.



KÉRASTASE
PARIS



NUEVO
PREMIÈRE
ÁCIDO CÍTRICO + GLICINA

RECREA EL 99% DE LA FUERZA ORIGINAL DEL CABELLO

DOBLE ACCIÓN REPARADORA

Libera el cabello de la acumulación de calcio
reconecta los enlaces de queratina dañados

Descubre tu cabello en su estado Première

BEAUTY SEASON

¿Qué te hace sentir linda/o? Especulo: ¿Una piel perfecta acompañada de tratamientos no invasivos o solo mirarte al espejo y ver tu cara lavada contemplando tus atributos? Honestamente, me costó sentirme conforme y a mis 44 puedo decir: 'Soy quien siempre quise ser'. Convivo con mis líneas de expresión, ojeras y canas, pero con la piel que cualquiera querría tener, y eso es a punta de cremas. Sí, aunque pocos me crean, hace unos años opté solo por usar bótox cada seis meses exclusivamente para bajar las cejas. Hoy me atrevo a hablar de skincare con una mirada más amplia, ya que el secreto no es la firma sino lo que te funciona.

Durante estos días recordaba cómo era mi infancia, qué cosas me hacían feliz y qué no soportaba. Como buen hijo único hice, deshice y volví a hacer, pero si algo tuve claro es que siempre me interesó lo lindo, como una pulsera y, de adulto, un buen auto con el color 'correcto', por supuesto. Al salir del colegio jamás olvidaré que mi familia me regaló un reloj y un lápiz grabado con nombre y fecha; fue lo más encantador que pude tener por mucho tiempo. Y es que el lápiz es un símbolo de practicidad y clase, que lo perdimos en los 2000.

Y la belleza no solo se trata de rutinas. Vamos más lejos. ¿Sabes quién fundo Van Cleef & Arpels? La historia no te la contaré, porque varias páginas más adelante Andrea Cova da cátedra sobre esa casa y sus joyas más icónicas de las últimas décadas. La Alta Gioielleria de Dolce & Gabbana es impactante, lo viví en Milán



y es majestuoso. Y lo más importante es que la boutique de Santiago se caracteriza por estar en el top 10 de las mejores ventas de esta categoría a nivel mundial. Impresionante, ¿no? De nuevo: ¿Qué es para ti la belleza? Me adelanto y te contesto: un par de botas suecas de EYTYS sin ningún logo, pero con un diseño clásico con un twist. También siento que tener un bolso que sea lindo me hace feliz, sin marcas o estampados, que hoy los entendidos no quieren ver. Y es que la belleza no es solo una cara o un cuerpo perfecto -aunque personalmente no soporto los kilos de más, porque perjudica la salud y en una piel post 40 se pone cuesta arriba mantener-. Se trata de ser consciente de todos los cuidados. Es por eso que esta edición está llena de tips y fórmulas secretas que solo tú sabes que funcionan.

La invitación a nuestro especial beauty es amplia, desde exclusivas joyas, pasando por las piezas claves y sobrias que tu fondo de armario debe tener, a tratamientos tópicos faciales y corporales. Y, principalmente, no debes dejar de poseer todo lo que te haga sentido.

Mi equipo experto te invita a partir de adentro hacia afuera. Investigar, disfrutar y tener claridad de quién quieres ser, porque la belleza es tal como lo dijo Agrado, protagonista de la película 'Todo sobre mi madre', de Pedro Almodóvar: "Una es más auténtica cuanto más se parece a lo que ha soñado de sí misma". Bienvenidos -esta vez- a la cultura de belleza que tanto nos hace vibrar. ■

ROBERTO TORRES
@robertotorresm
Director ISSUE

GIORGIO ARMANI



MY WAY
THE NEW FLORAL FRAGRANCE



ISSUE



MUST-HAVE

Los looks de la colección Cruise 2025 se acompañan con la cartera Gucci Blondie. Introducida por primera vez en la firma en 1971, este nuevo bolso se realza por el emblema perfectamente redondeado y combina los códigos clásicos con la influencia contemporánea. La silueta, diseñada para llevar cómodamente al hombro, está inspirada en los años 70 y confeccionada en piel y lona, y en algunos modelos se muestra el exclusivo monograma GG.

Cartera Blondie **GUCCI**

Editor's Choice

por ROBERTO TORRES



LA LUZ DE LVERS

En su primera participación en un proyecto de fragancia para Louis Vuitton, Pharrell Williams pidió al maestro perfumista Jacques Cavallier Belletrud que capturara la luz en un perfume. Con la alquimia olfativa, Cavallier transformó el abstracto aroma de la luz solar en materia terrenal. Después de contemplar la ciencia de la fotosíntesis, el experto de la Maison identificó las notas que emanan de la naturaleza como resultado del poder vitalizador de la luz: la frondosidad de las hojas acariciadas por los rayos, el néctar que se desvanece de la hierba recién crecida y la cálida terrosidad de los troncos de los árboles que arraigan bajo el sol del bosque. Así nace 'LVERS', que en su nota de fondo destaca la madera de cedro, armonizada con la cremosidad del sándalo y energizado por la pulcra frescura del jengibre. La composición se eleva gracias a las notas de salida afrutadas y picantes de la bergamota, que dan paso con sutileza al gálibano en una ilustración figurativa de los primeros rayos del alba. www.louisvuitton.com



QUENTIN KRÜEGER

La fotografía es su forma de ver el mundo y compartir su perspectiva con los demás. Le encantan las posibilidades que trae la pasión por los flashes, como estar en la habitación oscura e imprimir algunos proyectos con amigos o pasar un buen momento en el set con personas que comparten la misma comprensión e impulso creativo. El estilo de Quentin Krüeger, de 28 años, es una mezcla de fotografía de moda y vida moderna, combinado con los viejos colores nostálgicos de la película Kodak y una narración tranquila, mayoritariamente urbana. “Comencé tomando fotos de mis cercanos patinando en las calles de Múnich, donde nací y crecí, y luego encontré nuevos intereses por la moda. Me fascinan

los estilos subculturales y la singularidad, y eso trato de reflejar”. Mientras perfeccionaba sus habilidades, atrajo el interés de las galerías locales y de clientes internacionales. A partir de ahí su carrera despegó y ha tenido potentes proyectos. ¿Shooting preferido? “¡Difícil! Aunque el último editorial que hice para ISSUE fue una de las sesiones más divertidas, porque tenía un equipo muy agradable y, simplemente, corría por las calles de Berlín. Días como estos simplemente me hacen feliz e inspirado”. En su tiempo libre le gusta estar con su familia, pasear a su perro y conocer gente. Últimamente ha estado dedicado a escalar, aunque es principiante, es una de las cosas entretenidas que practica. ■



MUST-HAVE

El ‘Glam Slam’ hobo small debutó en el desfile SS18 y tiene un diseño acolchado que imita al metalassé, el estilo de los edredones cosidos a mano creado en Marsella, Francia. El concepto refleja la noción de glamour inconsciente de la Maison y evoca su asociación a la naturalidad, mediante el estudio de los rituales de viaje y vestimenta de todo el mundo. Este modelo, confeccionado en piel de napa acolchada, cuenta con una correa de cuero para el hombro y está adornado con la etiqueta ‘numeric logo’ en la parte delantera.

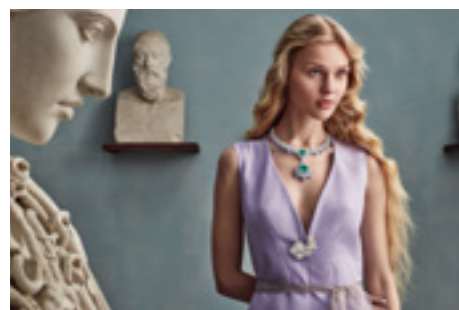


MÁS MODA, MÁS EN ISSUE-MAG.CL

Navega por el mundo de la cultura de moda a través de contenidos únicos y nutre con actualidad pura, diseño y lifestyle.



CORDIALMENTE,
TEAM ISSUE



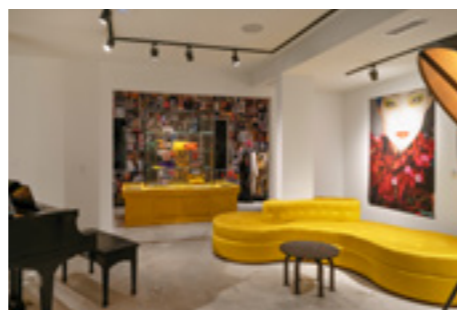
VAN CLEEF & ARPELS: LA ALQUIMIA DE LA CREACIÓN

La casa de alta joyería se caracteriza por su elegancia atemporal y su creatividad sin límites. Destacamos, en esta ocasión, nueve creaciones mágica e imperdibles. ▶



STREETSTYLE: BOLSOS PERSONALIZADOS

Una de las características más atractivas de la moda es su capacidad de personalizar los atuendos con joyas y accesorios. Una gran tendencia es agregar un toque íntimo a las carteras. ▶



DISEÑO INTERIOR: BOUTIQUES CON ARTE

Las tiendas de moda son más que eso. Y es que diversas firmas están llenando sus espacios con arte, muebles de culto, pinturas, esculturas y más. Son verdaderas galerías de arte. ¡Descúbrelas! ▶



MUST-HAVE

Prada, fundada por Mario Prada en 1913, se consolidó rápidamente como una marca de referencia en bolsos de viaje, artículos de cuero y accesorios, convirtiéndose en la firma favorita de la aristocracia italiana. Los cinturones no son la excepción. Este modelo de crochet con detalles sofisticados presenta un diseño sencillo, con un toque ligero y moderno. Tiene, además, herrajes de metal dorado y se complementa con una hebilla de placa adornada con el clásico logo triangular.

Cinturón a crochet PRADA

VAN CLEEF & ARPELS: LA ALOUIMIA DE LA CREACION

EXISTEN NOMBRES QUE RESPLANDECEN CON UNA LUZ PROPIA, TRASCENDIENDO EL TIEMPO Y LAS TENDENCIAS PASAJERAS, AUNQUE NO ES UNA LARGA LISTA. VAN CLEEF & ARPELS, UNA CASA DE ALTA JOYERÍA, PODRÍA POSICIONARSE EN LOS PRIMEROS PUESTOS. **SU ESPÍRITU INNOVADOR HA ENCANTADO A GENERACIONES CON SU ELEGANCIA ATEMPORAL Y SU CREATIVIDAD SIN LÍMITES.** SU HISTORIA Y LA HERENCIA DE ESTA LEGENDARIA CASA ES UN PASAR POR DETRÁS DE LOS SECRETOS DEL BUEN DISEÑADOR, QUE ENCUENTRA EN LOS CONCEPTOS BÁSICOS DEL SER HUMANO UNA FUENTE INAGOTABLE DE INSPIRACIÓN.

por ANDREA COVA MOORE
fotografías gentileza
VAN CLEEF & ARPELS

E

En París, en 1895, Estrelle y Alfred se convirtieron en marido y mujer, sin saber que tiempo después la fusión de sus apellidos se convertiría en el reflejo del verdadero destino joyero. Estrelle era hija de un comerciante de piedras preciosas y Alfred, de un artesano lapidario y corredor de diamantes; una combinación infalible que, 129 años después, continúa más vigente que nunca. Su unión parecía el camino perfecto para comenzar a escribir la historia de cómo debe ser una maison de alta joyería, una que utilizaría los mismos valores para empezar a diseñar las piezas más delicadas de la industria. Su pasión y su espíritu de innovación los llevaron a fundar Van

Cleef & Arpels. Sin embargo, y a pesar de casarse en 1895, no fue hasta 1906 que Alfred se asoció con los hermanos de Estrelle, Charles, Julien y Louis, para materializar el cariño que los unía por las piedras preciosas. La primera tienda se consolidó en el 22 de Place Vendôme, en París, una sede que hasta en la actualidad continúa siendo un icono. El símbolo ‘&’ se convirtió en la unión permanente del significado del buen hacer de un joyero; la pasión por la excelencia, el refinamiento y el amor -que nace desde su matrimonio- han servido como una fuente de inspiración. El espíritu creativo de Van Cleef & Arpels encuentra su génesis en esos tres principios, siendo el último más importante. De hecho, la primera creación vendida de que existe registro fue en 1906 y se trataba de un corazón de diamante, una representación sencilla del concepto que entrelazaba a sus fundadores.





EL GRAN INICIO

La primera tienda abrió en el 22 de Place Vendôme, en París, una sede que hasta la actualidad es un ícono.



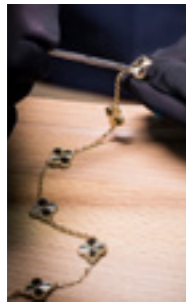
La casa no solo crea accesorios, es la musa detrás de un universo de maravillas, donde la creatividad es la moneda de cambio y la belleza es la ley que apremia sobre todo lo demás. En Van Cleef & Arpels los diamantes son estrellas y las joyas son sueños hechos realidad que representan la inolvidable y entretenida historia de sus creadores. Su visión audaz y su compromiso inquebrantable con la calidad y la innovación lograron que aquella maison desconocida construyera una reputación histórica por sus exquisitos productos, atrayendo a la élite de la sociedad y a las estrellas de cine de la época. Incluso, dentro de sus primeras colecciones se destacan las creaciones para la boda de Grace Kelly, el príncipe Rainiero de Mónaco y una larga lista de personalidades de renombre.

EL ARTE DE LA ALTA JOYERÍA

La verdadera magia de la firma radica en su capacidad para fusionar la artesanía tradicional con una creatividad sin límites. Cada pieza es una obra maestra única, meticulosamente elaborada por manos expertas que dominan antiguas técnicas y cuidan hasta el detalle más mínimo. Desde deslumbrantes collares de diamantes hasta delicados relojes de pulsera engastados con piedras preciosas, cada objeto es una expresión de belleza y elegancia atemporal. En sus talleres, el desarrollo de una joya es una danza cósmica entre el arte y la ciencia. Los artesanos -verdaderos magos- convierten metales y piedras en estrellas fugaces que encantan. Cada detalle se cuida con el amor de un poeta y la precisión de un relojero, creando artículos que son más que accesorios, son portales a mundos de ensueño, donde lo lindo,

la fantasía y la distinción reinan, porque nacen desde la ligereza y se combinan con el movimiento, manifestándose en un juego perfecto entre el volumen y los relieves que utiliza la asimetría como el punto sublime para sus piezas, ya que logra la sutileza del dinamismo. Así como el amor ha sido una fuente inagotable de inspiración, la suerte es un concepto que se encuentra en los cimientos de Van Cleef & Arpels, incluso, Jacques Arpels -sobrino de Estelle Arpels- solía decir que “para tener suerte, hay que creer en ella”, y una de las piezas más significativas se basa en ese concepto, específicamente en los tréboles de cuatro hojas que aparecieron, por primera vez, en los archivos en 1906, en conjunto con otras que simulaban talismanes de madera, amuletos y hadas benévolas.

JEWELRY DESIGN PROFILE



ALHAMBRA

En 1968 se diseñó el primer sautoir *Alhambra*, un collar compuesto por 20 motivos en forma de trébol en oro amarillo con

relieve. Rápidamente se consolidó como el símbolo reconocible de la firma, incluso, el trébol sirvió como fuente de inspiración para una colección completa que constantemente es reinterpretada en distintos colores y materiales, al mismo tiempo que es enriquecida con los movimientos actuales.



COLLAR ZIP

Se creó en 1950 y es considerado como una muestra de la materialización de la innovación y el ingenio técnico. Su forma, excepcionalmente versátil, permite tener un solo accesorio, pero también

ser utilizado de dos maneras: como collar o pulsera. Su diseño adaptable es un acierto y, a lo largo de los años, lo han presentado en versiones en oro y en platino adornado con piedras preciosas y ornamentales.



PULSERA LUDO

Una pulsera con eslabones rectangulares y un cierre que hace una referencia a una hebilla de un cinturón. Así, de forma simple, la pulsera *Ludo* se

posicionó como un ícono de la maison. Se creó en 1934 y hasta hoy es una referencia de las creaciones más emblemáticas. ¿La razón? Su silueta elegante -pero distinta- adornada con piedras debidamente seleccionadas.



DOUBLE CLIP PEONY

Parte de la esencia de Van Cleef & Arpels es

prestar atención minuciosa a los detalles de sus creaciones. Es como una danza

entre el poeta y el papel, una combinación perfecta que encuentra en figuras distintas la fórmula de lo que representa la alta joyería. El *Double Clip Peony* es la materialización de ello. En 1937 la firma lo diseñó y se componía de dos clips separables, donde uno representaba una peonía en plena floración y otro que acaba de florecer.



CLIP MILENIO

El inicio de un tercer milenio merecía celebración... O, por lo menos, así fue para la maison. Con la llegada de los 2000, la

firma creó un doble clip adornado con rubíes y diamantes *Serti Mystérieux*: una flor que puede llevarse en pareja o de forma individual. Una creación que refleja el enorme espíritu creativo.



UNE JOURNÉE À PARIS

Como un homenaje a la ciudad que la vio nacer, la maison presentó en el 2006 una colección de alta joyería que recreaba los lugares más emblemáticos de la ciudad. Dentro de los

diseños que más destacaban se encuentran la Torre Eiffel, la Ópera Garnier y, por supuesto, la Plaza Vendôme. ¡Monumentos inolvidables!



ROSE DE NOËL

Como si se tratara de un homenaje a la rosa de Navidad, en 1970 se presentó la colección *Rose de Noël*. Se



trata de una flor que florece en invierno y las piezas fueron diseñadas inicialmente en coral rosa y diamantes engastados con oro amarillo. Sus colores, diseños y distintas reinterpretaciones reflejan la esencia de la festividad y la elegancia que caracteriza a la maison.

COLECCIÓN PERLÉE

Como una muestra de la actualización de la firma, en 2008 presentaron la colección *Perlée*,

la que se inspira en un campo emblemático de Van Cleef & Arpels: las cuentas de oro. Se trata de diseños alegres y femeninos, que con su delicadeza describen la narrativa de la firma y realizan un tributo a la exuberancia y la belleza de la naturaleza. En esta colección las creaciones pueden mezclarse, emparejarse y combinarse. ■





por VALENTINA RAMÍREZ-S-M
fotografías gentileza DOLCE & GABBANA

DOLCE & GABBANA ALTA GIOIELLERIA

LAS NUEVAS JOYAS DE LA FIRMA ITALIANA TIENEN COMO EJE CENTRAL LA FILIGRANA, UN ARTE ANTIGUO PROFUNDO Y MÁGICO. DELICADOS HILOS DE ORO O PLATA ILUMINAN LAS PIEZAS, EVOcando LA COMPLEJIDAD DEL ENCAJE. CADA CREACIÓN SE CONviERTE EN UNA OBRA MAESTRA DE PRECISIÓN Y BELLEZA INDISCUTIDA, RINDIÉNDOLE HONORES A LA MAESTRÍA DE LOS ARTESANOS.



Una mirada al mundo que fusiona a la perfección el arte, la precisión del fatto a mano y la experiencia artesanal. Cada joya de Alta Gioielleria 2024, de Dolce & Gabbana, es una obra maestra de una belleza meticulosa, hecha con la técnica de la filigrana, donde los patrones tejidos a manos con delicados hilos de oro o plata evocan la complejidad del encaje. Estos tesoros, inspirados en la tradición sarda, son símbolos tangibles de un arte eterno que no ha dejado de brillar a lo largo de los siglos, como testimonio extraordinario de la incomparable habilidad de los artesanos. Inmerso en el corazón de la Piazzetta Luisa, en Forte Village, unas vitrinas de cristal protegen las piezas, prometiendo una experiencia cautivadora entre espigas de trigo y luces seductoras. Cada una de las 90 joyas se encuentra sumergida en las raíces italianas, donde las piedras preciosas, como el zafiro, los diamantes y las esmeraldas, son muchas veces incorporadas, junto con diseños bordados con flecos, oro tejido y patrones similares al encaje. ■

CHOPARD UN VIAJE ENTRE ORO Y DIAMANTES

CON MÁS DE 150 AÑOS DE HISTORIA, CHOPARD HA SIDO SINÓNIMO DE INNOVACIÓN, PRECISIÓN Y BELLEZA. CADA JOYA Y RELOJ ES UN TESTIMONIO DE SU COMPROMISO CON LA EXCELENCIA, COMBINANDO LA RICA HERENCIA DE LA MARCA CON INNOVACIONES MODERNAS, PARA ASÍ CREAR PIEZAS QUE SON VERDADERAS OBRAS DE ARTE.

por DOMINGA MATAS
fotografías gentileza CHOPARD

El arte de la relojería es mucho más que simplemente indicar la hora. Es un sentido del fluir de la vida, un testimonio de la excelencia humana y una representación de la elegancia. En el cruce de estos diferentes aspectos se encuentra una maison suiza excepcional: Chopard. Desde hace más de 150 años la firma se ha consolidado como una referencia en el mundo de la relojería y la alta joyería. Detrás de cada pieza se esconde una herencia familiar y un espíritu de innovación que hacen a esta marca auténtica. Un joven suizo, Louis-Ulysse Chopard, fundó la empresa en 1860, en el pequeño pueblo de Sonvilier. Su objetivo era crear relojes de precisión y fiabilidad excepcionales. El talento y la dedicación que lo caracterizaban atrajeron rápidamente a una clientela prestigiosa. En 1885, la fábrica se convirtió en proveedor oficial de Tir

Fédéral, la federación suiza de tiro, pero también de la Compañía Suiza de Ferrocarriles. Al mismo tiempo, el zar de Rusia Nicolás II también se sumó como abanderado de la marca, afirmando definitivamente la reputación internacional de la casa. El hijo de Louis-Ulysse, Paul-Louis Chopard, se hizo cargo de la empresa en 1921 y decidió trasladarla a La Chaux-de-Fonds y luego a Ginebra, en 1937. A continuación pasó a manos del nieto Paul-André, pero en 1963 se jubiló y, a falta de un heredero que quisiera sucederle, le vendió la empresa a la familia Scheufele, una dinastía de relojeros y joyeros alemanes. Así, Karl Scheufele III, quien entonces tenía 22 años, se hizo cargo con la ambición de preservar el patrimonio e impulsarlo hacia nuevos caminos. Es, entonces, cuando Chopard da un giro radical: se moderniza y se añade el segmento de joyería a la producción de relojes. En 1976 se presentó la icónica colección 'Happy Diamonds', caracterizada por diamantes en movimiento encerrados entre dos cristales de zafiro. Esto se convirtió en





LA MAISON CHOPARD

Fundada por Louis-Ulysse Chopard, a la edad de 24 años, en 1860, se concentró en el desarrollo de relojes de bolsillo y cronómetros de precisión. Hoy las joyas son la gran atracción. La firma.

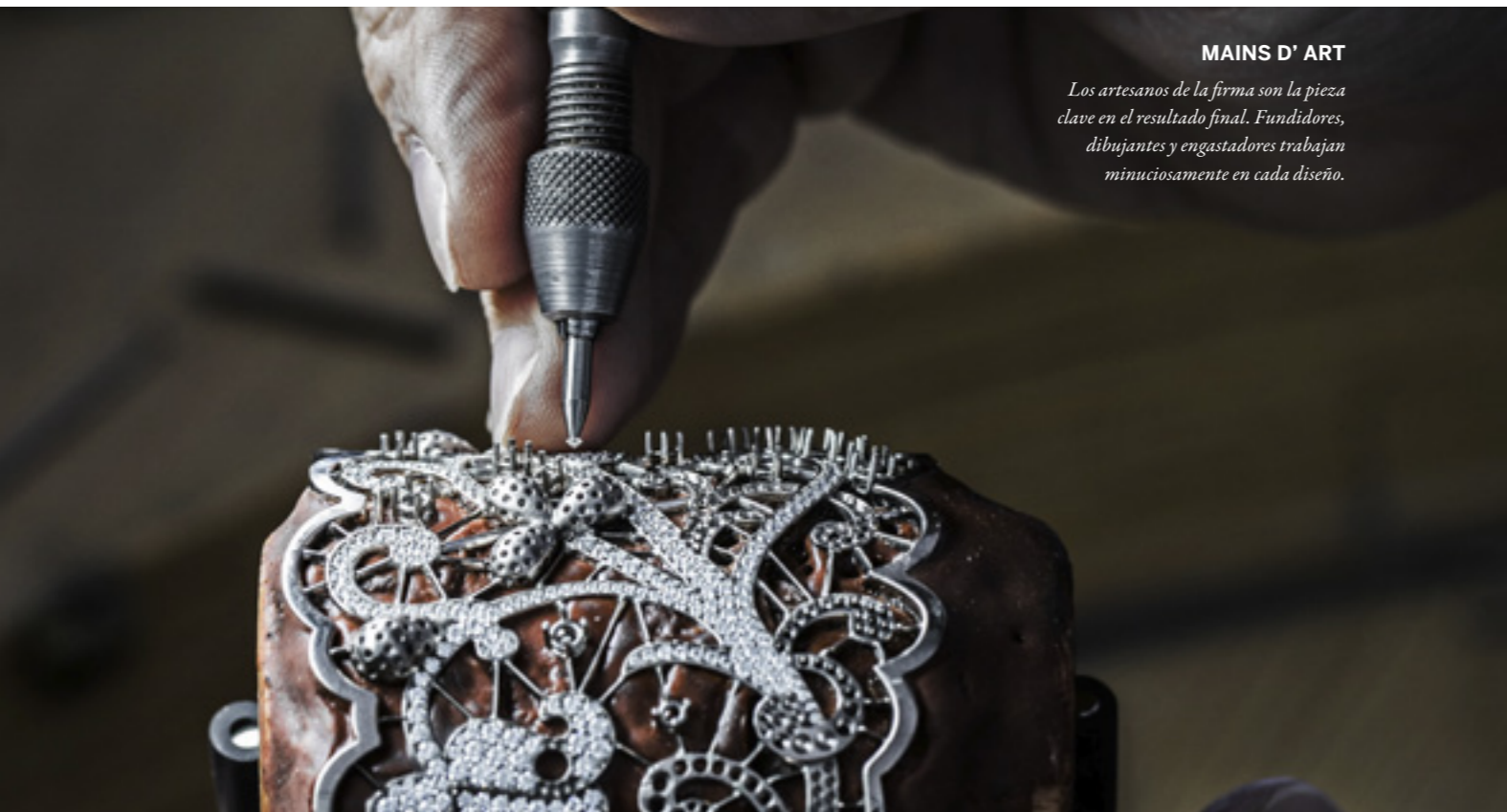
una línea clásica, que tiene actualmente a Julia Roberts como el rostro de la campaña. Bajo la dirección de Caroline y Karl-Friedrich Scheufele, los hijos de Karl Scheufele III, la firma reforzó su compromiso con la pura tradición relojera produciendo sus propios movimientos mecánicos en el taller Fleurier, fundado en 1996. Este enfoque permitió a Chopard mantener un control total sobre la calidad y la innovación de sus productos, asegurando su lugar en la élite Suiza.

MAINS D'ART

Con una suave combinación de humildad y de orgullo por el trabajo bien hecho, los artesanos de Chopard son claves en el trabajo minucioso. Estas 'mains d'art' son el corazón que late en los talleres y las creadoras de las emociones que le dan su fama de buena factura, de innovación y de respeto por las tradiciones. Aquí, el oro es la base de todo. El que usan irradia

un aura particular gracias a su origen, ya que desde 2018 todo este metal precioso que se utiliza es 100% ético. Y Paulo, uno de los artesanos fundidores del oro desde 2001, es el amo y señor de este reino. Es el artista a cargo de fundirlo. Su proceso consiste en depositar los lingotes de 18 quilates en el fondo de un crisol antes de calentarlos a más de 1.000 grados. Vierte el líquido en moldes de barra y luego los enfría para cristalizarlos. En otro sector existe un taller donde se trabaja sin que se oiga ni el menor ruido de máquinas o de herramientas. Lo único que se puede escuchar es el rechinar de la mina de un lápiz sobre el papel. Ahí está la imaginación de Mo, artesana dibujante del departamento de Alta Joyería desde 2011, que con vistas del Jura suizo y de las llanuras vitícolas del cantón de Ginebra, traza en dos dimensiones las líneas de las creaciones que los joyeros realizarán después con piedras y metales

preciosos. "El dibujo es mi idioma, mi medio de expresión. La emoción que siento cuando el trabajo de mis manos consigue convertir exactamente una idea en un dibujo es verdaderamente indescriptible". Todo comienza con los bocetos, unos detalles, unos esbozos que reinterpreteta hasta el momento en que considera que ha llegado al culmen de su reflexión. Después, comienza a trazar el dibujo final, el que será la primera imagen real de la futura joya. Lápices, rotuladores, pinturas: las líneas se liberan, los colores florecen, el papel cobra vida. Kevin es el artesano que requiere de mayor precisión y armonía, ya que debe pulir las joyas conservando la esencia de la pieza. Se apoya en el disco de pulido de diamante, sin embargo, su trabajo no termina hasta que él vea su propio reflejo para alcanzar lo que denominan 'belleza suprema'. Por otro lado, la sección de engarzar las piedras preciosas es una parte clave del taller



MAINS D' ART

Los artesanos de la firma son la pieza clave en el resultado final. Fundidores, dibujantes y engastadores trabajan minuciosamente en cada diseño.

para que obtengan brillo, luz y color. La paciencia, el cuidado y el autocontrol son las habilidades necesarias que requiere el maestro engastador de Chopard, Carlos. Él se encarga de mantener el equilibrio entre sostener las piezas unas con las otras y, al mismo tiempo, de soltar y darle un cuerpo ligero. Dentro del equipo también se encuentran Jean Claude, Anthony, Laura y Lorena, quienes desempeñan una parte esencial en el proceso. Desde escultor y maquetista, hasta coreógrafa.

NO SOLO JOYAS

A lo largo de los años, Chopard ha forjado grandes vínculos con el mundo del cine y las celebridades. Desde 1998 es patrocinadora oficial del Festival de Cine de Cannes, siendo Caroline Scheufele la diseñadora de la 'Palma de Oro', así como de las 'palmetas' otorgadas a dos actores (el resto de los premios se entregan en forma de diplomas en papel). Ahí es donde los relojes y exclusivas joyas adornan regularmente el look de las estrellas de la alfombra roja. En 2010 se lanzó 'Animal World' para honrar los 150 años de la deslumbrante joyería Chopard. La célebre

colección presentó la grandiosa suma de 150 piezas únicas con temática animal, incluida una cigüeña de oro blanco con una kunzita rosa de talla briolette de 51 quilates, un pulpo de perlas doradas envuelto en 540 diamantes y una brillante pulsera de sardina engastada con cuatro quilates de diamantes y 11 quilates de cabujón.

La maison también diseñó en 2015 una colección para la fundación All Hands and Hearts Smart Response, de la supermodelo Petra Nemcova, con quien trabajan desde 2009 para crear conciencia sobre su organización benéfica, la que brinda ayuda a niños en áreas afectadas por desastres naturales. La edición especial del brazalete en oro rosa de 18 quilates presenta un corazón rojo y otro con el icónico diamante flotante de Chopard. Es parte de la línea 'Happy Hearts', que incluye collares, aros, relojes y anillos, los que llevan un mensaje de amor, generosidad y altruismo. Un año más tarde, la maison fue ganadora de la 'Aguja de oro' en el Gran Premio de Relojería de Ginebra, con el diseño de uno de los relojes más complejos: el 'L.U.C. Full Strike'. Además de las múltiples colecciones, también es conocida en el automovilismo, especialmente a través de

su colección 'Mille Miglia'. Desde 1988 ha sido el cronometrador oficial de la famosa carrera de autos clásicos italianos y cada año se lanza uno nuevo en honor a este evento tan particular.

Hoy en día, todas las marcas cuentan con un modelo sport-chic con pulsera integrada. Pero pocas casas pueden presumir de tener una legitimidad real en este ámbito, es decir, un modelo histórico. Este es, sin duda, el caso de Chopard, que lanzó el 'St Moritz' en 1980, un reloj deportivo y elegante. Y casi 40 años después, en 2019, presentó el 'Alpine Eagle', inspirado en la naturaleza. Al querer controlar la producción de principio a fin, Karl Scheufele invirtió, en 1978, en una fundición. Así, el oro utilizado es fundido por la propia casa, permitiendo que ambos modelos fueran diseñados y producidos por su propio acero. Y sí, como Maison familiar consciente de los retos sociales y medioambientales, desde 2013 se embarcaron en un viaje a la sostenibilidad, un ambicioso compromiso a largo plazo impulsado por un sentido de profunda humildad y dedicado a marcar una diferencia positiva en el negocio de la alta gama. ■

FESTIVAL DE CANNES

Desde 1998 la Maison es patrocinadora oficial del Festival de Cine de Cannes, siendo Caroline Scheufele la diseñadora de la 'Palma de Oro'.



FASHION NEWS

MÁXIMA COLECCIÓN

Max Mara presentó Resort 2025 en el Palazzo Ducale, en Venecia, la que se inspiró en las influencias multiculturales que convirtieron la ciudad en una potencia del comercio global, un eje del estilo y un centro dinámico para el arte y la cultura. Desde batas de casa hasta gabardinas y capas, la firma ofrece las prendas de abrigo más majestuosas, junto con vestidos alucinantes, abrigos largos, túnicas



llamativas y trajes elegantes. Atención con las borlas de gran tamaño, los cordones gruesos, extravagantes puños y faldas tipo miriña, cortadas en terciopelo aplastado. Impacta una serie de tocados inspirados en turbantes creados en colaboración con el legendario sombrerero Stephen Jones. www.maxmara.com

GENTISSIMA OURSIN

La última colección del revivido icono de la relojería Gérald Genta es una línea cápsula de tres relojes inspirados en el 'Oursin', lanzado en 1994. En esta ocasión, reinterpreta la visión del maestro en su forma más extravagante para una audiencia contemporánea. Juega con los contrastes de color y textura, seduciendo la vista con sus geometrías en capas e invitando a la experimentación con sus superficies táctiles. Se presentan en una caja convexa de titanio, diseñada y elaborada en *La Fabrique du Temps Louis Vuitton*, y poseen un material que contrasta con el titanio subyacente: oro blanco, oro rosa y diamantes u oro amarillo. www.geraldgenta.com



AMOR POR LA PLAYA

Chanel Coco Beach 2024 es como una serie de postales de un viaje bañado por el sol. Capturadas por Cass Bird, las fotografías muestran a la modelo Olivia Vinten junto a rocas, casas de pescadores, cabañas coloridas y pequeñas lanchas a motor o, alternativamente, sumergiéndose en una piscina de color turquesa. La película de la campaña alegremente rítmica amplía aún más esta invitación a escapar. Evocando la esencia misma de la colección, estas imágenes celebran el espíritu de vacaciones y el amor de Gabrielle Chanel por la playa. www.chanel.com



LA CASA X JACQUEMUS

Los 15 años de Jacquemus se celebraron en Casa Malaparte, en Capri, con impresionantes vistas al Mediterráneo. La colección 'La Casa' es sinónimo de geometría y drapeado griego clásico. Los diseños se caracterizan por cortes afilados y líneas precisas, utilizando materiales ligeros que aportan una sensación de ligereza. La paleta de colores incluye negro, blanco, caqui y amarillo pálido, con toques de azul Capri, rojo brillante y un cálido salvia, evocando la esencia de la temporada. En cuanto a accesorios, hay dos nuevos bolsos: 'La Spiaggia', un clutch plegado, y 'Le Bombola', una versión estilizada del clásico bolso tipo cubo. www.jacquemus.com



LAS BALLERINAS DE FERRAGAMO

Salvatore Ferragamo dedicó gran parte de su creatividad a desarrollar las femeninas ballerinas, inspirado en la elegancia del ballet. Interesado en la anatomía del pie desde el comienzo de su carrera, y en la creación de estilos innovadores, Salvatore comenzó a diseñar zapatos planos en la década de 1920. El más icónico de los últimos años es el 'Varina', presentado por primera vez en 2008, con un lazo y una placa metálica con el logotipo de Ferragamo grabado. Los estilos Pre-Fall 2024 son una reinterpretación contemporánea del diseño clásico y cuentan con una construcción de bolsa con pliegues en la punta cuadrada. El doble Gancini en la parte superior, o la nueva placa Vara añaden un toque icónico y reconocible. www.ferragamo.com



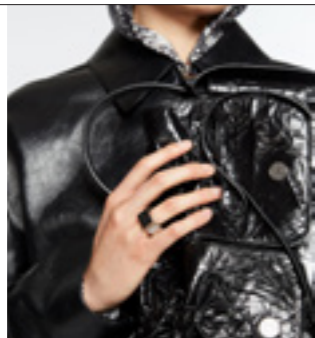
AHORA EN BOUTIQUES

Tras lanzar online su colección más reciente 'Edits', la marca homónima de Phoebe Philo está oficialmente disponible para comprar en tiendas físicas, luego de que solo los aficionados pudieran adquirir sus piezas a través de su página web. Las prendas se encuentran en la emblemática tienda minorista de Nueva York, Bergdorf Goodman, conocida por ofrecer marcas premium, brindando una experiencia de compra para la élite de Manhattan. La expansión a boutiques para Philo es un paso gradual a futuro, queriendo abrir un espacio en NYC y próximamente en Londres. www.phoebephilo.com

THE RING

Acne Studios, fundada en 1996 en Estocolmo, Suecia, como parte del colectivo creativo 'Acne' (un acrónimo de Associated Computer Nerd Enterprises, que luego se cambió a Ambition to Create Novel Expressions)

por el director creativo Jonny Johansson, se especializa en prêt-à-porter para hombres y mujeres. Y entre sus diversas colecciones se destacan los accesorios, entre ellos este entretenido anillo de sello, que tiene un grabado de la marca 'Acne Studios Stockholm 1996', elaborado en latón plateado. Un color sobrio y atemporal, que combina con cualquier look que desees utilizar, ya sea para un atuendo de día y también de noche. Elige el tamaño adecuado y lúcelo con actitud. www.acnestudios.com



COPERNI X PUMA

Nuevamente Coperni y Puma introducen una visión integral que fusiona moda con velocidad, inspirándose en los uniformes de los deportistas de élite. Simple, pero muy útil, con materiales y detalles de primer nivel. Líneas fluidas y cortes elegantes definen los diseños dinámicos que se alimentan del amor de Coperni por el futurismo. Tonos como el blanco, el negro y el amarillo vibrante se destacan, mientras que debuta un bolso característico de la firma de moda en dos tamaños grabados con lámina cromada y tiradores. www.coperniparis.com



SAINT LAURENT X RAY-BAN

En una colaboración innovadora, Saint Laurent y Anthony Vaccarello se han unido con Ray-Ban para reinventar los icónicos anteojos Wayfarer en una edición limitada llamada 'Ultra Black Wayfarer'. El diseño potencia la estética minimalista y vanguardista por la que ambas firmas son conocidas. Los detalles en negro sobre negro y los bordes afilados le dan un aire contemporáneo, mientras rinden homenaje a su clásica silueta. Este lanzamiento presenta solo 1.750 piezas numeradas, convirtiéndolas en verdaderos artículos de colección. www.ysl.com/en-us/rive-droite



QUEEN VICTORIA RESORT 2025

La colección Resort 2025, de Victoria Beckham, es un equilibrio entre sastrería y vestidos de los años 30. La diseñadora acompaña los cuellos de seda y el llamativo look con amplias corbatas que evocan la comodidad de la ropa. Es elegante, seductora y práctica, apelando con sus piezas al estilo de la mujer moderna. Se incluyen faldas diminutas y sweaters de gran tamaño, un claro reflejo autobiográfico de VB, junto con chaquetas vaqueras acolchadas y conjuntos de pantalones culotte. También se dejan ver pulseras maximalistas y grandes bolsos. La paleta de colores va desde la suavidad del verde menta, la lavanda y el azul celeste, hasta el caramelo brillante y el morado intenso. www.victoriabeckham.com

“EL GLAMOUR ESTÁ EN
TU CEREBRO,
NO EN TUS OJOS”.

Óscar de la Renta

ISSUE

Chimène
Delrock



THE GOLDEN AGE

fotografías
ASHISH SHAH

stylist
JORGE MORALES

ISSUE VOL.LVIII

46

En esta pág. _ vestido _ STELLA MCCARTNEY / *_ cartera como turbante _* ISSEY MIYAKE / *_ areos _* PIANEGONDA





En esta pág. _ vestido **DZHU**



En esta pág. _total look **RICK OWENS**

En esta página, look ISSEY MIYAKE / zapatos STELLA MCCARTNEY



En esta pág. _ vestido y zapatos **STELLA MCCARTNEY** / _ cartera como turbante **ISSEY MIYAKE** / _ joyas **PIANEGONDA**



En esta pág. _ aros **AREA**



En esta pág. _vestido **ISSEY MIYAKE** / _zapatos **VERSACE** / _sophyera **JR MALPERE** / _aros **NATHALIE JEAN**



_modelo **CHIMÈNE DELROCK** / The Society Management _pelo **REBEKA MICALO** / a Newemind Agency / _make up **LINDSAY KASTUK** / _set design **DRY CLEAN ONLY STUDIO** / _asistente stylist **MARISSA GIORDANO & OLIVIA ENGLER** / _agradecimientos **BE ELECTRIC, STU DIOS BROOKLYN**



En esta pág. _vestido **DZHUS** / _zapatos **MOSCHINO**

“LA MODA ES COMO
COMER. NO HAY
QUE CENIRSE,
AL MISMO MENU”.

Kenzo Takada

ISSUE

En esta pág. total look VALENTINO

ESENCIALES



ESENCIALES

por CLAUDIA GALLARDO / texto ANDREA COVA MOORE



VESTIDO
Alexander McQueen



TOP
Balmain



TOP
Alaïa

THREADS KNITTED

¿Una versión moderna y mejorada de Catwoman? ¡Por supuesto que sí! Pero llevando piezas de diseñador que no solo representan la identidad de quien lo ideó, sino también la suya. El negro es la tonalidad que jamás puede faltar en el clóset. La posibilidad de experimentar entre las distintas texturas se convierte en el perfecto mix and match... Top de Alaïa y falda de Alexander McQueen, una apuesta totalmente acertada.



TOP
Miu Miu



ZAPATILLAS
Saint Laurent



FALDA
Alexander McQueen

FUNDAS PARA AIRPODS

Ya lo hemos visto en el street style, los audífonos también forman parte del atuendo, sin importar si son con cables o inalámbricos. Este esencial nunca debe faltar, porque una buena canción cambia el rumbo del día. En el caso de los airpods los puedes personalizar a tu gusto. ¿Estuche de Jacquemus o Maison Margiela? Claro, siempre depende, pero cualquiera de las opciones funcionará.



ESTUCHE
Jacquemus



ESTUCHE
Maison Margiela



ESTUCHE
Alexander McQueen



PARKA
Louis Vuitton



VESTIDO
Saint Laurent



BODY
Barberrry

COFFEE CARAMEL

El negro no es la única tonalidad perfecta. Los tonos cafés también poseen un encanto único y especial, que encuentran en la uniformidad la elegancia más pura y que, incluso, se eleva al siguiente nivel del estilismo. Y sí, es solo para quienes ya se encuentran en ese recorrido. Puedes decantarte por un clásico vestido drapeado con transparencia o un beatle con estampado renacentista.



BEATLE
Acne Studios



ABRIGO
Saint Laurent



FALDA
Acne Studios



CARTERA
Barberrry



SANDALIAS
Dolce & Gabbana

GAMA PREMIÈRE

Kérastase vuelve a marcar la diferencia con Première, la primera gama diseñada para combatir un enemigo invisible que opaca el esplendor del pelo: la acumulación de calcio. Con ingredientes potentes, esta línea restaura la fuerza y el brillo a través de la exclusiva técnica de aplicación en capas de su shampoo y concentrado descalcificante.



TRATAMIENTO DESCALCIFICANTE
Kérastase



SHAMPOO
Kérastase



MÁSCARA REPARADORA
Kérastase



SÉRUM REPARADOR
Kérastase



CHAQUETA
Chloé



FALDA
Louis Vuitton



SWEATER
Gucci

MILITARY BUTTONS

Una de las bondades del negro es su capacidad de adaptarse a cualquier elemento, sin importar cuál sea. La tonalidad permite la creación de cientos de atuendos. Y si se combina con botones creas un estilo sofisticado, pero con un giro moderno que no le teme a la experimentación. ¿Un clásico little black dress? ¡Claro que sí! Pero con botones en la cintura para definirla y agregándole un toque de rebeldía. Y si lo mezclas con la desobediencia de Balmain será un acierto total.



CARTERA
Balmain



VESTIDO
Louis Vuitton



FALDA
Louis Vuitton



BOTAS
Balmain

PULSERAS CUERO Y DORADO

Un clásico de clásicos. Una pulsera negra es un infaltable en los accesorios. Su sencillez permite que la puedas utilizar en distintas ocasiones, incluso, en aquellas más formales, porque es el toque perfecto entre rebeldía y sobriedad. ¿Versace, Saint Laurent o Valentino? Depende de tu estilo, pero, sin duda, no puede faltar en tu muñeca.



PULSERA
Versace



PULSERA
Saint Laurent



PULSERA
Valentino Garavani

FILM NOIR

Como una película inspirada en vampiros o como una mujer que disfruta de las siluetas poco comunes. Lo cierto es que una parka de Dolce & Gabbana combinada con un abrigo de cuero de Saint Laurent y un pantalón de Alexander McQueen es perfecto, aunque parecieran distintos en estilo, se complementan para lograr un film noir.



ABRIGO
Ferragamo



VESTIDO
Dolce & Gabbana



BODY
Maison Margiela



PANTALÓN
Alexander McQueen



VESTIDO
Maison Margiela



BOTAS
Gucci

ENCADENADOS

Las cadenas tienen múltiples significados, pero en la moda se lo das tú. ¿Una representación de amor o un simple accesorio? Tú decides. Las pulseras de cadenas son para quienes utilizan la extravagancia como medio de expresión, suelen ser de un estilo chunky, como el modelo de Rabanne y Moschino, o más delicadas y femeninas como la de Marc Jacobs.



PULSERA
Rabanne



PULSERA
Moschino



PULSERA
Marc Jacobs



CHAQUETA
Acne Studios



CHAQUETA
Balmain



ABRIGO
Prada



VESTIDO
Saint Laurent



CARTERA
Gucci



ZAPATOS
Gucci

SAFARI VIBES

La deconstrucción es sinónimo del buen hacer de la moda, es una corriente que solo se deja llevar por la creatividad y los pensamientos del diseñador. De una pieza original puede salir un sinfín de siluetas nuevas. ¿Un vestido inspirado en un trench? Si, de Saint Laurent. ¿O una chaqueta de Miu Miu que utiliza la misma fuente de inspiración? ¡Por favor, agregar al shopping bag!



CHAQUETA
Miu Miu

LLAVEROS

Personalizar tu cartera con un llavero es la nueva tendencia que permite la máxima expresión de creatividad. Puedes ser rebelde como Jane Birkin, cuando customizó su birkin con los accesorios que más le gustaban, o puedes, simplemente, agregarle un llavero de un oso de Burberry o una opción más ecológica con Stella McCartney.



LLAVERO
Burberry



LLAVERO
Vivienne Westwood



LLAVERO
Stella McCartney



VESTIDO
Alexander McQueen



CARTERA
Alexander McQueen



SHORT
Dolce & Gabbana



CHAQUETA
Oscar de la Renta



PANTALÓN
The Attico



CHALECO
Alexander McQueen

RAYA DIPLOMÁTICA

Un estilo elegante, pero atrevido, que encuentra en el minimalismo la opción divina para destacar. Las rayas diplomáticas son sinónimo de buen gusto y del saber de la industria. Puedes combinarlo con un pantalón acampado de The Attico y una polera de AMI, a la que le puedes sumar un chaleco de Alexander McQueen y una cartera de la misma marca.



POLERA
AMI Paris

TARJETEROS

Pareciera que las billeteras pasaron de moda o perdieron la funcionalidad para lo que están diseñadas. Ahora, los tarjeteros se han convertido en un esencial. Y es que estos pueden cumplir con el mismo objetivo, pero de una forma más práctica, cómoda y versátil. ¿Cuál prefieres: Gucci, Miu Miu o Dolce & Gabbana?



TARJETERO
Gucci



TARJETERO
Miu Miu



TARJETERO
Dolce & Gabbana



¡UN CHARM MÁS, POR FAVOR!

UNA DE LAS CARACTERÍSTICAS MÁS ATRACTIVAS DE LA MODA ES SU CAPACIDAD DE PERSONALIZAR LOS ATUENDOS CON JOYAS Y DIVERSOS ACCESORIOS. Y ES QUE LA IMAGINACIÓN ES UN ABANICO INFINITO DE IDEAS Y LA CAPACIDAD DE DISEÑAR ES EL REFLEJO DE VOLVER REALIDAD LO INTANGIBLE. Y AQUÍ, UNA DE LAS PODEROSAS TENDENCIAS ES AGREGAR UN TOQUE ÍNTIMO CON OBJETOS DEL USO DIARIO A LAS CARTERAS. TRENDY E IMPERDIBLE.

por ANDREA COVA MOORE
fotografías gentileza MARCAS

C

Cada detalle cuenta y aquello que creías que no podía ser utilizado más allá de su función original, hoy se convierte en una declaración sobre el estilo personal. Los accesorios a modo de charms han emergido como una forma creativa y personalizada para las carteras. Estos pequeños accesorios no solo añaden un toque de individualidad, sino que también se han transformado en un símbolo de expresión personal, en una especie de invitación abierta a tu mundo interior, llegando casi a ser un reflejo de quién eres y tu visión sobre el mundo. Se trata de intimidad. La moda es un arte que ayuda a quien sabe

utilizarlo a expresarse a través de los colores, texturas, telas y, en este caso, los accesorios cumplen un rol clave. Además, la moda tiene la particularidad de ser una plataforma para resaltar la individualidad del ser humano, porque más allá de crear una relación estrecha entre los diseños con la piel, fomenta una narrativa visual que no necesita de palabras para emitir un pensamiento o un sentimiento; eso sí, esa cualidad solo pertenece a quienes lo han afinado y se han abierto al mundo de posibilidades, al fin y al cabo, son los sensibles a todo lo que dice ¡ARTE! Y encuentran en lo abstracto la belleza infinita o, por lo menos, desde su perspectiva. Casi de una forma filosófica es la premisa de la nueva tendencia de decorar o personalizar un bolso. Se trata de explorar un sinfín de combinaciones en accesorios a modo de charms que, en ocasiones, se caracterizan por sus siluetas estructuradas que pueden llegar a ser aburridas. ¡Pero nunca más!

BALENCIAGA SPRING 2024

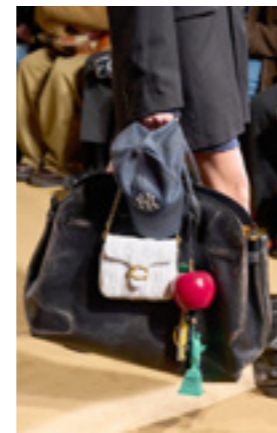
Demna, con su estilo característico y ecléctico, presentó una colección que no solo es fiel al estilo de la Maison, sino que incorpora una tendencia divertida, capaz de capturar la esencia de quien luce el bolso.





JANE BIRKIN

Sin saberlo e, incluso, sin intentarlo, años antes Jane Birkin presentó la tendencia estrella del street style del 2024. El ícono de la moda posicionó un estado de rebeldía innato para todos aquellos quienes disfrutan de la creatividad y la innovación.



Esta tendencia no solo es para las más arriesgadas del street style, ya que distintos diseñadores han integrado los charms en sus propuestas, transformando simples bolsos en declaraciones de estilo distintivos y deseables. La colección de Balenciaga Primavera-Verano 2024 fue una de las tantas firmas que se anotó con esta tendencia y, siguiendo su línea creativa, Demna, el diseñador de la maison, optó por presentar bolsos y carteras de gran tamaño combinado con distintos accesorios. ¿Candados, llaves, una minicartera e, incluso, labiales? ¡Sí, por favor! Porque no existe una mejor situación en la que puedas personalizar un accesorio, volviéndolo único e irrepetible en el mundo, pues, al final, es un reflejo de tu ser interior y la perspectiva de la forma en la que ves la moda y la vida. Al igual que Balenciaga, Miu Miu en su entrega Primavera-Verano 2024 se sumó a esta preferencia, pero con un giro distintivo (así como suele hacerlo Miuccia Prada), porque no solo añadió elementos que colgaban de las carteras, también presentó diseños con personalidad propia, ya que los

bolsos estaban rebosantes de ropa, anteojos de sol, documentos y zapatos, hasta el punto de no poder cerrarse. Esta inclinación se desliga del concepto minimalista de años recientes y festeja la exuberancia junto con la individualidad. O, por lo menos, así es para los amantes de la moda que anhelan diseños más audaces, donde cada bolso personalizado cuenta una historia única, transmitiendo una identidad propia. Por ejemplo, Jane Birkin era una fiel seguidora de esta afición y uno de los bolsos más costosos de la historia está inspirado en ella: el 'Birkin', de Hermès, que se caracteriza por su exclusividad y calidad, y que la actriz lo lucía como una tote bag cualquiera. ¿La razón? Lo personalizó a tal modo que llegaba a lucir desgastado, lo llenó de ornamentos, accesorios, lazos y llaveros que, indiscutiblemente, hacían que le perteneciera aún más. Su manera desenfadada de usarlo no solo era una señal de rebeldía, sino un discurso sin palabras de cómo era en su vida privada y de cómo la individualidad del ser humano se combina con una industria caracterizada por la banalidad... ■

MÁS SIEMPRE ES MÁS

Olvidate del minimalismo y opta, al igual que la colección de Miu Miu, por una cartera que no solo tiene espacio para lo esencial. Porque lo que necesites puede ir contigo a donde sea.



“EL QUE QUIERE
INTERESAR A LOS
DEMÁS TIENE QUE
PROVOCARLOS”.

Salvador Dalí

ISSUE





INSTANT LIFE

fotografías
QUENTIN KRÜEGER

stylist
HAUKE STARK

En esta pág. mod. izq. _top **ALICE KISTER**
mod. derech. _top **SPORTMAX**



En esta pág. _top ALICE KISTER / _shorts MAHORDE
_medias EMILIO CAVALLINI / _zapatos THE ROW
_pulsera SASKIA DIEZ



En esta pág. _top y ropa interior DOLCE & GABBANA / _medias FALKE / _zapatos SPORTMAX / _collar SASKIA DIEZ



En esta pág. _ vestido **FERRAGAMO** / _ areos **SASKIA DIEZ** / _ guantes **ALICE KISTER**





En esta pág. _total look MIU MIU



En esta pág. _total look MIU MIU

*_modelos EMMA MENNE @ Mega Models / IDA ADUKE @ Iconic Management / _make up y pelo KATJA MASSEN @ Kathrin Hohlberg
_casting FIONA TEAL AND LILL MEUSER @ Neu Casting / _asistente de styling LUCIA HOMMEL*

*En esta pág. mod. izq. _top **ALICE KISTER** / _shorts **MAHORDE** / _medias **EMILIO CAVALLINI** / _zapatos **THE ROW** / _pulsera **SASKIA DIEZ**
mod. derech. _top **SPORTMAX** / _falda **ALICE KISTER** / _zapatos **DOLCE & GABBANA***



HOT WINTER

fotografía BEN LAMBERTY
stylist TAYLOR KIM

ISSUE VOL.LVIII

82



En esta pág._abrigo BLK DNM / *_camiseta* AUTUMN CASHMERE



En esta pág. total look MIU MIU / _aros VINTAGE



En esta pág. abrigo BLK DNM / _body FLEUR DU MAL / _sombrero ESENSHEL
collar BEN-AMUN BY ISAAC MANEVITZ / _cartera GUCCI / _botas DSQUARED2



En esta pág. _top y bragas ANNE ISABELLA / _sombrero ESENSHEL / _medias EMILIO CAVALLINI / _zapatos GUCCI



En esta pág. *_chaqueta, jersey y braguita* **DSQUARED2** / *_medias* **EMILIO CAVALLINI** / *_collar* **VINTAGE**

En esta pág. *_abrigo, body, medias y cartera* **DOLCE & GABBANA** / *_chaleco* **AUTUMN CASHMERE** / *_vestido* **FLEUR DU MAL** / *_cinturón* **VINTAGE**





En esta pág. - chaqueta, camiseta, falda, zapatos y collar **GUCCI** / - sweater **PRADA** / - anteojos y aretes **VINTAGE**



En esta pág. _total look **TOMMY HILFIGER** / *_joyas* **VINTAGE** *En pág. derecha* *_trendy y falda* **ANNE ISABELLA** / *_sweater* **BOSS** / *_cartera* **DOLCE & GABBANA**

_modelo **GIGI RINGEL** *© Heroes Management / _casting* **URBAN CASTING NYC** / *_pelo* **BEN JONES** *© Bridge Artists / _makeup* **OLIVIA BARAD** *© See Management*
_manteca **JJZZ:STYLE** *© See Management / _retoque* **GEORGE GARFIO**



LADY IN RED

fotografía
LINDA LEITNER
stylist
ELKE DOSTAL

ISSUE VOL. LVII

94

En esta pág. _top **JACQUEMUS** / *_calzón* **MEY** / *_medias* **CALZEDONIA** / *_zapatos* **FERRAGAMO** / *_aros* **SASKIA DIEZ**





En esta pág. _zapatos **FERRAGAMO**

En esta pág. _rop **JACQUEMUS** / *_calcón* **MEY** / *_medias* **CALZEDONIA** / *_aros* **SASKIA DIEZ**





En esta pág. *_chaqueta* **JACQUEMUS** / *_sostén* **MIU MIU** / *_aros* **SASKIA DIEZ**



En esta pág. *_traje* **RAEY** / *_camisa* **WORKING TITLE** / *_zapatos* **JIL SANDER** / *_corbata* **JACQUEMUS**



*En ambas pág. _chaqueta y falda **SPORTMAX** / _zapatos **BALENCIAGA** / _cartera **JACQUEMUS***





*En esta pág. _vestido **COURRÈGES** / _aros **SIMONE ROCHA***



*En esta pág. _collar **SASKIA DIEZ** / _sostén **JACQUEMUS** / _pantalón **AWAKE MODE***



*En esta pág. _blazer_ **ACNE STUDIOS** / _medias_ **SWEDISH STOCKINGS** / _zapatos_ **BALENCIAGA***



*_modelo_ **CELIA** α **MHIA Models** / _make up y pelo_ **JANE JAKOBI** α **ARTNEST***

*En esta pág. _top_ **RABANNE***

SUSCRÍBETE

6 EDICIONES AL AÑO POR \$59.900. LAS SUSCRIPCIONES EN REGIÓN TIENEN UN CARGO ADICIONAL DE \$5.000



RECIBE 6 NÚMEROS de ISSUE en la PUERTA de tu CASA

Suscríbete en www.issue-mag.cl



MUST - HAVE

Una crema hidratante reparadora formulada para pieles que necesitan cuidado y confort. Así es la 'Restore Cream', de Stella McCartney Beauty, diseñada para hidratar y nutrir profundamente las capas superiores de la piel mientras la ayuda a sentirse reparada. Su fórmula ligera es deliciosamente rica, pero no grasosa. Después de un mes las líneas de expresión se suavizan visiblemente y la elasticidad y vitalidad parecen recuperadas. Además, está perfumada con el aroma característico High Cliff, creado por el perfumista Francis Kurkdjian.

Restore Cream **STELLA MCCARTNEY BEAUTY**

ISSUE

BEAUTY

“EL DISEÑO ES EL
EMBAJADOR SILENCIOSO
DE TU MARCA.”

Paul Rand



fotografías
JASON KIM
edición de moda
JORGE MORALES

BEAUTY BEAST

ISSUE VOL.LVIII

110



En esta pág. vestido QUINE LI / *_aros* AREA



*En esta pág. chaqueta **MSGM** / _collar **AREA**. En pág. sgte. _aros **AREA***





En esta pág. _chaqueta MSGM / _body NORMA KAMALI





En esta pág._body COPERNI / En pág. der._aros MARINE SERRE

*_modelo CRISTINA JUGO @ The Lions Management / _make up MITCH YOSHIDA @ Muse NY / _pelo REBEKAHALO @ Nevermind Agency
_manicure PIKA @ See Management / _asistente de stylist ANGELINA LAFAURIE CAPUTO Y BRIDOMINGUEZ*



BEAUTY NEWS

CELINE BEAUTY

Al igual que diferentes firmas de moda, Celine también apuesta por incursionar en el mundo beauty y prepara su línea de maquillaje para 2025. Una apuesta que comenzó en la mente de Hedi Slimane -director creativo de la marca desde 2018- y que se refleja en la colección 'Le Rouge Celine', con 'Rouge Triomphe', el primer lápiz

labial disponible y que se complementará con otros 15 colores satinados. Según la Maison, cada temporada estrenará nuevos lanzamientos, que incluirán bálsamos labiales, máscaras, lápices de ojos, polvos sueltos y rubores. www.celine.com



ODA A LA FAMILIA

Un siglo después de que Adele Casagrande y Edoardo Fendi abrieran su taller de artículos de pieles y cuero en Roma, la primera colección de fragancias recuerda la historia familiar y su compromiso hacia la expresión creativa utilizando materiales nobles; así lo cuentan los directores artísticos Kim Jones, Silvia Venturini Fendi y Delfina Delettrez Fendi, quienes han estado estrechamente involucrados en el proceso creativo. Siete perfumes exclusivos -'Casa Grande', 'Dolce Bacio', 'Ciao amore', 'Sempre mio', 'Perché No', 'La Baguette', 'Prima Terra'- invitan al maravilloso mundo de la familia Fendi y sus jardines secretos. www.fendi.com



MINI FORMATO

Con unas placas un 40% más estrechas, la nueva ghd mini está diseñada para un peinado de precisión desde la raíz en cabellos cortos y flequillos, perfecta para peinar secciones pequeñas con facilidad. Cuenta con la avanzada tecnología slim line dual-zone™, que controla constantemente el calor para mantener la temperatura óptima de peinado de 185°C y conseguir un resultado suave y de aspecto saludable con hasta un 50% más de brillo. www.ghdhair.com



PELO PODEROSO

Tras marcar un legado con Fenty Beauty y Fenty Skincare, Rihanna acaba de lanzar Fenty Hair, una línea que incluye nueve productos diseñados para todos los tipos y texturas de pelo. El protagonista es el complejo patentado Replenicore-5, una mezcla única de aminoácidos, proteínas y antioxidantes.

Además, la colección tiene ingredientes como la grosella espinosa de Barbados, extracto de pomelo enriquecido y de té verde, que trabajan juntos para reparar, fortalecer, hidratar, suavizar y proteger el cabello, garantizando un enfoque holístico de la salud capilar. <https://fentybeauty.com/en-cl>



LA NUEVA EDICIÓN LIMITADA DE ZADIG & VOLTAIRE

La edición limitada de 'This is her! Unchained', de Zadig&Voltaire, la moda y el perfume se fusionan. Un Eau de Parfum floral y almizclado, que revela un espíritu rebelde y rockero, gracias al acorde afrutado y colorido de la cereza, acompañado de las notas chispeantes de la mandarina y la baya rosa. En el corazón está la emblemática nota de castaña que se combina con una deliciosa estela floral empolvada. Por último, en el fondo, las sensuales notas de sándalo, benjuí y almizcle de piel se mezclan y combinan en una búsqueda de libertad absoluta. Las características cadenas metálicas de los bolsos realzan el frasco y el estuche de este perfume, que es una oda a la autenticidad y la independencia. Libertad, estilo y audacia encapsulados en un mismo frasco.



EDICIÓN LIMITADA

Este bálsamo multiuso lleva su identidad Couture al siguiente nivel con esta edición limitada en la que su envase redondo y ergonómico se viste con un motivo pata de gallo, uno de los cógidos emblemáticos de la Maison disponible en un divertido rosa vivo. Adecuado para su uso en las zonas ultrasecas de las manos, labios o el cuerpo, *'Dior Le Baume'* se distingue por su textura envolvente, que ofrece una sensación calmante a la piel, y por una fórmula compuesta por un 95% de ingredientes de origen natural. Así, la piel se siente revitalizada, hidratada y nutrida. <https://shop.dior.cl>

COSMÉTICA ALEMANA

La Dra. Barbara Sturm -prestigiosa médico en estética alemana, especialista en ortopedia, experta en estética y pionera en antiinflamatorios- formuló los famosos suplementos *'Skin Super Anti-Aging'*, con nutrientes dirigidos a las necesidades de belleza de la piel envejecida. Su potente ciencia de ingredientes incluye zinc y selenio, que contribuyen al mantenimiento de la salud de la tez y ayudan a protegerla del estrés oxidativo. Son perfectos para un cutis suave, radiante

y de apariencia más joven. ¿Cómo usarlos?

Debes tomar dos cápsulas al día con un vaso de agua a la hora de comer, preferiblemente por la mañana o durante el día. El suplemento funciona perfecto en conjunto con una rutina de cuidado específica, para brindar ingredientes antienvjecimiento desde adentro hacia afuera.

<https://eu.drsturm.com>



CREMA ANTIEDAD ÚNICA



'Sisleya L'Intégral Anti-Âge Crème Gel Frais' es una crema antiarrugas, reafirmante e hidratante, que protege de los radicales libres y ofrece una solución excepcional que aborda las diversas causas del envejecimiento cutáneo: genéticas y epigenéticas, es decir, relacionadas a factores ambientales y de

estilo de vida. Desde las primeras aplicaciones, su acción alisante suaviza las líneas de expresión. Al cabo de cuatro semanas, las arrugas se reducen visiblemente. El rostro recupera la firmeza, la densidad y el resplandor de una piel más joven, gracias a una rica combinación de más de 50 principios activos. www.sisley-paris.com



CÍTRICO Y AMADERADO

¿Qué pasaría si Charlotte Tilbury te dice que estás a punto de embarcarte en el viaje de fragancias más innovador, revolucionario e increíble de tu vida? La nueva línea de seis perfumes promete no solo deleitar los sentidos, sino también estimular emociones y estados de ánimo positivos. *'Love Frequency'*, *'More Sex'*, *'Cosmic Power'*, *'Magic Energy'*, *'Calm Bliss'* y *'Joyphoria'* están desarrolladas con tecnología de vanguardia y basadas en la neurociencia. Cada una busca desencadenar respuestas emocionales específicas en quienes las usan. ¡Propuesta maravillosa! www.charlottetilbury.com



EL ARCO PERFECTO

'FeatherFix', de Victoria Beckham Beauty, separa, levanta y define meticulosamente cada vello de las cejas con una fórmula clínicamente probada y resistente al agua las 24 horas. Las cuatro hileras precisas de cerdas son capaces de esculpir tu característico estilo de cejas, desde una levantada sin esfuerzo hasta una apariencia peinada hacia atrás. Tal como dice la propia Victoria: *"Este es un gel para cejas como ninguno otro que hayas usado. Viene con una pequeña varita para que pueda llegar directamente a la raíz y levantarlas"*. Un acabado suave y brillante para una luminosidad naturalmente saludable. www.victoriabeckhambeauty.com



THE HAIR EXPERT

Desde su fundación en París en 1964, Kérastase se ha consolidado como la firma líder en el cuidado capilar de alta gama, ofreciendo un acercamiento único que fusiona la ciencia más avanzada con una experiencia sensorial sublime. Mucho más allá de productos excepcionales, Kérastase cultiva una filosofía de profundo respeto y atención al cabello, al cuero cabelludo y a la individualidad de cada persona. Esta dedicación se traduce en tratamientos pensados para cada necesidad, formulados con ingredientes activos de vanguardia, que revelan resultados visibles desde la primera aplicación. Pionera en reconocer el rol esencial del peluquero en la prescripción de cuidado capilar personalizado, la firma trabaja en estrecha colaboración con científicos especializados para desarrollar productos icónicos, que combinan la ciencia con una experiencia exclusiva inigualable.

FOTOGRAFÍA: CARLOS AND ALYSE



SHAMPOO DESCALCIFICANTE REPARADOR

Usar en capas con el concentrado descalcificante.

CONCENTRADO DESCALCIFICANTE

Tratamiento ultra reparador de textura ligera.

MÁSCARA FILLER REPARADORA

El secreto reparador y anti-quebre.

SÉRUM FILLER FONDAMENTAL

Sérum anti-frizz, reparador y protector térmico.

ACEITE HUILE GLOSS RÉPARATRICE

Brillo intenso para finalizar.

Kérastase vuelve a desafiar los límites de la ciencia con Première, una colección de alta gama que promete revelar la auténtica magnificencia de tu pelo. Imagina un cabello reparado, fuerte, brillante y con movimiento, como si el tiempo no hubiera dejado huella en él. Este es el poder de esta nueva gama nacida de un descubrimiento científico sin precedentes: el impacto del calcio presente en el agua en la salud capilar.





PREMIÈRE: CUIDADO REPARADOR DE ACCIÓN DUAL

Planchas, decoloraciones, tratamientos químicos... El cabello se enfrenta a un sinfín de agresiones que le pasan la cuenta. ¿El resultado? Un pelo opaco, poco flexible y propenso al quiebre. Los laboratorios de Kérastase, siempre a la vanguardia, han descubierto que con los lavados un cabello dañado acumula hasta tres veces más calcio, debilitándolo aún más. Para romper este círculo vicioso, llega Première, un tratamiento de acción dual: primero, lo purifica eliminando el exceso de calcio que apaga su brillo. Después, reconstruye su estructura interna reparando los enlaces de queratina, devolviéndole su fuerza original. Su fórmula, elaborada con ingredientes de alta calidad, como el ácido cítrico y la glicina, actúan delicadamente sobre la fibra capilar, devolviéndole su fuerza y vitalidad original. Y, para completar esta experiencia sensorial, Première envuelve el cabello en una exquisita fragancia cítrica, un sello distintivo que te transportará a un oasis de bienestar.



Gama Première



Team Kérastase Chile



Daniela Peirano



Javiera Correa



Francisca Soubllette

UNA EXPERIENCIA PREMIÈRE

Descubriendo la ciencia detrás de un cabello impecable: Kérastase presenta Première, en el moderno edificio Gibraltar, Providencia.

Para conocer el poder transformador de Première en primera persona, Kérastase invitó a un selecto grupo de mujeres a una exclusiva masterclass. Una experiencia única donde pudieron adentrarse en la ciencia que hay detrás de esta increíble línea, comprobar su eficacia reparadora y disfrutar de un diagnóstico capilar personalizado. Tú también puedes entrar al universo de Première y lograr un pelo más fuerte, brillante y lleno de vida. **Visita kerastase.cl y descubre todos los secretos para un cabello espectacular.**

“CREO QUE ES
IMPORTANTE
OLVIDARSE
DE POSAR”.

Tom Ford



LOS RITUALES DE CATALINA SWINBURN

LA SABIDURÍA ANCESTRAL Y EL RITO COMO PRINCIPAL FUENTE DE INSPIRACIÓN SON LAS PREMISAS DE SUS OBRAS, LAS QUE SE FUNDAMENTAN EN EL PODER DE CONSTRUIR ALGO EN BASE A LO YA CONOCIDO, PERO MUCHAS VECES OLVIDADO. CATALINA SWINBURN, QUIEN EXPUSO EN LA ÚLTIMA EDICIÓN DE ART BASEL HONG KONG, ES UNA TEJEDORA DUEÑA DE UN DISCURSO ALTERNATIVO Y QUE HACE FORZOSA REFERENCIA A LA FUERTE RESILIENCIA FEMENINA.

U

por PÍA SCHLEEDE

fotografías gentileza CATALINA SWINBURN

Una metáfora de resistencia es la que reviste la obra de Catalina Swinburn, artista visual chilena que rescata, a través del tejido, rituales ancestrales relacionados con lugares sagrados, la geografía y la memoria original. Su trabajo, lleno de mística, está centrado en el concepto geopolítico de desplazamiento y, a través de él, ha enarbolado una técnica propia que consiste en entretejer documentos a modo de soporte. Es su manera de manifestarse y plasmar mensajes que cree fundamentales. Por medio de partituras de ópera, mapas y votos democráticos entabla preocupaciones globales, como son la sustentabilidad, la identidad, la igualdad de género y la globalización.

Su innata curiosidad de artista la ha llevado a explorar más allá de la evidente expresión de su obra, que viene a ser el gran resultado. Hija de padre arquitecto y madre artista, Catalina posee una herencia irrevocable que contiene también a un abuelo pintor y arquitecto, además de su bisabuelo, el



REVOLUTIONARY MYTHS

La muestra organizada por la Galería Selma Feriani, en la capilla Fitzrovia, en Londres 2023, ostenta de una investidura ritual hecha con lomos de cuero de los libros.



NO LAND

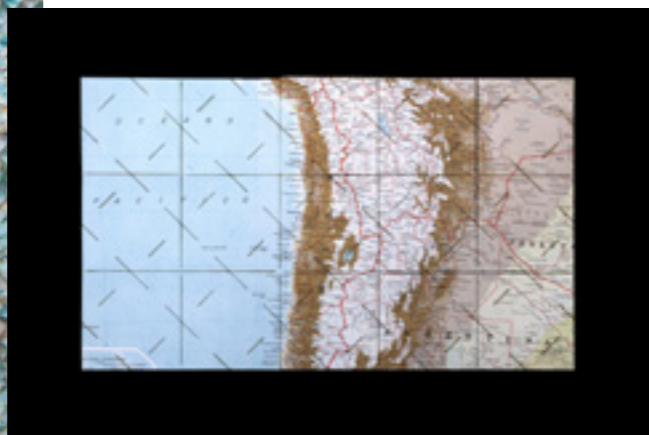
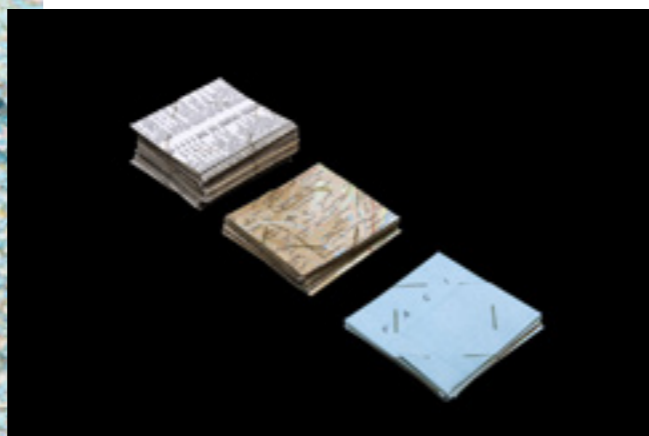
El rescate de un ritual ancestral de agradecimiento al agua como elemento vital para la humanidad es 'No Land', una muestra que aborda la crisis ambiental a través de la cartografía marítima y cartas de navegación.



artista Enrique Swinburn. “(...) En mi familia el arte era la misma existencia. No se imponía, pero se vivía orgánica e intelectualmente de una manera creativa, se permitía soñar y crear. ¿Tal vez era un modo de resistencia? Creo que uno se convierte en artista desde la insistencia de permitirse continuar creando”, cuenta Catalina desde la feria contemporánea Art Basel, en Suiza. Siempre estuvo vinculada al estudio, a la investigación y a los libros, desde su fascinación por la cultura egipcia cuando era una niña, hasta su último viaje a Perú, lo que le permitió conocer un ritual de peregrinación y gratitud hacia el agua que lo cambiaría todo. Fue en ese destino donde logró mirar con agradecimiento, conectándose con el poder y la sabiduría de los ancestros, dando paso a un nuevo viaje. “La inspiración que impulsa mi trabajo es el ritual. Mi práctica siempre ha estado ligada al pasado, a través de investigaciones sobre narrativas históricas para crear esculturas, instalaciones, tapicerías e investiduras a partir de documentaciones de archivos clásicos. Trato de recuperar rituales ancestrales relacionados con lugares sagrados, geografía ancestral y memoria originaria. Creo que hay tanto material sobre este tema arcaico y, a su vez, contingente, con tantas ramas que se derivan desde la arqueología, la astrología, la mitología, la arquitectura, la música, la cartografía y otros, que seguiré profundizando en estos contenidos que me apasionan”, sostiene.

OBRAS SIGNIFICATIVAS

Radicada entre Londres y Buenos Aires, las últimas exposiciones donde ha participado han sido espacios emotivos para desplegar su enorme talento. En la última edición de Art Basel Hong Kong expuso la obra ‘No Land: The Water Ceremony’ -para el sector de Encounters, con la galería de Selma Feriani y curado por Alexie Glass-, un ritual que la llevó a desmenuzar, en colaboración con su comunidad de trabajo, cientos de hojas, desde antiguos atlas, para luego transformarlas en una obra compuesta por cinco tótems de casi cuatro metros de altura, tejidos a mano e impresos de significado e historia. Esto abrió nuevas dimensiones y posibilidades a su práctica, donde el desafío fue hacer del derrumbe una obra. Para ello, la artista se dedica a recuperar libros que pertenecen a colecciones dadas de baja de bibliotecas públicas o toma ruinas de la industria editorial para convertirlas en una compleja materia prima, que proviene del desmantelamiento de un objeto para luego dar paso a una historia regresiva. En ese desarme, el simple sonido de las hojas al desprenderse de sus bases, para transformarse en su obra, fue para Catalina un mantra que se transformó en un rito inspirador. En ese contexto agrega: “El propósito principal de mi trabajo es revalidar el lugar de la mujer a lo largo de la historia y utilizar mi práctica de tejer a partir de



ARCHIVOS HISTÓRICOS

La estructura de 'No Land' se logró extrayendo páginas de archivo históricos para luego ser tejidas y proyectadas en esculturas. Un verdadero ritual meditativo que se enlaza con la técnica de trabajo del papel.

narrativas históricas como una metáfora de resistencia, donde los relatos tejidos se retratan como un sustituto del silencio de las mujeres. Tejer es un símbolo de la expresión femenina, una sustitución de la voz de una mujer y puede retratar lo que las palabras no pueden decir". 'No Land: Water Ceremony' viene acompañada de una instalación de sonido inmersivo, compuesta y arreglada en colaboración con el productor musical Carlos Tanoni. La pieza está inspirada en un poema de Guamán Poma de Ayala, uno de los autores nativos más polémicos y admirados del período colonial, considerado una fuente primaria de información sobre el mundo andino precolombino y las primeras décadas de colonización española. Un trazo común que enmarca toda la obra de Swinburn y que completa este viaje de reconocimiento. En sus piezas, la artista deambula permanentemente entre el culto y la práctica artística, lo que se expresa en los diferentes medios visuales que explora, consiguiendo desafiar la realidad con una nítida representación del mundo en el que vive.

En la 42ª versión de la Feria Madrileña Arco, Catalina Swinburn presentó, junto a la galerista Isabel Aninat, la obra 'Analepsis', pieza desarrollada íntegramente con votos del proceso constituyente del año 2020 de nuestro país. Se trata de una instalación que surge de la inspiración de las ruinas sagradas y los textiles utilizados por las culturas andinas. Hay en esta obra la representación de una renovación cultural y social, delatando el comienzo de un cambio profundo de cosmovisión en Chile. Próximamente lanzará una serie de litografías para Bardo, instalación que consta de 12 imágenes asociadas a lo que ella llama 'arqueología anticipada': la presencia y acumulación de fragmentos que proporcionan un nuevo significado al todo de su arte. Tejidos sobre cabezas de esculturas femeninas en piedra, terracota y bronce, originarias de la antigua Grecia, que ahora son desplazadas y exhibidas bajo la visión de Catalina. Además, está trabajando en su próxima exposición para Selma Feriani, en Túnez, la que se llevará a cabo en mayo de 2025. ■



ARTBASEL2024

'No Land: The Water Ceremony' busca rescatar un ritual ancestral de agradecimiento al agua en relación con los lugares sagrados, la geografía y la memoria original. Esta ceremonia reúne costumbres, tradiciones y creencias de la civilización Inca, resalta las innumerables crónicas antiguas y leyendas urbanas que se han transmitido de generación en generación.



PERFIL



BARBARA HULANICKI Y SU LEGADO DE MODA

DESDE LA MODA HASTA EL DISEÑO DE INTERIORES, **LA TRAYECTORIA DE BARBARA HULANICKI ES UN TESTIMONIO DE CREATIVIDAD Y RESILIENCIA.** NACIDA EN VARSOVIA Y FORMADA EN BRIGHTON, LA DISEÑADORA REVOLUCIONÓ LA MODA LONDINENSE CON SU ICÓNICA TIENDA BIBA, TRANSFORMÁNDOLA EN UN EPICENTRO CULTURAL. SU LEGADO SIGUE VIVO EN LA EXPOSICIÓN *'THE BIBA STORY, 1964-1975'*, EN EL MUSEO DE LA MODA Y TEXTIL DE LONDRES, DONDE SE CELEBRA SU IMPACTO EN LA INDUSTRIA.

por DOMINGA MATAS

fotografías gentileza BARBARA HULANICKI

L

La diseñadora polaco-británica Barbara Hulanicki no solo creó una marca, sino un movimiento. Nació el 8 de diciembre de 1936 en Varsovia. Su padre, Witold Hulanicki, era un diplomático que fue asesinado por la organización nacionalista Lehi, en Jerusalén. Ese evento llevó a su familia a trasladarse a Brighton, Inglaterra, en busca de un entorno más seguro y estable. Estudió moda por dos años en Brighton School of Art, hasta 1956. Fue ahí cuando ganó un concurso de diseño organizado por el Evening Standard, lo que marcó el inicio de su carrera profesional en la industria. Sin embargo, lo que le permitió adquirir una valiosa perspectiva de la moda y desarrollar su propio estilo fue comenzar a trabajar como ilustradora, colaborando con revistas de renombre, como Vogue, Tatler y Women's Wear Daily. Junto a su marido, Stephen Fitz-Simon, iniciaron un pequeño negocio de venta por correspondencia en 1963, alcanzando el éxito un año después, cuando crearon un vestido de gingham rosa que se anunció en el Daily Mirror. La demanda fue muy grande, con 4.000 pedidos en 24 horas, lo que les

permitió abrir la primera tienda Biba en Kensington, Londres. Esta boutique pronto se convirtió en un icono de la moda londinense, conocida por su estiloso ambiente y su decoración inspirada en el Art Nouveau y el Art Deco. La modelo e ícono de estilo Twiggy se convirtió en una gran patrocinadora por su auténtica apariencia, la que encajaba perfectamente con la marca. Biba no solo era una comercio fashion, sino un epicentro cultural donde se reunían artistas, estrellas de cine y músicos de rock, como Mick Jagger y The Rolling Stones, David Bowie y Marianne Faithfull. El espacio atraía a una clientela joven que buscaba todo tipo de prendas, entre ellas minifaldas, sombreros, boas de plumas, trajes de terciopelo y camisetas unisex teñidas en diversos colores. En su auge se convirtió en la segunda atracción turística más visitada de la ciudad, solo superada por la Torre de Londres.

La pareja continuó expandiendo su negocio, trasladándose a un espacio más grande en High Street Kensington, en 1973. Este nuevo local era una maravilla de siete pisos. El edificio no solo albergaba moda, sino que también muebles, cosméticos y un restaurante. Sin embargo, y a pesar del éxito inicial, Biba cerró en 1975 debido a problemas financieros y administrativos. Tras esto, Hulanicki y Fitz-Simon se trasladaron a Brasil, donde ella





ÍCONO DE MODA

La exposición 'The Biba Story, 1964-1975', en el Museo de la Moda y Textil de Londres -hasta el 8 de septiembre de 2024-, refleja cómo Biba se convirtió en la primera marca de estilo de vida del mundo, transformando la manera de comprar y consolidándose como el ícono de la moda de las décadas de 1960 y 1970.



BARBARA HULANICKI

La diseñadora polaco-británica triunfó en la moda y hoy lo hace con el diseño de interior. Su trayectoria y legado son irrepetibles.

diseño para Fiorucci y Cacharel, además de lanzar una línea de ropa infantil llamada Minirock para el mercado japonés. Luego del lamentable fallecimiento de su marido, ocho años después, Hulanicki se mudó a Miami para diseñar un club nocturno para el músico de los Rolling Stones, Ron Wood. En 1989 se reinventó como diseñadora de interiores y, desde entonces, se radicó en esa ciudad. Fundó un negocio en el área y trabajó en varios proyectos de hoteles para Chris Blackwell en Jamaica y Bahamas. Su labor en Estados Unidos fue fundamental para reactivar el distrito Art Deco de Miami Beach. Además, diseñó hoteles icónicos, como The Leslie, The Cardozo y The Carlyle, ganando reconocimiento por su contribución a la renovación del lugar.

A lo largo de su carrera, ella ha creado vestuarios tanto para el teatro como para el cine, al igual que papeles pintados, textiles y líneas de moda. Topshop, en su entonces un minorista británico, abrió una tienda en Nueva York y lanzó una colección con diseños de Barbara Hulanicki, en 2009. Esta colaboración incluía vestidos y blusas de gasa, piezas de jersey impresas con sus ilustraciones originales, bikinis y una chaqueta de gamuza recortada. La diseñadora se involucró nuevamente en la marca al ayudar como consultora para la

tienda, tras cinco años de que la empresa de departamentos británica House of Fraser adquiriera los derechos de Biba, en 2009. Sus memorias 'From A to Biba' fueron punto de inspiración para un documental sobre su vida llamado 'Beyond Biba'. En 2012 se inauguró una importante exposición sobre sus obras, donde fue entrevistada por la directora del Departamento de Colecciones Especiales de la Universidad de Miami, Cristina Favretto. Años más tarde, logró lanzar dos libros hechos a mano: 'In Biba' y 'Sin Biba'. En 2021 demostró su continua capacidad para innovar y adaptarse a las tendencias modernas de la moda y el diseño al asociarse con la firma de realidad virtual BrandLab360, creando un nuevo proyecto llamado 'Hula'.

THE BIBA STORY

Emprendimiento, interés y talento hay de sobra. Ha recibido numerosos reconocimientos por su contribución artística. En 2010 obtuvo un Doctorado Honoris Causa de la Universidad Heriot Watt y, en 2012, fue nombrada Oficial de la Orden del Imperio Británico (OBE) en los Honores de Año Nuevo, por sus servicios a la industria de la moda. Fue invitada al programa Desert Island Discs de BBC en 2013, donde

reflexionó sobre su carrera y las pérdidas personales que había sufrido. Dos años más tarde fue entrevistada en Hardtalk, también de BBC, donde habló sobre la resiliencia y la creatividad. Mencionó que después de completar cada proyecto "toma fotos y se despide de él", subrayando la importancia de lo que uno lleva en la mente. Su trabajo no ha sido en vano: actualmente se lleva a cabo una exposición llamada 'The Biba Story, 1964-1975' en el Museo de la Moda y Textil de Londres -hasta el 8 de septiembre de 2024-, la que explora cómo el fenómeno de Biba se convirtió en la primera marca de estilo de vida del mundo, transformando la manera de comprar y consolidándose como el ícono de la moda de las décadas de 1960 y 1970. La muestra se centra desde 1964 -cuando se inauguró la primera boutique- hasta 1975, cuando la legendaria 'Big Biba' cerró sus puertas. Se exhiben piezas de archivo de vestuario, fotografías originales, películas y materiales seleccionados personalmente por Barbara. Hoy, a sus 85 años, Hulanicki sigue siendo una figura influyente, demostrando una notable capacidad para adaptarse y evolucionar con los tiempos, manteniendo su nombre como sinónimo de expresión creativa genuina y estilo atemporal. ■



EL UNIVERSO DE ALESSANDRO MENDINI

UNA CARRERA MARCADA POR LA UNIÓN DE DISTINTAS DISCIPLINAS Y LA FIEL IDEA DE QUE EL DISEÑO TRASPASABA LO TEÓRICO Y LO QUE YA EXISTÍA. MÁS BIEN, SE TRATABA DE UNA CONCEPCIÓN DIFERENTE QUE ENCUENTRA EN EL INTERIOR DEL CREADOR LA INSPIRACIÓN PERFECTA PARA CONSTRUIR UN UNIVERSO EXPERIMENTAL. **ALESSANDRO MENDINI CAMBIÓ LA HISTORIA DEL DISEÑO ITALIANO Y SE CONSOLIDÓ COMO UN ÍCONO DE LOS AÑOS 70 E, INCLUSO, A PESAR DE SU MUERTE, LO SIGUE SIENDO EN LA ACTUALIDAD.**

por ANDREA COVA MOORE

fotografías gentileza
ALESSANDRO MENDINI

Imagina un universo donde el color y la forma danzan en perfecta armonía, donde cada objeto es una obra de arte que despierta los sentidos, desafía las convenciones y crea un nuevo estilo que utiliza como premisa la combinación de conceptos distintos entre sí, pero que una mentalidad diferente logra fusionar quedando a la perfección. Así, en palabras resumidas, es el mundo de Alessandro Mendini, un visionario del diseño cuya pasión por la innovación y lo moderno lo llevó a explorar los límites del arte y la arquitectura, incluso, desdibujando aquella separación que divide a ambas disciplinas. Nacido en la efervescente ciudad de Milán en 1931, Mendini

creció rodeado de la vasta herencia cultural de Italia. Desde una edad temprana se sintió atraído por la intersección entre el arte, la arquitectura y el diseño, una fascinación que lo acompañaría a lo largo de su vida, marcando su carrera y convirtiéndose en una referencia italiana, incluso después de su muerte en 2019, a sus 87 años. Se graduó como arquitecto en 1959 en la Universidad Politécnica de Milán, sin embargo, su carrera no fue una limitante para desarrollar otras aptitudes. Más bien, fue el comienzo de una trayectoria inigualable. Empezó a trabajar en el estudio del arquitecto y diseñador Marcello Nizzoli, con quien colaboraría hasta 1970. Luego de su etapa académica se embarcó en un viaje de descubrimiento creativo, que lo llevó a explorar una amplia gama de disciplinas, desde la arquitectura hasta el diseño industrial. Su mente inquisitiva



LA ESENCIA DE MENDINI

Para el diseñador, los espacios coloridos repletos de texturas y elementos llamativos eran una constante que reflejaba su interior, pues encontraba en ellos la máxima expresión de sus pensamientos más abstractos.

EL SILLÓN PROUST

Una de sus mayores creaciones. Incluso, se convirtió en uno de los tantos íconos de su carrera. ¿La razón? Representaba su perspectiva sobre el arte vanguardista y moderno.

**LA BELLEZA DEL COLOR**

La carrera de Mendini estuvo enmarcada por la combinación de colores y formas que desafiaban las nociones tradicionales de funcionalidad y de lo que se podría considerar el buen diseño.

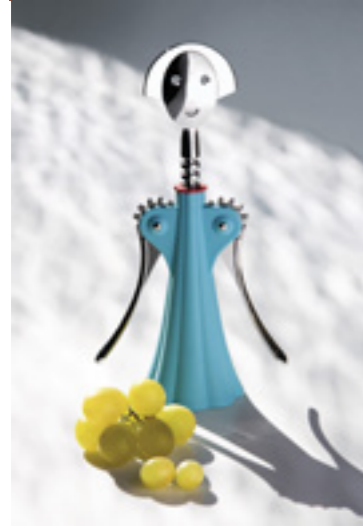
y su espíritu intrépido lo llevaron a provocar las normas establecidas y a crear obras que desafiaban la imaginación, donde a través de su diseño inusual era capaz de construir un relato, pues se trataba de un vocabulario creado por él mismo; aquí no existían las equivocaciones. Ya desde la década de los 70, sin saberlo, iniciaba una nueva era en el diseño italiano, creando un movimiento que lo llevaría, sin duda alguna, a cosechar la fama mundial.

UNA CARRERA DE CREACIONES

En 1973 cofunda Global Tools, un programa experimental multidisciplinario que enseñaba sobre el diseño. Con vigencia solo hasta 1975, incluía a artistas conceptuales y fue concebido como una forma distinta de ver el arte a través del diseño y la arquitectura. Luego, se unió a Studio Alchimia, que buscaba representar lo que era el movimiento posmoderno italiano y que encontró su génesis en el 'diseño radical'. En otras palabras, fue la fusión ideal entre el diseño característico de finales de los 60 y el principio de los 70, una unión creativa que combinaba lo clásico con lo que se desligaba del

concepto tradicional. Era el inicio de un nuevo capítulo de la historia, donde Alessandro Mendini se posicionaría como el ícono del diseño italiano.

El diseño radical -también conocido como el antidiseño y el contradiseño- fue una corriente que encontraba en la reflexión una perspectiva distinta de crear piezas de arte y descubría en su propia rebelión el manifiesto que todo artista necesitaba, basándose en la combinación de colores, siluetas y texturas novedosas, que eran la antítesis de lo que ya existía hasta aquel momento en la disciplina. Y, precisamente, Mendini formó parte importante del movimiento. Su forma de crear se alejaba de todo lo que se había realizado hasta la década de los 70, porque este grupo posee como premisa la búsqueda de los detalles dentro del mismo ser que las diseña, es una conexión que se extiende más allá de una simple relación de un artista con su creación. Se trata de una complicidad que solo puede existir gracias a la búsqueda del interior. Es una belleza intrínseca que posee el ser humano, ya que es capaz de plasmar en objetos materiales lo que muchas veces no tiene una interpretación en palabras.



SU IDENTIDAD

El trabajo del diseñador no solo era crear objetos para el hogar; su espíritu creativo se trataba de una reinterpretación de sus mismos intereses y pensamientos.

OBJETOS ICÓNICOS

Debido a la premisa del diseño radical, sus obras estuvieron enmarcadas en la combinación de texturas, formas y colores, pues era el manifiesto de que lo diferente también debía tener un puesto importante y particular en la historia del buen diseño. Una de sus creaciones más emblemáticas es el sillón 'Proust', que desafía las nociones tradicionales de funcionalidad y de lo que se podría considerar el buen diseño. Se trata de un objeto extravagante, con una estética exuberante, que realiza una invitación a explorar el mundo a través de los ojos del artista. Mendini presentó la obra por primera vez en 1978, en colaboración con el artista Franco Migliaccio. Este sillón no fue una creación al azar, porque ya en 1976 empezó a imaginar cómo sería la tela que recubriría una de sus creaciones más importantes: el 'tejido Proust', inspirado en las influencias literarias y artísticas relacionadas con el escritor del mismo nombre, Marcel Proust. El trabajo de Mendini no solo era crear objetos para el hogar, sino que se trataba de una reinterpretación de sus mismos intereses y pensamientos, que luego plasmaría con la ayuda de objetos físicos.

Y no, no se detuvo en la industria del diseño. Su visión audaz, su capacidad para desafiar las convenciones y su formación académica lo llevaron a traspasar los límites de la arquitectura con proyectos innovadores y ambiciosos, como el Museo Groninger de Arte Moderno en los Países Bajos. Con su fachada multicolor y su diseño de formas geométricas, el lugar se convierte en una declaración audaz de la idea de que la arquitectura puede ser una forma de arte en sí misma. El diseñador también utilizaba el humor como parte importante de sus creaciones, las que eran ideales para avivar un espacio, construyendo un ambiente diferente que aportaba un concepto innovador. Así como el sillón 'Proust', también creó el sacacorchos 'Anna G', uno de sus tantos bestseller que se inspiró en Anna Gili, una figura relevante en su vida. Alessandro Mendini no solo escribió una parte importante de la historia del diseño italiano, sino que también inspiró a generaciones de artistas y creadores a seguir sus pasos. Hoy en día, incluso, es considerado un ícono. Su visión creativa continúa vigente, logrando una invitación a la creación de un mundo experimental. ■

EL ÉXITO

Una perspectiva que describió el diseño radical y comenzó una corriente que encontraba en la reflexión una manera distinta de crear piezas de arte.



CULTURA

INTERIOR



por VALENTINA RAMÍREZ S-M // fotografías VERMELHO MELIDES

LOUBOUTIN Y SU REFUGIO COSTERO

LAS SUELAS ROJAS SON EL CLARO SELLO DEL DISEÑADOR DE ZAPATOS CHRISTIAN LOUBOUTIN. PERO HAY MÁS. **EN UNA LOCALIDAD COSTERA DE PORTUGAL SE ENCUENTRA SU PROPIO HOTEL: VERMELHO MELIDES, QUE IMPACTA POR SU DISEÑO TRADICIONAL Y TOQUE VANGUARDISTA.** TRECE SON LAS HABITACIONES QUE IMPRESIONAN CON SUS PAREDES BLANCAS, LOS MARCOS DE VENTANAS AZULES Y PUERTAS DE MADERA TALLADAS MINUCIOSAMENTE. UN LUGAR QUE INVITA AL DESCANSO Y A ENCANTARSE CON LA COMIDA PORTUGUESA.

ISSUE VOL. LVIII

144



ECLÉCTICO Y ATREVIDO

Cada detalle del hotel fue diseñado por Christian Louboutin junto a la arquitecta portuguesa Madalena Caiado y su amiga Carolina Irving.



E

Es posible que te pierdas admirando la fachada esculpida a mano por el escultor italiano Giuseppe Ducrot, que olvides la noción del tiempo al contemplar los detalles de los azulejos artesanales locales o los frescos del artista griego Konstantin Kakanias. También es probable que sientas la tentación de abrir cada puerta creada por la carpintería granadina Los Tres Juanes, maravillarte con las piezas únicas, como el candelabro mural Klove o, incluso, dejarte seducir por un cóctel servido en la barra de plata hecha a medida por orfebres de Villarreal. Así es el hotel Vermelho Melides, de cinco estrellas, ubicado en Portugal y creado por Christian Louboutin. La historia cuenta que hace 13 años el diseñador de zapatos se compró una residencia de vacaciones en Melides, un pueblo costero agrícola al sur de Lisboa. Un ambiente tranquilo y adorable, pero no contaba con ningún restaurante para salir a comer. Grave problema. Entonces, se le ocurrió abrir un bistró, pero su pasión fue más allá y pensó: ¿Por qué no un hotel?

Ecléctica, maximalista y atrevida: la esencia del diseñador resuena en cada espacio del íntimo y acogedor hotel boutique. Más de una docena de inviernos en Alentejo se convirtieron en

una inspiración para Louboutin, quien diseñó este espacio que celebra la tradición y el saber hacer portugueses, al tiempo que refleja la pasión cultural, la curiosidad y el carácter cercano y amable del francés. Un hogar lejos del hogar, ahora abierto para que el mundo lo descubra.

LA ELECCIÓN DE DETALLES

El hotel, llamado así por el color bermellón —como un guiño a las clásicas suelas del diseñador— cuenta con 13 habitaciones, un spa, bar y, cómo no, un restaurante. Cada detalle, rincón y habitación están diseñados por Louboutin junto a la arquitecta portuguesa Madalena Caiado y su amiga Carolina Irving. En cuanto al mobiliario, ha elegido diversos tesoros adquiridos en subastas y viajes por el mundo, los que tenía guardados en su almacén a las afueras de París. Entre ellos se destaca un bargueño, un arcón español de madera y un sofá de terciopelo bordado, de Henri Samuel, que se instaló en la suite superior. En cuanto a la paleta de colores, el rojo es, sin duda, el hilo conductor, visualizado en los azulejos de los pasillos, en las contraventanas, en el tapizado en lino de algunos sofás, etc., pero también se destaca el azul intenso, que figura en gran parte de la fachada, adornada con imponentes ornamentos barrocos de cerámica de Giuseppe Ducrot. Abundan también los azulejos portugueses de cerámica vidriada, algunos parte de la colección personal de Louboutin.



DECORACIÓN ESPECIAL EN CADA RINCÓN

Trece habitaciones, un spa, un bar y un apetecido restaurante forman parte de las instalaciones del hotel, llenos de arte y mobiliario que Louboutin ha adquirido en subastas y diferentes viajes por el mundo.

SABORES INOLVIDABLES

Una mesa repleta de colores vibrantes con platos locales hechos a mano y vajilla artesanal de Melides. Una receta que cuenta la fábula de una piedra local o un postre rojo que corona toda la experiencia... No te olvidarás de los sabores de la cocina portuguesa con matices internacionales en Xtian, el restaurante bistrónomico dirigido por el chef portugués David Abreu. Es que explorar la cocina portuguesa es hacer un viaje en el tiempo, una época en la que la atención se centraba en los tesoros de la tierra local y lo que tenía para ofrecer, temporada tras temporada. Con el clima cálido y el rico paisaje de Portugal, este tipo de cocina saca a la luz una variedad de ingredientes, incluido el famoso Bacalhau del Océano Atlántico. Aquí se disfruta de un espectro de sabores y técnicas culinarias tradicionales centradas en realzar los matices que hacen que la mesa portuguesa sea única y excepcional. Por su parte, Vermelho Bar es íntimo, extravagante y encantador. Está diseñado para dar la bienvenida a quienes buscan refugio en un acogedor escondite abierto durante todo el día y hasta la noche. Impresiona la barra de plata hecha a medida por los orfebres de Villarreal, donde ahí podrás pedir ese extravagante cóctel, examinar la carta de snacks, intercambiar las historias que has desenterrado junto a la chimenea y brindar por el espíritu distintivo de Melides.

OTRAS INSTALACIONES

Siglos de historia se unen para formar el Indian Lounge, un espacio exclusivo para los huéspedes de Vermelho que te transportará desde

Melides al otro rincón del mundo. Puede ser lo que tú elijas: un refugio, un lugar para buscar inspiración en medio de su extensa colección de arte y muebles antiguos, o un punto de encuentro que dé cabida a personas curiosas que desean encontrar gente con ideas afines. Sin embargo, también puede ser el anfitrión del té de la tarde o un sitio para elaborar estrategias durante una partida de ajedrez. Y ese es el encanto de Indian Lounge. Como ocurre con cualquier obra de arte, su importancia reside en su público y en lo que elige percibir.

¿En busca de un spa? Escondido tras los muros se encuentra un refugio donde las piedras sagradas, que alguna vez adornaron las antiguas iglesias, se mezclan armoniosamente con la cosmética francesa de Anne Semonin y la serenidad de las técnicas indias de atención plena. Este santuario no es simplemente un destino, es un templo del renacimiento, donde los huéspedes son recibidos con el suave abrazo de la historia y la tecnología de vanguardia que se fusionan para crear un espacio donde la mente, el cuerpo y el espíritu encuentran consuelo e inspiración.

Y no todo es decoración interior. Llenos de color y flora local, los jardines de Vermelho son un santuario de paz. En ellos se puede encontrar una variada vegetación autóctona, una piscina natural climatizada o, incluso, un rincón apartado donde desconectarse y apreciar el entorno. Con una cartera impresionante que incluye lugares como los Jardines de Versalles, el renombrado arquitecto paisajista francés Louis Benech ha sido responsable de hasta el último detalle de los coloridos, pero naturales jardines del hotel, que combinan perfectamente con el paisaje de la ciudad. ■





por VALENTINA RAMÍREZ S-M
fotografías gentileza GUCCI, DRIES VAN NOTEN, CELINE Y LOEWE

MÁS ARTE QUE MODA



TODO ABSTRACTO

La tienda insignia de Loewe, en Milán, ha sido totalmente reformada, donde se incluyó mucho arte. Al fondo, una imponente obra abstracta de la artista Ragna Bley.



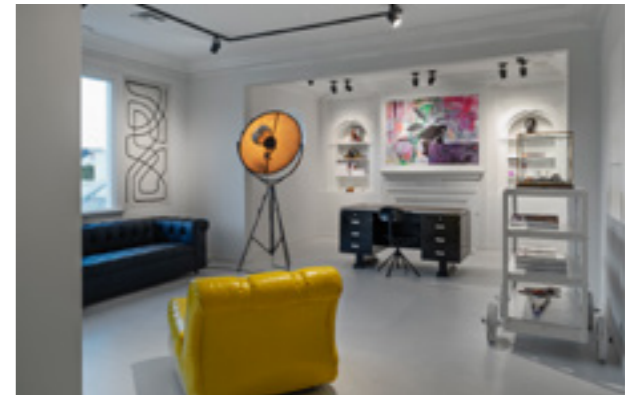
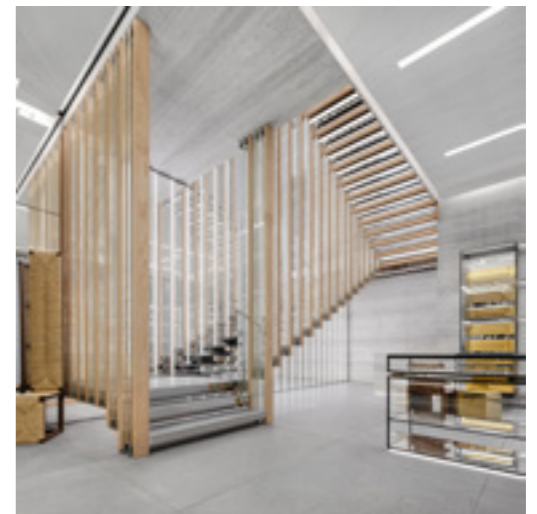
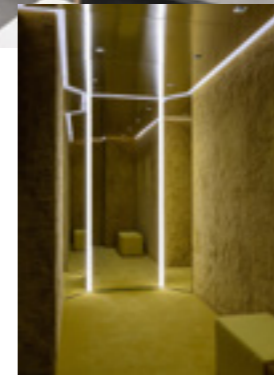
CUANDO EL COLOR SE IMPONE

(Arriba) Dries van Noten, en Los Ángeles, encanta a primera vista con un piano de cola Steinway, combinado con un gran sofá de cuero amarillo. (Abajo). La boutique Gucci, en Milán, cuenta con una cuidadosa selección de materiales, como los mármoles de Cipolino y Bardiglio, y muebles exclusivos de Cassina, B&B, Living Divani y Minotti.



AL RESCATE DE MUEBLES DE AUTOR

El diseño de interior toma relevancia en la ornamentación de cada boutique, desde particulares sitaliales, mesas y lámparas a muros revestidos de mármol, como son las tiendas de Celine en China. No faltan los cuadros y espejos a gran escala.



Ú

Últimamente, las boutiques de moda son, francamente, más que eso. Llamen a admirarlas, a contemplarlas y no solo a centrarse en la ropa. Y es que diversas firmas están llenando sus tiendas con muebles de culto, pinturas, esculturas y más. Son verdaderas galerías de arte. Así es como, por ejemplo, la totalmente renovada tienda Gucci en Via Monte Napoleone, que se inauguró en 1951, combina tradición y estilo contemporáneo, en línea con la visión del director creativo Sabato De Sarno. El espacio redecorado rinde homenaje a Milán, con una meticulosa selección de materiales, como los mármoles de Cipolino y Bardiglio y muebles exclusivos de Cassina, B&B, Living Divani y Minotti. Además, alberga obras de arte seleccionadas comisariadas por Tuls Blasmo. Dries van Noten, en Los Ángeles, refleja la visión artística del diseñador, rezumando una elegancia culta y un savoir-faire bohemio. Al entrar a la tienda, los clientes son recibidos por un piano de cola Steinway, combinado con un sofá revestido de cuero amarillo. La mayoría de los muebles han sido reutilizados y se mezclan y combinan

con piezas del diseñador francés Johan Viladrich, radicado en Rotterdam, conocido por su estética altamente industrial. Las boutiques de Celine, en China, impactan por su estilo moderno, con pisos de mármol y pilares revestidos alternativamente de mármol, piedra, losas de espejo o latón brillante, junto con una cuidada gama de sillas, mesas y lámparas que articulan aún más la visión minorista altamente distintiva de Heidi Slimane. Por su parte, Loewe Montenaepoleone, la tienda insignia en Milán, ha sido totalmente reformada. Inspirada en el diseño de la Casa Loewe, la fachada original -que data del siglo XVIII- abre sus puertas mostrando una planta baja de doble altura decorada con imponentes columnas, azulejos españoles de color blanco hechos a mano y una escalera al aire. Junto a detalles de diseño familiares, como muebles de Gerrit Thomas Rietveld, Axel Vervoordt e Isamu Noguchi, el lugar exhibe una ecléctica selección de obras de la colección de arte y artesanía de la firma, entre ellas la escultura Sonic Sable Straggly Swell, de Haegue Yang; la expresiva obra abstracta Peripheral Bruise, de Ragna Bley; la obra Store Front, de Merlin James, y Conjunction of II, la alegre composición al óleo y acrílico de Stephanie Heinze. Entre las cerámicas figuran la jarra Sujet Colombe, pintada a mano por Pablo Picasso, y una vasija de arcilla africana fabricada en Mozambique entre 1900 y 1975. ■

AGENCIAS

por VALENTINA RAMÍREZ S-M

ACCESORIOS DE CUERO

Giobagnara es una marca italiana que se distingue por sus creaciones elegantemente bien diseñadas. Sus productos vienen en una paleta de colores poco común y prácticamente ilimitada de cueros. Es, además, el socio preferido de un gran número de decoradores de interiores y diseñadores de yates y aviones, quienes recurren a su expertise para encargos especiales. www.giobagnara.com



POUF ITALIANO

La divertida y elegante familia de pufs *Dulcis*, de Ginori 1735, se inspira en las formas redondas de los históricos obsequios de la firma italiana. Presentan un diseño ergonómico y funcional que complementa tanto las mesas de comedor como los ambientes de salón. Equipada con un sistema esférico, la silla puede girar fácilmente para proporcionar el máximo confort. La estructura tapizada está realizada en poliuretano flexible espumado en frío, con inserciones metálicas, retardante al fuego clase A1. www.ginori1785.com



ELEGANCIA DECORATIVA

Jonathan Adler presenta muebles con alto gusto y buen diseño. La silla *'St. Germain Club Chair'* cuenta con un marco sinuoso de madera maciza de fresno con un acabado ennegrecido que sostiene un asiento cómodo y exagerado en forma de L. Mientras, el *'Brussels Buffet'* roba la escena con estilo imponente, pero sencillo, con tiradores de roble tomeado y cajones forrados en terciopelo. Un guiño a la frescura francesa de los años 50, una pizca de coraje milanés y un susurro de sentimiento escandinavo. www.jonathanadler.com

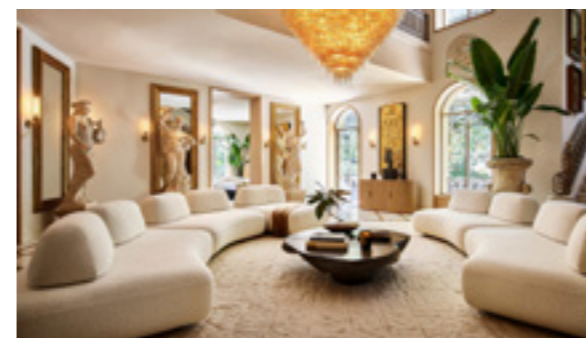


MANTA FF

Fendi Casa lanzó un nuevo color de su manta reversible confeccionada en mezcla suave de hilos de cashmere y lana. Un lado presenta el motivo FF en tonos beige y el otro es rojo ladrillo. El logo FF, diseñado por Karl Lagerfeld en 1965, se convierte en un elemento decorativo que consolida la estrecha relación entre la decoración para el hogar y el mundo de la moda. www.fendi.com

AGENDA

por VALENTINA RAMÍREZ S-M



THE GALLERY

Tras las recientes aperturas en Inglaterra, Múnich, Düsseldorf y Bruselas, RH -la famosa firma de diseño estadounidense- abre las puertas de su primera galería en Madrid en un histórico edificio de estilo palazzo, diseñado por el arquitecto Joaquín Saldaña y López en 1914, y que hoy impacta en la Plaza del Marqués de Salamanca. En el lugar podrás encontrar las colecciones RH Interiors, Contemporary, Modern y Outdoor, junto con mobiliario de alta gama, así como obras de arte y antigüedades únicas. <https://rh.com/es/en/madrid>



QUERIDAS FLORES

La exposición *'Vistiendo un jardín'*, en el Museo del Traje, en Madrid, busca dar a conocer la evolución de la moda de los siglos XVIII y XIX a través del *'leit motiv'* de las flores, así como reivindicar el estudio de los procesos creativos y técnicos como una parte fundamental en la comprensión del fenómeno de la moda. Se incluyen 120 piezas, junto con fondos documentales y bibliográficos, pinturas, cerámicas y artes decorativas de diversas instituciones. Hasta el 29 de septiembre de 2024. www.cultura.gob.es/mtraje



HELADOS DE TEMPORADA

Por tercer año, The Ice Cream Project regresa a The Village, en Londres -hasta el 18 de agosto- para ofrecer sus inesperadamente deliciosos helados y sorbetes. Los nuevos sabores celebran las marcas de comida de culto favoritas de la diseñadora de accesorios británica Anya Hindmarch. Además, por primera vez presentan una gama de diseños de ropa de la marca Ice Cream Project, que incluyen camisetas para niños y adultos, y jockeys de estilo vintage. Una propuesta trendy para esta temporada. No te pierdas los increíbles sabores en 11 Pont St, Londres SW1X 9EH. www.anyahindmarch.com

EL CAFÉ DE JOLIE



Atelier Jolie no solo es una marca de moda sostenible que tiene como propósito crear una comunidad de creación e inspiración. Su taller es un espacio creativo donde se reflejan las diversas expresiones artísticas y valores sociales de Angelina Jolie, complementándose con una pequeña cafetería desarrollada en colaboración con Eat Offbeat. Este último es un proyecto social con causa, que explora cocinas internacionales, destacando aquellas pertenecientes a comunidades marginadas y el trabajo de chefs refugiados en Nueva York. ¿Qué encontrar? Una rica propuesta de café turco, pasteles sirios y desayunos reconfortantes. www.atelierjolie.com



¡LOS 70 DE VARSOVIENNE!

La emblemática fábrica de chocolates Varsovienna, creada en 1954, celebra sus 70 años con diversas experiencias en los distintos malls del país. Podrás disfrutar de una vivencia única, que incluye un recorrido por la historia de Varsovienna, donde podrás conocer de cerca la elaboración de sus chocolates. Además, habrá demostraciones del proceso de fabricación y degustaciones de sus icónicos productos, como bombones, calugas y alfajores. Desde su origen, la firma ha mantenido la calidad y la tradición de su receta polaca, encantando a diversas generaciones de chilenos. ¡No te pierdas esta oportunidad de sumergirte en esta experiencia! www.varsovienna.cl

MODA & DESCANSO

Alberta Ferretti y Meliá Hotels International colaboran para personalizar el nuevo lugar de culto de la temporada de verano en Mallorca: el Bombon Pool Club en el Hotel De Mar Gran Meliá.

Creado con un diseño exterior exclusivo, el espacio muestra múltiples estampados de estilo atemporal y relajado, en los que predominan las tonalidades azules y beige, imaginados por la diseñadora e instalados en cómodas reposeras y prácticos quitasoles.

Además de su gran piscina, el club cuenta con un restaurante especializado en gastronomía mediterránea, rindiendo homenaje a la cultura ibérica y balear. www.albertaferretti.com



VERSACE FRENTE AL ESPEJO

El Museo Nacional de Artes Decorativas de Madrid presenta 'Gianni Versace frente al espejo', muestra que aborda las influencias históricas, artísticas y culturales que subyacen bajo las creaciones de este diseñador calabrés y que son una constante en el imaginario occidental. La exhibición está compuesta por más de 180 piezas, entre las que destacan más de 120 prendas de alta costura, datadas entre los años 80 y 90, de firmas como Valentino Couture, Chanel, Renato Balestra, Emmanuel Ungaro, Givenchy Couture, Yves Saint Laurent o el propio Atelier Versace. *Hasta el 6 de octubre de 2024.* www.cultura.gob.es/mnartesdecorativas/



BOUTIQUE RENOVADA

Massimo Dutti reabre su tienda en Cannes y presenta una imagen renovada. Emplazada en la rue Antibes, dispone de 800 metros cuadrados de superficie. Formas orgánicas, colores neutros y materias nobles y naturales toman el protagonismo en el espacio. En línea con su proyecto 'ArtInProgress', la firma ha colaborado con el artista Luke James, exponiendo algunas de sus piezas en el escaparate de la tienda. Y, por supuesto, lo último en moda está ahí. www.massimodutti.com

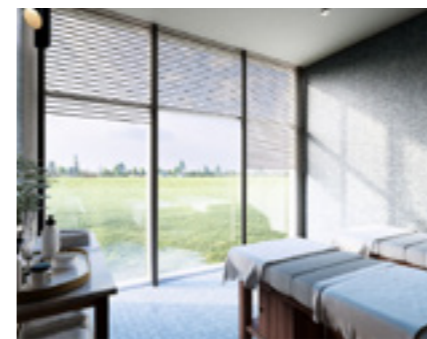


FOTOS CON HISTORIA

'Aldo Fallai Per Giorgio Armani 1977-2021' es la historia, contada en presente, de casi 30 años de diálogo artístico ininterrumpido entre Giorgio Armani y el fotógrafo Aldo Fallai. La muestra en Armani/Silos explora los límites de una colaboración única que definió la esencia misma de una estética que se ha abierto camino en el imaginario colectivo. El recorrido reúne, en un orden estrictamente asistemático, aproximadamente 250 fotografías que aparecieron en revistas o se transformaron en publicidad. *Hasta el 11 de agosto de 2024 en via Bergognone 40, Milán.* www.armanisilos.com

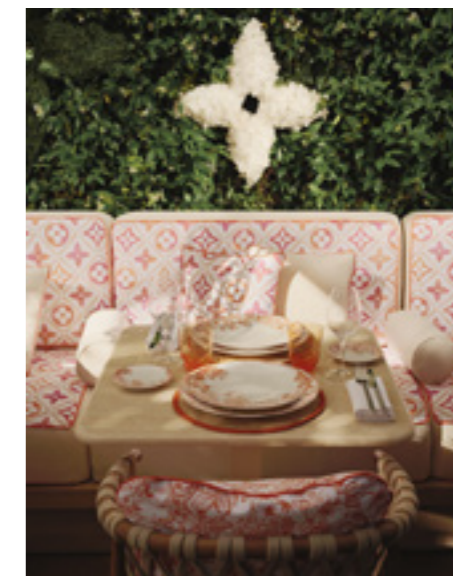
NUEVA EXPERIENCIA

Ubicado aproximadamente a 32 km al sureste de Buenos Aires, Marriott Internacional presenta Sheraton Buenos Aires Greenville Polo & Resort, el que promete una experiencia de primera clase. Previsto para abrir sus puertas en el tercer trimestre de 2024, el hotel contará con 118 habitaciones y suites contemporáneas y estará estratégicamente ubicado entre dos campos de polo, incorporando el espíritu de este distinguido deporte argentino en su ambiente. Contará con espacios para grupos y reuniones, así como instalaciones recreativas que incluyen una piscina, centro de fitness, restaurante y un spa. www.marriott.com



LAS ESFERAS DE LEE BYARS

La exposición 'Perfecta es la pregunta', de James Lee Byars (1932-1997), da cuenta de su indagación a aquello que sobrepasa los límites de la lógica. El artista abarcó la escultura, la instalación, la performance, el dibujo, la palabra y el montaje en exposiciones concebidas como instalaciones en sí mismas. La muestra se centra en diversos temas, como la búsqueda de la perfección, la duda como planteamiento existencial o la finitud del ser humano, e invita al público a reflexionar sobre las potencialidades alquímicas del arte para modelar la realidad. *Hasta el 1 septiembre de 2024, en Palacio de Velázquez, Parque del Retiro, Madrid.* www.museoreinasofia.es



EN ST. TROPEZ

Louis Vuitton inaugura esta temporada su restaurante en el hotel White 1921, en Saint-Tropez, a cargo de Arnaud Donckele & Maxime Frédéric. El dúo de chefs ofrece un menú dedicado a la auténtica neogastronomía, en una oda a la ligereza, la indulgencia y los códigos característicos de la firma. El lugar tiene una decoración relajada, cálida y elegante, realizada por los emblemáticos azulejos naranjas y rosados de la colección de verano 'LV By The Pool'. www.louisvuitton.com



BENEDETTA

Estrenada en el 74° Festival de Cine de Cannes, el filme del polémico director, guionista y productor neerlandés Paul Verhoeven busca provocar a la audiencia tocando temas como el sexo, la represión o la religión para hablar de la liberación de la mujer. La película, inspirada en hechos reales, está ambientada en un convento del siglo XVII, donde la monja Benedetta Carlini (Virginie Efira) comienza una relación amorosa con la hermana Benedetta Bartolomea, lo que provocará un gran enfrentamiento con la Iglesia, desafiando el statu quo y los principios morales establecidos.

SIEMPRE HABRÁ UN MAÑANA

Delia es madre de tres hijos y está casada con un hombre autoritario y violento. Trabaja todo el día y se ocupa de las necesidades de su familia. Su único lugar de paz es su amistad con Marisa, quien la ayuda en sus encuentros fortuitos con Nino, un antiguo amor. Mientras prepara el matrimonio de su hija y, al mismo tiempo, intenta cumplir sus roles de manera perfecta, Delia se da cuenta de que la vida que lleva le queda corta. La ópera prima de la actriz italiana Paola Cortellesi sigue la tradición del Neorealismo en su máxima expresión, mostrando la Italia de posguerra en blanco y negro, con esos contrastes entre comedia, drama y belleza que solo el cine puede retratar.



FIN

por PAULA FREDERICK M.

Basada en la novela 'Strangers', de Taichi Yamada, la nueva entrega de Andrew Haigh trae la historia de amor entre dos seres solitarios, únicos habitantes de un gran edificio en el centro de la ciudad. Adam (Andrew Scott), guionista, y Harry (Paul Mescal), su misterioso vecino, se encuentran entre ecos y pasillos vacíos, mientras reconocen en el otro la afinidad y empatía que toda la vida les había sido esquiva. Al mismo tiempo, Adam realiza un viaje al pasado, retornando a sus orígenes y al recuerdo de sus padres, en algunas de las escenas más emotivas que nos ha regalado el cine contemporáneo. Una mirada íntima a las complejidades del amor y las formas de relacionarse hoy.



LA VIDA DE JAGNA

Después del exitoso estreno de 'Loving, Vincent' (2017), la dupla de directores Hugh Welchman y DK Welchman vuelve a pintar con óleo sus fragmentos del cine para llenar la pantalla de colores y texturas. Basada en la novela 'Los Campesinos', del ganador al Premio Nobel W. S. Reymont (1924), la película pone en el centro a Jagna, una joven de un pueblo polaco del siglo XIX, que lucha por su independencia en una comunidad patriarcal, atrapada en un matrimonio forzado y un amor imposible. Cada escena es un lienzo pintado al óleo, en homenaje al movimiento artístico realista de la época, lo que transforma la experiencia en algo único e inolvidable.

TODOS SOMOS EXTRANOS



SALVAJES

El director transandino Rodrigo Guerrero estrena este thriller psicológico -coproducción Chile-Argentina-, con una mirada profunda a la intimidad de una familia que se transforma en el retrato de una sociedad dividida. Se centra en el matrimonio de Sonia (Beatriz Spelzini) y Arturo (Luis Gnecco), quienes tienen una vida de apariencia apacible. A través de sus silencios, gestos y los acercamientos a las fotografías familiares, se deduce la pérdida de un hijo, cuyas consecuencias los agobian cada vez más. Esta aparente calma se ve interrumpida por un hecho violento, que saca a relucir toda la rabia reprimida de sus protagonistas y cambia para siempre el rumbo de sus vidas.



EL CLUB DE LOS VÁNDALOS

Inspirada en el libro fotográfico de Danny Lyon, y basada en hechos reales, el director Jeff Nichols trae un frenético drama ambientado en el Chicago de los 60, que se centra en el surgimiento de un club ficticio de motociclistas, narrado a través de las vidas de sus miembros. Un espacio que pasa de ser un lugar de reunión para forasteros a convertirse en una banda más violenta y con otras intenciones. Protagonizada por Tom Hardy, Austin Butler y Jodie Comer, la película sigue la tradición de clásicos como 'Rebeldes sin causa', 'Busco mi destino' y 'Buenos Muchachos', que indagan en la camaradería, el sentido de pertenencia y la búsqueda irrefrenable de un lugar en el mundo.



MONSTRUO

Con un cine contemplativo y profundo, el director japonés Hirokazu Koreeda nunca falla en la tarea de emocionarnos. Luego de obtener la Palma de Oro por 'Un asunto de familia', regresa con 'Monstruo', que acaba de obtener el Premio a Mejor Guion en Cannes. La historia sigue a una madre viuda que debe lidiar con los problemas escolares de su hijo preadolescente y su comportamiento errático. Luego de una pelea entre su hijo y un compañero de escuela, la situación se vuelve cada vez más compleja, mientras nuevos personajes aparecen en el camino. Así, el realizador vuelve a hacer gala de su capacidad para observar la realidad desde un punto de vista muy personal, pero con una sensibilidad universal.



OBSERVADOS

Basada en la novela de A.M. Brillar, el relato se centra en Mina (Dakota Fanning), una joven artista estadounidense que huye de su pasado y se refugia en Irlanda, donde trabaja como vendedora en una tienda de mascotas. Luego de encontrarse en medio de un extenso bosque virgen, Mina queda atrapada junto a tres extraños que son observados y acechados por criaturas misteriosas cada noche. Un filme de absoluto suspenso que te mantendrá atenta. ■

ELSA SCHIAPARELLI BRILLANTE SURREALISMO

texto MANUEL SANTELICES
fotografías gentileza SCHIAPARELLI

Elsa Schiaparelli nació bajo el signo de la excentricidad y el estilo individual. Para cuando llegó a la cúspide de su carrera en la moda, en la década de los años 30 y 40, nadie -ni Chanel, Dior o Vionnet- podía comparársele, porque lo suyo no era, estrictamente hablando, moda, sino una particular visión artística filtrada por el surrealismo y el dadaísmo, las dos corrientes que dominaban por entonces el mundo del arte. Aunque provenía de una familia aristocrática, su círculo no estaba formado por grandes damas de la sociedad y preciosas diletantes, sino por creadores como Dalí, Picasso, Man Ray o Cocteau, que nutrieron su imaginación y liberaron su energía. Lejos de romper con su clase, Elsa no hizo más que seguir la tradición excéntrica de su familia. Su padre era director de la biblioteca del magnífico Palazzo Corsini, en Roma, donde la familia vivía en un amplio departamento. Uno de sus tíos, Ernesto Schiaparelli, fue egiptólogo y descubrió la tumba de la

reina Nefertiti. Su abuelo, Celestino, era un genio algo despistado, experto en orientalismo, que hablaba sánscrito fluidamente, fue curador de manuscritos medievales y decano de la Universidad de Roma. Su abuela, María Luisa Madera de Dominichi, descendiente de los Medici, fue una mariposa social cruel y divertida, que disfrutaba las noches de fiesta y chismorreo, y que no se cansaba de criticar a Elsa por fea y poco atractiva. Bice, su hermana, era la buenamoza de la familia, decía María Luisa, pero después de un matrimonio fracasado y una profunda depresión, terminó a la sombra de Elsa, pintando frescos religiosos para pasar el tiempo y superar la tristeza. Su tío fue un famoso astrónomo que hasta tiene un cráter en Marte nombrado en su honor, el cráter Schiaparelli. Con semejante árbol genealógico, no es raro que Elsa desarrollara una mente original, tan basada en la historia y tradición familiar como en su propia idea de modernidad. Su moda fue brillante y demencial, con glamorosos vestidos pintados con langostas, sombreros en forma de zapatos y blusas de pailletes, creando mágicos *trompe l'oeil*. Sus joyas y accesorios, por otra parte, fueron siempre únicos en su estilo e inspiración, un tesoro de creatividad que continúa como sello de la marca hasta el día de hoy, cuando la maison ha adquirido renovado interés bajo la dirección creativa del talentosísimo Daniel Roseberry.



LAS JOYAS LETALES DE ELSA

Piezas inundadas por formas naturales. Las joyas de Elsa Schiaparelli son surrealistas y dramáticas.

Elsa comenzó a diseñar joyas a comienzos de los años 30, inspirada por su cercano grupo de amigos artistas. Sus primeras piezas fueron decididamente surrealistas: un broche en forma de langosta o teléfono, otro como una boca pintada de rojo con dientes de perlas, o aros que simulaban ojos abiertos. En 1938 presentó *'El Circo'*, una colección de joyería que incluyó payasos, acróbatas, osos y caballos. Su elección de materiales también fue revolucionaria, usando cristales, piedras y cabochons de un modo nunca antes visto. Las formas naturales -conchas, flores y animales- le parecían fascinantes y poblaron a menudo su joyería. Prefería el impacto a la elegancia, el shock por sobre lo puramente estético. Su color más identificable fue -y sigue siendo- el *'shocking pink'*. Otra innovación de Elsa fue su decisión de aceptar licencias bajo su nombre. Fue la primera, por ejemplo, en lanzar una colección de anteojos de sol. Pero la moda de posguerra y la irrupción del *prêt-à-porter* y el sportswear americano le provocaron desilusión y pesimismo respecto del futuro de la alta costura, por lo que en 1954 decidió cerrar Maison Schiaparelli y concentrarse en su autobiografía, *'Shocking Life'*. Veinte años más tarde murió mientras dormía en su departamento de

la Rue de Berri, en París. En 2007, Diego Della Valle, CEO del grupo Tod's, adquirió la marca y sus archivos, convencido de que Schiaparelli -con su extraordinario y original legado- podría encontrar seguidores en una nueva generación. No se equivocó. Actualmente, la firma está considerada como una de las casas más prestigiosas de la moda parisina, en parte porque Roseberry ha mantenido el espíritu creativo y contestatario de Elsa, definido no por tendencias, sino por su propia fuente de inspiración, la que parece inextinguible y que sigue profundamente ligada a sus raíces surrealistas. Como Elsa, Roseberry no tiene temor al efectismo dramático y lo *'over the top'*. Esto se expresa en su ropa, por cierto, pero es aún más evidente en sus joyas y accesorios, los que se han convertido en un objeto de fetiche. ¡Y ¿cómo no?! Las piezas son fabulosas, impactantes e inolvidables. Collares, pulseras y broches en oro con ojos cubiertos con lágrimas de perlas. Orejas y piezas prostéticas presentadas como alta joyería. Tocados y bustiers cubiertos en pedrería, tan intrincados y enormes que la destacada revista Vogue Francia decretó que ya no se trataba de accesorios, sino de prendas de vestir que marcaban una nueva era de desobediencia, escapismo y expresión artística. ■

ISSUE

ON DISPLAY



TECNOLOGÍA Y POTENCIA FROM UK

por VALENTINA RAMÍREZ S-M
fotografía gentileza LAND ROVER

El Discovery Sport es el SUV ideal para la familia moderna, combinando elegancia, espacio y funcionalidad. Su diseño sofisticado y robusto destaca en cualquier entorno, mientras que su interior, elaborado con materiales de alta calidad, ofrece comodidad y versatilidad. Equipado con motores que equilibran potencia y eficiencia, el Discovery Sport garantiza una conducción dinámica. Las versiones híbridas enchufables (PHEV) mejoran el consumo de combustible sin sacrificar rendimiento. Además, cuenta con características de seguridad avanzadas que protegen a todos los ocupantes del vehículo. Un detalle distintivo es su capacidad para acomodar hasta siete pasajeros en sus tres filas. Se destaca el modelo SE, que tiene asientos de cuero, un sistema de navegación avanzado y sonido Meridian. Por su parte, el modelo S cuenta con asientos de tela de alta calidad, control de clima de dos zonas y un sistema de infoentretenimiento intuitivo. Conócelo en Av. Raúl Labbé 12981, Lo Barnechea, Santiago, y en Av. Jorge Alessandri 1885, Hualpén, Concepción. ■

TOUS HOLD



CREA TU PROPIA JOYA

TOUS.COM



louisvuitton.com

LOUIS VUITTON