

# The NEWS

## LAS COSAS QUE AMAMOS



Chrisselle Lim



Gala González



Kate Upton y Michael Kors



### MICHAEL KORS ACCESS

En esta temporada le damos la bienvenida a los nuevos relojes creados por el diseñador Michael Kors. La línea Access es una gama de accesorios de alta tecnología enfocada en brindar un sistema operativo fácil y rápido de usar. Ideal para una mujer emprendedora, moderna y con estilo. Usando las tradicionales correas y carátulas Bradshaw, estas piezas están hechas con base en un diseño único y una ciencia poco convencional. Por eso, en la última Semana de la Moda en Nueva York, el creador ofreció una exclusiva fiesta para celebrar al nuevo integrante de la familia Kors. En la velada, vimos a celebridades como Gala González, Justin Ervin, Ashley Graham, Kate Upton, entre otros. Por su parte, la protagonista de la música fue la DJ Alexandra Richards, quien hizo que todos los invitados pasaran una noche llena de ambiente, risas y cócteles.



Camilla Coelho



Justin Ervin y Ashley Graham





La colección cruceo 2018 llega de la mano de la exitosa Cara Delevingne. La modelo, actriz y novelista protagoniza *Shimmer in the Dark*, una película del cineasta Lorin Askill, que se inspira en los brillos y la incomparable energía de la noche de la colección Dancing Choos de la Directora Creativa Sandra Choi. El filme sigue a Cara en sus aventuras nocturnas junto a sus MAINE adornadas con cristales y su cartera CANDY, todo para llegar al club llamado IWANTCHOO. La campaña publicitaria, por su lado, estuvo a cargo del fotógrafo británico Tom Craig, que documenta los diversos estados de ánimo de Cara durante este momento de preparación y fiestas.

## GRANDES TECH

Como siempre, Apple nos deslumbra con el iPhone 8: diseño de vidrio, versión mejorada de la cámara, el chip más potente e inteligente, carga inalámbrica y experiencias de realidad aumentada como nunca antes se han visto. Otro infaltable es el primer reloj inteligente de la marca Fitbit, líder mundial en dispositivos wearable. Este smartwatch cuenta con orientación personalizada, sesiones dinámicas de ejercicio y mucho más para la vida sport.



## NUEVO ROSTRO

Le damos la bienvenida a William Remington, la modelo que causó sensación en las pasarelas de primavera-verano 2018. Dos semanas antes de la Semana de la Moda en NY fue descubierta por una agente de DNA Models para terminar caminando junto a los nombres más reconocidos del momento.



FOTOGRAFÍAS: PASARELAS E IMAXTREE. FOTOGRAFÍAS Y PRODUCTOS: GETTY IMAGES Y CORTESÍA DE LAS MARCAS.

5

UN MUNDO UNIDO



La diseñadora Amanda Hearst lanzó una edición limitada de sus icónicas carteras con el propósito de recaudar dinero para la fundación Save The Children. La principal meta es juntar alrededor de 60 mil dólares en siete días, para así enviar el dinero a familias en Kenia y ayudar con la crisis de desnutrición y sequía que 3.5 millones de personas sufren todos los días. En un mundo en el que se viven distintas catástrofes, la creativa piensa que es importante aportar siempre nuestro granito de arena. Las carteras están disponibles en el sitio [net-a-porter.com](http://net-a-porter.com). Nos encanta la idea de tener un impacto positivo.

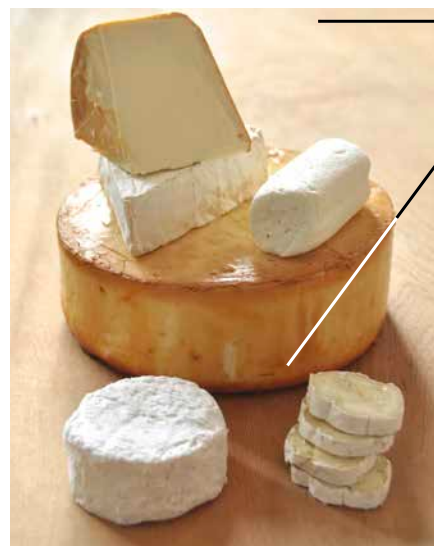
ALIADOS DE VERANO



Dos de nuestros favoritos para acompañar los eventos más únicos de la temporada estival. En primer lugar, la distinción, el glamour y un estilo rompedor se combinan en Casillero del Diablo Devil's Collection Brut. Su fresca y elegancia lo convierten en uno de los mejores acompañantes para las noches estivales que comienzan. Por otro lado, Siegel Family Wines presenta su vino ícono Ketran, un elegante y refinado blend de Syrah, Petit Verdot, Cabernet Franc y Carménère, que proviene del Valle de Colchagua. Ambos son de lujo.



TOQUE GOURMET



No hay nada mejor en esta época que disfrutar de un delicioso picoteo. Uno de nuestros preferidos son los quesos Chevrita, que se han caracterizado desde sus inicios por elaborar productos 100% de leche de cabra, innovando y lanzando líneas exquisitas y novedosas.



# Bazaar

## LA LEYENDA: LIZ TILBERIS

*En 1992, una dinámica británica, con un pelo estilo bob, tomó las riendas de Bazaar, marcando el comienzo de uno de los capítulos más emocionantes –y finalmente desgarradores– de la historia de la revista.*

*Por Stephen Mooallem*

Con el paso de los años, Harper's Bazaar constantemente ha ponderado el significado de la palabra 'elegancia'. "La elegancia es innegable", fue el dictamen de Diana Vreeland (que retomó de Coco Chanel), mientras que Carmel Snow la describió como "buen gusto, con una pizca de atrevimiento". En una columna para la edición de mayo, 1964 de Bazaar, la alguna vez 'cisne' de Capote, Gloria Guinness, propuso algo que la elegancia era "un obsequio de la naturaleza". Y más tarde, en septiembre de 1992, Bazaar nos imploró entrar a dicha era con entusiasmo.

En marzo de ese año, Liz Tilberis, la nueva editora de Bazaar, llegó a la revista proveniente de Vogue Reino Unido. La hija de un cirujano oftalmológico nació en Alderley Edge, en Cheshire, Inglaterra, a las afueras de Manchester. Tilberis no parecía estar a la altura: usaba un corte estilo bob prematuramente gris y una talla 14 –un detalle que la prensa británica frecuentemente mencionaba–. Aunque ella se deleitaba con esos intentos de burla y, por fortuna, nunca se vio afectada por ellos. Además, era en exceso inglesa. Cuando estaba en el proceso de mudanza a Nueva York con su esposo, Andrew, y sus

dos hijos, le preguntó a su publicista, Susan Magrino, cómo podía actuar más estadounidense. Esta le dijo que comenzara por no utilizar la palabra 'jolly' (versión inglesa de 'very').

En total, Tilberis estuvo 22 años en la edición británica de Vogue, comenzando como interna bajo el mando de la mítica editora de la revista, Beatrix Miller, a finales de 1960, eventualmente escalando entre los puestos hasta llegar a la dirección de moda. En 1987, cuando la sucesora de Miller, Anna Wintour, voló a Estados Unidos para supervisar House & Garden (posteriormente renombrada HG en un esfuerzo para catapultar el título) de Condé Nast, Tilberis fue nombrada editora en jefe del título en el que ya se encontraba.

La estadía de Wintour en HG fue, en cuanto a diseño, corta. En 1988, después de menos de un año en ese puesto, fue designada para reemplazar a Grace Mirabella como la editora de la edición estadounidense de Vogue, la que Wintour infundió de inmediato con un vigor más juvenil y sensibilidad. El anuncio de la cita de Tilberis con Bazaar en enero de 1992 sirvió como presa fácil para la prensa, alimentada por la noción que las antiguas colegas inglesas estaban a



Esta página: Linda Evangelista, fotografiada por Patrick Demarchelier para la edición de septiembre, 1992.  
Página opuesta: Kate Moss, fotografiada por Demarchelier para la edición de diciembre, 1992.

# B A Z A A R

Harper's



Perfection!



cargo de las dos revistas estadounidenses más preeminentes de la moda. “Guerra de los puestos: La nueva Liz de Bazaar se enfrenta a Vogue de Anna” apareció en la edición abril de 1992 de la revista New York, la cual cubrió una historia de portada que ponderaba el último giro inesperado en la rivalidad de casi un siglo de los títulos. Pero mientras el prospecto de un enfrentamiento era leña para el fuego de los titulares sensacionalistas, la visión de Tilberis para Bazaar tenía menos que ver con Vogue de Wintour y más con lo que Bazaar no era o, al menos, ya no.

El extravagante editor de Bazaar, Tony Mazzola, había sido comercialmente exitoso durante la mayor parte de su reino, pero ya no poseía el aire revolucionario que envolvió a la publicación en las décadas de los 40 y 50, en el ápice de los años de Carmel Snow, cuando los diseños avanguardista de Alekséi Brodóvich, la visión creativa de Vreeland y las imágenes pioneras de Richard Avedon daban una sensación sin límites. Incluso el experimentalismo de Bazaar de Nancy White en los 60 se había disipado, en parte por las modificaciones en el negocio de las revistas en los 70 y 80, y debido a la época en que se vivía.

Tilberis no se encontraba ahí para reclamar glorias pasadas, pero sí quería que Bazaar se adueñara del tipo de electricidad que tuvo en la cima de su dominio creativo, cuando no solo cubría el tema de la moda, sino que también la personificaba.

En Fabien Baron, Tilberis halló su camino dorado. Ella fue presentada al director de arte francés por un colaborador cercano de sus días en Vogue, el fotógrafo Patrick Demarchelier. Baron había supervisado los rediseños de Vogue Italia e Interview, también inauguró su propia agencia creativa, Baron & Baron (él era el único Baron). Sin embargo, era un erudito: diseñador de campañas de anuncios, libros, muebles y productos; un creador de imágenes, fotógrafo y director de cine. Entró a la anarquía controlada por los diseños de Brodóvich para Bazaar y las imágenes vanguardistas que Guy Bourdin y Helmut Newton produjeron para Francine Crescent de Vogue París en los 70. Sin embargo, no existía nada retro acerca del trabajo de Baron, el que era enfocado, moderno y explosivo, lleno de imágenes sangradas, tipografía atrevida y colisiones gráficas, pero compuestas con una claridad y rigor exactos. Se encontraba trabajando con Steven Meisel en el libro de Madonna, *Sex*, cuando Tilberis le pidió que se convirtiera en el director creativo.

Tilberis y Baron construyeron un equipo de inmediato. Tanto Demarchelier como Peter Lindbergh habían trabajado con Tilberis en la revista Vogue, y fueron los primeros en subir a bordo. Paul Cavaco, quien cofundó la firma de relaciones públicas Keeble, Cavaco & Duka (ahora conocida como KCD), y Tonne Goodman, quien trabajó para la agencia interna de Calvin Klein, pronto se unieron a los directores de moda.

La edición de septiembre, 1992, fue la primera de Tilberis. La imagen de portada, fotografiada por Demarchelier, era un retrato de Linda Evangelista usando un enterito negro con pedrería de Donna Karan, su mano levantada como si fuera gentilmente acomodar la segunda ‘A’ del título Bazaar; un sutil gesto de alusión al diseño de portada de diciembre de 1950 de Henry Wolf. Fotografiada por el reconocido Richard Avedon, contaba con una modelo llevando una capa rosa colgada en una escalera con una ‘A’ en su mano. Tilberis y Baron decidieron únicamente publicaron un solo titular: “Entra a la era de la elegancia”.

En su carta editorial, Tilberis explicó lo que elegancia significaba en este contexto. “Al crear juntos esta revista, la idea de la elegancia moderna ha

sido nuestra inspiración central”, redactó. “Elegancia—tanto de mentalidad como apariencia—implica inteligencia, buen gusto, una identidad centrada y balanceada”. Con bastante notoriedad, la edición contenía muchos elementos similares, que más tarde se convertirían en sellos distintivos de la Bazaar de Tilberis: imágenes líricas de Demarchelier; un par de historias de moda de doble página de Lindbergh; contenido pulcro y atrevido acerca de arte, cultura y arquitectura contemporáneas; reportajes de las fuentes de salud y belleza—todo presentado, obviamente, en el empaque dramático y ya tan emblemático de Baron—.

La publicación también marcó el debut en una revista estadounidense de moda de una modelo que se convertiría en una permanente de las páginas de Bazaar: Kate Moss. En ese entonces en sus años de adolescencia, era la antítesis de las supermodelos esculturales que dominaban el mundo en esa época: era pequeña y esculpida, y su delicado físico se convertiría en un punto de inflexión del debate de los 90, referente a la idealización de la llamada ‘moda estilo heroína’ (heroin chic).



Demarchelier fotografió a Moss en una historia inspirada en el rock ‘n’ roll para la primera edición de Tilberis, y más tarde también lo hizo para la primera portada de Moss en Bazaar, que se publicó ese diciembre. Un año después, la modelo estaba en todos lados, y la revista anunció su coronación con un artículo en diciembre de 1994 de Lindbergh, titulado adecuadamente: “Una estrella ha nacido”.

Las primeras sesiones de Lindbergh para Bazaar eran como pequeñas películas. Eran narrativas y con personajes definidos, a menudo fotografiados en escenarios reales, y siempre con premisas frescas e historias relevantes. Su innegable historia *Angels*, en la edición de diciembre, 1993, tomó inspiración del filme de 1987 de Wim Wenders, *Wings of Desire*, acerca de un ángel que cae a la Tierra, con Amber Valletta en personificaciones etéreas y en diferentes escenarios a lo largo de Manhattan.

Para ese entonces, el grunge—el fenómeno cultural andrajoso y estresante acuñado en el noroeste pacífico de Estados Unidos—se había convertido en un término universal para describir un estilo musical que fusionaba el punk rock con el heavy metal, y una estética disconforme que incluía pantalones rotos, botas de combate, camisas de franela, melenas sin lavar y miradas tristes. La colección de primavera de 1993 de Marc Jacobs, creada

La primera historia de Kate Moss para Bazaar, fotografiada por Demarchelier para la edición de septiembre, 1992.