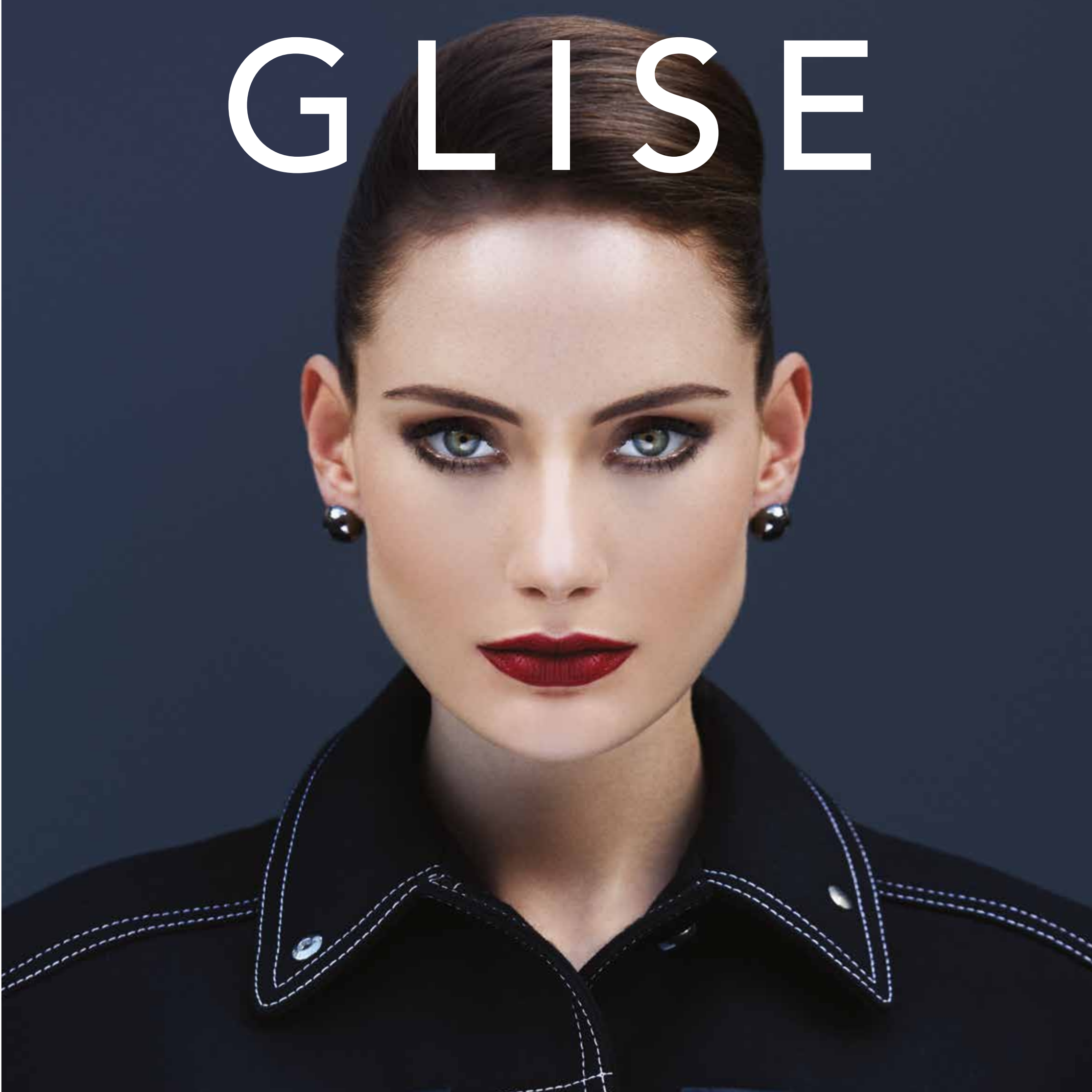


GLISE





BVLGARI
ROMA



MEXICO CITY • PRESIDENTE MASARYK 438, 52 55 52814122

LVCEA
BVLGARI.COM

GUCCI

#RomanRhapsody

gucci.com



DB11



ASTON MARTIN

ASTON MARTIN MEXICO CITY

Goldsmith 53 Polanco,
Delegación Miguel Hidalgo
11560, CDMX
Tel: (55) 5280-2452
www.astonmartin-mexico.com
Facebook /astonmartinmx
Instagram astonmartinmx



Miss Dior

AND YOU, WHAT WOULD YOU DO FOR LOVE?



THE NEW EAU DE PARFUM





HAPPY HEARTS

HAPPY DIAMONDS
Chopard



Berger Joyeros: Presidente Masaryk 438, Col. Polanco (5255) 5281 4122, 5281 4511.
Centro Comercial ANTARA Polanco (5255) 5280 7959
Centro Comercial Paseo Interlomas (5255) 9138 0520
Centro Comercial Vía Santa Fe (5255) 9138 0530
Palacio de Hierro Perisur (5255) 5447 1600





En la pista, lecciones
de velocidad.
En la calle, de éxito.

Nuevo Clase C 2018.
Creado con la misma tecnología
que nuestros autos de Formula 1™.



AMG
PETRONAS
MOTORSPORT

W A T C H B E Y O N D



Bell & Ross

TIME INSTRUMENTS



BR 03-94 BLACK MATTE CERAMIC
www.bellross.com

VALENTINO
FALL 2017



Saks
Fifth
Avenue

Saks Fifth Avenue, C.C. Santa Fe (55) 52464800, Plaza Carso (55) 52799390.



GIORGIO ARMANI

CARTA EDITORIAL

Tienes en tus manos una edición de Glise muy especial. Si todos nuestros números han sido elaborados con pasión, este lo ha sido mucho más. Cuando todo quedó en suspenso, tras el desastre que azotó la Ciudad de México, nos planteamos entregar a la imprenta una edición que compendiasse en sus páginas el talento, la generosidad y el genio mexicanos, características todas de un pueblo que ha asombrado al mundo con su esperanza y su solidaridad. Ese es el mensaje que queríamos trasladar desde estas páginas de nuestra quinta edición, un número que para nosotros es algo más que una cifra, ya que representa la magia, la fortuna y la aventura, según la numerología. En Glise creemos que el lujo no es algo material, sino un concepto mucho más rico. El verdadero lujo se comparte. Y eso es algo que México ha sabido poner estos días en primer plano. ¡Gracias!

Germán Fernández
Director General

MB&F

LEGACY MACHINE N°1
PLATINUM LIMITED EDITION
WWW.MBANDF.COM



PRESIDENTE MASARYK No. 438, POLANCO
TELS. (52 55) 5281 4122, 5281 4511.

GLISE

Director General
Germán Fernández
german@glisemagazine.com

Directora
Naye Quiros
naye@glisemagazine.com

Coordinador Editorial
Javier Quesada
javier@glisemagazine.com

Diseño
Lorena Avila
lorena@glisemagazine.com

Foto de portada
Gerard Vazz

Model
Desireé Kaddatz
GH Management

Makeup
Franck Caillouet

Hair
Reyna Varela

Asistente fotografía
Miguel Juárez

Asistente producción
Jess Ortega

Total Look
Louis Vuitton

Locación
Archivo Diseño y Arquitectura

glisemagazine.com

Revista GLISE
Pennsylvannia 214 interior 102
Col. Nápoles 03810, México DF
Para anunciar o suscribirse a la revista: info@glisemagazine.com
00525571620529

GLISE, año 3 No 5 revista semestral Diciembre de 2017. Editor Responsable: Germán Daniel Fernández. Número de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo: 04-2015-100515452500-102. Número de Certificado de Licitud de Título y Contenido otorgado por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de la Gobernación: 16630. Domicilio de la Publicación: Pennsylvania 214 interior 102, Colonia Nápoles, Delegación Benito Juárez, C.P. 03810, D.F. México. Teléfono (55) 71620529. Impresa por: Quad Graphics Reproducciones Fotomecánicas S.A. de C.V. Durazno 1, Colonia Las Peritas, Delegación Xochimilco, C.P. 16010, D.F. México. Distribuidor: Germán Daniel Fernández, Pennsylvania 214 interior 102, Colonia Nápoles, Benito Juárez, C.P. 03810, D.F. México. Título de Registro de Marca otorgado por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, con número 1641876. Este número se terminó de imprimir en Diciembre de 2017. Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del Editor de la Fotografía

MUNDO PREMIER

Te damos la bienvenida a un mundo que te acompaña en tu día a día, premia tus decisiones y te ofrece una gran experiencia en el aire y en la tierra.

Bienvenido a Mundo Premier, tu mundo.



CLASE PREMIER



TERRAZA PREMIER



ESPACIO PREMIER



SALÓN PREMIER



CLUB PREMIER

aeromexico.com

 **AEROMEXICO** 
LA LÍNEA QUE NOS UNE

C O N T E N I D O

DESARROLLADOR DE SUEÑOS	32
EL MÁXIMO LUJO DEL LUJO ASIÁTICO	42
CONSTRUIR EL FUTURO	52
ARCHIVO	62
UN ARTISTA EN CONSTRUCCIÓN	72
NOUVELLES	88
PALACIOS FLOTANTES	118
UN DISEÑO PERFECTO	130
LA DICTADURA DEL LUJO MILLENIAL	142
UN PÁJARO POSMODERNO	152
DONDE SE FRAGUA EL ARTE	162



A man and a woman are shown in a romantic moment, kissing each other. They are standing next to a car that has colorful graffiti on its side. The man is wearing a grey blazer over an orange shirt and a watch. The woman is wearing a white t-shirt and a watch. The car's side mirror and door handle are visible in the foreground.



BERGER
JOYEROS

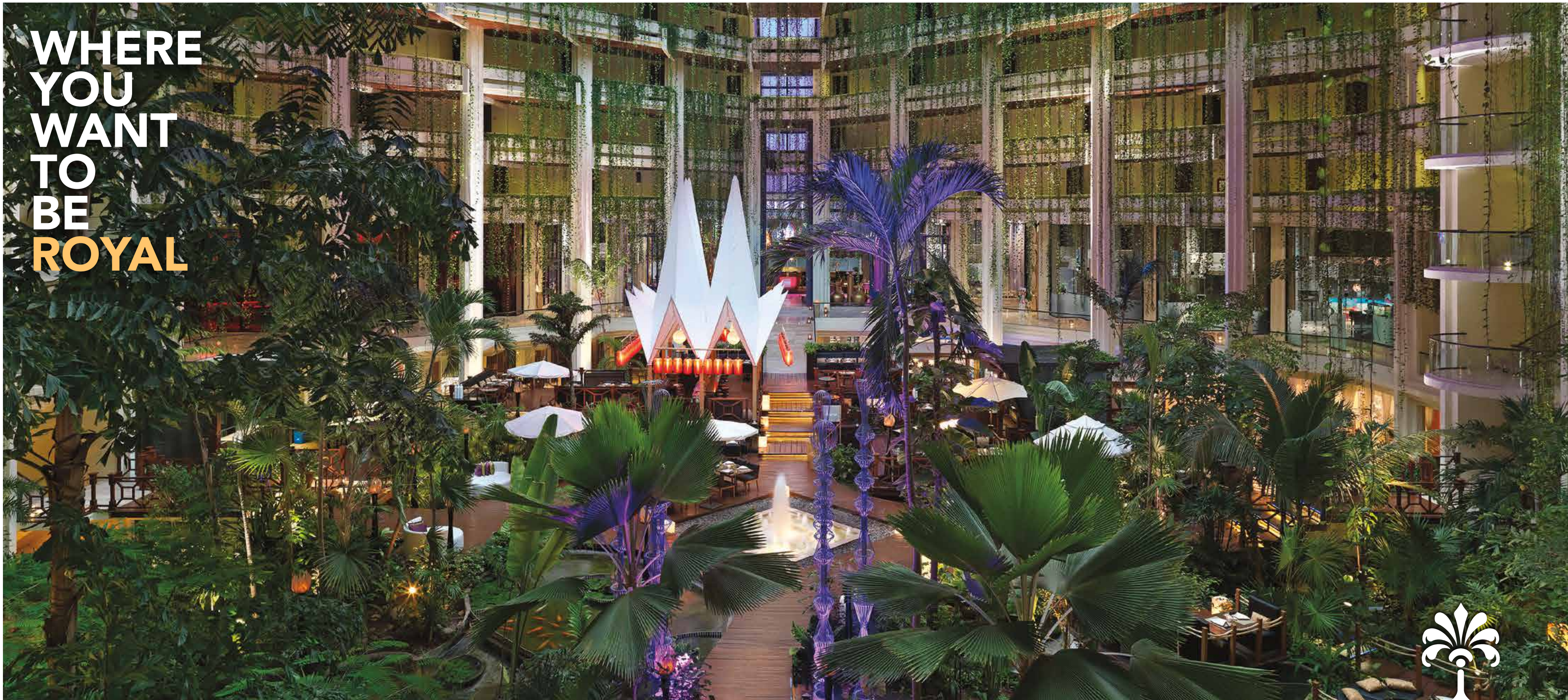
EL VALOR DE UNA OBRA MAESTRA

Masaryk 438. Tel: 52(55) 5281-4122, 5281-4511 | Altavista 207. Tel: 52(55) 5616-1594
Antara Polanco. Tel: 52(55) 5280-7959 | Paseo Interlomas. Tel: 52 (55) 9138 05 20
Via Santa Fe. Tel: 52 (55) 9138 0530 | Palacio de Hierro Perisur

Síguenos en:   www.berger.com.mx



WHERE
YOU
WANT
TO
BE
ROYAL



PARADISUS

Cancun • Mexico

Lujo Todo Incluido | Amplias Suites Recientemente Renovadas | Gastronomía 5 Estrellas | Royal Service Exclusivo para Adultos | Servicio de Mayordomo | Check-in y Zona Lounge Privada | Piscina y Zona de Playa Privada | Amenidades de Baño Thierry Mugler | Yhi Spa | Life Enriching Experiences | Deportes no Motorizados (\$). República Dominicana • México • Costa Rica (2017) | Reservaciones: paradisus.cancun@melia.com | +52 998 881 11 00 | PARADISUS.COM

SAUVAGE

Dior





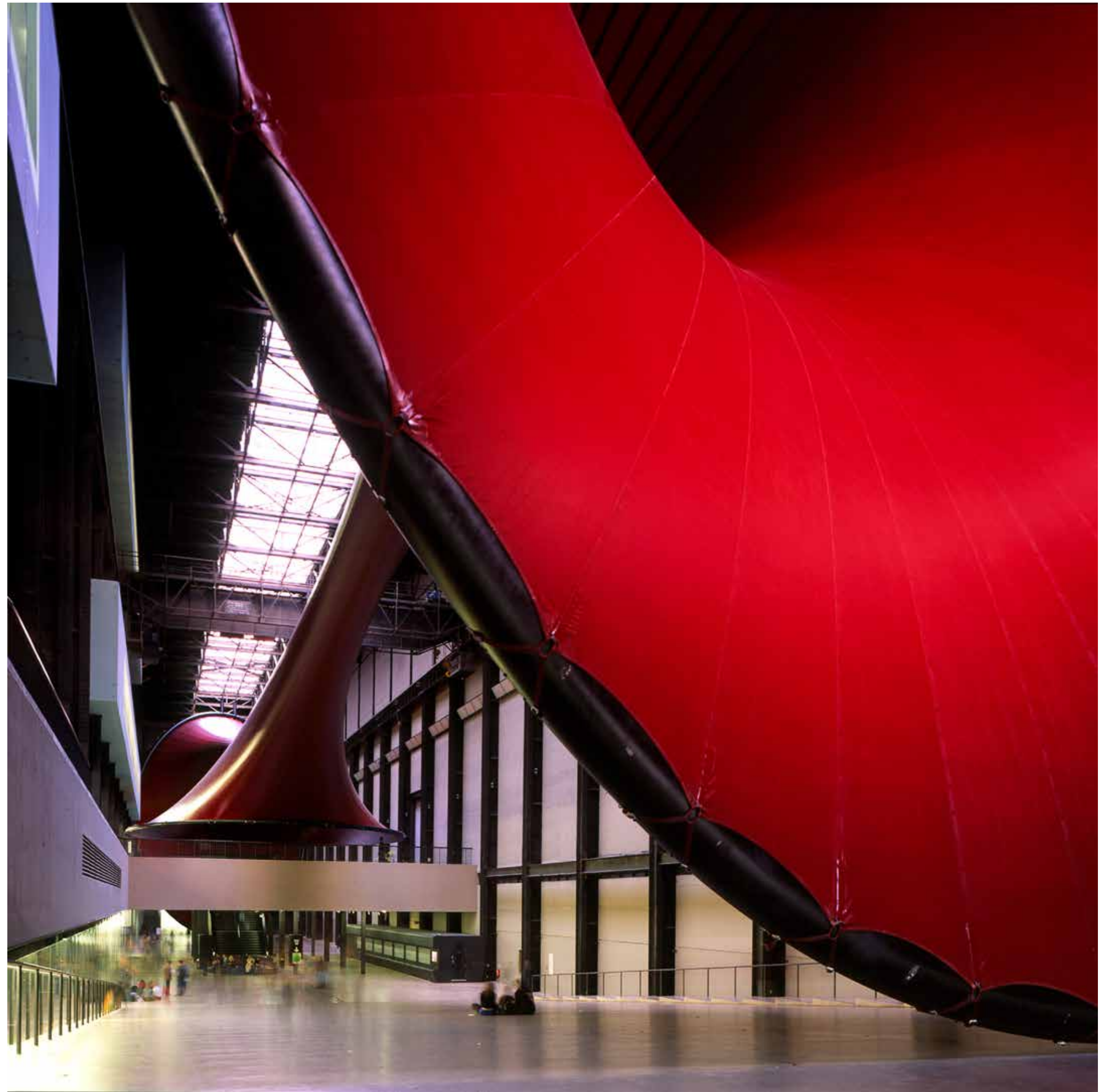
DESARROLLADOR DE SUEÑOS

El ingeniero y artista Cecil Balmond está detrás de algunos de los proyectos más icónicos de la arquitectura contemporánea: sus indagaciones en el espacio van más allá de la lógica.

En 2010, el alcalde de Londres, Boris Johnson, reveló el proyecto de lo que pretendía ser la competencia de la Torre Eiffel, al otro lado del Canal. Se trataba de la obra de arte pública más grande del Reino Unido: un monumento planificado para el Parque Olímpico de la capital británica, diseñado por el artista indio Anish Kapoor y el diseñador británico Cecil Balmond. Con sus 114,5 metros, el mirador ArcelorMittal Orbit es la muestra de arte público más grande del Reino Unido —su estructura es más alta que el Big Ben— y domina el paisaje londinense, ya que los visitantes pueden subir a sus alturas, tal como el famoso monumento parisino. Con sus 1,400 toneladas de acero, se trata de una escultura retorcida de acero rojo con un mirador en la parte superior; “una estructura excéntrica que parece como si se fuera a caer”, en palabras de sus creadores. Imposible no verla: es grande, agresiva y perturbadora. Su silueta se puede ver desde 20 kilómetros a la redonda y no hay londinense que no haya perdido unos minutos comentando si aporta belleza el paisaje o si, por el contrario, lo contamina con su incomprensible forma. Esta es sólo una de las obras de Cecil Balmond, arquitecto, escritor, artista, diseñador e ingeniero detrás de obras que muchos atribuyen a Rem Koolhaas, Álvaro Siza o el mismo Anish Kapoor; pero que no hubiesen podido realizarse sin su intervención y su talento. El fundador de Arup, empresa que presta servicios profesionales de ingeniería, diseño, planificación, gestión de proyectos y servicios de consultas, ha sido aclamado como “una de las fuerzas más importantes en la arquitectura contemporánea de hoy”.

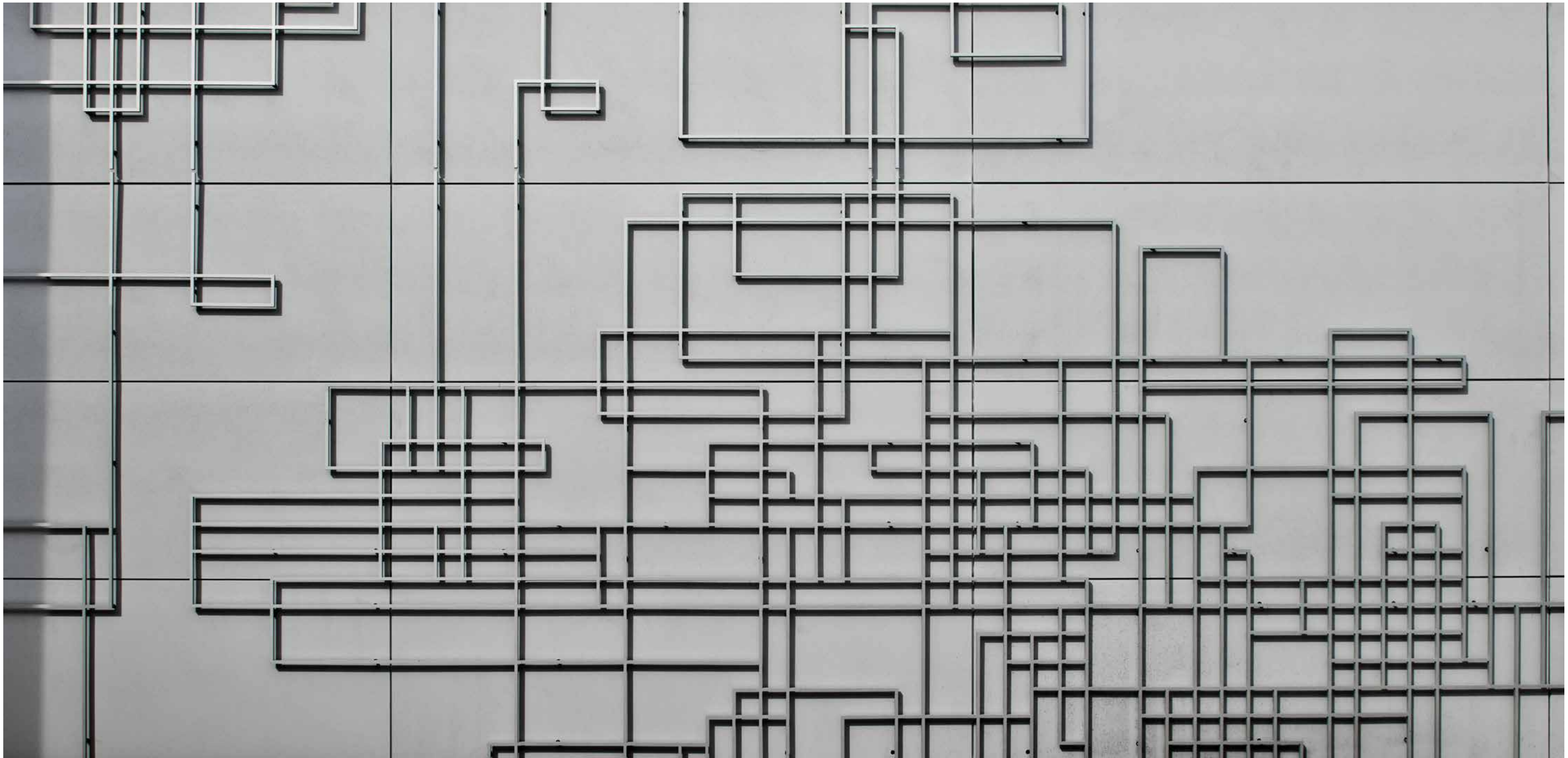


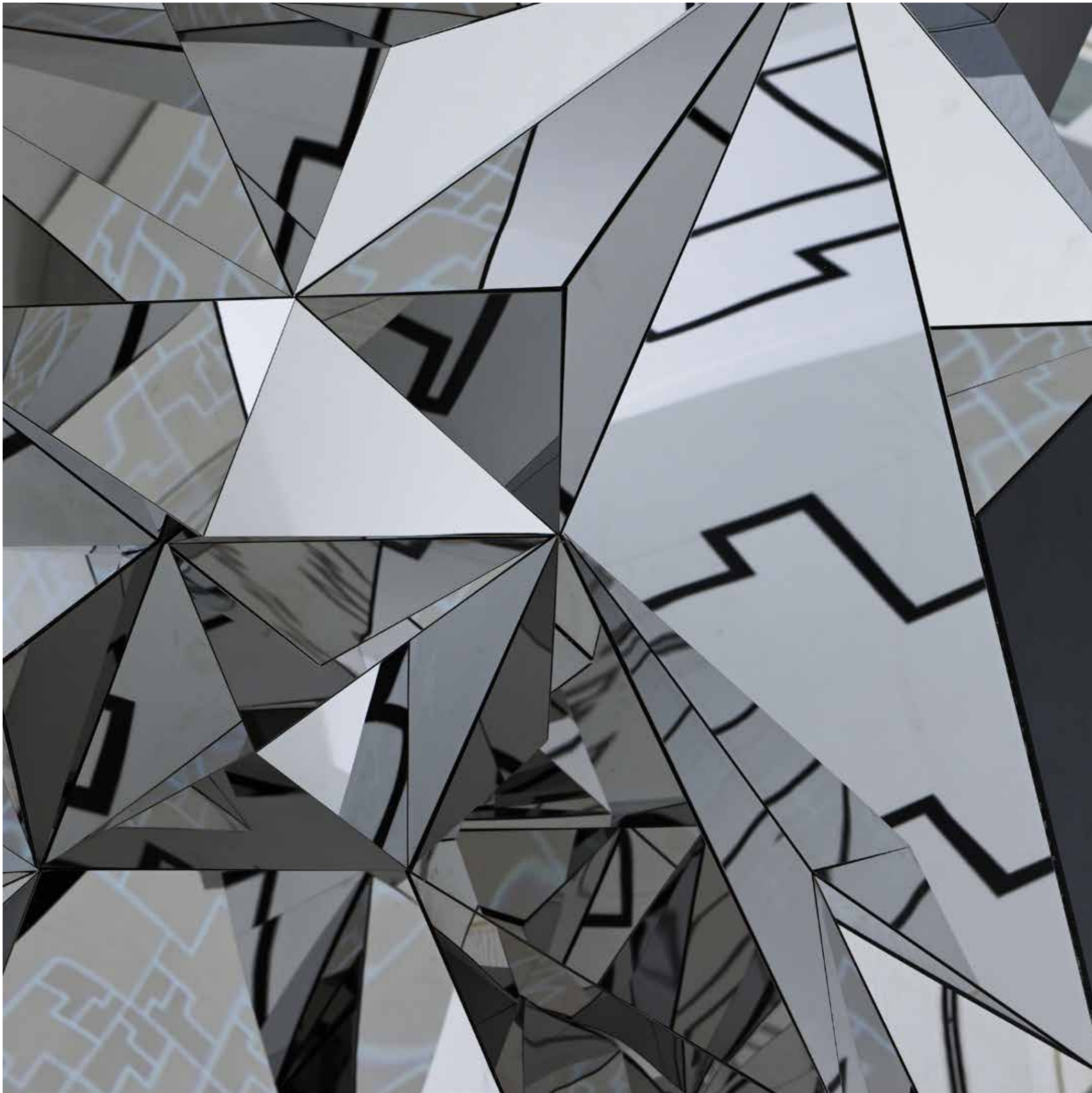
Cecil Balmond nació y se educó en Sri Lanka. Fue alumno del Trinity College de Kandy y, más tarde, estudió ingeniería en la Universidad de Colombo. Después de vivir brevemente en Nigeria se trasladó a Gran Bretaña y continuó sus estudios en la Universidad de Southampton y en el Imperial College de Londres, donde actualmente reside. Su filosofía se basa en que “la estructura de mayor rigor conceptual es la arquitectura”. Asimismo, piensa que el universo es un conjunto en constante cambio donde los patrones varían por un orden preestablecido, basado en una sabiduría atávica, lo que le ha llevado a investigar los conceptos matemáticos y su influencia en las formas naturales y las estructuras, los algoritmos de interrogación, los fractales, el ritmo y la estructura celular. En definitiva, indaga en el aparente caos de la naturaleza en busca de un orden interno y casi perfecto. Según uno de los popes de la arquitectura contemporánea, Rem Koolhaas, “Balmond ha movido, prácticamente sin ayuda, el terreno de la ingeniería —un lugar donde la tierra rara vez se mueve— y por eso ha permitido a la arquitectura ser imaginada de forma diferente”. En efecto, como sostiene Alejandro Bernau Larena, “si en épocas anteriores las posibilidades y los desarrollos arquitectónicos estuvieron marcados por condicionantes técnicos, constructivos y económicos, actualmente estos factores han dejado de ser determinantes, generando una situación de libertad arquitectónica prácticamente total en la que casi cualquier planteamiento formal puede ser resuelto y construido”. Según este ingeniero, que dedicó su tesis doctoral a la influencia de Balmond en la arquitectura contemporánea, este genio ha contribuido de manera extraordinaria a permitir que los sueños de un puñado de visionarios se conviertan en realidad.





Así es, de hecho, como él mismo lo ha señalado en más de una ocasión. “Me gusta la idea de que mi trabajo es crear sueños, tanto para el equipo como para mí mismo. Es más, lo que persigo es establecer mi propio sueño”. A través de su estudio, con sede en Londres y en Sri Lanka, Balmond ha participado en proyectos tan icónicos como el pabellón de verano de la Serpentine Gallery de Londres, realizado en colaboración con Toyo Ito. Para él, la arquitectura es un artefacto cultural, un modo de “cambiar la percepción que tiene la gente del espacio”, afirma. Balmond es también autor del ensayo *Informal*, donde analiza las estructuras y las formas a partir del diálogo con los arquitectos. “Mi objetivo es recuperar lo que la arquitectura ha perdido en los últimos años, debido a las megaestructuras o a los grandes egos de ciertos arquitectos. La arquitectura ha perdido el poder de motivar a las personas y su carácter de intriga, de búsqueda del espacio”. Entre sus fuentes vitales de inspiración señala los números, la geometría y las matemáticas, a los que añade una disciplina que, en principio, podría parecer extemporánea pero que, en esencia, se sitúa muy cerca del corazón matemático y preciso de su obra: la música. “Soy músico antes que diseñador y está en mi ser, por herencia familiar. En la música siempre me ha interesado encontrar un ritmo cambiante, y por eso intento proyectar el espacio a la manera clásica de las proporciones y el ritmo”. Balmond define tres categorías en sus proyectos: la local, que equivale a la melodía; la yuxtaposición, que genera el ritmo, y lo híbrido, que se basa en la estructura armónica generada por las cuerdas de distintas longitudes. Recuerda que, para Bach, la melodía lleva la armonía escondida en su interior.





GLISE 42

En su trabajo es inevitable el uso de la computadora, con programas capaces de resolver propuestas aparentemente insolubles. "Lo que me interesa es el poder de la computadora para, a partir de una idea simple, llevarla a un territorio donde no seamos capaces de verla con las maquetas o dibujos tradicionales. La informática ha abierto un nuevo sentido de posibilidades en el espacio, un enorme poder de cálculo, y ha permitido un conocimiento más íntimo y profundo de la complejidad. Pero no puede sustituir a la intuición inicial". Belmond propone que para "leer un edificio" se tenga en cuenta una primera capa de sensación de las formas, una segunda de los detalles y una tercera de las superficies. "Lo importante es buscar la poética, que es algo peligroso ya que puede crear alucinaciones, pero que también está en la base de la belleza", asegura. Su trabajo es objeto de estudio en universidades y tesis doctorales, pero a Balmond lo que le emociona es permear en el imaginario colectivo a través de su obra, a menudo oculta tras el relumbrón de un gran *starchitect*. Aunque no sea algo que le quita el sueño, él ha querido a través de su ensayo *Informal* romper el cliché de que el ingeniero está detrás del arquitecto. Para él el trabajo de ambos va de la mano, se superpone y se abraza: ninguno es más que nadie, sino que se complementan en la consecución de un sueño. El sueño, en definitiva, de la arquitectura y el arte contemporáneos.



GLISE 43

EL MÁXIMO LUJO ASIÁTICO

Hay hoteles... y hoteles. Y luego está el Ritz-Carlton de Tokio, uno de esos establecimientos que han logrado, en apenas diez años, convertirse en una auténtica leyenda por derecho propio.

Tokio es una ciudad caótica y fascinante, una megalópolis construida a la medida de los sueños futuristas más delirantes. En ella se mezclan las tradiciones de una cultura milenaria con las tendencias emergentes más vanguardistas, las geishas con los *otakus*, el teatro noh y las boutiques más suntuosas del planeta. Más que una ciudad, es —tal y como reflejó Sofia Coppola en *Lost in Translation*— un estado de ánimo. En medio de esta metrópolis que parece adelantarse al futuro, se encuentra el Ritz-Carlton, ubicado en la zona de Roppongi, el corazón financiero y diplomático de la capital nipona, en el edificio más alto de la ciudad. Como suele ser habitual en Japón, el hotel no ocupa la totalidad del edificio, un rascacielos con 53 pisos, sino sólo una parte: las tres primeras plantas y las nueve últimas, donde se ubican las habitaciones y suites con impresionantes panorámicas de la zona de Shinjuku, el Palacio Imperial y el monte Fuji, montaña sagrada desde el siglo VII. Lo primero que llama atención del huésped es el aroma. La Ritz-Carlton Hotel Company, que opera actualmente en 86 países en América, Europa, Asia, Oriente Medio, África y el Caribe, se ha especializado en crear fragancias a medida de cada uno de sus establecimientos. Uno de los pilares de su posicionamiento de marca se basa en la campaña #RCMemories. Cada uno de sus 86 hoteles tiene una historia olfativa específica que enriquece la experiencia conjunta del huésped y el Ritz-Carlton Tokio no es una excepción. Los viajeros pueden disfrutar de la experiencia intangible que eligen de un menú, a fin de gozar de una estancia más memorable, que pueden extender durante toda su estancia en su propia habitación con notas de té verde, de Sakura o flor de cerezo o de crisantemo, conocida como "la flor del emperador".





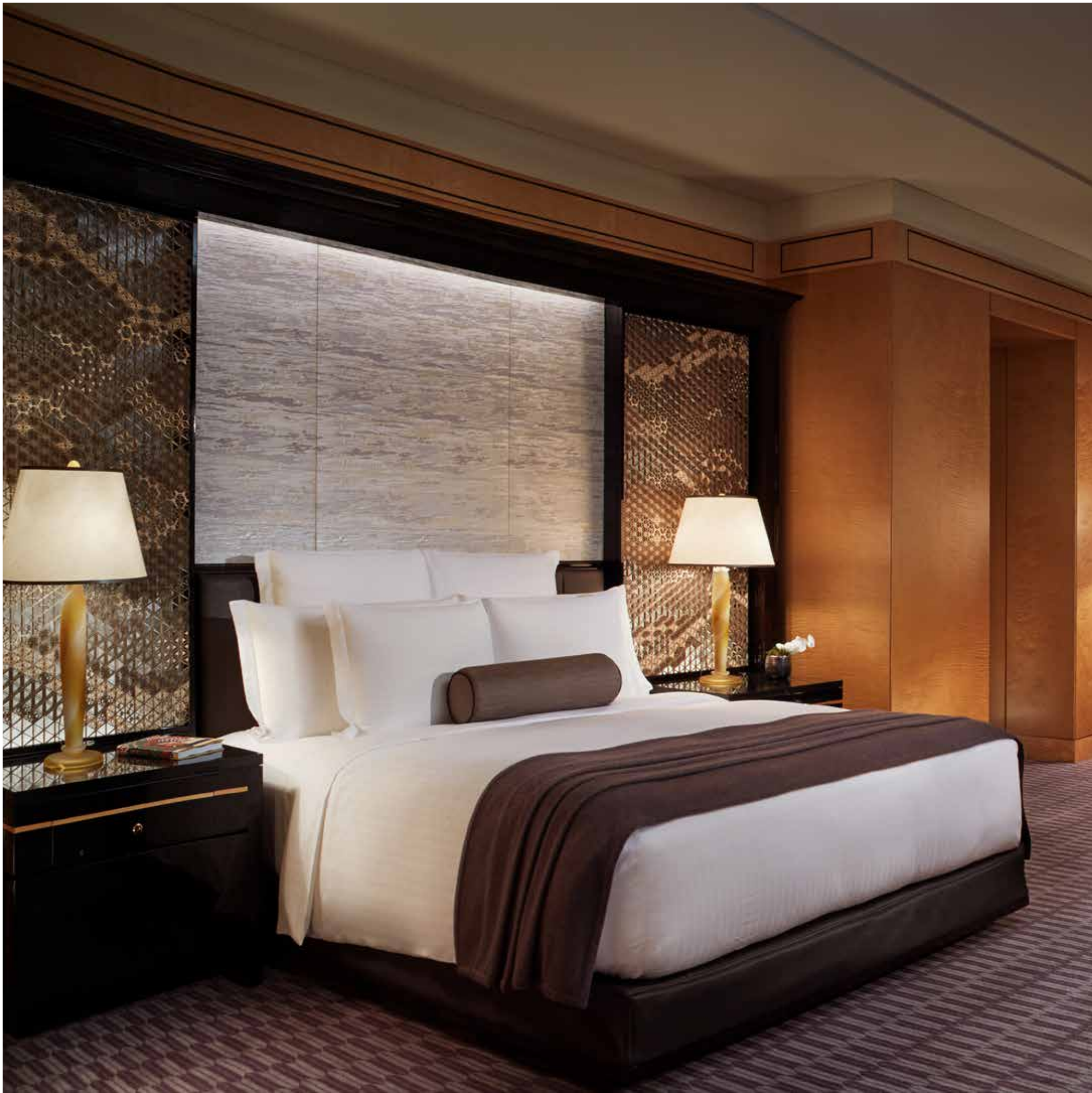
En la planta 45 se encuentra un majestuoso lobby, que los propios tokiotas consideran como *the place to be*, el espacio ideal para relajarse y tomar el te. En *concierge* pueden diseñar un itinerario personalizado durante la estancia del viajero en el hotel, según sus gustos y prioridades: culturales, gastronómicas —Tokio es la segunda ciudad del mundo en estrellas Michelin, sólo superada por París—, de negocios o de *shopping*. En el vestíbulo se encuentra The Lobby Lounge, un bar donde es posible disfrutar de un coctel de autor o una cena relajada. El diseño representa la fusión ideal entre la cultura oriental y la occidental, con una paleta de color que oscila entre el púrpura, los rojos, los negros y los toques de que blanco, que se ajustan a la cultura de Tokio, pero también al pantone empleado por gurus de la decoración contemporánea como Andrée Putman o Peter Pilotto.

Una planta más arriba, en la 46, se encuentra el spa, uno de los mejores no sólo de Tokio sino del mundo. Cuenta con una piscina cubierta de grandes dimensiones, en torno a la que es posible relajarse, sauna seca, baño turco, nueve salas de tratamiento, una suite-spa y un gimnasio totalmente equipado con entrenadores personales. Junto a los tratamientos tradicionales de la firma ESPA, líder en la industria del bienestar, hay un completo menú de tratamientos Sodashi. Se trata de una palabra sánscrita, que significa “totalidad, pureza y resplandor”. Los tratamientos de Sodashi se basan en técnicas y filosofías ayurvédicas y han sido diseñados para equilibrar la mente, el cuerpo y el espíritu con ingredientes 100% naturales seleccionados en todo el mundo con las técnicas más avanzadas. Nuestro favorito es el tratamiento Energies, de 210 minutos; este paquete incluye exfoliación de sal de té verde orgánica, tratamiento del cuero cabelludo, masaje corporal para aliviar la tensión y un masaje facial con sales minerales marinas. Un auténtico impulso energético para recuperar el equilibrio.





Entre las más de 240 habitaciones y suites del hotel, destaca la suite Ritz-Carlton, con más de 300 metros cuadrados decorada en un estilo ecléctico con maderas nobles, marquetería, textiles de alta gama y mullidos tapetes de lana ubicada en la última planta de la torre, la 53, con impresionantes vistas al jardín del Palacio Imperial. La suite dispone de vestidor y dos cuartos de baño, con *amenities* de lujo —el baño principal es casi un spa—, y un amplio salón que conecta todos los espacios, así como un comedor privado, ideal para eventos íntimos, ya que existe la posibilidad de contratar a un chef y servicio supletorio. Además, la suite permite el acceso al Club Lounge, situado también en la última planta del hotel, con un completo servicio de té, al más puro estilo japonés, los sábados, domingos y lunes. La suite Presidencial, con panorámicas al Monte Fuji, es la otra perla de la corona, con 220 metros cuadrados.



GLISE 50



En una ciudad que es una meca gastronómica mundial, un hotel de lujo como el Ritz-Carlton no puede quedarse atrás. Su oferta abraza desde la cocina japonesa tradicional, con un toque contemporáneo, en Hinokizaka a la gastronomía de autor, firmada por el chef Shintaro Miyazaki en Azure 45. En Hinokizaka se han dispuesto cuatro áreas, claramente diferenciadas, dedicadas a cuatro especialidades: kaiseki, sushi, tempura y teppanyaki. Además, existe una mesa con su propio chef y una casa de té japonesa para cenar en privado; una auténtica inmersión en los sabores y la estética nipona, ganadora de una estrella Michelin. Por su parte, Azure 45 también puede presumir de haber revalidado este año su estrella Michelin gracias a la innovadora fusión de la cocina francesa y japonesa que Shintaro Miyakazi ha logrado en un espacio íntimo, ideal para cenas románticas o almuerzos familiares; existe incluso la posibilidad de reservar un espacio privado para un número reducido de comensales. Towers Modern Bistro, situado también en la planta 45, es una alternativa algo más casual, con un ambiente, moderno y elegante, que permite a los huéspedes disfrutar de una comida más informal mientras contemplan la magnífica vista de Tokio que se divisa desde sus ventanales. Esta es la mejor opción hacer *networking* tras una reunión de trabajo, con una amplia gama de cocteles y pequeños bocados seleccionados entre lo mejor de la cocina internacional moderna, sin olvidar la influencia de los productos japoneses de temporada. Y, cuando llega la hora de abandonar este oasis *deluxe*, nada mejor que hacerlo en un auto a la medida de la estancia. El Ritz-Carlton dispone de un servicio de limusinas, con Rolls-Royce Phantom y BMW 7, para todo aquel viajero que quiera recorrer la capital nipona o regresar al aeropuerto sin perder un ápice de la exclusividad que ha gozado durante su estancia. Porque no hay mejor manera de abandonar el paraíso que a bordo de un Rolls...

GLISE 51





CONSTRUIR EL FUTURO

A sus 82 años, Norman Foster ha diseñado alguno de los edificios más emblemáticos de la arquitectura contemporánea. Su próximo proyecto va más allá: construir incluso en la Luna.

Su obra acaba de protagonizar una exposición en Madrid y acaba de llegar de Cupertino, California, donde ha estado de estar en la presentación del nuevo iPhone 8. Tenía que estar allí, no en vano es el arquitecto del nuevo cuartel general de Apple, un complejo gigante, con un edificio central con forma de nave espacial, rodeado de árboles y con los más sofisticados avances en sustentabilidad y tecnología. Norman Foster tiene 82 años, pero aparenta dos décadas menos. Está casado con la española Elena Ochoa y es algo más que un *starchitect*, es un ciudadano del mundo que recorre los cinco continentes, mientras ejerce una influencia definitiva sobre el paisaje urbano de algunas de las metrópolis más importantes del mundo. El proyecto de Apple Park es uno de sus logros más ambiciosos, producto de su relación con Steve Jobs: "Era su visión. Hablamos de ello ya en nuestro primer encuentro, hace ahora ocho años. Steve me describió su visión: el edificio principal, de cristal y piedra; me describió los árboles frutales de su juventud, imaginó el auditorio para mil personas...", recuerda.

Foster proyectó un edificio circular con capacidad para 12,000 empleados, que van a trabajar entre 9'000 árboles de 37 variedades. Toda la energía es renovable: hay 75,000 metros cuadrados de paneles solares. Las puertas se abren al leer la mano o el rostro del visitante. Hay un gimnasio de 100,000 metros cuadrados, mil bicicletas, tres kilómetros de pistas para correr, siete cafeterías... Su presupuesto ha superado los 4,900 millones de dólares. Es mucho más que un proyecto, es compendio de su idea de lo que debe ser un lugar de trabajo ideal: "Un sitio al que quieras ir y donde quieras estar; que te dé libertad, un lugar donde se respire aire puro y donde las fronteras entre trabajo y ocio se diluyan", asegura.

Millau Viaduct (main project number)
JEAN-PHILIPPE ARLES/Reuters/Corbis



Una de las constantes de su trayectoria ha sido mejorar la vida de las personas que habitan sus espacios. “En muchos casos hemos sido capaces de demostrar que puedes romper barreras sociales y puedes mejorar la calidad de vida”, asegura. Como él mismo confiesa que “si no creyera en el futuro y no fuera optimista, no podría haber sido arquitecto”. En el fondo, se trata de una manera de trascender: dejar un legado que otros vivirán, influir en el presente escribiendo el futuro. Como uno de sus últimos proyectos: construir alojamientos en la Luna y en Marte. “Los equipos con los que trabajo y yo disfrutamos con los retos y, si la Agencia Espacial Europea y la NASA te dan la oportunidad de explorar, hay que aprovecharla. Lo mejor de los retos es que también son oportunidades de aprendizaje. Aprendes cosas que puedes aplicar en otros proyectos: por ejemplo, es muy caro construir en la Luna, así que procuras construir con material local. Utilizaremos robots para crear estructuras inspiradas en los huesos, ya que las estructuras animales son muy fuertes, que cubriremos con regolitos, un polvo mineral”, explica. Esta idea nació de otro proyecto, el Droneport, un aeropuerto de drones en Ruanda, donde utilizó la tierra que estaba alrededor: “Te fijas en lo que hacen las comunidades locales, hay una retroalimentación”.



Otro de sus nuevos proyectos es Masdar City, una especie de Silicon Valley en pleno desierto de Abu Dabi. “Es una serie de experimentos múltiples, como una universidad científica. Lo hacemos sin ningún combustible fósil, con el poder del sol. La idea es que sea cero CO₂ y cero desechos. Es posible lograrlo si aprendes de los edificios del desierto. Cómo orientan las construcciones, cómo crean la sombra, buscan la brisa, crean patios con vegetación... La acumulación de estas lecciones antiguas y de la tecnología de hoy pueden crear edificios muy complejos que no contaminen el planeta”, afirma.

En el estudio de Norman Foster, Foster & Partners, todo el mundo tiene el libro *Clima de esperanza*, que Michael Bloomberg ha escrito en colaboración con el ecologista Carl Pope. Este libro analiza cómo todo el sistema —líderes de la industria, alcaldes, individuos particulares y miembros de las universidades— puede actuar en conjunto para tratar de cambiar el modo en que hoy funciona la sociedad de consumo y detener el cambio climático. Este es, en la actualidad, uno de los caballos de batalla de Norman Foster.



Comcast Innovation and Technology Centre
dbox / Foster + Partners

Parcialmente inaugurado el año pasado, Masdar City es el ejemplo perfecto de cómo un proyecto actual puede incidir en el medio ambiente. Ha sido pensado para contener las tormentas de aire de la región y, al mismo tiempo, aprovechar las corrientes de aire en el desierto. Foster se ha inspirado en la arquitectura tradicional morisca. “La acumulación de las lecciones antiguas y la tecnología puede traer en la actualidad el secreto para que el hombre no contamine y su impacto en el planeta sea el menor posible”, afirma.

En junio de este año, el día en que el arquitecto británico cumplía 82 años, se inauguró en Madrid su fundación. La Norman Foster Foundation contiene gran parte de su archivo: las maquetas, los planos y 1,240 cuadernos con información de todos los proyectos en los que ha estado involucrado el autor de, entre

otros proyectos emblemáticos, el Reichstag de Berlín. No deja de ser relevante que el más global entre los arquitectos-estrella haya renunciado a una fachada marcada por su elegante sello tecnológico y concentre su marca personal en el diseño de un pabellón interior; llamado “de las inspiraciones”, que muestra maquetas de automóviles, aviones y construcciones que delatan la que siempre ha sido su gran pasión: el futuro. Aunque la realidad no aliente el optimismo, Foster prefiere mantenerse optimista: “Lo único constante es el cambio. Lo nuevo es la velocidad del cambio, que va mucho más rápido. En cada época, los cambios han horrorizado a algunos mientras que otros estaban ansiosos por sucedieran. En la inauguración de mi fundación se vio esa polarización. Esa es la historia de la civilización: siempre entre el día del juicio final y sus interpretaciones, es que queda: el cambio”.



Millau Viaduct (main project number)
Daniel Jamme/Eiffage



Reichstag, New German Parliament
Rudi Meisel is



Hearst Building (main project number)
Chuck Choi

En la fundación, que puede visitarse gratuitamente solicitando cita previa, el ala de un ultraligero dialoga con la maqueta del Aeropuerto de Hong Kong y la del futuro aeródromo de la Ciudad de México como símbolo de esa evolución a la que alude. Si tuviese que dar un consejo a un futuro arquitecto, sus palabras van también en ese sentido: "Le aconsejaría que estudie y escuche. Un arquitecto necesita información. No se puede obtener la esencia de un sitio sin hablar con la gente que vive en él. Hay que hacer preguntas y escuchar. Saber escuchar es una parte muy importante de un diseñador". También, añade, debería invertir en formarse y aquí su fundación cumple un papel fundamental. Él mismo ha contado que fue la dotación de 100,000 dólares del Premio Pritzker, que recibió en 1999, lo que puso en marcha este proyecto que anualmente concede una beca para que arquitectos e investigadores de todo indaguen "sobre el futuro de las ciudades y la supervivencia de las comunidades". A eso quiere dedicar Norman Foster su legado: a investigar para construir sólidamente el futuro.

ARCHIVO

Fotografía
Gerard Vazz

Models
Desireé Kaddatz
Marylin Hollick
GH Management

Make up
Franck Caillouet

Hair styling
Reyna Varela

Locación
Archivo Diseño y Arquitectura

Asistente fotografia
Miguel Juárez

Asistente producción
Jessica Ortega

Botas FENDI
Sandalias GUCCI
Vestido MAX MARA
Bolsa CORTO MOLTEDO
Vestido largo SANDRA MARTIN O







Botas FENDI
Vestido MAX MARA
Vestido largo SANDRA MARTIN O

Falda FENDI
Botas FENDI
Blusa MAX MARA

Total look GUCCI



GLISE 70



UN ARTISTA EN CONSTRUCCIÓN

La obra de Abraham Cruzvillegas revisa los códigos estéticos de su infancia para crear un nuevo paisaje que recuerda al de la Ciudad de México, una metrópoli que se crea a sí misma.

La Ciudad de México está organizada, aunque en realidad esta ciudad es inabarcable, en círculos concéntricos que van del corazón histórico, donde los antiguos templos aztecas conviven con las iglesias barrocas, hasta llegar a las laderas hiperpobladas de las montañas que rodean el valle de México, donde la idea de arquitectura se diluye para dar lugar a métodos de construcción de vivienda precarios, improvisados y sujetos al vaivén económico. De ahí que las casas tengan ese aire inacabado, porque, de hecho, al estar construidas por etapas, van quedando así, a medio hacer. Algunos ven en este tropezado sistema una tradición popular, como si las viviendas se edificaran casi más por costumbre que por necesidad. Es innegable, no obstante, que de esta práctica constructiva se desprende una estética peculiar que se define, sobre todo, por el uso de materiales reciclados. En una de esas casas nació y creció Abraham Cruzvillegas. Y es precisamente de allí de donde ha tomado el término que distingue su trabajo: la "autoconstrucción". Una investigación que se remonta al final de los años 80 y que ha derivado en una especie de estilo escultórico inspirado en el principio estructural de las casas autoconstruidas, donde los volúmenes se van superponiendo a lo largo del tiempo y, como los materiales cambian, y también los gustos y la mano de obra, casi nunca llegan a conformar un todo coherente (lo cual deviene en toda clase de "aberraciones estilísticas", como las define el propio Cruzvillegas). Pero eso no significa que sus esculturas sean maquetas o casas en miniatura; más bien, se trata de objetos e instalaciones que resultan de la yuxtaposición de elementos de naturaleza diversa, tomados casi siempre de la calle. Una especie de *collage* en tercera dimensión que, como hacían los artistas de *arte povera* al final de los años 70, recurre con frecuencia al uso de materiales de desecho, como cajas de cartón, trozos de madera, alambre y toda clase de residuos urbanos.

Abraham Cruzvillegas
Tratado de Libre Comer, 2009
Cortesía del artista y kurimanzutto, Ciudad de México.





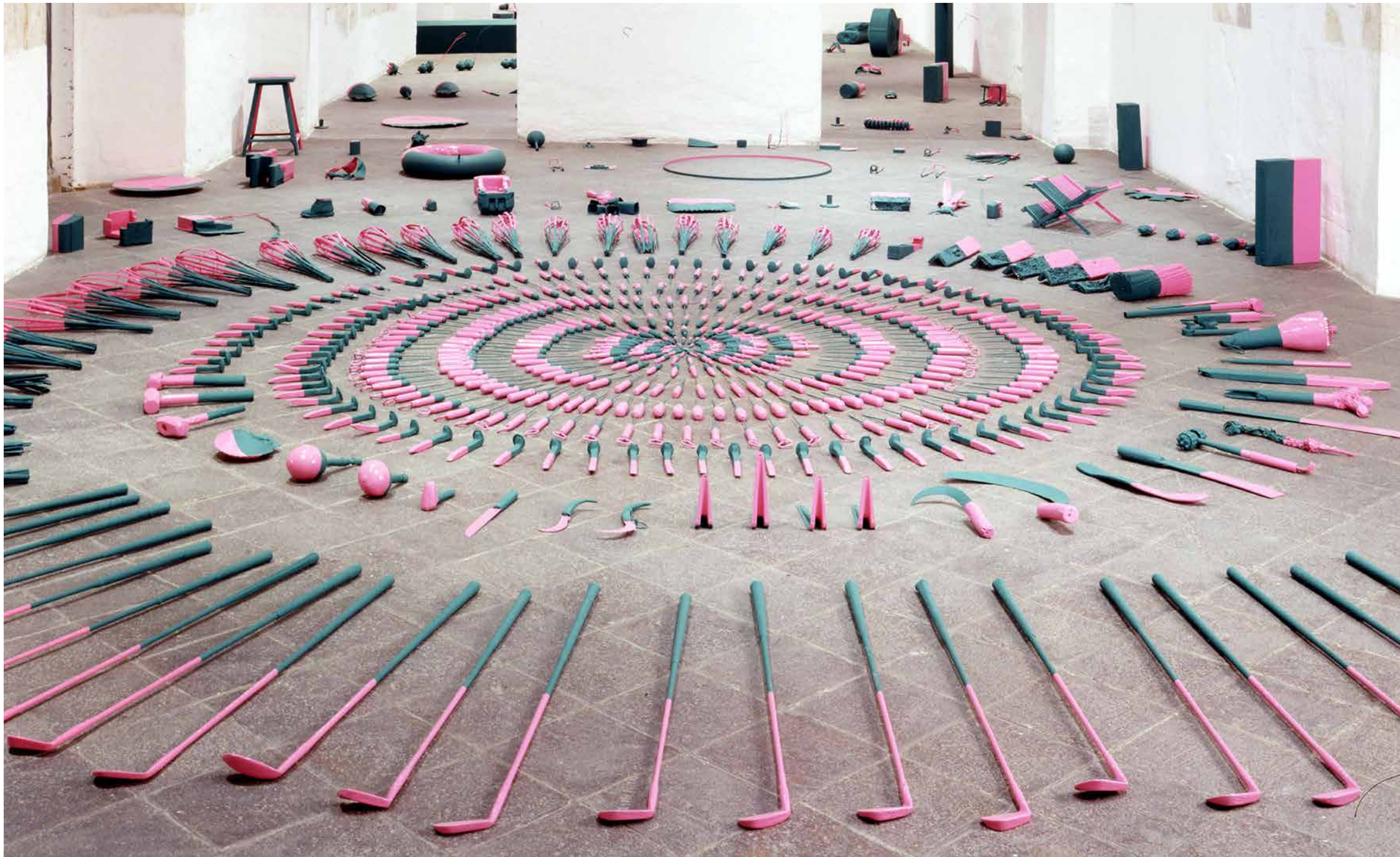
A estos materiales, tan poco ortodoxos en el arte contemporáneo, mucho más dado a lo ornamental, el artista añade pencas de maguey, frutas, plumas y otros elementos orgánicos. ¿Por qué? No porque sean "pobres", sino por ser los que están más a su alcance. Para Cruzvillegas, las ciudades a las que viaja funcionan como plataformas de creación desde las cuales es posible entender una realidad particular a partir de la recuperación de los materiales que hay a la mano. La escultura, en ese sentido, funciona como un destilado del entorno, como una síntesis.

La larga exploración de Cruzvillegas ha desembocado, en últimas fechas, en su propio reverso: la autodestrucción, como la contraparte de su idea inicial de autoconstruir su propio universo creativo y estilístico. Aunque las esculturas pueden no haber cambiado radicalmente de rostro, el énfasis está ahora puesto en otro lado. Antes, los materiales eran reciclados con miras a producir un objeto; ahora, a partir de esta idea el objeto es entendido como una consecuencia de procesos destructivos que generan, por sí mismos, formas y estructuras susceptibles de ser recicladas por el artista. Autoconstrucción a partir de la autodestrucción, casi como la propia naturaleza.

Abraham Cruzvillegas
Progreso, 2003
Cortesía del artista y kurimanzutto, Ciudad de México.

Abraham Cruzvillegas
The Invincible, 2002
Cortesía del artista y kurimanzutto, Ciudad de México.





Abraham Cruzvillegas
Horizontes, 2005
Cortesía del artista y kurimanzutto,
Ciudad de México.



Abraham Cruzvillegas
La Polar, 2002
 Cortesía del artista y kurimanzutto, Ciudad de México.
 Foto: Isadora Hastings

Las obras de Abraham Cruzvillegas vistas en solitario asombran por la manera despreocupada en que ocupan —o inventan, más bien— el territorio en que la arquitectura, la escultura, el *collage*, la instalación, la ingeniería y hasta el teatro se encuentran. El efecto que producen muchas de ellas juntas es muy cercano al del concepto de la obra de arte total, la *gesamtkunstwerk*, que fascinó a Wagner. Cruzvillegas ha expuesto su obra en México, con sendas retrospectivas en los museos Amparo y Jumex; pero también en foros internacionales tan prestigiosos como la Tate Gallery de Londres, el principal museo de arte contemporáneo de la capital británica, donde expuso en la icónica Sala de Turbinas, con curaduría

de Mark Godfrey. Era el segundo artista latinoamericano, después de la colombiana Doris Salcedo, que se enfrentaba a este reto. En aquella ocasión, consideraba que su técnica era muy similar a la de un escarabajo. “Primero acumulo, hasta que en algún punto hago uso de algo de eso, pero porque lo necesito: un alambre me puede servir para amarrar dos cosas o un zapato para atorar una caja, por ejemplo. Pero no hay una estrategia, en el sentido de que vaya al estudio y haga un boceto. Más bien lo que hay es un trabajo cercano al del arquitecto: muchas veces de lo que se trata es de ir sumando capas o pisos. En mi estudio juego con los objetos, los apilo, un poco como un Jenga, y cuando están a punto de caerse, ahí me detengo”.



Cruzvillegas es un artista autodidacta. Lo cual no significa que no haya estudiado (y mucho), pero según un complejo programa educativo que diseñó para sí mismo, ajeno a las escuelas de arte. Además del paso por la carrera de Pedagogía, realizó una serie de viajes por Michoacán, de donde es originario su padre, un indígena purépecha, para construir un modelo de aprendizaje “a partir del uso de las manos”. Anduvo cinco años de comunidad en comunidad, acompañado por su abuela, “para aprender las distintas técnicas artesanales: desde martillar cobre, tejer un sarape o tallar piedra, hasta hacer queso”. Lo que buscaba Cruzvillegas, sin embargo, no era trasladar directamente esos saberes específicos

al terreno del arte; más bien se trataba de lograr una comprensión profunda de los procesos productivos artesanales y del papel que desempeñan las manos en la transformación de la materia prima en un objeto con valor; no solo utilitario, sino sobre todo simbólico, “de cosa casi mágica”, según sus propias palabras. Esa experiencia formativa derivó en una obra, realizada en el año 1993, que ponía en relación un piano de cola con el telar con el que su abuelo y sus tíos llevaban décadas produciendo gabanes de lana. Los dos instrumentos —uno para hacer música; el otro, abrigo— aparecían conectados por una manta larguísima tejida por él mismo con lana de ovejas negras.



Abraham Cruzvillegas
Indio, 1997
 Cortesía del artista y kurimanzutto, Ciudad de México.



Abraham Cruzvillegas
Hausmanian Leftovers: Richard Lenoir, 2007
 Cortesía del artista y kurimanzutto, Ciudad de México.

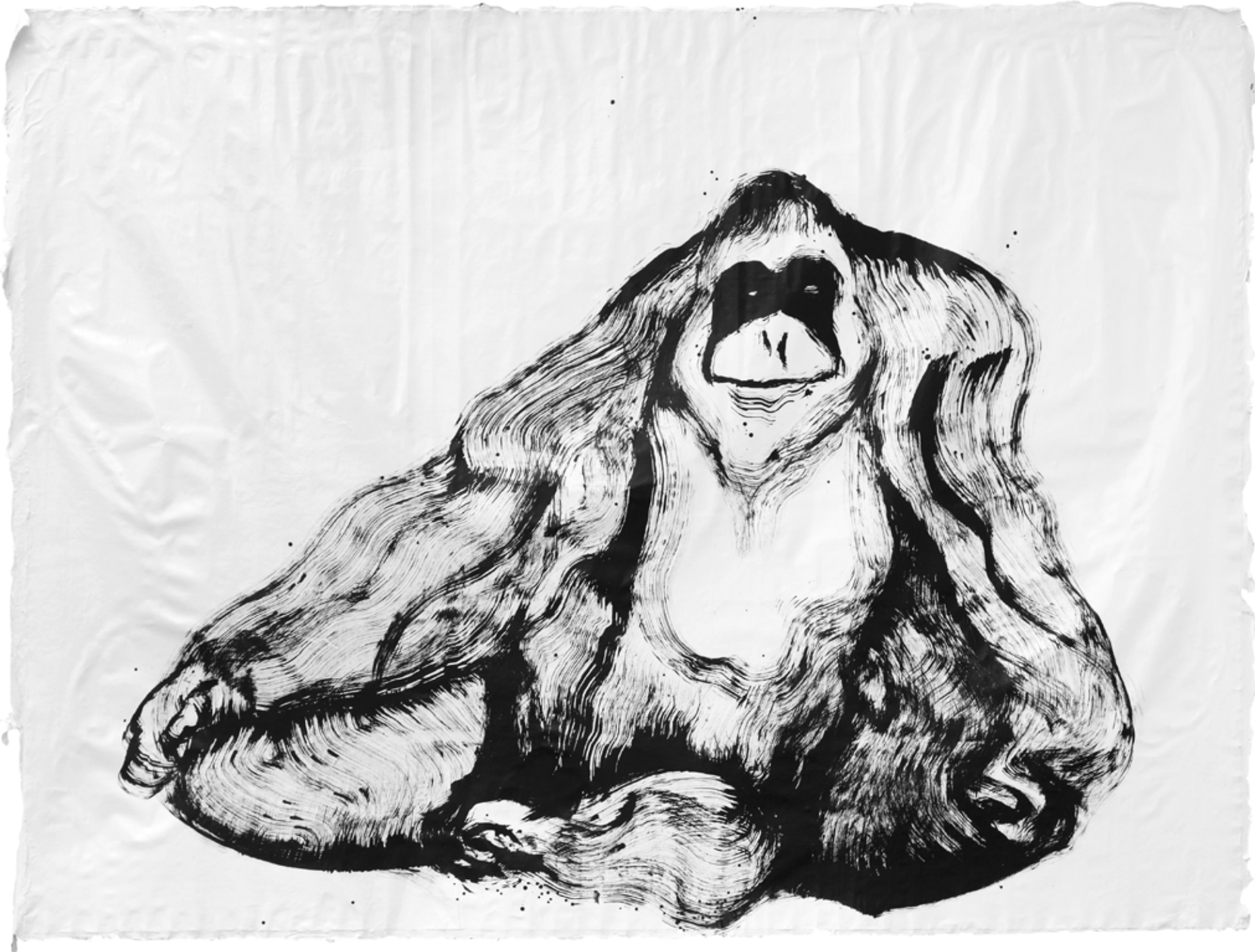
Junto a las lecturas de Heidegger, Freire o Lévi-Strauss, además de una tesis escrita en torno al proyecto educativo de Joseph Beuys y de algunas clases de historia del arte, los viajes de la mano de su abuela ayudaron a este artista a formular el modelo de trabajo en el que basaría sus investigaciones: “Siento que no he soltado la preponderancia del proceso de aprendizaje de esos años: cómo seguir aprendiendo como premisa principal”. Y por eso, frente a algunas de sus piezas, se puede tener la sensación de asistir a una especie de lección de anatomía, pues parece que el artista ha diseccionado sus esculturas para mostrar más el funcionamiento que una fina envoltura. Algo parecido a un reloj que ha sido abierto y que, sin embargo, sigue marchando.

En el caso de su obra tampoco la maquinaria se detiene, como si la escultura estuviera en vías de construirse a sí misma frente a los ojos del espectador. Sus obras tienen también un aire de prototipos experimentales: aparatos que el aprendiz perpetuo construye, con lo que tiene a mano, para demostrar alguna conjetura. Solo que, al contrario de los impecables robots sin alma que proponen otros artistas contemporáneos, lo que hace Cruzvillegas es inyectar eso precisamente, alma, en materiales que de otro modo estarían condenados al basurero, siguiendo una estética de la improvisación y el amontonamiento en un juego de texturas, tamaños, densidades, superficies y colores. La tesis es que detrás de toda forma hay vida y actividad humanas.

Uno de sus últimos proyectos viene de la mano de Casa Cuervo, quien lo ha seleccionado para que intervenga una edición de su Tequila Reserva de la Familia para su Colección 2017. “Tequihoh” reúne esculturas y dibujos sobre tela y papel, que refieren a la labor que implica la producción del tequila. El artista fue seleccionado por Juan Domingo Beckmann, presidente ejecutivo de Casa Cuervo; junto con Patrick Charpenel y Zélíka García. En la creación del conjunto que compone esta colaboración el artista observa los procesos, herramientas y el esfuerzo que implica la labor de la jima. “Tekilan” viene del náhuatl y significa “el lugar de los trabajadores”, así, en el texto literario dentro de “Tequihoh”, escrito por el artista, se describe el

proceso de la jima al describir las manos del jimador, el trabajo y fuerza que el jornalero emplea, así como el de los obreros en la destilería. El artista se sitúa en el paisaje de la zona de Tequila, mientras retrata a sus personajes y hace hablar a las herramientas y objetos ancestrales del proceso de creación del destilado: la coa, la damajuana, el hacha, el machete. Una serie de dibujos muestra a diferentes primates manejando herramientas de la jima: el chango es a la vez burla del ‘otro’ y representación de lo casi humano y su significado bordea la caricatura. La imagen de estos primates que se apoderan de los instrumentos del jimador y del hornero es la representación sumaria de sí mismo. Un artista, como él mismo señala, en “autoconstrucción”.

Abraham Cruzvillegas
Nuestra imagen actual: Helena, 2012
 Cortesía del artista y kurimanzutto, Ciudad de México.



MaxMara





Kenzo Takada
viste
el Mah Jong

Diseñador libre y audaz, Kenzo Takada, «el más parisino de los diseñadores japoneses», ha imaginado para Roche Bobois una colección única de telas y cerámicas.

Para vestir el sofá Mah Jong se inspiró en los antiguos kimonos del Teatro Nô reinterpretando los patrones y colores, creando armonías a la vez delicadas y sofisticadas que simbolizan las tres etapas del día: Asa (mañana), Hiru (mediodía) y Yoru (noche).

Mah Jong. Sofá por elementos, diseñado por Hans Hoyer.
Revestido de telas Nô Gaku versión Yoru,
diseñadas por **Kenzo Takada para Roche Bobois.**

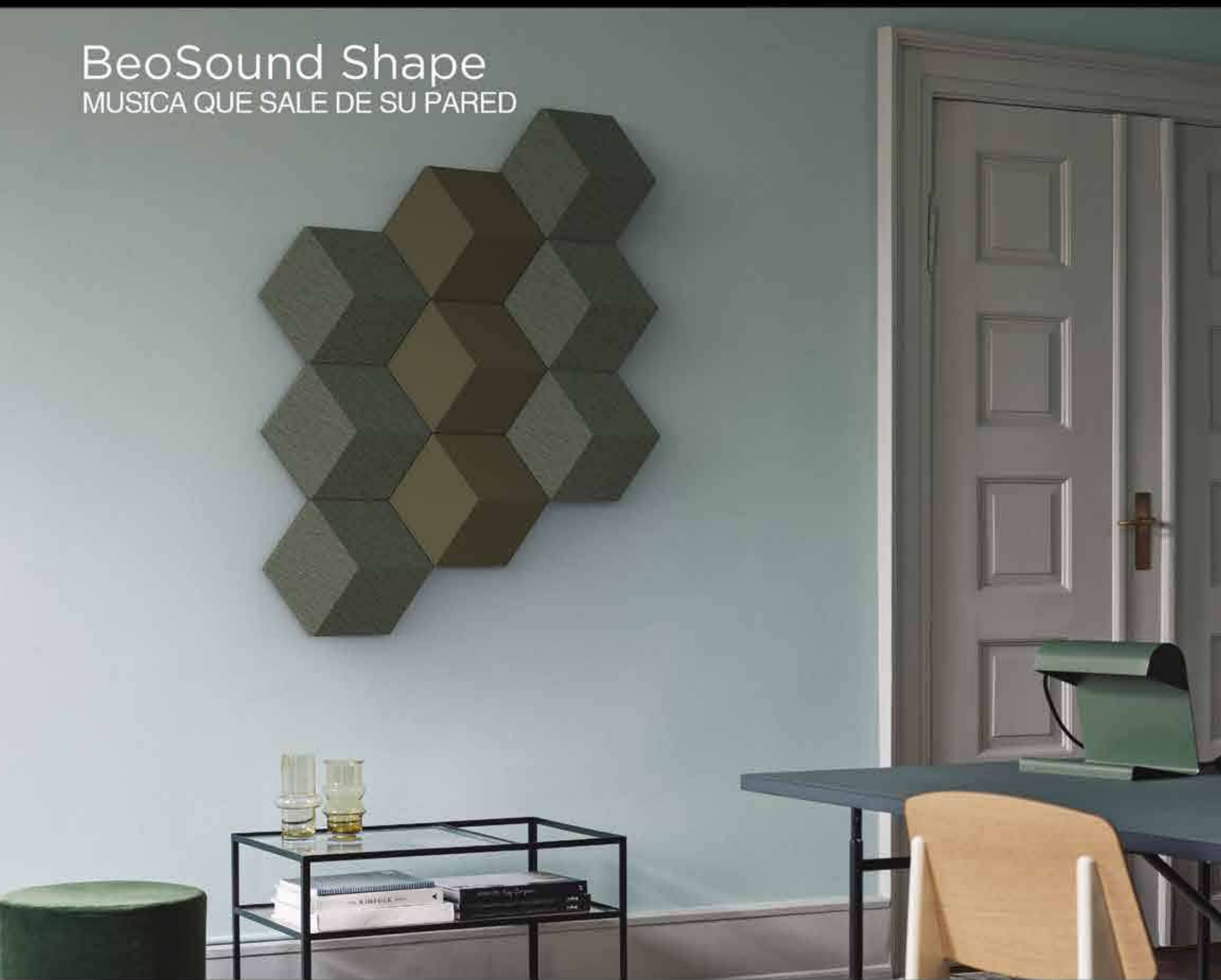
French Art de Vivre

rochebobois
PARIS

Solicita un catálogo o una demostración al (55) 5683 1650,
B&O Santa Fe, Centro Santa Fe piso 3 local 604
B&O Polanco, Masaryk 506 esq. Platón
B&O Centro de Servicio San Jerónimo, Periférico Sur 3335

BANG & OLUFSEN

BeoSound Shape
MUSICA QUE SALE DE SU PARED



BEOPLAY E8
MEJORA TU ESTILO





NEOBRUTALISMO DELUXE

La decoración orgánica, en todas sus vertientes y estilos, es una tendencia que está más de moda que nunca. Se basa en la naturaleza y parte de materiales como maderas, troncos, ramas; también plantas, pieles de animales, cornamentas, vigas vistas, semillas... En el caso de los muebles orgánicos es fácil encontrarnos con auténticas obras maestras de la ebanistería contemporánea que se caracterizan por los grandes volúmenes —son piezas pensadas para espacios generosos—, respetando en la mayoría de los casos las formas originales creadas por la propia naturaleza. Son piezas únicas diseñadas a partir de un elemento natural, también único: sillas, sillones, cabeceros, mesas... La decoración orgánica permite crear un ambiente relajado y lleno de luz, que se caracteriza por la utilización de líneas limpias, materiales puros y el total aprovechamiento de la iluminación natural. No podemos olvidarnos de los materiales reciclados y rústicos, así como la incorporación de plantas que aportan un toque silvestre. Lo ideal, para combatir un efecto demasiado simple, es combinar estos materiales con elementos industriales, como una base de metal pulido, y diseños más complejos. Un brutalismo de nuevo cuño que se adapta a casi todos los espacios, pero requiere de un ojo experto para encontrar el equilibrio con piezas más depuradas.

VISSI D’ARTE

En muchos de los interiores más top que muestran las revistas de decoración hoy, podemos observar un detalle que se repite de modo continuo: la presencia de esculturas metálicas (la obra de Aldo Chaparro es una inspiración constante) que ayudan a focalizar la atención del espectador y ejercen un equilibrio entre piezas de gran formato que, en caso contrario, podrían acaparar toda la atención. Lo que buscan los interioristas con estas piezas de diseño exclusivo, talladas a mano por los artesanos más cualificados y conocedores de este arte, que emplean las técnicas más antiguas como la aplicación de pan de oro, plata y cobre, es renovar la estética Hollywood Regency, con elementos arty que van más allá de la decoración o el diseño de interiores e integra el *avant-garde* dentro de un concepto global del hogar como obra de arte total.



CIENCIAS NATURALES

Insectos. Son tendencia desde hace un par de años en decoración de interiores como uno de los símbolos del naturalismo, de conexión con la naturaleza. Una de las máximas de todo buen decorador es que no importa lo insólito que resulte un elemento: el truco está en integrarlo, utilizarlo y aplicarlo correctamente a la decoración, de forma que se transforme en algo armónico. Eso es lo que ocurre con los insectos. A nivel decorativo, resultan perfectos para formar tramas repetidas; por eso una de sus aplicaciones más claras es en papeles pintados para la decoración de salones y dormitorios. En cuanto a los más utilizados la mariposa es la reina. Es probablemente el insecto “más suave” y armónico en decoración de interiores, por su belleza natural en cuanto a forma y colores. No obstante, las libélulas y los escarabajos también están muy presentes en diversas aplicaciones, ya sea esculturas, pisapapeles o detalles orgánicos.

VIENEN CURVAS

Son la pieza estrella de la temporada. Los sofás con curvas transforman cualquier habitación en un espacio único de confort y sensualidad, rompiendo con la distribución convencional. Para contrarrestar un diseño que transmite movimiento, lo mejor es optar por un tono uniforme, aunque puede ser de un color vivo, que sirva para descansar la mirada. En salones pequeños, es mejor optar por un sofá de dos plazas, y completarlo con butacas o pufs, que no optar por uno más grande que no respire y abigarre demasiado el espacio. Lo ideal es que el sofá mida unos 90 centímetros menos que la pared que lo albergará para que no quede encorsetado. Tras unos años en los que se apostaba por piezas más robustas de líneas rectas, algunos interioristas vuelven a diseños más delicados inspirados en los clásicos rococós, pero en una versión posmoderna: Luis XV se encuentra hoy con Karl Lagerfeld y el resultado son piezas que respiran la seducción femenina de la ebanistería francesa clásica con la rotundidad de los maestros escandinavos. Sofás cálidos que pueden interactuar con piezas más divertidas, que sirven para crear un contraste con el clasicismo que inspira su diseño original.



NUEVA Suntuosidad

Los accesorios metálicos forman parte del diseño contemporáneo y, como tal, podemos encontrarlos incorporados en distintos estilos y de muy diversas maneras en todo tipo de espacios, desde piezas geométricas a otras analógicas, de formas orgánicas. Los detalles metálicos introducen un estilo urbano, muy actual pero de referencias retro, que remite a décadas pasadas, como los años 70, cuando el diseñador Halston presentaba sus impactantes vitrinas en su tienda de Madison Avenue, diseñadas por Victor Hugo con un discurso rupturista heredero de Studio 54. Esta nueva suntuosidad también encuentra su reflejo en piezas de joyería XXL en materiales preciosos, como el oro o el platino, incrustadas con piedras preciosas, que remiten a su vez a los gabinetes de las maravillas victorianos. Una apuesta por las formas revestidas del brillo deslumbrante del lujo extremo no aptas para todos los gustos... ni bolsillos.



eau de parfum

paco rabanne

SEASONAL DECOR

La tiranía de la industria de la moda —renovarse o morir— amenaza con extenderse también a la decoración. Antes uno se compraba una alfombra o un juego de toallas y esperaba hacer uso de ello hasta que el tejido aguantara, pero ahora los escaparates de las tiendas de decoración han emprendido la carrera para seguirle el ritmo a las grandes cadenas de ropa, mientras que las revistas especializadas empiezan a hablar de un concepto que hace temblar la cartera: *seasonal decor*. Dentro de este concepto, priman muebles-*statement*, piezas que cobran todo el protagonismo gracias a la mezcla de texturas, de estampados y hasta de estilos. Dentro de los estilos que priman esta temporada, destaca el neoclásico 2.0, una relectura de diseños clásicos pero con un toque posmoderno, como el de esta consola, que retoma un esquema funcional con toques de color; molduras de inspiración decimonónica y hasta un guiño a las *boisseries* de la década de los 70. Se trata de una de esas piezas que convierten cualquier salón en el escenario ideal para recibir a un grupo de amigos o colocar sobre su superficie jarrones de porcelana de autor y algún dibujo (original) enmarcado de un artista emergente.



ALMA PORTUGUESA

Boca do Lobo combina técnicas antiguas y el arte de trabajar la madera para dar una futurista reinterpretación de los clásicos gabinetes que tanto predicamento tuvieron en las primeras décadas del pasado siglo. El armario Heritage de la edición limitada de la marca Boca do Lobo es un homenaje a los azulejos pintados a mano portugueses, que se pueden contemplar en el interior de las iglesias barrocas lisboetas. Se trata de una pieza de diseño innovador y artesanal formada por azulejos decorados a mano, un mueble de lujo con un componente emocional. Este año, además, el azul, tanto el cobalto como el índigo, es tendencia en decoración. Además de en este diseño espectacular, lo hemos visto en paredes, textiles, en estampados que combinan el inmaculado blanco con figuras y paisajes dibujados en azul Yves Klein, salpicando objetos decorativos, cojines y mantas, alfombras, loza e azulejos para paredes y suelos. En Portugal, el azulejo se ha empleado sin interrupción desde finales del siglo XV tanto en arquitectura como en la decoración de suntuosos interiores. Se trata de una técnica de origen árabe que el país luso perfeccionó, inspirándose en las porcelanas holandesas de Delft. Un clásico que jamás pasará de moda.



SENSUALIDAD DÉCO

El art déco fue un movimiento decorativo, pero también artístico, que tuvo su auge durante la década de los años 20 y 30, una evolución del *art nouveau* y el modernismo que tomaba inspiración de las primeras vanguardias, con claras influencias del cubismo, constructivismo y la escuela Bauhaus, reflejando además el espíritu más monumental del antiguo Egipto. En los últimos años, el estilo déco ha visto cómo ha sido revisado en los interiores más exclusivos, ya sea en piezas de autor, en subastas o en guiños que recrean sus siluetas, basadas en el contraste entre la sensualidad de las curvas y el rigor de las rectas. Los materiales más aptos para recrear esta época dorada son los metales, el cristal, los espejos, la madera lacada y algunos textiles estampados con motivos geométricos. Se trata de muebles suntuosos, de aire algo femenino pero revestidos de cierta virilidad, ideales para crear un efecto retro y elegante en cualquier espacio. La paleta de color que mejor va con este estilo oscila entre los tonos neutros, con ráfagas de beige, grises, blancos y negros. Y lo mejor es combinar una pieza importante de esta época con otras más modernas, para evitar un efecto demasiado nostálgico. A la hora de disponer los muebles, debemos seguir la misma pauta que para los colores: buscar el equilibrio con una distribución sencilla pero no aburrida. Un pequeño truco para fomentar el dinamismo es colocarlos en ángulo, permitiendo hacer uso de las esquinas y creando rincones ideales para algún accesorio decorativo.



BARROCO POSMODERNO

Lo último en decoración consiste en mantener un perfecto equilibrio entre detalles neobarrocos, ricos en volutas y formas sinuosas, con piezas de diseño geométrico y deconstruido. Lámparas de diseño *chandelier* con opulentas decoraciones que compiten con piezas complejas que requieren de espacios muy amplios para equilibrar las líneas y los volúmenes. El estilo neobarroco surgió hace ya unos años como respuesta al minimalismo imperante en la década anterior, que a juicio de algunos interioristas acabó con la personalidad y la calidez en las casas de los más poderosos. Redes como Instagram han sucumbido al encanto de esta tendencia, que nace en Europa con diseñadores y marcas que apuestan por crear muebles de gran impacto, que combinan las líneas tradicionales barrocas con los más extremos toques de modernidad, creando impactantes y paradójicos interiores con una gran carga estética y elementos como el pan de oro, hoja de plata, esmaltes y tejidos brillantes.





EN BUSCA DEL EQUILIBRIO

Dentro de las tendencias actuales, destaca el neorigor, marcado por la geometría, una paleta de colores sobrios y cierto aire monacal, pero sin renunciar al hedonismo. Para lograr el perfecto equilibrio entre severidad y optimismo, lo mejor es seleccionar los muebles más apropiados para el estilo y tamaño de la casa, combinando piezas XXL con otras más pequeñas que establezcan un diálogo con ellas. Acabados y diseños sencillos son un elemento clave del estilo contemporáneo, por lo que debemos evitar a toda costa los detalles ornamentales en los muebles. Los materiales ideales para este estilo son tanto la madera como el metal. Selecciona una paleta de color en tonos neutros para asegurarte de seguir las últimas tendencias del estilo contemporáneo, siguiendo el ejemplo de gurús como Peter Marino. Dentro de los colores más populares, destacamos las habitaciones totalmente blancas, beige o en tonos tierra. A la hora de elegir, asegúrate de buscar un equilibrio; compensa, por ejemplo, las paredes claras con un suelo más oscuro. En el caso de que las paredes y el suelo sean claros, puedes crear el equilibrio con alguna pieza en tonos más fuertes. Si te encanta la combinación de paredes, suelo y muebles en tonos claros, puedes optar por una mesa, una chimenea o una estantería que hagan contraste. Se trata de generar un interés visual con los muebles y accesorios que aportemos a la decoración.



GLISE 100



EL TODO INCLUIDO
QUE HACE VIBRAR TUS VACACIONES

THE SOUND OF YOUR STAY®

PARA MAYOR INFORMACIÓN:
01 800 272 0216

THIS IS **Hard Rock**
HOTEL

CANCUN • RIVIERA MAYA • VALLARTA • PUNTA CANA HRHALLINCLUSIVE.COM



ELEVA TUS VACACIONES
CON EL NIVEL **ROCK ROYALTY**

SERVICIO PERSONALIZADO
AMENIDADES ESPECIALES

RESERVA EL LUJO
DE LA EXPERIENCIA **ROCKSTAR**



BURBUJAS DE EMOCIÓN

El sofá Bubble se ha convertido en un modelo icónico en la colección diseñada por Sacha Lakic para Roche Bobois. A juicio de su creador, este modelo representa “el equilibrio perfecto entre el diseño, la innovación, la función y la emoción”. Completamente realizado a mano, su realización ha necesitado el desarrollo de una tela inédita, extensible en tres direcciones. Está compuesto de una base de jersey negra que garantiza un buen mantenimiento de las formas, sobre la cual se pega una lana en nido de abeja con un tacto remarcablemente suave. El diseño evoca una cesta de pelotas en la que nos gustaría saltar y es un perfecto ejemplo de la técnica de Lakic, apasionado por la tecnología, quien colabora con Roche Bobois desde hace más de una década. Su trabajo se caracteriza por su uso dinámico de la materia, los juegos de volúmenes, equipamientos *hi-tech* reflejos lacados. Muebles fluidos y con clase, fusión entre industria y emoción, de líneas sensuales y flexibles, perfectos para interiores contemporáneos. Piezas orgánicas especialmente diseñadas para otorgar un aire de calidez a la arquitectura industrial más desnuda y rigurosa.



NOSTÁLGICO OPTIMISMO

Si quieres introducir un toque de vitalidad, frescura y colorido, el estilo pop es el que mejor se adapta a lo que estás buscando. Más allá de la nostalgia por los años 50 y 60, en los que nace la iconografía pop en películas, decoración e incluso en el arte, en los últimos años los decoradores han encontrado en el optimismo de esta época las claves para crear interiores que transmiten optimismo. No se trata de ser alegremente *naïves*, sino de reinterpretar las claves de este movimiento que toma elementos de la cultura popular y de esta forma huir de clichés más o menos desfasados, combinando elementos modernos con otros retro, incluso con detalles descontextualizados, como electrodomésticos o autos de gran formato. Las curvas y las ondulaciones son el alma del espíritu pop; lo mejor es recurrir a piezas como sillones de diseño, pufs de formas sugerentes y estampados que ofrezcan el fondo perfecto para soñar con un futuro mejor. Porque las casas también pueden ser —y deben— ser optimistas. Y, para completar el efecto, lo mejor es recurrir a guiños deportivos.



BON VOYAGE

El estilo vintage, que en las últimas temporadas parecía haber perdido algo de fuerza, vuelve esta temporada... para quedarse (o tal vez nunca se fue). Lo cierto es que los objetos antiguos crean atmósferas cálidas y acogedoras, por eso cada día más los rescatamos de la casa familiar o de los mercados de pulgas. Entre todos los objetos que podemos rescatar, heredar o rediseñar, las maletas se han convertido en los favoritos de decoradores e interioristas. Las maletas de cuero antiguas, con cierres metálicos y correas, como las clásicas Louis Vuitton, son íconos que resisten el tiempo y acompañan la imaginación en busca de aventuras. Un viejo tesoro al que, además, se le puede sacar un increíble partido decorativo. En livings con aspecto industrial quedan perfectas, por ejemplo, con un globo terráqueo encima... Una invitación a viajar.



SUEÑOS DE ALTURA

El mobiliario infantil es cada día más sofisticado. Buena muestra de ello es esta cama de la firma Circu, compañía que pertenece al grupo portugués Menina Design Group, dueño de diversas marcas de decoración como Maison Valentina, Brabbu y Luxxu. Este balón aéreo de un máximo de 300 centímetros de diámetro (la cesta, con el colchón, mide 160) evoca la película de Disney, *Up!* La cesta de mimbre se ha realizado a mano empleando técnicas de cestería tradicional. La estructura del globo está hecha de madera con acabados lacados en blanco, mientras las partes superiores están tapizadas en cuero sintético, y las piezas de metal presentan un baño de oro. La iluminación y el sistema de sonido están controlados por una aplicación móvil con varias opciones: música, efectos de luz y tiempo de sueño. Mucho más que un mueble: todo un sueño.



OASIS EXCLUSIVO

El nuevo espacio de American Express en la Terminal 2 del Aeropuerto Internacional Benito Juárez, The Centurion Lounge, es la sala más grande de México, con una decoración elegante y vanguardista, diseñada para ser un oasis de confort en medio del vértigo del aeropuerto. Pero también es mucho más que eso: es un segundo hogar, un espacio para disfrutar no sólo de paso, sino por sí mismo. Con un aumento de superficie de aproximadamente el 25%, las mejoras respecto a la anterior sala son significativas. Entre los servicios exclusivos que ofrece, destaca la amplia variedad de alimentos que Enrique Olvera ha seleccionado para integrar un menú a la altura del paladar *gourmet* más exigente, pero no sólo eso, también un *sports bar*, una sala de juegos infantil, un bar y un zen room —ideal para descansar— y una cava con la mejor selección de vinos. Además, The Centurion Lounge cuenta también con un sofisticado spa, estética, aroma y música que en conjunto crean una atmósfera de tranquilidad. El acceso a Tarjetahabientes Centurion y Platinum no tiene costo, para que puedan seguir disfrutando del servicio extraordinario que caracteriza a esta compañía.

EL POETA DE LOS DIAMANTES

Berger Joyeros es un referente de la alta joyería no sólo a nivel nacional, sino internacional. Desde sus inicios, se ha especializado en los diamantes, sinónimo de elegancia y refinamiento. Se trata de la gema más exclusiva del mundo, formada a grandes profundidades (entre 140 y 190 kilómetros), con presión y temperaturas extremadamente altas y condiciones tan extraordinarias que sólo se da en períodos de cada uno a tres mil millones de años. La tierra sólo ha creado diamante tres o cuatro veces en su existencia y Berger Joyeros se ha convertido en uno de los joyeros que mejor trabaja este precioso material, ya sea en sus colecciones especiales, como la Collection Privé, que presenta piezas de carácter atemporal, ya sea collares, solitarios, pulseras o aretes, en los cortes más clásicos; como sus excepcionales anillos de compromiso y churumbelas, que van desde las tallas más tradicionales, como el corte redondo, princess, gota, marquis, oval, baguette y esmeralda; hasta las más modernas, como cushion, asscher, radiant o heart shape. Tesoros eternos que pasarán de generación en generación sin perder jamás su valor estético.



REBELDÍA DE ALTA COMPLICACIÓN

MB&F se ha ganado a pulso el calificativo de “firma rebelde de la alta relojería”, gracias a sus diseños vanguardistas y a sus relojes de mesa, que tanto por su complejidad técnica como por su estética están más cerca del futuro que del legendario pasado de la tradición artesana suiza. Fundada en 2005 en Ginebra por Maximilian Busser (MB&F significa, en realidad, Maximilian Busser and Friends), la manufactura alcanza la perfección con la colección Legacy Machine, cuyas distintas ediciones varían en complicación y funciones, si bien el volante suspendido sigue estando literal, pero también metafóricamente, por encima de todo. La Legacy Machine Perpetual fue la primera creación de MB&F en emplear el escape dividido en 2015, aunque la atención en aquel entonces se centró en el nuevo y revolucionario calendario perpetuo. La última incorporación a la familia, la Legacy Machine Split Escapement, la quinta forma en que se presenta este reloj ganador, ensalza la característica que le da nombre: el escape dividido (Split Escapement). A pesar de los obstáculos técnicos para su creación, el motor de la LM SE sigue estando diseñado teniendo en cuenta la estética y el clasicismo.



POESÍA HECHA JOYA

Sofía Nousairi (sofianousairi.com) se define con sencillez como diseñadora orfebre, creadora de piezas hechas totalmente a mano en su *atelier*. Su fuente de inspiración brota desde su alma y cada pieza expresa un sentimiento que ha sido permeado por sus propias vivencias que construyen la historia de su vida. Sus colecciones tienen nombres tan sugerentes y evocadores como Caro Cuore, Bouquet, Filosofía de Vida, Gotas en el viento o Espejo de mi alma... Nombres que resumen, como las facetas de un diamante, la caleidoscópica personalidad de esta joyera que retoma la tradición orfebre mexicana y la actualiza con formas y siluetas plenamente contemporáneas. Su método de trabajo es tan honesto como su arte: puede comenzar a partir de una imagen o una forma orgánica, que va cobrando forma hasta transformarse en una pieza única, llena de texturas que evocan el poderoso influjo de la naturaleza. Una poeta de la joyería.





HIPERALTA VELOCIDAD: EL FUTURO ES AHORA

El proyecto del despacho de Fernando Romero, que pretende conectar la Ciudad de México con Guadalajara no sólo con otros puntos de la República sino con el futuro, ha sido el único elegido como viable en América Latina por la empresa Hyperloop, un tipo de transporte que consiste en la propulsión de cápsulas por medio de tubos de baja presión. La velocidad que pretende lograr es de 1,200 kilómetros por hora, todo un récord en la historia de la humanidad. El proyecto Mexloop, propuesto por el despacho Fr-ee, ha sido elegido por Hyperloop One entre los diez más viables del mundo y plantea la idea de conectar la Ciudad de México con la ciudad de Guadalajara, pasando por León y Querétaro, en poco menos de... ¡40 minutos! Mexloop inició su participación en el concurso en mayo del año pasado tras una convocatoria a propuestas integrales para construir redes Hyperloop conectando ciudades y regiones de todo el mundo. Se registraron más de 2,600 equipos, y en una segunda etapa se determinaron las 35 propuestas más fuertes. De acuerdo con el documento de presentación del Mexloop, adopta un enfoque para localizar estaciones y fortalecer su variedad de industrias manufactureras y tecnológicas y crear nuevas oportunidades. Según la descripción de su proyecto, el transporte movilizará a 60 millones de personas en el año 2050, y las estaciones estarían ubicadas cerca de aeropuertos y centros de transporte ferroviario y del metro.



Nature is full of infinite causes
Leonardo da Vinci

www.brunellocucinelli.com



BRUNELLO CUCINELLI

LA NUEVA VIDA DE UN ÍCONO

Renovarse y vivir. En efecto, es lo que ha decidido Paradisus By Meliá · Cancún México: una nueva vida tras una remodelación integral, que incluye la rehabilitación de habitaciones y áreas comunes, por un valor superior a los diez millones de dólares. Meliá Hotels International, compañía líder en la industria a nivel mundial con un número superior a 370 propiedades en más de 40 países, ha decidido renovar este icónico hotel, que supone un paso más allá en la hospitalidad de alta gama. A través de Royal Service By Paradisus, los huéspedes pueden disfrutar de exclusivas suites que ofrecen un oasis de lujo, todo en un entorno privado y exclusivo sólo para adultos, con la posibilidad de elegir entre un menú de almohadas aromáticas, preparación de la bañera en la habitación, entrega diaria de prensa internacional y minibar surtido según las preferencias del huésped. Además, cuenta con la asistencia de mayordomos personales durante toda la estancia, con quien se puede comunicar a través de un teléfono móvil. El mayordomo puede reservar en los restaurantes de especialidades del hotel, pedir cita en el spa o comunicarse con alguna de las actividades y excursiones que ofrece Paradisus By Meliá. Un detalle de auténtico lujo: se encarga de hacer y deshacer el equipaje, y puede hacerse cargo también de la limpieza de calzado y planchado de ropa. Los huéspedes que se acojan a este servicio podrán acceder a una piscina privada sólo para adultos y a una zona privada de playa. Además, Royal Service By Paradisus ofrece conserje de piscina y playa con servicio de bebidas, una selección de protectores solares y un restaurante, La Palapa, a la altura del triple concepto del hotel: “Sublime, preferente y privado”. www.paradisus.com



WOMAN
by
RALPH LAUREN
NEW EAU DE PARFUM

Woman Above All.





CAMINO DE AMOR

En lengua maya, Kuyabeh —Kuu (Dios), Yah (amor)y Beh (camino)— significa “Camino de amor hacia Dios”.Y eso es lo que pretende ser esta comunidad ecológica autosustentable, ubicada en la carretera que va de Tulum a Cobá, en un área privilegiada por sus mantos acuíferos. Un mosaico de selva de 375 hectáreas, rodeado de culturas ancestrales, que albergará una serie de viviendas construidas con la mínima huella ecológica, usando energías limpias y cuidando los recursos naturales. Kubayeh nace con la premisa de crear una relación armónica entre el ser humano, la arquitectura y el medio ambiente con una manera de vivir con conciencia, siendo la única comunidad ecológica sustentable certificada por la SEMARNAT. Balam (jaguar, en lengua maya), la primera etapa, cuenta con 94 lotes de aproximadamente una hectárea (9,400 m2) con precios desde 76,000 dólares.Y Huech (armadillo), la segunda, cuenta con 190 lotes de media hectárea (4,700 m2) con precios desde 45,000 dólares. Los propietarios de Kuyabeh tendrán acceso a 24 hectáreas de áreas comunes y amenidades únicas, como el glamping que forma parte del hotel-spa chic ecológico, áreas de cultivo, cenote natural, laguna, área de meditación y yoga, torre de avistamiento de aves y escuela de autosustentabilidad.



K U Y A B E H
SUSTAINABLE ECOLOGICAL COMMUNITY

TULUM Q. R. KM 34.6
CTRA.TULUM - COBA
OF. +52 984 803 5075
C. +52 999 297 5752
ventas@grupodelatorre.com
kuyabeh.com
grupodelatorre.com



GRUPO INMOBILIARIO

EL LUJO DE LO AUTÉNTICO

ME Cabo es el epicentro de lujo para los clientes más exigentes, tanto locales como internacionales, que vibran en un ambiente único inspirado en Ibiza. Ubicado en la única playa apta para nadar de Los Cabos, con vistas a «El Arco», representa un estilo de vida; a un paseo del puerto y la zona comercial, ME Cabo integra a la perfección una estética elegante y contemporánea con la verdadera esencia de ME by Meliá y la cultura local. Equilibra el bienestar del huésped a través de programas de bienestar; tratamientos de spa, yoga en la playa y otras muchas opciones, sin olvidar sofisticadas experiencias en el lujoso club de playa Blue Marlin Ibiza Los Cabos. Las camas balinesas, los ritmos de DJs internacionales, la brisa del mar... Todo se confabula para sentirse en un paraíso, mientras se disfruta de una comida de estilo mediterráneo, un coctel (con especial protagonismo de los destilados locales: tequila y mezcal) y de suites que ofrecen todas las comodidades y lujos del mercado, desde productos de baño premium hasta una innovadora tecnología integrada en la habitación. El YHI spa está también especialmente diseñado para que el huésped pueda recargar energías en un entorno privilegiado que remite a los mejores clubes de playa del mundo. Un sueño que redefine el concepto de hospitalidad de alta gama, adaptada a una nueva generación.
www.melia.com/Hotel-ME-Cabo



Déjanos ser tu Guía y Descubre tu México Moderno



UN HOTEL TODO INCLUIDO
SIMPLEMENTE ÚNICO

20° N 87° W

UNICO
Riviera Maya

UNICOHOTELRIVIERAMAYA.COM

PARA MAYOR INFORMACIÓN 01 800 284 5810

A MEMBER OF

THE LEADING HOTELS
OF THE WORLD®



GLISE 120

PALACIOS FLOTANTES

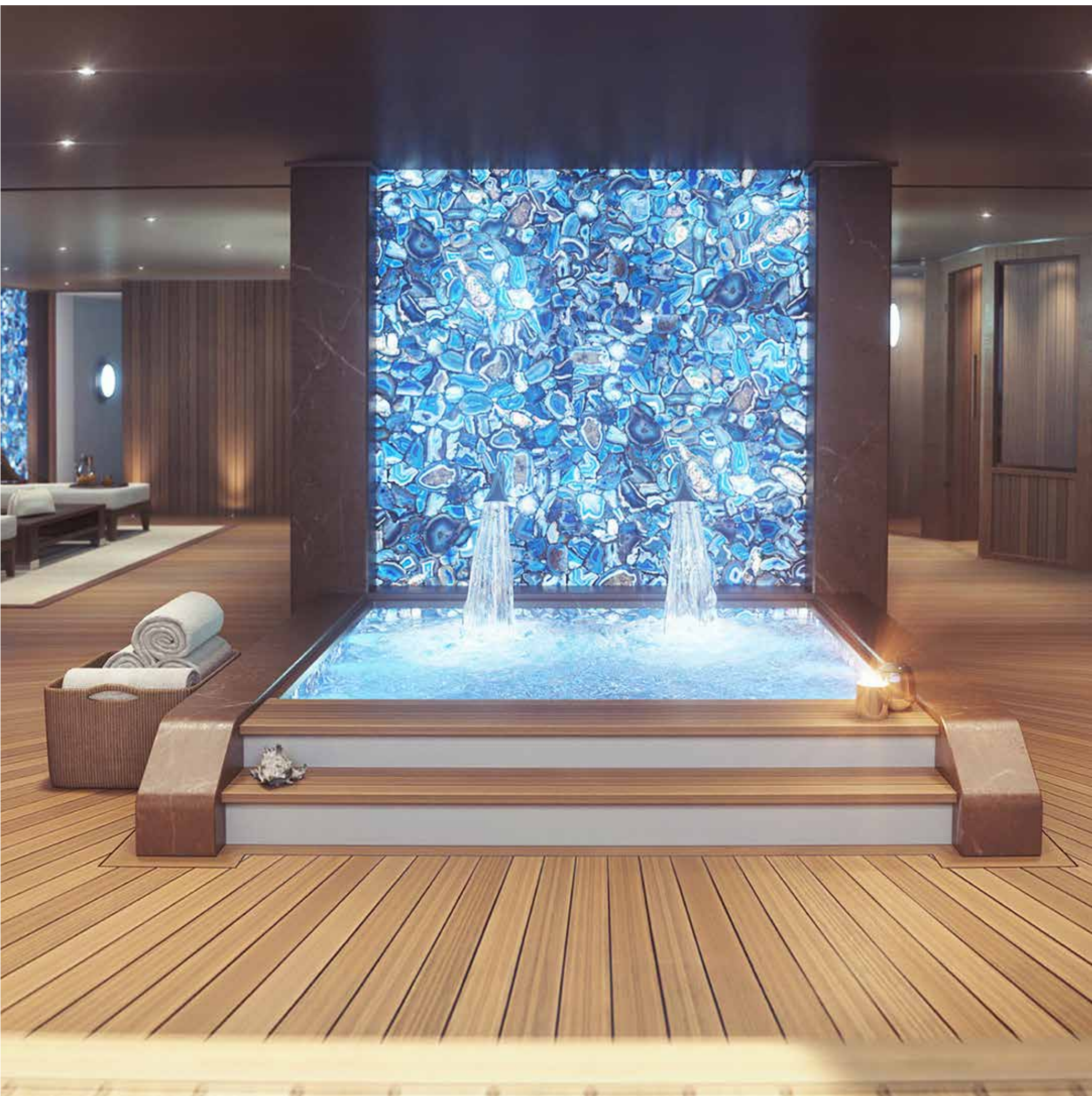
Superyacht Eidsgaard Design no diseña barcos, sino mansiones con los mejores materiales que no se limitan a surcar los mares en busca de tesoros... porque son un tesoro en sí mismos.

A la edad de 12 años, Peder Eidsgaard decidió que quería ser diseñador de yates tras leer un anuncio en el periódico sobre el diseño de superyates. No se trataba sólo de barcos, sino de auténticos sueños que surcaban las olas y atravesaban los mares en busca de un tesoro que no tenía nada que envidiar al de la novela de Robert Louis Stevenson. Porque, en efecto, los yates diseñados por él forman parte ya de la leyenda y, sobre todo, de la historia de la navegación. En 2005, fundó Superyacht Eidsgaard Design con dos socios: Ewa Eidsgaard y Ben Harrison, quien se unió dos años después (en 2007). Antes, durante casi una década, de 1996 a 2005, Eidsgaard —y también Harrison— había trabajado en otro célebre estudio de diseño de superyates, a las órdenes de Andrew Winch. El equipo de Eidsgaard Design, integrado por nueve personas, realiza el diseño no sólo del exterior los yates, sino también de sus suntuosos interiores. Peder y Ben llevan el peso del diseño industrial y de todo lo relacionado con la ingeniería, la aerodinámica, los materiales... Y Ewa, quien proviene del mundo de la banca —fue vicepresidenta durante nueve años de Goldman Sachs—, se encarga de la decoración, ya que siempre ha sentido un gran interés por el diseño y la fotografía. El resultado son auténticos palacios flotantes, residencias revestidas con materiales nobles, como marqueterías de las maderas más exquisitas; pieles respunteadas y cosidas a mano; metales y textiles de alta calidad. El exterior puede tener varias alturas, con una sucesión de terrazas que se levantan sobre las aguas, con vistas panorámicas al océano, perfectas para contemplar las puestas de sol.

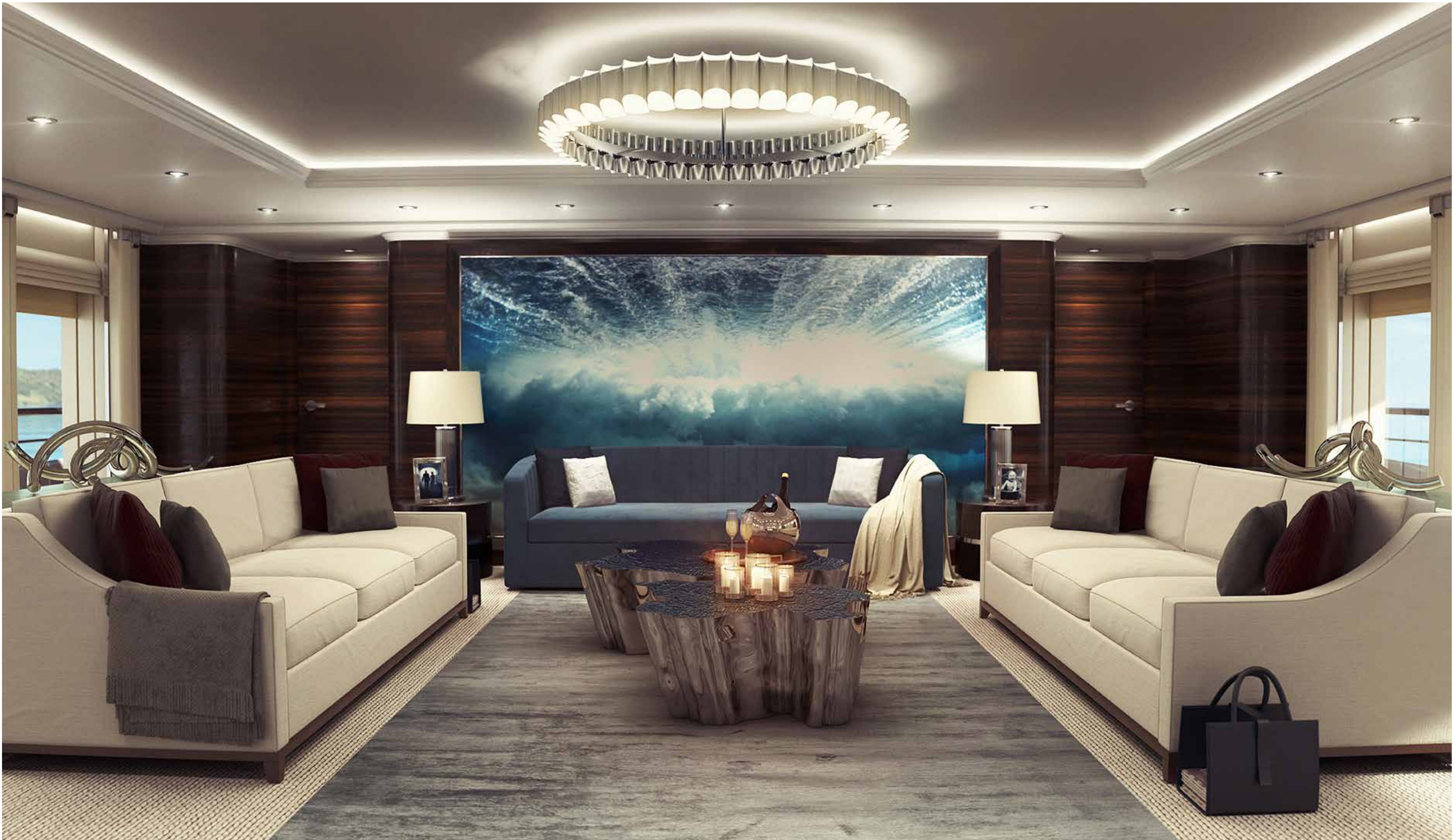
Aunque cada proyecto es único, hecho a la medida de los deseos del cliente, en todo superyate hay un elemento que cobra especial protagonismo y en el que este estudio de diseño se ha especializado como uno de los mejores: crean espacios versátiles y fáciles de usar; cuyo diseño fluye sin esfuerzo; áreas espaciosas que sirven para diversos usos: comedor al aire libre, solárium e incluso *chill out* para desconectar tras un almuerzo o una cena elaborada por un chef formado en la mejor escuela Cordon Bleu. Estos espacios están diseñados para pensar, contemplar, descansar...



Las formas van de la mano con las olas, siguiendo el movimiento del mar en hermosas salas de estar que son al mismo tiempo lugares para socializar y cámaras privadas. Los materiales también son cuidadosamente seleccionados para potenciar la sensación de estar en comunión perfecta con la naturaleza: el mar, el viento, la luz; todo confabula para crear una atmósfera única. La paleta de colores suele alternar entre suaves tonos complementarios que apaciguan los sentidos, el arte —Ewa selecciona personalmente algunas piezas de diversos artistas que ya han colaborado con ellos, o bien los eligen los propietarios, muchos de ellos grandes coleccionistas de arte contemporáneo— y las piezas de diseño conviven en espacios diseñados con arreglo a los más altos estándares de lujo: espacios amplios, materiales nobles y piezas de marcas de alta gama que son una referencia del lujo británico. Cada detalle es esencial para lograr un aire exclusivo: los materiales, las texturas, los metales... Todo está pensado para ser único. A ello, se añaden elementos como helipuertos, detalles de oro y sedas, que contribuyen con su magnificencia a envolver al tripulante en un auténtico viaje de ensueño. Una experiencia única que muy pocos pueden disfrutar. El secreto del éxito de este despacho de diseño se debe a la fluida comunicación que establecen con los clientes.



Una vez que se entrevistan con uno de sus clientes, él y su equipo pueden responder de inmediato a las necesidades del cliente a través de un boceto inicial a mano alzada, como punto de partida de un proceso de diseño muy complejo que va depurando todos los aspectos técnicos de cada embarcación, desde los técnicos a los estéticos. “Dibujamos nuestros diseños directamente con el cliente y vemos así cómo sus ideas evolucionan y se materializan directamente frente a él. Es una manera fantástica de trabajar”, añade Peder. “Especificamos o suministramos todos los elementos interiores a bordo, desde las estructuras a los últimos toques de decoración, como vajillas, esculturas y las pinturas encargadas de acuerdo al proyecto inicial”. Todos sus artículos provienen de proveedores únicos, localizados en todo el mundo; aquellos que no pueden emplearse directamente son hecho a la medida de las especificaciones de Eidsgaard, para garantizar la originalidad y exclusividad de cada interior hasta el más mínimo detalle. Eidsgaard Design trabaja actualmente en una serie de nuevas construcciones en el norte de Europa, incluidos yates a motor de 51, 66, 73 y 95 metros. Se trata de proyectos *bespoke*, es decir, son como modelos de alta costura que construyen directamente a la medida de las especificaciones de cada cliente.



En el mundo hay sólo 3,000 yates —un poco más: 3.064; la cifra figura en un estudio encargado a la consultora Siport 21— que superan los 24 metros de eslora (pueden llegar en algunos casos a los 90). Se trata de una selecta flota que atraca en marinas privadas. Algunos de los mejores han sido diseñados por Eidsgaard Design, mansiones gigantes que se desplazan sobre el mar; ferrys vanguardistas capaces de grandes travesías, tan veloces como cómodos. Una de las características de este estudio de diseño es que las distinciones entre exterior e interior son casi inexistentes: en la cubierta principal, suelen ofrecer a sus clientes soluciones como los balcones abatibles, a babor y estribor, con la intención de aumentar la conexión de los invitados con la naturaleza. Algunas de estas mansiones flotantes cuentan con spas y salas de cine, cabinas para hasta 12 invitados, sin contar con la tripulación; camarotes de lujo que no tienen nada que envidiar a las mejores suites de los hoteles más exclusivos del mundo; y salones de doble altura interconectados con una gran escalera central. También con piscinas privadas en las cubiertas y zonas de esparcimiento en las que jugar, descansar, bailar o disfrutar de un almuerzo informal. Tal y como explica el trío directivo de este estudio de diseño, la elaboración de un barco de estas características se hace básicamente a la medida de las necesidades y exigencias de sus poderosos clientes, que no ponen ningún inconveniente cuando se trata de convertir sus sueños en realidad. ¿Qué se busca? La comunión de diseño, velocidad y prestaciones de un crucero. No es una experiencia extrema. Para eso están los catamaranes, esto es el puro placer de navegar.



30 YEARS
OLIVER PEOPLES
LOS ANGELES

PHOTOGRAPHED BY PETER LINDBERGH
MOJAVE DESERT, CALIFORNIA
Amber Valletta wears the M-4 30TH

COVER



Exclusivo en Saks Fifth Avenue Santa Fe (55) 52464800. Del Interior de la República 01 800 832 0444.



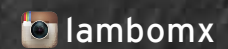
E T R O

AVENTADOR
ROADSTER



Lamborghini Mexico City

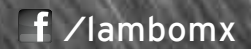
Insurgentes Sur 1608
Col. Crédito Constructor
Del. Benito Juárez
03940 Distrito federal
Tel. +52(55) 5662-76-19



www.lamborghini-mexico.com

Lamborghini Monterrey

Calzada del Valle 255
Col. Del Valle
San Pedro Garza García
66220 Nuevo León
Tel. +52(81) 8262-8296

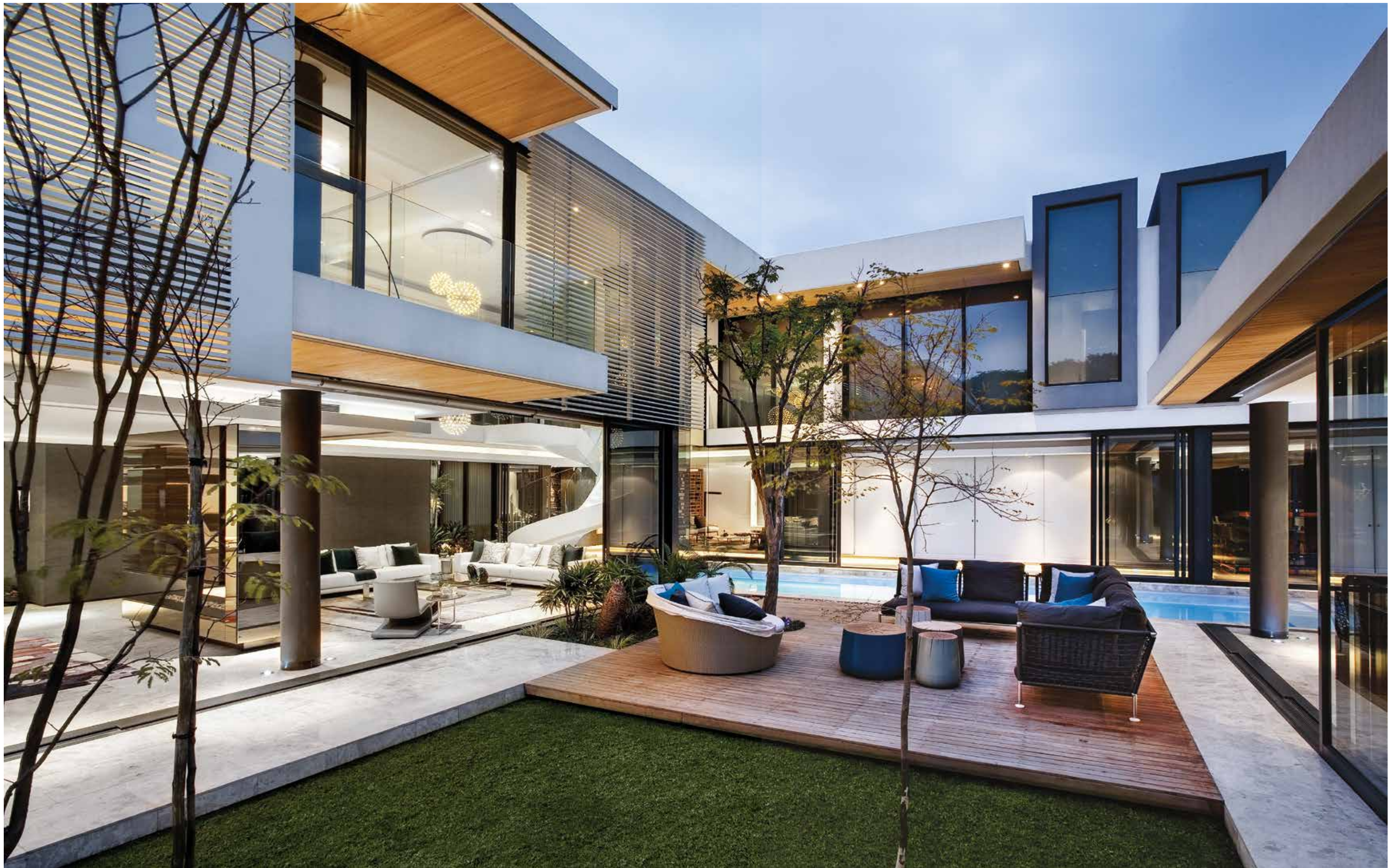




UN DISEÑO PERFECTO

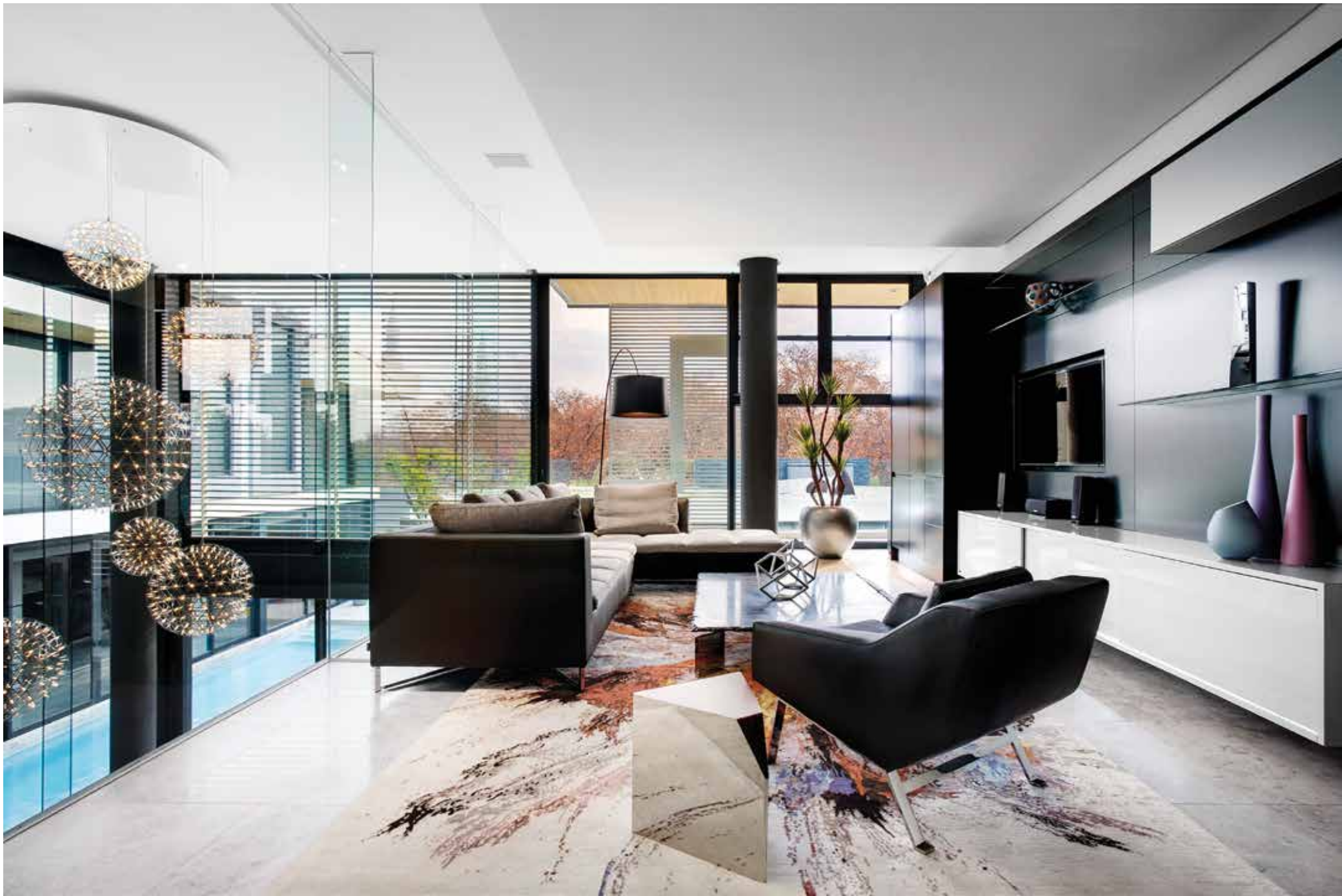
En las afueras de Johannesburgo, encontramos esta vivienda que da un nuevo sentido a las palabras de Le Corbusier: “Una casa debe ser un estuche de la felicidad”. Esta, sin duda, lo es.

Muchas veces se emplean los términos moderno y contemporáneo como sinónimos. Nada más lejos de la realidad. Lo moderno, en muchas ocasiones, trasciende lo contemporáneo y se convierte en algo que desafía el tiempo, una especie de tótem que puede ser de ahora, pero también de hace dos (o tres) generaciones. Es el caso de esta casa —la gente vive en casas, no en residencias—, construida en una colina en Houghton, un suburbio a las afueras de Johannesburgo. Se trata de un conjunto de volúmenes en forma de U, sobre los que se abre esta casa diseñada para una familia numerosa, que pidió expresamente que la luz fuese la gran protagonista. Así la diseñó el equipo de arquitectos integrado por Greg Truen e Ina Fourie, de Estudio Saota (Stefan Antoni Olmesdal Truen Arquitectos), quienes decidieron crear un conjunto orgánico de espacios que van abriéndose como sucesivas cajas chinas en un juego de perspectivas que juegan con el interior y el exterior; con las luces y las sombras, con la calidez y la aparente frialdad de los materiales. El terreno se encuentra en una suave pendiente, rodeada de árboles, con impresionantes vistas desde los pisos superiores, que ejercen de escenario, pero también de proscenio: la naturaleza intervenida, ese concepto tan absoluta y rabiosamente contemporáneo. Las líneas sinuosas de la entrada contrastan con el rigor de la casa, que se organiza en torno a una entrada común que divide dos grandes espacios. Los arquitectos han pensado en las luces, el juego de texturas —piedras sin pulir frente al acero o las superficies lisas de los grandes bloques de acceso y el brillo deslumbrante del vidrio— y las sorprendentes ventanas, como hendiduras, que dejan pasar la luz, pero no hacen pensar en el esplendor que espera al visitante. Dentro, aguarda una sorpresa.



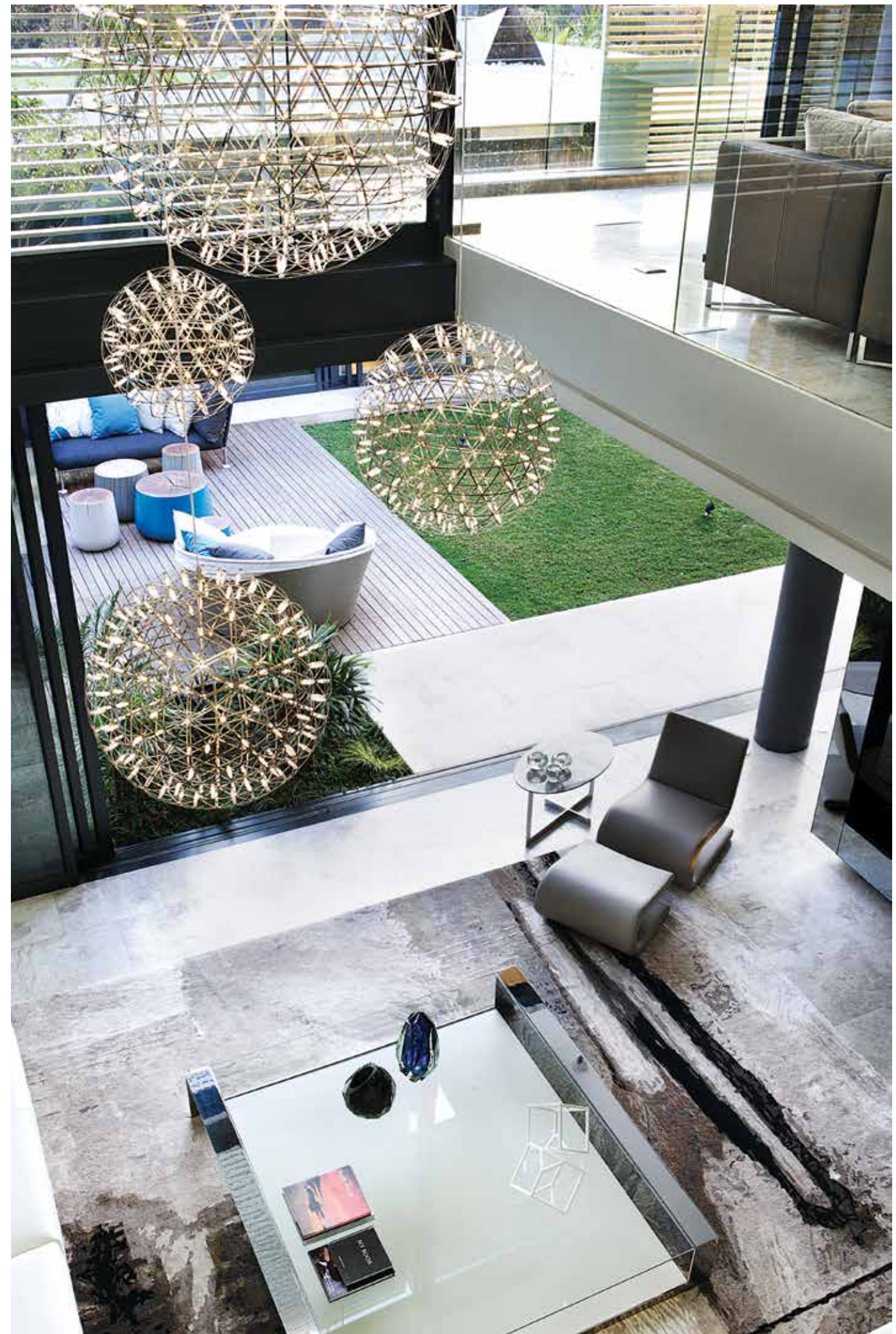
Como un guiño al diálogo entre interior y exterior que tanto le gusta —por no decir le obsesiona— a la arquitectura contemporánea, los arquitectos han dispuesto un patio central donde lo natural y lo artificial se abrazan y se confunden. La hierba y la madera alternan con el mármol pulido, el espejo y el cristal. Los árboles y los elementos vegetales no sólo no acentúan la *dureté* de los materiales, sino que conviven amigablemente con ella. En el eterno juego entre lo orgánico y lo tecnológico, gana algo tan difícil de lograr como la naturalidad.

Las dos alas tienen una arquitectura, como ya hemos adelantado, configurada en forma de U, que rodea al patio, quien ejerce como pulmón verde, pero también, junto al vestíbulo, como corazón de la casa (es una de las metáforas favoritas de los arquitectos contemporáneos: la casa como ente vivo o, en palabras de Le Corbusier, como “máquinas de felicidad”). Este espacio verde conecta con todas las dependencias de la casa y aquí está ubicada una alberca que huye de la ostentación y abraza el orden interno que rige el diseño de esta vivienda. La distribución de los espacios de la cocina y el jardín privado se sitúan hacia el norte, mientras que la sala de juegos, la alberca y el gimnasio están ubicados mirando al oeste. Todos estos espacios se conectan con el patio, que a su vez se conecta de nuevo con la casa principal y sus múltiples espacios, diseñados para albergar todas las facetas de la vida en familia. A pesar de que el clima de Johannesburgo resulta especialmente apropiado para un jardín de tipo más exuberante, la familia ha preferido preservar la idea original de espacios puros y de influencia nipona, como se puede apreciar en el vestíbulo, con un jardín de piedras desnudas.



El espacio que recibe al visitante es un auténtico *tour de force*, una proeza arquitectónica lograda mediante la sensación de infinitud lograda con la altura, los enormes ventanales que van de techo a suelo y que dejan pasar la luz, que se puede regular mediante un ingenioso sistema de persianas venecianas, y también gracias a un contraste consciente entre la rotundidad de las líneas rectas y las curvas de la sinuosa escalera de caracol que da acceso a la planta noble, y que se convierte en la *pièce de résistance* de la casa. Una auténtica escultura que no sólo conecta los espacios, sino que se convierte en una metáfora de lo que la familia tenía en mente cuando mandó construir esta vivienda: querían un espacio que fuese inclusivo, no exclusivo; moderno, y no sólo contemporáneo; limpio, pero no aséptico. Todo eso está presente en esa escalera que rompe el espacio y supone un punto de inflexión para la mirada, una especie de oasis.

La decoración, que corrió a cargo del propio estudio, firmada por Mark Rielly, Ashleigh Gilmour y Sarika Jacobs, de ARRCC, secunda el proyecto original con un mobiliario que resiste la prueba del tiempo o las tendencias. Piezas con vocación atemporal que reproducen el contraste entre la frialdad del mármol y la calidez de la madera —un falso muro, como un biombo cubista, divide el espacio de la entrada creando una perspectiva fragmentada que no intimide al visitante— con materiales que van de la piel al vidrio, pasando por los textiles de tapetes y colchas al suave tacto de la porcelana en piezas cuidadosamente escogidas. Hay un elemento pictórico en estos espacios creados para ser disfrutados en familia con un espíritu hedonista. Incluso las lámparas han sido diseñadas a la medida, para que su luz no resulte invasiva; es casi una nube de insectos etérea, natural y ascética.



El equipo de arquitectos que diseñó la casa juega con tres dimensiones: interior, exterior y un concepto intermedio, íntimo, que se observa en el jardín privado. Esta concepción de lo público y lo privado remite a la arquitectura palaciega clásica, pero revisitada por el legado de maestros como Frank Lloyd Wright, Adolph Loos o Ludwig Mies van der Rohe, responsables de algunas de las casas más exquisitas y al mismo tiempo más rigurosas del siglo xx. La de la casa como escenario, donde la vida privada —en este caso, la vida familiar— se transforma en espectáculo. La paleta de color empleada por los decoradores, quienes trabajaron conjuntamente con los arquitectos que proyectaron la casa, recorre una gama de tonos neutros que ejercen de telón de fondo, discreto pero acogedor, de este espectáculo. Todo está pensado para que la privacidad se convierta en un arte: *l'art de vivre*.

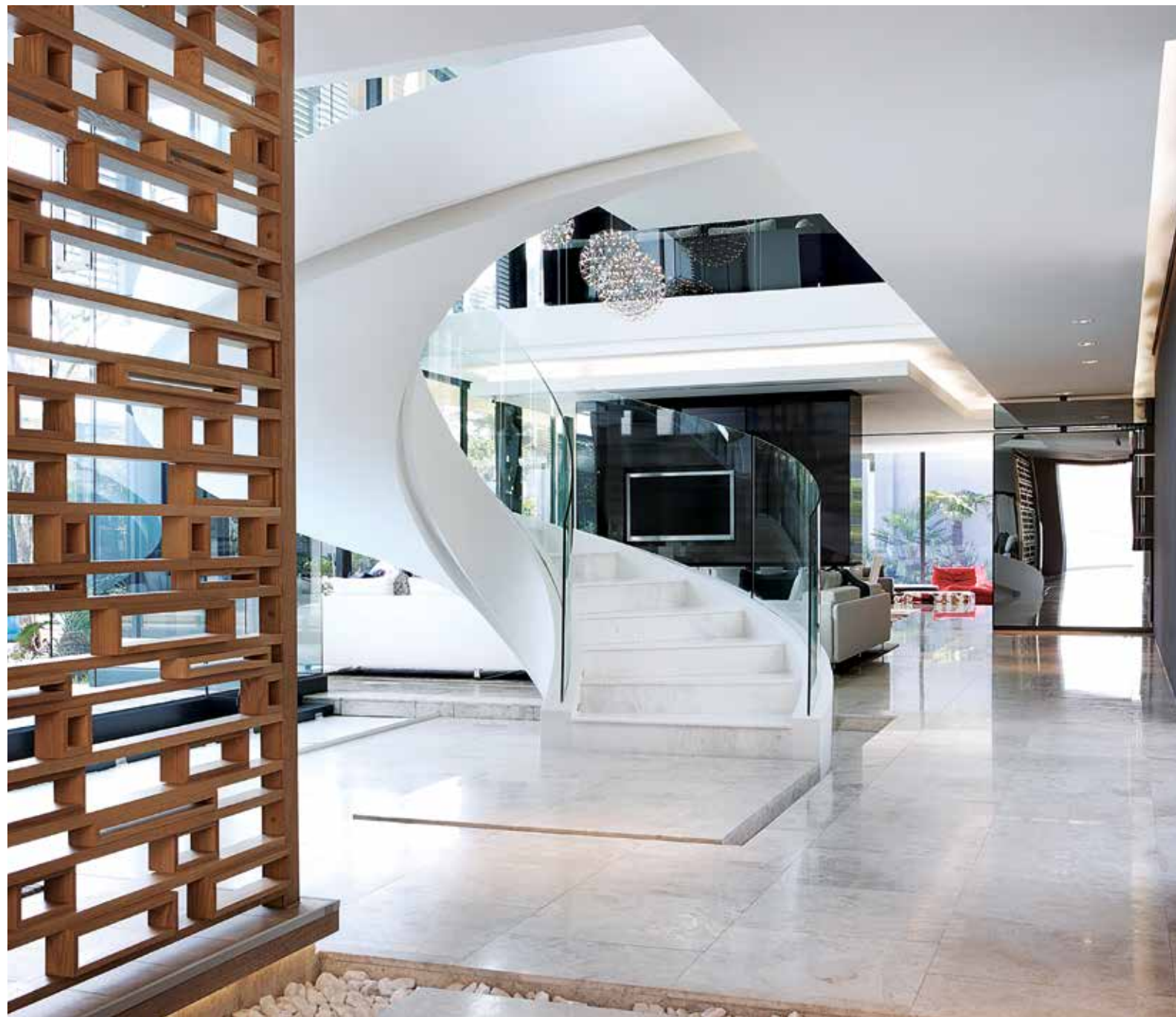


En la fachada oeste un conjunto de persianas grandes caen por debajo del nivel del primer piso, proporcionando sombra y protección contra el sol poniente. El efecto recuerda a las casas coloniales de los primeros pobladores de la ciudad, pero con un elemento plenamente actual en la elección de los materiales, de los volúmenes y las sombras que prolongan los espacios originales. Las primitivas celosías han sido sustituidas por elementos domóticos de la más alta tecnología que permiten regular el paso de la luz y filtrarla, adaptándose a las distintas horas del día y al carácter que imprimen a la convivencia doméstica. De hecho, en el diseño de las fachadas los arquitectos tuvieron especial cuidado en la selección del cristal para que reduzca al mínimo el impacto de la luz solar directa, siguiendo la indicación original de los propietarios, quienes deseaban una vivienda luminosa, casi un cubo de luz. Ese mismo efecto se logra también cuando se oculta el sol, pero a la inversa: la casa se convierte en un faro, un foco iridiscente que ilumina la colina con el deslumbrante interior de una familia que es consciente del privilegio de poder vivir en una de esas casas que trasciende modas y etiquetas. Si, como señaló en su día el arquitecto finés Louis Isadore Kahn, "la arquitectura es el alcance de la verdad", nos encontramos ante uno de sus ejemplos más perfectos: una casa diseñada para que sus habitantes sean verdaderamente felices.

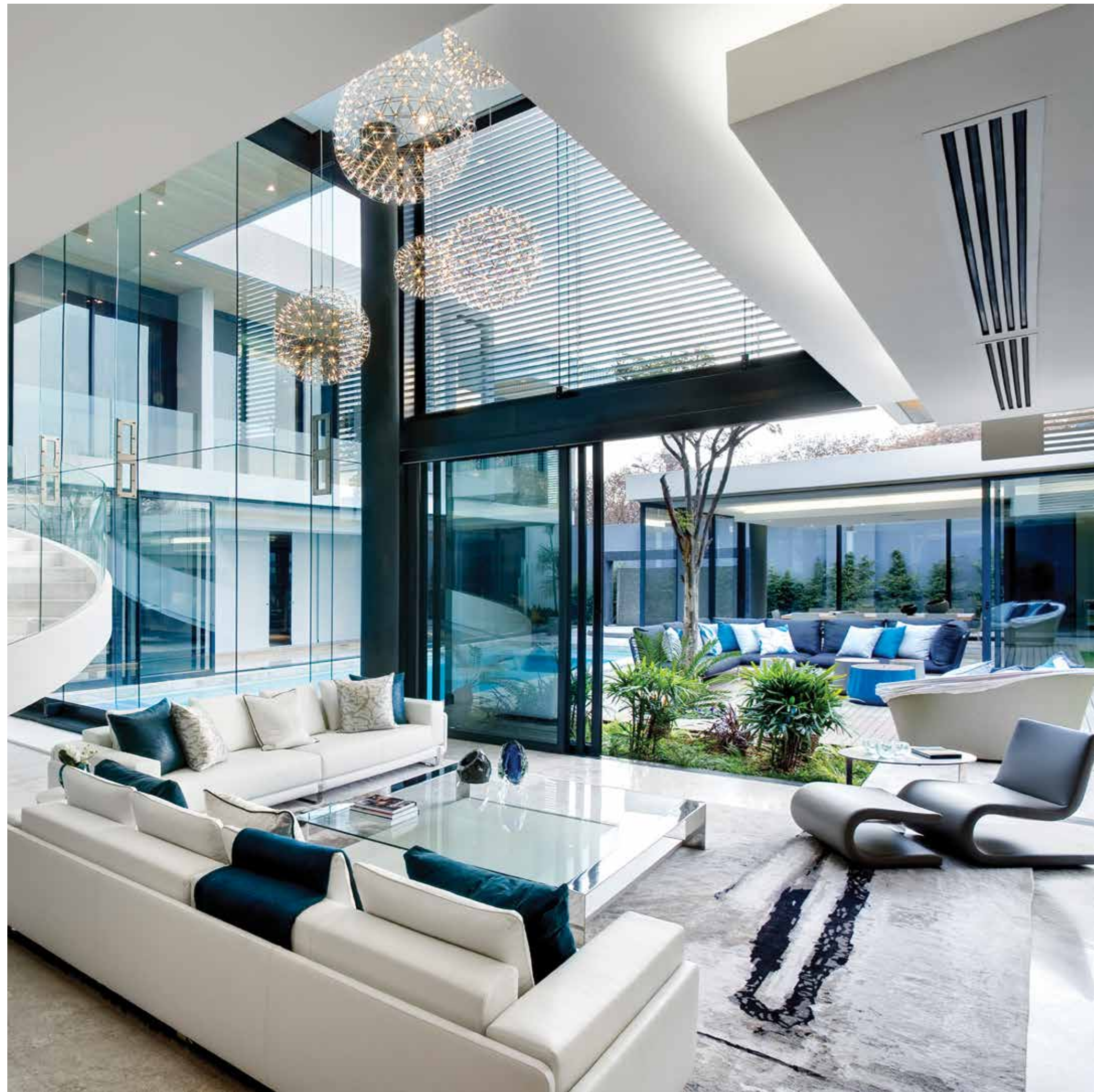
GLISE 140



GLISE 141



El espacio que recibe al visitante es un auténtico *tour de force*, una proeza arquitectónica lograda mediante la sensación de infinitud lograda con la altura, los enormes ventanales que van de techo a suelo y que dejan pasar la luz, que se puede regular mediante un ingenioso sistema de persianas venecianas, y también gracias a un contraste consciente entre la rotundidad de las líneas rectas y las curvas de la sinuosa escalera de caracol que da acceso a la planta noble, y que se convierte en la *pièce de résistance* de la casa. Una auténtica escultura que no sólo conecta los espacios, sino que se convierte en una metáfora de lo que la familia tenía en mente cuando mandó construir esta vivienda: querían un espacio que fuese inclusivo, no exclusivo; moderno, y no sólo contemporáneo; limpio, pero no aséptico. Todo eso está presente en esa escalera que rompe el espacio y supone un punto de inflexión para la mirada, una especie de oasis. La decoración, que corrió a cargo del propio estudio, firmada por Mark Rielly, Ashleigh Gilmour y Sarika Jacobs secunda el proyecto original con un mobiliario que resiste la prueba del tiempo o las tendencias. Piezas con vocación atemporal que reproducen el contraste entre la frialdad del mármol y la calidez de la madera —un falso muro, como un biombo cubista, divide el espacio de la entrada creando una perspectiva fragmentada que no intimide al visitante— con materiales que van de la piel al vidrio, pasando por los textiles de tapetes y colchas al suave tacto de la porcelana en piezas cuidadosamente escogidas. Hay un elemento pictórico, casi zurbaranesco, en estos espacios creados para ser disfrutados en familia con un espíritu profundamente hedonista, pero al mismo tiempo casi monástico. Incluso las lámparas han sido diseñadas a la medida, para que su luz no resulte invasiva; es casi una nube de insectos etérea, natural y ascética.



LA DICTADURA DEL LUJO MILLENNIAL

En diez años van a representar el 40% de los compradores de lujo. Sus pautas de consumo están transformando los sectores de la moda, la belleza y los accesorios de alta gama.

Los expertos de The Boston Consulting Group (BCG) advierten en un informe elaborado en colaboración con AllianceBernstein que “el mercado mundial de artículos de lujo se enfrenta a la primera crisis estructural de su historia tras diez años de crecimiento. Hay una ‘nueva normalidad’ en el sector, con un crecimiento de entre el 2% y el 5% anual frente al ritmo del 10% de la última década”. Ante este panorama, la industria del lujo se han planteado una estrategia: el acercamiento al consumidor millennial no es ya un guiño a través de las llamadas *instamodels*, como las hermanas Bella y Gigi Hadid o Kendall Jenner; se trata de una estrategia a largo plazo basada en anticiparse a una nueva generación de clientes, que antes de 2025 representará el 40% del mercado global de productos de lujo, según la consultora Bain & Company. Según esta misma compañía, en la actualidad representan en torno al 30% del total, menos de un tercio, pero con una imparable tendencia al alza que se consolidará en los próximos años.

El mejor ejemplo es el de Gucci, que ha montado un comité en la sombra de personas menores de 30 años que se reúnen periódicamente con Marco Bizzarri, CEO de la marca, según explicó él mismo: “Las tareas de este comité son discutir los mismos temas que tratamos en una reunión normal con directivos y darme ideas sobre diferentes procesos”. La marca italiana acaba de anunciar un aumento en las ventas del 49% del tercer trimestre, mejor aun que el segundo trimestre, que ya supuso un repunte del 43%. Esta subida se explica por el *e-commerce*, que aumentó “en un número de tres cifras” no especificado por la empresa. Es decir, más del 100% en cualquier caso.





Las características de la conducta de este nuevo perfil de consumidor han penetrado en las generaciones más maduras, que el año pasado representaron el 73% de las compras de alta gama. Es decir, sus hábitos de compra han permeado en el resto de consumidores, provocando que las marcas se adapten a ellos. ¿Cuáles son esos nuevos hábitos? Básicamente, tres. En primer lugar, la llamada “dictadura del like”: la interacción digital va en aumento cuando se opta por comprar un producto; incluso Céline, firma que había querido mantenerse al margen de esta dinámica —“Lo más chic es no existir para Google”, llegó a decir Phoebe Philo, directora creativa de la marca— ha empezado a subir desde el pasado mes de marzo imágenes a su cuenta de Instagram. En segundo lugar, el imperio de lo instantáneo: la filosofía del “see now, buy now” se ha traducido en que el tiempo que el consumidor de lujo emplea en tomar una decisión de compra es cada vez menor (hasta un tercio menos de tiempo, en el caso de los clientes más jóvenes). Y en tercer lugar, la singularidad: los consumidores actuales esperan que las marcas se alineen con sus valores personales.

Estos tres puntos han hecho que marcas como Chanel, Dior, Balenciaga o Balmain hayan cambiado su visión comercial: conceptos tradicionales, como los de temporada y temporalidad entre tienda y pasarela, distribución, ideario (con un acercamiento a postulados eco que para las nuevas generaciones son decisivos a la hora de decidirse por una marca y otra) y *storytelling*, hoy no tienen nada que ver con los de hace una década.

“Son cruciales para nuestro crecimiento futuro y ya representan la mitad de las ventas de Gucci e Yves Saint Laurent”, ha confirmado François-Henri Pinault, CEO de Kering, conglomerado de firmas de lujo al que pertenecen estas marcas. “Están siempre conectados e inmersos en la búsqueda constante de esa información que influye poderosamente en sus compras”, asegura.



Según los datos de Kering, las ventas online de Yves Saint Laurent crecieron un 75% el año pasado. En la actualidad, el 70% de las compras de lujo están influenciadas por las interacciones online, lo que significa que el cliente ha tenido al menos una interacción digital con la marca o el producto antes de realizar esas compras. En el caso del segmento más joven, el dato es aún más relevante, ya que el 14% de los consumidores entre 18 y 24 años hace su primera compra de lujo online. Sin embargo, aunque el tráfico digital a los sitios web de marcas de lujo es el doble de la cantidad de visitas que se registran en sus tiendas, la compra física sigue manteniendo su mística gracias a una experiencia de compra —lo que ahora denominan “experiencia”— absolutamente personalizada.





Según el estudio de Bain & Company, en el año 2025 las tiendas online y monomarca se convertirán en los dos mayores canales de las ventas de lujo, cada una con un 25% del total del mercado (el resto se repartirá entre departamentales, multimarcas, *duty frees*, *outlets*...). Este mismo estudio concluye que las compras, al menos en la próxima década, aún se seguirán realizando en un espacio físico al menos en un 75% de los casos. Renzo Rosso, presidente de OTB (Only the brave), grupo que posee marcas como Diesel, Maison Margiela o Marni, entre otras, está de acuerdo en que la manera de vender ha cambiado. "La venta online es fundamental, porque es una experiencia sin fisuras: comprar lo que quieras, desde tu sofá, y devolverlo si quieres; pero las tiendas físicas cambiarán también, hay que hacer menos y más pequeñas, pero mejores, que supongan una experiencia completa", asegura.





Hasta ahora, la alta costura era un oasis en el mundo del lujo no contaminado por el seísmo millennial, pero también aquí las reglas han cambiado. Chanel se adelantó hace unos años, debido a la fascinación que la extrema juventud ejerce sobre Karl Lagerfeld, quien ha elegido a íconos millennial, como Kristen Stuart, Kendall Jenner o, en su último desfile, Kaia Gerber, como nuevas musas de la *maison*. Pero casas como Dior, Valentino, Giambattista Valli, tras la inversión del Grupo Artemis, propiedad de la familia Pinault, que posee la casa de subastas Christie's y los viñedos Château Latour, han sucumbido a este nuevo segmento de mercado con diseños mucho más realistas, inspiradas directamente en el *streetstyle*. El vaticinio de Stephen Bezy, General Manager de YSL Beauté del grupo L'Oréal, se ha cumplido: "El lujo hoy puede suponer una ruptura y puede acercar la calle al espíritu couture". Hoy, más que nunca, el lujo es joven. Tanto como sus clientes.



UN PÁJARO POSMODERNO

Ricardo Luévano es una rara avis en el panorama artístico mexicano: sus imágenes, a medio camino entre el sueño y la realidad, esconden una gran complejidad técnica y conceptual.

“La felicidad es un pájaro extraño, que se posa en la rama de un árbol y, cuando ha hecho su nido, la abandona por otra más alta... y más alta. Hasta el infinito”. La cita es de Tennessee Williams, pero podría haber sido de Ricardo Luévano, ilustrador, diseñador y artista gráfico originario de El Salto, Jalisco, que se ha convertido en una de las voces más personales dentro del arte mexicano. La felicidad y todo lo relacionado con el universo de la ornitología —plumas, alas, picos...— han marcado su obra casi desde sus inicios, de hecho, una de sus exposiciones llevó por título *Promesas para ser feliz*. Paradójicamente, sus collages, ilustraciones que realiza tomando como base fotografías precias que interviene con grafito, acuarela y técnicas digitales, son, antes que felices y optimistas, levemente melancólicas, como una canción de Lana del Rey otro personaje muy ligado a su trayectoria (una de las obras más mediáticas de aquella exposición fue un retrato de la vida neoyorquina envuelta en alas de cisne, que recuerdan las alas de los ángeles barrocos). “Mi trabajo es *mixed media*. Parto de la fotografía, creo un concepto, hago las fotos y, basándome en eso, genero composiciones, las filtro cuidadosamente y realizo texturas y elementos a mano, que escaneo e incorporo a la composición. Es una especie de collage, creando una imagen que expresa mucho en cuanto a composición y técnica, con un mensaje profundo. A veces, una vez impresa la ilustración, la intervengo con grafito, carboncillo y distintas técnicas, creando así piezas todavía más únicas”, explica. Esas mismas imágenes pueden transformarse en piezas únicas, series numeradas o estampados como los que ha creado para distintas marcas, que han requerido sus servicios. “Me encanta la idea de ver cómo una ilustración tiene mil alternativas de salir a la luz”, añade.



Aunque ya ha sido objeto de diversas exposiciones en solitario —la última, en Monterrey—, Ricardo ha encontrado en las redes sociales el mejor escaparate donde mostrar su trabajo. “Internet ha sido definitivamente de gran ayuda: abre espacios, genera proyectos y llegas a lugares que no imaginaste; personalmente, me encanta trabajar en proyectos a distancia y hay mucha gente que me contacta sin saber de mí y depositan toda su confianza en mi trabajo”, sostiene. Sus fuentes de inspiración son tan eclécticas como su estilo: la fantasía, los sueños, el romanticismo (“me obsesiona la búsqueda constante del ser humano por encontrar a su otra mitad, esa persona que lo equilibre y todo lo que esto implica”, afirma), y, por supuesto, la música —en sus orígenes fue el encargado de la imagen gráfica de Belanova— son algunos de sus referentes.

No resulta casual que uno de sus artistas de cabecera, de quien se reconoce discípulo, sea el argentino afincado en España Juan Gatti, director artístico de Pedro Almodóvar durante años —a él se debe la serie *Ciencias naturales*, que el director manchego utilizó como atrezzo en la película *La piel que habito*— y autor de algunas de las portadas más icónicas del pop español, como *Descanso dominical*, de Mecano (protagonizada, casualmente, por las alas extendidas de unos enormes papagayos que enmarcan las caras en penumbra de los hermanos Cano y Ana Torroja). Como Gatti, Ricardo logra cautivar al espectador por su perfecto manejo de las técnicas artesanales y su dominio de los medios digitales. Cuida cada detalle en busca de una conceptualización limpia y directa que busca tocar la fibra de quien contempla una de sus imágenes, a medio camino entre el sueño y la vigilia. “La empatía es algo que hace mucha falta en el mundo y es en lo que pienso cada vez que hago algo. Me gusta crear sensaciones en quien ve mi trabajo”, asegura. “Creo que lo que hago es muy honesto y por eso mucha gente se siente identificada con lo que hago”.





Su estilo ha ido depurándose hacia imágenes cada vez más elaboradas donde se aprecia el impacto de la naturaleza, de la botánica y de la biología. "Actualmente mi trabajo es una analogía entre el ser humano y las aves, son ilustraciones que remontan a situaciones que todos hemos vivido, representadas por distintas especies de aves", aclara, una relación que no es nueva y que remite a mitos grecolatinos, como Ícaro o Leda, que forman parte de la iconografía clásica de la historia del arte. A esta estética posmoderna, Ricardo añade una paleta cromática que de nuevo remite a los grandes maestros. "Me encantan los colores, pero nada brillante; me gustan gamas pasteles muy armónicas", agrega.



Ha colaborado con importantes firmas y publicaciones como El Palacio de Hierro, *Harper's Bazaar*, *Marie Claire*, quien lo llamó para ser el primer artista mexicano en hacer una colección cápsula ("Amor Por México") y es uno de los grandes de la ilustración en nuestro país. Pero prefiere no detenerse y mirar al futuro, con la conciencia que todo artista tiene de la necesidad de huir de cualquier tipo de estancamiento. Para él, respetar su esencia como artista es fundamental para crear algo especial y poder entablar un diálogo real con el espectador. Así, detrás de la técnica que se esconde en cada una de sus imágenes, lo que hay es un toque especial. La imaginación, pero también la empatía, han sido la llave maestra que le han permitido acceder a todas estas marcas y publicaciones que han visto en él a una voz única en el panorama de la ilustración en México. Su virtuosismo, además, le ha ayudado a abrir puertas que, en principio, parecía inimaginables, a romper barreras, a plantearse nuevos retos. Para un artista como él, la imaginación puede mover el mundo.

GLISE 160

Su trayectoria profesional corresponde también a un vuelo ascendente y a un constante renacer que recuerda a la leyenda del Ave Fénix. “Manejo una vida de trabajo muy pesada”, explica. “Además de profesor de licenciatura, tengo trabajo de diseño y hago obra gráfica; también tengo una línea de productos y una escuela de formación complementaria para las artes, llamada Fábrica de Diseño Mexicano, que dirijo con el diseñador industrial e ilustrador Álex Siordia”. Pero llegar a este punto, en el que su trabajo es reconocido y solicitado por diseñadores mexicanos, pero también fuera de nuestras fronteras, no ha sido fácil. El éxito, como la felicidad, es una promesa que hay labrarse día a día. Tal y como él mismo admite, “han sido diez años de trabajo constante, de buscar oportunidades y de no dejar de hacer cosas ni de creer. Hubo dificultades de todo tipo, las cosas no llegan solas, debes ir por ellas y, una vez las tengas, hacerlas lo mejor que puedas”.



DONDE SE FRAGUA EL ARTE

El sistema de galerías sigue gozando, cien años después de su nacimiento, de una salud de hierro. El galerista es hoy tan esencial como el coleccionista o el propio artista: todos ganan.

Un paseo por Art Basel, Zona Maco o cualquier feria de arte contemporáneo nos recuerda la buena salud de la que hoy gozan las galerías, verdaderos dinamizadores de la escena *arty* internacional. Mucho más que espacios de divulgación artística, son talleres donde se fraguan las tendencias y nombres que dominan el mercado. Sus orígenes se remontan a Grecia y Roma. En Grecia, la pinacotheca era un espacio destinado a guardar tablillas votivas pintadas, que ocupaba el ala norte de los propíleos. En Roma, muchos generales exhibían en sus casas los botines de guerra, consolidando las bases del coleccionismo que llega a su cénit con las monarquías absolutas de los siglos XVII y XVIII. Pero es en el siglo XIX, con el auge de los salones, donde surge el concepto que hoy, más de un siglo después, sigue vigente: espacios donde los artistas pueden mostrar sus obras al margen de las instituciones y los museos. En la actualidad, se trata de espacios que comercian con obras de arte y viven de ello, pero también apoyan el desarrollo de los artistas y organizan actividades, ajenas al mercado, para difundir el arte contemporáneo entre el gran público. Para ejercer la profesión de galerista no existe una formación reglada o título académico específico. Son relativamente recientes las carreras universitarias o de postgrado que incluyen, de alguna u otra manera, la gestión cultural como materia de estudio. Pero básicamente lo que hay que tener para llevar una galería de arte es instinto y pasión. "Ser galerista es mucho más que un trabajo, es una forma de vida y exige un alto grado de implicación. Es una profesión dura a la que hay que dedicar muchas horas, con muchos frentes abiertos y, en la mayoría de los casos, los ingresos que produce son inferiores a los gastos", señala una galerista de raza, la española Juana de Aizpuru.





GLISE 166

La vida es sueño, Martin Eder. Cortesía Galería Hilario Galguera



Hilma af Klint: Painting the Unseen
Installation view
Serpentine Gallery, London (3 March – 15 May 2016)
Image © Jerry Hardman-Jones

A lo largo del siglo XX el arte sufre una gran transformación. Históricamente, Francia ha sido el punto neurálgico del mercado internacional del arte contemporáneo desde la aparición de las vanguardias hasta la Segunda Guerra Mundial. A partir de 1945 el centro se traslada a Nueva York, donde la economía era más estable y próspera y se convierte en punto de encuentro de los artistas que emigraron a consecuencia de la guerra. Hoy día los tres países en cabeza son Estados Unidos, seguido por China y Reino

Unido, aunque están apareciendo nuevos centros mundiales del mercado artístico. Se trata de nuevas áreas emergentes, que junto a nuevos coleccionistas, están desplazando el centro del mercado hacia Oriente y también Latinoamérica, con especial protagonismo tanto de los artistas como de los coleccionistas mexicanos. Las galerías son la primera puerta que se abre al artista para comercializar su obra. El mercado está muy fragmentado y hay miles diseminadas por el mundo.



Champagne Life Installation shot of 'Champagne Life' © Steve White, 2016 Image courtesy of the Saatchi Gallery, London

Es un negocio poco regulado, nada transparente y de difícil acceso, en el que destacan un puñado, como la Serpentine Gallery, la Leo Castelli, la Gagosian (propiedad de Larry Gagosian, con 19 sedes en ciudades como Nueva York, Beverly Hills, Londres, Roma, Atenas, París y Ginebra, Suiza), la Marlborough Fine Art, la Saatchi (abierto por Charles Saatchi, en 1985, con el propósito de exponer su colección personal), la Opera Gallery (propiedad del francés Gilles Dyan, quien abrió la primera en París en 1994 y que, en la actualidad, cuenta con sedes en Singapur, Nueva York, Miami, Hong Kong, Londres, Venecia, Seúl, Dubái y Mónaco), la White Cube, la de Tomio Koyama, en Japón...

En México, junto a galerías decanas como Labor, OMR, Kurimanzutto, Hilario Galguera, Luis Adelantado o Proyectosmonclova, hay proyectos emergentes, como Artspace, que apuestan por dar a conocer a nuevos artistas, más allá de los consagrados. La buena salud que atraviesa el mercado del arte contemporáneo en nuestro país se pudo observar en la pasada edición de Zona Maco, un espacio en ocasiones irreverente que se ha consolidado la feria más importante de Latinoamérica. Las cifras lo avalan: más de 40,000 visitantes, 13,000 metros cuadrados de exposición, cerca de 1,400 obras y 123 galerías de 25 países... Estos números atestiguan que el mercado es fuerte y la competencia, feroz. Pero también que el sistema de galerías impuesto desde hace más de cien años goza de una buena salud de hierro. Si los museos son las nuevas marcas —el Guggenheim es el mejor ejemplo—, las galerías son el futuro.





DISCOVER THE WORLD OF ME
inspired by you

ME

CABO

CONTEMPORARY RESORTS & URBAN HOTELS

MADRID LONDRES MILAN IBIZA MALLORCA MIAMI DUBAI (2018) SITGES

VISIT US AT MEBYMELIA.COM | E: ME.CABO@MELIA.COM | T. 624 145 7800 EXT.715 |    ME CABO

MB&F

LEGACY MACHINE N°1
PLATINUM LIMITED EDITION
WWW.MBANDF.COM



PRESIDENTE MASARYK No. 438, POLANCO
TELS. (52 55) 5281 4122, 5281 4511.