



3

Audrey Hepburn, en el 'set' de 'Desayuno con diamantes'. Debajo, anillos de la colección Believe in Love, de platino y diamantes.



DAME LA MANO

TIFFANY&CO LANZA SU NUEVA CAMPAÑA *Believe in Love*, que celebra la conexión única que existe entre dos personas comprometidas y el deseo y la fe que tienen en el amor. Los protagonistas son parejas reales de las cuales solo vemos sus manos, que se mueven y entrelazan de forma muy personal evidenciando su conexión emocional. De fondo, una sublime versión a *capella* de *No one*, de Alicia Keys. "Necesitamos amor ahora más que nunca, y estoy orgullosa de dar mi voz a algo único y que es tan representativo de la esencia que tiene mi música", comentó la artista durante la presentación de la línea.

OCTUBRE ROSA

El examen de Selectividad supuso su primer encuentro. Allí fue donde Bárbara y Sharon se hicieron inseparables y, después, crearon Ba&Sh, una marca parisina para llevar todos los días, basada en el armario de ellas mismas. Esta nueva temporada, la mujer Ba&Sh lleva faldas y pantalones metálicos, punto 'oversize', estampados enriquecidos con lurex y brocados rococó. También la camiseta 'True' (en castellano, verdadero), cuyas ventas irán destinadas a la lucha contra el cáncer de mama.



JEAN PAUL GOUDE

Mítico fotógrafo y ahora nuevo director artístico de Desigual, ha convertido la pasarela de su colección para la próxima primavera en una celebración con bailarines de distintas disciplinas.



¿Cuál es tu concepto? Se basa en la idea de los espectáculos de moda clásicos tal y como los conocemos, pero con coreografías y actuaciones, como un ballet contemporáneo.

¿En qué está inspirado? He decidido hacer realidad una de mis más antiguas fantasías sobre el ballet ruso de Diaghilev.

¿Qué valores de Desigual intentas transmitir? La diversidad cultural, el estilo 'chic' urbano como forma de costura democratizada, la festividad, el ritmo, el humor... estos valores no solo representan el ADN de Desigual, también el mío propio. La combinación de ambos debería ayudar a entender la nueva dirección de la marca.

¿Qué aportan los bailarines en comparación con los modelos?

Se complementan los unos a los otros a través de sus propias habilidades profesionales. El espectáculo gira en torno a las diferencias y a cómo estas conviven y coexisten.

¿Qué sientes durante el proceso creativo? Cuando las cosas van bien, las orejas se me ponen superrojás y me arden!



6

PARA GUSTOS, LOS COLORES

La colección de faldas Marola para este invierno rinde tributo al empoderamiento femenino. Los estampados clásicos de la marca, cuadros y rayas, siguen estando presentes, pero se mezclan con motivos gráficos inspirados en la abstracción cromática.