



De izq. a dcha. y de arriba abajo:
desfile de Chanel en el Grand Palais,
Donatella Versace con las *supertops* de los 90,
la reina Isabel con Anna Wintour y
pasarela de Valentino.



Marta Michel DIRECTORA



Feliz moda nueva

A quienes nos encanta la moda, el cambio de estación es un momento de subidón. Solo ver los escaparates pasarse del negro a los tonos pastel, del gris al rojo o del beis al mostaza luminoso –el *pantone* de este verano– nos produce un chute de energía que nos teletransporta a las tardes largas de buen tiempo, a las cenas de terracita, a las escapadas de fin de semana y, una escala más allá, a las vacaciones. ¡Uhhmm, qué placer! La llegada de las nuevas colecciones a las tiendas supone la hora de la verdad para las firmas del lujo, que compiten por conseguir que sus prendas y accesorios se conviertan en los *must have* o los *its* de la temporada, es decir, del lenguaje *fashion* al román paladino, las piezas clave que todo el mundo deseará (y el *low cost* imitará). Es también el aterrizaje de un viaje que comenzó seis meses antes en las pasarelas, cuando los directores creativos, observados por millones de ojos desde todos los rincones del planeta, desvelan por fin su obra a través de las *tops* revelación más deseadas del momento (como Kaia Gerber, 16 años, hija de Cindy Crawford) o sobre veteranas incombustibles (como Lauren Hutton, 74 años), las dos corrientes de *casting* actuales, o muy jovencitas o maduras. Un desfile es un espectáculo de alto riesgo: meses de prepa-

ración y escasos 15 minutos de duración en los que hay mucho en juego. Los diseñadores tienen sobre sus hombros la responsabilidad de que la colección guste y se venda. Si no, puede ser una hecatombe para toda la industria que hay detrás. Quizá por eso, cuando algunos saludan tras el carrusel final y suenan los aplausos, los nervios se relajan y regresan dando saltitos al *backstage*. O directamente a la carrera. Deben de sentir una gran liberación. El exclusivo aforo de las *fashion weeks* de París o Milán parece un microcosmos fuera del mundo real. Hay varios sectores representados: una amplia cuota de periodistas –la legendaria Anna Wintour o la caricaturizada Suzy Menkes (por su célebre tupé) son de las más puntuales en sentarse en el *front row*. Anna dello Russo, la editora de *Vogue* Japón, la más fotografiada en la calle porque cambia totalmente de *look* para cada desfile (¿lo hará en el coche?)–; hay otro grupo de grandes compradores (como Saks Fifth Avenue o Bergdorf Goodman de Nueva York); un puñado de clientas particulares (impecables, luciendo las mejores galas del diseñador); las *influencers*, estrellas del momento y reinas de los *selfies*; unas cuantas *celebrities* amigas de la casa, o del creador; y, por supuesto, los imprescindibles fotógrafos, que mandan mucho. Son los que protestan sonoramente si el desfile se retrasa más de la media hora habitual. Shsss, silencio, que empieza el *show*.

OS RECOMIENDO...

Lectura de vacaciones

Si leíste las maravillosas memorias *Tú no eres como otras madres*, de Angelika Schrobsdorff (fue libro del año en 2016 en Madrid), te encantará *Hombres* (ed. Periférica & Errata Naturae), que fue la primera novela de esta escritora alemana.



Una chaqueta folk

Muy amplia, de estilo *oversize*, está bordada con dibujos étnicos. Perfecta para llevar encima de todo, ajustada con un cinturón. Me gusta su cuello esmoquin, su generosa largura y la comodidad de los puños elásticos. Es de Pepe Jeans.

Sígueme en [@marta.michel](https://twitter.com/marta.michel) [@MartaMichel](https://www.instagram.com/MartaMichel)