

THINK LIKE A MAN

LIFE AND STYLE

lifeandstyle.expansion.mx

LAS CASAS de moda de lujo apuestan para sus colecciones primavera-verano 2021 por estilos clásicos y minimalistas, utilizando materiales orgánicos que disminuyen el impacto ambiental.

UNA MIRADA A 2021

ANTE UN INICIO DE AÑO POCO USUAL, NOS AVENTURAMOS A ESBOZAR
ALGUNAS TENDENCIAS QUE PODRÍAN DEFINIR EL RUMBO DE LA
INDUSTRIA TURÍSTICA, EL CINE, LA GASTRONOMÍA Y LA MODA.

PÁG. 162

POR UN MUNDO SUSTENTABLE

Las marcas de moda cada vez adquieren mayor conciencia sobre el impacto ambiental que generan sus producciones y varias casas de lujo están generando un cambio.

Texto: Celeste Anzures



Sabemos que una de las industrias que más contribuye a la contaminación global es la de la moda. Con el tiempo algunas casas de lujo han comenzado a ser más conscientes sobre sus producciones, pero fue apenas este año que muchas se sumaron al cambio. Ser una marca sustentable depende de muchos factores, pero todo comienza con pequeñas acciones. Además de que las colecciones para primavera-verano 2021 fueron presentadas de manera virtual, debido a la pandemia de covid-19, muchas casas se vieron afectadas por la escasez de materias primas, haciendo que volvieran la mirada a sus raíces e historia, apostando por técnicas y materiales que implicaban el reciclaje o reutilización; un motivo de reflexionar con vistas hacia el futuro.

Ermenegildo Zegna presenta su colección en el marco de "Use The Existing", una filosofía de fabricación de tejidos -producidos en la región de Oasi Zegna- que los acerca cada vez más a tener cero desperdicios. La gama de

color está inspirada en la naturaleza, creando un vínculo entre la máquina y el hombre. Los patrones de prendas pasadas vuelven a utilizarse, se le da una segunda vida a tejidos existentes y se reciclan algunos materiales. Las prendas están diseñadas para la vida actual, con estilos atemporales, cómodos y fáciles de combinar.

Prada también recurrió a prendas vistas en temporadas pasadas. En esta entrega muestra que las prendas son máquinas para vivir, herramientas para la acción y la actividad diaria. La combinación de piezas deportivas con la sastrería es la nueva regla de estilo; ambas pueden utilizarse en cualquier momento, como parte de una nueva formalidad. Los materiales se obtienen gracias a una tecnología innovadora en la que el nylon Prada y el elástico de trajes tradicionales se integran a la Linea Rossa.

Algunas casas de moda de lujo apuestan por un nuevo estilo de vida, más consciente, limpio y minimalista.

1. Ermenegildo Zegna.



2

Las firmas han tomado mayor conciencia sobre el consumo excesivo de prendas, que en su mayoría terminan en vertederos. La apuesta actual es una mayor durabilidad.

- 2. Prada;
- 3. Loewe;
- 4. Gucci.

Para Loewe, la artesanía es clave para crear una colección. Inspirada en la obra Museo Portátil de Marcel Duchamp, su colección fue presentada dentro de una caja portátil, evitando el uso de modelos y toda la producción que conlleva un show. La técnica de tejido del cuero, el teñido e impresión japonesa de Shibori fueron utilizados en cada una de estas piezas y aunque se presentaron pocas piezas, el objetivo es valorar más el trabajo artesanal.

Gucci retoma algunos clásicos de archivo como prendas de corte setentero y algunos bolsos con el clásico logo de la casa. Además obtuvo la certificación ISO 20121 para los desfiles de moda, para diseñar eventos sostenibles de principio a fin. Comenzó siendo una tendencia crear colecciones sustentables y ahora se ha convertido en un estilo de vida. Lo que comenzó con la finalidad de evitar la sobreproducción de prendas y valorar más el trabajo artesanal, se ha vuelto una apuesta por la durabilidad y atemporalidad.



3

2E



D
A
N
I
E
L
E

4



ELLAS ALZARÁN LA VOZ

Todo apunta a que la próxima edición del Óscar será histórica, pues por primera vez cineastas de ascendencia afroamericana y asiática podrían ganar el premio a dirección.

Texto: **Salvador Cisneros**

Hace una década, por primera vez en los 82 años de historia del Óscar, una mujer obtuvo la estatuilla a Directora. Kathryn Bigelow ganó por *The Hurtlocker* (2010). Su discurso de aceptación llamó la atención porque ni siquiera hizo alusión a este hecho histórico. Cuestionada sobre por qué no usó ese reflector para subrayar el sexismo en Hollywood, aclaró que porque ella simplemente se consideraba un cineasta.

Diez años después, la balanza de la Academia poco se ha inclinado en pro de la equidad de género: ninguna directora ha vuelto a ganar y sólo Greta Gerwig (*Lady Bird*) estuvo nominada. Tuvieron que surgir movimientos como #MeToo, #Time'sUp y #OscarSoWhite para que algo evolucionara. Pero parece que esta edición del Óscar, que se celebrará el 25 de abril, será diferente. Existen grandes posibilidades de que por primera vez en la historia de esta premiación figuren dos mujeres en la categoría de dirección y, además, se conviertan en la primeras cineastas de una minoría étnica en ser nominadas.

La realizadora china Chloé Zhao es la candidata más fuerte. Con *Nomadland* (2020), drama que retrata la travesía de una mujer tras perder todo en la Gran Recesión de 2007, ganó el León de Oro en el Festival de Venecia. Regina King, también es favorita. Su ópera prima, *One Night in Miami* (2020), explora un encuentro ficticio en-

tre los líderes de derechos civiles Muhammad Ali, Malcolm X y Sam Cooke. Por esta película la colocan como la puntera del DGA Award, entregado por el Sindicato de Directores de Estados Unidos.

Si cualquiera de ellas llega a ganar el Óscar, la historia será muy distinta a la de Bigelow. Regina King es una de las actrices más críticas de la falta de equidad de género. Al ganar el Globo de Oro a Actriz de Reparto por *If Beale Street Could Talk* (2018) se comprometió públicamente a que sus producciones estarían conformadas por la mitad de mujeres y retó al resto de los productores a hacer lo mismo.

Zhao también ha sido muy vocal al respecto, participando en paneles y debates, pero sobre todo con un fuerte discurso desde su cine. Un ejemplo es *The Rider*, una película sobre vaqueros que se muestran vulnerables. Porque para ella no solo es importante mostrar mujeres fuertes en las historias, sino "hombres en contacto con sus emociones y su lado femenino".

Habrà que estar atentos a sus discursos y ver si estos tienen el eco que la industria necesita para producir historias mucho más diversas y ricas.

Nomadland, protagonizada por Frances McDormand (foto), le valió a Chloé Zhao el León de Oro en el Festival de Venecia.



LA ERA DE ORO DEL DELIVERY

En 2021, nuestro concepto de *delivery* llegará a dimensiones nunca antes vistas.

Texto: **Fernanda López Díaz**

El 2020 vino a sentar nuevas bases para la vida diaria y, aunque las noticias sobre la vacuna del coronavirus son cada vez más esperanzadoras, la realidad es esta: 2021 es el año en el que asumimos el confinamiento intermitente como estado natural de vida. Como consecuencia, los restaurantes comienzan a redefinir la forma en que consumimos sus alimentos. Si el comensal no va al restaurante, que sea éste quien llegue a él. Y para hacerlo, hay más formas de las que creíamos.

Quizás el cambio más obvio sea la revolución del *delivery*. Aunque no es un concepto nuevo, hasta hace poco era una modalidad casi exclusiva de la comida rápida. Hoy, por una cuestión de

supervivencia, es posible encontrar propuestas gastronómicas de alta calidad, gracias a plataformas como Colectivo Tlacuache, que tiene entre su oferta a restaurantes como Amaya, del chef Jair Téllez, y Rosetta, de la chef Elena Reygadas. Incluso la plataforma Rappi abrió una sección llamada Alta Cocina, en la que participan restaurantes como el premiado Sud 777. Conforme las opciones de empaque se vayan puliendo para estar a la altura de la calidad de la comida, veremos a más restaurantes sumarse a esta tendencia.

Sin embargo, el modelo de servicio a domicilio está llegando a nuevas dimensiones. Iniciativas como Take A Restaurant ofrecen menús de distintos restaurantes, que incluyen servicio de mesero y hasta ambientación como la del restaurante elegido. O bien, experiencias para foodies dispuestos a poner las manos en la masa, como lo propuso American Express con Centurion At Home, una serie de clases de cocina con chefs renombrados, en las que la audiencia recibe los ingredientes de un menú, para prepararlo paso a paso con el chef que lo creó. Así, el confinamiento –o las simples ganas de quedarse en casa– no estarán peleadas con la buena comida.

Ante el alto riesgo de quiebra en la industria restaurantera, los restaurantes han mostrado una gran resiliencia para llegar a las casas de los comensales.

CON LA MÁXIMA PRIVACIDAD

En 2021, la distancia y la seguridad guiarán las decisiones de los viajeros. De islas, residencias y yates privados a tours exclusivos, estas son algunas opciones a tener en cuenta.

Texto: **Pedro Aguilar Ricalde**



Si de definir los pilares sobre los cuales descansa la industria de los viajes de lujo se trata, hay que recurrir a dos conceptos básicos: exclusividad y privacidad. Durante años, cadenas de hoteles, agencias de viajes, navieras, compañías de tours y restaurantes, entre muchos otros negocios asociados, han centrado sus esfuerzos en crear propuestas que brindan los máximos niveles de ambas cosas a sus clientes. Y a pesar de que esto no es un secreto para nadie, en un año en el que términos como “distanciamiento social” y “protocolos de limpieza” se integraron a todas las conversaciones, su relevancia se ha visto fortalecida.

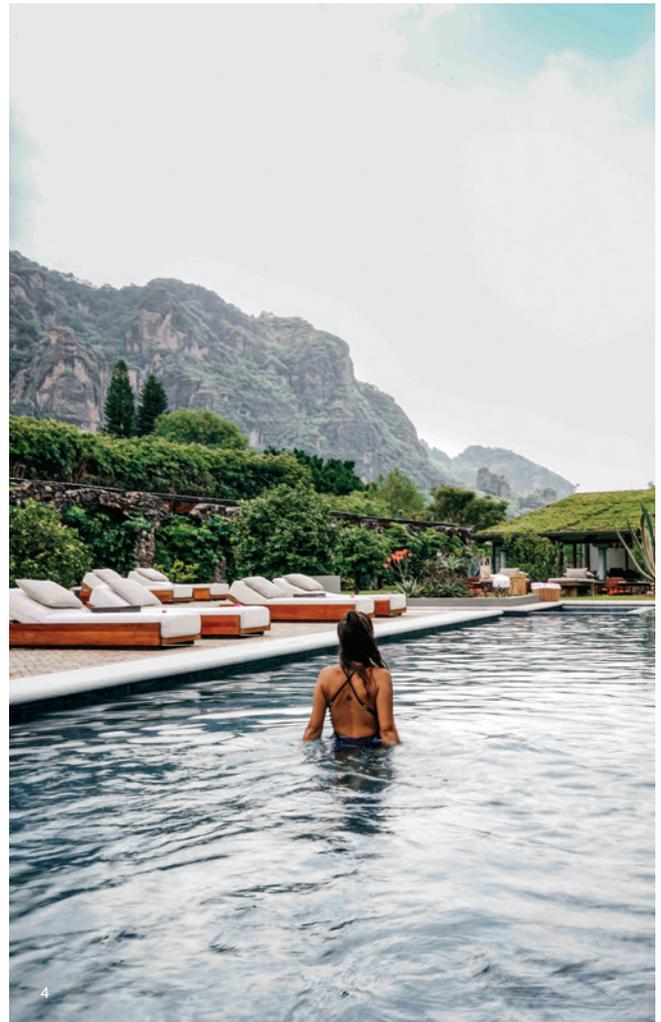
“En el segmento de lujo y ultra lujo en el que nosotros estamos, la sana distancia se da por la propia naturaleza de nuestros conceptos”, asegura Borja Escalada, CEO de RLH Properties, compañía propietaria del desarrollo Mayakoba, en la Riviera Maya, que alberga hoteles como Rosewood y Banyan Tree.

Basta dar un vistazo al entorno y hablar con personajes clave de la industria para entender la manera en

que fenómenos como el *home office* y el *home schooling* han impactado la demanda hotelera. En propiedades cuyas características se adaptan a la “nueva normalidad” –internet de alta velocidad, disponibilidad de residencias privadas y abundancia de espacios abiertos en medio de la naturaleza–, las estancias promedio se han alargado y la demanda de opciones que limitan la interacción con otros huéspedes ha aumentado. “A raíz de la pandemia nos dimos cuenta de que gente proveniente de ciudades de los alrededores de San Miguel de Allende pasaron el confinamiento en nuestras residencias”, asegura Alfredo Rentería, director general del hotel Rosewood establecido en esta ciudad de Guanajuato, y añade, “Esto ha generado solicitudes poco usuales como, por ejemplo, tener un piano en la residencia para que los niños puedan practicar”.

1. El hotel Rosewood San Miguel de Allende tiene nueve residencias privadas disponibles a la renta para huéspedes.

2. Necker Island, en las Islas Virgenes Británicas, es propiedad del millonario Richard Branson y puede alojar hasta 40 visitantes.



3. La empresa The Moorings ofrece yates y catamaranes en varias partes del mundo –principalmente en las Islas Vírgenes Británicas– para realizar viajes privados.
4. El hotel Amomoxltli, en Tepoztlán, es una excelente opción para los amantes de la naturaleza y el wellness.

A decir de Carlo Ferrara, propietario de la agencia Ferrara Viajes de Monterrey, las solicitudes de casas y villas privadas en las que toda una familia puede pasar unas vacaciones han aumentado en los últimos meses, con lo cual se confirma una de las mayores tendencias en temas de viajes para 2021. “A esto se ha sumado la contratación de yates privados, tours de pesca y actividades en la naturaleza”, asegura.

En México, propiedades como el hotel Esencia de Tulum, el Four Seasons de Los Cabos y Amomoxltli, en Tepoztlán, son, en su opinión, alternativas que pueden cubrir las expectativas de los viajeros que buscan este tipo de escapada. Asimismo, sugiere considerar opciones como The Ranch at Rock Creek y Paws Up en Colorado, Estados Unidos, o los hoteles que Explora tiene en países como Chile, Perú y Argentina. Otra opción sería rentar una isla privada como Necker Island, propiedad del

multimillonario británico Richard Branson en las Islas Vírgenes Británicas, que puede alojar hasta 40 invitados. Allí, la variedad de atracciones es impresionante: banquetes a la orilla del mar, clases de yoga y un recorrido por el zoológico privado de la propiedad, entre otras.

El regreso de los agentes de viaje, como fuentes de conocimiento y experiencia, será también, muy probablemente, una tendencia interesante para este año. “Algo que diferencia a las agencias de las aplicaciones y plataformas web dedicadas al turismo es su capacidad para tejer sueños y curar experiencias”, asegura Ferrara. “Ellos son capaces de cruzar el conocimiento local con los gustos y preferencias de cada cliente para crear productos a medida”, añade. De visitas privadas a museos y galerías a tours exclusivos a cargo de expertos en temas como gastronomía o deportes, para los agentes más experimentados pocas cosas son imposibles. Y es que en estos tiempos tan convulsos, lo que más quieren los viajeros es escapar de su entorno, forjar nuevos recuerdos y seguir sintiéndose tan seguros como en casa.