

# EL PAÍS SEMANAL

02486  
9 771134 659006

Nº 2.486 / ENTRADA CON EL PAÍS / DOMINGO 19 DE MAYO DE 2024 / EN ESPAÑA Y PORTUGAL

Nº 2.486 / ENTRADA CON EL PAÍS / DOMINGO 19 DE MAYO DE 2024 / EN ESPAÑA Y PORTUGAL



La Guía de los  
Kioskeros

El fundador de  
Mango, Isak  
Andic (derecha),  
y el consejero  
delegado de la  
firma de moda,  
Toni Ruiz.

## En las entrañas de Mango

por Jesús Rodríguez  
fotografía de James Rajotte

Una casita con mucha luz y con un saloncito.  
Admítelo, tú lo que quieras es un...

# CASO PIÓN

HIPOTECAS KUTXABANK

Kutxabank 

# EL PAÍS SEMANAL

## 2.486

16

### Reportaje.

#### Mango, el sueño cumplido de Isak Andic

Viaje al corazón del imperio de la moda que cumple 40 años y está presente en 115 países.

30

### Perfil. Juan Carlos Ferrero

El extenista, que fue número uno del mundo y ahora entrena a Carlos Alcaraz, habla sobre su carrera.

44

### Entrevista.

#### Nathy Peluso

"No quería ser una pop star, solo estar en contacto con el arte", dice la cantante argentina, que publica nuevo álbum.

50

### Perfil.

#### Mariano Cohn y Gastón Duprat

Autores de series como *Nada* y películas como *El ciudadano ilustre*, son los cineastas argentinos del momento. Compartimos asado con ellos.



30

58

### Decoración.

#### Cordelia de Castellane

Visitamos la casa de la directora creativa de Dior Maison y Baby Dior en París.

66

### Arte.

#### Eva Lootz

"El arte contemporáneo ha sido ese pensamiento salvaje que la ciencia no permite", asegura la artista de 84 años.

30

44



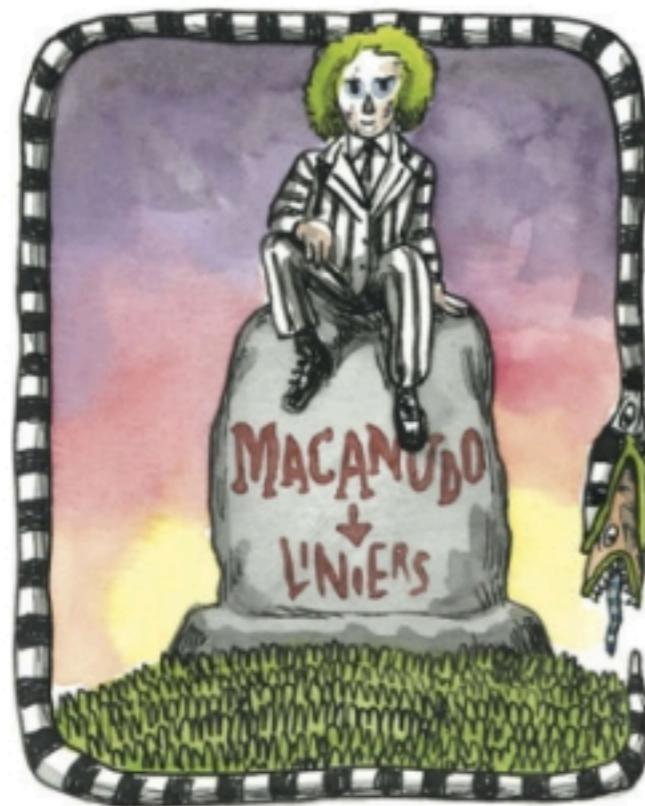
58

6 Pamplinas  
Martín Caparrós

10 La imagen  
Juan José Millás

74 Maneras de vivir  
Rosa Montero

Fotografía de portada:  
James Rajotte.



POR LINIERS

PRESIDENTE Y CONSEJERO DELEGADO

Carlos Núñez

DIRECTORA

Pepa Bueno

DIRECTOR ADJUNTO

Borja Echevarría

REDACTORA JEFA

Belinda Saile

DIRECTOR DE ARTE

Diego Areso

REDACTOR JEFE DE FOTOGRAFÍA

Gorka Lejarcegi

EDICIONES EL PAÍS, SLU

Depósito legal: M-20171-2013

ISSN: 1134-6590

Miguel Yuste, 40. 28037 Madrid  
Teléfono 913 37 82 00

Caspe, 6, 3<sup>a</sup> planta. 08010 Barcelona  
Teléfono 934 01 05 00

elpaissemanal@elpais.es  
Editado por el Grupo PRISA.  
Este suplemento se entrega con EL PAÍS los domingos.  
El precio de los ejemplares atrasados es el doble del de portada.

Impresión. Rotocobrhi. Ronda de Valdecarrizo, 13.  
28760 Tres Cantos (Madrid)

© Ediciones El País, SLU. Madrid, 2024



PEFC Certificado

Papel procedente de bosques gestionados de forma sostenible, reciclado y de fuentes controladas  
[www.pefc.es](http://www.pefc.es)

EN PORTADA

**Mango, el cielo es el límite.** El centro logístico de Mango en Lliçà d'Amunt, que aparece en la portada, tiene el tamaño de 30 campos de fútbol y la altura de un edificio de 10 pisos. A él llegan todas las prendas desde las fábricas asociadas a la marca de moda en todo el mundo, y desde él se distribuyen a 2.700 puntos de venta en 115 países, y también a través del comercio electrónico. En total, se gestionan cada año en este espacio 175 millones de piezas. Es el lugar donde fotografiamos al fundador y presidente no ejecutivo de la empresa, Isak Andic, y al consejero delegado, y desde este año accionista, Toni Ruiz. Era el final de un viaje de varios meses a las entrañas de la compañía, con escala en su cuartel general y centro de diseño de Palau-solità, a 30 kilómetros de Barcelona; en su tienda más emblemática, en la Quinta Avenida de Nueva York; en la colaboración que ha realizado con Victoria Beckham, o el homenaje del Rey a Andic, en el IESE. Es una empresa que nació del sueño de un inmigrante y que ha basado su éxito en reinventarse. **JESÚS RODRÍGUEZ**

HA COLABORADO



**Ianko López** (Bilbao, 1976), además de ser gestor cultural, escribe en diversos medios sobre arte y cultura, y participa de manera entusiasta en la escena del arte contemporáneo. En esta revista ha entrevistado a la artista Eva Lootz en su casa en plena sierra de Madrid.



# ¡FELICIDADES!



La Diputación de Barcelona felicita Radio Barcelona de la Cadena Ser en su **centenario**. Celebramos también los 100 años de la llegada de la radio a España y su contribución al desarrollo de nuestra sociedad. Os animamos a seguir al lado de la ciudadanía con información y entretenimiento de calidad. ¡Feliz cumpleaños!

# Martín Caparrós Rosenberg

## *La palabra judío*

**Q**UÉ SIGNIFICA SER judío? Yo debo serlo: mi madre lo es porque su madre lo fue porque su madre lo fue. Así que soy judío, aunque, en la práctica, me define más ser escritor o hincha de Boca. Pero lo soy, aun si no termino de saber qué es eso. Ser judío, dijo algún judío, es preguntarse qué significa ser judío.

No es, sin duda, una religión, y esa es su originalidad. Nadie diría soy católico porque sus antepasados lo fueron. Diría, si acaso, soy español, soy mexicano, soy croata, y católico si creyera en su dios. Los judíos no: para ser uno, alcanza con ser hijo de una. No es una decisión, es una herencia; no es una creencia, es una tradición.

Ser judío es, para mí, una manera de leer la historia, recordar un recorrido de milenios por todo tipo de vicisitudes, recordar tantos filósofos y músicos y sastres y obreros que lo fueron, recordar que a mi bisabuela Gusztawa Rosenberg la asesinaron los alemanes en Treblinka, y recordar con orgullo que los judíos fueron uno de los muy pocos pueblos que vivieron siglos sin Estado ni reyes ni dinero ni cárceles. Esa era su distinción, su diferencia —que les valió persecuciones y matanzas. Todavía, en castellano, la palabra *judío* puede ser un insulto. Lo sostiene el *Diccionario* de la RAE: una de sus acepciones es “persona avariciosa o usurera”. Y los señores académicos la mantienen y muchos hispanoparlantes lo creen. Como se creen, ahora, que judío e israelí son sinónimos.

Fue una pena: a mediados del siglo pasado, cuando la masacre superó todo lo previsible, la respuesta de algunos judíos consistió en perder su diferencia, armar un Estado, armarlo, parecerse a los otros. Yo lamento que se haya creado ese país: hubiera sido mejor seguir mezclándonos, moviéndonos, descreyendo de ejércitos y jefes. Pero entonces no parecía posible, y ahora somos muchos los que lamentamos que Israel —como Irán, Arabia, El Salvador— haya sido secuestrado por una camarilla de extrema derecha y que, so pretexto de haber sido víctimas, haga víctimas a otros.

Soy judío, decía. Y eso, pese a lo que suponen muchos ignorantes, no supone que defienda a Israel. Por eso lamento también que tantos españoles y norteamericanos se crean —o pretendan creer— que judío e israelí son la misma cosa y, peor, que israelí y Gobierno israelí también lo son. Son muchos los israelíes y somos muchos los judíos que no compartimos sus políticas —como fueron muchos los norteamericanos que no quisieron pelear

contra Vietnam, muchos los españoles que no apoyaron los asesinatos franquistas.

Por eso me duele que la violencia del Estado de Israel sirva para refrescar el antisemitismo clásico. Me duele, por ejemplo, la ligereza con que tantos periodistas atribuyen el apoyo norteamericano a Israel a un supuesto “lobby judío”, tan poderoso y rico que obliga al Gobierno de EE UU a defender a sus correligionarios. Es la versión actual de esa panfletería que, durante siglos, pretendió que todos los judíos eran ricos, avaros, prestamistas rapaces, mentirosos: la vieja “conspiración judeo-masónica”, el *Diccionario* de la RAE. ¿No es más simple entender que Estados Unidos necesita una avanzada en una de las regiones más explosivas del planeta y que por eso sostiene a Israel desde hace casi 80 años? ¿O que cuando vende innúmeras armas a Israel el que gana fortunas es el famoso complejo industrial-militar norteamericano, sus fabricantes de armas —todos muy gentiles—, que forman un *lobby* tanto más poderoso que cualquier junta judía? ¿O que por eso el desdichado presidente Biden sigue perdiendo votos pero no detiene la masacre de Gaza?

Parece que no: que nos resulta más familiar hablar de esos “lobbies judíos”, oscuros y siniestros, en la mejor tradición del antisemitismo europeo. El Gobierno ultra de Netanyahu mata por la misma razón que muchos otros: para aferrarse a su poder. Es lo que hizo el general Gal-

**En castellano la palabra judío todavía puede ser un insulto. Lo sostiene, entre otros, el *Diccionario* de la RAE**



tieri cuando quiso invadir las Malvinas o el cabo Hitler cuando quiso hacerse con Europa. Más allá de que ese hombre sea judío o mahometano o hincha de River Plate, lo que importa son sus ambiciones, su política, su idea del mundo —que se parece mucho más a las de Trump, Orban o Bukele que a las de millones de judíos.

Yo —ya queda dicho— soy judío: no tengo nada que ver con señores como Netanyahu, de la misma forma en que soy español y rechazo a Abascal, argentino y rechazo a Milei. Pero a muchos les conviene mantener la confusión: que el Gobierno israelí no lo hace por ultraderechista, que lo hace por judío. La falacia es el producto de siglos de discriminación: sería bueno aprovechar esta desgracia para empezar a corregirla. —EPS

# iLERNA.

**FP Oficial**  
Ciclos Formativos de  
**Grado MEDIO** y  
**Grado SUPERIOR**

# Make it happen

-**Descubre** nuestros centros:

Madrid

Barcelona

Lleida

Tarragona

Valladolid

Sevilla

Córdoba

Cádiz

→ **Tú eliges** cómo estudiar:

ONLINE

PRESENCIAL

HÍBRIDO





# UNA LIBRERÍA HERMÉTICAMENTE ABIERTA

Tres veinteañeros regentan Pergamo, la tienda de libros más antigua de Madrid, dos años después de su reapertura.

POR JULIA ROIZ  
FOTOGRAFÍA DE FRANCIS TSANG



**E**L INFIERNO. Así se llamaba durante la posguerra a la trastienda de las librerías que tenían ejemplares censurados por el franquismo. Pérgamo, el negocio de libros más antiguo de Madrid, tenía cientos de ellos. Y su puerta estaba cerrada a cal y canto. Ahora ese infierno, que alberga obras de ensayo, no ficción y libros infantiles, no tiene ningún muro que impida su paso. Dentro se encuentran los libreros de este negocio: Pablo Cerezo (Sevilla, 25 años), Érika Ambrosio (Madrid, 25 años) y María Treviño (Coahuila, México, 26 años). Los tres son la antítesis de lo que se puede esperar de la librería más antigua de la capital. Forman parte del relevo generacional que lleva por bandera la vinculación de los jóvenes con la cultura.

Juntos, rodeados por el mobiliario que ha acompañado a la librería desde su apertura en 1946, repasan la historia de Pérgamo. Como la mayoría de los comercios del gremio, pasó de padres a hijos: de Raúl Serrano, su fundador, a Ana y Lourdes. Linaje familiar. En 2021, las hermanas se jubilaron y lo pusieron en alquiler. A punto estuvo de convertirse en una pizzería. Pero se obró un milagro. Un salvador, que prefiere llamarse JJ y permanecer en el anonimato, les prometió preservar la librería. Lo que se sabe de él es que es un mexicano con raíces gallegas que

visitaba el establecimiento cuando era niño. Y quiso preservar ese vestigio de su infancia. Tras firmar con las hermanas Serrano, le propuso al escritor Jorge F. Hernández, también mexicano, que fuese el librero del proyecto mientras él estaba en la sombra.

“Jorge y yo nos conocimos en una conferencia sobre literatura latinoamericana y meses después nos reencontramos en una terraza”, explica Cerezo. El escritor le planteó que formase parte del negocio. Así, en septiembre de 2022 Pérgamo reabrió sus puertas con apenas 200 libros. En mayo del año siguiente, María Treviño se unió a ellos semanas antes de que la librería más antigua de Madrid participase por primera vez en su historia en la Feria del Libro de la capital. Y en noviembre, para la campaña navideña, Érika Ambrosio comenzó a ser parte de la plantilla, sin saber que en enero de 2024 Hernández les dejaría para volver a México.

Pérgamo tenía, cuando los visitamos, 6.114 libros. “Es más honesto tener pocos títulos y manejarlos bien con los que tener una cantidad ingente en la que al final te pierdes”, comenta Cerezo. Lo exemplifica con la historia de la Biblioteca de Alejandría: “Tenía el riesgo de que se perdiese por dos motivos: o bien porque se incendiara, como pasó, o porque había tantas cosas que llegaba un momento en el que el usuario se pierde. Una librería tiene también eso”.

Si algo une a los tres libreros es su pasión voraz por la literatura. “Queremos desmitificar la idea de que los

De izquierda a derecha, María Treviño, Pablo Cerezo y Érika Ambrosio, los libreros de Pérgamo. En esta página, una máquina de escribir de mediados del siglo XX junto a varias novedades literarias.

jóvenes no leemos. De que no nos interesa ni la lectura ni la cultura”, explica Cerezo. Los datos le avalan: los jóvenes entre 14 y 24 años son los que más leen en su tiempo libre, según el último Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España.

“El rescate de Pérgamo ha logrado que mucha gente joven se acerque, que la librería no sea un espacio hostil, aparentemente reservado solo para una élite cultural”, comenta Treviño. Y añade: “No hay que ser un erudito para ser librero. Hay que saber sobre corrientes literarias, pero el oficio se aprende trabajando”.

Ambrosio explica que el perfil de los clientes que acuden a diario a la librería pertenece a tres generaciones: niños, padres y abuelos. “Queremos que tanto la gente que encontró un hogar en Pérgamo durante la posguerra como sus descendientes lo sigan sintiendo su casa”, dice. Es el objetivo que persigue la librería: convertirse en un punto de encuentro. Así lo intentan cada semana con sus vermuts literarios, donde invitan a autores para que comenten sus obras, o a través de sus redes sociales, donde hablan de las últimas novedades literarias. Pero, sobre todo, lo hacen con su apuesta por las editoriales independientes, que, según apuntan, aportan pluralidad y frescura a la literatura.

Su próxima parada es la Feria del Libro de Madrid. Y su apuesta, autores jóvenes que firmarán en su caseta, la 188, como Marta Jiménez Serrano, Luna Miguel, Sara Torres, Anna Pacheco y Paula Ducay, y escritores más veteranos como Enric Juliana o Luis García Montero. —EPS

## Comparten su pasión voraz por la literatura: quieren desmitificar la idea de que los jóvenes no leen

# Juan José Millás

## Aquí seguimos



**A**ESTE HOMBRE INTENTÓ matarle Dios por escribir, pero le falló la puntería. Aunque algo deteriorado, continúa ejerciendo su oficio fieramente. La escritura es una actividad de riesgo desde que se inventó. Los escritores y los libros han sido el combustible de millones de hogueras que han oscurecido la historia con sus llamas, desde el incendio de la Biblioteca de Alejandría hasta las piras nazis en las que Hitler pretendió incinerar su subconsciente. Incluso en las revoluciones culturales (pongamos la de Mao) ardieron infinidad de volúmenes de contenido “contrarrevolucionario”. La Iglesia católica publicó en su día un índice, que ignoramos si continúa vivo, de autores y títulos prohibidos porque atentaban contra la fe, la moral o la castidad (castidad y celibato eclesiástico, ya ves tú:

una contradicción en los términos). Podías encontrar en él libros de filosofía, de ciencia o de literatura.

De nuestra memoria reciente no se ha borrado aún la imagen de la librería Lagun, de San Sebastián, que después de sobrevivir fieramente a los ataques del franquismo y de ETA, fue abatida por el mercado. El mercado es menos espectacular que los dioses o los dictadores, pero su eficacia anticultural está probada. En fin, lo que pretendíamos señalar es que cada vez que se prohíbe o se quema un libro o se coloca una bomba en una librería o se acuchilla a un autor, se está prohibiendo o quemando metafóricamente a un lector. Así que los lectores hemos sido también las víctimas históricas de la furia desatada contra la letra impresa. Pero ahí seguimos, incombustibles, como Salman Rushdie. —EPS

**Hay a quienes  
les gustan las trilogías  
y quienes prefieren  
los vinilos antiguos**



**Aquí tenemos de los dos**

**Entra en [colecciones.elpais.com](http://colecciones.elpais.com)**

Descubre todas nuestras colecciones, además de productos individuales  
como biografías, novelas, libros infantiles, juveniles,  
películas nominadas a los Goya, música, vinos... Y mucho más.



X @elpais\_promociones | f [facebook.com/elpaispromociones](https://facebook.com/elpaispromociones)  
Para más información: [coleccioneselpais.com](http://coleccioneselpais.com) o 914 400 135.  
Promoción válida solo en España.

**EL PAÍS**



## ARTE. ESE JOVEN DEL SIGLO XVII QUE SE LLEVA AHORA

El hallazgo de dos nuevos lienzos que José de Ribera pintó en su juventud aviva la renovada fiebre que este artista suscita entre los coleccionistas.

POR MIGUEL ÁNGEL GARCÍA VEGA

**S**E SABE QUE nació en Xàtiva (Valencia) durante 1591 y el siguiente capítulo de su vida es que reapareció en Parma (Italia) en 1611. Poco más. Ni con quién aprendió ni cómo se formó. Para empezar, Ribera nunca conoció a Caravaggio. Cuando este huyó de Roma en 1606, por asesinar en un duelo a espada a Ranuccio Tomassoni, el valenciano apenas tenía 15 años. Al pintor lombardo del claroscuro le quedaban cuatro de vida y una huida interminable. Toda su existencia transcurriría ya en Nápoles. Sin embargo, la obra de José de Ribera está profundamente influida por Caravaggio. Y todo ese periodo desconocido de su vida atrae hoy una enorme atención. En ese sentido, que reaparezcan dos cuadros inéditos en España (un *San Juan Bautista* y *San Mateo y el ángel*), óleos pintados cuando tenía veintipocos años, es una rareza. El Prado, que tiene catalogadas 36 obras del artista, solo cuenta con tres (*Resurrección de Lázaro*, *San Jerónimo y Heráclito*) de esa enigmática etapa juvenil. Estas telas se atribuían al “maestro de *El juicio de Salomón*”. Una forma larga de esconder un nombre corto: Ribera.

Tenía unos 23 años cuando pintó en Roma una de estas dos obras maestras: un *San Juan Bautista* (1614-1616) que cuelga como préstamo en el Museo de Bellas Artes de Houston (Texas, EE UU). La institución se escuda en esa condición para no aportar ninguna información más sobre la obra. El cuadro procede de un marchante privado, pero pertenece a la familia italiana Peretti.

Su patriarca, Ferdinando (1938-2022), fue un exitoso anticuario que fundó la galería Walpole en Londres. Su hijo, Matteo Peretti, es un artista que vive en Italia. En 2011, el historiador Massimo Pulini atribuyó el cuadro a Ribera. Antes se pensaba que podía ser obra de Valentin de Boulogne (1591-1632), un gran *caravaggista* de la época. Hoy, a ese lienzo le llueven las ofertas. La última que acaban de rechazar sus herederos: 1.800.000 euros. “Más allá de su calidad, sorprende la modernidad de la invención”, explica Giuseppe Porzio, experto en el Barroco italiano. “Ribera es el único artista que fusiona plenamente las enseñanzas de Caravaggio y Annibale Carracci [1560-1609]: las dos formas de entender la verdad de la naturaleza en la época”.

La historia del otro cuadro del Ribera joven comienza con un rechazo. Caravaggio pintó una primera versión de *San Mateo y el ángel* para la capilla Contarelli de San Luis de los Franceses de Roma. El santo estaba representado como un hombre de la calle, calvo y con las manos nudosas. Los sacerdotes lo arrumbaron al instante por “falta de decoro”. Pintó otra versión, que todavía existe. La rechazada ardió en el Berlín de la Segunda Guerra Mundial. Pero sin duda, Ribera la estudió en su momento, probablemente en casa del coleccionista Vincenzo Giustiniani, quien la había adquirido. El pintor español la evocó a su vez con un *San Mateo y el ángel* (1616)—que ilustra este texto—tosco y concentrado en redactar su Evangelio, con el aspecto de un campesino aprendiendo a leer. Esta llevaba 40 años en la colección del millonario chileno Álvaro Saieh, dueño de uno de los mejores conjuntos de arte clásico italiano del mundo. En 2022 salió a subasta en Christie's Nueva York por entre 500.000 y 800.000 euros. Un anticuario madrileño ofreció antes de la puja el máximo. Y se llevó el *ribera*. Desprenderse de esa obra fue una premonición de los problemas que aguardaban al magnate chileno: tiene una demanda pendiente por “daño patrimonial” de millones de euros. “Lo adquirí porque tiene un estado de conservación perfecto y de esta época de Ribera aparecen muy pocos cuadros”, resume el comprador. Lo ofrecerá al Prado. Algunas pinturas viajan siglos hasta encontrar su marco adecuado. —EPS

El cuadro *San Mateo y el ángel*, de José de Ribera.

# LÉXICO. LA CARRERA EN TIKTOK POR INVENTAR LA PRÓXIMA JERGA

Los creadores de contenido de la red social china se afanan en idear nuevas palabras o frases que generen eco y se incorporen al argot internauta.

POR ARMANDO QUESADA WEBB

**T**ROLLEAR, FANDOM, SHIPPEAR, spoilear... La cultura internauta lleva años creando neologismos que los jóvenes adoptan en su vocabulario cotidiano. Si bien este fenómeno no es nuevo, solía ser un proceso más orgánico en el que las nuevas palabras y términos surgían de forma espontánea, a partir de la jerga callejera o inspirados en canciones, películas y otras manifestaciones de la cultura popular. Sin embargo, en la era de TikTok, los creadores de contenido se rompen la cabeza por ser los primeros en introducir nuevos conceptos como una fórmula para hacerse virales, ideando términos cada vez más absurdos hasta que alguno logra resonar y desencadenar una avalancha de *likes*.

La periodista del medio estadounidense Vox Rebecca Jennings señaló este fenómeno en un reciente artículo en el que plantea que tendencias como el concepto de "renuncia silenciosa" (del inglés *quiet quitting*) o el de "estética de esposa tradicional" (*tradwife*) son formas de "explotar la viralización

La cantera lingüística que los más jóvenes encuentran en internet es inagotable.



dad de cualquier palabra que se lleve *online*". Para Jennings, TikTok ha acelerado tanto el ciclo de estas corrientes que los usuarios no pueden esperar a que surja una nueva moda, sino que "mezclan" todo lo que ven hasta crear una propia.

La exeditora de *Teen Vogue* y experta en tendencias de consumo Casey Lewis cita en uno de sus boletines de noticias que el ritmo en que se disparan estos nuevos términos es tan acelerado que le ha sido "imposible" llevar la cuenta en su monitoreo en la red social china.

Aunque una abrumadora mayoría de estos términos se originan en inglés, el español los importa con facilidad. Para Nicole Holliday, especialista en sociofonética y profesora en la Universidad de Pomona (California), así como creadora de contenido divulgativo sobre lingüística en TikTok, esto se debe a la enorme cantidad de personas en el mundo que son bilingües en estos idiomas. "El inglés y el español pueden pasarse palabras y conceptos del uno al otro y captarlos con rapidez", explica en videollamada.

Holliday, que también habla español con fluidez, considera que hay ejemplos recientes "muy interesantes", como que en español ahora los jóvenes digan "servir", que viene del inglés *to serve*, un verbo que pertenecía a nichos muy específicos entre los anglohablantes: "Es realmente divertido porque es un término que proviene tanto del inglés afroamericano como de la cultura gay y *drag*".

En su artículo de Vox, Jennings argumenta que el surgimiento de neologismos en TikTok, ya sea a partir de idiomas diferentes o no, es una dinámica vertical y no un diálogo. "Cuando eres creador de contenido, haces tu video, la gente lo ve, escribe comentarios y tal vez respondas, pero no es un ida y vuelta", explica. Por ello, la periodista cree que hay "un límite" en la forma en que los contenidos en línea generan nuevas palabras y términos.

Holliday, en cambio, sostiene que la dinámica lingüística entre usuarios y creadores en TikTok es más horizontal: "Siempre están hablando entre sí y están utilizando jerga de sus comunidades con intereses particulares". Por ejemplo, pueden surgir nuevas palabras a partir del diálogo entre usuarios interesados en videojuegos con *influencers* de belleza o de cualquier otro ámbito. "Todos se hablan, se responden, hacen videos. Yo no soy un jugador, pero de repente ahora tengo una ventana en la conversación que los jugadores están teniendo y puedo coger una palabra que usan y utilizarla yo en mis videos. Sucede también en YouTube y Twitter, pero se da a una escala mucho mayor en TikTok". —EPS

Muchas situaciones negativas que presagiamos nunca suceden. Otras las sobredimensionamos.

La clave para no caer en el dramatismo puede ser enfocarse en las soluciones prácticas.

## CÓMO NO INFLAR LOS PROBLEMAS

POR FRANCESC MIRALLES  
ILUSTRACIÓN DE LORENZO MONTATORE

**E**DWARD EVERETT HALE, autor estadounidense que en 1869 describió, en *La luna de ladrillo*, un satélite artificial por primera vez, advertía ya en su época: "No lleves nunca a cuestas más de un tipo de problemas simultáneamente. Hay quienes cargan con tres: los que tuvieron, los que ahora tienen y los que esperan tener".

Ciertamente, algo que caracteriza al ser humano es su capacidad de preocuparse por cualquier cosa. Vamos a centrarnos en el segundo y tercer tipo de problemas que menciona Everett Hale.

Los obstáculos que ahora afrontamos nos harán sufrir más o menos según lo que estemos haciendo con ellos. Si nos limitamos a observarlos, como quien ve llover, la preocupación puede acabar contaminando todo nuestro espacio mental. En cuanto nos ocupamos de ellos, entonces sucede la magia: dejamos de preocuparnos. Un ejemplo fácil sería el estudiante angustiado ante un examen que le parece especialmente difícil. Todos nos hemos encontrado ahí alguna vez. La angustia se mantiene, nos quita incluso el sueño, hasta que sentamos el trasero frente a los apuntes y empezamos a estudiar. La ansiedad baja de golpe porque la preocupación se reduce drásticamente cuando empezamos a ocuparnos de las cosas.

Esto por lo que respecta a los problemas reales y actuales. La tercera categoría de Everett Hale pertenece ya al reino de la fantasía o de la ficción, porque el 90% de los problemas que esperamos tener nunca llegan a

suceder. Aun así, ocupan un espacio mental precioso que nos amarga la vida y no nos deja disfrutar ni atender lo que vale la pena. De esto trata, entre otras cosas, el nuevo libro de Rafael Santandreu, *No hagas montañas de granos de arena*, sobre nuestra tendencia a hacer de minucias grandes problemas.

El psicólogo barcelonés nos propone como ejercicio previo visualizar el sol del atardecer: "¿Te has fijado en su magnífica redondez, anaranjada y enorme, en su camino final hacia el horizonte? ¿Qué preciosa visión! Pero ¿sabrías adivinar por qué se ve tan grande? Porque, piénsalo, esta misma mañana, allí en lo alto del cielo, se veía mucho más pequeño. ¿No es verdad? ¿Cómo es que ha cambiado de tamaño?"

Si pensamos, por ejemplo, que por la tarde está más cerca de la Tierra y que por eso se ve más grande, nos equivocaremos de raíz. La distancia respecto a nuestro planeta es la misma por la mañana que al atardecer. Si en este momento del día lo vemos mayor es por una ilusión de la mente. Al estar el sol más bajo y poderlo comparar con otros objetos terrestres, nos parece más grande, mientras que cuando está arriba, además de no poderlo mirar mucho rato de forma directa, no tenemos con qué compararlo. Santandreu utiliza este fenómeno de la percepción para afirmar: "Nuestra mente inventa, crea constantemente todo lo que percibimos (...) La realidad no es lo que creemos que es".

Y esto incluye esos problemas que convertimos en montañas. Cualquier desafío al que nos enfrentemos, por pequeño que sea, se verá mucho mayor si estamos cansados —por ejemplo, tras una noche de poco descanso— o, como hemos visto antes, si no nos estamos ocupando de él. Del mismo modo que muchos actores sienten vértigo antes de salir al escenario pero, una vez allí, se sienten seguros y concentrados, las páginas mentales se remedian con actividad útil y enfocada a lo que realmente interesa.

Santandreu afirma que las mentes orientadas a las soluciones prácticas y a su propio bienestar no *terribilizan*, es decir, no se apoyan en conceptos como "terrible", "horroroso" o "insopportable". Nuestra visión de la realidad está condicionada por las etiquetas que usamos para definirla. Por lo tanto, si dejamos de dramatizar con las palabras, el suflé de los problemas bajará. Sea lo



que sea que estemos afrontando, si dejamos de quejarnos y de exagerar, sumado a la magia de ponernos manos a la obra, nos facilitaremos mucho la vida.

El título del libro remite al del clásico de Richard Carlson *Don't Sweat the Small Stuff (and It's All Small Stuff)*, que en España se publicó como *No te ahogues en un vaso de agua*. Este psicólogo, quien tuvo su libro 101 semanas consecutivas en la lista de los más vendidos de *The New York Times*, recomienda tomar conciencia del efecto bola de nieve de nuestros pensamientos y no sufrir por pequeñeces. Con ocuparnos de lo que hay que atender ahora, estaremos cumpliendo de sobra con la vida. —EPS

—  
Francesc Miralles es escritor y periodista experto en psicología.

### **“La vida no es una emergencia”**

- Es otra de las afirmaciones de Carlson. Una forma de “quitarle hierro” a los problemas es orientar el pensamiento a otras cosas: evocar a alguien a quien apreciamos o agradecer algo que nos gusta. En palabras de Carlson: “Siempre es preferible ser amable que tener razón”.
- Y eso debería incluir ser amables con nosotros mismos, lo cual empieza cuidando de nuestros pensamientos. Hay que tomar conciencia de ellos y de nuestros estados anímicos. Si admites que estás triste o enfadado, sabes que todo lo que percibes pasa por este filtro. Como dicta el *mindfulness*: no creas en todo lo que piensas. Y podemos añadir: simplemente haz lo que tienes que hacer.

REPORTAJE

por Jesús Rodríguez  
fotografía de James Rajotte

# Mango, el sueño cumplido de Isak Andic

En la página siguiente, Isak Andic, fundador y presidente no ejecutivo de Mango, fotografiado el pasado 13 de marzo. En esta página, maniquíes hechos a medida para los prototipos.

alvo FORM  
MANGO

FORM  
MANGO

WOMEN XS  
MANGO

WOMEN S/36

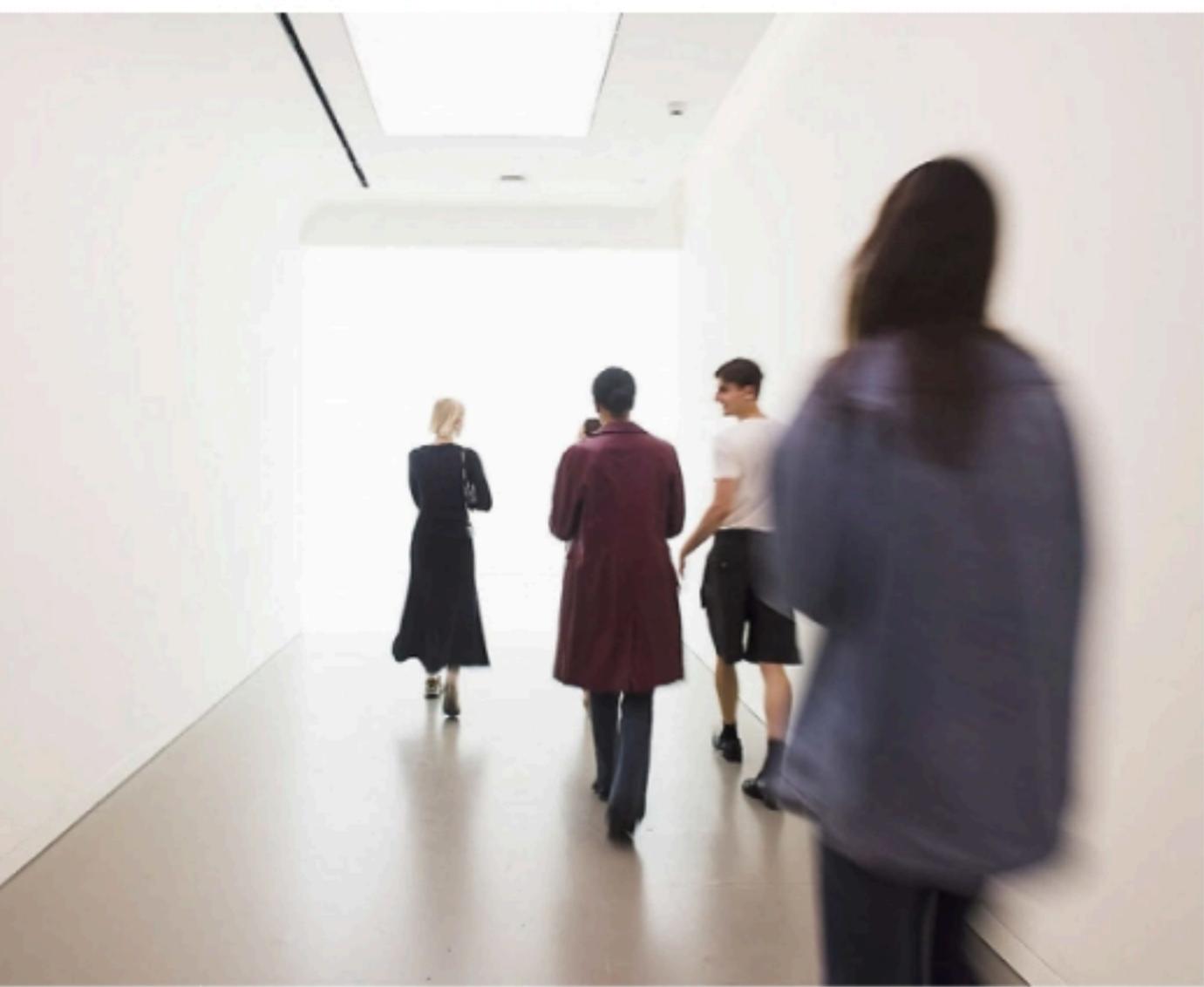




Han pasado 40 años desde que abrió en Barcelona la primera tienda de Mango. Hoy la marca produce 150 millones de prendas y complementos al año que comercializa en 115 países. Un tercio de sus ventas ya se realizan por internet. Todo comenzó con el espíritu emprendedor de Isak Andic, un adolescente que llegó a España desde Turquía y nunca tuvo miedo. Un viaje desde sus talleres de diseño y el gran centro logístico hasta la Quinta Avenida de Nueva York.



En la página anterior, edificio central del campus de Mango, en Palau-solità i Plegamans (Barcelona). Al fondo, la gran escultura de acero de Plensa. En esta página, Toni Ruiz, consejero delegado desde 2020 y accionista desde este año. Debajo, un pasillo del campus.



**U**N ESPECTÁCULO TAN vibrante solo se puede contemplar en Nueva York. Desde el ventanal de la Quinta con la 55 se divisa el perfil boscoso de Central Park bajo la lluvia. La emblemática avenida es un hervidero de taxis, sirenas, tendentes de perritos, turistas de todas las etnias

y comercios de lujo. Justo enfrente, sumida en un *tetris* de rascacielos, la anacrónica catedral presbiteriana, construida en 1875, presidida por una torre neogótica. El número 711 de la Quinta Avenida corresponde al edificio Grande Dame, de 1927, que fue sede de Coca-Cola. En 2019, un magnate turco pagó por él 1.000 millones de euros. Estamos en uno de los distritos comerciales más caros del planeta. El metro cuadrado de alquiler supera los 5.000 euros. En tres plantas del 711 se alza desde hace dos años el buque insignia de Mango en Estados Unidos, su tienda más icónica y tarjeta de presentación mundial: 2.100 metros cuadrados donde trabajan 85 personas. Cumpliendo el cliché del ímpetu comercial estadounidense, Shane Grenley, responsable de la expansión de la firma en este país (que pretende que sea uno de sus grandes mercados mundiales en 2026), abre con energía la pesada puerta dorada: “Es 3 de abril, un día maravilloso para vender. ¡Vamos a por ello!”. Gracey, una joven dependienta canadiense que antes trabajó en una panadería, tiene el récord del tique más alto en una sola venta del mes de marzo: 2.176 dólares. “Lo importante es analizar y conocer al cliente; ayudarlo, acompañarlo...”. Enmudece y se lanza a por las primeras clientas de la jornada pertrechada con su iPhone ADA+ (plataforma móvil *instore*).

Mango es una compañía española que facturó en el pasado ejercicio 3.100 millones de euros, tiene una plantilla de más de 15.000 personas y está presente en 115 países a través de 2.700 puntos de venta. España supone el 23% de su negocio. El concepto de la firma es global desde su nacimiento en 1984. Idea, diseña, desarrolla, gestiona logísticamente, distribuye y comercializa productos de moda a precios asequibles bajo una única marca (unos 150 millones de prendas y complementos cada año). Y los fabrica a través de 450 socios industriales, la mitad entre China y Turquía, a los que exige un estricto código de conducta, social con sus empleados, sostenible en sus procesos, y de control de calidad.

Un tercio de su facturación ya se debe al comercio electrónico. Pero Mango cuenta con cerca de 1.000 tiendas en gestión propia, y el resto, hasta 2.700, asociadas a



**La firma tiene 15.000 empleados y 600 millones de personas entran al año en sus 2.700 tiendas**





través de distintas fórmulas de franquicia, que disponen de escasa autonomía frente a las precisas directrices de gestión, imagen y calendario que les dicta la compañía: desde la formación de sus dependientes, el escaparatismo y presentación de las prendas hasta la música ambiental. En cualquier lugar del mundo todas tienen que ser como la gran tienda piloto de la firma en su sede catalana, donde se experimenta con el *merchandising* y se entrena a los vendedores. “Lo que no supone que hagamos un corta-pega”, explica Daniel López, director de expansión. “Cada tienda tiene su fisonomía, con un guiño a la ciudad, a su cultura, al barrio o al edificio donde se encuentra. No son clónicas, tienen alma”. La compañía tampoco es propietaria de los locales que gestiona, que en algunos casos pertenecen al fundador de la compañía, Isak Andic, a través de la sociedad Punta Na. Es el caso de su tienda más emblemática de Barcelona, en el paseo de Gràcia, 38.

Mango es un concepto. Tiene más de filosofía que de proceso fabril. Lo han bautizado *phygital*. Un sistema que supone la conexión y continuidad entre todos sus canales de venta, ya sean de ladrillo o de bit, hasta que no haya ninguna brecha entre el mundo físico y el digital. Todo debe estar interconectado y que sea cada cliente, en diálogo con la marca, el que elija en cada momento el que le conviene. Un ecosistema. Para la directora de negocio *online*, Elena Carasso: “Se trata de dar un contenido personalizado en el momento correcto, al cliente adecuado, por el canal más efectivo. El cliente interactúa con nosotros a través de las tiendas, la web, nuestra aplicación o las redes. El año pasado tuvimos 50 millones de contactos de voz apoyados por nuestra plataforma de IA. Ya no es un monólogo donde domina la marca, es un diálogo en el que nos están ayudando los datos y las plataformas de inteligencia artificial que hemos desarrollado”. “Pero sin olvidar las tiendas físicas, que son el lugar de encuentro con el cliente. El año pasado entraron en ellas 600 millones de personas”, recalca Daniel López, que continúa: “La expansión física es estratégica. Hasta 2026, vamos a abrir 500 tiendas más. Hemos ido contra corriente. Cuando muchos hablaban del *armageddon* del comercio tradicional, le hemos dado la vuelta. Empezamos a negociar la *megastore* de la Quinta Avenida por Teams, en marzo de 2020, durante los primeros días de la covid. Fue una apuesta. Esa tienda es para nosotros un símbolo”.

El sistema funciona. El ejercicio pasado Mango obtuvo un beneficio de 172 millones de euros. Y el anterior, 81 millones. Después de años de estancamiento y números rojos (2015-2018), la compañía no debe dinero. Ni un

En la página anterior, el hangar, decorado con obras de arte. Debajo, equipos de diseño. En esta página, arriba, el equipo de expansión, con Daniel López al frente; el centro logístico, y Margarita Salvans, consejera ejecutiva.

**“En esto, si cada siete, ocho, diez años no te reinventas, desapareces”, afirma Isak Andic**



La tienda más emblemática de Mango está en Nueva York, en el 711 de la Quinta Avenida, 2.000 metros cuadrados entre las grandes firmas del lujo. En la página siguiente, Shane Grenley, responsable de expansión en EE UU.



euro. Es rentable y reinvierte. No cotiza en Bolsa. Jamás lo ha pretendido. Lo consideran cortoplacista. Prefieren no depender de los fondos de capital riesgo. Según su consejera ejecutiva y directora financiera, Margarita Salvans: "Nos financiamos con recursos propios".

Hoy, uno de sus principales activos son los datos de 35 millones de clientes fieles. "Fidelizar es siempre más rentable que atraer nuevos clientes", explica un ejecutivo. En ese sentido, las tiendas son una gran fuente de información. A través de esos datos, se trata de saber las necesidades de una clientela mayoritariamente femenina (un 80%), joven, urbana y de clase media. Y darle respuesta de forma personalizada y rápida. La directora creativa de Mango Woman, Justi Ruano, explica: "Nos toca entender e interpretar el gusto de nuestra clienta y escuchar lo que pasa fuera. Y después le damos una respuesta, la de Mango, ya sea en estampados, piel o tejidos. Y con una feminidad moderna, no sexualizada, hecha por mujeres. Es un trabajo de adaptación continua, a veces en una semana. Construimos la mejor oferta en cada tirada, y la adaptamos a cada territorio y al *target/cliente* de cada tienda: si sus clientes son turistas o fijos. Si no funciona, se rectifica. Isak ha sido siempre pragmático, rápido y muy valiente. Ha ido por delante. Me lo dijo hace años: 'En la vida, o eres locomotora o eres vagón'".

La compañía cumple 40 años. Es una historia de éxito. Pertenece solo a dos personas, su fundador y presidente no ejecutivo, Isak Andic, de 70 años, y el consejero delegado de la compañía, Toni Ruiz, de 55 años, un profesional que llegó en 2015 en calidad de director financiero, en plena crisis de estancamiento, deuda, gobernanza y reputación de Mango, para recortar, renegociar, controlar y arreglar sus cuentas y, a base de tiento (e impulsado por Andic), poner orden en todo lo demás. Lo ha conseguido. Sin hacer ruido. Volviendo al ADN original de Mango: diseño y calidad. Con la idea clara de que el futuro de la marca se encuentra en sus raíces. Andic lo define así: "Desde 2015, después de los errores y los bandazos, cuando los clientes se olvidaron un poco de nosotros, hemos ido echando raíces profundas, como el bambú, que durante seis años no lo ves porque crece para dentro y, de pronto, empieza a crecer para arriba y sube 30 metros. Cada nudo de nuestro bambú es la historia de una victoria o de una derrota". "Y de una reinvención, tú siempre lo dices", añade Toni Ruiz. "Es cierto", contesta Andic: "En esto, si cada siete, ocho, diez años no te reinventas, desapareces".

Mango gana más dinero y se expande más rápido que nunca. Y parece tener controlada la sucesión en el gobierno de la compañía: uno de los grandes problemas de las empresas familiares, donde, según distintos estudios, solo una de cada diez sobrevive a la tercera generación. "Esto era una empresa familiar hasta hace poco



## **“Creamos moda, no vendemos ropa. No hacemos fast fashion”, dice el CEO de Mango, Toni Ruiz**

y la hemos transformado en una empresa abierta con un profesional al frente”, describe Andic (que tiene dos hijas y un hijo, Jonathan, de 42 años, que dirige Mango Man, y antes de la gran crisis de 2015 estuvo tres años a cargo de la compañía). Lo recalca Ruiz, primer ejecutivo desde febrero de 2020: “Nunca fue una empresa familiar al uso. Es el sueño de una sola persona: un accionista, un camino recto y un legado”. La siguiente pregunta a Andic, presidente ejecutivo de Mango durante 35 años, es:

—¿Cómo está siendo el proceso de transición?

—Es un gran salto. El primero ha sido tener al mando ejecutivos externos separados de la propiedad. Y un consejo más amplio y con independientes. La propiedad será de la familia, pero yo creo que ya siempre estará llevada por profesionales. Cuando haya que buscar el relevo a Toni, juntos buscaremos a la mejor persona y el mejor profesional para dirigir Mango. La familia no tiene por qué intervenir en esto. Y eso lo tiene clarísimo. Ahora se les está preparando para ser buenos accionistas.

No son solo palabras. Toni Ruiz acaba de recibir del dueño de la compañía el 5% de las acciones. Es la primera persona (aparte de Andic) que tiene una participación de Mango en 40 años. El fundador se refiere a Toni como “mi socio” y, a sí mismo, como “un presidente casi honorario”. “Toni me pone al día de todo. Cuando está elaborando la estrategia, pide mi opinión y coge lo que le interesa, por-

que está mejor preparado que yo y tengo plena confianza en él. Mango es ahora en parte de Toni. Tenía que ser así. Y no tanto como una recompensa económica, sino emocional. Yo tuve la capacidad de llevar la empresa hasta donde la llevé. Y él tiene ahora mucha más capacidad que yo. Los resultados están ahí”, explica el fundador.

Isak Andic no concede entrevistas. No es un rostro conocido. Vuela en avión privado y navega en su gran velero. Accede, pero junto a su socio. La cita es en Palau-solità i Plegamans, una localidad a 30 kilómetros de Barcelona, donde la firma tiene su cuartel general. Desde este campus blanco y luminoso de 93.000 metros cuadrados se dirige Mango. Trabajan aquí 2.000 personas, de las que 500 se dedican al producto. El despacho del presidente está en la entrada. Desde él se contempla el tráfico de empleados sorteando la enorme escultura de acero de Jaume Plensa de ocho metros de altura que preside el jardín. Los pasillos de la sede central también están decorados con obras de la extensa colección de arte del fundador, como las monumentales fotografías de Candida Höfer, Weng Fen, Peter Beard o los españoles Bleda y Rosa.

Más que entrevista, es una conversación a tres. Andic, una de las mayores fortunas del país, enjuto, bronceado de regatista, gafas de Gandhi, resulta un tipo sencillo, amable y chispeante. Es un hombre del Mediterráneo, un espíritu que ha inoculado a toda su organi-



zación (incluso a la decoración de sus tiendas); que disfruta con el sol, la naturaleza y el buen vino y que regala aceite a sus amigos. "Yo tengo una vida fuera, no como otros empresarios que no quieren dejar la silla. Tengo mis cosas, la lectura, el deporte, navegar, viajar, el arte. Me divierto un montón y la verdad es que mi agenda es mucho peor que cuando era el ejecutivo". Viste un juvenil conjunto *sport* de Mango Man. Tiene un acento indefinido en español y neutro en inglés. "Yo lo que he buscado es que la gente esté a gusto. Reírse y pasarlo bien no va en contra de la eficacia. Nunca me ha gustado crear estrés para sacar más rendimiento. Es un error. Hay empresas que lo hacen, pero nosotros queremos buen rollo. Y si son buenos profesionales, pero no son buenas personas, no me interesan". Andic tiene otras dos grandes capacidades, la de mover con habilidad el banquillo para que sus ejecutivos jueguen en distintas posiciones, y su pasión por el producto: "Me gusta la prenda, tanto el tejido como cuando está acabada. Tengo tanto ojo que, si voy a cualquier tienda de otra marca, en dos minutos te saco las cinco prendas mejores y las que más venden. Es algo innato. Me encanta tocar las telas".

En la página anterior, edificio principal del campus, recién inaugurado y desde donde se gestiona Mango para el mundo. En esta, la tienda piloto de la firma en su sede.

Por su parte, el consejero delegado, Toni Ruiz, economista, MBA por el IESE (la escuela de negocios más veterana del país, de cuyo consejo forma parte Andic y que siempre le ha servido de cantera) y con una dilatada carrera internacional como consultor, planificador estratégico, especialista en *marketing* y *retail*, y responsable financiero, ofrece el perfil clásico de CEO: discreto traje oscuro, camisa blanca sin corbata y discurso comedido. Pero aporta en segundos una clave de la compañía: "Creamos moda, no vendemos ropa". Y la completa: "No hacemos *fast fashion*; no es de usar y tirar, es sostenible; hay creatividad y diseño; esto funciona como un *atelier*, interpretamos el mundo y hacemos un abrigo meses antes de que llegue a la calle". Ruiz no procede del mundo de la moda. Durante 15 años escaló todos los puestos de la multinacional del bricolaje Leroy Merlin hasta que Andic lo fichó en 2015. Jamás pensó dedicarse a este negocio. Un salto al vacío similar al que dio en 2004 Robert Polet, que era responsable de comida congelada de la multinacional Unilever cuando fue nombrado consejero delegado de Gucci. En el mundo de la moda arrugaron la nariz. Polet, "el de los congelados", entendió el negocio e hizo que la emblemática firma de lujo italiana consiguiera los mayores beneficios de su historia. Como Toni Ruiz con Mango.

En el despacho de Andic ninguno de los dos pierde la sonrisa. Hace apenas 24 horas han presentado los resultados de 2023, que han pulverizado las previsiones. Su siguiente envite es elevar el valor de la marca y expandirse. Y facturar 4.000 millones en 2026. Hace 30 años, Andic se comprometió a tener tiendas en todas las grandes capitales. Lo reitera: "Lo que se promete se cumple. *Sky is the limit*". Cuando se le pregunta por el secreto de su éxito, lo rumia: "Lo primero, la cultura del trabajo; que no te dé pereza nunca nada. Dos, la gente de que te rodeas. Tres, tener los objetivos claros y pensar en el futuro. Y también la intuición. Hay que ser positivo y no vivir encorsetado. Hay que ponerse en la piel del otro para solucionar los problemas. Y no echar la culpa a nadie: si eres el jefe, el culpable de los fracasos eres tú. Tienes que ser honesto, porque así te ganarás la confianza del otro. Y, además, he sido a veces un poco inconsciente. Y, sobre todo, para qué engañarnos, he tenido suerte. ¡Ah, la suerte!".

La biografía de Andic es la propia de los grandes emprendedores. Él y su familia, sus padres, Sol y Manuel, y su hermano Nahman, fueron inmigrantes. Llegaron con lo puesto de Estambul a Barcelona en 1968. Isak tenía 14 años. Su padre había perdido su negocio de importación de material eléctrico y los sucesivos golpes militares en Turquía complicaron las cosas. Decidieron volver al punto de partida. Judíos de herencia sefardí (los expulsados de España en 1492), sus familias vivieron durante siglos acogidos por el Imperio Otomano, pero conservaron las tradiciones, el idioma judeoespañol de sus antepasados

(un castellano medieval) y el sueño de regresar a Sefarad. Ahora, cuando vuelve a Turquía y escucha a judíos hablando ese español antiguo, se le ponen los pelos de punta de emoción. "Cuando llegué aquí, esa lengua me sirvió de poco; no entendía nada y tuve que empezar de cero".

Andic no fue un gran estudiante de bachiller y apenas pasó de matricularse en Económicas. Desde el verano de sus 17 años había comenzado a vender en Barcelona camisas bordadas que adquiría en el Gran Bazar de Estambul. "Yo no sabía lo que quería ser. Básicamente, ganarme la vida". Su primer beneficio fueron 950 pesetas (seis euros). Reinvirtió, extendió el negocio y a los 18 se compró un utilitario Seat 850, en cuyo maletero empezó a mover la mercancía por España: "No sé si por orgullo o por honor, pero hasta que no lo vaciaba, no volvía a casa". Reunió un millón de pesetas (6.000 euros). Viajó a Londres para importar productos que no había en España, zuecos holandeses, abrigos afganos, blusas hindúes, destinados a una clientela de *hippies* que se los quitaba de las manos en un puesto que tenía en el mercadillo barcelonés de Balmes. Andic saca su móvil y muestra imágenes borrosas de aquellos años, cuando era un joven progre con mostacho y pantalones de campana. De importar y comprar, pasó a fabricar en Sabadell. Se hizo con un almacén. Puso en marcha sucesivas tiendas en Barcelona e, incluso, creó una marca de vaqueros con su nombre. Máxima ambición.

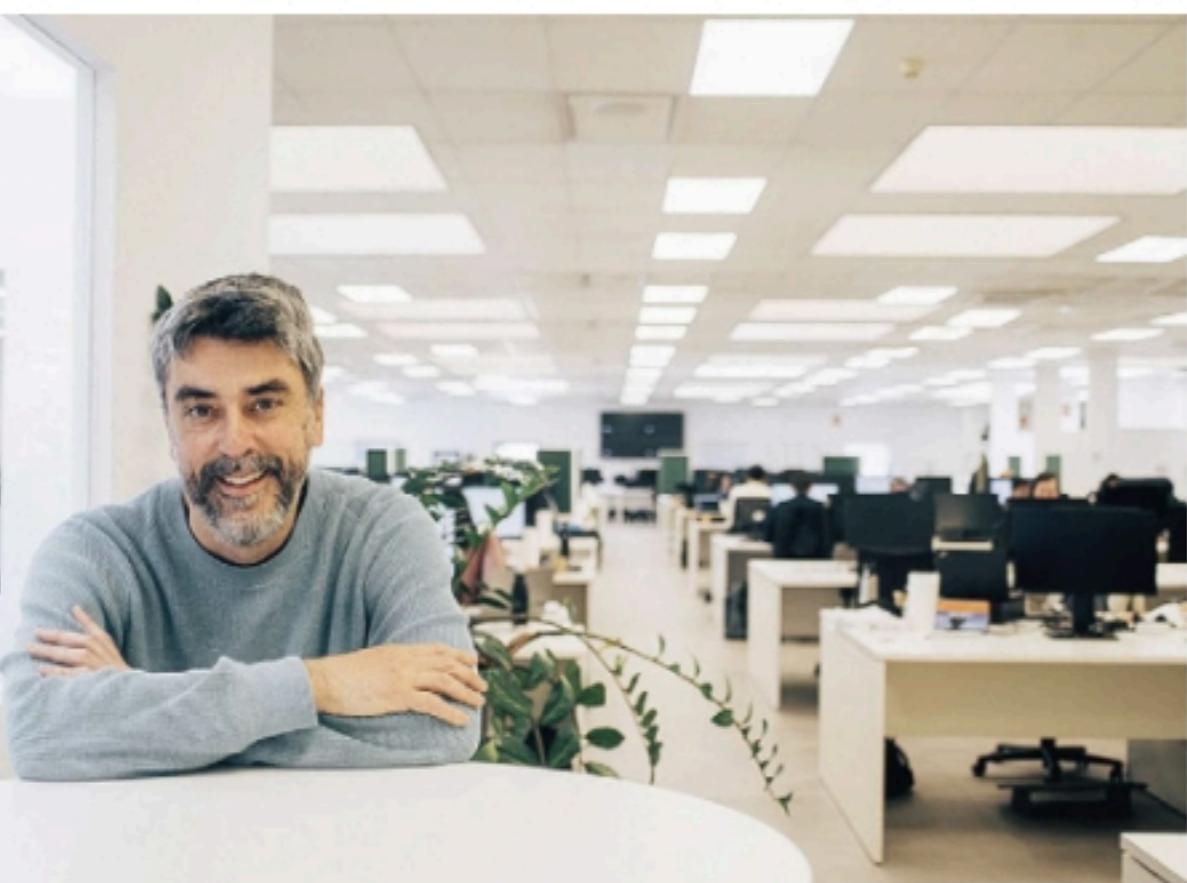
En 1984 tomó la gran decisión de su vida, "por suerte o por intuición": montar una tienda en el paseo de Gràcia bajo el nombre de Mango, que solo vendiera productos con su marca y diseñados y fabricados por ellos mismos. Un modelo que extendió. "Dejé de vender ropa para vender el *concepto Mango*, en el que cada tienda franquiciada tenía el mismo interiorismo, escaparatismo, producto y modelo de gestión. Empezamos a expandirnos. El que quería abrir una tienda de Mango en tal ciudad, le dábamos la exclusividad. El siguiente hito fue 1992, cuando abrimos en Portugal y luego en Francia, y comenzamos a fabricar en China. Nos hicimos fuertes en el Mediterráneo y luego en Europa Central, Oriente Próximo y Extremo Oriente. Mi secreto ha sido pensar globalmente y actuar localmente. En 1994 abrimos en Taiwán y Singapur. En 1995 creamos la primera página web del sector y en 2000 fuimos pioneros en el comercio electrónico. Yo no sabía lo que era internet, pero le dije a la responsable, Elena Carrasco: 'Te doy las armas y tú gáname la guerra'. En 2006 abrimos la primera tienda de Nueva York, en el Soho. En 2007 ya teníamos 1.000 en todo el mundo y volvimos a la moda masculina, que habíamos abandonado en 1996".

El campus de Palau-solità es una fábrica hacia dentro. Aquí trabajan codo con codo el equipo comercial y el creativo (que dirigen Luis Maseres y Justi Ruano), orientados por los datos (que les permiten medir, analizar y tomar decisiones, y les proporciona el director de sistemas de información, Jordi Álex), para idear y crear la oferta de cada temporada, lo que supone lanzar continuamente al mercado productos nuevos o reinterpretaciones de sus clásicos. La clave es fabricar lo que se va a vender. Cada idea del equipo comercial se materializa creativamente. Es *slow fashion*. Se experimenta, boceta, eligen tejidos, se corta, realizan los patrones, se escala, se cose, se prueba con las propias modelos de Mango (de todas las tallas) y se transforma en un prototipo. Que puede valer o no. En torno a él, se idea una *familia* de prendas y complementos. En total, se diseñan 18.000 prendas y accesorios al año.

La prueba de fuego es la sostenibilidad de cada producto en relación con sus clientes y con el planeta. En una industria en la que, según un informe del Parlamento Europeo de marzo de 2024, "para elaborar una sola camiseta de algodón se necesitan 2.700 litros de agua dulce, y es responsable del 20% de la contaminación de agua potable del planeta y del 10% de las emisiones mundiales de carbono", la apuesta por la sostenibilidad debe ser firme. "No es cuantificable, pero es importante para tu reputación. Hay que hacerlo por convencimiento. Porque si no lo haces, el cliente se irá a otra marca", explica Andrés Fernández, director de sostenibilidad. Lo recalca Toni Ruiz: "La sostenibilidad aporta al mundo en que vivimos, no es algo que se hace porque dé beneficios en la cuenta de resultados. Al final, cuando vas creciendo, adquieres compromisos con la sociedad. Y ha sido así a lo largo de nuestra historia". Uno de los mayores retos de Mango en ese sentido es el control de sus proveedores textiles. Su producción debe provocar el menor impacto ambiental. Además, el algodón debe ser de origen orgánico y principalmente reciclado, como también debe ser reciclado el poliéster. Y el 100% de las fibras celulósicas tener un origen trazable. Hoy, en Mango, la apuesta es crear moda de calidad, reciclable y reutilizable, que dure y circule. Es su compromiso. Quizá como antídoto a esta crítica de la UE a la *fast fashion* recogida en el mismo informe: "Los europeos consumen de media casi 26 kilos de ropa nueva y se desprenden de unos 11 kilos de textiles cada año. La gran mayoría (87%) es incinerada o depositada en vertederos".

Veinte kilómetros de fibra óptica separan el cuartel general de Mango del centro logístico de la compañía, en la localidad de Lliçà d'Amunt, una inmensa nave re-

**Todas las prendas pasan por su centro logístico, de 280.000 metros cuadrados y 35 metros de altura**



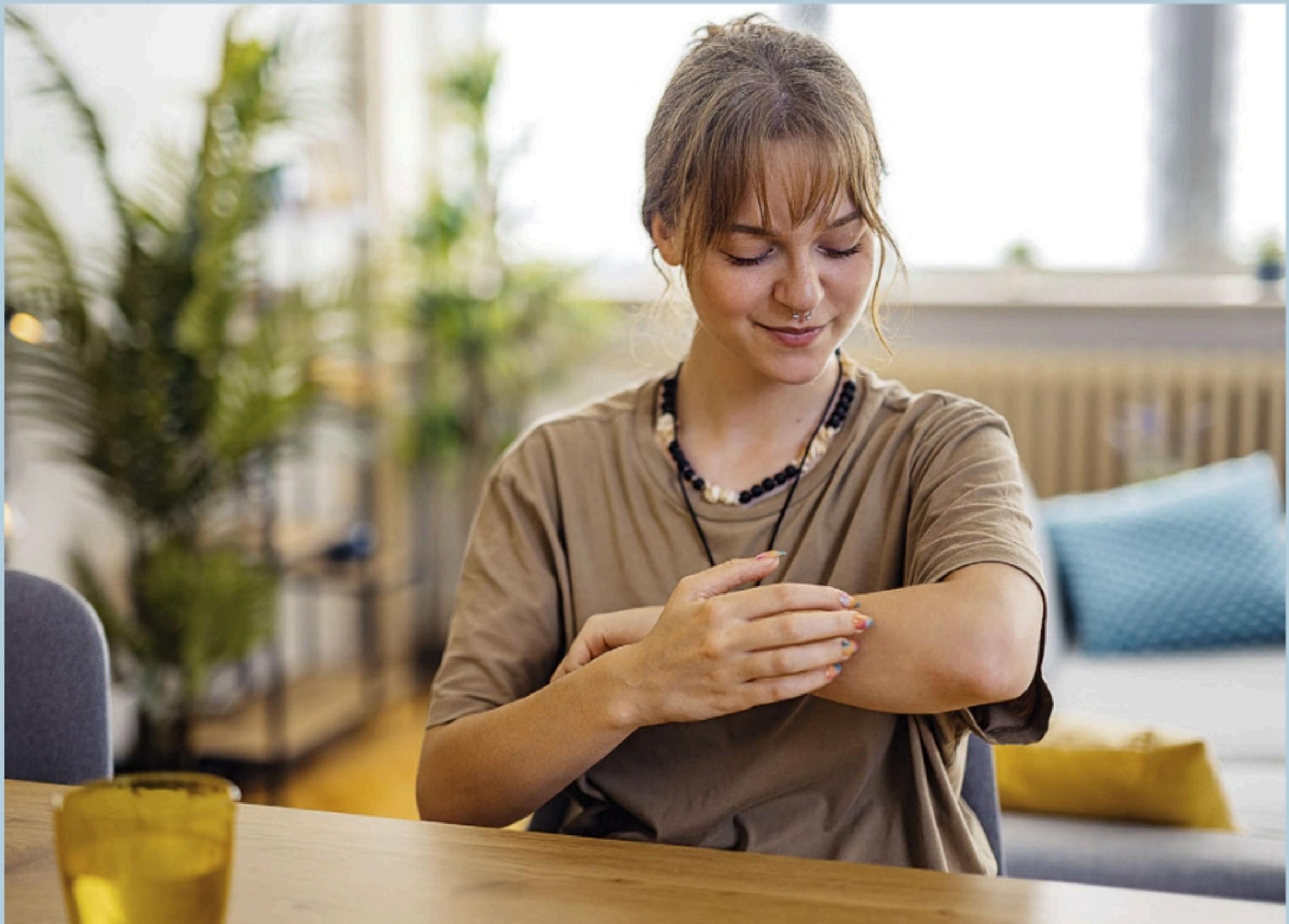
Sobre estas líneas, Jordi Álex, desde 2018 director de sistemas de información y tecnología. En el centro, Elena Carasso, que llegó a la firma en 1991 y es directora de negocio *online* y cliente. Debajo, el campus, de 93.000 metros cuadrados, en Palau-solità i Plegamans, donde trabajan 2.000 personas, 500 en el producto.



luciente, automatizada y robotizada de 280.000 metros cuadrados y 35 metros de altura, por la que pasan 175 millones de prendas cada año. Aquí entra toda la producción de Mango desde su millar de fábricas asociadas en 32 países, se clasifica y almacena doblada o en perchas, y sale en dirección a los 2.700 puntos de venta de todo el mundo (y también para el comercio electrónico), a través de centros satélites en Polonia, Pensilvania, Turquía, México y China. El conjunto es impresionante. Una inversión de 232 millones de euros que en su momento puso patas arriba las cuentas de la compañía y hoy es pieza clave en su eficacia, y también en la solidez de su imagen.

Al final, el objetivo es hacer crecer el valor de la marca. Darle un carácter distintivo y aspiracional. Convertirla en un objeto de deseo. Mango fue pionera en los noventa en crear publicidad moderna, bien diseñada y contando con la imagen de las *celebrities* del momento, desde Claudia Schiffer y Kate Moss a Penélope Cruz. Hoy, en una mansión de 1968 rozando el mar en una cala de Begur (Girona), Victoria Beckham, que un par de días antes ha salido a caballito de su marido, David Beckham, con un tobillo maltrecho de la fiesta de su 50º cumpleaños en el club londinense Oswald's, llega exhibiendo un sonrisa enigmática y apoyándose en muletas. Lleva uno de los inconfundibles trajes de chaqueta blancos que diseña, pero este ha sido producido por Mango. Es la presentación de la colaboración entre ella y la firma española: Victoria Beckham × Mango. El proyecto se ha mantenido durante meses en secreto. La rodean famosas *influencers*, también vestidas con piezas de la colección, como Emily Ratajkowski o Alexa Chung. Y también las directoras de las grandes revistas de moda. Es la fusión perfecta entre lo digital y lo físico. Los tres hermanos DJ de Hale Zero (los mismos del cumpleaños de Victoria) amenizan el ambiente. Los *likes* se disparan: 250.000 en el Instagram de Mango en minutos.

Avenida de Pearson de Barcelona. Sede del IESE. Felipe VI entrega a Isak Andic el Premio Reino de España a la Trayectoria Empresarial. En el salón de actos se da cita la alta burguesía catalana y otras grandes fortunas españolas. El Rey, que le conoce hace más de dos décadas, le trata como un amigo. Andic, emocionado, termina con estas palabras: "Quiero seguir mejorando como profesional y como persona". Después, hay un cóctel. El dueño de Mango tira la casa por la ventana con un tinto de Vega Sicilia, de 2014, y un gran blanco gallego, As Sortes. Todos se aferran a sus copas. Empezando por el Rey. Es un homenaje a Andic. Pero no su despedida. No hay que olvidar sus palabras al final de nuestro anterior encuentro: "Estamos al principio. Nos falta abrir tiendas por el mundo entero. Nos falta llevar todas las nuevas líneas al extranjero. Tenemos una gran cantidad de trabajo por delante. Es una ambición más brutal que nunca. Yo tengo la misma de siempre, pero ahora el horizonte está aún más lejos". —EPS



# Salud que se muestra en la piel

La dermatitis atópica y la psoriasis son dos enfermedades crónicas que, lejos de ser meras afecciones estéticas, tienen un impacto físico y emocional en quienes las padecen. Detectarlas y tratarlas a tiempo es clave.

**E**s el órgano más extenso del cuerpo, pero a veces el que menos se tiene en cuenta cuando pensamos en nuestra salud. Las enfermedades de la piel a menudo se banalizan, reduciéndolas a meras afecciones estéticas, cuando en muchas ocasiones están relacionadas con el estado del sistema inmunitario y por sí mismas pueden tener un gran impacto en la salud física y mental de aquellos que las padecen.

Dos de ellas son la dermatitis atópica y la psoriasis, ambas inmunoindividuales y que producen en sus pacientes un efecto emocional y social muy negativo. La dermatología actual está dando grandes pasos en las opciones terapéuticas de estas dos enfermedades, pero sigue siendo clave una detección temprana y una buena

comunicación entre los pacientes y los profesionales de la salud, para conseguir que sus signos y síntomas se reduzcan al mínimo.

## Dermatitis atópica

Es la enfermedad crónica de la piel más frecuente en todo el mundo, y afecta a unos 230 millones de personas según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS). Cursa en brotes y su síntoma más característico es el picor, que puede llegar a estados en los que es difícil de controlar para los que la padecen.

“Se trataba de una enfermedad infantil, ya que casi el 20% de los niños la padecían en mayor o menor grado, y presentaba un buen pronóstico con la práctica curación”, explica Ricardo Suárez Fernández, jefe del servicio de

dermatología del Hospital Gregorio Marañón de Madrid. "Sin embargo, en los últimos años se ha producido un importante viraje en el manejo de las formas graves en adultos", apunta. Se calcula que en España existen unos 30.000 casos.

Además de un deterioro físico, indica Suárez, "estos pacientes también sufren un daño psicológico evidente, con actitudes que pueden llevarlos a evitar el contacto social. Puede resultar impactante ver a adultos en estas situaciones, tapando cualquier lesión con bufandas o jerséis de cuello vuelto". El gran avance en el tratamiento de la dermatitis atópica, cuenta, llegó hace unos años, "fruto del estudio patogénico de la enfermedad y el desarrollo de moléculas para combatirla", detalla. "Hasta entonces, luchábamos contra ella con pocas alternativas terapéuticas. Ahora, aquellas consultas han dado paso a un cambio significativo en el manejo de estos pacientes".

### Psoriasis

Otra enfermedad crónica dermatológica frecuente es la psoriasis, reconocible por las placas escamosas en la piel que pueden causar dolor y malestar. Afecta a unos 125 millones de personas en todo el mundo, alrededor de un millón de ellas en España. Como explica Ricardo Ruiz, jefe del servicio de dermatología del Hospital San Camilo de Granada, "no es una enfermedad maligna ni tumoral, y tampoco es contagiosa, en contra de lo que mucha gente piensa hasta hoy".

"Antiguamente se creía que se producía porque las capas más superficiales de la piel se reproducían muy rápidamente, pero en las últimas dos décadas se ha descubierto que se

**La dermatitis atópica afecta a unos 230 millones de personas, mientras que 125 padecen psoriasis**

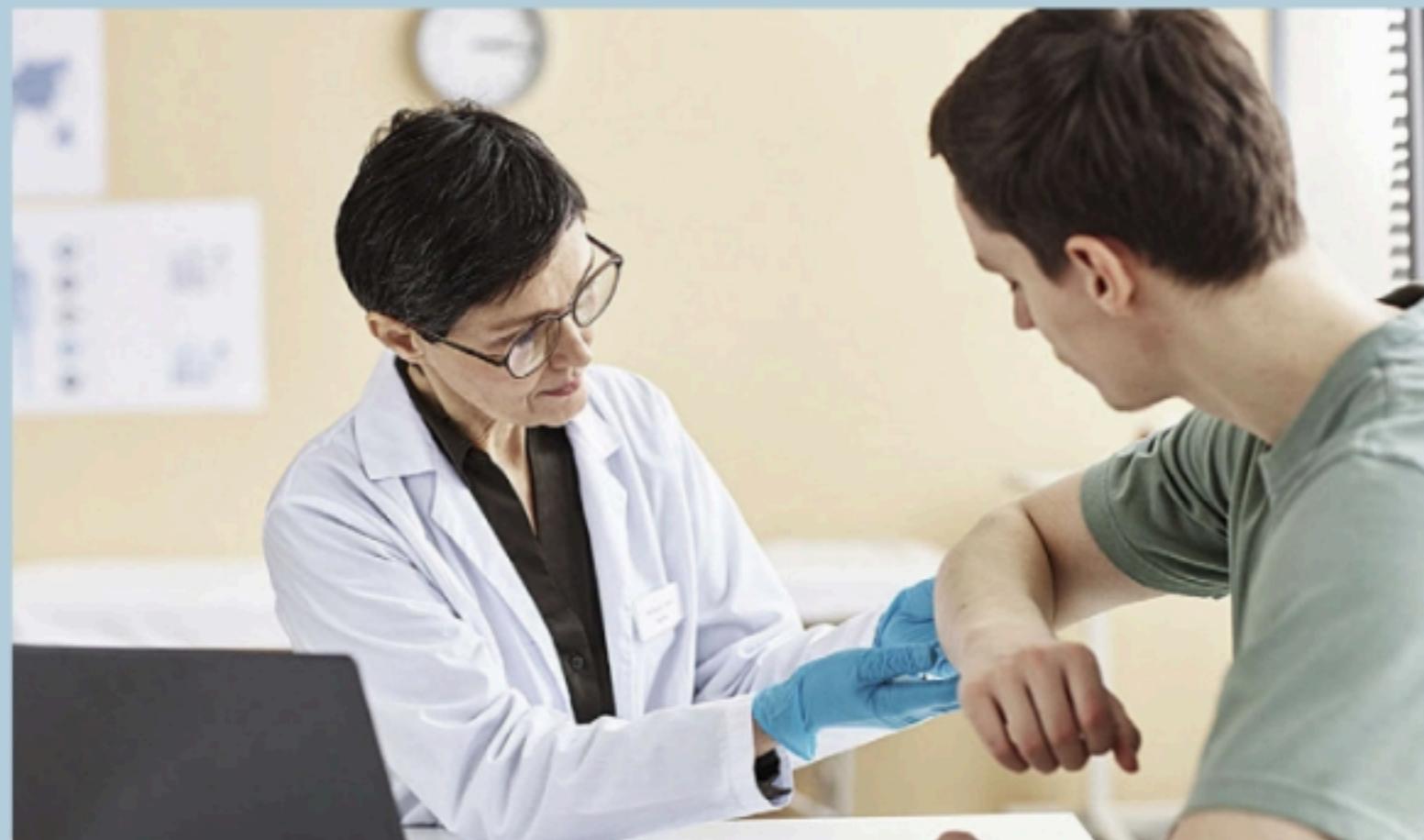
produce por una alteración de nuestro sistema de defensa de la piel en el que determinadas moléculas, las citoquinas, no funcionan como deberían", explica. "A partir de ahí, desencadena todo lo que vemos a nivel de la piel".

La psoriasis no solo afecta exclusivamente a la piel, sino que puede provocar inflamación más allá de ella. "Normalmente, las personas que tienen psoriasis suelen tener más predisposición a tener la tensión arterial alta, así como el azúcar, el colesterol y los triglicéridos altos. Puede comprometer al riñón o al hígado y llegar a producir lo que se llama un hígado graso no alcohólico", detalla. "Además, en un 25%-30% de las ocasiones implica alteraciones a nivel articular, lo que se llama artropatía psoriásica", añade.

Pero sus efectos no son solo físicos. "Es una de las enfermedades inflamatorias de la piel más estigmatizantes socialmente", afirma Ruiz. "Al tener ese componente visual tan llamativo,

al paciente le genera mucha sensación de preocupación, ansiedad y, en ocasiones, incluso depresión reactiva. Les cuesta mostrar su cuerpo. También influye mucho cómo los familiares y su círculo más próximo los perciben a ellos. Son personas que muchas veces vienen muy retrai das a la consulta e incluso pueden tener cierto trastorno de su percepción corporal". Para él, es básico "fortalecer la relación entre médico y paciente, algo en lo que creo que hemos progresado en los últimos tiempos, pero todavía podemos hacer un poquito más".

Como en el caso de la dermatitis atópica, las opciones terapéuticas disponibles han avanzado mucho en las últimas décadas, permitiendo mejorar significativamente la calidad de vida de los pacientes. Para Ruiz, es un avance clave: "La mejor noticia que me dan mis pacientes es cuando llegan a la consulta y me dicen que se han olvidado de su psoriasis", concluye.



### Comunicación

Afrontar el tratamiento de la dermatitis atópica y la psoriasis de manera precoz y tener una buena comunicación con el equipo médico es un aspecto fundamental para lograr unos buenos

resultados y mejorar la calidad de vida de los pacientes. "Es importante que el paciente sea consciente de su propia enfermedad, que comparta las decisiones con nosotros y que sepa que estamos para acompañarlo en el

camino ofreciéndole la mejor ayuda y atención posibles", explica Ricardo Ruiz. Para Ricardo Suárez, esta relación también es fundamental: "Nada puede pagar la sensación cuando un paciente te da las gracias", afirma.

por Xavi Sancho  
fotografía de Javier Biosca  
estilismo de Jorge Ariza

# El penúltimo set de Juan Carlos Ferrero

"El tenis es un deporte con muchos jugadores que no ganan nunca", dice Juan Carlos Ferrero. Aquí, con camisa, jersey y corbata de Pedro del Hierro, pantalones de Levi's y zapatos de Emporio Armani.

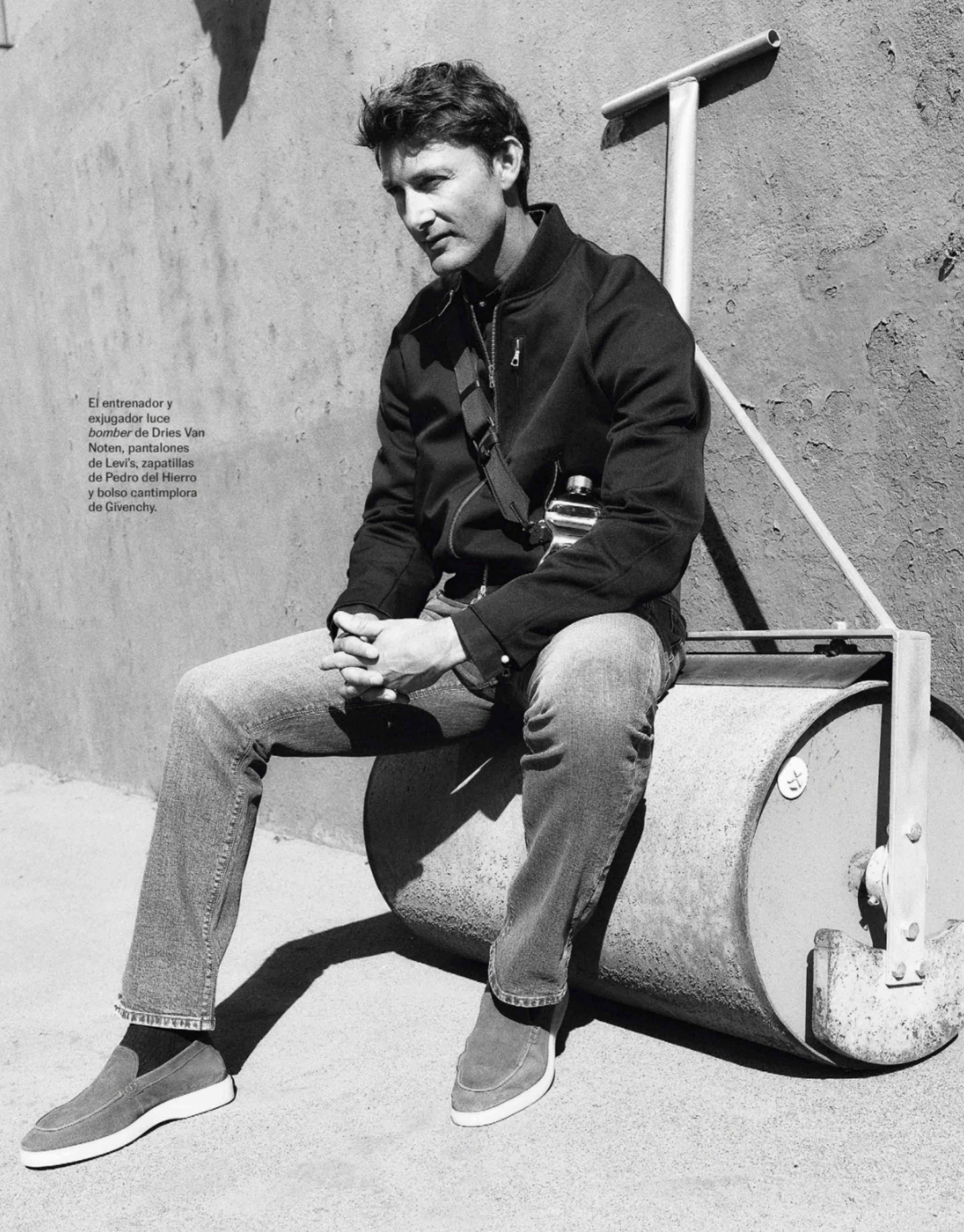


Puede que algunos no se acuerden, pero Juan Carlos Ferrero fue número uno del mundo, ganó un Roland Garros (2003) y conquistó tres Copas Davis con el equipo de España (2000, 2004 y 2009). Él, aunque la sombra de Rafa Nadal es alargada y ha podido restar relevancia pública a carreras como la suya, mira atrás sin nostalgia ninguna. Y se centra en su actual cometido como entrenador de Carlos Alcaraz: hacer de él un gigante de las pistas.

**H**OLA, SOY ANTONIO, entrenador de Juan Carlos". A sus 66 años, Antonio Martínez Cascales es una de las figuras más reconocidas del tenis español. El hombre que acogió a Juan Carlos Ferrero (Ontinyent, 44 años) cuando apenas era un adolescente y lo llevó a ser número uno del tenis mundial, ganar cuatro Masters 1000, tres veces la Copa Davis y el Roland Garros de 2003, año en que el tenista valenciano también alcanzó la final del US Open. Hoy, Ferrero es el entrenador de Carlos Alcaraz, actual número tres del mundo y una de las más sonadas irrupciones en el circuito profesional de los últimos años, un soplo de aire fresco en las pistas y un alivio para el tenis español en la era pos-Rafa Nadal. Cascales camina por las instalaciones del Club de Tenis La Moraleja observando cómo se desenvuelve Ferrero. No se fija tanto en cómo posa con las prendas de Pedro del Hierro, marca con la que colabora el extenista para esta temporada de primavera, sino en la forma en que anda. "La rodilla, tiene el cartílago de la rodilla fastidiado... Sí, aún soy entrenador de Juan Carlos, claro. Treinta años ya. Lo voy a ser siempre". Ferrero se retiró del tenis profesional en el torneo de Valencia de 2012 a los 32 años, tras perder en cuartos de final contra Nico Almagro. Han pasado más de 10 años y Cascales aún le entrena. Siempre le va a entrenar, ya lo ha dicho. Media hora más tarde, en un sofá de la cafetería del club, y tras firmar autógrafos a empleados e incluso a una niña a quien su

madre le ha permitido hoy no ir a clase y pasar la mañana en estas instalaciones peloteando y esperando por una foto y un autógrafo del valenciano, Ferrero medita un segundo su respuesta a la pregunta de qué vendrá para él como entrenador cuando termine su relación con Alcaraz... ¿O será su Cascales? "Creo que la retirada", afirma tajante. ¿La suya o la de Carlos? "La mía, la mía. Llevo viajando desde los 15. Espero estar, no sé, 10 años con Carlos y después dedicarme a la academia". La Ferrero Tennis Academy, ubicada en la localidad de Villena, la montó Cascales cuando se decidió que su pupilo, un delgado tenista que prometía (luego le apodarían el Mosquito), no iba a trasladarse a Barcelona o a EE UU para convertirse en profesional de este deporte, sino que se iba a quedar en su región. "Construimos una pista, luego dos, más tarde un gimnasio... Ahora tenemos unas instalaciones de nivel mundial", afirma orgulloso Ferrero sobre el lugar del que ya salen promesas de este deporte, como Darwin Blanch, el tenista estadounidense de 16 años que se enfrentó a Rafa Nadal en el último Mutua Masters 1000 de Madrid.

Su intención tras la retirada era centrarse en la academia, pero al cabo de un tiempo llegó la oportunidad de entrenar a Sasha Zverev, tenista alemán de origen ruso asentado en el top 10 del ranking de la ATP. Una grave pelea entre ambos tras el Open de Australia de 2018 propició el fin convulso de su relación profesional, con varios cruces de declaraciones poco amigables. Hoy, ese conflicto es agua pasada. Ferrero había intentado hacer las cosas de la forma tradicional, aquella que con 14 años le decía que el siguiente paso era mudarse a una ciudad grande a entrenar en instalaciones de primer orden y bajo la batuta de algún reputado preparador. De alguna manera recordó que su éxito se cimentó en quedarse cerca de casa, con su gente y en su ambiente. El tenis es un deporte individual en el que



El entrenador y  
exjugador luce  
*bomber* de Dries Van  
Noten, pantalones  
de Levi's, zapatillas  
de Pedro del Hierro  
y bolso cantimplora  
de Givenchy.



Juan Carlos Ferrero,  
que llegó a ser número  
uno del mundo,  
mantiene una mirada  
lúcida y serena sobre  
el tenis profesional.  
Aquí luce un traje de  
Pedro del Hierro.



“Un jugador de tenis está en construcción continua. Si estuviera todo hecho, no tendría gracia, no habría motivación”

es imposible ganar sin un buen equipo. Y así, en vez de ponerse a entrenar a otro top 10 de la ATP, se centró en un chaval murciano de 15 años al que vio un enorme potencial. “Pasé de viajar en aviones privados a ir en coche. En Brasil nos pegamos unas buenas panzadas. Ir a torneos júnior, prescindir de muchas comodidades. No se me cayeron los anillos”, recuerda el valenciano. Iba a moldear a aquel chaval que había nacido y vivía a apenas 100 kilómetros de donde lo había hecho él, que entrenaría en su academia, lejos del mundanal ruido, como había hecho él, bueno, entonces no había Instagram, pero lo demás es casi calcado.

Aquel chaval rematadamente dinámico, algo desordenado, que no sabía muy bien aún cuándo “lanzar un torpedo o lanzar una granada”, aunque sea hoy ya una de las mayores estrellas del deporte mundial, está, casi como entonces, por construir. “Tiene 20 años. Posee muchísimas virtudes. Técnicamente es muy bueno. Con el saque estamos en pequeños cambios que la gente no nota, pero es muy complicado. También trabajamos el tema de la atención, la volea, hacer las dejadas cuando toca, porque ya todos se las conocen. Un jugador de tenis está en construcción continua. Mira, si estuviera todo hecho, no tendría gracia, no habría motivación”.

Insiste el extenista en este aspecto, porque el final de la pasada temporada de Alcaraz despertó unas dudas que él cree absolutamente injustas. Entre su victoria en Wimbledon y la siguiente vez que levantó un trofeo, el Masters 1000 de Indian Wells (su segunda victoria allí), pasaron más de seis meses de lesiones, derrotas y malos augurios. “Mira, yo que he jugado mucho tiempo sé que ganar es muy difícil. Tras Wimbledon tuvo *match point* contra Djokovic en Cincinnati, hizo *semis* en el US Open... Son resultados que cualquiera firma, pero una vez que ganas un Grand Slam se te exige más. La idea es centrarse en el día a día y no pensar en si ganas o no. El tenis es un deporte con muchos jugadores que no ganan nunca, que pierden cada semana. Carlos ganó seis torneos el año pasado. El resto, los perdió. Y listo”, zanja Juan Carlos Ferrero esta mañana de abril, unos días después de que su pupilo caiga en cuartos de final en el Masters 1000 de Miami (“me ha hecho sentir como si tuviera 13 años”, dijo en la rueda de prensa tras ser eliminado por Dimitrov, de 33 años) y antes de caer otra vez en cuartos de final en Madrid y cancelar su participación en Roma con el fin de poder afrontar Roland Garros con garantías. “¿Malas rachas? Yo qué sé, yo las llevaba como podía. Lo importante es no llegar a cogerle ma-

nía a este deporte, que es de verdad muy complicado, pase lo que pase".

Estamos hablando de una práctica en la que el llamado *big three*, los tres mejores jugadores de la historia (Federer, Nadal y Djokovic), que dominaron las pistas durante al menos tres lustros, solo ganaron el 56% de los puntos que jugaron. Por eso a Ferrero hay cosas que le duelen, como que el extenista y sacador bárbaro Andy Roddick criticara hace unos meses el saque del murciano. "Puede decir lo que quiera, pero decirle esto a un jugador como Carlos, que el saque es lo que más le ha costado en la vida, no sé, está feo", zanja el entrenador, quien en cambio sí prefiere explayarse en aspectos de mejora que ha visto en Alcaraz y que le han dejado, a él y a todo el equipo, sorprendidos. En especial, su mejora sobre hierba. "Yo veía que tenía un juego ideal para hacerlo bien en hierba. Se trataba de adaptar un poco más el tema físico y el de la movilidad. Al jugar en hierba debes entender el tipo de golpe que necesitas en cada momento. Ya de cara a las últimas rondas del Wimbledon pasado él entendió cómo moverse mejor, pero en las *semis* aún no resbalaba sobre esa superficie como debe hacerse. Fue justo en la final cuando aprendió a hacerlo. En la final que ganó, imagínate". Se le ilumina la cara.

La exigencia de estar a la altura del *big three* a la que se está sometiendo a Alcaraz la vivió la generación de Ferrero más en retrospectiva. Los 22 Grand Slam de Rafa Nadal parecen haber opacado los logros de gente como Ferrero o Feliciano López. En el tenis, si no entras en el top 100 no logras vivir de este deporte. "Creo que, por ejemplo, Feliciano ha tenido una carrera brillantísima. No ganó un Grand Slam, pero sí cosas importantes. Si me comparo con Rafa, mi carrera parece poco, pero he sido número uno, he ganado un Grand Slam, la Copa Davis... ¿Carlos va a lograr algo como lo de Rafa? Me encantaría, pero es complicado", comenta.

"Nadal nos ha malacostumbrado", aporta José Morón, director del medio especializado en tenis *Punto de Break*. "Parece que si no llegas a todas las finales, fracasas. Y creo que este es un mal muy de la sociedad actual: que si no ganas todo, eres un fracaso. Es una barbaridad. Hace 25 años, España no tenía apenas jugadores que se metieran en la segunda semana de un Grand Slam. Realmente creo que deberíamos valorar más lo que hizo



gente como Ferrero. No solo por los éxitos que logró, sino porque fue un jugador español, que en muchos aspectos no parecía español, y eso es muy bueno. Le gustaba mucho la superficie dura, por ejemplo, cuando los nuestros han sido siempre muy de tierra batida. Abrió muchas puertas y, sin duda, podía haber ganado más". Morón recuerda haber hablado con el valenciano un par de años después de su retirada y que este le admitiera que tal vez podía haber ganado más, pero que llegó un momento en que perdió las ganas. Al escuchar esto, Ferrero asiente, pero sin ningún tipo de nostalgia. En vez de pensar en qué podría haber logrado en su tiempo, prefiere fabular sobre cómo sería hoy en el circuito. "Mentalmente tal vez sería algo distinto, me tomaría de otro modo las derrotas. Es que los problemas de salud mental han estado siempre, la ventaja es que ahora sí se habla. Así, hoy yo sería más consciente de los momentos importantes dentro de las temporadas. Iba a tope cada

**"Los problemas de salud mental han estado siempre ahí; la ventaja es que ahora se habla de ellos"**



día y hay veces en que hay que temporizar. Mi tenis sería muy agresivo, creo que disfrutaría incluso más jugar en pista rápida. Pero, bueno, al final las características de un jugador son las que son", afirma el extenista, para quien existe un año fatídico en su carrera: 2004. Tras tocar el cielo el curso anterior, en ese ejercicio las cosas se torcieron para él y ya fue complicado enderezarlas. "Fue muy duro. Estaba en lo alto, tuve la varicela, que me dejó seco. Ahí perdí todo el ranking, tuve problemas de costillas, bajé del puesto 3 al 100 de golpe. Poco a poco me puse el mono de trabajo. El año siguiente fue bueno y acabé el 15 o 16... Y bueno, luego ya no conseguí otra vez estar del todo arriba".

—Cuando Carlos debe jugarse un punto decisivo parece que usted desde el box, en vez de pedirle medida, le pide que arriesgue más.

—No sé si es eso, es simplemente que Carlos se debe divertir. Y si veo que no se divierte, mi obligación es recordarle que lo haga.

—¿Si no se divierte no rinde?

—No es eso totalmente, pero sí es superimportante que disfrute. Necesita ese *flow* de buen rollo en el equipo. Se le nota mucho cuando goza y cuando no.

Para la historia queda la imagen de Alcaraz sonriente en su banquillo tras ganarle un juego a Rafa Nadal en el Mutua Madrid Open de 2022 y, desde el box, su padre le reprende: "¿De qué te ríes?". Alcaraz se gira, se encoge de hombros y responde: "Es que estoy muy nervioso". Acabaría ganando el partido y el torneo.

Afirma Ferrero que en el circuito actual no hay manzanas podridas, que el ambiente es sano y que Carlos, por ejemplo, se lleva especialmente bien con Jannik Sinner. No se ha planteado nunca entrenar a una chica, pero cree que podría hacerlo, porque el trabajo de un entrenador, dice, es pura adaptación y motivación. "Si me llama Badosa...", bromea. Sobre la irrupción de Arabia Saudí en este deporte con maletines llenos de dólares como ya ha hecho en el golf o el fútbol, asume las dudas al respecto de los derechos humanos en aquel país, pero reconoce que está a favor de "todo lo que sea ayudar al deporte. En mis tiempos el tema era China y, bueno, seguimos jugando. He jugado en la India en medio de una pobreza extrema", recuerda.

En cuanto a los Juegos Olímpicos de París —Ferrero fue olímpico en 2000 y 2004—, dice que ese dobles soñado con Nadal y Alcaraz como pareja "dependerá de cómo se encuentre Rafa físicamente. Los dos tienen la ilusión de jugar juntos, pero todavía no está hablado". Lo que sí preocupa un poco más al valenciano es cierta homogeneidad en el tenis actual. Hoy, cuando los tipos de 1,90 metros se mueven con inusitada agilidad y los palos que empezaron a dar los Kuerten y Agassi a finales de los noventa ya son norma, Ferrero, aunque celebra que se cuide más la nutrición, el físico, el pospartido y demás, no puede evitar explicar: "Tal vez es que todo el mundo juega sin esquema. Se juega mucho a destruir y poco a construir, te viene la bola y le pegas fuerte. No se arma un punto de 10 o 12 bolas. Toni Nadal dice que deberían ralentizarse bolas. Al final, la vida evoluciona y hoy todo va muy rápido y casi no da tiempo de pensar. Eso mismo se plasma en el tenis. Vamos a ver hasta dónde se llega, pero no se debe ir mucho más lejos, o el tenis terminará pareciendo pimpón". —EPS

En la página anterior, con sudadera y corbata de Gucci, y camisa de Pedro del Hierro. En esta página, look total de Pedro del Hierro y zapatos de Louis Vuitton.

Maquillaje y peluquería: David Bello para Chanel y Shu Uemura.

Producción: Cristina Serrano.

Asistentes de fotografía: Raúl Gandolfo y Ana Eguizábal.

Asistente de estilismo: Adrián Guillén.

Agradecimientos: Club de Tenis La Moraleja.

# Reinventar el movimiento

por Klaus Pichler

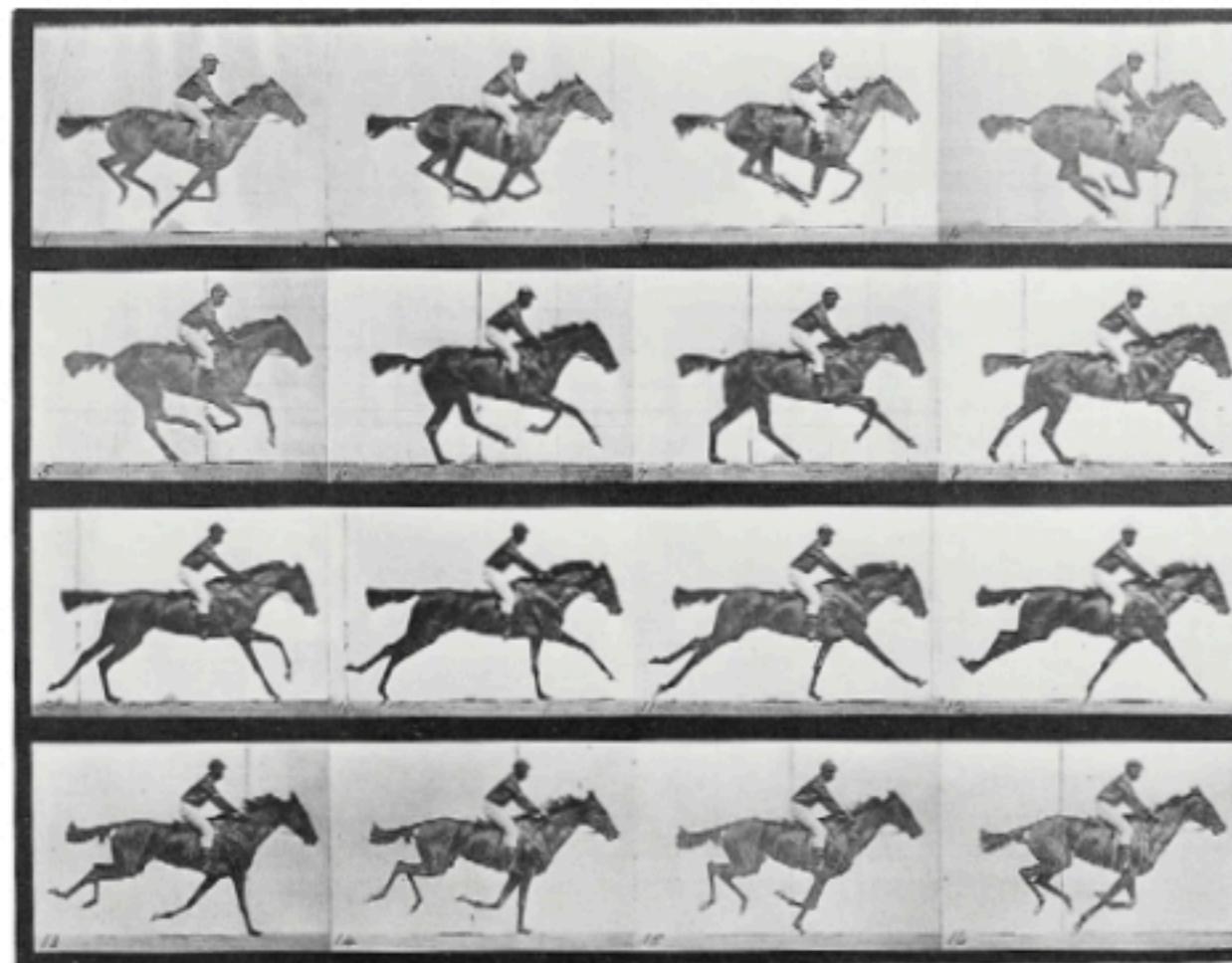


## FOTOENSAYO

Imagen de Klaus Pichler a partir de figuras de la placa 114b de Eadweard Muybridge.



## FOTOENSAYO



1

1. Placa 626: *Animal Locomotion*. Galope, yegua de pura sangre, de Eadweard Muybridge. 1887.
2. Figuras de las placas 143b, 683b y 576b de Muybridge. *Mujer vestida y caballo*, según Klaus Pichler.
3. Mujeres vestidas, otra de las obras del proyecto *The Loco Motion*, de Pichler.
4. *Hombres semidesnudos*, con los personajes retratados por Muybridge en su placa 59b.

Eadweard Muybridge fue uno de los grandes de la fotografía del siglo XIX, todo un sociólogo de este arte y uno de los precursores del cinematógrafo gracias a obras como *El caballo en movimiento* y a invenciones como el zoopraxiscopio. Ahora el fotógrafo austriaco Klaus Pichler le rinde tributo recreando y descontextualizando algunas de sus imágenes en el proyecto *The Loco Motion*.



2



3

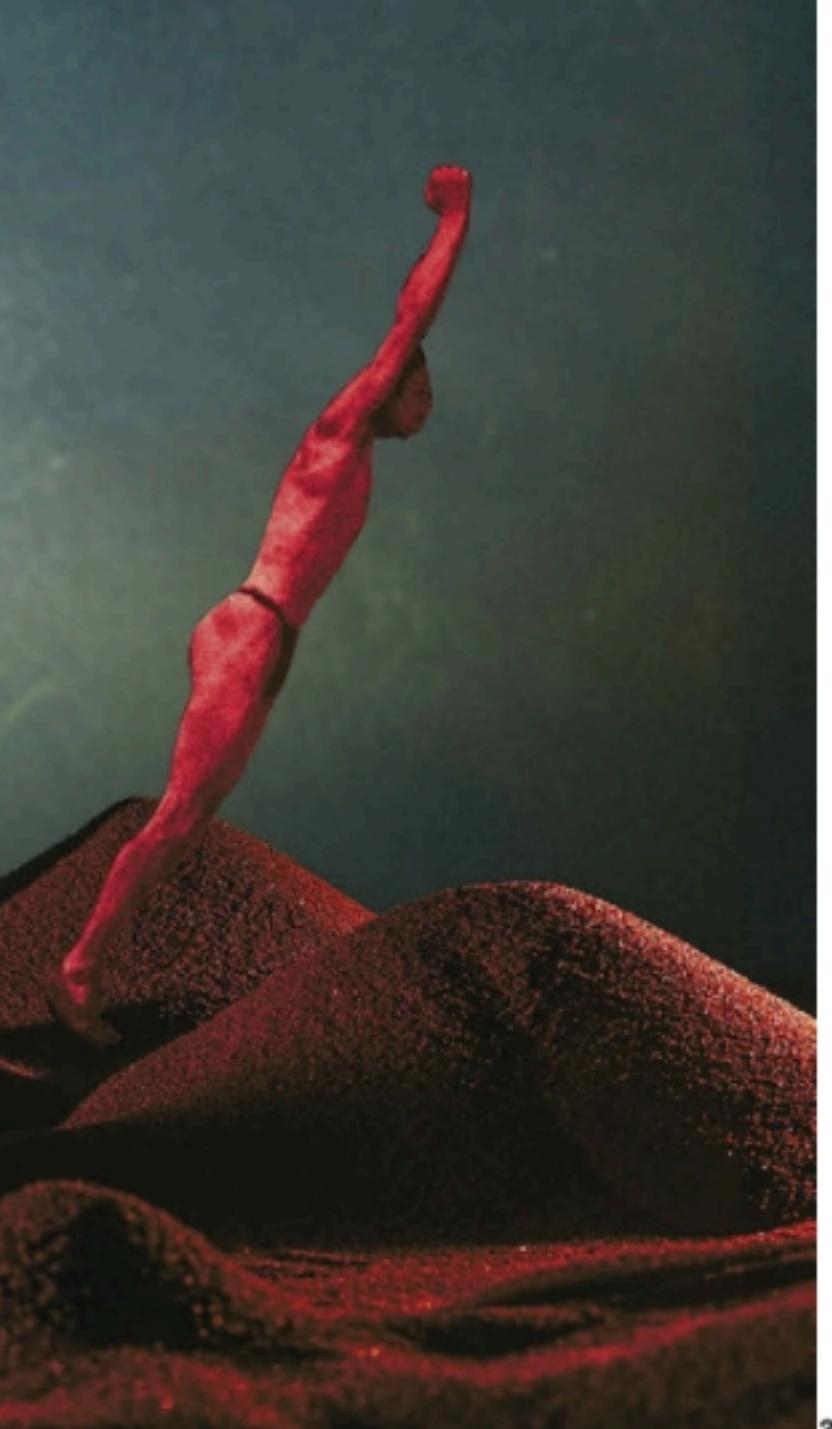
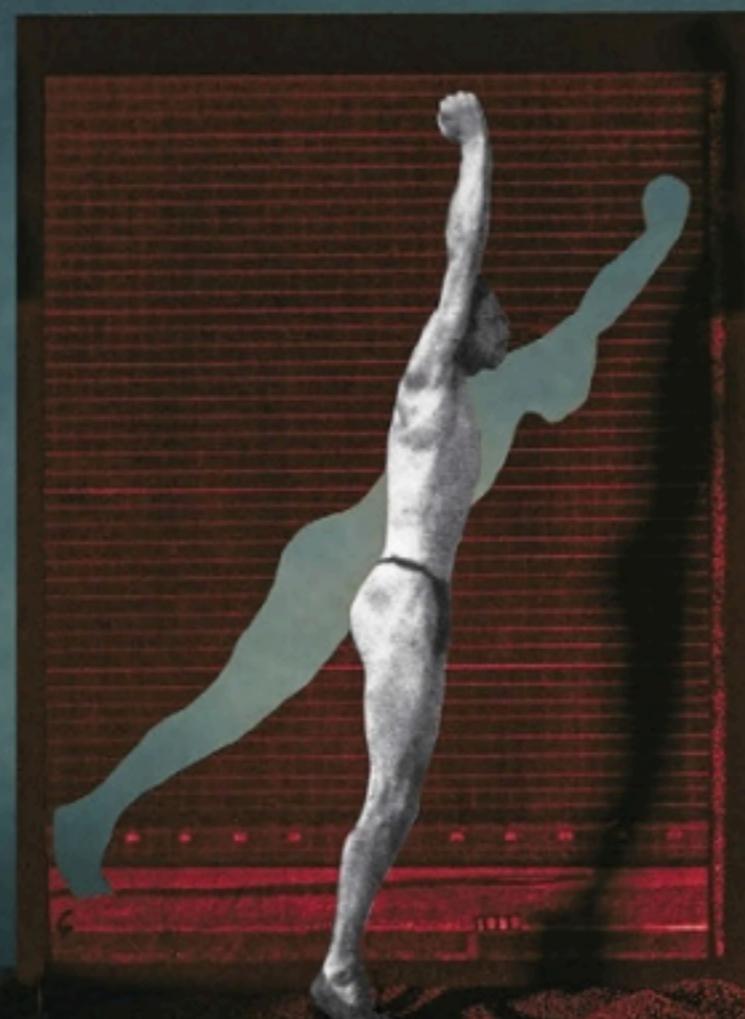




## FOTOENSAYO

**L**EJOS DE SU dimensión meramente reproductora, la fotografía puede ser, en tanto que una de las bellas artes, todo un universo de ensueño y expresión poética. Bien podrían aplicarse estos términos al proyecto *The Loco Motion*, en el que el vienesés Klaus Pichler ha querido rendir un homenaje a uno de los dioses de la fotografía, el británico Eadweard Muybridge. En 1887, Muybridge publicó un extenso portfolio titulado *Locomoción animal: una investigación electrofotográfica de las fases conectivas de los movimientos animales*. El volumen constaba de fotografías que muestran más de 20.000 figuras de hombres, mujeres, niños, animales y pájaros en movimiento, dispuestas en 781 placas. Cada placa presenta una serie de fotos que representan las distintas etapas de un movimiento completo frente a un fondo estandarizado, lo que convierte a aquella obra en un estudio fotográfico innovador de la locomoción humana y animal. Ahora Pichler reconstruye, deconstruye y reconstruye las imágenes creadas hace un siglo y medio por el autor de *El caballo en movimiento*. A partir de las imágenes de Muybridge se recortan los personajes que, entre otras acciones artístico-políticas, se liberan de la hegemonía normativa de la “cuadrícula antropométrica” creada por Muybridge. La obra persigue una especie de oda al movimiento basada en la deconstrucción del estricto sistema de las fotografías originales, en lo que supone una profunda y colorista reflexión sobre cuestiones como el género, el clasismo, la zoología y la cinética. —EPS

1. *Hombres y mujeres desnudos*, en la poderosa gama de colores plasmada por el fotógrafo austriaco en su homenaje a Muybridge.
2. Composición de Klaus Pichler a partir de varios esqueletos de caballo retratados por el gran fotógrafo británico del XIX.
3. Figuras masculinas descontextualizadas de la placa 163b de Eadweard Muybridge.



por Anatxu Zabalbeascoa  
fotografía de Francis Tsang

## Nathy Peluso

**“No quería ser una *pop star*, solo estar en contacto con el arte”**

Conocen a Nathy Peluso: argentina criada en España, estrella del rap forjada en YouTube gracias al éxito viral ‘Corashe’, ganadora de un Grammy Latino al mejor álbum alternativo. Ha hecho de la ruptura, lo inesperado, el descaro y el cambio continuo su seña de identidad. Ahora olviden todo esto. La autora de ‘Salvaje’ regresa con una nueva identidad en la que expone lo vulnerable que puede llegar a ser y un nuevo disco, *Grasa*. Nos sentamos a escucharlo junto a ella.



**S**IN APENAS MAQUILLAR y tras unas gafas de ver, Nathy Peluso (Luján, Argentina, 29 años) tiene una entrada tímida, de niña, alejada de la poderosa mujer que canta atacando y que reaparece cuando luego la preparan para la sesión de fotos. Vive entre Barcelona —“hay espacio para estar tranquila”— y Madrid —“más frenética”—. Creció en el barrio bonaerense de Saavedra y de adolescente emigró a Torrevieja (Alicante). Allí se curtió cantando en hoteles el repertorio de Frank Sinatra o Nina Simone. Escribe, compone, diseña y hace explotar temas reivindicativos, urbanos y empoderados. En *Grasa* explora, por primera vez, su lado sensible. Le damos al *play*, y mientras suenan las canciones del disco, conversamos con la argentina de lo que escuchamos y también de lo que no.

**“Una perra, sorprendente, curvilínea y elocuente / magníficamente colosal, extravagante y animal”. ¿Así es?**

Es lo más crudo de una parte de mi naturaleza. Pero mi personalidad tiene caras que distan mucho.

**“No estoy aquí para complacer a nadie. Estoy para remover algo”. ¿El qué?**

La función de un artista es remover cimientos culturales y personales. Por incómodo que sea. Siempre he tenido que hacer un sobreesfuerzo para encajar. Mi carácter me pasa factura. Pero siento poder dentro de mí. Y creo que es mi misión contagiar de esa fuerza a la gente.

**¿Necesita fuerza porque en algún momento no la ha tenido?**

Siento que las condiciones de vida que me han tocado (mis padres, mis raíces...) no han dejado chance de que no sea fuerte. Por supuesto que hay momentos en los que me siento rota, pero, cuando parece que no queda, hay un tractor tirando que va más allá de mi decisión.

**Tiene videos de niña bailando con los labios pintados. ¿La prepararon para ser artista?**

Cuanto más crezco, más claro veo: mis padres son artistas.

**Su padre es psicólogo y su madre enseña inglés.**

Más allá de lo que hacen, son escritores. La manera en la que hablan y escriben se traslada. He estado estimulada a la hora de expresarme.

**Vendía poemas instantáneos en el Rastro.**

Escribiendo poemas con la Olivetti para venderlos por la voluntad me di cuenta de que podía hacer canciones.

**Con 16 años cantaba en hoteles de Torrevieja.**

**50 euros, cuatro horas.**

Nina Simone, Ella Fitzgerald... Aprendí intentando imitar.

**De ahí al rap doliente de su primer disco: “Haces que mi rabia salga”.**

Fui sacando canciones en YouTube hasta que ‘Corashe’ me llevó a una exposición que me hizo tener mi público. **Visceral/vulnerable. Violenta/sensual. ¿Qué provoca sus cambios?**

Son una puerta para conocerme. Me canto rápido de mí misma. Soy muy productiva, me gusta retarme y constantemente crecer. Si me quedo en algo que ya funciona, siento que estoy perdiendo el tiempo para ser mejor artista. Mi personalidad es una dualidad extrema. Lo pasional que soy para mostrar mi fuerza es idéntico para mostrar mi amor y mi vulnerabilidad. Siento que lo que me caracteriza es que todo lo que siento, y muestro, es fuerte.

**¿La necesidad de mostrar fuerza denota debilidad?**  
Hoy no necesito mostrarla. Quizá en su momento fuera para defenderme. Pero soy así: histriónica, exagerada.

**¿Cuál es el precio de llegar siempre al límite?**

Agotamiento. Pero es mi condición artística, el motor de mi vida. No quería ser una *pop star* y llenar estadios, solo estar en contacto con el arte. Cuando alguien se emociona con lo que estás haciendo, sientes que estás teniendo una tarea en el universo.

**Como ciudadana argentina, ¿su rebeldía es más personal que política?**

Mi manera de defender un mundo amplio y plural, de provocar y hacer pensar, es remover emociones con mi música. Ahí también se generan conversaciones porque, políticamente, yo soy muy ignorante. Pienso que aporto cuando me emociono. Lo que nos cambia es el arte.

**¿La industria musical le permite hacer arte?**

Me gusta pensar que soy una infiltrada. Siento que lo popular necesita que le acerquen cosas que quizás no formen parte de lo comercial.

**Cambia incluso físicamente.**

Me corté el pelo [en marzo de 2022] por algo estético. Pero se trasladó a una época complicadísima de mi vida, de búsqueda interna, de disforia, de tener que reencontrarme conmigo misma.

**“Las mujeres solo podemos hacernos cargo de nosotras y que los hombres vayan aprendiendo a convivir con nuestro poder”**



#### **¿Qué la lleva a ese estado?**

Me interesan muy pocas cosas con mucha intensidad: mi profesión, que es mi tarea en el mundo, y el amor. De un hombre, de mi familia, de seres queridos.

**Dice en 'Mafiosa': "No cualquiera se me acerca yo lo sé / dicen que hay que tener agallas pa comerme".** 'Mafiosa' es el himno de una etapa de mi vida que nos identifica a mujeres poderosas de las que muchos hombres se alejan.

#### **¿Qué asusta a los hombres?**

El poder? Se asustan fácil. Qué seductor es ver a alguien seguro de sí mismo... Si a alguien eso lo aleja es porque, probablemente, tenga que trabajar en su interior. Que trabajen en terapia y ya los conoceremos. A mí la intensidad me enamora.

#### **Continúa la canción: "¿Qué mierda les pasa a los hombres cuando se trata de una mujer?".**

Es una conversación de nuestro presente femenino. No hemos solucionado absolutamente nada todavía. Pero lo único que podemos es hacernos cargo de nosotras. Y que los hombres vayan aprendiendo a convivir con nuestro poder. Nuestra seguridad e independencia de-

ben formar parte de nuestra cultura. Por supuesto que hay hombres estupendos. La gente que está en un proceso de inseguridad está en el camino a entender algo. Yo lo caricaturizo. Me gusta ser histriónica con los problemas de la sociedad porque forma parte del arte exponer las cosas brutalmente. Luego, soy una mina recomprensiva. **Ha dicho: "De repente me encontré con que se me permitía ser imperfecta y eso valía". ¿Habíamos llegado a pensar que alguien puede ser perfecto?**

Mi imperfección me hace única. Es mi fuente de poder. Somos seres únicos. Pero hay que ser valiente y trabajar mucho tu autoconocimiento para abrazar esa diferencia. Yo lo detecté de chiquita y me sirvió para desarrollarme profesionalmente.

#### **Habla de una infancia casi idílica.**

Soy una inmigrante, qué idílica...

#### **Muy querida por sus padres.**

El idilio se genera en los recuerdos y mis padres se encargaron de generar esos recuerdos. Tuvimos un montón de situaciones complicadísimas como todas las familias. Pero el recibo que queda es algo positivo porque hubo amor. Y el amor lo tiñe todo de un color lindo, ¿viste? Saber recibir y dar amor es la fuerza.

#### **¿Ha llegado a conocerse sola?**

Soy una persona exigentísima conmigo misma. Siento que cualquier situación de la vida tiene un aprendizaje. Me autoanalizo mucho. Y hago mucha terapia. Me encanta, como buena argentina que soy. Es una herramienta que lleva al máximo el jugo que le puedes sacar a cada experiencia. Pero hay que tener ese impulso. A veces uno no tiene tantas ganas de trabajar en uno mismo.

#### **"Tengo mis complejos. A veces considero que estoy buenísima. A veces no".**

Estoy aprendiendo a convivir con mis idas y venidas. La aceptación es un trabajo de por vida.

#### **Aprender a amar, dice uno de sus nuevos temas.**

Esa canción es un mensaje para mí y para todos.

#### **¿Implica que en algún momento no se quiso?**

Sí. Me parece sano, a veces, tener esos desencuentros. Si trabajas para volverte a encontrar, lo haces con más fuerza. Creo que es un reflejo de nuestra sociedad. Esta-

mos con necesidad de aprender a amar de otra manera. Falta amor. Hemos priorizado otras cosas. Parece que solo sepamos rentabilizar. Hay mucho bueno que nos hace crecer como sociedad. Pero también siento que nos alejamos de lo crucial. Estamos muy distraídos. El amor es una gran defensa que tenemos que desarrollar.

**En 'Aprender a amar' habla de su autoexigencia.**

**¿Una vocación es una obsesión?**

Estoy obsesionada con ser mi mejor versión. No me quedo tranquila si no doy el 100%.

**"Levántate, perra, no hay tiempo", dice.**

Esa canción me levanta. Es como si tu madre te dice: "Venga, venga, no hay tiempo de romperse".

**"Aunque yo lo consiga todo, siempre quiero más".**

Quiero hacer algo más allá de mi ego, algo que trascienda. Mi búsqueda es que esa ambición no me domine. Quiero que lo que hago les sirva a otras personas. Pero ambición por lo tangible no tengo.

**Tiene dinero.**

Obvio. Esa lucha ya la viví. No es un problema para mí tener más o menos dinero. Estoy preparada. Mi meta es superarme. El dinero va a venir. Si uno hace lo que tiene que hacer, las cosas funcionan. El motor que mueve todo es que yo no deje de superarme y ponerme a prueba.

**Dice que el dinero va a venir. ¿Qué pensará alguien en paro?**

Conozco la dureza, forma parte del aprendizaje de la vida. Me acuerdo de lo que es trabajar casi como esclava. Y, aunque el sacrificio tiene recompensa, somos todos un poco esclavos en este sistema capitalista-consumista. Estamos obligados a producir constantemente y no tenemos espacio para entendernos y conocernos.

**¿Nombrar a Versace en sus canciones ['Corashe'] o diseñar para Desigual, como hizo usted en 2022, no celebra ese consumismo?**

No soy una persona consumista, pero convivo con la industria de la moda. El lujo es una realidad que desconocía y he conocido. Te da comodidad. Soy hedonista: me gusta vivir rodeada de placeres, pero el lujo no está en el bolso de Versace. Está en abrirlo y que te esté llamando la persona que amas.

**¿Está enamorada?**

No.

**Siendo cada vez más conocida, ¿cómo se le acerca alguien?**

Sucede cuando sucede. Es de las mejores cosas del mundo. Tener pareja de por vida me encantaría. ¿Hijos? No sé.

**"El miedo de incomodar a alguien es una restricción para tu libertad".**



Yo no quiero incomodar, pero cuando uno es uno mismo, no puede estar bien con Dios y con el diablo. A algunas personas les incomoda conocer realidades distintas. Para mí es bello.

**¿Por qué se llama *Grasa* su nuevo disco?**

Me gustaría no determinar yo lo que tiene que pensar la gente.

**La grasa permite sobrevivir, pero está asociada al exceso y la suciedad.**

Me encanta ese contraste.

**Como usted, una convivencia de contrarios. El disco incluye la canción 'Mamá': "Siempre he tenido apuro en crecer. Lo siento si he sido arrogante". ¿Lo ha sido con su madre?**

Seguramente sí. Ante una madre siempre hay que hacer *mea culpa*. Cualquier adolescente es pelotudo. "Gracias a que sé que estarás a mi lado no le temo a la soledad". Es un "te amo" gigante.

**¿Nos cuesta decirlo?**

A mí no.

**¿Qué le cuesta a usted?**

Poner fin a cosas que quiero. Pero el amor no me da miedo para nada. Me gusta exponerme así. Me gusta que la gente sepa que para mí es importante. La vida se trata de eso: de ser especial para alguien. De compartir. "Si alguna vez me equivoco, te prometo volveré a

Nathy Peluso posa para los retratos de esta entrevista en el 5020 Studio Madrid, el nuevo estudio de grabación de Sony en la ciudad.

### **intentarlo una vez más". ¿A los padres se les permite equivocarse?**

Se va descubriendo con la edad que los padres son personas igual que uno. Es revelador. Como cuando descubres que no existe Papá Noel.

### **¿Sus padres tuvieron menos posibilidades de desarrollarse que usted?**

Las posibilidades que te brinda la vida son las que tenés que transitar. Los retos que ellos han vivido como padres han sido lo que se ha traducido en lo que soy yo hoy. Soy parte de ellos. Me parece que han triunfado muchísimo.

### **¿Y su hermana, Sofía Gabanna?**

Ella hace rap y se nota que es hija de mis padres. Era inevitable que fuera artista. Fuimos chicas muy estimuladas. Creo que el éxito de mis padres es cómo viven la vida.

### **¿Ha colaborado con ella?**

No. Está conociéndose. Empezando. No me pide opinión. Es tozuda, como yo.

### **Sí ha colaborado ahora con Duki y antes con Bizarrap o C. Tangana. ¿Cómo elige?**

La premisa es que me atraviese lo que hagan. Quiero tener una obra que sé que voy a defender a lo largo de mi vida. Invité a Duki porque hace años que veo el humano que es y me emociona. Representa los valores del hip hop: el esfuerzo de hacerse desde abajo. Me representa y me conmueve como hice con Puchito [C. Tangana]. 'Ateo' ha sido un himno porque es genuino. Metiéndote en un lugar que no es 100% tuyo se aprende mucho.

### **Siempre ha escrito sus letras.**

Y hago mi música. Cuando doy con algo me digo: "Lo toqué". Es como tocar a Dios. Pero cuesta mucho. Son momentos. Escribí 'El día que perdí mi juventud' sola, de madrugada. Sentía que llegaba algo muy fuerte. Como cuando tienes ganas de vomitar. La sensación es extrema: difícil de habitar y liberadora. Nunca he hecho nada al nivel de *Grasa*. Voy creciendo. No me podía permitir hacer algo que no me emocionara, por eso maté el disco anterior y no dejé que saliera, porque no estaba sintiendo lo que tenía que sentir. No estaba tocando el cielo.

**"No me permito hacer algo que no me emocione. Por eso maté el disco anterior y no dejé que saliera. No estaba tocando el cielo"**

### **¿Qué dijo su productora?**

Me apoyaron. Debieron pasar miedo, pero gracias a Dios confiaron en mí.

### **En la canción que acaba de mencionar dice: "Hoy volví a la puerta de la escuela para ver si aún la reconozco".**

'El día que perdí mi juventud' habla de cómo mantener la inocencia. Es una herramienta poderosa que perdemos. Reencontrarse con tu niña interior te hace crecer.

### **¿Qué se necesita para reencontrarse?**

Perder. Perder es la alarma. Perder lo que quieras, perdiste a ti mismo. Esa es la enseñanza de este disco: ensúciate las manos peleando con lo que te asusta. No existe una manera de fortalecerse sin pelear con el miedo. Para hacer este disco trabajé desde la crisis de identidad, de éxito, de ambición... De los 25 a los 29 mi vida ha sido un no parar de crisis. He tenido que parar, *resetear* la máquina y crecer.

### **¿Una duda es una crisis?**

Yo no tengo crisis profesionales. Son personales, abarcan toda mi existencia. Tuve que bajar a la caverna para ver quién era. Trabajar tanto te desconfigura la cabeza. Me di cuenta de que todo era intentar llegar. Tuve que reconnectar con la gratitud de hacer lo que hago día a día.

### **¿Cómo lo consiguió?**

Lo consigo cada día trabajando en mi interior la valentía de hacerme cargo de mí misma. La terapia ayuda. Es muy fácil hacerse el boludo: mirar para otro lado, distraerse. Esa es la exigencia de la que hablo. No me conformo.

### **"Tengo serenatas que tu vieja tararea. / Ese viejo de la esquina me dice que soy una cochina".**

La popularidad también es incomprendión. Caricaturizarlo me encanta.

### **"Voy a llegar a Hollywood sin arreglarle los dientes".**

Llegar al éxito sin comprometer mi naturaleza es el consejo de mis padres: mantener los cables en tierra es lo que mejor le sienta a la cabeza.

### **"No abandono por nadie mi paz". Pero... "Me la paso en aviones pero a la noche quiero calor".**

La guerra interna. Al final siempre gana la de la noche. Todos queremos amor.

### **Por cierto, no le veo el ojo Bowie.**

[Canta] "Cuando me pongo triste me cambia de color".

### **No está celeste. ¿Hoy no está triste?**

Es la leyenda.

### **Y yo me la creo.**

Eres valiente. Eliges creer. —EPS

# MARIANO COHN Y GASTÓN DUPRAT

por Jesús Ruiz Mantilla  
fotografía de  
Mariana Eliano





PERFIL

## LAS PELÍCULAS Y LOS ASADOS, EN SU PUNTO

Videoartistas, youtubers de andar por casa..., pero todo era cuestión de tiempo. Series como *El encargado*, *Nada* o *Bellas artes* y películas como *El ciudadano ilustre* o *Competencia oficial* trajeron la evidencia: son los cineastas argentinos del momento. O los cineastas del momento, a secas. Ideas claras y lengua suelta. Compartimos con ellos en Buenos Aires parrillas y confidencias.

# C

UANDO EN EL documental *Todo sobre el asado*, el negro Álvarez le pregunta a Tuca Espinoza qué le diría a una persona empeñada en predicar el hábito de no comer carne, el gaucho 12 veces campeón nacional del asunto, muy poco amigo de las palabras y medio laminado por la brasa de un sol metomentodo y peliagudo, rebusca un minuto en su propio silencio con la cámara paciente estampada en su cara y contesta: "Nada".

Gastón Duprat (Bahía Blanca, 54 años) y Mariano Cohn (Villa Ballester, 48), en cambio, directores de aquella soberbia y jugosa película sobre la idiosincrasia proteica argentina, sí están dispuestos a hablar ante unas buenas tiras de vacuno, varios chorizos criollos, ensaladas y panqueques en casa del propio Cohn. Este ha decidido mostrar sus dotes de anfitrión durante una noche del verano austral, generoso en sus dominios con parrilla de Buenos Aires. Ya tiene las piezas al fuego, las papas listas y el chimichurri con la receta casi calcada a la de Eliseo, el protagonista de su serie *El encargado*, en los cuencos:

—Sí, es la misma, pero sin moscas.

Lo matiza muy concentrado en el punto de las piezas, con su delantal, sus pinchos y sus cerca de 1,90 metros de estatura, para espantar aprensiones que no existen en medio de una invitación jovial y cálida a mesa puesta. En ese plan nos reciben este par de cineastas radicalmente originales, maestros de la comedia negra con colmillo, picante y machete. Las dos voces y lentes latinoamericanas que más andan destacando en el universo audiovisual últimamente tras éxitos en las plataformas como *Nada*, el fenómeno de *El encargado* —la serie argentina más vista hasta la fecha en su país— o ahora *Bellas artes*, rodada en España y recién estrenada dentro del catálogo de Movistar + y con Disney + en América.

Si para el primer título se centraron en la decadencia de un dandi porteño, interpretado por Luis Brandoni como crítico gastronómico con necesidad de ser redimido por una molécula de pureza encarnada en la actriz paraguaya Majo Cabrera y acompañado ni más ni menos que por Robert De Niro, en *El encargado* han escrito en imágenes y frases para enmarcar junto al fascinante y terrorífico actor Guillermo Francella una sociología de su país en un portal con pisos del barrio de Belgrano. Ahora cargan en la nueva contra el mundo del arte, acompañados por Andrés Duprat, hermano de Gastón y habitual guionista de la pareja creativa, además de director del Museo de Bellas Artes de Buenos Aires. Es decir, un experto en la materia desde dentro. Prepá-

## PERFIL

rence... Apuntan en cada plano junto a Óscar Martínez, su intérprete fetiche, contra lo que ellos consideran una ridícula superioridad moral de ciertas élites culturales perfumadas de poliéster.

El mundo de las series ya los ha elevado con *Nada* y *El encargado* a categoría de culto, algo que antes les había sucedido en el cine de ficción y documental con películas como *Yo, presidente*, *Borges está vivo* o *Todo sobre el asado* dentro del segundo género y *El hombre de al lado*, *El artista*, *Mi obra maestra*, *El ciudadano ilustre* y *Competencia oficial*, entre otras, en el primero. En todas ellas han demostrado siempre una visión propia del mundo por medio del humor más corrosivo, es decir, el que baila agarrado y sin remisión con la tragedia. Ese tono particular, afiladísimo y cruel, del que ya se han convertido en maestros.

En eso sientan cátedra y resultan imbatibles. Navegan por la estela de los grandes. No les gusta hablar de influencias, pero son nietos de Lubitsch, hijos de Wilder, hermanos de Rafael Azcona y Luis García Berlanga, primos carnales de Woody Allen o Nanni Moretti. Si la herencia de los dos primeros era Europa, la de los dos españoles citados, su tierra, y en el caso de los últimos, principalmente, Nueva York y Roma, Cohn y Duprat hurgan en Argentina, principalmente, como materia local para hablar del mundo y el tiempo que habitan. Arrancan de ahí, del terreno que conocen, y esparcen su dinamita a discreción para tratar sin piedad al género humano.

Lo hacen a conciencia y sin negociar los detalles. Todo en ellos parte de una obsesión por el fondo y la forma. Comenzaron en el videoarte, pronto pasaron a la televisión y a ella han regresado ahora con éxito global. Sus inicios se remontan a los años noventa con el programa *Televisión abierta*. "Venimos de un lugar en que forma y fondo son indivisibles", asegura Duprat. Más en su caso, después de haber estudiado Arquitectura. "Por eso yo incido más en ese aspecto mientras Mariano, que estudió Derecho, se ocupa de los contratos", bromea.

Cuando en los años noventa la tele vivía su vía crucis de prestigio nulo, ellos confiaron en el medio como una forma de expresión equiparable al cine y se adelantaron a canales del presente cuando determinados fenómenos aún no existían. "Hicimos YouTube sin que lo supiéramos. Acudíamos con una moto a casas de gente que llamaba para mostrar cosas, como si fuéramos un servicio de entrega a domicilio, un *delivery* con cámara que los espectadores solicitaban por teléfono". No había presentador, directamente lo contaba quienes contactaban con ellos. Cada uno se explayaba como le viniera en gana, sin censura. "Podían hablar del presidente, vender un coche. Eso nos llevó a cierta popularidad en Argentina porque el formato se vendió a todo el mundo. No usábamos pla-



tós, resultaba muy novedoso. La gente empezó a ver las casas por dentro, tal como eran. Algo muy realista, muy disparatado. Salvaje e hipnótico, más cuando el público estaba acostumbrado a ir a los estudios para aplaudir y si te faltaba un diente se lo ponían. Todo así se vuelve artificial, en cambio, nosotros mostrábamos casi pornográficamente lo que nos encontrábamos".

Desde sus inicios, por tanto, han buscado maneras profundas, sutiles y directas de provocar. Por eso no les sorprende la que se montó con la primera temporada de *El encargado*. El sector de los porteros en Argentina es poderoso. Puede decantar elecciones. Su sindicato impone. Los ciudadanos sienten cierta ambivalencia con quienes vigilan las casas. Por un lado, los temen, y por otro, se ven obligados a confiar ciegamente en ellos. "Se da un fenómeno muy particular acá. Los encargados de los edificios son

Los directores argentinos Mariano Cohn (tanto arriba como en la doble anterior a la izquierda) y Gastón Duprat, en la casa del primero de ellos en Buenos Aires.

considerados pares, como de la familia, hasta se les deja la llave y se los provee de vivienda y servicios de todo pago en el consorcio", asegura Cohn.

Cuando los argentinos conocieron a Eliseo, el personaje que borda con su descarnada ambivalencia Guillermo Francella, advirtieron en él un perfecto retrato de un alma nacional colectiva a merced de una planta carnívora. Pero al gremio retratado no le gustó. Nada. "El líder sindicalista de los encargados, un multimillonario que hizo grandes aportes a la campaña de Alejandro Fernández, presionó al Gobierno para cancelar la serie", cuentan. Los movimientos trascendieron a la prensa y sin querer lograron convertirla en la más vista en la historia del país". Rápidamente se filmó la segunda temporada y ahora llega la tercera, con un Eliseo al que ya nada se le pone por delante, advierten.

Francella consigue fundir varios géneros. "Unir dos en uno, comedia y drama", afirma Duprat. Por no hablar del terror. "Si tenemos que comentar alguna influencia en la serie puede ser *Tiburón*. Nos inspiramos en ella más que en otras películas. El monstruo sería Eliseo, lo metemos en una pecera que es el edificio. Es un depredador hermoso y fascinante. Nos divertimos mucho cuando filmamos con él en el set", afirma Cohn. "No te imaginás lo mucho que tiene de argentino... El personaje, me refiero, claro. Es tráxico, no le tiene miedo a nada, ninguna situación le hace temblar el pulso, personifica esa arrogancia basada en algo desconocido que tenemos por acá. En el fondo, Argentina no es para tanto. No sabemos en qué se basa esa arrogancia, de hecho, cuando Argentina se encuentra en el subsuelo", añade Duprat.

Uno cree tras engancharse a cada media hora de capítulo de la serie que Eliseo, con sus estrategias invencibles, sus artes diplomáticas, su manual de Maquiavelo para barrios acomodados, su voluntad resolutiva sin contemplaciones para arrabaleros y su mirada azul intensa, hubiera arreglado el país mejor que Javier Milei. Pero ambos parecen dos ficciones incompatibles. A Cohn y a Duprat sí les cuajó otra terna: la que formaron Luis Brandoni y Robert De Niro en otra de sus series magistrales: *Nada*. Para rehabilitar a su compatriota tuvieron que ceder en alguna cosa.

- ¿Qué opinás del chorizo?
- Buenísimo.
- ¿Repiten o vamos a la carne?
- A la carne, por favor.

## “Los artistas son un plomazo, no los creo, no me conmueven” (Gastón Duprat)

Abordemos la materia por partes mientras degustamos el menú. Primero conviene aclarar en qué consistió eso de rehabilitar a Brandoni: “Su nombre constaba en una de las listas negras del peronismo, no trabajaba y es un símbolo en nuestro país. Un demócrata que se comprometió con el régimen de Alfonsín cuando se reinstauró la democracia, llegó a diputado y ha hablado siempre con libertad. Un tipo honesto”. Brandoni, según Cohn y Duprat, no era bien visto por el tandem de los Kirchner y los cineastas se encargaron de devolverlo al lugar que merece ya en una película como *Mi obra maestra*, de 2018, y más tarde en *Nada*.

El actor solo les puso una condición: “Brandoni había hecho con Alejandro Doria las que para nosotros son las mejores películas argentinas de toda la historia en los ochenta. Para entendernos y salvando las distancias, hablamos de alguien como un Berlanga. Eran retratos en comedia muy humanos. A nosotros nos decía: ‘Ustedes son muy fríos, no buscan la emoción’. En las películas que a veces acuden a grandes festivales eso no cabe, la emoción se considera algo berreta, que dicen acá, de mala calidad”, aclara Duprat. “Nosotros le prometimos que no”, agrega Cohn, “que en esta ocasión introduciríamos algo de ternura, pero con una condición: no estábamos dispuestos de ninguna manera a meter tango. ¡Hubiese sido demasiado!”.

Vale. Pero aun así los advirtió: “No perdamos lo central, la historia de estos dos amigos, emotiva y cálida por empeñarse en la manía de ustedes tan corrosiva. A mí me interesa lo otro”. El pacto quedó claro. También se lo había apuntado De Niro. Pero la historia para convencerlo es otro cantar. Le atrajo su papel de narrador y traductor al inglés de términos como boludo, pelotudo y expresiones que iban desde *la verdad de la milanesa*, que puede traducirse como algo inapelable, un es lo que hay, a *remar en dulce de leche*, es decir, en la abundancia o *tirar manteca al techo*, algo así como derrochar...

Si aceptó fue porque es amigo de Brandoni desde hace años, cuando este fue su anfitrión en Buenos Aires allá por los años ochenta. Preguntó algún detalle del estilo “qué clima me tocará en la época de filmación”, también vio alguna película de las suyas como *El ciudadano ilustre* o *Competencia oficial*, con Penélope Cruz y Antonio Banderas junto a Óscar Martínez y en la que, seguro, quedó fascinado por cómo estos dos creadores tratan el universo de la interpretación, como admitió en la pasada entrega de los Goya Sigourney Weaver. Ni que decir

tiene que se redujo sustancialmente el caché, pero no tanto como para aligerar los nervios de los productores. “Para empezar, De Niro jamás había aceptado participar en una serie. Entrábamos en otra dimensión, pero merecía la pena, aunque sus agentes se lo desaconsejaban. Se preguntaban qué sentido tenía desplazarse al culo del mundo para rodar una historia donde ni siquiera era protagonista”, comenta Cohn. Cuando dijo sí, los productores y ejecutivos se quedaron mudos. Alguno llegó hasta a preguntar: “¿Es realmente necesario que De Niro haga el papel? Para ellos suponía un dolor de cabeza económico y logístico su presencia en Buenos Aires”. A los directores les entra ahora la risa cuando lo recuerdan. Hoy, además, De Niro está valorando volver a trabajar con ellos... Esta vez en Nueva York. “Ya tiene un guion. Su papel aborda a un ídolo popular en decadencia absoluta”, anuncian como primicia. “La película contará cómo su entorno de obsecuentes y parásitos se resiste a dejar de vivir de él a pesar de que el tipo se encuentra en la lona”.

—¡Qué bueno este aceite!

—Los hay bárbaros en Argentina. Lo que nos falta mejorar son jamones.

La estrella se instaló en la ciudad por ocho días, desde el primero de mayo, que empezó el rodaje. “No se trabaja nunca en la vida en esa fecha, pero acabaron cediendo porque los propios técnicos lo querían ver actuar. Temblaban al ponerle el micrófono. Algunas escenas hubo que repetirlas varias veces. Al único que no le importaba era a Brandoni, no se le torció ni un pelo.

Como apenas se le mueve a Óscar Martínez en *Bellas artes*, salvo si su personaje *revientapelotas* de director del museo se indigna por censuras tan contemporáneas como ridículas y frivolidades de retrovanguardia. “Aquí aplicamos una mirada muy crítica sobre los artistas y su supuesta superioridad moral”, asegura Duprat. Es un asunto en el que ambos se muestran implacables y que han tratado previamente a fondo en *El hombre de al lado*, rodada en la Casa Curutchet, un edificio que proyectó Le Corbusier en la capital argentina, pero también en *El ciudadano ilustre* o que también latía en *Competencia oficial* junto al canibalismo de los actores, en *Mi obra maestra* y también en *Nada*, aunque en esta ocasión, dulcificada por el amor a la cocina y el abrazo cálido de Buenos Aires.

Les espanta esa sobreprotección decretada no se sabe muy bien a santo de qué hacia los artistas en el entorno de la cultura y el espectáculo: “Que si son frágiles, sensibles, necesarios... Son un plomazo. No los creo y no me con-

mueven. Me merecen el mismo respeto que un taxista, un cocinero o un empleado administrativo", afirma Duprat.

A Óscar Martínez lo llamé ya de vuelta en Madrid y con la digestión hecha para que me comentara, sin ellos al lado, cuál ha sido su experiencia en común desde que lo convencieron para protagonizar *El ciudadano ilustre*. "Yo había visto *El hombre de al lado* y me fascinó, cuando inmediatamente después recibí una llamada de Gastón. Me dijo que habían escrito un papel especialmente para mí, aunque no me conocían, y que si no me importaba leerlo". Al colgar, Martínez pensó: "Qué presuntuosos estos chicos, sin haber hablado conmigo jamás...". "Cuando empecé a leer el guion, a la sexta página me di cuenta de que así había sido". Cómo lo habían logrado sin haber cruzado antes con él una palabra sigue siendo un misterio para el actor.

*El ciudadano ilustre* tardó en rodarse cuatro años. La película se retrasó porque no aceptaban varias condiciones de los productores. "Otros hubieran negociado; ellos, no. Son vehementes, valientes, inteligentes, astutos, peculiares, agudos. No renuncian al ideal del qué y cómo quieren hacer las cosas. Por eso están donde están", asegura. Y por eso, por su impronta, por esa audacia que les confiere estilo propio y fama de duros negociadores, muchos otros actores desean trabajar con ellos, como fue el caso de Penélope Cruz y Antonio Banderas en *Competencia oficial*.

Martínez recuerda una anécdota. La estrella madrileña estaba deseando colaborar con ellos, pero alguna duda tenía. "Me preguntó cómo era eso de trabajar con dos directores y yo le respondí que, en el caso de Mariano y Gastón, exactamente igual a

Duprat y Cohn, junto a Robert De Niro, durante el rodaje de la exitosa serie *Nada*, en la que tomó parte el gran actor estadounidense.

hacerlo con uno". ¿Por qué? "Supongo que discuten antes todos los aspectos, pero en el set no hay lugar para ninguna discusión entre los dos. Gastón se ocupa más de los actores y Mariano de los aspectos técnicos, pero van a una, con las ideas muy claras", afirma el protagonista de *Bellas artes*, encantado también este año con el éxito de otra serie de Movistar + en la que destaca, creada por el gran Félix Viscarret: *Galgos*.

La sesión en casa de Cohn acabó a base de panqueque de dulce de leche con el azúcar caramelizado al punto en la parrilla. Otra de sus obsesiones. Tales que para que la crema de dioses desbordara su fina armadura de tortita en un plano de *Nada* tal y como él quería, lo repitió decenas de veces. Así quedó: como una verdadera alegoría del placer extremo o del pecado. Ni hablar de Milei nos amargó la noche frente a los postres. Lejos de entrar en política, sí puntualizan algunas cuestiones de gestión cultural polémicas que la llegada del nuevo presidente ha traído. Cohn: "Los cineastas y artistas están preocupados. Se quejan en redes y se movilizan con cartelitos en los festivales, ligando el cine a conceptos como patria y soberanía. A mí me resulta algo anacrónico y castrense, equivocado, en mi opinión", asegura.

Lo que le molesta es el silencio de años anteriores, algo que resta entidad a las palabras. Y después esgrime un diagnóstico: "Lo cierto es que estas instituciones andaban en ruinas, desfinanciadas y obsoletas desde

años atrás, décadas, como el país entero. Debemos tener en cuenta que más de la mitad de los argentinos son pobres. Por eso veo bien que se discuta la gestión de estas instituciones, para que funcionen bien, no para destruirlas como propone Milei, pero sí para mejorarlas".

Duprat añade: "Es muy interesante observar cómo los artistas, que en general uno asocia al inconformismo y al riesgo, no quieren que nada cambie, a pesar de que saben que el sistema viene funcionando muy mal hace tiempo. Repiten como un mantra que el cine no se toca y así cierran el debate. También cuando van a levantar un premio a algún festival y aprovechan para denunciar en tono comprometido el fin de la cultura. Me parece de una gran hipocresía, porque este desastre viene de hace años, pero solo chillan ahora. En Argentina, los artistas terminaron siendo el sector social más conservador".

—¿Otro panqueque?

—Mejor, no...

Si metemos más azúcar al asunto acabaremos por reventar los índices de glucosa y desacreditarlos. No casa con el estilo amargo de la casa, ¿no creen? Aparte, no nos vaya a dar por acabar la cita bailando tango. —EPS





# DESCUBRE EXPERIENCIAS ÚNICAS



En **EL PAÍS Viajes** hemos preparado **rutas exclusivas** con las que disfrutar, en **compañía de expertos** de distintos ámbitos, de los rincones más espectaculares y sorprendentes del planeta. Si nos acompañas, recorreremos el mundo para descubrirlo con otros ojos.



## PRIMAVERA ANTÁRTICA EL DESPERTAR

CON SEBASTIÁN ÁLVARO

DEL 30-10 AL 16-11

Antártida, un continente helado más allá de los confines del planeta que cautiva y subyuga solo con leer su nombre.



## LA ESENCIA DE JAPÓN

CON PATRICIA PAULO

DEL 9-10 AL 21-10

Visitaremos el Japón moderno y el tradicional. En medio de maravillosos paisajes entraremos en sus majestuosos templos y santuarios, comprenderemos las claves del sintoísmo, del budismo, su sincretismo y presencia en todo el país.



## MÉXICO: DE TEOTIHUACANOS A MAYAS

CON ÁLVARO PLANCHUELO

DEL 31-10 AL 15-11

Un país de enclaves arqueológicos, una vibrante cultura indígena, los vecindarios cosmopolitas de la ciudad más grande del mundo, una cocina deliciosa y, por supuesto, playas.



MÁS INFORMACIÓN:  
[viajes.elpais.com/es-es](http://viajes.elpais.com/es-es)

elpaisviajes@viajesazulmarino.com · 919 432 376

**azulmarino | EL PAÍS**

# PLACERES

**EL OBJETO**

## Un clásico instantáneo

FOTOGRAFÍA DE JUAN CARLOS DE MARCOS  
ESTILISMO DE PAULA DELGADO

**E**L BOLSO ATLANTIS, de Louis Vuitton, pudo verse por primera vez en la colección de *prêt-à-porter* otoño/invierno de 2016 de la *maison* parisienne y se convirtió en un clásico al instante. De espíritu aventurero y estilo universal, esta *tote bag* flexible y funcional ha sido concebida para ser lo más duradera y versátil posible y el tiempo lo está demostrando: pasan los años y sigue de moda.

Esta versión del Atlantis, de la colección Dark Side, está elaborada en suave piel napa con acabado brillante e incluye una original cadena ajustable y una correa extraíble trenzada con piel adornada con el logotipo LV Circle que permite llevarlo al hombro. El interior incluye un forro con motivo Monogram en Jacquard, una cartera de mano extraíble con cremallera y una etiqueta para el equipaje con el logo de Louis Vuitton, un pequeño guiño a los orígenes de la casa francesa, una marca cuya historia comenzó en 1854 a través de los viajes. —EPS



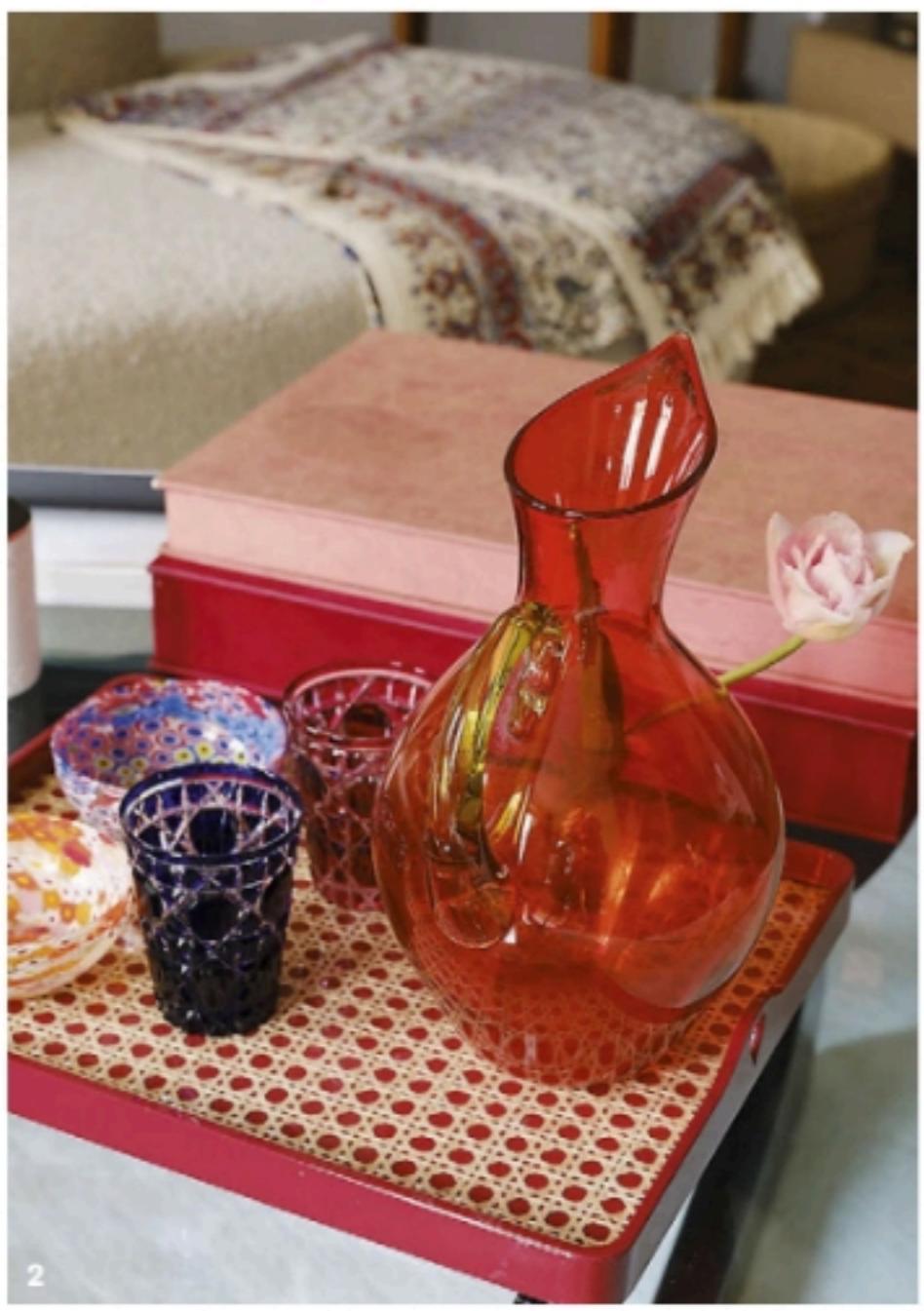
# EL ARTE DE VIVIR LA FRANCESA

Para Cordelia de Castellane no hay reglas en el interiorismo. "Nunca hay que tomarse demasiado en serio la decoración", dice la directora creativa de Dior Maison y Baby Dior. Su apartamento en la margen izquierda del Sena es un ejercicio de mezclas insólitas que hace honor a esa filosofía.

por Martín Bianchi  
fotografía de Oleg Covian



En esta página, Cordelia de Castellane posa en uno de los salones de su casa. La diseñadora lleva camisa blanca y vaqueros de Dior. El escritorio de ratán lo rescató de su casa de campo en L'Oise. Sobre él, unos antiguos matraces volumétricos de laboratorio que funcionan como jarrones. En la página anterior, otro salón de su piso, con un sofá italiano de los años sesenta y una obra de arte de Aaron Young. Detrás del sofá, un biombo de Jean-Michel Frank. Sobre la mesita, una lámpara, también de Frank.



**C**ORDELIA DE CASTELLANE (París, 1981) afirma tener un sexto sentido. Dice que es capaz de ver el "aura" de un lugar. "Si siento que una casa no tiene buenas energías, no la cojo. Aunque sea preciosa, no la cojo. Las casas me hablan", asegura la directora creativa de Dior Maison y Baby Dior. Puede parecer una exageración, pero la diseñadora insiste en el poder de su intuición. "Una vez nos mudamos de oficina y, en cuanto llegué a la nueva, dije: 'Huele a muerte, no me gusta'. Tuvimos un año horrible en el trabajo, todo nos salía mal. Nos volvimos a mudar y las cosas mejoraron. Tiempo después me encontré al jardinero de ese edificio y le comenté lo que nos había pasado. Me confesó que 20 años antes había ocurrido un crimen allí. Yo tenía razón, ese sitio oía a muerte", recuerda.

De Castellane acaba de mudarse a un piso amplio y luminoso en el distrito VII de París, en la margen izquierda del Sena, en el corazón del barrio de las galerías de arte, los anticuarios y las librerías. El apartamento data del siglo XVIII y está ubicado entre el Museo de Orsay y el Instituto de Francia. La diseñadora lo encontró el 8 de noviembre del año pasado, el día del cumpleaños de su madre, la interiorista griega Atalanta Politis. Dice que eso fue una buena señal. "Llevo 20 años viviendo en esta zona porque se respira un aire de libertad y de bohemia. Cuando vi el anuncio de este piso en el periódico, llamé y me dijeron: 'Si viene ahora, se lo podemos enseñar'. Vine, lo vi y les dije: 'Lo quiero'. Su sexto sentido no le falló.

**"Mi madre [la interiorista Atalanta Politis] es más salvaje y alocada que yo. Cuando ve mi piso, me dice que le parece muy conservador"**

1. Una de las salas de estar de la casa está decorada con un sofá verde que perteneció a Hubert de Givenchy. Las lámparas son de Fortuny. 2. Vasos y jarra diseñados por Cordelia de Castellane para Dior Maison. 3. De Castellane, con blusa de seda estampada de Dior, diseñó la tela que forra el comedor. Está inspirada en el *singerie*, motivos decorativos que representan monos antropomórficos. La mesa de mármol, de los años cincuenta, es de Maison Jansen.
4. Detalle de la vajilla Lily of the Valley, creada por De Castellane para Dior Maison: servicio de platos de cerámica, servilletas bordadas blancas y verdes, y velas para candelabros. Los candelabros y macetas de bronce, también de Dior Maison, están hechos en colaboración con Osanna Visconti.
5. Un par de butacas de Pierre Jeanneret y, de fondo, una fotografía de la artista española Pilar Albarracín.

No han pasado ni seis meses desde que se mudó, pero no hay ni una sola caja de mudanza a la vista, ni un solo objeto fuera de lugar, ni una sola habitación sin decorar. "La casa no está terminada. Faltan las cortinas", aclara, señalando los grandes ventanales desde donde se ve un edificio palaciego donde vivió Charles Floquet, famoso político de la Tercera República Francesa. Insiste en que



quedan cosas por hacer. "Siempre traigo nuevos bebés a la casa: un pequeño espejo, una silla..., y empiezo a cambiar todo de sitio". Vive con sus hijos adolescentes, pero no hay rastro del desorden propio de los jóvenes. ¿Cómo lo consigue? "Gritándoles", responde. "No, es broma. No son muy desordenados".

La directora creativa de Dior Maison, la línea para hogar de la firma de lujo parisina, ha decorado el apartamento sin ayuda de nadie. Para cualquier mortal, ejecutar el proyecto de interiorismo de un piso de estas dimensiones en tan poco tiempo y en solitario sería una proeza. Para ella, es su trabajo. "Es que me dedico a esto", dice. El resultado es un hogar ecléctico de colores vivos que mezcla sus propios diseños con reliquias de su familia, una selección variopinta de muebles, libros y textiles que ella misma ha adquirido a lo largo de los años en mercados de pulgas y anticuarios, y piezas de arte contemporáneo que le dan a todo un punto punk.

Según De Castellane, no hay un método detrás de esta *mélange*. "Mi



La diseñadora, con chaqueta Bar negra de lana de Dior, prepara una mesa en su cocina de estilo provenzal. Los platos de cerámica y los vasos de cristal, pintados a mano, y el jarrón de cristal forman parte de la colección Lotus que ha creado De Castellane para Dior Maison. "Mi trabajo es muy fácil porque *monsieur* Dior dejó un gran archivo lleno de referencias y códigos", dice.

regla de oro de la decoración es que no hay reglas. Cuando tienes dinero, puedes comprar objetos bonitos, pero el dinero no lo es todo. Es más importante tener cosas con historia, que te hagan recordar buenos momentos", explica. En un mismo salón conviven un sofá italiano de lana *bouclé* color crema de los años sesenta que heredó de su abuela, un biombo original de Jean-Michel Frank, obras de artistas contemporáneos como Aaron Young, Marc Quinn y Adam James, un escritorio de ratán que rescató de su casa de campo en L'Oise, al norte de París, un antiguo escritorio tipo *secretaire* veneciano y puertas de estilo *chinoiserie* que compró en un viejo castillo. En otra sala hay un par de modernas butacas de Pierre Jeanneret, estrecho colaborador de Le Corbusier, y un sofá clásico de terciopelo verde sobre una alfombra de leopardo. El sofá perteneció al diseñador Hubert de Givenchy y lo compró hace unos años en una subasta. "Alguien me dijo: '¿Por qué no lo re-

tapizas?'. Le respondí: 'Ni lo toques!'. Las lámparas son del taller veneciano del español Mariano Fortuny.

La casa es un ejercicio de mezclas insólitas y detalles con un punto de humor. "Mi madre me enseñó que nunca hay que tomarse la decoración demasiado en serio", dice. El comedor está forrado con una suntuosa tela inspirada en el *singerie* o monería, motivos decorativos que representan monos antropomórficos, una tendencia muy de moda en la Francia del siglo XVIII. La propia De Castellane diseñó el textil, en el que se ve a unos simios tocando instrumentos musicales. La mesa, de mármol Breccia, es de los años cincuenta, un diseño de Maison Jansen, considerada como la primera firma de diseño verdaderamente mundial. Por todas partes hay elementos disruptivos. En la cocina, de estilo provenzal, hay estanterías atiborradas de biografías de políticos como De Gaulle, Chirac, Kissinger y Luis XVI, y en el cuarto de baño principal cuelgan fotogra-

fías de Helmut Newton y retratos de Serge Gainsbourg y Jane Birkin. La pareja de cantantes vivió en la calle Verneuil, muy cerca de este piso.

De Castellane bebe de la influencia de muchos decoradores, desde Madeleine Castaing hasta Betty Cartoux, pasando por Billy Baldwin y Renzo Mongiardino. Su dormitorio está forrado con una tela floral a rayas diseñada por ella y confeccionada por Maison Thevenon, estampadores textiles desde hace más de un siglo. Sobre el cabecero de terciopelo verde de la cama cuelgan dos *decoupages* soviéticos hechos por una artista rusa desconocida. Dos taburetes de cerámica de India Mahdavi funcionan como mesitas de noche. Frente a la ventana de su habitación hay un escritorio donde pasa las tardes realizando sus diseños para Dior. En otra pared hay una foto original de Alberto Giacometti tomada por Cartier-Bresson y un retrato de su abuela hecho por la artista griega Sophia Vari, esposa de Fernando Botero. "Crecí entre París y Suiza, pero pasé mucho tiempo de mi infancia con mis abuelos. Cuando veo este cuadro, pienso en mi abuela griega", dice. Detrás de una puerta se vislumbra el baño principal, entelado con un textil de motivos florales, y un amplio vestidor azul cerúleo.

Su madre, la interiorista Atalanta Politis, es otro de sus referentes. "Para ella tampoco hay reglas en la decoración. Pero es más salvaje y alocada que yo. Cuando ve mi apartamento, me dice que le parece muy conservador", reconoce entre risas. Ella le enseñó la importancia de la iluminación, de la luz suave e indirecta. "Siempre me dice que crear un ambiente es más importante que lo que hay dentro de la casa". También encuentra inspiración en el trabajo de su tío abuelo Emilio Terry, el mítico diseñador de interiores español que colaboraba con Salvador Dalí y Jean-Michel Frank, y en el



El apartamento, amplio y luminoso, está ubicado en el distrito VII de París, en el corazón del barrio de las galerías de arte, los anticuarios y las librerías





de otro tío abuelo, Boni de Castellane, célebre esteta y coleccionista de arte de la *belle époque*. Su árbol genealógico está plagado de iconos de estilo. Su abuela sevillana, Silvia Rodríguez de Rivas, fue una de las mujeres más elegantes del siglo XX. "Mi padre [el aristócrata Henri Jean de Castellane] creció en Madrid y cuando estalló la Guerra Civil se tuvo que ir del país. Me siento más griega que española, pero me encanta la danza, la cultura y la comida de España", dice.

El diseño era un camino lógico para ella. Cuando era adolescente, pasaba los veranos con su tío Gilles Dufour, mano derecha de Karl Lagerfeld, en el taller de Chanel. Con 16 años, dejó la escuela para trabajar con el diseñador Emanuel Ungaro. Él le enseñó el arte de mezclar los colores. Allí pasó de recoger alfileres del taller de alta costura a ser ejecutiva de relaciones públicas. En 2007 lanzó su propia línea de ropa para niños y abrió una *boutique* en la calle Bac. Sus diseños, clásicos pero con un toque de fantasía, atrajeron la atención de la *maison* Dior, que en 2012 la fichó como directora creativa de Baby Dior, la línea infantil de la marca. En 2017, la firma francesa también la nombró directora creativa de Dior Maison, la línea dedicada a dos de las grandes pasiones de Christian Dior: el arte de vivir y de recibir "a la francesa". "La moda va y viene. La decoración, en cambio, está más relacionada con un estilo perenne: uno quiere cosas para el hogar que permanezcan en el tiempo", explica De Castellane.

En estos ocho años al mando de Dior Maison ha convertido esta línea en un nombre propio en el mundo del interiorismo. Sus creaciones —

**1.** La habitación de una de las hijas de Cordelia de Castellane. ¿Cómo consigue que esté todo ordenado? "Gritándoles", responde la diseñadora. "No, es broma. No son muy desordenados". **2.** El vestidor azul cerúleo de De Castellane. **3.** Su dormitorio está forrado con una tela floral a rayas diseñada por ella y confeccionada por Maison Thevenon, estampadores textiles desde hace más de un siglo. Sobre el cabecero de terciopelo verde de la cama cuelgan dos *decoupages* rusos de principios del siglo pasado. **4.** En una pared de la habitación de la directora creativa de Dior Maison cuelga un retrato de su abuela hecho por la artista griega Sophia Vari, esposa de Fernando Botero. **5.** Una cabeza de cerámica del taller sevillano The Exvotos.

platos, vasos, copas, manteles individuales— se nutren de los archivos de la casa parisina y de los códigos del fundador: desde el icónico motivo *cannage* hasta la rosa. "Me gustan los objetos que tienen historia y que están vinculados a Christian Dior y a la *maison*", apunta. "El trabajo es muy fácil porque *monsieur* Dior dejó un gran archivo lleno de referencias. Le gustaban los jardines, la naturaleza y unas líneas muy concretas, y todo eso está en mis colecciones".

**De Castellane dice ser capaz de ver el "aura" de un espacio. "Si siento que una casa no tiene buenas energías, no la cojo. Las casas me hablan", asegura**



5

Con el tiempo ha ido descubriendo que tiene mucho en común con *monsieur* Dior. Al igual que el modista, ella está obsesionada con la jardinería. Su apartamento está lleno de flores frescas de su casa de campo en L'Oise y de arreglos hechos por Eric Chauvin, florista parisina favorito de Dior. Al igual que Dior, es acuaria y muy supersticiosa. Los monos en su comedor, por ejemplo, no están allí por casualidad: Christian Dior los usaba en su trabajo porque creía que traían buena suerte. "Él era muy ansioso y creo que yo también lo soy. A él le gustaba reírse mucho, a mí también. Él tenía un lado infantil y creo que yo también lo tengo", dice De Castellane.

Sus amigos saben que tiene un sexto sentido para las casas, pero ella suele ocultarlo. "A veces voy a casas increíbles y me preguntan: '¿Qué te parece?'. Si siento una mala energía, no lo digo. No quiero que nadie piense que soy envidiosa", reconoce. —EPS

**Eva Lootz: arte, materia y energía.** Afincada en España desde 1967, la artista vienesa de 84 años mantiene un asombroso nivel de actividad. Dos nuevas exposiciones en Madrid, tras las recientes en Valladolid, Barcelona y San Sebastián, lo confirman.

POR IANKO LÓPEZ  
FOTOGRAFÍA DE SOFÍA MORO



**E**VA LOOTZ (VIENA, 84 años) es todo energía. Para acceder a su casa de la sierra de Madrid, que lleva semanas cerrada, hay que empujar unas puertas metálicas que solo se deslizan con mucho esfuerzo y entre quejidos herrumbrosos, y lo hace casi sola. Ya dentro, corre a encender la chimenea de leña: papel de periódico, piñas, ramas, una cerilla, golpes de fuelle.

“Soy muy friolera”, dice. “¡Y esto no tira!”. Y le da al fuelle.

Reparte sus días entre esta casa y su buhardilla en la calle de Piamonte, en el centro de Madrid, donde últimamente ha pasado más tiempo por los preparativos de su exposición *Si aún quieres ver algo*, en la Sala Alcalá 31 (hasta el 21 de julio), comisariada por Claudia Rodríguez-Ponga. La muestra coincidirá con la que le dedicará el Museo Reina Sofía (desde el 12 de junio), pero también con otra ya inaugurada en la sala Kubo Kutxa de San Sebastián, *Entrelazar, arrugar y seguir el hilo* (hasta el 25 de agosto), y después tomará el relevo el C3A de Córdoba (desde el 17 de octubre). Estas se suman a otras recientes en el Museo Patio Herreria-

A close-up portrait of Eva Lootz, an elderly woman with blonde hair, looking directly at the camera with a slight smile. She is wearing a dark blue, textured sweater over a red, ribbed turtleneck. The background is a soft-focus interior.

Eva Lootz, en  
su casa de  
Robledo de  
Chavela (Madrid).  
En la página  
anterior, una  
obra con letras  
en homenaje  
a Duchamp, y  
elementos de la  
naturaleza en la  
obra de Lootz.

---

**“Vine en los estertores del franquismo y conecté con la gente inquieta.  
Luego vino la decepción: 40 años no se liquidan en dos patadas”**

Como quien  
buscan D  
la palabra  
pierde el  
habla



La artista, en plena actividad en su casa-estudio de la sierra madrileña. En la página siguiente, *Jamás podrá*, escultura de 1989 en bronce patinado.

no y el Museo Nacional de Escultura, ambos en Valladolid, y en la Fundación Suñol de Barcelona. Que esta artista afincada en España desde 1967 —recaló aquí con su marido, el escultor Adolfo Schlosser, camino a Lisboa—, premio Nacional de Artes Plásticas en 1994, esté recibiendo tanta atención últimamente es una buena noticia para el círculo de entusiastas que llevan décadas admirando su quehacer.

**¿A qué atribuye este repentino interés en su obra?**

Pensarán: "Esta se va a morir en dos días, vamos a aprovechar antes".

**¿No cree que ha habido un cambio de percepción sobre las mujeres artistas?**

Sin duda. Ha cambiado todo mucho.

Habla alto, incansablemente y con pasión de lo que le interesa. Ya sea de la historia de la minería, de las propiedades del mercurio, de la formación del lenguaje, de etnografía, filosofía o ecología. Su arte encapsula todos estos temas con el mismo ahínco con el que evita las cuestiones autobiográficas. "Nunca he querido hablar de mí, por eso me volqué en los materiales. Al principio hacía pintura en bastidor. Luego dejé los colores y pronto también los bastidores. Y usé distintos líquidos: parafina, lacre, alquiles. A principios de los setenta hice una obra con semillas de algodón dispuestas de la manera lo más neutra en el suelo, y vertí la parafina líquida encima. La dejé enfriar y ya estaba". Nada industrial: "Esas obras las hice yo misma, con un hornillo. Igual que las de plomo o estaño, que puedes fundir en casa. Creo que a usar el calor he tendido inconscientemente, por ser tan friolera".

**Estudió para ser directora de cine. ¿Cuándo decidió que quería ser artista?**

Toda la vida dibujé, desde niña. En casa teníamos una biblioteca de arte.

También me interesaban mucho la etnología y la antropología.

**¿Por qué no se hizo antropóloga?**

Porque no quería ser una académica que estudia los llamados salvajes. ¡Quería ser yo la salvaje! Y el arte contemporáneo ha sido ese pensamiento salvaje que la ciencia no permite. Lo mismo me pasó con la filosofía, que comprendí que necesitaba hacer. Me gusta trabajar con las manos, soy una hacedora.

**Ha criticado en alguna ocasión que se separe ciencia y arte, lo que llama la "brecha cartesiana".**

Los dualismos. Esa separación entre materia y espíritu nos viene ya de los griegos. Y el cristianismo la refuerza. Y más aún Descartes, cuando dice que hay dos ámbitos, uno es la *res cogitans*, la mente, y el otro la *res extensa*, la materia. Y de ahí todos esos dualismos de cuerpo y mente, arte y artesanía, ciencia y arte... Ahora estamos en trance de deconstruirlos.

**¿Cómo era su vida en Austria?**

Tuve un enorme conflicto con mi padre. A partir de cierto momento, acabábamos las comidas a grito peleado. Era un señor muy conservador y las dos guerras mundiales le habían hecho polvo, como a toda su generación. Era historiador de arte y pintor académico, y no aceptaba lo que yo hacía, porque para él el arte llegaba hasta Cézanne. Me dijo: "Lo que tú haces es una vergüenza".

**¿De eso huía cuando vino a España con Adolfo Schlosser?**

Había más motivos, pero el conflicto con mi padre influyó. Yo quería estar en lo último, no en aquella sociedad en la que me había criado.

---

**"El arte contemporáneo ha sido ese pensamiento salvaje que la ciencia no permite"**



**Sorprende que fuera a buscar lo último en la España franquista.**

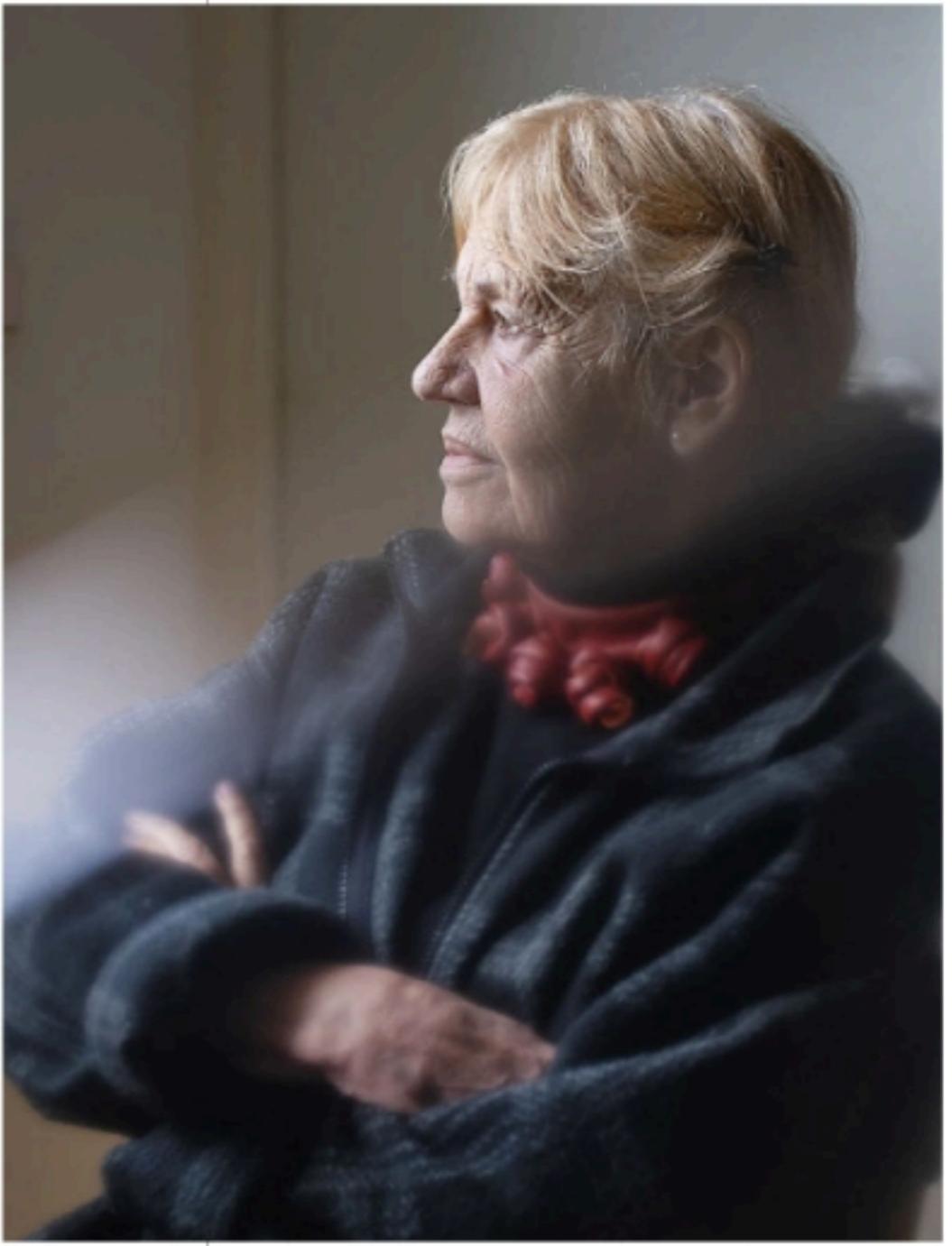
Eran los últimos estertores del franquismo, y yo había tenido ese padre tan autoritario, así que me identifiqué con este país. Conecté muy rápido con la gente inquieta de Madrid. Yo me rehíce en cierto modo en paralelo al país. Luego vino la decepción. Porque se vio que 40 años no se liquidan en dos patadas. Hace falta tiempo.

**¿Hay algo de su origen austriaco que rescate?**

Estoy agradecida a mi educación, porque fue sólida. Cuando di clases en la Universidad de Cuenca me di cuenta de que los chicos tenían una educación peor. Insisto mucho en la educación pública de primer nivel. Eso hace a los países. Es muy triste que no se pongan de acuerdo con la educación.

**Su idea era llegar hasta Lisboa.**

Recuerdo que de niña iba a un paso a nivel donde pasaba el tren a la puesta del sol, y yo quería seguir en esa dirección. Lévi-Strauss, en su libro *Tristes trópicos*, comienza con esa misma idea de que la dirección que recorre



Eva Lootz produce sus piezas de forma casera y artesanal, sin ayuda industrial. Su instrumental de trabajo incluye tijeras, recortes y materiales recogidos aquí y allá. A la izquierda, mesa de trabajo con libros y apuntes.

**“Hay una sobreabundancia de estímulos sensitivos, y con la manipulación de la inteligencia artificial, ya no podremos distinguir”**

el sol diariamente de Este a Oeste es la de la perfección y plenitud. No diré del progreso, porque ese es un término que más vale deconstruir. Los barrios más elegantes de todas las capitales europeas, Roma, Madrid, Viena, Berlín, se extienden hacia el oeste. Y, a la inversa, los más conflictivos o baratos en esas mismas capitales suelen estar en el sudeste. Ahora se está luchando contra ese prejuicio, pero creo que lo que opera ahí es el inconsciente colectivo, que es muy fuerte.

**¿Ha visto mucho cambio en España desde aquel 1967?**

Muchísimo, y de forma fascinante. Antes ibas al médico y no veías más que madres con sus hijos. Ahora ves padres también. Las mujeres han sido aquí enormemente importantes, ya en la República estaban Clara Campoamor o Victoria Kent. Pero ahora tienen un papel completamente distinto a cuando llegó.

**¿Había más machismo que en Austria?**

El machismo ha existido en todas partes, allí también. Pero después de la guerra allí se trabajó en las leyes. Otras cosas me llamaban la atención de aquí: había algo muy fascinante en los pueblos, a finales de los sesenta, donde te veías trasladada a un mundo de hace 300 años. Y vi cómo empezó después la cosa del diseño, un rodillo, que convivía con artesanía pura en los pueblos donde el tiempo se había parado.

**¿Convivían dos mundos en uno?**

Eso. Recuerdo una tarde entrar en la seo de Zaragoza, cuando los sacrista-

nes estaban en la siesta, y yo allí entre los maravillosos cuadros aún no restaurados y llenos de polvo, pero eran *zurbaranes*, obras maestras, y debajo el bocadillo del sacristán envuelto en periódico. Pero luego todo eso cambió. Para bien, evidentemente. Aunque sigue habiendo problemas.

El fuego languidece y se apresura a avivarlo. Y retoma la conversación:

A través de mi interés por el mercurio, empecé a interesarme por la minería. España tiene el cinturón pirítico del sudeste, donde están las minas de Riotinto, un sitio fascinante donde se puede estudiar la historia de la minería desde hace 3.000 años. Cuando los europeos llegan al Nuevo Mundo, en 20 años estaban explotando las minas de plata. Eso nos dice que en los ejércitos de Hernán Cortés no solo había soldados, sino también expertos que hoy llamaríamos ingenieros de minas.

**¿Cree que la descolonización sigue siendo una asignatura pendiente?**

Sí, en todo el mundo. Desde el proyecto que hice en el colegio de San Gregorio de Valladolid me fascinó ese tema. Empecé a leer a los antropólogos sudamericanos, Aníbal Quijano, Enrique Dussel, Bolívar Echeverría, que han trabajado mucho en esa narración, muy distinta a como a nosotros nos la han contado.

**¿Por qué decidió donar una parte sustancial de su obra al Museo Reina Sofía, que será la base de su exposición allí?**

No me quedan descendientes, ni prácticamente familia, salvo mis amigos. Estoy muy agradecida a este país maravilloso y lleno de talento y gente generosa, porque he podido hacer lo que he querido. Y qué mejor que hacer una donación a un sitio público de aquí.

**No quiso que la exposición de Alcalá 31 fuera una retrospectiva.** Las retrospectivas no me interesan. Me interesa seguir haciendo cosas. En

Alcalá 31 habrá obra nueva porque la exposición va de la sensación de que estamos en un momento en que un viejo mundo tarda en morir y no acaba de nacer el nuevo. Ves cómo desaparecen cosas, no solo especies animales, sino tiendas, casas de comidas, sitios donde llevaba cosas a arreglar, artesanos. Pero más importantes son los cambios de la ciencia. Es muy llamativo que la gente ha asumido cosas como el ordenador, o la resonancia magnética, pero en su imaginario tiene un panorama de hace 300 años, de cuando la visión del mundo era mecanicista. Tenemos que ponernos al día con lo que nos enseñan los grandes pensadores más recientes, Schrödinger, Einstein o Boltzmann, pobre, que se suicidó.

**¿Cree que vivimos con un exceso de imágenes que no estamos preparados para digerir?**

Sí, se produce una especie de anestesia que afecta a las imágenes. Antiguamente las imágenes nos ponían en contacto con lo real, nos ilustraban sobre el mundo, y ahora lo que hacen es sacarnos los ojos. Hay una sobreabundancia de estímulos sensitivos. Y con la manipulación de la inteligencia artificial, ya no podremos distinguir. Entre el mundo y nosotros ahora está la pantalla. Pero cierto tipo de arte hace hincapié en eso, que nacemos y morimos como carne. Las mujeres artistas han sido muy importantes en eso, por insistir en la literalidad del cuerpo.

**¿Ana Mendieta, por ejemplo?**

Sí. Es un buen ejemplo porque su pareja [el minimalista Carl Andre] era todo lo contrario.

**¿Puede definirse su arte como un minimalismo cálido?**

Es cierto. Como le contaba, de niña me fascinaba la etnología. No me perdía una conferencia. Comprendí que las sociedades pueden ser de muchas maneras. Si se puede ser tan diferente como somos nosotros y los esquimales, entonces hay mucha posibilidad de cambio, ¿no? —EPS

# Compartir lo que comes.

En un mundo en el que algo no pasa si no se cuenta o no se publica en redes sociales, la degustación gastronómica no está a salvo de la exhibición y los *influencers*.

POR ANDONI LUIS ADURIZ



Aunque comer es una experiencia física, no se ha librado del mundo virtual.

el matador de toros Luis Miguel Dominguín y Ava Gardner que cuenta cómo, tras rematarse la faena amorosa entre ambos, el torero se levanta de la cama y se prepara para salir. La actriz le pregunta qué adónde va y él, abriendo la puerta, responde: “Pues dónde voy a ir... ¡A contarla!”.

“Hay que dejar la vanidad a los que no tienen otra cosa que exhibir”, sostenía un Honoré de Balzac que desconocía que, siglo y medio más adelante, un significativo número de ciudadanos juzgarían que el mundo real no les brinda lo suficiente y completarían su autodefinición con el recurso de distintivos de identidad externos o apoyándose en la muleta de la exageración de logros y cualidades a fin de compensar la cojera de sus flaquezas.

No cabe duda de que las redes sociales posibilitan mantener un entramado de contactos que sería imposible preservar de otra forma, al mismo tiempo que fortalecen, definen y transmiten la manera de ser, poniendo de manifiesto las preferencias y opiniones de cada cual.

La divulgación cautelosa de detalles personales contribuye a situar a los usuarios social, cultural y hasta políticamente como transcriptores *online* de esa biografía de anhelos urgentes que es la

**C**OMPARTIR EN LAS redes sociales lo que saborea nuestra boca puede parecer un tanto antagónico, teniendo en cuenta que comer es, ante todo, algo físico, sensorial. Sin embargo, el término compartir significa hacer partícipe a otra persona de lo propio, que, en términos de píxeles y pantallas táctiles, sería poner a disposición de otro sujeto un contenido digital. Descubrir abiertamente los restaurantes que se visitan y los productos que se disfrutan es un arma de doble filo si, por encima de la finalidad explicativa, se juzga desde el

otro lado como un ejercicio de alardeo que despierta recelos y envidias. Nada queda fuera de la mirada disfuncional del temperamento agravado; poco escapa a la presión de las tempestades que soplan en las redes sociales, donde, por otra parte, hay quien piensa que, si no se está mostrando, no ha pasado. En el mundo representado de las audiencias, pesa, tanto o más que lo verídico, lo tenido en cuenta, incluso en aquellos años cincuenta del siglo pasado sin grupos de WhatsApp, Instagram o Twitter, sin filtros, pero sí de papel cuché y rumorología pública. Ahí queda para la historia del célebre chisme entre



existencia. La vida paralela de lo virtual, más allá de soterrar ese intrínseco deseo inherente de vincularse con los demás, facilita, en el mejor de los casos, mostrar una cara favorable. Se tiende a mostrar para demostrar, hecho que favorece al mundo aspiracional de los productos poco comunes donde se sitúa todo aquello que rebasa las líneas de la urgencia.

Lo superfluo, "esa cosa tan necesaria", que diría Voltaire, convierte lo ostentoso en necesidad cuando, además de un esfuerzo detallado, ampara relevancia, satisfacción artística y una complejidad técnica que entusiasme y establezca un vínculo emocional. Sin embargo, para una parte no menor de la clientela, por añadidura, debe lisonjear su amor propio y, por qué no, brindarle un mayor estatus. La cuestión sería conocer lo siguiente: si el disfrute único de la gastronomía no se pudiera exhibir, ¿a qué número de comensales aparearía de las mesas? Vivir momentos únicos y auténticos, sin el rastro de la evidencia, sin poder sostenerse en el tiempo contándose, probablemente disuadiría a buena parte de esa multitud de *influencers* gastronómicos que tienen en el testimonio centelleante de su colección de experiencias culinarias un arnés de seguridad con el que salvaguardar su reputación.

Tal vez, que la idea de distinción haya mutado de la discreción, de la exhibición contenida y la relación sensible con la vivencia al testimonio de la hazaña y la demostración, nos guste o no, sea uno de los puntales que han soportado y soportan la alta cocina y todo el sector de artículos de alta gama. Por más que sea compatible con esa opinión del diseñador italiano Raffaele Borriello, que apuntaba que el lujo se puede comprar, pero el buen gusto, no. —EPS

## EL PLATO

### Tortilla de palomitas

Los arqueólogos tienen evidencias de la existencia de palomitas de maíz desde antes del año 3000 antes de Cristo en la zona del actual México, aunque hoy en día asociamos más este alimento con su consumo dentro de una sala de cine o viendo una película en casa.

#### Ingredientes

(para cuatro personas)  
60 gramos de palomitas  
4 o 5 huevos  
Aceite de oliva  
Sal

#### Elaboración

Para esta receta se pueden usar palomitas que han sobrado de una sesión de cine en casa o bien hacerlas para este plato. El resultado apenas cambiará. Cascar y abrir los huevos. Batirlos bien hasta que la yema y la clara estén integradas. A continuación, añadirle la mitad de las palomitas y dejar reposar unos 10 minutos o hasta que estén bien blandas. Calentar en una sartén antiadherente un poco de aceite de oliva. En el bol de la mezcla, añadir el resto de las palomitas. Verter la mezcla en la sartén a fuego medio y remover suavemente. Dejar reposar dos minutos mientras con una espátula trabajamos los bordes. Dar la vuelta sobre un plato y volver a cuajar otros dos minutos a fuego medio alto y cuajar la tortilla como si fuese una de patatas.

#### Acabado y presentación

Cortar la tortilla y servirla en porciones individuales.



# Rosa Montero

## *Ellí en el que estamos*

**E**L INUSITADO MINIRRETIRO de Sánchez ha sido juzgado bajo un amplio arco de puntos de visita que van desde considerarlo el honesto y necesario punto y aparte ante un acoso vil e insostenible hasta pensar que fue un indigno y sucio truco cesarista, pero de lo que no cabe duda, se mire como se mire, es que ha puesto en primera línea de atención el tema de la crispación y el sectarismo, esta furia venenosa que nos ciega y que ha convertido la vida política en un pantano. De hecho, que las opiniones sobre el presidente diverjan de tal modo es una buena prueba del lío en el que estamos.

Siempre me ha dolido (ya sabemos que España puede llegar a doler mucho) la tradición cainita de este país. La inquina con la que nos hemos insultado, acosado e incluso matado los unos a los otros desde hace siglos. Todas esas guerras fraternales, como las carlistas, o la de Independencia, que también tuvo su cuota de enfrentamiento nacional, o la Guerra Civil que fracturó esta sociedad y trajo una dictadura. Qué brutos somos, qué dogmáticos, qué intolerantes. Ya he citado alguna vez al gran Gerald Brenan, que en su libro *El laberinto español* (1943) decía que los españoles estamos atrapados por el individualismo y atomizados en hordas que se brean las unas a las otras sin que nos quepa en la cabeza el bien común. No es el único observador extranjero que sostiene tal cosa. Nombraré uno más: el francés Bartolomé Joly, que anduvo por España entre 1603 y 1604, dijo: "Los españoles se devoran entre ellos, prefiriendo cada uno su provincia a la de su compañero" (sacado del fascinante libro *Castilla y León según la visión de los viajeros extranjeros, siglos XV-XIX*, en el que hay muchos otros testimonios demoledores).

Como se ve, la cosa viene de antiguo. En la Transición hubo un momento de gracia en el que parecía que podríamos superar ese impulso violento y suicida, pero después volvieron a emerger la cerrazón mental y la mala leche, y las nuevas tecnologías no han hecho sino empeorar el síntoma con el efecto amplificador de los insultos, con la difusión de las mentiras y, sobre todo, con esos algoritmos que terminan ofreciendo a cada individuo solo la información partidista que desea ver. Decía Einstein que, para ser buen científico, era necesario pensar al menos 15 minutos al día lo contrario de lo que piensan tus amigos, y yo añadiría: también para

ser buen ciudadano y buena persona. Pero la era digital nos está ayudando a encerrarnos en nuestros prejuicios, en mundos pequeñísimos que creemos que son el mundo entero. Esto está sucediendo por todas partes; la crispación aumenta en la mayoría de los países, estamos viviendo los tiempos del odio, pero por desgracia en España llueve sobre mojado.

Ahora bien, creo que muchos de nosotros estamos hartos. No soportamos más tanta agresividad. ¿Que la derecha es más manipuladora y más feroz? Vale, puede de que yo piense así, pero la izquierda también tiene lo suyo y desde luego no vamos a salir de este atolladero si nos atrincheramos en el recurso infantil del "pero tú más". Por otra parte, el sentimiento de desesperación ante el criterio parece ser un fenómeno mundial. Unos amigos, Íñigo y Sofía, dueños de Nabia, un precioso hotel rural en Gredos, me han escrito diciendo que han descubierto el Movimiento Internacional de la Gentileza, del cual yo no tenía ni idea, y que quieren hacer algo semejante. Por lo pronto reparten unas hojas explicativas a sus huéspedes, pero tienen más proyectos; siempre estuvieron interesados en mejorar su entorno. Curiosa, googleé sobre el movimiento. Fue fundado en Italia en 2020 por Daniel Lumera, un personaje singular, antiguo monje benedictino y escritor de *best sellers* de

**La era digital nos está ayudando a encerrarnos en mundos pequeñísimos que creemos que son el mundo entero**



autoayuda; dice ser una iniciativa aconfesional y apolítica y ha tenido un éxito meteórico. En Italia hay 300.000 personas implicadas y 47 municipios adheridos, y han desarrollado más de 60 proyectos de todo tipo, desde colaboraciones con hospitales universitarios hasta festivales. En España hay un libro escrito por Lumera junto a Immaculata De Vivo, epidemióloga de Harvard. Se titula *Biología de la gentileza* (Planeta) y habla de que ser amable tiene un impacto positivo en la longevidad y la salud (algo que ya se sabía, pero es que somos borricos). En fin, no conozco el movimiento y no sé si sirve de algo. Pero la respuesta entusiasta ante la idea de la gentileza infunde optimismo. Ya digo que somos muchos los que queremos un cambio. Hagamos algo. —EPS

amazon  
music

Santander



PULL&amp;BEAR

29/05  
FREE ACCESS\*

# PRIMAVERA SOUND

BARCELONA 2024 29<sup>TH</sup> MAY - 2<sup>ND</sup> JUNENOBODY  
IS NORMALPRIMAVERA  
20<sup>TH</sup>  
SOUNDQ queer  
destinations

PHOENIX STELLA MARIS TROPICAL FUCK STORM / RATBOYS / MARIA JAUME

30/05 PULP / VAMPIRE WEEKEND / JUSTICE  
PEGGY GOU / DEFTONES / BETH GIBBONSA.G. COOK / AMYL AND THE SNIFFERS / FREDDIE GIBBS & MADLIB PIÑATA 10 YEAR ANNIVERSARY / L'IMPÉRATRICE  
AMAARAE / THE ARMED / BLONDE REDHEAD / DERBY MOTORETA'S BURRITO KACHIMBA  
HERRENSAUNA: CEM B2B MCMLXXXV B2B SALOME B2B SPFDJ / KODE9 / LAMBCHOP / ROOSEVELT  
SHELLAC / SOFIA KOURTESIS / WILLIAM BASINSKI: DISINTEGRATION LOOPS / YEULEÁNGELES, VICTOR, GLORIA & JAVIER / ARAB STRAP / AYA LIVE / BALMING TIGER / BILLY WOODS / CÓMO VIVIR EN EL CAMPO  
DILLOM / DUSTER / DJ HARAM / HTRK / IKONIKA / JULIE BYRNE / LOLAHOL / MANNEQUIN PUSSY / MARIA HEIN / MJ NEBREDA  
MUJERES / NAZAR LIVE / NIEVE ELLA / RENALDO & CLARA / ROC MARCIANO / TIM REAPER / VIUDA / VOXTROT / WIEGEDOOD31/05 LANA DEL REY / THE NATIONAL / DISCLOSURE  
TROYE SIVAN / JAI PAUL / OMAR APOLLO / CLIPSE / RELS B / ARCA  
BARRY CAN'T SWIM / YO LA TENGO / BADBADNOTGOOD / MILO J  
FAYE WEBSTER / MOUNT KIMBIE / ETHEL CAINCHELSEA WOLFE / DOGSTAR / FERRAN PALAU / GUILLEM GISBERT / HANNAH DIAMOND  
THE LAST DINNER PARTY / MICA LEVI DJ SET / MUSHKAA / OBONGJAYA / SEGA BODEGA  
TIRZAH / TRATRATRAX: VERRACO b2b BITTER BABE b2b NICK LEÓNAIKO EL GRUPO / BRUTUS / CHARLEMAGNE PALESTINE / DANIELA LALITA / EYE / GEL / HITECH  
JESSICA PRATT / JOANNA STERNBERG / JULIA AMOR / LAMIN FOFANA / LANARK ARTEFAX / LISASINSON  
OJOO / RITA VIAN / SCOWL / SILICA GEL (KOR) / XEXA01/06 SZA / PJ HARVEY / MITSKI / FKA TWIGS / CHARLI XCX  
BIKINI KILL / RÓISÍN MURPHY / ROMY070 SHAKE / AMERICAN FOOTBALL / ATARASHII GAKKOI / DORIAN ELECTRA / EARTHEATER  
ÉL MATÓ A UN POLICIA MOTORIZADO / LA ZOMBI / LANKUM / THE LEMON TWIGS / LIBERATO / LISABÓ  
NALA SINEPHRO / DJ PLAYERO / ROYEL OTIS / SANDWELL DISTRICT / SHABAKA / YOVNGCHIMI  
CHANNEL ONE / CRUMB / DEPRESIÓN SONORA / DJ FART IN THE CLUB / F.R.A.C. / HOFE X 4:40 / MANDY, INDIANA / MERINA GRIS  
MILITARIE GUN / MODEL/ACTRIZ / MONOLAKE / PELADA / PHEW / SLOW PULP / SOPHIA CHABLAI E UMA ENORME PERDA DE TEMPO  
SNOW STRIPPERS LIVE / TEKI LATEX / TERCER SOL / WATER FROM YOUR EYES / WOLF EYES / WOODY92

02/06 ANOTR / THE BLESSED MADONNA / CHLOÉ CAILLET / MOCHAKK ISA ROJAS / POLE POSITION

ORGANIZED BY

PRIMAVERA  
SOUND

PARTNERS

etnia O. BARCELONA

ORGANICS

APEROL  
SPRiTZ

adidas

MAYBELLINE  
NEW YORK

PEPSI

TICKETING PARTNER

DICE

MEDIA PARTNERS

RADIO  
PRIMAVERA  
SOUND

Rockdelux

EL PAÍS

6 MUSIC

JUNIPER

Time Out

iCat

radio 3

SME  
S2E

INSTITUTIONAL COLLABORATORS

Ajuntament de Barcelona

Generalitat de Catalunya  
Departament de CulturaAjuntament de  
Barcelona

\*AFORO LIMITADO · RESERVA LIMITADA · SUJETO A CONDICIONES



# NADA SE NOS ESCAPA

Este es nuestro escape Chronergy, presentado en 2015. Se trata de un mecanismo que regula el latido del reloj transmitiendo energía con inquebrantable precisión. El volante y el ánchor se han rediseñado para optimizar la eficiencia del sistema, que se basa en un sencillo principio general: un ánchor con dos paletas libera la rotación de una rueda dentada, en un movimiento minuciosamente coreografiado. «Tic»: la rueda se detiene contra la primera paleta. «Tac»: el ánchor

libera la rueda, que sigue girando hasta que la segunda paleta interrumpe de nuevo su rotación. Esta danza se repite constantemente, ocho veces por segundo, sin excepción. Una serie de 28 800 alternancias por hora. Un total de 14 400 «tics» y otros tantos «tacs». Una cadencia perpetua, como al son de un metrónomo, que activa cada engranaje. Y es así como el reloj cobra vida. Una prueba más de que, en lo que se refiere al dominio del tiempo, nada se nos escapa.

#Perpetual