

NF02

I'M INTO CREATIVITY
Junio 2012 4€/ Spain

Austria: 8€
Canarias: 4,20€
España: 4€
France: 6,50€
Germany: 9,70€
Italy: 4,90€
Uk: 5,99£

*Guest
Creative*
**Jeremy
SCOTT**



GUEST CREATIVE JEREMY SCOTT

Infatigables y persistentes, al final conseguimos tener a Jeremy Scott como Guest Creative. El complejo calendario internacional de un diseñador de moda como él siempre es nuestro principal enemigo. Conseguir que te dediquen un hueco es casi imposible, sobre todo cuando se trata de un proyecto tan ambicioso como lo es cada especial mensual de Neo2. Pero entendemos cuales deben ser las tres prioridades para un diseñador: diseñar, presentar la colección y venderla. El primer escollo fue insalvable. La preparación del desfile de presentación de la colección otoño invierno 2012-13 en Nueva York, previsto para el 15 de febrero, acaparaba lógicamente toda su atención. Aun teníamos esperanzas. El 1 de marzo estaría en París presentando su nueva colección para adidas Originals. Pero en un principio, mientras los días continuasen durando solo 24 horas, no parecía que fuéramos a tener suerte. Reuniones, cenas, y más reuniones con clientes y colaboradores lo hacían imposible. La ropa de la nueva colección ni siquiera estaba disponible para hacer un shooting. Lógico, tiempo para hacer fotos ya habrá, pero lo que no se venda esa semana ya no se venderá jamás. Pero a nosotros nos pasaba lo mismo con Jeremy, o le pillábamos en París o nos olvidábamos de él. Después volaría a Shanghái, Tokio, Nueva York, San Diego, Portland, Palm Spring... y así hasta repetir el ciclo de una nueva temporada. Finalmente se nos apareció un ángel e hizo que todo fuera posible. Tenía alas, como las de los diseños de Jeremy.

POR: RAMÓN FANO, JAVIER ABIO, RUBÉN MANRIQUE, TERE VAQUERIZO & PEDRO PAN

FOTOS JEREMY: ERWAN FICHO

AGRADECIMIENTOS: PABLO OLEA + MELAYNE WEBER + SANDRA TAMBO





GUEST CREATIVE

095

TEXTO: MARIO CANAL

Su peinado “mohawk”, su expresión desencajada y lo delirante de sus propuestas sobre la pasarela colocaron a un jovencísimo Jeremy Scott, recién salido de la América más profunda, en el centro de gravedad de París hace tres lustros. Se convirtió entonces en el contrapeso de una tendencia (llegada de Bélgica) que se tomaba demasiado en serio a sí misma y, haciendo de la carencia virtud, puso en marcha un proyecto que se burlaba de las pretensiones y aires de grandeza de la moda y que sin embargo emulaba, e incluso superaba, las propuestas de las grandes «maisons», tanto en calidad como en originalidad. Si para algunos diseñadores la inspiración brotaba de la poética del dolor y la melancolía, para Jeremy Scott lo que importaba era lo que salía por la tele; o la piel de nuestra sociedad actual, los envases de un supermercado, que trasladaba literalmente a la pasarela. Si otros basculaban sobre la densa identidad del ser humano, Scott hacía lo propio pero con una libérrima irreverencia y total fidelidad a sus fetiches, enfrentándonos sin pudor a nuestras propias contradicciones y mostrándonos como lo que somos: mercancías susceptibles de ser felices. Sin embargo, tras la fiesta de presentación en París de su nueva colaboración con adidas Originals, Jeremy se nos muestra de una manera sorprendente por madura, comedida y extremadamente cortés... Moraleja: no se puede juzgar a un libro por su portada, ni identificar a un diseñador con su trabajo.



Jeremy Scott: Imágenes Colección Otoño Invierno 2012-13. Fotos: Estrop / Jesper Ruiz Lindberg



POP: “Hoy en día vivimos en una gran batidora cultural, ni siquiera discrimino entre alta y baja cultura: está todo mezclado y me gusta que sea así. Me inspira la cultura pop, me encantan sus iconos y su iconografía. Sobre todo los iconos humanos como Madonna y Rihanna pero también la Coca Cola, Adidas, símbolos mundialmente conocidos y con los que la gente se identifica, que incluso una persona en África que no habla inglés puede entender lo que ve. Me gusta jugar con esos elementos e imágenes que trascienden y transmiten, que atraviesan las barreras culturales y sociales, educativas e incluso económicas porque son cosas que todo el mundo capta: como Mickey Mouse, por ejemplo. Además,

trabajar con los iconos de mi infancia me hace sentir genial. La última temporada he colaborado con los Simpson y estaba muy excitado por ello. Era algo que me apetecía mucho hacer desde hace tiempo porque soy un gran fan de la serie y ellos lo entendieron y estuvieron muy receptivos hacia mis ideas y abiertos a permitirme colaborar con ellos. Ha sido un éxito”.



Jeremy Scott con chaqueta adidas Originals by Jeremy Scott

MITOS: “Nunca he tenido expectativas a la hora de encontrarme con alguno de mis iconos de la infancia, con las personas a las que siempre he admirado, mis mitos. Siempre me tomo las cosas con total simplicidad, a todos los niveles. Intento no sobredimensionar nada porque habitualmente te entristeces si lo haces: las expectativas son la puerta de entrada a la desilusión. Pero puedo decir que Madonna es de la manera en que pensé que era. Y ha sido genial trabajar con ella: siempre es interesante, inspiradora, intrigante también. Pero no sé cómo pensaba que sería conocerla comparado con quien es en realidad. Creo que ni siquiera se me pasan por la cabeza este tipo de cosas. Te puedo decir que no es tan putilla como muchos piensan”.

POLITICA: “Aunque parezca que no, por el tipo de trabajo que hago, basado en la diversión y la superficialidad, sí que me importa la política y me preocupa mucho lo que pasa en el mundo, y en mi país. Las elecciones primarias para los republicanos, que en estos momentos se desarrollan en los Estados Unidos, son algo

que tengo muy presente porque lo están dando todo el rato en las noticias. Es cierto que soy muy curioso e intento saber qué está pasando en el mundo en el que vivo. También he incorporado la actualidad política en mi trabajo y he dejado caer temas polémicos en mis colecciones, como por ejemplo aquella en la que hablé sobre Irak y George W. Bush. Respondo a las cosas que nos afectan en mi trabajo pero no es lo principal para mí”.

CAPITALISMO: “El hecho de utilizar material extraído de la cultura popular no implica que adore el capitalismo o lo glorifique. No adoro nada, ni con mi trabajo ni tampoco a nivel personal. Ni si quiera pienso en ello, en el capitalismo, porque no me inspira. Cuando uso iconos los veo como imágenes aisladas del contexto social, no como representación del capitalismo”.

Imagen colección adidas Originals by Jeremy Scott Otoño Invierno 2012-13



Imagen colección adidas Originals by Jeremy Scott Otoño Invierno 2012-13



GUEST CREATIVE
098





Imágenes de la fiesta de presentación en París de la nueva colaboración de Jeremy Scott para adidas Originals. En las fotos, Jeremy vestido de la colección, posa con invitados como François Sagat o Carolyne Cerf. Junto a estas líneas, las nuca enfrentadas de Mario Canal y el diseñador. En la otra página, Misshapes, Leigh Lezark y Geordon Nicol, pinchan uniformados también de la colección adidas Originals by Jeremy Scott (los mismos looks que llevan los modelos).



QUEST CREATIVE
101

PARIS: “Es una ciudad que fue muy generosa conmigo, la tengo mucho cariño y regreso siempre que puedo. Los franceses me apoyaron mucho aunque tengan fama de ser cerrados y fríos. Tuve mucha suerte cuando decidí venir a París porque este es uno de esos lugares en los que aprecian la moda por lo que es, en los que puedes ser creativo y amarla sin tener ningún prejuicio. Llegué aquí siendo muy joven y puedo decir que fue el mejor movimiento que pude hacer, fue el lugar perfecto para mí porque la gente entendió totalmente mi propuesta desde el principio. Mi primera colección «Rampage» salió incluso en la televisión y Colette mostró mi segunda colección entera, así que no puedo decir que pasara desapercibido. Tuve mucha suerte”.

AMISTAD: “Es muy importante para mí y en mi humilde opinión debería de serlo también para todo el mundo. Aunque si te soy sincero la verdad es que no tengo mucho tiempo libre para disfrutar de la amistad, porque trabajo muy duro, así que no veo a mis amigos todo lo que quisiera. El problema es que mi trabajo me aísla mucho porque lo hago casi todo solo. Cuando diseñas y piensas y dibujas lo haces de manera muy introvertida, íntima. Mucha gente no me cree pero mi vida es bastante más tranquila de lo que puede parecer por la imagen que proyecto”.

CREATIVIDAD: “Siempre me resulta muy difícil de explicar porque no sé de dónde viene. La inspiración llega y es como cuando captas un olor en el aire, está ahí pero lo percibes de una manera muy leve. Al principio es algo sutil pero a medida que lo procesas va creciendo y tomando más fuerza, hasta que acaba por intoxicarte. Al menos para mí, es así como se produce la inspiración. No te das cuenta de lo que pasa hasta que está ahí, presente”.

HOMBRES: “Me gustan los hombres honestos”.





“NO SOY NADA DIVA,
¡SIMPLEMENTE LAS VISTO!” (J.S)

VOCABULARIO: “Mis diseños se pueden dividir en tres categorías por decirlo de alguna manera: una línea más deportiva, otra que tiene un rollo más casual y luego está lo que llamo high-end fashion, que sería un poco como historias para la alfombra roja y así. Todas mis creaciones se pueden encajar en alguna de estas tres categorías y esto sucede de una forma natural, sin que yo lo busque o lo fuerce”.

MODA: “Respecto a la moda que se hace hoy en día, no hay nada que pueda echar de menos, ni tampoco nada que me interese especialmente. Aunque tampoco pienso mucho en lo que hacen otros diseñadores. Yo vivo en mi propia burbuja. En Los Ángeles estás siempre un poco fuera de todo, lo cual yo creo que es algo bastante sano y que me permite mantener la cordura. Cuando echo algo de menos en el mundo a nivel creativo, voy y lo diseño. Es tan sencillo como eso. Diseño la manera en que quiero que se vea al mundo”.

INDUSTRIA: “Es cierto que en el mundo actual las nuevas tecnologías tienen la capacidad de alterar el curso de la moda. Las tecnologías de fabricación y también de distribución, la venta online y el nuevo marketing, los bloggers... todo eso va a cambiar muchas cosas. También va afectar el hecho de que ahora muchos países como China o India están creciendo económicamente, porque la moda es una bestia hambrienta de dinero. Sin embargo este apetito voraz y esta obsesión es lo que más me aburre de la moda”.

COTILLOS: “No me gusta la idea de hacer daño a otras personas así que intento no decir nada que no diría a la cara de alguien para quedarme tan ancho. No me interesan los cotilleos sobre los famosos porque muchos de ellos son amigos míos y les quiero. Sobre mí mismo tampoco me interesan, no me busco en Google porque lo sé todo sobre mí”.

LOS ANGELES: “Estoy feliz en Los Ángeles, porque quiero formar parte de la cultura moderna, no de la cultura antigua. Quiero tener todos los servicios posibles a mi disposición las 24 horas del día y poder pedir comida vegetariana cuando quiera. Me gustan los cielos soleados, conducir en coche y tener palmeras en el jardín. Siempre quise vivir el sueño americano y ahora lo estoy disfrutando. La calidad de vida en L.A. es genial y no me imagino viviendo en otro lugar, porque allí todo es súper bonito. Me gusta también Tokio, por ejemplo, y adoro visitarlo, pero mi casa está en L.A”.

MADUREZ: “Mucha gente cree que estoy loco, sé que proyecto esa imagen. Hago cosas que son sorprendentes y nuevas por lo que se me etiqueta de esa manera, pero en lo personal siempre he sido muy maduro y muy tranquilo. No soy nada diva, ¡simplemente las visto!”.



Jeremy Scott: Desfile Otoño Invierno 2012-13. Fotos: Estrop / Jesper Ruiz Lindberg





GUEST CREATIVE
106



Jeremy Scott: Desfile Otoño Invierno 2012-13.
Fotos: Estrop / Jesper Ruiz Lindberg



CINE: “Me gustan mucho las películas y sobre todo las de ciencia ficción, pero a nadie le amarga una comedia romántica para echar unas risas. Sin embargo el mundo del cine no me interesa para nada, estoy muy contento en el mundo de la moda”.

INTERNET: “Soy un chico del siglo 21. Me han preguntado si me gusta Internet, lo cual es como preguntar si me gusta la electricidad: ¡por supuesto, no quiero volver atrás en el tiempo! No surfeo mucho, y suelo mirar siempre las mismas páginas web. En esto soy bastante estático: visito la CNN y Twitter sobre todo”.

CRITICA: “No me interesa lo que piensen las revistas, o los editores, o los estilistas. El verdadero juez es el cliente, es quien hace triunfar lo que le gusta y acaba con lo que no. La opinión del que al final compra la prenda es la única opinión que me importa”.

LARRY CLARK: “No vivo como en la película de Larry Clark (Scott interpretó a un diseñador excéntrico que da una fiesta en la que se cuelan los protagonistas del film). Para nada. Es un personaje. Pero si te soy sincero, no tengo un buen recuerdo de esa película... Me caí en el set de rodaje haciendo una secuencia como de acción y me hice mucho daño en el brazo. Además, todo el proceso de interpretar fue emocionalmente muy difícil porque no soy actor, y como te digo no estaba interpretándome a mí mismo. Encima, intentar cuadrar el personaje, participar de la construcción del personaje, y hacer todo lo que Larry me pedía fue muy intenso mentalmente. Pero es que además físicamente estaba hecho polvo”.

INDEPENDENCIA: “Hay muchas razones por las que he insistido en guardar mi independencia respecto a los grandes grupos de la moda. Siempre he querido construir mi propia marca, ese ha sido mi proyecto vital y laboral: crear mi propio nombre, proyectar mi propia imagen. Es muy importante para la juventud el hecho de que haya nuevos nombres, opciones diferentes en el mercado. Además intuía que venderme no era lo correcto. La mayoría de las veces esas cosas no salen bien. Creo que puedo decir mucho más desde mi propia compañía que si fuese un empleado de un gran grupo. Y además por el momento mi negocio funciona muy bien, siempre lo ha hecho. Lo que debemos reconocer es que esta situación económica complica mucho las cosas para los creadores independientes, lo cual es triste. Es muy duro para una persona que comienza hoy a crear poder salir adelante, es mucho más difícil que cuando yo empecé porque hoy el paisaje comercial, económico etc., es muy diferente. En estos momentos sólo dos personas controlan todo el mercado. Aunque como he dicho, la política de la moda no me interesa mucho ahora que estoy establecido”.

ADIDAS: “Para ser honesto, una de las razones por las que mantengo mi independencia es gracias a las colaboraciones. Además, me siento muy afortunado con las empresas con las que colaboro. La razón principal por la que hago una línea con adidas es porque sé que mis ideas serán respetadas y que no las alterarán. Y porque la calidad es muy buena y la distribución también, por lo que mi trabajo llega a más gente, que es la meta de cualquier diseñador: vestir gente de la manera en que lo imaginaste. Puedo hacer ideas muy locas como cazadoras de ositos de peluche o zapatillas con alas que no son sólo para la pasarela. Y estoy muy contento porque la colaboración tiene mucho éxito. Sin embargo, para mí lo primero siempre es mi colección”.

<jeremyscott.com>

<www.adidas.es/originals>

GUEST CREATIVE
108



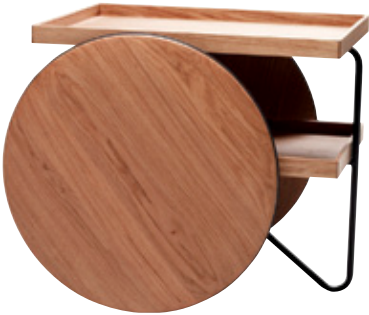
DISEÑO NEW MEMPHIS

TEXTO: TACHY MORA EDITOR: JAVIER ABIO

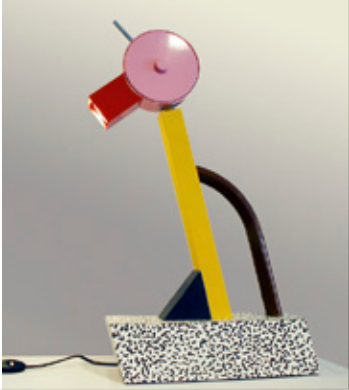
El arquitecto favorito de Jeremy Scott es uno de los máximos exponentes de la arquitectura moderna californiana de mediados del siglo 20, John Lautner. Muy conocido por su casa Chemosphere, construida en 1960 en Los Ángeles, esta famosa vivienda octogonal de ventanas panorámicas que parece un ovni flotando sobre una colina es ahora propiedad del dueño de la editorial Taschen, quien recientemente la ha rescatado y restaurado. “Me encanta la visión y la naturaleza del trabajo de Lautner”, comenta Scott. “Tiende a gustarme más la arquitectura que tiene que ver directamente con la gente, quizá por eso me gusta tanto Lautner ya que él hizo un montón de viviendas alucinantes en las que uno puede vivir perfectamente. Lo encuentro fascinante y al mismo tiempo muy real y personal”. Y es que Lautner desarrolló alrededor de 200 proyectos a lo largo de su carrera, la mayoría de ellos residencias a cada cuál más vanguardista. Por otro lado, Jeremy Scott nos cuenta que uno de sus diseños favoritos es su lámpara Tahiti, diseñada por Ettore Sottsass en 1981. Este gusto suyo nos resulta particularmente interesante ya que en los últimos tiempos se percibe que entre las propuestas de los diseñadores más jóvenes sopla una revisada brisa Memphis. ¿Será porque estamos en horas bajas y ya se dan revivals de cualquier cosa? ¿O será realmente un movimiento que nace con la misma motivación con la que nació Memphis? Cuando Ettore Sottsass instigó la fundación del grupo Memphis a principios de los ochenta lo hizo para romper con la extremada perfección y el minimalismo que dominaba en la época. La misma situación en la que nos encontrábamos



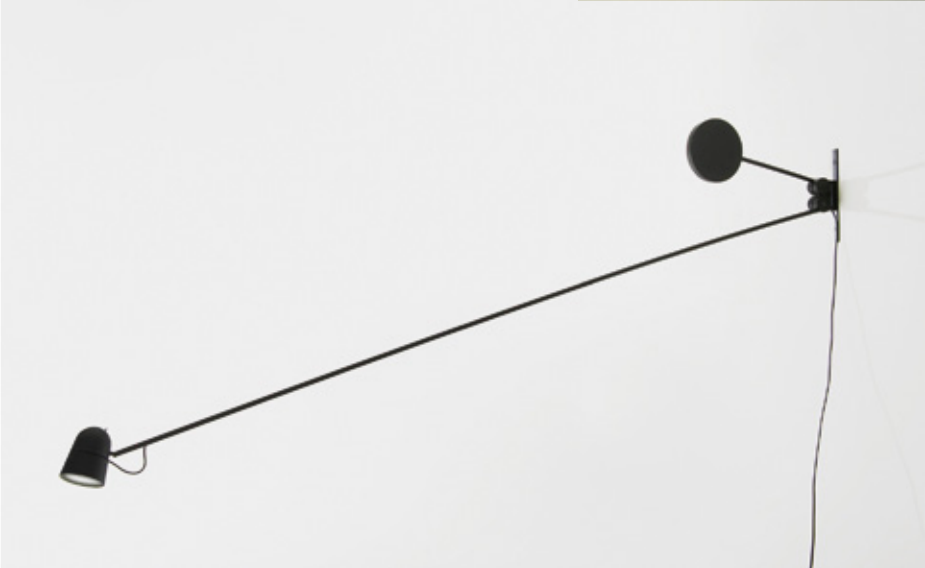
Taburete Tembo, diseño de Note Design Studio para La Chance.



Mesita móvil, diseño de GamFratesi para Casamania.



Lámpara Tahiti de Ettore Sottsass, el diseño favorito de Jeremy Scott.



Lámpara Counterbalance, diseño de Daniel Rybakken para Luceplan.



Lámpara Const, diseño de Ploypan Theerachai. Exposición de la Universidad sueca Konstfack en la galería Rossana Orlandi.



Lámparas Kalimero presentadas en el Salone Satellite 2012. Diseño de Kaschkasch, integrado por Florian Kallus y Sebastian Schneider.



Mesa Parapluie, diseño de Rakso Naibaf. Exposición Instant Stories, presentada en Ventura Lambrate durante el Salón del Mueble de Milán.

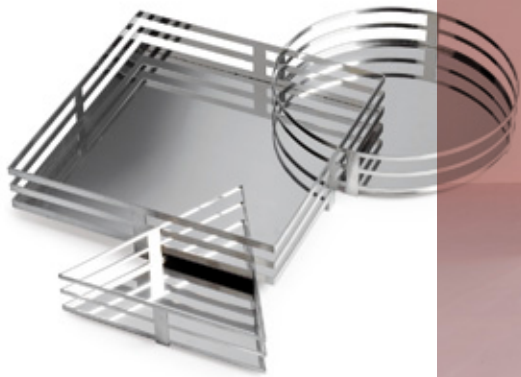


Espejo High Noon, diseño de Takuya Matsuda. Exposición Edition of 9, presentada en Ventura Lambrate durante el Salón del Mueble de Milán.

DISEÑO NEW MEMPHIS

en la década pasada acentuada ahora con la apretada de cinturones que ha provocado la crisis, que a su vez ha estancando a los productores de mobiliario y accesorios para el hábitat en un rigor escandinavo insoportable en el que ni un mínimo riesgo parece posible. Y es que las firmas están acudiendo casi hasta el hartazgo ya a estos valores seguros de estilos del pasado para, por un lado tratar de asegurar unas ciertas ventas, mientras que por otro huyen de cualquier atisbo de derroche formal pues podría interpretarse como un insulto en estos tiempos de obligada austeridad que corren. Pero tanta formalidad no es posible por mucho tiempo. No es que los diseñadores más jóvenes se hayan puesto ahora como locos a meter piel de serpiente o colores chillones en sus diseños. La similitud se aprecia más en el uso de formas geométricas tipo Art Déco, por las que también tenían predilección los diseñadores del colectivo Memphis. Es como si esas formas perfectas y colores contenidos que han primado estos últimos años estuvieran iniciando una transición hacia otra cosa. No se trata de una secuela de Memphis tal cual, al menos esperemos que no. Pero sí de una rotura evolutiva con el racionalismo de los últimos tiempos. De este estilo son las lámparas Kalimero presentadas en el Salone Satellite por Kaschkasch, dúo integrado por Florian Kallus y Sebastian Schneider, los Objects for the Turn de Postfossil y las lámparas de Asaf Weinbroom vistos ambos en Ventura Lambrate. Uno de los ejemplos más característicos lo ha clavado la firma española Sancal con el sofá Float diseñado por Karim Rashid, quien en su caso no es nada joven sino más bien un heredero directo del estilo Memphis.

📍 www.neo2.es



Boolean Plate, diseño de Jaim Telias. Exposición del colectivo israelí TLV Express en Ventura Lambrate durante el Salón del Mueble de Milán.

GUEST CREATIVE
112

Objects for the Turn, diseño de Postfossil. Exposición Supercycle Our Souls presentada en Ventura Lambrate durante el Salón del Mueble de Milán.



Flying Table, diseño de Andrea Branzi. Mostrado en Design Gallery Milano en Ventura Lambrate durante el Salón del Mueble de Milán.



Sofá Float, diseño de Karim Rashid para Sancal.

Lámpara Braa, diseño de Asaf Weinbroom presentado en Ventura Lambrate durante el Salón del Mueble de Milán.



Lámparas Ball, diseño de Asaf Weinbroom presentado en Ventura Lambrate durante el Salón del Mueble de Milán.



Altavoces para iPod/iPhone Expander, diseño de Roberto Giacomucci. Exposición Il Piccolo Designer, que se pudo ver en la Tiennale de Milán durante el Salón del Mueble.

“ME ENCANTARÍA COMER CON MARIA ANTONIETA
¡Y NO SOLO COMERÍA PAN CON ELLA!”. (J. S)

GUEST CREATIVE

FOOD 114

TEXTO: PEDRO PAN

La verdad es que a Jeremy Scott no le pega nada cocinar. Algo que nos confirma él mismo: “Odio ir a comprar la comida, y rara vez lo hago. Normalmente mando a mi asistente a por comida, tampoco cocino, me aburre la cocina”. Cambiamos de tercio y le preguntamos por sus preferencias gastronómicas: “Me gusta desayunar copos de avena con arándanos. Y no como carne. Soy vegetariano. Lo he sido desde que era un niño. En cuanto a las calorías no lo entiendo tan bien como para contarlas”. Siendo americano, nacido en Kansas City (Missouri), indagamos sobre cual es su plato favorito del país: “Me encantan las patatas fritas, pero... ¿son realmente americanas?”. Su pasión por las patatas fritas es visible en su colección **Eat The Rich**: “Hice una colección entera con patatas fritas, vestidos tarta, tops helado y todo tipo de fast food peleando a la vez en un estampado”. Le preguntamos si alguna vez ha diseñado o le gustaría diseñar el vestuario de cocineros y camareros para algún restaurante: “No, no lo he hecho y no estoy especialmente interesado en hacerlo. Prefiero diseñar vestuario para estrellas del pop”. Cuando indagamos sobre sus restaurantes preferidos Jeremy nos habla de Hugo’s: “Me encanta comer en un sitio muy simple en Los Ángeles que se llama Hugo’s, tienen comida saludable y además está deliciosa”. En cuanto a sus bebidas favoritas, nos indica que no le gusta el vino: “Casi siempre bebo agua solamente, me encanta el agua. Me gusta Fiji Flat Water, que es la mejor, y la Perrier con gas. Bebo mucho té verde también”. No sabemos si solo beberá agua en las fiestas, pero sí sabemos que come poco: “Rara vez como en las fiestas, estoy muy ocupado hablando, bailando o disfrutando de la fiesta”. A la hora de viajar nos cuenta que la comida de la compañía Singapore Air es la mejor. ¿Y cuál es el personaje histórico con el que le gustaría comer? “Me encantaría comer con María Antonieta... ¡y no solo comería pan con ella!”



Agua Fiji



Agua Perrier

Jeremy Scott. Colección Eat The Rich. Otoño Invierno 2006-07. Foto: Estrop / Jesper Ruiz Lindberg



Colecciones de Jeremy Scott inspiradas en alimentos
De izq. a dcha y de arriba a abajo: Jeremy Scott. Colección Eat The Rich. Otoño Invierno 2006-07. Foto: Estrop / Jesper Ruiz Lindberg - Jeremy Scott. Otoño Invierno 2011-12 Foto: Estrop / Jesper Ruiz Lindberg - Jeremy Scott. Colección Eat The Rich. Otoño Invierno 2006-07. Foto: Estrop / Jesper Ruiz Lindberg - Jeremy Scott. Primavera Verano 2011. Foto: Estrop / Jesper Ruiz Lindberg - Jeremy Scott. Otoño Invierno 2011-12 Foto: Estrop / Jesper Ruiz Lindberg



STYLE

TEXTO: MONGÓMERI

Aunque parezca extraño, no todos los diseñadores llevan la ropa que ellos mismos diseñan. Ni mucho menos. Pero Jeremy Scott es de los que se pone todo lo que hace, da igual que sean piezas de su propia colección o cualquiera de las colaboraciones que hace para adidas Originals, Swatch, Longchamp o Linda Farrow. “Me encantan mis diseños, son todos parte de mí. Por supuesto que uso los relojes Swatch. Amo Swatch desde que era un niño. Estaba muy emocionado cuando diseñé mis propios Swatchs. Fue un sueño hecho realidad. Ahora mismo también uso la versión gafas de uno de ellos, son las XRay Vision. Ahora mismo son mi look preferido para el verano”. Dejando de lado la imagen frívola que pueda transmitir, J.S es un diseñador que trabaja muy duro, y disfruta con ello. “En mi tiempo libre yo como, duermo, y... bueno, ya me entiendes. Trabajo todo el rato, es parte de mi vida en muchos aspectos, pero soy feliz haciendo lo que hago, así que no puedo quejarme”. Tampoco pierde el tiempo con revistas de moda, “estoy más interesado en los asuntos del mundo y del arte y la cultura en general”. Así todo nos da su opinión sobre los constantes fichajes y despidos en las tradicionales firmas de lujo: “Si cada temporada un diseñador es sustituido por otro, ¿cómo es posible aportar tu visión personal si tu puesto peligra constantemente? Yo estoy muy contento de diseñar con total libertad, ya sea para mi propia firma como para cualquiera de las marcas con las que he elegido colaborar”. Está claro que Jeremy es un tío creativo, pero también un hombre de negocios. “Sí, mi portátil es un MAC. Y mi móvil una Blackberry. Supongo que soy creativo y business, LOL!”. Un equilibrio mental perfecto. Así que le pedimos consejo: ¿Quién sería su Guest Creative ideal para Neo2?: “Qué tal KatyPerry, Rihanna, Gaga, Madonna, Nicki, LanaDelRey!!!!”. Bueno, podemos intentarlo, por supuesto. Gracias, Jeremy. Y también por el secreto de belleza para la higiene facial: “Eshu. Es súper limpio y me gusta mucho el packaging. Deberías probarlo” (en España lo puedes encontrar en Sephora).



Jeremy Scott posando con sus gafas XRay Vision y parte de la colección que ha diseñado para Swatch. También el bolso Le Pliage de Longchamp convertido en postal por obra y gracia del diseñador. Y, por último, una muestra del diseño del jabón Eshu que tanto gusta a J.S y que vamos a ir a comprar a Sephora.



Lana del Rey



Santigold. Foto: Sean Thomas



Katy Perry & Jeremy Scott. Colección adidas Originals Primavera Verano 2012



Azealia Banks

MÚSICA 117

GUEST CREATIVE

TEXTO: TEREVISIÓN RUIZ

Solo hace falta echar un vistazo a estas fotos para darse cuenta de que Jeremy Scott prefiere la música hecha por mujeres. Ellas también le adoran porque es uno de los diseñadores favoritos de artistas como Katy Perry, Madonna o Lady Gaga. Empezamos preguntándole por el último disco que se ha comprado y nos habla de Nicki Minaj, cantante y compositora de hip hop que además ha sido imagen de la última campaña otoño-invierno 2012 de Jeremy Scott para Adidas: “Me he comprado su último disco, ‘Pink Friday: Roman Reloaded’, y la escucho muchísimo. Sus canciones son taaaan buenas y frescas, y me encantan las letras”. Continuamos con más nombres femeninos: “Estoy enamorado de la música de Lana del Rey, creo que es una artista única y muy especial. Además la conozco en persona y es adorable”. Lana del Rey será uno de los platos fuertes de esta edición de Sónar. Su esperada actuación tendrá lugar el viernes 15 en Sónar Noche. Cuando le preguntamos por el último concierto al que ha ido, Jeremy nos cuenta que estuvo en Coachella y que vio a su amiga Azealia Banks: “Hizo un show estupendo, el concierto más multitudinario de su carrera hasta el momento, ¡y dejó a todo el mundo flipado!”. A Azealia Banks, una de las sorpresas del año, la podremos ver en directo en el Día de la Música el próximo 22 de junio en Madrid. Jeremy nos habla también de Santigold: “Es una gran amiga mía, su anterior disco lo escuché muchísimo, estoy deseando oír el nuevo. Su voz es muy especial. Una vez Björk me dijo lo mucho que le gustaba, y creo que eso es un gran cumplido viniendo de ella”. El nuevo disco de Santigold “Master of my Make-Believe” se ha publicado hace apenas un

mes. Un álbum grabado en Jamaica y producido por Dave Sitek de TV On The Radio. De momento no tiene fechas confirmadas en nuestro país. Y seguimos con mujeres, porque le preguntamos a Jeremy Scott a qué artistas, que aun no haya vestido, le gustaría ver con su ropa: “Hay dos artistas a las que me encantaría vestir: Cher y Dolly Parton. Me encantan las dos, son iconos tan americanos... pero también me gusta su look, su estilo... ¡así que no sé muy bien cómo las vestiría!”. En cuanto a su grupo favorito ahora mismo, se decanta por 2NE1, un grupo de chicas surcoreanas con las que Jeremy ha colaborado en alguna ocasión. Los únicos nombres masculinos que aparecen en este cuestionario musical son Mozart y Gotye. Del primero Jeremy dice que es el único músico muerto al que le hubiera gustado conocer: “Tengo tanta curiosidad por saber si realmente era tan cool como aparece en la película Amadeus...”. Del segundo dice que está enganchado a su hit “Somebody That I Used To Know”, y que le encanta escucharlo a todo volumen mientras conduce: “Vivo en Los Ángeles, así que me muevo con un Mercedes G Wagon con un retumbante equipo de sonido”. Por último, le preguntamos cómo elige la música para sus desfiles: “Siempre busco alguna canción o algún sonido simbólico, relacionado con lo que estoy diseñando. Además, durante los últimos 15 años he tenido el gran placer de trabajar con Michel Gaubert. Tenemos una conexión increíble. A veces le envío tan solo un dibujo o una pequeña muestra de lo que estoy haciendo para la nueva colección y él lo entiende inmediatamente, encontrando el sonido adecuado al instante. ¡Es un genio musical!”