



Ilustración de Fernando Vicente en el libro 'Alicia a través del espejo' con la Reina Blanca, Alicia y la Reina Roja.

ALICIA EN EL PAÍS DE LA MODA

El ilustrador Fernando Vicente da una nueva perspectiva al personaje de Lewis Carroll

Modelos de Balenciaga, Dior y Givenchy parecen repetirse en numerosas ocasiones a través de las ilustraciones de Fernando Vicente (Madrid, 1963). Desde su estudio, cercano al madrileño parque del Retiro, confiesa que sus décadas favoritas son los años cuarenta y sesenta, y que se hubiera quedado ahí a vivir. Por eso, no es de extrañar que, viendo algunas de las siluetas femeninas que Vicente dibuja, la memoria se deslice hasta los años en los que se estrenó *Gilda* (1946). Y que, en otras ocasiones, sean deliciosos vestidos y complementos los que nos transportan hasta la época del *swinging sixties*. Confir-

MARÍA BALLESTEROS
MADRID

mando así que aquel tramo del siglo XX fue tan prolífico como deslumbrante e inspirador.

Para el ilustrador, Macarena Blanchón —socia y fundadora de la agencia Just Be Comunicación— es la culpable de que su relación con la moda se estrechara: “En los años ochenta, con 18 o 19 años, Macarena nos cogió a varios ilustradores del TBO Madrid y nos hizo una sesión para la revista de Galerías Preciados. A partir de ahí fui comprando cada vez más revistas de moda. Ahora me gasto un dineral”, dice entre risas. Para Blanchón, Vicente siem-

pre ha sido un artista que le ha “fascinado” y habla de él como “una referencia de buen gusto en el mundo de la ilustración”.

Alicia a través del espejo (Nórdica), que se publicó el 27 de mayo coincidiendo con el estreno de la película del mismo nombre, es el último libro en el que Vicente despliega todo su talento. El encargo le llegó al tiempo que participaba en la exposición del Museo ABC de Madrid, en la que se conmemoraba el 150º aniversario de la publicación de *Alicia en el país de las maravillas*, de Lewis Carroll. Para el madrileño había tres requisitos muy claros que quería cumplir en este proyecto.

El primero, era encontrar a su Alicia. “Cuando hice la ilustración para el Museo ABC me inventé la cara de Alicia. Pero

Los trajes se inspiran desde el siglo XVI hasta hoy, podrían estar en una colección de Galliano

“Falta que las cabeceras de moda españolas se tomen cada número de forma más loca”

para el libro utilicé el rostro de la modelo Gemma Ward”, confiesa. La segunda condición era darle al Sombrerero un aire sofisticado: “Buscaba que fuera un dandi”, dice. Y vaya si lo consiguió. El Sombrerero, que tiene un aire al diseñador de tocados Philip Treacy, lleva el clásico traje burgués que lucían los hombres en la Inglaterra del siglo XIX con sombrero de copa, lazo al cuello, levita, pantalones de tartán y unas polainas blancas con botones negros sobre zapatos Oxford. El tercer propósito estaba claro desde el principio: “Las flores pueden estar enfadadas, pero no pueden ser feas”, dice rotundo. Por eso, convierte a las flores y al jardín en el que estas toman té en una suerte de editorial de moda propia del mítico fotógrafo Clifford Coffin.

La mención especial recae en la vestimenta de la Reina Roja y de la Reina Blanca. Sus atuendos son una lección de historia del traje en la que convergen el siglo XVI, por facturar de forma estilosa el cuello Medici; el XIX, a propósito de los brocados y el corsé en forma de triángulo invertido, y el XX y XXI, porque no estarían fuera de lugar si se les incluyera en algunas de las colecciones de alta costura de John Galiano o Alexander McQueen.

El madrileño es coleccionista de las ediciones italiana, francesa e inglesa de revistas como *Vogue* (para la edición española trabajó haciendo figurines al principio de su carrera), *Harper's Bazaar* y *Tatler*: “Ver revistas me entretiene, me distrae y me inspira. Warhol decía que para inspirarse ojeaba una revista y se le ocurrían mogollón de cosas”. Preguntado sobre qué le falta a las cabeceras españolas de moda, Fernando Vicente responde prudente y sin tapujos: “Creo que falta una Diana Vreeland. Que cada número se tomase de forma más loca y más espléndida”.

CARA DELEIVINGNE, CONTRA LA CAZA

M. R. L.
MADRID

La organización I'm Not A Trophy (Yo no soy un trofeo, en español) asegura que la Tierra ha perdido la mitad de su vida salvaje en las últimas cuatro décadas. Y en esta afirmación basan su primera campaña contra la caza de animales como entretenimiento, iniciativa a la que Cara Delevingne ha puesto cara y cuerpo. El fundador de la plataforma y fotógrafo de la campaña Arno Elias ha retratado a la modelo y actriz desnuda y con el cuerpo ‘tatuado’ con imágenes de elefantes, gorilas, leones y leopardos, todo pincelado con vivos colores. “Cara es la genuina personificación de

I'm Not A Trophy. Una mujer auténtica, que actúa según sus propias reglas. Su entusiasmo y su vivacidad dotan de energía al mensaje sobre la protección de la vida salvaje”, ha afirmado el artista. Cinco de esas fotografías se han puesto a la venta en la web oficial de la fundación (imnotatrophyp.org) como pósters de edición limitada para recaudar fondos en favor de la protección de los animales salvajes y contra su extinción.

“Tengo la intención de ser muy práctica con la organización y haré lo que pueda para concienciar sobre la caza furtiva y el trágico trofeo en el que se ha convertido la caza en África”, explicó por su parte Delevingne a la edición americana de la revista *Marie Claire*.



Cara Delevingne retratada por Arno Elias contra la caza. FOTO: I'M NOT A TROPHY

I'm Not A Trophy afirma que los turistas pagan más de 44.000 euros por asesinar especies en peligro de extinción

En África, además de grandes cantidades de dinero por conseguir llevarse un trofeo a casa en forma de alfombra o de cabeza para colgar en la pared. En su página, reproducen fotografías de diferentes turistas

posando con sus botines cinegéticos. “Estoy muy orgullosa de ser embajadora de I'm Not A Trophy, una organización para crear conciencia sobre los actos maliciosos de la caza furtiva de especies en peligro de extinción”, escribió ayer la actriz y modelo en su Instagram.

No es la primera vez que la británica se posiciona a favor de los animales. Tras el asesinato el pasado verano del león Cecil —el león más querido de Zimbabue, cuya muerte tuvo una gran repercusión internacional— a manos de un dentista estadounidense, la modelo vendió por 12.000 euros en una subasta en Ebay su exclusivo reloj de lujo TAG Heuer, del que no existía ninguna réplica, para recaudar fondos para la fundación WildCru (Wildlife Conservation Research Unit). “[Ese] Walter Palmer [el dentista que cazó a Cecil] es una pobre excusa de ser humano”, afirmó entonces enfurecida la modelo.