



1. **LUIS SANS** TOM FORD

“ Tiene un estilo simple y atemporal; da una imagen sofisticada y relajada a la vez y ese tono de azul favorece. Es ideal para llevar con ‘blazers’ y trajes de algodón ”



\* PROPIETARIO DE SANTA EULALIA



2. **LANDER URQUIJO** LANDER URQUIJO

“ Es muy adecuada para el verano y su dibujo geométrico recuerda mucho a los diseños de los corbateros de otros tiempos. Además, resulta muy polivalente ”



\* SASTRE Y PROPIETARIO DE LANDER URQUIJO



3. **CARLA ROYO** AGATHA RUIZ DE LA PRADA

“ Me fijo en las más llamativas por el colorido o los motivos. La elección depende del traje y del lugar, pero me divierten mucho las de Agatha Ruiz de la Prada ”



\* PRESIDENTA DE CARLA BULGARIA ROSES BEAUTY



7. **CARLOS FALCÓ** HUGH PARSONS (AZUL 1989)

“ Un tío mío me comentó una vez que la única forma de acertar con una corbata era verla en un escaparate, entrar y comprarla. Para mí las mejores son las italianas ”



\* MARQUÉS DE GRIÑÓN Y PRESIDENTE DE PAGOS DE FAMILIA



8. **CARLOS CASTILLO** MAN 1924

“ Es un básico. Combina la sobriedad necesaria para un acontecimiento formal con la posibilidad de ponértela de ‘sport’ con una chaqueta de tweed, por ejemplo ”



\* FUNDADOR Y PROPIETARIO DE MAN 1924



9. **DANIEL ENTRECANALES** HACKETT

“ Me recuerda a las que llevaba mi padre en los 80, cuando yo era pequeño. Desde hace ya algunos años, uso unas de punto que heredé precisamente de él ”



\* EMPRESARIO Y PRESIDENTE DE REVOLUTION PUBLICIDAD

## MODA

Larga vida a la

# corbata

El accesorio masculino vive una segunda juventud. Veinte personalidades de la moda, la empresa y la aristocracia eligen para FUERA DE SERIE su preferida de esta temporada.

POR IVÁN FOMBELLA  
FOTOGRAFÍAS DE JOSÉ MARÍA PRESAS

**LLEVA TRES SIGLOS** con nosotros y algunos ya predecían su desaparición a finales de la década pasada. La tendencia hacia un vestuario más *sport* se iba imponiendo incluso en los ambientes más conservadores. Muchas empresas ya no requerían a sus empleados vestir de manera formal, y el *casual friday* se extendía a toda la semana. La preocupación por el cambio climático estuvo a punto de darle la puntilla a la corbata (los precios de las que



4. **CAROLINA HERRERA** CAROLINA HERRERA

“Creo que deben dar un toque de color, pero de forma discreta. Encuentro divertidas las de estilo inglés con rayas o cuadros y, además, prefiero los nudos pequeños”



\* DIRECTORA DE CAROLINA HERRERA EN ESPAÑA



5. **RAFAEL MEDINA** SCALPERS

“Lleva el nombre de Skull Stripe Variante 3. Me gusta porque es atemporal, está confeccionada a mano y es única en el mercado. Es verdaderamente original”



\* DUQUE DE FERIA Y PROPIETARIO DE SCALPERS



6. **JUAN ANTONIO SAGARDOY** SOLOIO

“El color fucsia me gusta mucho porque te hace sentirte más joven, mientras que los dibujos siempre dan una sensación de juego y, a la vez, también de descanso”



\* ABOGADO Y PRESIDENTE DE HONOR SAGARDOY ABOGADOS



10. **IGNACIO GARCÍA DE VINUESA** HERMÈS

“Un Hermès siempre es un Hermès; es la corbata que adquieres para toda la vida. El azul es mi color preferido y estoy abierto a cualquier motivo, siempre que me llene”



\* INTERIORISTA Y PROPIETARIO DEL ESTUDIO GDEV



11. **SIMON CROMPTON** DRAKE'S

“Se acerca mucho al clásico tinte 'madder', aunque ya no se hace con esa planta venenosa. Es la corbata de vestir para el hombre que no gusta del brillo de la seda”



\* PERIODISTA Y BLOGUERO DE MODA



12. **OLIVIER GAY** HACKETT

“De esta temporada me gusta este modelo de la firma inglesa porque me recuerda a la corbata que me regaló mi equipo de Suiza antes de venir a España, en 2010”



\* DIRECTOR GENERAL DE CARTIER ESPAÑA

hemos incluido en estas páginas oscilan entre los 32 € de Soloio y los 165 € de algunas de las diseñadas por Tom Ford). Muchos la vieron como un enemigo de la ecología, ya que en verano obliga a encender más el aire acondicionado. El debate llegó, incluso, al Congreso de los Diputados. Pero las cifras de ventas de corbatas y pajaritas, que habían bajado de manera sostenida durante la década anterior, comenzaron a remontar en 2008 en países como

Estados Unidos e Italia, demostrando que estos complementos tienen aún mucho que decir. Y no han dejado de incrementarse. La consultora NPD Group ha estimado que el volumen de negocio que movieron en Estados Unidos las corbatas en 2012 fue de 610 millones de euros, mientras que cuatro años antes, la cifra no pasó de 516 millones. Uno de los grandes fabricantes, Hermès, ha aumentado sus

ventas en un 22,6% en 2012. A pesar de la crisis, el deseo de comprar una corbata o cualquier prenda de lujo no ha desaparecido “porque hay un tipo de cliente que puede permitirse y sigue haciéndolo”, según Luis Sans, de la tienda Santa Eulalia de Barcelona.

**NUEVOS 'LOOKS'.** Aunque la corbata tradicional nunca ha acabado de irse, y los tejidos y anchos más clásicos (entre 8,5 y

9,5 cm) ocupan la mayoría de las ventas (hasta un 70%, según NPD), la verdad es que este accesorio se ha transformado en ese proceso de asentamiento. Se prefieren muy coloridas y con mucho dibujo, un signo de individualidad de la persona que la lleva. También se compagina la tradicional seda trenzada con otros tipos. Por ejemplo, las de punto de seda. Estrechas y cortadas horizontalmente en su parte baja, re-

sultan tan elegantes como las más tradicionales, pero añaden un toque *vintage*, en consonancia con los *looks* inspirados en los años 50 y 60. Un *revival* que también se deja sentir en el ancho, sin duda el tema más sensible de todos. Siguiendo la línea de las *delgadas* corbatas que se pusieron de moda a mediados del siglo pasado, ahora están haciéndose cada vez más estrechas. Incluso Hermès –prototipo de >



13. **TOMÁS ALÍA** HERMÈS

“ Me gusta ir sobrio y, a la vez, elegante. Considero que el color azul marino supone un acierto en cualquier ocasión y, además, armoniza un ‘look’ con americana ”



\* ARQUITECTO E INTERIORISTA



14. **TERESA SAPEY** E. MARINELLA

“ Me parecen muy bonitos los modelos de la marca Marinella, que compro en las tiendas de Nápoles y Milán. Ésta, la que amaba Giovanni Agnelli, es inconfundible ”



\* ARQUITECTA



15. **JOSÉ MARÍA PASQUÍN** HACKETT

“ Cuando visto formal, la corbata es para mí el detalle que marca la diferencia. Te da personalidad, y me encanta ponerme ésta cuando voy a una fiesta en el campo ”



\* DIRECTOR DE HACKETT ESPAÑA



17. **MARIO GIMÉNEZ** HERMÈS

“ Suelo decantarme por corbatas de seda en azul, rojo o verde. Éste es uno de mis colores favoritos, y las corbatas lisas son más fáciles de combinar. Soy un clásico ”



\* DIRECTOR DE PANERAI ESPAÑA



18. **PELAYO OLAZÁBAL** PETRONIUS (FULHAM)

“ Mis preferidas son las de esta empresa familiar italiana que lleva más de 80 años cosiéndolas a mano. Me gusta la originalidad de sus diseños y el color de las telas ”



\* PROPIETARIO DE FULHAM



19. **CARLOS GARCÍA CALVO** HERMÈS

“ Me gusta porque yo siempre las adquiero de color azul y de la misma marca, Hermès. Recuerdo que mi padre me decía que no debía comprarlas rojas ”



\* ESCRITOR Y PERIODISTA

> clasicismo y resistencia a las modas pasajeras— ha bajado el ancho de sus modelos *heavy-twill* de nueve a ocho cm en la última temporada por primera vez en décadas, dando carta de naturaleza a una tendencia que está consolidándose en el tiempo.

**EL NUEVO HOMBRE.** Todas estas novedades se concretan en la búsqueda de un tipo distinto de hombre. Éste es elegante y refinado, pero a la vez sobrio y

sin ostentaciones. Así, las corbatas se hacen más estrechas y estilizadas. “Ha tomado conciencia de lo importante que es la vestimenta, y esto ha hecho que los accesorios lo sean aún más”, apunta la estilista Iria Ballesta. Pero, sobre todo, es moderno y tecnológico.

Muchas marcas, incluida Hermès, han dado sitio en sus últimas colecciones a motivos y dibujos de inspiración técnica: símbolos USB, on/off, cables y códigos binarios...

El público objetivo de los fabricantes de corbatas más clásicos está cambiando. Y sus usos, también. Hasta hace bien poco, la mayoría de hombres se la ponía por imposición de su lugar de trabajo o de la formalidad de la ocasión. Aunque es indudable, también, que siempre ha existido un núcleo irreducible de amantes de este complemento que ha desafiado a las modas.

Pero hoy, el comprador es “cada vez más joven”, asegura

Ballesta, y usa la corbata no sólo cuando viste de traje. “Ha entrado de nuevo en el armario masculino como un accesorio de *sport*”, defiende la estilista. Elige con mimo la que mejor se adapta a su fisonomía, a su personalidad, al cuello de la camisa que vestirá, o incluso al color de sus calcetines. Estilizar la figura con modelos estrechos y de tonos lisos y oscuros; muchos dibujos coloristas sobre camisas lisas, blancas o azules; o hacer un nudo simple con un

cuello recto para aportar esbeltez al rostro. Con cualquiera de esas opciones, el objetivo es mostrar la personalidad que se oculta tras la uniformidad del resto del atuendo.

Es de ese gusto por revelar la identidad a través de los detalles de donde surgió la corbata. Y se puede hablar de tradición en un objeto con tanta historia como éste. Aunque tiene antecedentes en los *focale* que usaban los antiguos romanos (una especie de pañuelo), o en las bu-



16. YANN REZNAK BEL Y CÍA

Las que llevo normalmente son de lana o seda italiana, y siempre las compro en esta camisería de Barcelona. Me gusta la calidad del tejido y los colores sobrios



\* DIRECTOR GENERAL DE JOYERÍAS GRASSY



20. LUCA RUBINACCI RUBINACCI

Realizada a mano, de seda 'vintage' estampada, simboliza lo que es nuestra marca: ligera, imperfecta y con nudo central que, al apretar, crea los pliegues



\* SASTRE Y HEREDERO DE LA CASA RUBINACCI

**NOTA: TODOS LOS MODELOS ESTÁN A LA VENTA. PRECIOS, ENTRE 31,90 Y 165 €**

WWW.SANTAEULALIA.COM;  
WWW.LANDERURQUIJO.COM;  
WWW.AGATHARUIZDELAPRADA.COM;  
WWW.CAROLINAHERRERA.COM;  
WWW.SCALPERS.COM.ES  
WWW.SOLOIO.COM;  
AZUL 1989: TEL: 914 318 282;  
WWW.MANI924.COM;  
WWW.FULHAM.ES;  
WWW.HERMES.COM;  
WWW.DRAKES-LONDON.COM;  
WWW.HACKETT.COM;  
WWW.BELBARCELONA.COM;  
WWW.MARIANORUBINACCI.NET

fandas de la caballería croata en tiempos de Luis XIV (que les dieron el nombre), lo cierto es que su primer gran defensor fue el dandi por excelencia, Beau Brummel.

A principios del siglo XIX, su obsesión por llevar anudado al cuello un pañuelo con un lazo hizo imprescindible su presencia en los armarios de todos los europeos. "La corbata es el hombre que la lleva", fue la frase que le popularizó, y Oscar Wilde lo refrendó casi un siglo más tarde diciendo que anudar bien este complemento "es el primer paso serio en la vida". Jesse Langsdorf dio en 1924 el último salto para llegar a lo que hoy conocemos, inventando la forma de cortar en un ángulo de 45 grados.

**VUELVEN LOS CLÁSICOS.** El momento actual podría ser tan crucial para la historia de la corbata como los citados. De hecho, grandes clásicos como la de siete pliegues están volviendo. Además de ser confeccionada por las sastrerías italianas y londinenses, la *sette pieghe* tiene actualmente una colección propia en casas como Bulgari, y toda una serie de nuevas marcas se están lanzando a realizarlas. Estas corbatas se hacen sin entreteja, con una única tira de seda. Ésta se dobla con esmero hasta siete veces, cuatro por un lado y tres por el otro. FUERA DE SERIE ha consultado a 20 personalidades de ámbitos muy dispares, desde arquitectos a periodistas, pasando por joyeros, abogados y aristócratas. Y, desde luego, del mundo de la moda, como propietarios de tiendas, diseñadores y sastres. Algunos tienen recuerdos relacionados con la corbata. "Un tío mío, considerado uno de los más elegantes de Madrid, me dijo una vez en Londres que la única forma de acertar era verla en un escaparate, entrar y comprarla", cuenta el marqués de Griñón, Carlos Falcó.

La mayoría apuesta por modelos clásicos en seda trenzada y colores tradicionales, como el azul. Pero también las hay más arriesgadas. Aunque marcas históricas, como Hermès o Hackett, son las que más consenso reúnen, la variedad es enorme: Tom Ford o Agatha Ruiz de la Prada comparten espacio con la británica Drake's o la italiana Marinella.

Demuestran así que este accesorio está más vivo que nunca, y que el mercado tiene oferta suficiente para acomodarse a los gustos más clásicos y a los más rompedores.

Más fotos y el vídeo de este reportaje en Orbyt y en [www.fueradeserie.com](http://www.fueradeserie.com)

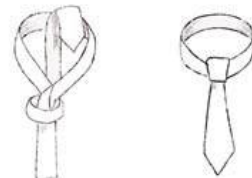
## moda corbatas

### Los más habituales

Existen decenas de tipos y variantes de nudos, pero son tres los más clásicos e imprescindibles. Con el nudo simple, el Windsor y el medio Windsor, es posible ser elegante en todos los lugares y con cualquier tipo de corbata.

#### SIMPLE

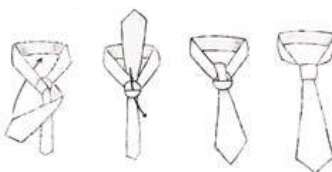
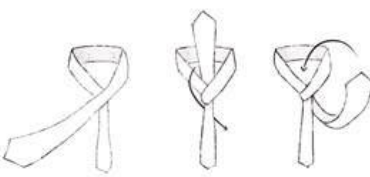
También llamado americano, es el nudo más utilizado, tanto por su simplicidad como porque se adecúa perfectamente a la mayoría de corbatas y cuellos de camisa. Es alargado y estiliza el rostro.



PHILO PINO

#### WINDSOR

Inventado por el duque de Windsor (de ahí su denominación), resulta muy elegante, por lo que suele reservarse para ocasiones especiales. Es muy voluminoso, por lo que requiere cuellos amplios.



#### MEDIO WINDSOR

Es más simple y menos aparatoso que el Windsor, pero conserva su toque de elegancia. Se adapta mejor a corbatas más delgadas y finas, y resulta más cómodo para quien lo lleva.

