

EL TALENTO DEL MES

BARUC CORAZÓN & SEAGRAM'S GIN

Espíritu 'unisex' y una loable falta de ganas de epatar son las armas con las que este diseñador madrileño nos conquista a todos

Texto Carlos Primo — Fotografía Ximena Garrigues y Sergio Moya

Una camisa, con trabillas en el cuello y sin solapas, fue el punto de partida de Baruc Corazón (Madrid, 1964) para fundar su marca. Hoy se ha convertido en un símbolo de coherencia en la moda española, y sigue siendo el faro que guía las colecciones cápsula que Baruc desarrolla, sobre patrones *unisex*, experimentando con técnicas artesanales y tejidos naturales o reciclados.

En una industria dominada por los departamentos de marketing, usted sostiene que el diseño y el tejido de una camisa son lo que verdaderamente importa. ¿Se considera un romántico?

Las cosas tienen sentido cuando se hacen con valores. Vivimos en un mundo de marcas, pero hay que encontrar el alma de esas marcas. En los últimos años ha reducido

el tamaño de su marca para mantenerla bajo control. ¿Está más cerca hoy de la marca que siempre quiso tener?

Sí. Tenía una intuición y ahora tengo un convencimiento. La crisis ha hecho que también los sistemas y las estructuras se racionalicen. Me ha ayudado a encontrar las raíces de lo que estaba haciendo, y a entender que cada proyecto y cada momento necesita un nivel distinto de desarrollo. Cuanto más cerca esté de mí, mejor.

Ha vendido sus prendas en Dubái o Japón. ¿Qué cliente es más difícil?

El español, porque en España hay pocos hombres que se sientan más libres a la hora de vestir. En Japón vendo más kurtas que camisas. En Emiratos vendo muchas camisas de seda, que es algo que todos deberíamos tener.

¿Por qué deberíamos?

Por el placer que producen.



ELEGANCIA RELAJADA Y UN 'GIN-TONIC' DILETANTE

Baruc lleva camisa y pantalones diseñados por él mismo. Las zapatillas son de Nike. El 'gin- tonic' es de Seagram's Gin. Para más información: www.baruccorazon.com

La de Baruc Corazón es la segunda edición limitada que Seagram's Gin lanza en España: en esta ocasión, el diseñador ha reinterpretado la botella inspirándose en las lámparas *art nouveau*. Solo hay 200 unidades, firmadas por el propio Baruc.

