

El lío de los 'pijoprogres'



Carlos Sáez
Videoartista. Tiene la firma de moda NoworkMondayz

Lorena Prain
Ilustradora y dibujante de cómics

Andrea Ferrer
Modelo, creadora de webs y agitadora nocturna

Josep Xorto
Músico

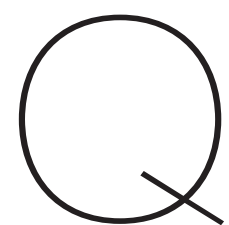
María Forqué
Pintora, noctámbula e hija de Verónica Forqué

Víctor Vergara
Estudiante de diseño

A bolsazos en la red

De cómo un spot de Loewe protagonizado por los cachorros de la progresía provoca una agitación en las redes sociales caldeada por 'nimileuristas'

POR NOELIA SASTRE
Y JUAN FERNÁNDEZ



ue alguien del Gobierno vea el anuncio de Loewe para que se den cuenta de que NO pueden re-

cortar más en educación». El dardo se lee estos días en Twitter y es una de las miles de flechas disparadas

contra las amazonas de Loewe. La legendaria casa de bolsos nacida en Madrid en 1846 (propiedad del grupo francés LVMH) ha renovado su línea Oro para conquistar a los jóvenes. Y en su afán por mostrar la cara más moderna de la capital ha incendiado las redes sociales (ya hay parodia en Youtube), donde la indignación de los *nimileuristas* choca con la intención del director creativo de la firma, Stuart Vevers.

El diseñador ideó el proyecto «después de ver a dos chicas joven-

císimas caminando por la Gran Vía con una bandolera Loewe Oro desgastada, seguramente heredada de su madre». A Vevers le «encanta que una pieza clásica encaje tan bien en gente joven y cool». Pero a los chavales del 15-M, asfixiados por la crisis, no les hace ninguna gracia ver a los hijos de la época dorada de los progres paseando bolsos de 1.600 euros por el parque del Retiro en un vídeo trufado de frases como: «Estar enamorada es superguay porque es como que todo te da vueltas, son como

«Unas chicas me han reconocido y se han burlado de mí», lamenta María Rosenfeldt, hija de Ouka Leele

mariposas», «España es única, solo hay una y es que... *Spain is different*» o «lo más guay de España, que no tiene otro país, son las españolas».

La revisitada colección nació en 1975, inicio de la transición, poco antes de la movida madrileña que Paloma Chamorro retrató en su programa *La edad de oro* y que tanto disfrutaron los padres de algunos protagonistas de la campaña más comentada del año. Si Loewe buscaba publicidad, lo ha conseguido. Y no solo por haber reclutado a los cachorros de actores, escritores y artistas bautizados como *pijoflautes* en Twitter, con *hashtags* como #Acampadaloewe. También por sus desafortunados comentarios.

Ahí está María Forqué, la hija pintora de Verónica Forqué que, a sus 21 años, luce un *look* muy parecido al de la modelo Alice Dellal. Icono del estilo *trash*, le gustan los tatuajes, los *piercing* y el cuero. «La frase mítica de una película de mi madre es arriba la pestaña», apunta en el spot. Martín Rivas es actor e hijo del escritor gallego Manuel Rivas. ¿Su aportación?