

© SEPTIEMBRE 2024  
5,50 € ESPAÑA

# VOGUE

ESPAÑA



*Tilda y Julianne*

# *Nicas*



*Almodóvar*





DIOR



**PANTHÈRE**  
DE  
*Cartier*





CHANEL



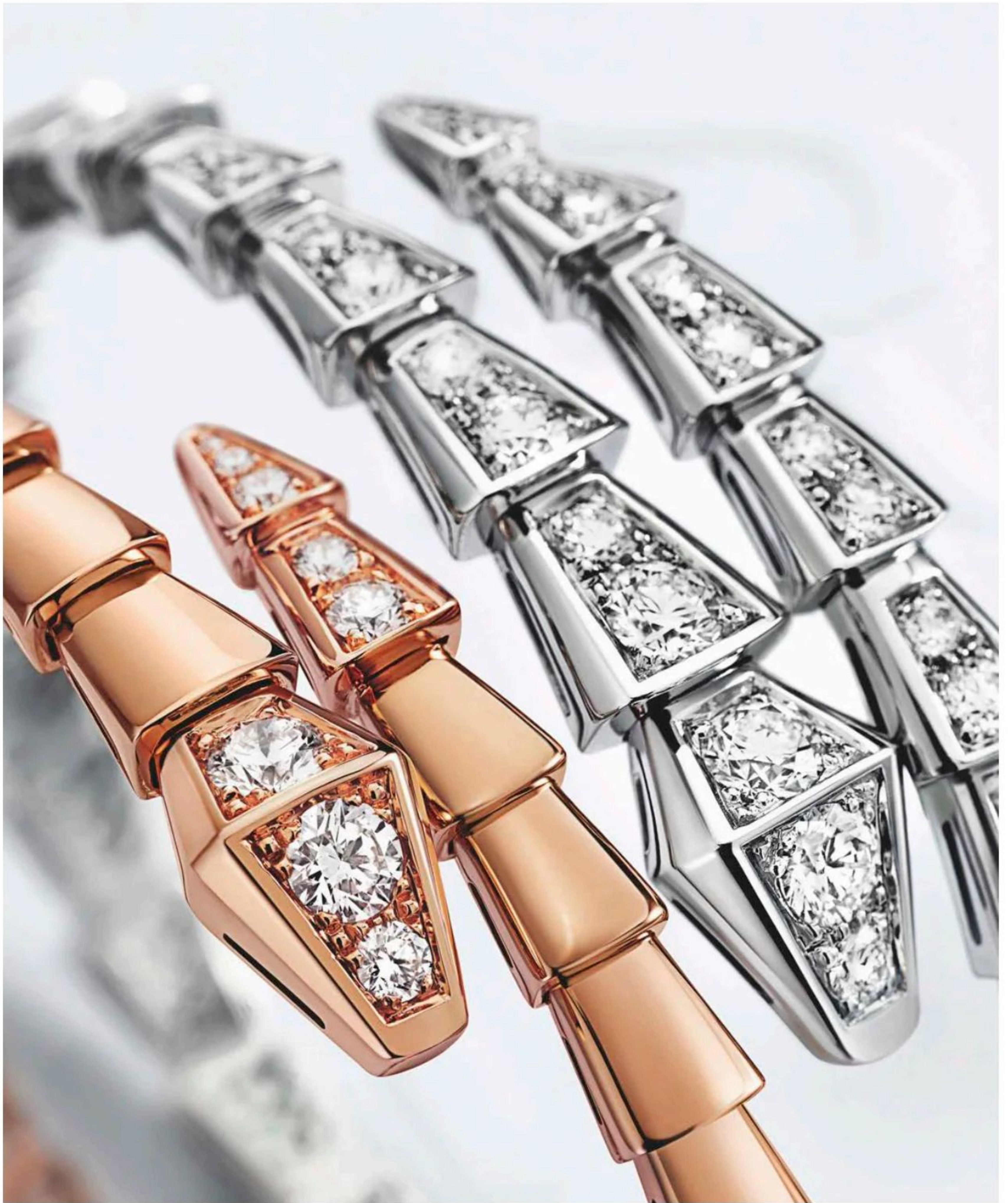






**PRADA**





**BVLGARI**

ROMA 1884





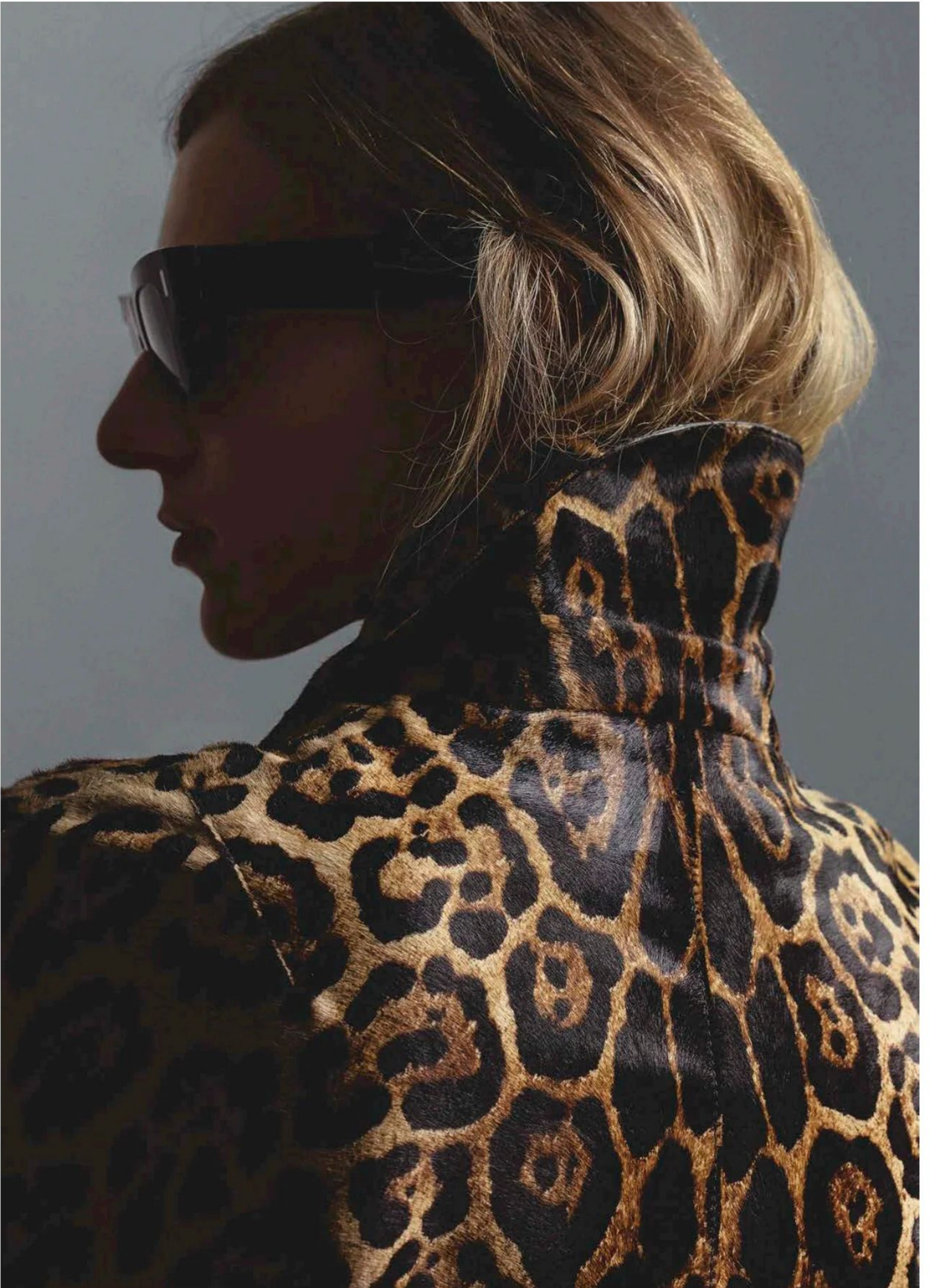
# מימי



# LOEWE



Greta Lee por David Sims  
Otoño Invierno 2024







**MICHAEL KORS**  
COLLECTION



A woman with dark hair pulled back, wearing a black turtleneck sweater with intricate floral embroidery in shades of red, pink, and teal. She is looking directly at the camera with a slight smile. The background is plain white.

# GIORGIO ARMANI

Madrid, Galería Canalejas - Marbella, Puerto Banús

BIOCERAMIC  
MOONSWATCH  
COLLECTION

MISSION ON EARTH POLAR LIGHT



Ω  
OMEGA  
×  
swatch<sup>®</sup>+

Solo disponible en las tiendas Swatch seleccionadas

BIOCERAMIC  
MOONSWATCH  
COLLECTION

MISSION ON EARTH LAVA



Ω  
OMEGA  
×  
swatch<sup>®</sup>+

Solo disponible en las tiendas Swatch seleccionadas



ART DIR. PAUL MARCIANO PH. Y. COOLMA & SAIDA © GUESS?, INC. 2024

MARCIANO  
*by*  
GUESS

GUESS.EU

# VOGUE

ESPAÑA

**HEAD OF EDITORIAL CONTENT**  
INÉS LORENZO

---

**REDACTORA JEFE** CECILIA CASERO

**MODA**

**REDACTORA JEFE DE MODA** SARA HERNANDO  
**ESTILISTAS** MARTA BAJO, PATRICIA LÓPEZ  
**REDACTORAS** NUALA PHILLIPS, NURIA LUIS, ALEXANDRA LORES  
**COMMERCE EDITOR** MAYTE SALIDO

**BELLEZA**

ANA MORALES, VIOLETA VALDÉS, LAURA SOLLA

**CULTURA**

EVA BLANCO, ALBERTO SISÍ

**ESTILO DE VIDA**

GARBIÑE CONTINENTE

**SENIOR MANAGER AUDIENCE DEVELOPMENT** MARINA VALERA  
**SENIOR MANAGER SOCIAL MEDIA** ANA GÁNDARA

**JEFE DE EDICIÓN Y CIERRE** PEDRO SÁNCHEZ DE COS  
**ADAPTACIÓN Y TRADUCCIÓN** ESTHER GIMÉNEZ  
**TALENT ASSOCIATE EDITOR** INGRID DE LA PUENTE  
**SENIOR CONTENT OPERATIONS MANAGER** BEATRIZ DE ASÍS  
**CONTENT OPERATIONS MANAGER** LUCÍA PREGIGUEIRO  
**CONTENT OPERATIONS ASSOCIATE** JUAN ALBERTO FUENTES  
**ADMINISTRACIÓN** MARGARITA TOFIÑO  
**VISUALS EDITOR & PHOTO STUDIO DIRECTOR** REYES DOMÍNGUEZ  
**VISUALS EDITOR** JULIETA SARTOR

**ARTE**

NOEMÍ GARCÍA (JEFA DE MAQUETA), LORETO DOMÍNGUEZ

**COLABORADORES**

ALBA CORREA, JEAN CAMPBELL, NATHAN HELLER, QUENTIN DE BRIEY, NIGEL SAFRAN, SEAN THOMAS, STEVEN MEISEL, JUSTINE TRIET, DAVID GÓMEZ-MAESTRE, PEPE LOBEZ, LALA SERRANO, PABLO ZAMORA, DAVIT GIORGADZE, SILVIA RETANA, HARRY LAMBERT, ALEX HARRINGTON, MAX ORTEGA, GRACE CODDINGTON, MARIE-AMÉLIE SAUVÉ, JOE MCKENNA, REBECCA PURHOUSE, ÁNGELA ESTEBAN-LIBRERO, ANA TOVAR.

**CONDÉ NAST ENTERTAINMENT**

**HEAD OF PROGRAMMING & DEVELOPMENT** MARCOS CHAMIZO  
**VIDEO DEVELOPMENT LEAD, VOGUE** JULIA PÉREZ  
**PROGRAMMING LEAD** DAVID FERNÁNDEZ  
**PRODUCCIÓN** SARA RAMOS  
**EDICIÓN** ALMUDENA MOLERO

**PRODUCCIÓN**

**SENIOR PRODUCTION MANAGER** ENRIQUE GRAU DÍAZ TRÍAS  
FERNANDO BOHÚA, JUAN IGNACIO BOCOS

---

**VOGUE GLOBAL**

**ANNA WINTOUR** GLOBAL EDITORIAL DIRECTOR  
**GLOBAL CREATIVE DIRECTOR** RAUL MARTINEZ  
**APAC EDITORIAL DIRECTOR (TAIWAN, INDIA, JAPAN)** LESLIE SUN

**HEAD OF EDITORIAL CONTENT, BRITAIN** CHIOMA NNADI  
**HEAD OF EDITORIAL CONTENT, FRANCE** EUGÉNIE TROCHU  
**HEAD OF EDITORIAL CONTENT, GERMANY** KERSTIN WENG  
**HEAD OF EDITORIAL CONTENT, INDIA** ROCHELLE PINTO  
**HEAD OF EDITORIAL CONTENT, ITALY** FRANCESCA RAGAZZI  
**HEAD OF EDITORIAL CONTENT, JAPAN** TIFFANY GODOY  
**HEAD OF EDITORIAL CONTENT, MEXICO & LATIN AMERICA** KARLA MARTÍNEZ DE SALAS  
**EDITORIAL DIRECTOR, CHINA** ROCCO LIU

**EDITORIAL ADVISOR, BRITISH VOGUE & GLOBAL CREATIVE & CULTURAL ADVISOR** EDWARD ENNINFUL

**VICE PRESIDENT, GLOBAL HEAD OF CONTENT STRATEGY** ANNA-LISA YABSLEY  
**GLOBAL OPERATIONS DIRECTOR** LOUISA PARKER-BOWLES  
**GLOBAL HEAD OF FASHION NETWORK** VIRGINIA SMITH  
**GLOBAL EDITOR AT LARGE** HAMISH BOWLES  
**GLOBAL DIRECTOR, VOGUE RUNWAY** NICOLE PHELPS  
**GLOBAL NETWORK LEAD & US DEPUTY EDITOR** TAYLOR ANTRIM  
**GLOBAL NETWORK LEAD & EXECUTIVE EDITOR, BRITISH VOGUE** GILES HATTERSLEY  
**GLOBAL NETWORK LEAD & US FASHION FEATURES DIRECTOR** MARK HOLGATE  
**GLOBAL BEAUTY & WELLNESS DIRECTOR** JESSICA DINER  
**GLOBAL FASHION NETWORK, DEPUTY DIRECTOR** LAURA INGHAM  
**GLOBAL TALENT CASTING DIRECTOR** IGNACIO MURILLO  
**GLOBAL ENTERTAINMENT DIRECTOR** SERGIO KLETNOY  
**GLOBAL DESIGN DIRECTOR** AURELIE PELLISSIER ROMAN  
**EUROPEAN DESIGN DIRECTOR** JAN-NICO MEYER  
**EUROPEAN VISUALS DIRECTOR** JAMIE SPENCE  
**EUROPEAN PRODUCTION DIRECTOR** VICTORIA WILLAN  
**ASSOCIATE DIRECTOR, INTEGRATED PLANNING** MILLY TRITTON  
**ASSOCIATE APAC (TAIWAN, INDIA, JAPAN) CONTENT OPERATIONS DIRECTOR** VAV LIN



# VOGUE

ESPAÑA

STAFF

**CHIEF BUSINESS OFFICER** ELENA FERRERAS

**FASHION AND LUXURY**  
**DIRECTORA COMERCIAL DE VOGUE Y CATEGORY LEAD DE FASHION AND LUXURY** CLARA MONTOYA  
**ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER, FASHION AND LUXURY** LAURA CAPO, JUDITH MASES, GEMA CAMACHO

**HEALTH AND BEAUTY**  
**DIRECTORA COMERCIAL DE GLAMOUR Y CATEGORY LEAD DE HEALTH AND BEAUTY** PATRICIA VEGA DE SEOANE  
**ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER, BEAUTY AND HEALTH** SUSANA HERNÁNDEZ, NOELIA GONZÁLEZ, CAROLINA PÉREZ, MARÍA GIL DE BIEDMA

**CULTURE AND LIFESTYLE**  
**CATEGORY LEAD DE CULTURE & LIFESTYLE** ESTHER GONZÁLEZ  
**DIRECTORA COMERCIAL DE GQ Y VF Y ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER FOR VICE** AMAIA MURUAMENDIARAZ  
**ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER, CULTURE & LIFESTYLE** ISABEL VALCÁRCEL, PALOMA GONZÁLEZ BLANCH, SANDRA PALOMO

**HOME AND TRAVEL**  
**DIRECTORA COMERCIAL DE AD Y CATEGORY LEAD DE HOME AND TRAVEL** LAURA VELASCO  
**DIRECTOR COMERCIAL DE TRAVELER** JOSÉ MANUEL MANRIQUE  
**ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER** VICTORIA ÁLVAREZ, ISABEL BELLOSILLO, SOFÍA JULIÀ

**COORDINACIÓN** FLOR BARBERO

**DELEGADA ITALIA** ELENA MARSEGLIA  
**DELEGADA NORTE** ANA LÓPEZ

**CONDÉ NAST COMMERCIAL CREATIVE SPAIN**  
**DIRECTOR** JORGE MADRID  
**HEAD OF CREATIVE MARKETING, PRODUCTION & DELIVERY** MARÍA JIMÉNEZ  
**BRAND MARKETER** RAQUEL PLAZA Y VERÓNICA MARTÍN MOLINA  
**DELIVERY MANAGER** LAURA GARCÍA  
**PRODUCTION MANAGER** RUTH VARILLAS  
**HEAD OF PUBLIC RELATIONS** VERENA BUSTILLO  
**BRANDED EVENTS MANAGER** MÓNICA GUIRAO

**CONDÉ NAST EUROPE**  
**MANAGING DIRECTOR EUROPE** NATALIA GAMERO DEL CASTILLO  
**DEPUTY MANAGING DIRECTOR EUROPE** ANIYA GIGOVSKAYA  
**VP FINANCE EUROPE** JUAN MANUEL MARTÍN-MORENO  
**SVP PEOPLE EUROPE** DAVID DE LA IGLESIA  
**VP GLOBAL REVENUE & DIGITAL STRATEGY, EUROPE** LINA CALZADO  
**HEAD OF LEGAL EUROPE** DANIELLA PALLETI  
**DIRECTOR OF ENGINEERING, SPAIN & GLOBAL CUSTOM SOLUTIONS** RAFAEL MARTÍNEZ  
**DIRECTOR, GLOBAL AUDIENCE PLANNING & OPERATIONS, EUROPE** LUIS PERALTA

**EDICIONES CONDÉ NAST S.L.**  
**CONSUMER MARKETING DIRECTOR** BEATRIZ SÁNCHEZ GUILLÉN  
**DIRECTORA FINANCIERA** RAQUEL MARTÍN  
**DIRECTORA DE PEOPLE** ANA RUIZ  
**DIRECTOR DE COMUNICACIÓN** ALBERTO PEREIRA

## PUBLICADO POR CONDÉ NAST

**CHIEF EXECUTIVE OFFICER** ROGER LYNCH  
**CHAIRMAN OF THE BOARD** JONATHAN NEWHOUSE  
**CHIEF CONTENT OFFICER** ANNA WINTOUR  
**CHIEF FINANCIAL OFFICER** NICK HOTCHKIN  
**CHIEF PEOPLE OFFICER** STAN DUNCAN  
**CHIEF COMMUNICATIONS OFFICER** DANIELLE CARRIG  
**CHIEF OF STAFF** SAMANTHA MORGAN  
**CHIEF PRODUCT & TECHNOLOGY OFFICER** SANJAY BHAKTA  
**CHIEF CONTENT OPERATIONS OFFICER** CHRISTIANE MACK

## EDICIONES

**ALEMANIA** AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GLAMOUR, GQ, VOGUE **ESPAÑA** AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GLAMOUR, GQ, VANITY FAIR, VOGUE **ESTADOS UNIDOS** AD, ALLURE, ARS TECHNICA, BON APPÉTIT, CONDÉ NAST TRAVELLER, EPICURIUS, GLAMOUR, GQ, LOVE, PITCHFORK, SELF, TEEN VOGUE, THEM., THE NEW YORKER, VANITY FAIR, VOGUE, WIRED **FRANCIA** AD, GQ, VANITY FAIR, VOGUE **INDIA** AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, VOGUE **ITALIA** AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, LA CUCINA ITALIANA, VANITY FAIR, VOGUE, WIRED **JAPÓN** GQ, VOGUE, WIRED **MÉXICO Y LATINOAMÉRICA** AD, GLAMOUR, GQ, VOGUE, WIRED **ORIENTE MEDIO** AD, CONDÉ NAST TRAVELLER **REINO UNIDO** CONDÉ NAST JOHANSENS, CONDÉ NAST TRAVELLER, GLAMOUR, GQ, HOUSE & GARDEN, TATLER, THE WORLD OF INTERIORS, VANITY FAIR, VOGUE, VOGUE BUSINESS, WIRED **TAIWÁN** GQ, VOGUE.

**PUBLICADO BAJO ASOCIACIÓN**  
**BRASIL** GLAMOUR, GQ, VOGUE

**PUBLICADO BAJO LICENCIA O COLABORACIÓN DE DERECHOS**  
**ADRIA** VOGUE **AUSTRALIA** GQ, VOGUE **BULGARIA** GLAMOUR **CHINA** AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, VOGUE **COREA** ALLURE, GQ, VOGUE, WIRED **ESCAN DINAVIA** VOGUE **FILIPINAS** VOGUE **GRECIA** VOGUE **HONG KONG** VOGUE, VOGUE MAN **HUNGRÍA** GLAMOUR **ORIENTE MEDIO** GQ, VOGUE, WIRED **PAÍSES BAJOS** VOGUE **POLONIA** AD, GLAMOUR, VOGUE **PORTUGAL** GQ, VOGUE **REPÚBLICA CHECA Y ESLOVAQUIA** VOGUE, WIRED **RUMANÍA** GLAMOUR **SINGAPUR** VOGUE **SUDÁFRICA** GLAMOUR, GQ, HOUSE & GARDEN **TAILANDIA** GQ, VOGUE **TURQUÍA** GQ, VOGUE **UCRANIA** VOGUE

EDICIONES CONDÉ NAST, S.L. PASEO DE LA CASTELLANA, 9-11. 28046 MADRID. © EDICIONES CONDÉ NAST, S.L. DEPÓSITO LEGAL M-25788-2012  
IMPRESIÓN: ROTOCOBRI. RONDA DE VALDECARRIZO, 13. TRES CANTOS. 28760. MADRID. TEL. 918 031 676. SOBREPRECIO PARA CANARIAS: 0,20€.

PRECIO DE SUSCRIPCIÓN: 66 €. TELÉFONO DE ATENCIÓN AL CLIENTE: +34 983 00 84 01

© DE LAS REPRODUCCIONES AUTORIZADAS, VEGAP, MADRID 2024.

EDICIONES CONDÉ NAST S.L.  
(PUBLICIDAD Y REDACCIÓN) PASEO DE LA CASTELLANA, 9-11 28046 MADRID.

VOGUE ESPAÑA NO SE HACE NECESARIAMENTE RESPONSABLE DE LAS OPINIONES VERTIDAS POR LOS COLABORADORES EN SUS ARTÍCULOS. © EDICIONES CONDÉ NAST, S.L. RESERVADOS TODOS LOS DERECHOS. PROHIBIDA SU CITA, REPRODUCCIÓN, EDICIÓN O TRANSMISIÓN TOTAL O PARCIAL POR CUALQUIER MEDIO Y EN CUALQUIER SOPORTE SIN LA AUTORIZACIÓN ESCRITA DE EDICIONES CONDÉ NAST, S.L. AUN CITANDO LA PROCEDENCIA. DIRIJASE A CEDRO SI NECESITA REPRODUCIR ALGUN FRAGMENTO DE ESTA OBRA. WWW.CONLICENCIA.COM. DEPÓSITO LEGAL: M-25788-2012 / ISSN 0750-3849

EDICIONES CONDÉ NAST S.L. ES UNA  
EMPRESA SOSTENIBLE CERTIFICADA POR:



GA-2012/0389

# Septiembre



*Tilda Swinton lleva camisa, lazo, pantalón y zapatos, todo de CHANEL. Julianne Moore luce americana, pantalón, camisa y pajarita, todo de NINA RICCI; zapatos de BOTTEGA VENETA; y pendientes de BVLGARI.*

*Fotografía: QUENTIN DE BRIEY. Estilismo: Harry Lambert. Maquillaje: Morag Ross. Peluquería: Manolo García. Manicura: Lucero Hurtado. Sastrería: Ana Ortega. Producción: Martín Becerra (North Six Production).*

32  
34

CARTA

HAN COLABORADO

EN VOGUE

36

TENDENCIAS

La estética atrevida con toques adolescentes invade los paisajes de una Normandía arrebatadora.

54

SHOPPING

Las tendencias de la temporada rescatan y actualizan estilos y materiales de épocas pasadas.

66

ACCESORIOS

Los complementos que triunfan este otoño apuestan por formas enérgicas y con toques exquisitos.

76

DISEÑADORA

Ya Yi Chen Zhou, la creadora española de carácter nómada y raíces multiculturales.

82

ANÁLISIS

El esmoquin, uniforme de la temporada, recuerda a las pioneras que rompieron los códigos de género.

84

JOYAS

El mosaico del tiempo, la icónica pieza de Bvlgari que celebra el vibrante legado de la firma.

AGENDA

86

MÚSICA

'Sangre sucia', el álbum de debut de la cantaora Ángeles Toledano, es el flamenco que necesitamos.

92

EXPO

La Fundación Mapfre rinde homenaje a 'Exhibition by 31 Women', la legendaria muestra organizada por Peggy Guggenheim en 1941.

94

LIBRO

'Quiero y no puedo', el divertido ensayo de Raquel Peláez sobre qué define a las clase altas.

ENLACE AL CANAL





loropiana.com

 *Loro Piana*





**BALENCIAGA**



La modelo Sascha Rajasalu lleva 'total look' de LOUIS VUITTON.

## BELLEZA

- 96** **SALUD**  
Abordar la palabra dieta desde un nuevo prisma, más alejado de la prohibición.
- 102** **COSMÉTICA**  
Fondos de maquillaje para realzar una piel sana y bonita.
- 104** **FENÓMENO**  
El envejecimiento digital, fruto de la sobreexposición a las pantallas, y sus efectos.
- 106** **'EYE COMBO'**  
Máscaras de pestañas, 'eyeliners' y lápices para cejas que intensifican la mirada.
- 108** **COLABORACIÓN**  
Los estampados de Pucci llenan de color los cosméticos de culto de Guerlain.
- 110** **PRIMERA PERSONA**  
La modelo Jean Campbell y su experiencia vital con el dolor crónico.

**114** **PIEL**  
Dior pone el foco en la recuperación cutánea.

## LIVING

**116** **GASTRONOMÍA**  
Nino Kiltava, el alma georgiana detrás de los restaurantes imperdibles: Nunuka y Persimmon's.

**120** **GUÍAS**  
Los libros de viajes más bellos para recorrer los rincones más recónditos del planeta desde casa.

## MODA Y REPORTAJES

**122** **TILDA Y JULIANNE, CHICAS ALMODÓVAR**  
Almodóvar estrena 'La habitación de al lado', su primer filme en inglés protagonizado por dos divas.

**136** **ESTILO ITALIANO**  
La mejor moda italiana a través del objetivo de Steven Meisel.

**152** **LA VIDA FÁCIL**  
El triunfo del minimalismo y del sentido común llega a la moda.

**168** **FONDO Y FORMA**  
Nicolas Ghesquière, una década a los mandos de Louis Vuitton y siempre pensando en grande.

**178** **VIDA DE CAMPO**  
El refugio familiar de Nuria Val en el Delta del Ebro, una oda a la sostenibilidad.

**186** **CON TOTAL TRANSPARENCIA**  
La invitación a la sensualidad de Vivienne Rohner para un otoño ligero.

**200** **SOMBREROS PARA TODO**  
El accesorio más alegre del otoño deslumbra y aporta un toque único.

**210** **EL DESEO**  
La limosnera de satén de Miu Miu.



**ISABEL  
MARANT**

## CARTA DE LA EDITORA

Por Inés Lorenzo



*Tilda Swinton lleva blusa y pantalón, ambos de CHANEL. Julianne Moore luce vestido de SCHIAPARELLI. Pedro Almodóvar, con 'total look' de SAINT LAURENT POR ANTHONY VACCARELLO.*

# M

*e recomendaron disfrutar y atesorar ese día como uno entre un millón, en una agenda que no siempre lo permite y, por una vez, hice caso. Me devolvió el gesto con creces una jornada que fue oasis de belleza, sabiduría, leyenda y creatividad. Mágicamente inmersas en su papel, todavía a caballo entre los rodajes de Madrid y Nueva York, TILDA SWINTON y JULIANNE MOORE sentaron cátedra –en la sesión de fotos de nuestro reportaje de portada– de lo que diferencia a una estrella de todas las demás.*

*El resto solo podíamos mirar, tratando de ocultar esa fascinación pecaminosa que producía ver la complicidad casi irreal entre dos de los nombres más grandes del cine contemporáneo; tres cuando PEDRO ALMODÓVAR –su director en ‘La habitación de al lado’–, hizo también acto de presencia en el set. El resto es historia y se cuenta en imágenes y en las palabras de ALBERTO SISÍ, nuestro mitómano favorito, que ha vivido, como yo, varios meses en el cielo de este día que nos regaló abril. Nos ha quedado un número de sentimientos profundos y, para muestra, la no menos poderosa voz, por incipiente, de ÁNGELES TOLEDANO, empeñada en regalar a las generaciones venideras los referentes flamencos femeninos que ella no pudo tener. Y más allá del sentimiento, qué extraordinaria la sensación de libertad –esa que solo otorgan el regusto de lo simple y el permitirse volver al origen– que exuda el refugio en el Delta del Ebro de mis queridos NURIA VAL y COKE BARTRINA, acompañados en nuestras páginas por su hija Olivia. Parar es el nuevo lujo y bien lo sabe NICOLAS GHESQUIÈRE, que predica lo aprendido a nivel profesional, pero también vital, en su primera década en Louis Vuitton, en un reportaje que no deja de ser una mirada al futuro. Prometedor y prolífico, sí, pero también un poquito más lento.*



# Bone Cuff by Elsa Peretti

El balance perfecto entre sensualidad  
e intelecto, poder y elegancia.

Una expresión del espíritu potenciador del amor.



*Elsa Peretti*

Tiffany.com | © 2024 T&CO. Original Designs Copyrighted by The Nando and Elsa Peretti Foundation®

*With love, Since 1837* **TIFFANY & CO.**

## Harry Lambert

El estilista británico Harry Lambert (Norwich, 1986), que se curtió trabajando con fotógrafos tan prestigiosos como Nick Knight o Tim Walker, sigue emocionándose como las primeras veces. “Trabajar con Tilda y Julianne fue un sueño hecho realidad; incluso más surrealista y divertido de lo que esperaba. Lo más increíble fue ser testigo de su amor por la moda: pasamos la mañana viendo *looks*, decidiendo las localizaciones y comentando las fotos. Estoy muy contento y orgulloso de esta sesión, especialmente de la imagen de portada”, confiesa. En *Tilda y Julianne, chicas Almodóvar*. ➔ 122



## Quentin de Briey

El fotógrafo belga, responsable del irreplicable reportaje de portada, inició su estratosférica carrera como ayudante de Nico Bustos en Barcelona. Años después empezaría a trabajar habitualmente para las páginas de *Vogue España* y ahora repite la hazaña porque la ocasión bien lo merece. “Tilda y Julianne se cogían de las manos, y se reían y abrazaban sin parar. Estaban increíblemente contentas y motivadas durante la sesión de fotos. Almodóvar es mágico”, confiesa el veterano artista, que vive a caballo entre París, Nueva York y Mallorca. ➔ 122

## Alberto Sisí

El editor de Cultura de *Vogue*, Alberto Sisí (Madrid, 1986), ha sido el encargado de entrevistar a los protagonistas de este número de septiembre. “Involucrarme en esta portada desde el comienzo ha sido un sueño hecho realidad. Ver a Tilda Swinton, Pedro Almodóvar y Julianne Moore compartiendo risas y confidencias en la sesión, un regalo. Hablar con los tres sin prisas sobre un proyecto tan especial como *La habitación de al lado*, simplemente mágico”, enumera. Su pasión por el director y las dos actrices se puede sentir en *Tilda y Julianne, chicas Almodóvar*. ➔ 122



## Rebecca Purshouse

La estilista Rebecca Purshouse (Birmingham, 1993) ha viajado hasta Normandía para fotografiar nuestro *En Vogue*. Sus fotos, que retratan esa nostalgia tan característica del final del verano, destilan ese minimalismo por el que es conocida, pero también esa mezcla tan característica de texturas y colores atemporales. En *Bienvenidos al norte*, la editora de moda británica consigue retratar mejor que nadie la belleza de la juventud desenfadada, vibrante y atrevida. Pasen y vean. ➔ 36



## Coke Bartrina

El creativo (Barcelona, 1985) comenzó tomando sus primeras instantáneas a los 11 años, aunque poco después se decantó por la ingeniería. “No puedo imaginar un mejor tema para fotografiar que a mis dos musas en nuestro pequeño paraíso”, desvela Bartrina, que fue el encargado de retratar a su familia en su nuevo refugio del Delta del Ebro. El responsable de este reportaje de interiores ha trabajado para firmas como Carolina Herrera, Issey Miyake o Nike y ahora nos deslumbra con *Vida de campo* ➔ 178



## Pablo Zamora

El fotógrafo Pablo Zamora (Santander, 1978), habitual de las páginas de *Vogue* España, fue el encargado de celebrar a la cantaora jienense Ángeles Toledano en *El flamenco que nos falta*. Para ello localizó a la artista en el contexto más inesperado de todos: un vistoso rocódromo a las afueras de la capital, donde la flamenca capturó todas las miradas de los deportistas que no contaban con compartir su espacio con una sesión de fotos. ➔ 86



## Jean Campbell

La modelo Jean Campbell (Londres, 1997) ha convivido con el dolor crónico desde el comienzo de su adolescencia. “Espero que cualquiera que tenga la oportunidad de leer mi historia en *Vogue* encuentre esperanza en ella: el dolor es un desafío en muchos sentidos, pero también puede ser una oportunidad. Es una realidad, pero no tiene por qué ser *la realidad*. Y aunque es algo muy personal y complejo, también es una sensación con la que todos podemos conectar. Espero que mi historia acabe con el aislamiento que sienten quienes lo viven a diario”. *En busca de luz*. ➔ 110



# BIENVENIDOS *al* NORTE

*Los paisajes impetuosos de NORMANDÍA  
sirven de escenario para una estética  
ATREVIDA de brío ADOLESCENTE.  
Fotografía DAVID GÓMEZ-MAESTRE.  
Estilismo REBECCA PURSHOUSE.*



*Celina Ralph lleva top y falda, ambos de ALAÍA; jersey de MANGO; botas de MOON BOOTS; y calcetines de FALKE.*



*Top de DRIES VAN  
NOTEN; falda de  
BALenciAGA;  
y sujetador de  
INTIMISSIMI.*



*Chaqueta de COURRÈGES; camiseta de CDLP; mono de MAX MARA; calcetines de FALKE; zapatos de LOEWE; y bolso de JACQUEMUS; en el bolso, camisa de COPERNI; y polo de LEVI'S.*



*Jersey y vestido, ambos de RABANNE; calcetines de FALKE; y zapatillas de Y/PROJECT X SALOMON.*





*Chaqueta de LORO  
PIANA; gorra de EDWIN;  
y anillos de oro de la  
colección B.zero1, ambos  
de BVLGARI.*



*Jersey de CHANEL; gafas  
de sol, de H&M; y sujetador  
de INTIMISSIMI.*



*Vestido de cuadros, de LOEWE; y cuello de lana, de MICHAEL KORS COLLECTION.*



*Vestido de rayas con capucha,  
de Y/PROJECT; cazadora  
de DIOR; y zapatillas de  
Y/PROJECT X SALOMON.*



I R O

*Jerséis, falda y bolso, todo de PRADA; calcetines de FALKE; sandalias de 1309SR; en el bolso, polo de LEVI'S; camiseta de CDLP; y bañador de ERES.*



A fashion advertisement featuring a woman with long, dark hair, wearing a green, sleeveless, V-neck dress with a gathered waist. She is holding a black, textured bag with silver eyelets. The background shows a green car and a building with a balcony. The word "majje" is written in large, white, lowercase letters across the center of the image.

majje



*Top de ACNE STUDIOS,  
chaqueta (abajo), de  
GUESS USA; y braga  
de biquini, de ERES.*



# BIMBA Y LOLA



Introducing the new CHIHUAHUA bags





# FENDI

ROMA



*Cazadora de ISABEL  
MARANT; calcetines  
de FALKE; zapatillas  
de Y/PROJECT X  
SALOMON; y  
bragas de ZARA.*

*Maquillaje: Helene Vasnier  
(Home Agency) para  
Westman Atelier.  
Ayudantes de fotografía:  
Miguel Benajes y  
Emmanouela Logotheti.  
Ayudante de estilismo:  
Agnes Solhall. Director  
de movimiento:  
Rafaelle Kennibol-Cox.  
Producción: Kit  
Pak-Poy (Artworld).  
Retoque: Arena Retouch  
Studio. Modelo: Celina  
Ralph (Elite Spain).*



LOLA CASADEMUNT

CALL ME LOLA



[www.lolacasademunt.com](http://www.lolacasademunt.com)

# ALGO NUEVO

*Y también viejo. Las TENDENCIAS más solícitas de la temporada rescatan y actualizan estilos ('PREPPY'), accesorios (BOLSOS XXL) o materiales ('DENIM').*

*Cuadros y mocasines en el 'backstage' del desfile de Paco Rabanne.*



1

2



3



6

- 1. Camisa de MANS.
- 2. Falda de pana, de CAMALEÓNICA.
- 3. 'Charm' de piel, de MIU MIU.
- 4. Reloj 1908 de platino, de ROLEX.
- 5. Abrigo de DESIGUAL.
- 6. Calcetines de CALZEDONIA.



5



4

## AL SALIR DE CLASE

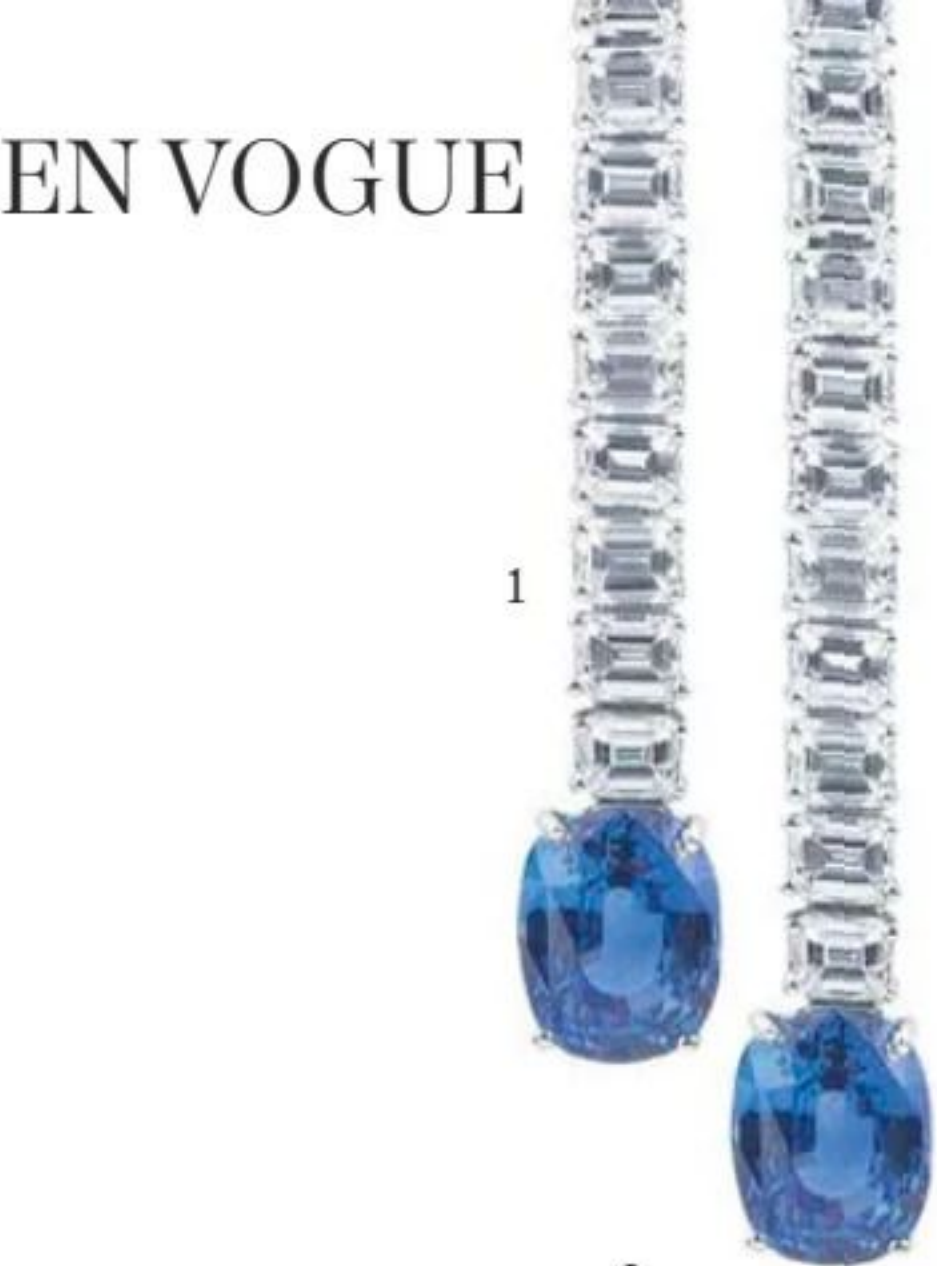
*Cuadros, faldas TABLEADAS, polos y MOCASINES, la estética IVY LEAGUE saca nota alta.*

Como Lake, Italy

intimissimi

THE ART OF ITALIAN LINGERIE

Sara Caballero  
en el 'backstage'  
de Marni.



## EL GRAN AZUL

*Desde el ÍNDIGO hasta el celeste pasando por el NOCHE, esta tonalidad tiñe de nostalgia la pasarela.*

1. Pendientes de oro blanco con diamantes y zafiros azules, de RABAT.
- 2 y 3. Camisa y falda de popelín, ambas de ERDEM.
4. Anillo de PESAVENTO.
5. Sandalias de BIMBA Y LOLA.
6. Bolso Galleria con plumas, de PRADA.





PULSERA ORO ROJO ZAFIROS ROSAS.-



**GRASSY**  
MADRID 1929

GRAN VÍA, 1 • JOSÉ ORTEGA Y GASSET, 17 • MADRID  
TEL. 915 321 007 • grassy.es



1



*Plumífero XXL en el desfile de Jil Sander.*



2

3



- 1. Abrigo de náilon reciclado, de BLAUER.
- 2. Falda de EMILIA WICKSTEAD.
- 3. Plumífero de WOMAN LIMITED en EL CORTE INGLÉS.
- 4. Bolso de LORO PIANA.
- 5. Cárdigan de lana y cachemir, de GUEST IN RESIDENCE.
- 6. Zapatos de CAMPER.

## ABRIGO DE PLUMAS

*De pies a cabeza, y de VOLUMEN XXL, la nueva temporada afronta con estilo las BAJAS temperaturas.*



4



5



6



# GIOSEPPO



# BOLSO XXL

*El TAMAÑO aumenta exponencialmente en un guiño a las 'MARY POPPINS' modernas.*



- 1. Pendientes con perlas, de VICEROY.
- 2. Bolso Puzzle Fold Tote M Diamond, de LOEWE.
- 3. Abrigo de GUESS.
- 4. Camisa de MAJE.
- 5. Anillo de oro rosa con turmalina, de GRASSY.
- 6. Pantalón de ISABEL MARANT ÉTOILE.



MÁS DE ESTE ESTILO EN [vogue.es](http://vogue.es)

*Bolsos 'oversize' en el 'backstage' de Loewe.*

# Blauer



**THE SOUL  
OF  
SEOUL**

**BLAUER K-CODE**  
**DISCOVERING KOREA**

[blauerusa.com](http://blauerusa.com)

# TRAJE MASCULINO

*Tejidos como la PATA DE GALLO, AMERICANAS 'oversize' y tonalidades GRISES se renuevan con cortes arriesgados y detalles sorpresa.*



1. Top de MANGO. 2. Bolso Peekaboo ISeeU Soft, de FENDI. 3. Mocasines de EMPORIO ARMANI. 4 y 5. Americana y falda de lana, ambas de MICHAEL KORS COLLECTION. 6. Pendientes Serpenti Viper de oro con diamantes, de BVLGARI.



*Pata de gallo y príncipe de Gales en la colección de Stella McCartney.*



MÁS DE ESTE ESTILO EN [vogue.es](http://vogue.es)

# HOFF



## CITY STORIES

MADRID FW24

VAKARE WEARING HOFF MADRID  
SNEAKERS WHILE WALKING HER DOG

PASEO DE LA CASTELLANA

9:05 AM

THEHOFFBRAND.COM

1



2



3



4



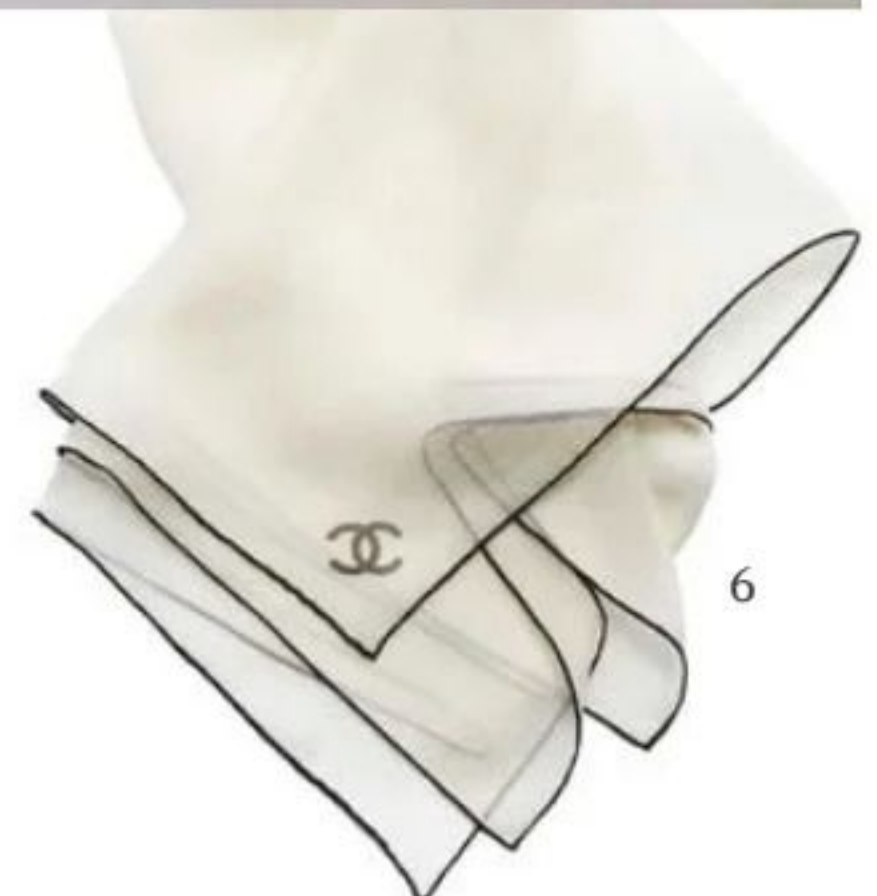
1 y 3. Chaqueta vaquera Broadway Engineer y pantalones 501, ambos de LEVI'S. 2. Bolso Lady Dior, de DIOR. 4. Reloj de OMEGA. 5. Zapatos de GIOSEPPO. 6. Pañuelo de seda de CHANEL.



5

## UNA DE VAQUEROS

*El tejido 'DENIM' confirma su salud de hierro en las colecciones de DIOR, COPERNI o CHANEL.*



6

*'Total looks' vaqueros en el 'backstage' de Dior.*







VER CAMPAÑA

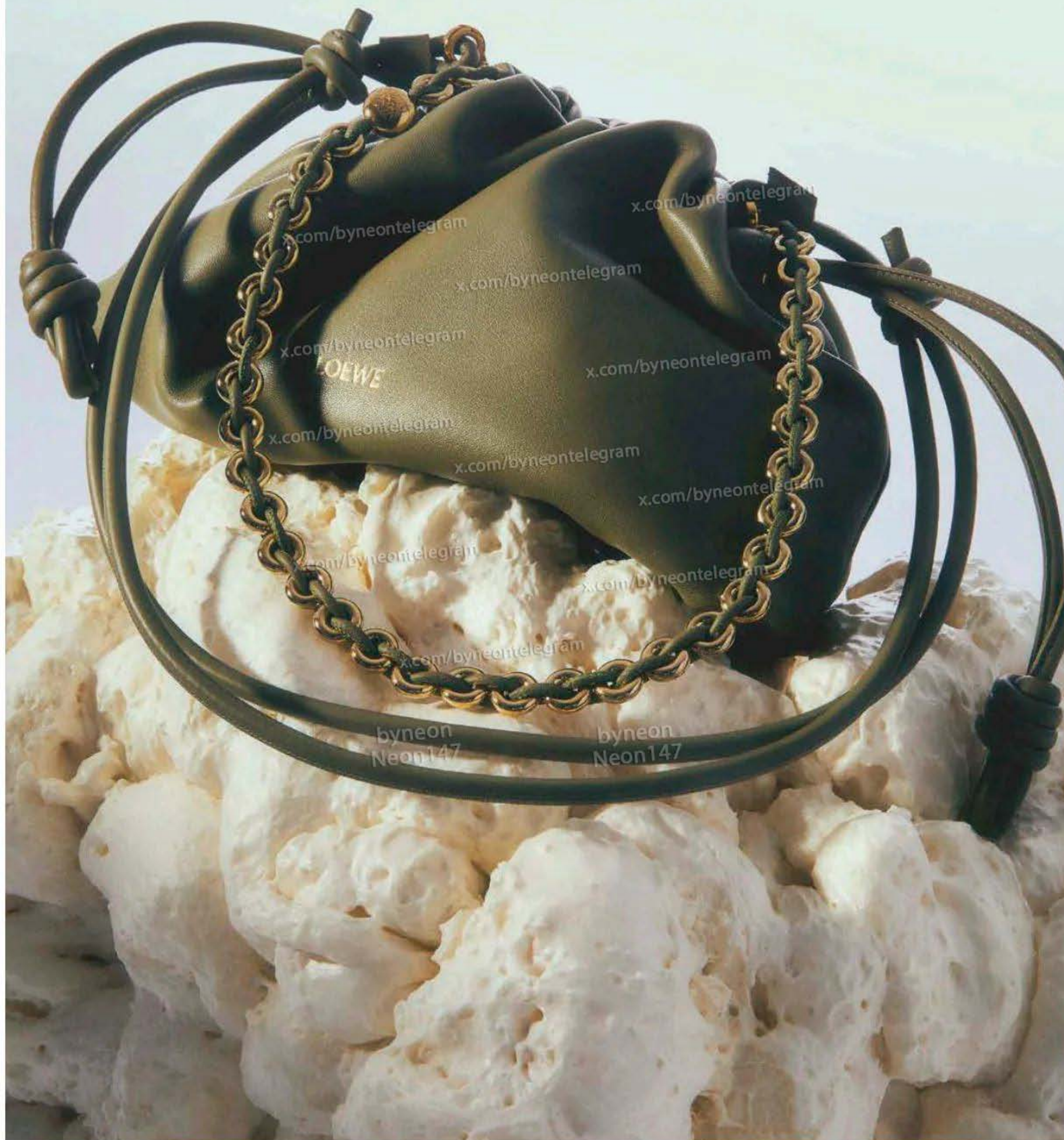
LA CARRETERA  
NO LE IMPORTA  
CUANTO HAS BEBIDO

SOLO SE TIENEN  
CONSECUENCIAS

# En construcción



Los ACCESORIOS de la nueva temporada se edifican sobre sólidos pilares: MATERIALES exquisitos, TONALIDADES contenidas y FORMAS enérgicas. Fotografía SILVIA RETANA. Estilismo ÁNGELA ESTEBAN-LIBRERO.



Bolso Flamenco de piel con asa de cadena, de LOEWE.



*Sandalias de satén con lazo con cristales, de DOLCE & GABBANA.*



*Bolso bombonera de piel fruncida, de GIORGIO ARMANI.*



*Bolso Peekaboo ISeeU de piel, de FENDI.*



*Bolso Adventure de piel, de MIU MIU.*



*Botas Luna de pelo, de MICHAEL KORS COLLECTION.*



*Bolso Aimée de piel, de PRADA.*





*Bolso Miss Dior de piel estampada, de DIOR.*



*Bolso Go-14 de piel acolchada, de LOUIS VUITTON.*



*Clip para el pelo de algodón y satén, de CHANEL.*

*Atrezo: Irene Luna. Ayudante de fotografía: Silvia de la Rosa.  
Ayudante de estilismo: Laura Ortega.*

# CIUDADANA *del* MUNDO

*Tras pasar por algunas de las firmas de moda más PRESTIGIOSAS, la española YA YI CHEN decidió lanzar su marca homónima en 2022. Un acercamiento a la industria que bebe de sus raíces multiculturales. Fotografía PEPE LOBEZ. Estilismo PATRICIA LÓPEZ. Por NUALA PHILLIPS.*



**N**ómada. Esa es la palabra que mejor define la vida de la diseñadora Ya Yi Chen Zhou, pero también la que mejor describe el alma de sus creaciones. Nacida en el municipio madrileño de Pozuelo de Alarcón, a sus 29 años ha vivido en España, China, EE.UU. —donde estudió en la prestigiosa escuela Parsons— e incluso en Reino Unido. “Estuve 10 años en Madrid. Luego, regresé a China con mis padres. Allí, me gradué en Shanghái de la escuela secundaria y después de esto decidí mudarme a Nueva York. Tenía 18 años. Más tarde llegaría Londres, donde viví como parte de un

programa de intercambio que me permitió estudiar en Central Saint Martins; después de vuelta a Nueva York y finalmente a China, donde resido actualmente”, desgrana desde el otro lado del globo.

Una vida llena de nuevos comienzos que ha perfilado la forma en que la diseñadora ve la vida, pero también su modo de acercarse a la moda. “Creo que ser inmigrante siempre me hizo sentirme en tránsito, porque solemos estar en una posición en la que nos sentimos inseguros o en la que estamos buscando nuestra identidad”, explica. “Lo viví cuando estaba en España



*En la página anterior, retrato de Ya Yi Chen. En esta página, Olivia Martin lleva americana Torero, falda Cantante, zapatos de baile con flecos y broche con clavel de seda y flecos, todo de YA YI CHEN.*

*Abrigo Mantilla, falda  
Clavel y collar de flecos,  
todo de YA YI CHEN.*



*“Los inmigrantes siempre estamos en una posición en la que nos sentimos inseguros. Siempre buscamos nuestra IDENTIDAD”.*

siendo china y ahora en China, donde soy española”, continúa. Un sentir que desde que puso en marcha su firma homónima ha querido recoger en el discurso de sus colecciones. “Cuando comencé a buscar inspiración para mis prendas, siempre recurría a mi álbum familiar. Me fijaba en lo que llevaban puesto mis padres cuando estaban en el restaurante chino que regentaban y también en el propio espacio, porque estos locales son un muy buen reflejo de toda nuestra cultura estética: el tipo de manteles y de celosías que usamos, el papel pintado, los flecos, los farolillos que colgamos e incluso el *kipao*, el uniforme que vestimos. Todos esos elementos son algo a lo que sigo recurriendo para indagar en mis raíces, en lo que significa ser chino en occidente y en el contraste que todo esto supone viviendo en España”, argumenta la modista.

Irónicamente, no fueron estos contrastes los que llevaron a Chen Zhou hasta el concepto de su última colección, a la que ha bautizado como El Jaleo, sino todo lo contrario: las inesperadas conexiones entre ambas culturas, con las que tanto se identifica. “A menudo veía mantillas antiguas por ahí, ya sea en España, China o Nueva York. Y siempre me fijaba en el bordado que las adornaba. Nunca supe de dónde venían esas flores y esos símbolos hasta que comencé la investigación y me di cuenta de que, en realidad, el mantón de Manila se originó en Cantón, China. Luego, de ahí pasó a Filipinas, ganando popularidad en su capital (de ahí su nombre). Ya después, durante el periodo en que el país asiático fue colonia española se exportó, hasta convertirse en el símbolo folclórico que todos conocemos hoy”.

Desde que su proyecto de fin de curso Intran-sient viese la luz han pasado ya casi cinco años. Sin embargo, la fascinación de la diseñadora por esa mezcla de culturas sigue igual de patente en sus propuestas que el primer día. Elementos como la mencionada mantilla, los flecos o las referencias florales funcionan como catalizadores del concepto, expuestos de forma recurrente en todas sus propuestas. “En cada una de las colecciones tomamos una flor diferente como inspiración y como símbolo”, explica. “Para El Jaleo, por ejemplo, escogimos un clavel, la flor española por excelencia”.

Con prendas que beben de su identidad multicultural, Chen Zhou no tiene reparos a la hora de combinar lo mejor de todos sus mundos. Así, los materiales proceden en su mayoría de Europa y Japón, mientras que los accesorios se producen en Nueva York y la fa-



bricación de las prendas se lleva a cabo en China, donde ella misma puede supervisar el proceso de cerca. “Todo esto provoca que a veces los precios pueden ser un poco altos para el mercado chino, porque tenemos que pagar muchos aranceles y transportes. Esta es una de las razones principales por las que pensamos en trasladar parte de nuestra producción a Europa en un futuro”, dice. Un paso importante para la firma, teniendo en cuenta que, en la actualidad, los 15 puntos de venta de *retail* con los que cuenta se emplazan en Asia.

Una circunstancia, la de su centralismo asiático, que sin embargo no ha hecho pasar desapercibido su talento en Europa. No en vano, este mismo año Chen Zhou ha sido seleccionada como una de las semifinalistas al prestigioso premio de diseño LVMH. Un reconocimiento a su trabajo en el área de la moda que, no obstante, compagina con tantas disciplinas como puede: de la danza al cine, pasando por la literatura y las artes. De ahí que ni siquiera le guste hablar de sus propuestas como colecciones, sino que prefiere el término ‘proyecto’ para referirse a ellas. “Así me gusta llamar a todo esto porque cuando empecé no estaba siquiera segura de querer crear una marca de moda. De lo que sí esta-

Abajo, jersey  
Cante, falda  
Duende y zapatos  
de baile con flecos,  
todo de YA YI  
CHEN.

*“Nunca me definirá un pasaporte. Mi esencia es una MEZCLA DE LENGUAJES y VALORES que me hacen diferente a cualquiera”.*

ba segura es de que quería hacer algo con otros inmigrantes chinos”, explica. “Empecé con un primer proyecto al que llamé *It’s Not Spring Until All Flowers Blossom* [no es primavera hasta que todas las flores florecen] que se inspiró en una de las manifestaciones y movimientos de los años 80, cuando todos los trabajadores asiáticos de la confección salieron a la calle a luchar por sus derechos laborales en Estados Unidos. Este era uno de los eslóganes de sus pancartas y realmente me conmovió, así que ahora también se ha convertido en el de mi marca”. Pese a sus reticencias a la hora de encasillarse, lo que ya nadie puede discutir a estas alturas es que Chen Zhou ha logrado hacerse un hueco más que reseñable gracias a su dominio de la costura, pero también de la conceptualización de sus propuestas.

Tal y como ella explica, fue su experiencia trabajando para firmas como Thom Browne, Area o The Row durante sus años en Norteamérica la que le permitió ganar experiencia y conocer la industria desde dentro, y la que la llevó en 2022 a sentirse preparada para comenzar su andadura en solitario. “En Thom Browne aprendí a crear sistemáticamente una colección con un buen equilibrio entre la creatividad de la pasarela y la usabilidad diaria. Me involucré mucho más con las técnicas de sastrería, bordado y tejido a mano”, recuerda de esta época. “The Row, por su parte, alimentó mi gusto e intuición para elegir las mejores materias primas para cada silueta y estilo de prenda. Mientras que AREA fue una experiencia mucho más basada en el estudio que en un entorno corporativo. Allí tuve la oportunidad de trabajar de cerca con artesanos locales y fábricas de inmigrantes, lo que por otro lado me permitió entender muy bien lo que implica ser un inmigrante chino en el mundo. Fue ahí cuando decidí centrarme más en mi propia identidad migrante y convertirla en la base de mi marca”, continúa. Una identidad con la que la diseñadora por fin ha entendido hacia dónde se dirige su carrera, pero también su labor. “Nunca me definirá un pasaporte”, sentencia. “Mi esencia es una mezcla de lenguajes y valores que me hacen muy diferente a cualquier otra persona. Entender y explorar esto me hace profundamente feliz”.







*Vestido Mantilla con plumas de 'mohair', pantalones con corsé Malaga y zapatos de baile con flecos, todo de YA YI CHEN.*

*Maquillaje y peluquería: Lucas Margarit (Another Agency) para Dior Beauty y Keune. Ayudante de fotografía: Edy Pérez. Ayudantes de estilismo: Sara González y Leah Gasamán. Modelo: Olivia Martin (UNO Models).*



# *Ella es el* DANDI

*El ESMOQUIN más protocolario se erige como UNIFORME absoluto entre las colecciones de otoño y sirve como significativo RECORDATORIO de todas las PIONERAS que rompieron con los códigos de género impuestos por la sociedad.  
Por NURIA LUIS.*

A

Arriba, de izquierda a derecha: colecciones de otoño/invierno 2024-2025 de Thom Browne, Loewe, Nina Ricci y Dolce & Gabbana. Debajo, Elle Fanning y Lady Di con sus respectivos trajes de chaqueta, y Marlene Dietrich con esmoquin en la película 'Morocco' (1930).

muy grandes rasgos, en términos estéticos daría igual la última gala de los premios Tony que un baile decimonónico retratado por James Tissot. En su riguroso juego de blanco y negro, el traje masculino sigue siendo una suerte de anacronismo en la historia de la indumentaria. La única forma de ubicar en el tiempo ese momento visual es a partir de lo que visten las mujeres que acompañan a los hombres. Una cualidad inalterable que es toda una bofetada al carácter efímero de la moda, tan ávida por la novedad.

Sin embargo, en la mayor de las paradojas, este otoño el esmoquin se ha convertido en una tendencia por derecho propio. En contraposición al rosa *coquette*, se impone el negro como color de rigor y enésima demostración de que la etiqueta tradicionalmente masculina también puede ser hiperfemenina. Así lo dejan claro firmas como Nina Ricci, Dolce & Gabbana o Thom Browne en sus versiones más literales. Loewe le da una vuelta de tuerca, proponiendo la levita más canónica como maridaje a delicados vestidos de seda. Su innegable popularidad actual podría contextualizarse en la necesidad de comodidad tras la pandemia, pero el marco sociocultural es mucho más complejo: “Consideremos el inquietante ascenso de los movimientos protofascistas, tanto en Estados Unidos como en el resto del mundo”, dice Rhonda Garelick, columnista de estilo de *The New York Times* y autora de *Mademoiselle* y la próxima *Why fashion matters*. “Estos movimientos siempre buscan controlar los cuerpos de las mujeres, especialmente sus libertades reproductivas. Vestirse como los hombres es decir: ‘Insisto en la comodidad y la autonomía del cuerpo’”. A estas prendas ha recurrido la pasarela varias veces en los últimos años, como la proliferación de trajes que hubo en la moda femenina de 2016-18, vinculada al ascenso de Donald Trump y el movimiento ‘Me Too’, según Emma McClendon. “Creo que el nuevo interés en el esmoquin está igualmente conectado a conversaciones sobre género, cuerpos, poder, sexualidad y control. Ha habido un juego creciente de fluidez en la moda a todos los niveles desde 2020”, justifica esta profesora asistente en estudios de moda de la Universidad de St. John’s.

Si vestirse es un acto político en sí mismo, enfundarse estilos tradicionalmente masculinos ha sido el triple tirabuzón en el desafío de los códigos del género. El descaro con el que Colette o Marlene Dietrich en *Morocco* (1930) sostuvieron su cigarro vestidas de esmoquin plantaba cara al arquetipo femenino. Garelick

cita a Josephine Baker, con corbata blanca, frac y sombrero de copa en el París de los años 20: “Por supuesto, ella estaba jugando con convenciones no solo de género, sino también de estereotipos raciales”, añade. Históricamente, tanto el armario de amazona como el escenario han sido de los pocos reductos socialmente aceptados en los que una mujer podía vestirse con prendas de hombre. Y las licencias iban sujetas con pinzas. El caso de Vesta Tilley y otras imitadoras masculinas que ironizaron sobre el dandi a finales del siglo XIX fue de lo más esclarecedor. “Lo que lo hacía aceptable era saber que se trataba de una actuación”, señala la autora Elaine Easton en un ensayo sobre estas artistas. “Mientras que los límites estuviesen claros, se autorizaban las aberraciones del ‘verdadero sexo’”. A pesar de que la puesta en escena alimentase un cambio gradual, ellas se movían, según apunta McClendon, en una esfera diferente al común de los mortales. “Marlene Dietrich vistió pantalones regularmente durante los años 20 y 30, pero no se convirtió

en una prenda aceptable para la mujer hasta la década de 1970”, ejemplifica.

A través del *smoking*, Yves Saint Laurent contribuyó a estandarizar estas concesiones de género a finales de los 60. “Vestir prendas de hombre sacó a relucir la feminidad de la mujer, su sensualidad”, señaló en una ocasión Pierre Bergé, mano derecha del modista. ¿Sigue siendo hoy tan sorprendente ver a una mujer así? Las últimas décadas han servido para normalizar la silueta femenina en pantalones, pero estas expertas coinciden en que

esa imagen completa a lo *Victor/Victoria*, de Lady Di a Tilda Swinton y Julianne Moore en la portada de este número, sigue siendo una poderosa declaración de intenciones. “La ropa formal para las mujeres todavía requiere enfundar tu cuerpo en algún tipo de vestido ajustado, elaborado y ultrarevelador. Y con tacones altos, para mantenerlo alejado del suelo”, opina Garelick. “Con un esmoquin, especialmente si usas calzado más inspirado en la moda masculina, estás diciendo ‘no’ a esa exhibición de carne expuesta y el efecto limitado de los zapatos”. Como concede McClendon, un conjunto de chaqueta no es inherentemente poderoso, sino que esa noción surge al vincularlo al cuerpo del hombre. “Creo que en 2024 esta conexión tradicional entre el poder y la figura masculina está en un periodo de disrupción cultural. El juego con el traje, en todos los géneros, estilos y entornos, es un reflejo de este reconocimiento cultural más amplio en torno al poder, el género y los cuerpos”.

*“Creo que el nuevo interés en el ESMOQUIN está igualmente conectado a conversaciones sobre GÉNERO, CUERPOS, PODER, SEXUALIDAD Y CONTROL. Ha habido un juego creciente de fluidez en la moda a todos los niveles”*



# Historia de un IDILIO ETERNO

*Roma es el comienzo y el final de (casi) todas las cosas. También cuando hablamos de BVLGARI y de piezas como El mosaico del tiempo, que celebran su vibrante legado.*  
Por ALEXANDRA LORES.

# E

l inesperado idilio entre Elizabeth Taylor y Richard Burton durante el rodaje de *Cleopatra* en Roma convivió con la complicidad que mantenía la actriz con el orfebre italiano Gianni Bulgari. La pequeña tienda de la Via dei Condotti se convirtió en el lugar de confesión de la celebridad, que disfrutaba especialmente de aquellas tardes con el heredero y de las deslumbrantes piezas con las que Burton la agasajaba. Aquel fue también el escondite secreto de los actores, que veían como su pasión extramatrimonial se engrandecía gracias al resplandor del éxito y las joyas. Esa urgencia de brillo, color y

celebración se percibe ahora en los nuevos diseños de Bvlgari Aeterna, la colección de alta joyería y relojes de alta gama de la firma italiana que celebra sus 140 años de historia y homenajea a Roma —su ciudad de origen—, al tiempo que alardea de *savoir faire* y espíritu vanguardista con propuestas vibrantes. Prueba de ello es el collar bautizado como El mosaico del tiempo, una de las piezas técnicamente más complejas de la selección, que supone 1.400 horas de trabajo manual y fue concebida inicialmente como un plastrón. La palabra, de origen francés, hace referencia a esos collares muy amplios

que cubrían desde el cuello hasta el pecho y que hacían las delicias de la mismísima reina de Egipto (y de quien la interpretaba). Conocidos como *usekh*, consistían en varias hileras de cuentas con distintas tonalidades, habitualmente tubulares o en forma de gota.

Siglos después, los aires estéticos del río Nilo permearon en las oficinas de la Manifattura Bvlgari en Valenza —el mayor complejo de producción de joyas de Europa inaugurado en 2017— y alcanzaron nuevas cotas de pericia. “Con ciento cincuenta módulos perfectamente ensamblados, esta pieza juega con los

*Collar modular  
El mosaico del  
tiempo, construido  
a mano durante  
1.400 horas, de  
BVLGARI.*



volúmenes y combina elementos sutiles con otros más audaces, conmemorando así el pasado de la firma y su compromiso con el arte y la belleza”, adelanta el director de la división de joyería de Bvlgari, Mauro di Roberto. Un mosaico de tonalidades pastel en donde las turmalinas paraíba en forma de pera, con su característico color aguamarina, se encuentran con su variedad rosada. Y a pesar de su innegable protagonismo, hay espacio para otras gemas milenarias como las turquesas, las esmeraldas, los diamantes, el ónice y biominerales como el nácar. “Con este diseño se busca celebrar

**“La FUNCIONALIDAD de una creación está en el centro de nuestro compromiso en la fase de diseño. Que se materialice implica un extraordinario CONOCIMIENTO, pero también es necesaria una gran labor de investigación y experimentación”.**

la ecléctica estratificación cultural y artística de Roma, así como su arquitectura y patrimonio eternos”, señala el directivo. Para llevar a cabo un proyecto de tal envergadura era necesario contar con los mejores artesanos. Gracias a ellos, aquella primera pechera se transformaría en

una pieza de alta joyería que no descuida los orígenes de la casa romana, pero tampoco la comodidad que exige la vida moderna. Porque la joyería de Bvlgari debe ser, antes de nada, fácil de llevar. Así lo ratifica Di Roberto. “La funcionalidad de una creación está en el centro de nuestro compromiso en la fase de diseño. Que se materialice implica un extraordinario conocimiento, pero también es necesaria una gran labor de investigación y experimentación para así encontrar la manera correcta de definir la idea mientras se garantiza su perfecta resolución en cada uno de los aspectos”, continúa. El directivo recalca la excelencia del trabajo manual de los artesanos que se encuentra con los avances tecnológicos y la importancia de la sostenibilidad. Una entente entre sabiduría heredada y progreso que está presente en otros diseños de la colección como el collar Lotus Cabochon. La pieza de 1968 –un espectacular collar de platino con esmeraldas, amatistas, turquesas y diamantes– devino en un diseño que simboliza, a través de los nuevos colores entre los que destaca el violeta, el espíritu multicultural de la firma. “Con la técnica del *tappetino* se moldea la estructura de la malla en una base de yeso para así conseguir flexibilidad y simetría; la perfecta unión entre modernidad y tradición”, corrobora Di Roberto.

Más exigente todavía es el trabajo que hay detrás del collar Serpenti Aeterna, una pieza que supone más de 2.800 horas de construcción y se compone de siete diamantes de letra D –el grado más alto en la escala de colores del Instituto Gemológico de América (GIA)– tallados en forma de pera de manera exquisita y que reunidos alcanzan los 140 quilates. Una cifra que celebra cada año de la historia de la *maison* que confía en la artesanía sin descuidar los deseos modernos. “Cuando compras una creación de alta joyería, estás comprando un legado que se ha preservado a lo largo de los años”, finaliza Di Roberto que sabe que todo lo bello, como Roma, es eterno.

# EL FLAMENCO QUE NOS FALTA



ÁNGELES TOLEDANO *debuta con el álbum 'SANGRE SUCIA', aunque su carrera ya despegó en los directos, donde canta para una generación que no conoce fronteras.*  
*Fotografía PABLO ZAMORA. Estilismo ANA TOVAR.*  
*Por CECILIA CASERO.*



*En la página anterior, Ángeles Toledano con abrigo de paño con doble botonadura, de MIU MIU; pendiente 'earcuff' XS de lucite reciclado y plata bañada en oro y pendiente 'earcuff' de lucite reciclado y plata bañada en oro, ambos de BEATRIZ PALACIOS. En esta página, abrigo de paño con doble botonadura, de MIU MIU; pantalón metalizado de algodón y seda, de CORDERA; y bailarinas de piel, de PRADA.*



*Vestido de cachemir y botas de piel  
de ternera, todo de LOEWE.*



## S

uele ocurrir con frecuencia: las primeras veces marcan el camino de todas las que vendrán después. En el caso de la cantaora Ángeles Toledano (Villanueva de la Reina, Jaén, 1995) también este acercamiento bautismal –en su caso, muy temprano– moldeó su forma de moverse y crecer en el género desde entonces. “El flamenco llegó a mi vida de una manera muy espontánea. Yo era muy melómana desde pequeña, siempre estaba escuchando música, bailando e imitando a todo el mundo. Un día, por casualidad, cayó en mis manos un disco recopilatorio con Juanito Valderrama, José Cepero, Tomás Pavón, Manolo Caracol... Una selección muy masculina. Ese fue el primer contacto que tuve con el cante ortodoxo. Tenía seis años”, recuerda Toledano. Aquel álbum que encendió la chispa estaba en casa de la abuela materna de la artista, pero el verdadero responsable de que esa luz no se apagara jamás fue su abuelo paterno. “Él fue mi *sensei* absoluto y me puso muchísimo las pilas en cuanto a las referencias que escuchaba. No cantaba muy bien pero era muy aficionado. Ver que me gustaba y que me salía bien le dio años de vida. Tuvimos una unión preciosa”, explica la andaluza.

Ahora, más de dos décadas después, Toledano ultima los detalles del lanzamiento de su primer álbum, *Sangre sucia*, que se pondrá a la venta el próximo 27 de septiembre. Un trabajo con el que pretende ofrecer un referente del que ella no pudo gozar de pequeña –las primeras veces pueden marcar tu camino de muy distintas maneras–, cuando escuchaba en

bucle aquel disco en el que solo cantaban hombres. “*Sangre sucia* es para las niñas, está pensado por y para nosotras. Creo que es necesario que también tengamos nuestro lenguaje en el flamenco, que todas nos demos la mano y que tengamos un sitio donde escuchar algo que nos abrace. Y eso es lo que he pretendido hacer, pensar todo el tiempo en todas las mujeres que viven en mí”. Y sobre los motivos que la han llevado a ello, apunta: “Las voces femeninas las tuve que buscar, las masculinas me llegaron solas. Esto no puede pasar”. Una declaración de intenciones que se nota también en la ejecución del trabajo, donde la presencia de las mujeres –más allá de la voz omnipresente de la propia artista– es muy amplia. Así, por ejemplo, en la canción *X las niñas*, una oda a la sororidad lúdica y festiva, las voces de los coros pertenecen a sus propias amigas; y la escritora Sara Torres acompaña a la artista en *La palabra en la boca*, que más que un tema al uso es una deliciosa declamación camuflada de conversación íntima entre dos mujeres. “Admiro profundamente la escritura de Ángeles. Creo que tiene la sangre y la hondura de las palabras antiguas, que llevan años poniendo nombre a nuestras pasiones, pero está animada y revuelta por su propia subjetividad y por nuestro tiempo. En su discurso hay arrebatos e imagen poética a la vez que conciencia histórica y política”, opina Torres sobre el talento de su amiga.

Antes de llegar al estudio de grabación, donde Toledano ha trabajado de la mano del guitarrista Benito Bernal (Huelva, 1998), que lleva años acompañándola al toque, y del productor Javi ‘Harto’ Rodríguez (Alcorcón, Madrid, 1984), que ha colaborado con C. Tangana, Cariño o Kiko Veneno, entre otros, la artista se granjeó una carrera de cierta relevancia fraguada en los directos, lo que le ha permitido llegar a su primer álbum con la garantía de una fina conexión con el público entendido en el género. Sin embargo, ese camino no ha estado exento de épocas de inseguridad. “También he tenido mis momentos de síndrome de la impostora, pero una vez terminado el proceso me doy cuenta de que me ha costado mucho llegar hasta aquí. Es decir, sin que nadie me conociera de nada, he

ido buscando la manera de decir: ‘Soy mujer, soy flamenca, soy Ángeles Toledano, no vengo de una saga y estoy aquí porque me he hinchado a estudiar’, reivindica. Ese estudio al que alude comprende por igual la formación académica –se especializó en cante flamenco en el Conservatorio Superior de Música de Córdoba–, y la popular: desentrañando sin parar a las leyendas –y a las que no lo son tanto– en certámenes, fiestas y romerías. “Siempre he tenido una manera de prepararme muy individual, porque los flamencos estudiamos de una manera muy solitaria. Escuchando, escuchando, escuchando... porque al final tú no le dices a nadie ‘enséñame’, sino que vas pillando por aquí y por allí. Eso está cambiando y la gente se está abriendo cada vez más a compartir el conocimiento, pero ha costado. Ahora creo que estamos en otro momento y que si queremos que el género perdure, la transmisión tiene que estar muy presente”, reflexiona.

Una larga senda de aprendizaje que le ha permitido componer un primer disco que bebe por igual tanto de los sonidos más ortodoxos como de los más renovadores. Pero no es un equilibrio calculado desde el *zeitgeist* que domina la industria, sino que responde a una elección personal que Toledano ha trabajado de manera muy consciente. “Para hacer tu propio camino, primero tienes que conocer el flamenco puro, para así saber de dónde partes y a dónde quieres ir. Como en todos los campos de cualquier disciplina, tienes que tener unos conocimientos básicos para poder desarrollar algún pensamiento más

**“‘SANGRE SUCIA’ es para las niñas, está pensado por y para nosotras. Creo que es necesario que también tengamos NUESTRO LENGUAJE en el flamenco”.**



*Sobre estas líneas, vestido de viscosa con manga redondeada y zapatos destalonados con tacón joya, todo de JIL SANDER BY LUCIE AND LUKE MEIER; pendiente 'earcuff' de lucite reciclado y plata bañada en oro, de BEATRIZ PALACIOS; y pantis opacos, de CALZEDONIA. A la derecha, la artista en un recital.*

crítico y poder decidir. A mí me gusta tener conversaciones con personas que no le pongan puertas al campo, o sea, no me gustan las imposiciones, las dictaduras, ni los sistemas autoritarios. Tampoco quiero hablar de libertad porque es algo muy difícil de alcanzar con una misma. Al final, somos esclavas de muchas cosas que nos retienen”, arguye.

# L

as letras del disco, teñidas de una querencia poética indisimulada, son un cuidadosísimo ejercicio de síntesis. “Es muy difícil escribir flamenco, porque se trata de resumir en cuatro versos una historia que podría ser una novela. Que sea como una espada que se clava en menos de 50 segundos que puede durar una letra. Es todo un reto. Pero desde pequeña siempre me ha gustado mucho escribir”, explica Tolédano. Un trabajo concienzudo y milimetrado que a finales de septiembre verá por fin la luz. “Cuando tenga en las manos el disco lo voy a besar porque lo he tratado todo con muchísimo cariño y con muchísima responsabilidad, porque sé lo que me ha costado llegar”.



***“He tenido momentos de síndrome de la impostora, pero una vez terminado el proceso me doy cuenta de que me ha COSTADO MUCHO llegar hasta aquí”.***



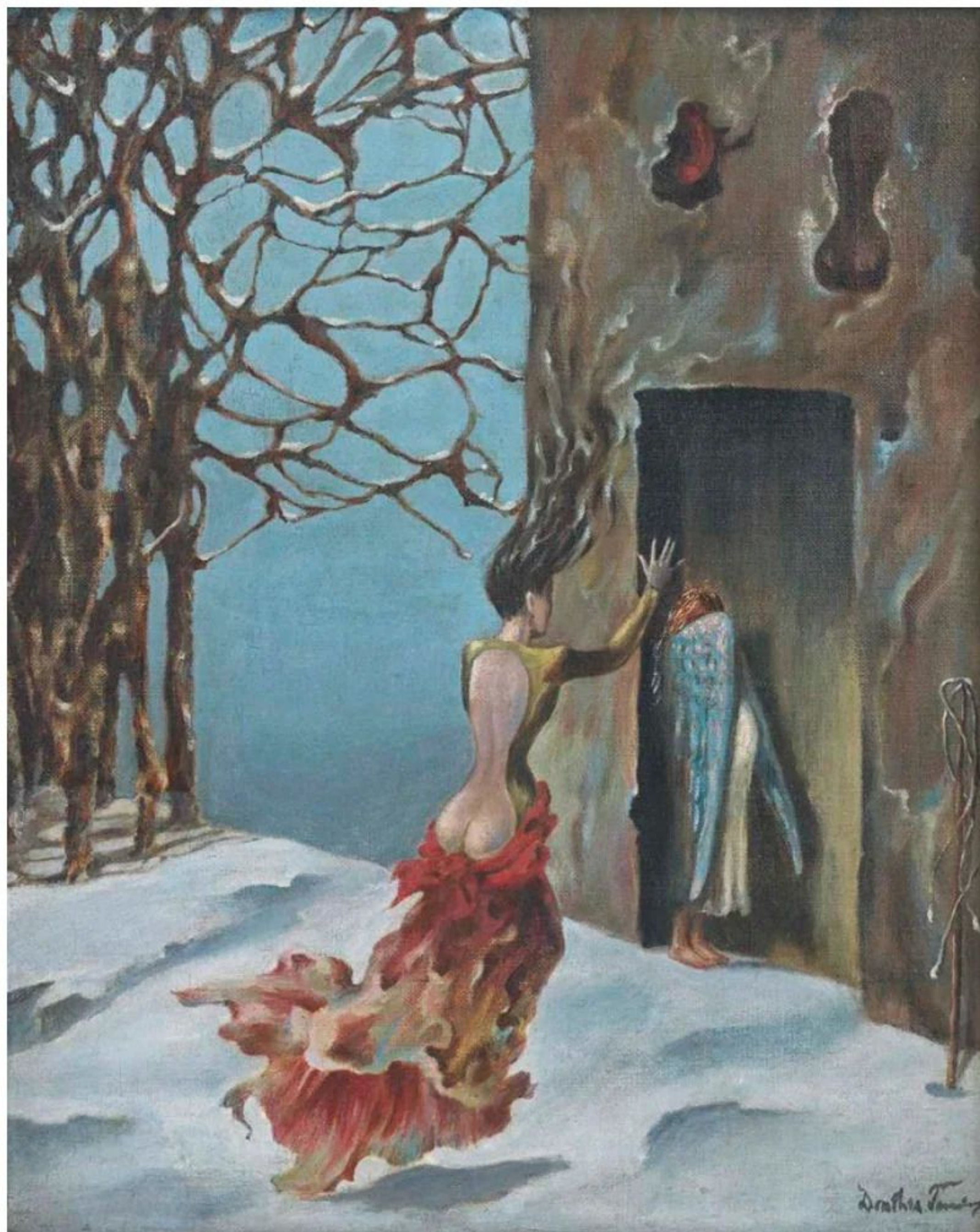
*Top y falda de lana, botas 1000Chiodi de piel, todo de SUNNEI; y pendiente 'earcuff' de lucite reciclado y plata bañada en oro, de BEATRIZ PALACIOS.*

*Maquillaje y peluquería: David López (Another Agency) para Leonor Greyl. Ayudante de fotografía: Edu Orozco. Ayudante de estilismo: Paloma Gutiérrez. Ayudante de producción: Stefan Khivu. Agradecimiento: Sputnik Climbing Las Rozas.*

# A

ño 1943. La coleccionista Peggy Guggenheim organiza en su galería neoyorquina Art of This Century una insólita muestra —*Exhibition by 31 Women*—, una de las primeras dedicadas en Estados Unidos a exponer exclusivamente obra de mujeres. Las críticas, a favor y en contra, arreciaron, pero la semilla ya estaba plantada. Los papeles que tradicionalmente se asignaban a ellas —musas, modelos o amantes en lugar de creadoras por derecho propio— empezaban a subvertirse. Este otoño, la Fundación Mapfre de Madrid rinde homenaje a aquel evento que cambió el mundo del arte. *31 mujeres: una exposición de Peggy Guggenheim*, que podrá visitarse del 19 de septiembre al 5 de enero de 2025, presenta una selección de los fondos de The 31 Women Collection, un conjunto que reúne a las artistas que estuvieron presentes en la histórica muestra. “Aquella fue una exhibición pionera. Y ahí reside también parte del interés de la nuestra, que recuerda un acontecimiento que marcó un antes y un después”, explica Patricia Mayayo, comisaria de la cita. Sin embargo, la trascendencia del evento de Guggenheim no solo tiene que ver con que trató de cerrar una brecha de género, sino que además supuso el principio de un cambio de ciclo en el mundo del arte. “Aquél fue un momento de transición entre el surrealismo y la abstracción, y varias de las artistas que ella incluyó después se convirtieron en grandes figuras de esta última corriente pictórica”, explica la curadora.

La muestra agrupa obras de cada una de aquellas mujeres que participaron en la original que ponen de manifiesto muchas de las obsesiones que compartían, al tiempo que propone un viaje a aquella legendaria galería. “Art of This Century pretendía



ser —como su propio nombre indica— un lugar en el que se reflejasen las tendencias más actuales. Hemos querido recrear la atmósfera del espacio incorporando muebles originales de Frederick Kiesler, el arquitecto al que Peggy Guggenheim le encargó la escenografía y la decoración, pero también a través de una abundante documentación sobre la exposición: las críticas que se publicaron, catálogos de las artistas que participaron, fotografías de la época...

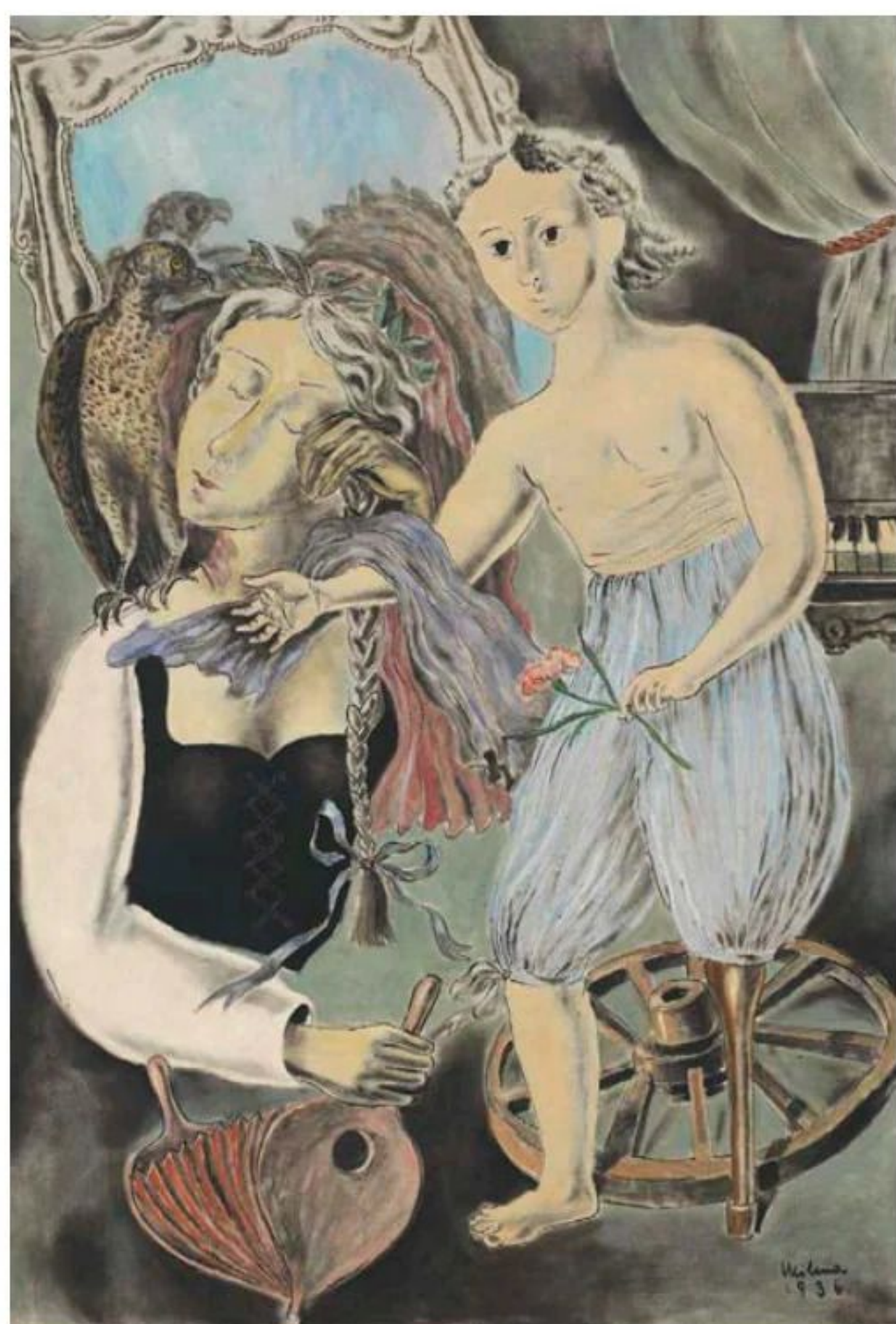
Todo para intentar dar una idea de cómo fue aquel hito”, adelanta Mayayo.

La exhibición también reivindica el papel de mecenas de la norteamericana, muchas veces injustamente minusvalorada por su excéntrico estilo. “Ella fue tremendamente innovadora porque se atrevió a apoyar a artistas y estilos que en aquel momento no estaban nada establecidos. Anticipó lo que iba a ocurrir. Y arriesgó mucho: su nombre y su fortuna personal”, concede.



## LAS MUJERES DE *Peggy Guggenheim*

*Una exposición en la FUNDACIÓN MAPFRE de Madrid rinde homenaje a una LEGENDARIA MUESTRA organizada por la mecenas y coleccionista norteamericana que cambiaría para siempre el mundo del arte. Por CECILIA CASERO.*



En la página anterior, arriba, la obra 'Costumbres españolas' (1943), de Dorothea Tanning; y debajo, Peggy Guggenheim fotografiada por Berenice Abbott en 1926. En esta página, arriba, 'Espera de espuma' (1944), de Sonja Sekula; debajo, a la izquierda, 'Juno y Vulcano' (1936), de Milena Pavlovic-Barilli; y a la derecha, 'La Via Media / La Gran Madre gobierna el cielo (mural Astor)' (1949-1959), de Buffie Johnson.

FOTOS: THE ESTATE OF DOROTHEA TANNING, VEGAP, MADRID, 2024 / 2022-2024 JPS ARTWORKS LLC / 2024 ESTATE OF BERENICE ABBOTT / ESTATE OF SONJA SEKULA / ESTATE OF BUFFIE JOHNSON.



# HISTORIOGRAFÍA *y DISECCIÓN del pijo*

# Q

¿Qué es un pijo? La misma inquietud irrefrenable que impulsa a Raquel Peláez (Ponferrada, 1978) a intentar desentrañar la realidad social que la rodea le hizo plantearse esa pregunta, que ahora responde en un ensayo, *Quiero y no puedo: Una historia de los pijos de España* (Blackie Books). Su respuesta es analítica y metódica, en una lectura a la vez divertida y detallada que prueba la exigencia que la autora ha impreso en la tarea. “La documentación me llevó a crear un *corpus* teórico y a desarrollarlo exhaustivamente, ante la resistencia a dejarme llevar por mis propios prejuicios y clichés asociados a lo pijo”, cuenta a *Vogue España*. “La lucha de clases, o comprender lo que nos separa a unas clases de otras, siempre ha sido una obsesión mía. Este libro me ha brindado la oportunidad de intentar entender más a la sociedad española”. Tal vez fue por esa obsesión por la que se hizo periodista. Una inquietud que su papel como subdirectora de *S Moda* en la actualidad y una década trabajando en la redacción española de *Vanity Fair* no han hecho más que intensificar. ¿Y qué fue lo primero que descubrió Peláez al pararse a reflexionar sobre qué es lo que convierte en pijo a un pijo? Pues que una sola definición resultaba por completo inasible.

Aunque para la autora la cualidad del pijo está muy relacionada con el consumo y la emulación pecuniaria —un concepto que toma de Thorstein Veblen y que consiste en imitar la apariencia y hábitos de las clases superiores para mimetizarse con ellas—, admite que la definición depende mucho de quien la formule y también del contexto. Por eso el suyo es un libro de historia. Más bien “una historia de España contada a través de los pijos”. Peláez desgrana, casi por décadas y desde la época galdosiana, el relato de un país contado desde su crónica social, y con la atención puesta en los detalles. Un ejercicio del que se desprenden importantes claves sobre la configuración socioeconómica que pervive aún hoy en el orden social; un revelador ‘quién es quién’ de la élite que incide en explicar el origen de ese poder. Y ese es un relato que no se suele contar.

En su recorrido historiográfico Peláez emplea el rigor con la misma medida que el sentido del humor, para dar una tipología de los pijos patrios de florida nomenclatura. Desde los nobles del XIX y los *pacoaristócratas* —la nueva clase alta que germinó en el franquismo con una distribución de títulos nobiliarios y privilegios de explotación atribuida a dedo por el dictador—, pasando por la *beautiful people* de la élite cultural, que encarnó el imaginario aspiracional de los votantes de Felipe González, hasta llegar a los *cayetanos* actuales, a los que tan atinadamente cantó la banda Carolina Durante. Este último, un pijo que encuentra un renovado orgullo en

una forma de exhibirse en el mundo que es, además, ostensiblemente conservadora, y que Peláez rastrea en Alfonso XIII, tal vez el primer *cayetano* de la historia. “Esta tipología es un fenómeno del siglo XXI”, explica. “Pero su obsesión con las banderas, esa nostalgia por el folclore, su forma de expresar riqueza a través de fincas, caballos, balnearios, deportes prestigiosos y demás entronca con el universo de esa primera clase ociosa”.

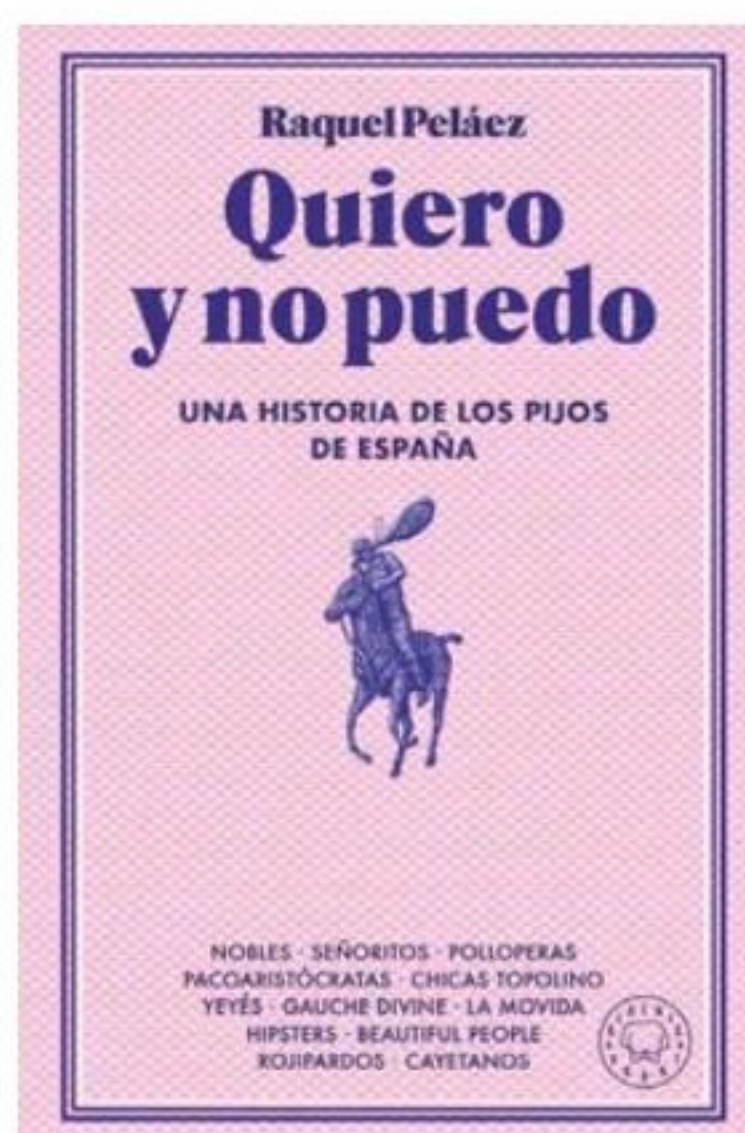
Un regreso extravagante que se explica, según la autora, por la coyuntura socioeconómica actual. “Estamos en un momento de la historia en el que, debido al debilitamiento del estado del bienestar y de las estructuras protectoras, está en auge el capitalismo patrimonial y la importancia de la herencia”, explica. “Se da una glorificación del triunfo a través del dinero y un auge de la aporofobia; nadie quiere que el otro le vea como alguien humilde”. Al mismo tiempo, la emulación pecuniaria de este tipo de rico convive con una realidad social de precariedad y escalada del coste de la vida. “Se han mitificado cosas que son derechos básicos: desde una ensalada de tomate rica, con orégano, servida bajo el sol, hasta un servicio médico”, reflexiona. “Esto beneficia a las minorías

que manejan las estructuras económicas: glamurizar los servicios públicos les permite cobrar por ellos, subir el *ticket* del restaurante de 25 a 60 euros, y en esta glamurización estamos todos metidos en un barco de *quiero y no puedo*”.

La moda, principal vehículo de la exhibición del poder adquisitivo, aglutina los símbolos más visibles de este tipo de aspiraciones. “Conforme la industria de la moda se ha ido sofisticando, han ido apareciendo copias de bajo coste de la alta moda y ha sido más fácil imitar también gestos y elementos que definen a las clases altas”, explica Peláez, que se muestra escéptica ante el triunfo del llamado ‘lujo silencioso’ (la aspiración de vestir como las clases altas pero con prendas de calidad máxima que no ostenten logos): “Creo que es una estrategia de la maquinaria”. Una tendencia que encierra la idea de que vestir como las clases altas es factible y, a la vez, esencialmente imposible sin pertenecer a la élite. De cualquier manera, señala la autora, “se ha complicado mucho

la forma de comunicar los capitales diversos”, y piensa también en los casos en los que firmas de costura lanzan al mercado zapatillas rotas bajo precios de cuatro cifras, otra manera extravagante de ostentar riqueza “comprensible solo para un cierto círculo”.

El proceso de documentación, reflexión y escritura de este ensayo ha legado a la periodista dos ideas valiosas que se desprenden también de la lectura. La primera, “que tener dinero es importantísimo para vivir bien, pero que no es solo eso, sino también todo ese universo simbólico que se genera en torno al dinero para protegerlo. Por eso es fundamental que sigamos defendiendo las estructuras públicas, que creamos en un sistema solidario. No es casual que los nuevos *cayetanos* ataquen al Estado de forma radical, a la garantía de que todos accedamos a ciertos derechos”. La otra idea, sobre la intensa movilidad del concepto pijo según quién lo defina, la sintetiza en palabras de la antropóloga mexicana Karine Tinat, y es muy reveladora: “Uno siempre puede ser el pijo de otro”.



El libro, una radiografía de nuestro país a través de sus élites, ha sido editado por Blackie Books.

*Documentar, desgranar y explicar qué elementos han definido a las CLASES ALTAS de nuestro país a lo largo de los años es el objetivo de la periodista RAQUEL PELÁEZ en su último —y entretenido— ensayo. Por ALBA CORREA.*

# NI BUENOS



*Derribar el abordaje de la palabra DIETA desde la RESTRICCIÓN y la dicotomía entre ALIMENTOS prohibidos y permitidos es necesario. ANA MORALES habla con psicólogas y nutricionistas sobre ello. Fotografía FELICITY INGRAM.*

# NI MALOS

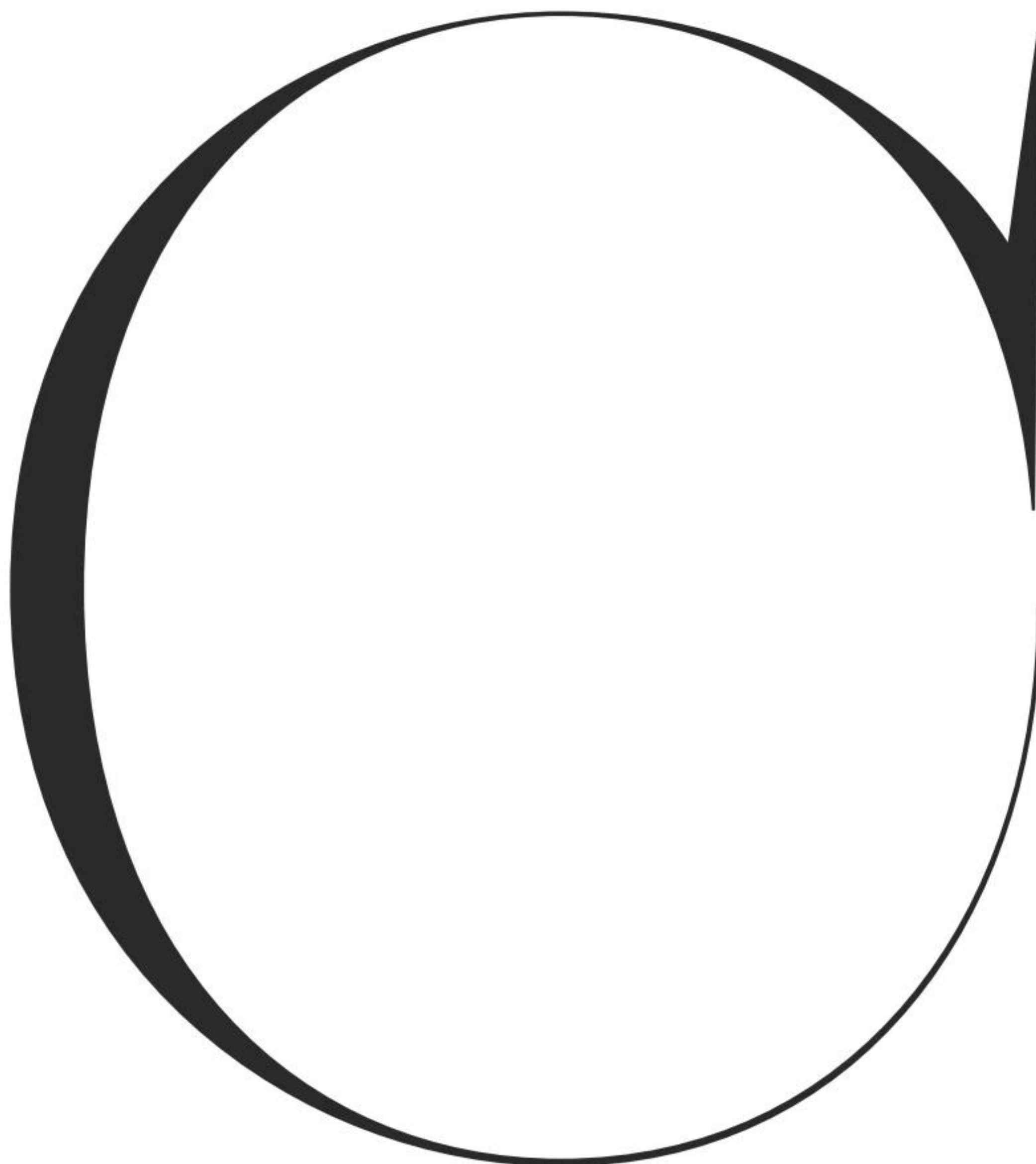


*Yumi Nu lleva vestido negro satinado, de SCHIAPARELLI; y pendientes de BOTTEGA VENETA.*



*Falda bordada, de DIOR;  
estola de punto, de ANN  
DEMEULEMEESTER;  
pendientes de latón y marfil,  
de HUGO KREIT; y  
biquini de VERSACE.*





omo dijo la escritora estadounidense Rita Mae Brown “el lenguaje ejerce un poder oculto, como la luna sobre las mareas”. Y de eso va precisamente este tema, de derribar ciertas palabras que cultural y socialmente hemos asociado a ideas que poco o nada benefician a nuestro bienestar y a nuestra salud. Durante mucho tiempo mayo era el mes de la ‘operación biquini’ y septiembre el de la dietas, dos conceptos innecesarios que a lo largo de años (demasiados) han ejercido una gran presión, sobre todo entre las mujeres, que ansiábamos y buscábamos una perfección irreal, unos cuerpos normativos y acercarnos a unos cánones de belleza, en ocasiones, alejados del verdadero bienestar. Una cosa es querer recuperar buenos hábitos tras los excesos del verano –el *dolce far niente* es eso y también es necesario– y otra iniciar el curso desde la restricción y la idea de tener que compensar y corregir como si el disfrute fuese algo malo. Precisamente por eso la vuelta de las vacaciones puede ser un buen momento para superar esas creencias limitantes o negativas que pueden conducir a la frustración y a adoptar hábitos extremos (las dietas hipocalóricas son un ejemplo), poco o nada sostenibles en el tiempo, y tremendamente dañinos para la mente y el cuerpo. Septiembre siempre ha sido un mes de comienzos y mejorar la relación con la comida desde una perspectiva consciente, respetuosa y saludable puede ser el mejor de los

propósitos. Es cierto que etimológicamente la palabra dieta no se refiere a un concepto negativo, pero en cierta medida nos hemos empeñado en que lo tenga. “Asociamos este término a la idea de restricción, aunque su significado correcto es el de un conjunto de hábitos y alimentos que se comen cada día y constituyen una alimentación saludable y equilibrada. Pero la cultura de la dieta tan impregnada entre nosotros, focalizada en la idea de un peso ideal y basada en cánones de belleza que marca la sociedad y que se alejan de los conceptos de salud, es lo que ha hecho que en nuestra mente se asocie con restricción. Por eso es mejor hablar de comer de forma saludable, de mantener el metabolismo activo y los niveles de energía óptimos. Cuando abordamos la alimentación desde la prohibición conectamos con una sensación de privación que genera más presión y estrés”, explica la psiconutricionista Itziar Digón, creadora del programa C.O.M.E de alimentación consciente. Este enfoque equivocado ha llevado a la contradicción que caracteriza la paradoja de la vida: “Lo que más observamos en consulta es que a más restricción, más descontrol con la comida y también mayor hambre mental. Por eso la principal manera de abordar estos casos es por medio de la psicoeducación de la implicación y consecuencias físicas y mentales que tiene llevar a cabo una reducción alimentaria”, afirma Laura Jorge,

# “NO SE PUEDE COMER SIEMPRE CONTANDO CALORÍAS PORQUE LA COMIDA TAMBIÉN ES PLACER”.

fundadora del centro de nutrición y psicología que lleva su nombre. La nutricionista se muestra rotunda con las consecuencias que tienen el discurso y la cultura prodieta y todos esos regímenes con nombres y apellidos efectistas –la (dosmilera) dieta de la piña es un ejemplo–. “Todas estas ideas pueden ser un factor de riesgo para el desarrollo de trastornos de cultura alimentaria, problemas de mala imagen corporal y relación disfuncional con la comida. Este concepto de dieta con un *marketing* tan agresivo ha llevado a generar una insatisfacción y una culpa constante con nuestra relación corporal que afecta a nuestra autoestima”.

En este peregrinaje de limitación en el que poco (o nada) se hablaba de aprender a comer de forma sana y sostenible, la dicotomía entre alimentos buenos y malos, permitidos y prohibidos, ha sido otro clásico con tremendas consecuencias. Esa criminalización de ciertas comidas ha provocado, entre otras cosas, que se asocien los alimentos saludables con aburrimiento, “desnaturalizando la relación que debemos tener con los alimentos más naturales y, al mismo tiempo, magnificando el deseo por los malos que me estoy prohibiendo”, señala Digón. Cuando se categorizan en ‘permitidos’ y ‘prohibidos’ la comida deja de ser una fuente de nutrición y placer para convertirse en un ‘campo de batalla’ de voluntad y control. La restricción puede aumentar la ansiedad y la obsesión por lo que se come, así como elevar los niveles de cortisol, y también influir en la capacidad natural de nuestro cuerpo para regular el hambre y la saciedad. Estas emociones negativas no solo afectan el bienestar emocional, sino que también pueden desencadenar ciclos de comportamiento disfuncional, como el atracón y la posterior compensación, perpetuando un ciclo de dieta yo-yo”, explican Irene Domínguez y Lourdes Ramón, responsables de los departamentos de Nutrición y de Orientación, respectivamente, de Palasiet Thalasso Clinic & Hotel.

Precisamente por ese poder que tienen las palabras, las expertas de esta clínica de Benicàssim pionera en *wellness* desde hace más de 50 años, apuestan por la importancia de no utilizar términos asociados a esa idea de prohibición e incorporar un lenguaje positivo que conduzca a buenos hábitos y no convierta una posible necesidad (o deseo) de pérdida de peso en un proceso frustrante. No se trata de pasar hambre “sino de estar conectados con el propio cuerpo, intentando buscar qué alimentos son más beneficiosos y nos sientan bien en esta etapa, fomentando que las personas que quieren adelgazar se escuchen a sí mismas, que vuelvan a conectar con el disfrute de alimentarse de forma sana y conscientes de la energía, vitaminas y otros beneficios que nos aportan los alimentos para que nuestro organismo funcione adecuadamente”, añaden Domínguez y Ramón. Los expertos en psiconutrición insisten en conocer bien esas dos funciones que tiene la comida: una plenamente funcional para nutrir al organismo y otra hedónica y de placer. Y se necesitan las dos. “No se puede comer

siempre perfecto ni contando calorías porque la comida también es placer. No se puede vivir permanente a dieta porque se deja de disfrutar y solo se come por obligación, lo que además lleva al cuerpo a una serie de carencias, nutricionales y energéticas. Cuando el cuerpo siente esa falta, por pura supervivencia, busca de forma impulsiva aquello de lo que se le está privando”, explica Digón. Y da con el quid (puramente físico) de la cuestión: el daño que las dietas restrictivas, sin control y prolongadas en el tiempo, han hecho en muchas personas. “Existe el ‘metabolismo vago posdieta’, ya que después de haber hecho muchas el metabolismo se adapta a vivir bajo una restricción energética. Y este hecho se intensifica si han sido dietas muy estrictas”, añade Laura Jorge. La *coach* nutricional Cristina Barrous lo amplía: “Nuestro cuerpo tiene capacidad para aprender a hacer lo mismo con menos energía. Y cuando se lleva a cabo una restricción, aunque al principio se pierde peso, al acostumbrarse a vivir con menos energía, al organismo cada vez le cuesta más perder. El metabolismo se daña por muchas cosas: estilo de vida, medicación, mala alimentación, falta de actividad física, haber sufrido sobrepeso en la infancia... y es necesario saberlo cuando se quiere adelgazar”, añade.

En estos casos la clave es buscar acompañamiento emocional que reeduce y cambie esas conductas, y tenga en cuenta todo ese historial previo de malas praxis que influyen de forma directa en el proceso. “Cuando hay que perder peso hay que reprogramar el cerebro y desaprender todo lo que has aprendido. Y siempre empezar a trabajar la relación que tiene cada persona consigo misma. Solo vas a cuidar un cuerpo que quieres. Por eso debemos trabajar nuestra relación con nosotros, entender nuestro organismo y confiar en que alguien nos guíe. También son determinantes las relaciones sociales que se tienen en ese momento, por eso es importante intentar crear nuevas con un estilo de vida saludable que te lleven hacia el lado bueno”, añade Barrous. Para Laura Jorge es primordial “valorar primero la relación que tiene la persona y qué le lleva a tener un objetivo de bajada de peso: realizar un estudio y análisis de su alimentación y antes de plantear una restricción calórica como tal, puede ser mucho más interesante mejorar la calidad de lo que la persona está comiendo y hacer una educación nutricional oportuna, muchas veces con esto suele ser suficiente en algunos casos”. Y, por supuesto, y cerrando el círculo, es importante destacar la importancia, tal y como añaden las expertas de Palasiet, de “el cómo nos hablamos porque puede cambiar la percepción y enfoque hacia una perspectiva más positiva y sostenible sobre la alimentación, eliminando la idea de restricción temporal y enfocándose en la mejora continua de nuestra salud, lo que sin duda va a contribuir a mejorar la calidad de vida y longevidad. El uso del lenguaje hay que cuidarlo y también acostumbrarnos a hablarnos bien, con cariño y compasión”, concluyen. Solo tenemos un cuerpo y una mente, y hay que cuidarlos.



*Traje de baño Lola Chili,  
de DOLLA; collares de  
GIVENCHY; gargantilla  
de GUCCI; y pendientes  
y 'earcufss' rojos, todo  
de PANCONESI.*

# SENTAR LAS BASES



*Este otoño los fondos de MAQUILLAJE se reinventan con NUEVOS formatos en barra, tinte, cremas... y el deseo de REALZAR una piel SANA y BONITA que no se quiere ocultar bajo capas profundas de color. Por ANA MORALES.*

*Concentrado iluminador, The Impossible Glow, de PAI, para utilizar solo, mezclado con la hidratante o sobre la base de maquillaje.*

*La nueva base en barra de CHARLOTTE TILBURY, Unreal Skin Sheer Glow Tint, es fundente, luminosa y muy fácil de aplicar.*

*Crema con color Vinocrush, de CAUDALIE, con niacinamida para hidratar y unificar el tono.*

*La icónica familia Forever Skin, de DIOR, tiene nuevo miembro en forma de barra hidratante multiusos.*



*Los arándanos italianos de Cilento protagonizan la fórmula de la base ligera y luminosa de DOLCE & GABBANA, Blueberry Nutri Tint.*

*Fresh Touch Foundation Nudes, de RABANNE, una nueva generación de bases naturales que potencian la luminosidad de la piel con aceite de aguacate.*

A veces lo más atrevido que puedes hacer es revelar tu propio yo”, afirma Diane Kendal, directora creativa de Rabanne Beauty, para hablar de la gran apuesta de la marca para este año: Nudes, una nueva generación de bases de maquillaje ultranaturales que potencian la luminosidad y el efecto piel sana y desnuda sin pretender ocultar nada. Esa es la tendencia que destilan los lanzamientos de maquillaje de este otoño, con bases más ligeras y creíbles que parecen querer rebelarse en contra del exceso y del perfeccionismo irreal de los filtros. Los fondos en formato barra –otro de los *hypes* del momento– tampoco tienen vocación de esconder: ahora son multiusos, cremosos, luminosos y fáciles de aplicar. Y a la hora de asegurar su duración todo el día, Peter Philips, director creativo de Dior Beauty, lo tiene claro: practicar el *layering* de tratamiento o, lo que es lo mismo, poner capas sutiles (y poca cantidad) de loción tónica, sérum e hidratante antes de la base, confirmando que el ‘menos es más’ siempre es buena idea.

*La base número 1 de M·A·C, Studio Fix, tiene nueva versión, Matte Foundation + Oil Control, con más tratamiento y acabado aterciopelado modulable.*

*Una de las bases más icónicas, Teint Idôle Ultra Wear, de LANCÔME, tiene nueva fórmula con ácido hialurónico.*

*Éternité de Beauté, de GUCCI, una base con acabado mate luminoso y aceite de rosa negra para hidratar.*



*Laguna Bronzing Cream, de NARS, bronceador en crema con aceite de monoï inspirado en el icónico tono Laguna de la firma.*

*Les Beiges Fond de Teint, de CHANEL, un fondo de maquillaje ultranatural y protector con extracto de jazmín y tratamiento iluminador.*

BELLEZA

# CUMPLEAÑOS ENTRE PANTALLAS

*El envejecimiento DIGITAL existe y afecta de muchas maneras. ANA MORALES analiza con la ayuda de científicos, expertos en longevidad y dermatólogos cómo influye este acelerado ESTILO DE VIDA.*



# L

a piel en 2024 envejece de forma muy distinta, entre otras cosas por la sobreexposición digital de la que muy pocos se libran. “Antes de la prevalencia de las pantallas, este proceso estaba sobre todo asociado a factores como la exposición al sol, el estilo de vida y la contaminación ambiental, pero ahora se introduce uno nuevo: la luz azul, capaz de penetrar más profundamente en la piel que los rayos UV y generar más radicales libres, lo que puede resultar un daño más profundo y sostenido a las estructuras de la piel acelerando el envejecimiento de una manera diferente y más insidiosa”, explica la doctora Carmen Górriz, de IMR. Y precisamente esa radiación afecta a todo aquello contra cuya pérdida luchamos cada día, inmersos en dosis extremas de luz azul. Paradoja pura. “Puede generar un estrés oxidativo que daña a las células de la piel, el ADN y las proteínas como el colágeno y elastina”, añade. El contorno de ojos es una de las zonas más afectadas. Soporta la tensión de 22 músculos y más de 10.000 parpadeos al día. Si a eso sumamos que pasamos una media de 27 años frente a las pantallas, el daño está servido. Uno de los grandes lanzamientos de Chanel de este año se focaliza en eso. “El uso intensivo de pantallas digitales puede provocar un aumento de la fatiga visual, ocasionando que entrecerremos los ojos con más frecuencia. Ello activa ciertos músculos específicos alrededor de los ojos y, cuando se contraen repetidamente, comienzan a formarse marcas de tensión y arrugas en la delicada zona del contorno”, explica el equipo científico de la *maison*, recordando que ese estrés oxidativo del que hablamos antes perjudica a la función barrera y puede acelerar la progresión de las células hacia la senescencia. Su nuevo N°1 Sérúm Yeux Revitalisant tiene su ya icónico extracto de camelia roja para prevenir ese proceso de envejecimiento, pero con un plus añadido: “El efecto refrescante proporcionado por el crioplicador giratorio combinado con la textura similar a un gel mejora la microcirculación y ayuda a aliviar la fatiga ocular inducida por la pantalla”, añaden.

La obsesión por vivir más y mejor y por el envejecimiento saludable conviven –de una forma que ya hemos normalizado– con un abuso de pantallas que afecta de forma directa a la longevidad. El doctor Vicente Mera, jefe de medicina interna y antienviejecimiento de Sha Wellness Clinic, recuerda no solo el estilo de vida sedentario asociado a un exceso de pantallas sino la forma en la que esta luz afecta a los ciclos de sueño-vigilia. “Puede ocasionar problemas de disrupción de los ritmos circadianos, tanto en la calidad y cantidad del sueño reparador como en la mayoría de los procesos en los que intervienen hormonas y neurotransmisores”, dice. Todavía es pronto, señala el doctor Manel Esteller, experto mundial en epigenética (el estudio de los cambios de nuestro material genético por factores externos o ambientales) para saber si el uso de dispositivos digitales puede contribuir a alteraciones genéticas, “pero sí podría ser debido a cambios epigenéticos que alteren la expresión de genes del ojo o del cerebro. No obstante, aún faltan datos científicos sólidos que validen esta hipótesis”, afirma. Pero lo que es evidente es que el uso de dispositivos digitales y la sobreestimulación que provocan a todos los niveles contribuyen a un estilo de vida poco recomendable para envejecer de forma sana. Por ello el otro gran foco en el terreno del cuidado de la piel es el estu-

dio de cómo los hábitos interfieren en nuestros genes en un porcentaje mucho más elevado de lo que pensamos (algunos expertos afirman que el 85% de ellos se modula por la forma en la que se vive). Eucerin, tras una investigación pionera en este campo para aprovechar su potencial en el terreno cosmético, lanza Epigenetic Serum con una tecnología patentada para reactivar esos genes de la juventud silenciados por un estilo de vida poco saludable. “El objetivo no es solo optimizar el funcionamiento de la piel envejecida, sino rejuvenecer sus propias células”, señala Nuria Cuesta, directora médica de la marca. Por su parte, desde Clarins, tras un estudio con más de 60 hermanas gemelas con el mismo patrimonio genético, afirman que un estilo de vida desequilibrado puede provocar un aumento de un 44% de los grupos metilo que actúan como inhibidores de los genes que están presentes en los fibroblastos y que, por tanto, se relacionan con la juventud de la piel. De ahí que su nuevo Double Serum se haya centrado en la capacidad de la caña de Provenza Bio para neutralizar esas modificaciones epigenéticas ligadas al mal estilo de vida. Además de todos estos avances que reinventan el nicho del mercado antienviejecimiento, hay otras formas de lidiar con ello (además de reducir el uso de pantallas, claro). Górriz apuesta por antioxidantes como la vitamina C y E para neutralizar los radicales libres y el (sagrado) uso de fotoprotector a diario. “Es especialmente eficaz si contiene ingredientes como óxido de hierro y otros activos que bloquean la luz UV y la luz visible de alta energía”. Y sin olvidar todo lo bueno que tienen las relaciones humanas sin pantallas de por medio, también para cumplir años mejor. Tal y como explica el doctor Olivier Courtin-Clarins en su libro *Guess My Age If You Can*, tener una vida placentera que promueva emociones positivas es uno de los pilares que cambian el futuro de la piel (y de la vida).

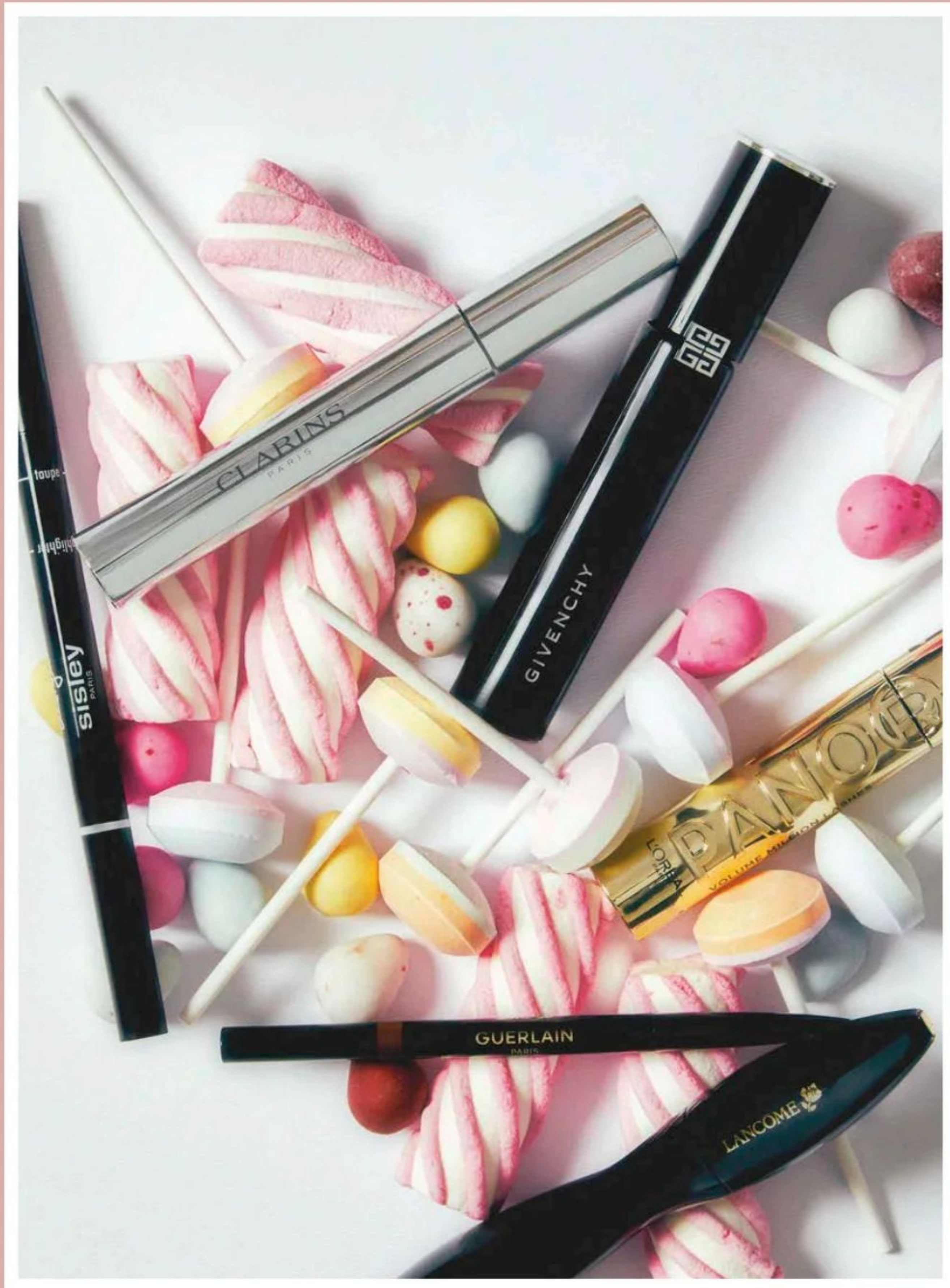


## MIRADA (MUY) CANSADA

Los ojos (y la piel que los rodea) siempre han sido reflejo de nuestras emociones, pero el tiempo que pasamos frente a los dispositivos digitales tiene un impacto directo en la mirada que ocasiona lo que la CHANEL llama “daños digitales”. Su nuevo N°1 Sérúm Yeux Revitalisant –a la izquierda– a base de camelia roja actúa a largo plazo en el proceso de envejecimiento y de forma inmediata en los signos de cansancio gracias a su aplicador rotativo con efecto frío. Además, mejora la densidad de las cejas en cada aplicación. Nada más que añadir.

De izda. a dcha., monodosis Vitamin C Ceramide Capsules, de ELIZABETH ARDEN; Supremya La Nuit Le Grand Soir Yeux Anti-Âge, de SISLEY, un contorno de ojos nocturno para activar el ciclo de regeneración; Double Serum, de CLARINS, el producto de culto, ahora con nueva fórmula basada en la ciencia de la epigenética; Hyaluron-Filler Epigenetic Serum, de EUCERIN, con una tecnología focalizada en el patrón epigenético de la piel; y Fotoultra 100 Spot Prevent Color, de ISDIN, con acción antioxidante y protección frente a radiación UVA, UBA y luz azul.

# EL PODER DE LA MIRADA



Empezando por la izquierda y en el sentido de las agujas del reloj: Phyto Sourcils Design, de SISLEY, lápiz 3 en 1 para cejas que disciplina, peina e ilumina; Wonder Volume Mascara XXL, de CLARINS, enriquecida con ceras naturales de girasol, jojoba y acacia negra; L'Interdit Mascara Couture Volume, de GIVENCHY, que protege y nutre las pestañas aportando 24 horas de fijación; Panorama, de L'ORÉAL, combina cerdas cortas y largas para un efecto abanico intenso; Brow G, de GUERLAIN, lápiz de cejas con mina retráctil de alta precisión; e Hypnôse Drama, de LANCÔME, la icónica máscara ahora más voluminizadora con aceite de jojoba y rosa centifolia.

*El foco de las tendencias de belleza está en el 'eye combo'. 'Eyeliners', máscaras de pestañas y lápices para CEJAS conforman la triada definitiva para INTENSIFICAR nuestro 'espejo del alma'. Un gesto que pasa por una nueva generación de cosméticos pensados para mucho más que maquillar. Por LAURA SOLLA.*



*De arriba abajo: Diorshow Stylo Waterproof, de DIOR, con mina retráctil ultraprecisa, extremo difuminador y sacapuntas; Devotion, de DOLCE & GABBANA, máscara de pestañas ultrabrillante, resistente al agua y al sudor; Lash Clash Waterproof, de YVES SAINT LAURENT, con extracto de Iris Florentina para proteger las pestañas; FeatherFix, de VICTORIA BECKHAM, gel transparente de cejas con pincel microdetallador; lápiz de cejas Ultra Definer de BYREDO, con punta ultrafina recargable; y Eyephoria Famous Mascara, de RABANNE MAKEUP, que intensifica y define con un cepillo compuesto por más de 300 cerdas.*



A la izquierda, una modelo fotografiada por Henry Clarke para 'Vogue' en 1965 posa ante el lago Tanganica (Tanzania), con una capa de seda de Pucci.

## VUELVE LA PUCCIMANIA

*Los icónicos estampados psicodélicos de Pucci visten ahora los cosméticos de culto de GUERLAIN. Una colaboración entre dos firmas históricas con un objetivo común: llenar de color nuestro OTOÑO. Por LAURA SOLLA.*

A Emilio Pucci le encantaba pasar tiempo en Capri y un día, dentro de la famosa Grotta Azzurra, vio el sol reflejado en el agua dibujando sublimes remolinos. Entonces se le ocurrió la idea de diseñar el estampado Marmo. Cuando lo vi en los archivos, quise cogerlo y hacerlo mío", relata Camille Miceli, diseñadora francoitaliana al frente de la dirección creativa de Pucci, sobre el motivo que protagoniza la nueva colaboración de la firma con Guerlain. Una unión que viste los cosméticos de culto de la casa francesa con el espíritu de la *dolce vita* italiana insuflándoles la misma esencia que cautivó en su día a personalidades como Jackie O. o Marilyn Monroe.

Así, los míticos polvos Terracota incluyen ahora un estuche reutilizable con cremallera; y



la brocha para polvos Marmo Swirl, un pañuelo pensado como una versión en miniatura de las bolsas de tela *foulard* de la histórica casa fiorentina. De esta forma, estos y otros *best sellers* de Guerlain se reinterpretan en una colección ultralimitada como auténticos objetos de coleccionista, cada uno con una paleta de colores especialmente elegida por Violette, directora creativa de maquillaje de Guerlain. "Siempre diseño mis colecciones como si fueran de moda, con diferentes tonos y texturas. Los cosméticos y sus accesorios deben ser bellos y realzar nuestra propia belleza", argumenta a propósito de los estampados que inspiran la línea, y que el propio Pucci diseñó a mano —con las imperfecciones que, según él, formaban parte del verdadero lujo—. Un eterno *revival*, el de la *puccimania*, que llega así a nuestros neceseres.

A la izquierda, arriba, Ómbres G 045 Marmo Vive, un cuarteto de sombras de ojos de larga duración y alta pigmentación. Debajo, Météorites Swirl, polvos para rostro en forma perlas de colores pastel, todo de GUERLAIN.

# 42 tonos y una PIEL perfecta

**P**ese a que la oferta de productos de maquillaje es infinita, no resulta fácil encontrar una base que ofrezca una cobertura total y que tenga un amplio Pantone. Pero ha llegado el *best seller* de Kiko Milano con 42 tonos.

Full Coverage 2-in-1 Foundation & Concealer ofrece una cobertura media-alta modulable. Es más ligera si la aplicas con una esponja o más cubriente si utilizas brocha. Un aliado tanto para ir al trabajo con un *look* natural como para esas noches en las que te gusta añadir un punto de *glamour*.

La base de maquillaje, además de servir como primer paso antes de aplicar el resto de los productos, crea un aspecto homogéneo, controlando las rojeces, las zonas grasas y las reseca. La clave del éxito está en aprender a aplicarlo y a elegir tu tono. ¿Sabías que tu piel puede ser cálida, fría o neutra? **Pieles cálidas:** son amarillentas u oliváceas con subtonos *beige*. Les sienta muy bien una base con tonos dorados. **Pieles frías:** son las pieles más claras, con subtonos azulones. Te recomendamos una con tonalidades rosadas. **Pieles neutras:** son las más difíciles de identificar. Si las venas en la muñeca son verde azuladas, ¡bingo! Las tonalidades *nude* son las tuyas ♣



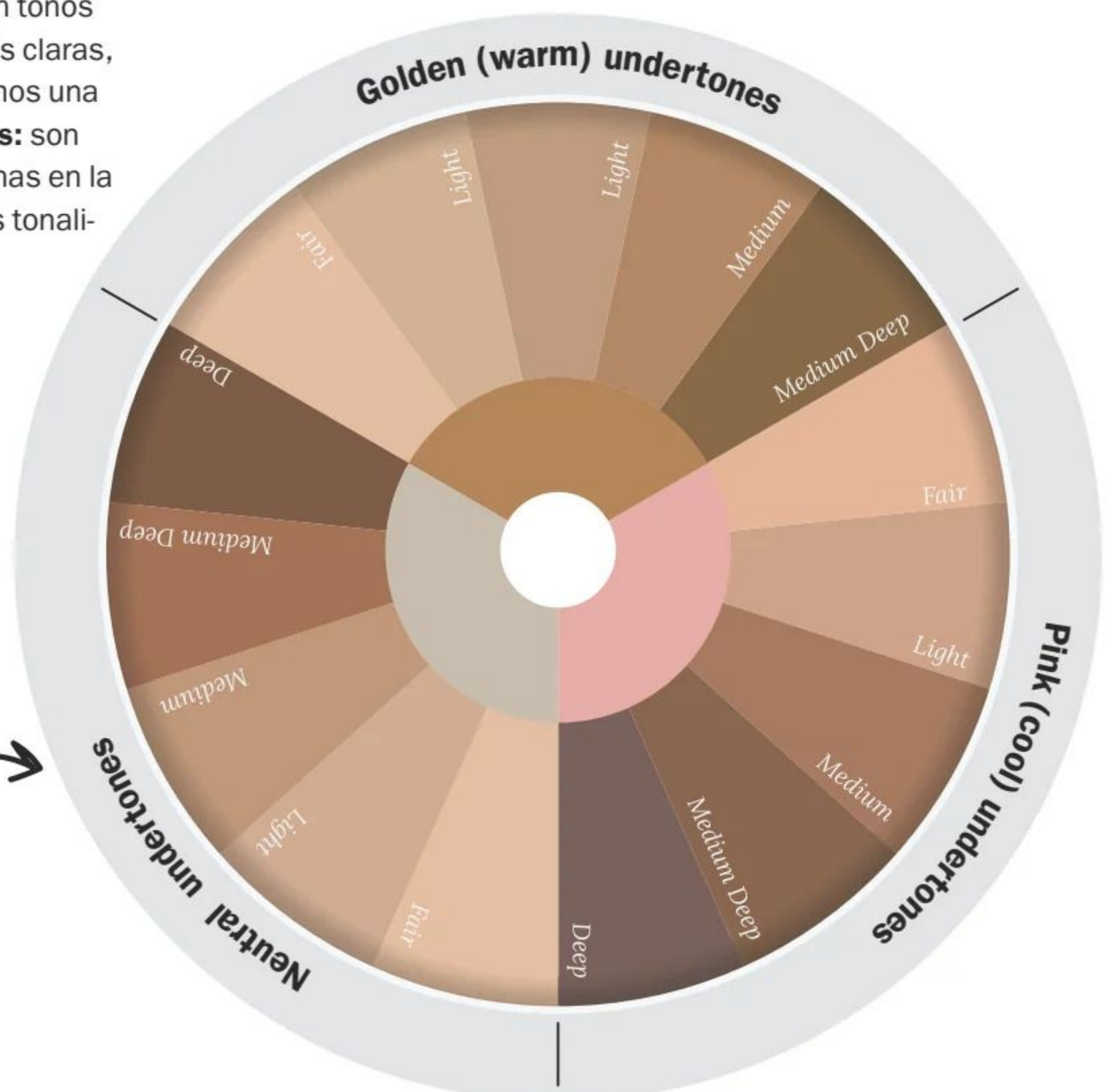
## DESCUBRE CUÁL ES TU TONO

Completa tu rutina con Coverage 2-in-1 Foundation & Concealer para camuflar las ojeras. Utiliza la brocha Flat Foundation Brush 03 para aplicarlo.



## UNA FÓRMULA ALTAMENTE FIABLE

La apariencia de los poros se reduce en el 90%, eliminando el efecto máscara y el aspecto acartonado. ¿El resultado? Una piel más luminosa, unificada y muy natural.





## EN BUSCA DE LUZ

*JEAN CAMPBELL vive con DOLOR CRÓNICO desde los 12 años, una realidad oculta con un profundo IMPACTO FÍSICO Y MENTAL que ha sobrellevado en paralelo a su carrera. La modelo internacional comparte el camino recorrido hasta convertir su lucha en el MOTOR CREATIVO de un nuevo proyecto: su pódcast 'I'M FINE'.*



olo cuando me asomé al abismo del cambio pude darme cuenta de lo decisivo que llega a ser el dolor, no solo en mi caso sino en muchos otros. La idea de grabar un pódcast basado en mi convivencia con el dolor crónico surgió con el ánimo de crear un espacio donde poder hablar con otras personas que hubiesen pasado por algo similar. En cada episodio de *I'm Fine*, ahondo con mis invitados en sus extraordinarias historias personales, que abarcan desde el padecimiento físico hasta la ansiedad y otros problemas de salud mental, alentando a alzar la voz sobre las incontables formas que toma el sufrimiento que tantos sobrellevamos en silencio. Ha sido toda una lección de humildad, y una inspiración, descubrir que hay métodos cuerpo-mente que nos permiten ver más allá de ese daño y encontrar las opciones, la positividad y la productividad necesarias para empoderarnos. Dicho esto, mi realidad no siempre ha sido así. Tras convivir media vida con el dolor crónico, ha habido etapas en las que me ha debilitado por completo, como si una nube negra encapotase toda mi existencia. Pero también ha sido el mejor maestro.

Mi viaje de superación comenzó a los 12 años, a raíz de un accidente de esquí. Un hombre se chocó conmigo a velocidad de vértigo en los Alpes y tal fue el impacto que me lanzó a 10 metros, caí sobre el lado derecho de mi cuerpo y al instante noté el pecho y el brazo completamente atrofiados junto a un dolor palpitante que me invadía todo el cuerpo. Le siguió una complicada intervención quirúrgica en Londres para volver a unir los músculos, tendones y ligamentos de las placas de crecimiento de mi hombro, utilizando un trozo de mi propio cartílago. Con esto me convertí en la paciente más joven que había intervenido mi cirujano en estos términos: el siguiente en edad había sido un

joven de 25 años tras un catastrófico accidente de coche. Como nunca me habían operado de gravedad, me sometí a aquello sin saber qué esperar. Un año después, empezó a dolerme cada vez más y más la cadera derecha. Con 15 años, me diagnosticaron una enfermedad genética, displasia de cadera, que al parecer se había acelerado con el accidente. A los 16, había empeorado tanto que no podía caminar más de cinco minutos seguidos sin sufrir un dolor insoportable.

En el verano en que acabé la secundaria, estaba a punto de entrar en quirófano de nuevo, pero a la vez feliz de haber salido en mis primeras fotos para la versión británica de *Vogue*. Fiché por una agencia siendo una adolescente tras haber sido descubierta en el Clothes Show Live de Birmingham y, aunque todavía era muy joven para trabajar de modelo, acordé con mis padres que si la oferta seguía en pie después de los exámenes finales, lo intentaría. El mundo de la moda siempre me ha llamado la atención, su saber hacer, su creatividad... y con una cirugía reconstructiva en ciernes, sabía lo afortunada que era de tener una oportunidad como aquella. Mi primera vez ante la cámara fue increíble, una experien-

muletas y un año y medio de intensa fisioterapia. Durante la recuperación, ese dolor tan familiar empezó a aumentar en la otra cadera y, en cuanto me retiraron los tornillos a los 17 años (con otra operación más de por medio), me dijeron que tenían que hacerme la misma intervención en el lado izquierdo. La noticia me cayó como una losa. Para entonces, estaba colaborando con algunos de los talentos más brillantes de la industria. Todavía estaba estudiando el bachillerato, y entre los deberes y la ardua rehabilitación, aprendí a andar de nuevo con hidroterapia y fisioterapia, a la vez que dedicaba los fines de semana y las vacaciones a las sesiones de fotos y las pasarelas. Recuerdo un desfile, tres semanas después de dejar las muletas, en el que tuve que llevar unos tacones altísimos. Mi pelvis aún no estaba completamente curada. Me hinché de analgésicos y casi resbalo en el ensayo, pero logré desfilarme y, en aquel momen-

“EL DOLOR CRÓNICO  
CIERNE UNA NUBE NEGRA SOBRE  
MI EXISTENCIA, PERO TAMBIÉN  
HA SIDO MI MEJOR MAESTRO”.

cia que nunca olvidaré. La producción fue en Montauk, un lugar precioso y salvaje. Joe McKenna, el estilista, me preparó varios *looks* muy diferentes, todos maravillosos, y yo tenía que interpretar a una viajera que se reencontraba con su prima. Hacía que cantaba y tocaba la guitarra, el sueño de otra vida posible. Ser testigo de todo el proceso, de toda la creatividad que hay detrás de un editorial, me cautivó. Me encantaba ver cómo se concebían los personajes, desde las canciones elegidas o la historia a representar hasta cómo la ropa iba cobrando vida. Me transportaba a otro mundo.

Una vez unidas las placas de crecimiento de la primera cirugía, a los 16 años se me rompió el lado derecho de la pelvis por tres sitios y me colocaron tres tornillos de 15 centímetros. Aunque tuve la suerte de poder someterme a la intervención, pasé un mes en silla de ruedas, tres meses con

to, aquello me pareció normal —ahora seguramente optaría por parar y dejar que el cuerpo sane a su ritmo—. Tardé cuatro meses en volver a caminar con normalidad; pero daba gracias por mi profesión y por tener esa vía de escape de las citas médicas y el dolor. La realidad de tener que repetir todo el proceso quirúrgico en el otro lado de la pelvis fue un golpe muy duro que afectó enormemente a mi salud mental. No podía expresar con palabras lo que me estaba pasando físicamente ni sabía cómo gestionar aquella especie de caída libre psicológica. Me sentía culpable por no poder con ello, porque tenía mucha suerte en muchos aspectos. Solía pensar que el karma me penalizaba por gozar del trabajo que tengo y de una vida de privilegios. Me sentía aislada y sola, pero aún tenía la esperanza de que después de esta segunda operación de cadera volvería por fin a mi ser.

Aunque mi salud era delicada, mi carrera avanzaba como jamás habría imaginado: primero trabajé con Burberry y luego, durante dos años y medio, en exclusiva con Louis Vuitton, cuando Nicolas Ghesquière asumió el cargo de director artístico. Seguí saliendo en *Vogue* y muchas otras revistas y conocí a cantidad de personajes de lo más variopinto producción tras producción. Mi oficio me daba la posibilidad de refugiarme detrás de la imagen de perfección que la moda es capaz de ofrecer y, básicamente, hacer caso omiso de mi declive. No fue premeditado, pero supongo que no me permitía otra cosa que sentirme agradecida, feliz y bien. Tras la operación y la posterior recuperación, las molestias persistían y cada vez iba a peor. Con 20 años, el cirujano me dijo que para librarme del dolor necesitaría cuatro operaciones mayores más y otras cuatro menores en la parte superior de las piernas, en las que habría que retirar la bola que encaja en la cavidad de la cadera, reajustarla, tallar la parte superior del fémur para recalibrar el ángulo y volver a encajar todo. El tiempo total de recuperación sería de seis años, pasando de la silla de ruedas a las muletas, a la fisioterapia y la hidroterapia y luego de nuevo a quirófano. En ese momento pensé: "Una mierda". Para qué. Perdí toda esperanza.

El dolor parecía ser el único motor de mi vida, tanto física como mentalmente. Mi relación con mi cuerpo era inexistente y me odiaba por sentirme así. Tenía una actitud nihilista hacia mí misma, mi futuro y mi forma de ver el mundo. Me sentía desgraciada, sola y bloqueada: había desconectado totalmente y no veía salida. Con el tiempo, poco a poco empecé a aceptarlo, aunque inicialmente desde el cinismo, y fue este proceso de aceptación el que me llevó a buscar nuevas soluciones y a poder creer de nuevo que las cosas podían cambiar. La aceptación fue primordial: de mi cuerpo, de mis circunstancias, de mi falible naturaleza humana. Muchas cosas escapan a nuestro control, pero podemos esforzarnos en elegir cómo reaccionamos, adaptar nuestras expectativas, invocar al cambio positivo, y a la vez aprender a desapegarnos del resultado. No es una ciencia exacta, pero puede ayudarnos a manejar mejor las cosas y cambiar de perspectiva. A mí me ha servido y creo que puede servirle a otras personas. Aunque no puedo practicar deportes de impacto (como correr, que me encantaba), los ejercicios de baja intensidad como el



*En el sentido de las agujas del reloj, Jean Campbell en el hospital tras una operación en la cadera izquierda en diciembre de 2015; retrato en Londres de este mismo año; y aprendiendo a caminar de nuevo con hidroterapia en agosto de 2013.*



yoga y el Pilates me han devuelto el empuje para manejar el dolor y recuperar mi autonomía. Empecé con meditaciones guiadas especialmente dirigidas al alivio del dolor, pero luego me adentré más en la disciplina y ha sido una transformación. Todos tenemos el poder mental, la posibilidad de meditar y de sentirnos más fuertes con cada acción que emprendemos.

Aunque el dolor sigue formando parte de mi día a día, trabajarlo con prácticas positivas en lugar de fingir que no existe es hoy la base de una vida inimaginable, de todas las cosas buenas que me pasan, que son muchas. Ahora respeto y dedico el tiem-

po necesario para poner en marcha estos hábitos que me consta conducen a valorar la vida y sus posibilidades. Amo mi cuerpo y le doy las gracias por su fuerza y su capacidad de sanar. Creo que el dolor es una oportunidad: nos viene dado pero está en nuestra mano lo que hagamos con él. El dolor da poder, porque es la piedra angular del cambio. Y donde hay cambio, hay siempre crecimiento. Gracias a mi rutina actual, asegurarme de estar lo más fuerte posible físicamente y buscar la paz mental en la meditación y las prácticas positivas que cultivo a diario, me he liberado del miedo que me atenazaba desde las cinco grandes operaciones de mi adolescencia, que me acechaba cada vez que intentaba un nuevo remedio contra el creciente dolor. El sufrimiento me ha hecho más fuerte. He aprendido que nada es para siempre y que todo cambia: el dolor y el alivio; la felicidad y el desaliento. Mi experiencia me ha llevado a conectar con gente que ha pasado por procesos similares, personas con ideas afines que siento cerca y que me inspiran. En el desarrollo de *I'm Fine*, he tenido la gran suerte de escuchar las vivencias de personas increíbles con ganas de hacer red y compartir recursos. Somos muchos los que vivimos con dolor, físico, mental y emocional. No puedo estar más agradecida de que mi repercusión como modelo me esté permitiendo hacer hoy algo tan importante. Ojalá que el podcast lleve esperanza, cariño, apoyo y soluciones a todo el que lo necesite.

*El podcast 'I'm Fine' puede escucharse a través de [If-podcast.com](http://If-podcast.com)*



# Suscríbete

NO TE PIERDAS NADA DE VOGUE

Recibe la revista en casa y consigue este lote **BIODERMA** con la suscripción home delivery.

1 AÑO POR 59 €.

**Pigmentbio C-Concentrate**  
Sérum intensivo iluminador antimanchas con vitamina C fresca.



**Sensibio Defensivo sérum**  
Sérum antiedad hidratante y calmante con ácido hialurónico.



**Sébium Sérum**

Sérum antiedad para piel con imperfecciones con ácido hialurónico y ácido salicílico.



**Hydrabio Hyalu+ sérum**

Sérum antiedad ultra hidratante con ácido hialurónico de alto y bajo peso molecular.



SUSCRÍBETE O REGALA AQUÍ  
SUSCRIPCION.VOGUE.ES



# PIEL SANA Y LONGEVA

*La RECUPERACIÓN cutánea, y no solo su regeneración, es una de las claves del capítulo que inaugura DIOR junto a su consejo de expertos en ENVEJECIMIENTO. ANA MORALES habla con ellos para dar con el secreto de un rostro revitalizado.*

H

asta ahora el mercado de la cosmética destinada a prevenir el envejecimiento se centraba en la capacidad de regeneración de la piel, olvidando algo que, para el consejo científico Reverse Aging de Dior, es fundamental: su recuperación. Una fase que desde el equipo de expertos de la *maison* comparan (salvando las distancias) con el proceso de rehabilitación que se hace tras una rotura de un hueso que se ha soldado (y se ha regenerado) pero que necesita volver a recuperar sus funciones. Eso es lo que requiere una piel para ser longeva: poner en marcha sus mecanismos de recuperación para estar tersa y sana.

La tendencia ya no es centrarse tanto en eliminar arrugas, señala Patricia Ogilvie, dermatóloga y miembro de dicho consejo, sino tener una buena calidad en la piel, con volumen, firmeza, repulpada y capaz de volver a su ser casi con la misma soltura con la que lo hace durante la infancia. “El mejor ejemplo de recuperación cutánea lo tenemos en el tiempo que tarda la piel de un niño en cicatrizar cuando se hace una herida comparado con el que tarda la de un adulto”, explicó la doctora Ogilvie durante la presentación internacional del gran lanzamiento cosmético de Dior de este año: su renovado sérum *La Micro-Huile de Rose*. Ahora, este producto de culto atesora nueva fórmula centrada en el poder de la micronutrición y concretamente en el papel que tienen los omegas en esa recuperación cutánea. Y como siempre sucede cuando se cumplen años, precisamente el transporte de estos nutrientes decrece con la edad y, por tanto,



*La Micro-Huile de Rose Activated Serum, de DIOR, contiene un biopéptido activador de colágeno y dos extractos de rosa de Granville para acelerar la recuperación cutánea y rellenar la piel.*

también la habilidad de la piel para reponerse en los momentos difíciles. Los pétalos de la rosa de Granville presentes en la fórmula ayudan a esa regeneración, recuperación y a estar más cerca de mantener la homeostasis, ese equilibrio y autorregulación para defenderse que Brian Kennedy, director del Centre for Healthy Longevity en Singapur, considera fundamental para la piel. De hecho, esta nueva fórmula se ha testado antes, durante y después en pieles sometidas a procedimientos médicoestéticos junto a la doctora Zhe Ji, que recalca la eficacia de este producto para preparar la barrera cutánea antes de estos tratamientos —que suponen una agresión controlada— y reforzarla después. Ahí está la clave. “La función barrera lo es todo para prevenir el envejecimiento y es fundamental que esté sana y reforzada”, añade.

En ese camino hacia la longevidad, los científicos que han intervenido en la investigación de este lanzamiento insisten en la necesidad de tener otros buenos hábitos que sumen puntos a la ayuda cosmética. Ogilvie lo tiene claro: masajes de presión controlada y torsión, porque los fibroblastos reaccionan ante el estrés mecánico de estos procedimientos para producir colágeno de calidad (por eso recomienda incorporar una herramienta de masaje en la rutina); con un aporte correcto de zinc en la dieta, ya que interviene en la regeneración celular; y ejercicios de fuerza y resistencia porque no solo fortalecen el cuerpo sino que incrementan el colágeno presente originariamente en los huesos y ayudan en el rejuvenecimiento de la piel.

De regalo con  
**VOGUE**  
ESPAÑA  
*octubre*



Cuaderno Vogue  
para coleccionistas.  
*Tres modelos en  
Edición Limitada*



SUSCRÍBETE O REGALA AQUÍ  
SUSCRIPCION.VOGUE.ES

# *Volver a SENTIRSE COMO EN CASA*



*NINO KILTAVA nos adentra  
en un viaje por el corazón  
de GEORGIA que arranca en  
sus dos locales de Madrid.  
Fotografía SILVIA RETANA.  
Estilismo PATRICIA LÓPEZ.  
Por GARBINE CONTINENTE.*

*En la página anterior, Nino Kiltava, en el interior de Persimmon's, su último proyecto. Lleva camisa de rayas, de VICTORIA BECKHAM (disponible en YOOX); pantalón de JIL SANDER BY LUCIE AND LUKE MEIER (disponible en YOOX); bailarinas de HEREU; y pendientes de ESHVI.*



# D

Desde el primer momento en que pisé Madrid, sin ni siquiera salir del aeropuerto, ya me sentí como en casa. Y esa sensación se ha quedado conmigo desde entonces". Nino Kiltava (Batumi, Georgia, 1985) trasladó su residencia a la capital española en 2015. Como consecuencia del trabajo de su marido –militar diplomático– había habitado numerosos países europeos –de Italia a Austria o Alemania– pero fueron la gente, las costumbres, el clima y, en definitiva, la esencia de la vida madrileña lo que la conquistó como ninguna otra ciudad lo había hecho hasta entonces. De hecho, aquella conexión inmediata con la urbe la convenció de que este, y no otro, era el escenario idóneo para dar forma al proyecto con el que siempre había soñado: un restaurante especializado en comida

georgiana que diese a conocer la cultura y tradición gastronómicas de su país natal.

El carácter anfitrión lo lleva grabado en el ADN. Es imposible sentarse en la mesa con Nino y no contagiarse de la pasión que despierta en ella todo lo relacionado con complacer a sus invitados a través del ritual de la comida. "Durante todos estos años en los que he vivido fuera, me encargaba de orquestar cenas en casa para amigos extranjeros, el cuerpo diplomático, allegados... Y todo el mundo quedaba prendado de las delicias que servía. Antes de despedirse siempre preguntaban: '¿Cuándo es la próxima cena?', recuerda Kiltava. Una anécdota que confirma sus dotes en la cocina y que define a la perfección la esencia de Nunuka, el restaurante que alumbró en 2022 en el madrileño barrio de Chueca.

La familia ocupa un lugar fundamental en la cultura georgiana y es algo que la empresaria quiso reflejar en este primer proyecto. Desde el nombre –Nunuka era como se llamaba su abuela paterna– a los platos que componen la carta, la mayoría de los cuales proceden del recetario familiar de la emprendedora. "Siempre había sentido el deseo de tener un lugar donde

homenajear a mi abuela. Mi amor por la cocina se lo debo a ella y este local me transporta a mi niñez. Cuando vengo a comer aquí tengo la sensación de viajar a la casa de mis abuelos en Batumi [ciudad situada en la costa oriental del mar Negro]", confiesa con un gesto de orgullo y nostalgia, al tiempo que menciona otros elementos que han incorporado en el restaurante para trasladar al comensal a ese lugar de alta carga emocional: "El papel pintado que tenemos en la entrada tiene un estampado muy típico de Georgia. El equipo del estudio de interiorismo de Las 2 Mercedes me ayudó a conseguir uno que se pareciese al máximo al que tenía mi abuela en su casa".

Nino es el alma del proyecto y la cara más visible, pero nunca ha estado sola en esta aventura. Para dar forma a la propuesta gastronómica confió en Davit Narimaniashvili. Formado en el prestigioso Basque Culinary Center de San Sebastián, antes de aterrizar en Nunuka trabajó junto a algunos de los nombres más relevantes de nuestro país, como Dani García o Diego Guerrero. "Para mí es el mejor chef de Georgia ahora mismo. Lo descubrí en un reportaje de una revista especializada, cuan-



*“Siempre había sentido el deseo de tener un lugar donde homenajear a MI ABUELA. El amor por la cocina se lo debo a ella y este local me transporta a mi niñez”.*

do trabajaba en Dstage. Lo busqué por Instagram, le escribí y no me contestó. Así que un día me presenté en el restaurante, pregunté por él, me recibió y le conté mi idea”, recuerda la empresaria. Como era de esperar, lo conquistó al instante.

Juntos diseñaron una propuesta plagada de raíces y platos equilibrados, que plasman a la perfección la cocina tradicional al tiempo que se adaptan al consumidor —han sido reinterpretados para equilibrar la contundencia propia de las elaboraciones clásicas—. Así, las especias, carnes, verduras y lácteos son la base de un menú colorido y plagado de contrastes. Pero si hay un plato por el que la gente va (y vuelve, una y otra vez) a Nunuka, es el Kachapuri: un pan relleno de queso y coronado con una yema de huevo que cuenta con su propia leyenda. “Es una preparación que hacía siempre con mi abuela. Ella me contaba que era una receta que se hacía cuando las mujeres de Batumi —de donde yo procedo— despedían a sus mari-

*En esta página, Nino, junto a algunos de los platos estrella de Persimmon's, viste 'trench' de SAMSØE SAMSØE; y pendientes de ESHVI. En la página siguiente, uno de los rincones del restaurante que muestra su carácter contemporáneo.*

dos cuando se iban a pescar. Por eso el pan tiene forma de barco. El queso representa al mar y la yema, al sol. Se cocinaba para desearles buena suerte”, cuenta mientras saborea esta y otras delicias.

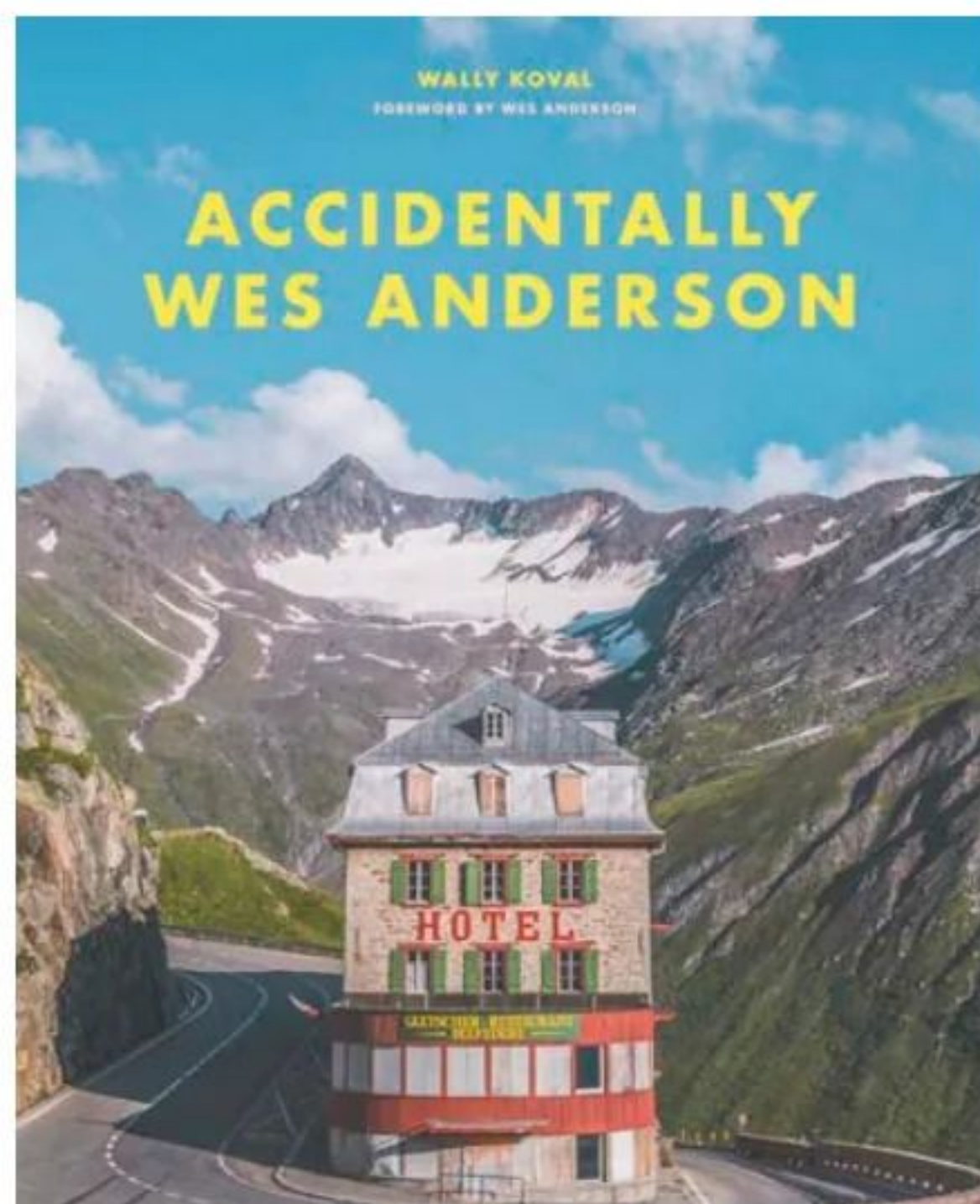
Su primera apertura triunfó desde el inicio; en apenas unos meses ya contaba con un lugar privilegiado en la escena *foodie* de la capital. Pero la andadura de Nino Kitlava no acabó en la calle Libertad. En ese camino por mostrar al mundo la riqueza culinaria de su país, la empresaria inició en 2023 un nuevo capítulo. Quiso apostar por un concepto diferente, mucho más moderno, con reminiscencias a los locales de moda de Nueva York. Para ello se asoció con Natalia Dzidziguri, experta en *marketing* y consultora de la ONU, y juntas dieron a luz a Persimmon's —quien no haya oído hablar de él, debería ponerse al día de lo que ocurre en la capital—. “Buscábamos un lugar donde poder reflejar la Georgia más contemporánea. No tiene nada que ver con Nunuka. Tiene otra carta, otros vinos y la estrella del lugar: los cócteles a base de Chacha, un destilado artesanal elaborado con caquis Hayicha, feijoa, membrillo y uvas cultivadas localmente”, detalla la empresaria.

En su horizonte hay nuevos proyectos cuyos detalles, todavía, no se pueden develar. Lo que sí es seguro es que el amor por su país, la reivindicación de una cultura gastronómica que está en boca de todos y la comida como vía para transmitir un cariño y gratitud inconmensurables seguirán en el centro. “En Georgia tenemos el supra. Es una suerte de fiesta que gira en torno a la mesa. En todos los supras hay un tamada, que es una especie de maestro de ceremonias que dirige la fiesta e introduce cada brindis”, explica Nino Kitlava sobre una tradición que no solo ejemplifica la importancia de la hospitalidad sino que es la esencia de todo lo que quiere transmitir en sus restaurantes. “Para nosotros, el supra es mucho más que un evento: es arte. Forma parte de la vida, la cultura y la patria georgianas. Tiene que ver con generar buenos momentos y, por supuesto, rodearse de gente querida y disfrutar de comida abundante y deliciosa”, añade. La respuesta es obvia: no queremos quedarnos fuera de esa fiesta.



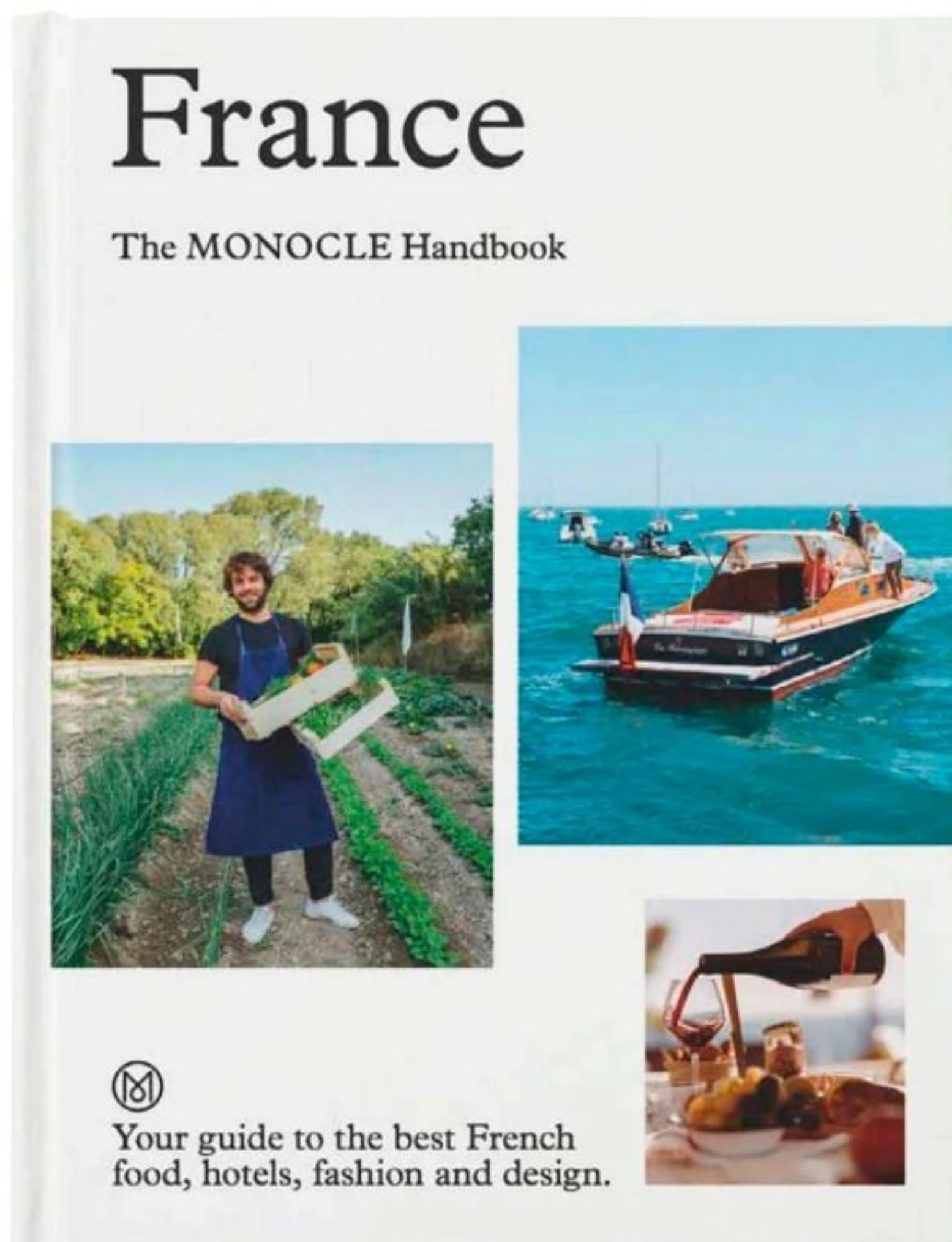
# VUELTA *al* MUNDO

*No a todos los destinos se llega volando. Los LIBROS DE VIAJE ofrecen la oportunidad de recorrer los rincones más recónditos del planeta a través de sus páginas. Ediciones con una importante CARGA ESTÉTICA que se consagran como auténticos objetos de culto.*  
Por GARBINE CONTINENTE.



## 'ACCIDENTALLY WES ANDERSON', DE WALLY KOVAL VORACIOUS

Autorizado por el legendario cineasta, este volumen es toda una aventura visual que confirma que la realidad, en ocasiones, supera a la ficción. Un ejemplar publicado en 2020 que recoge fotografías, historias y anécdotas de más de 200 lugares del globo que parecen extraídos del universo de Wes Anderson, dirigido a viajeros que no subestiman la belleza.

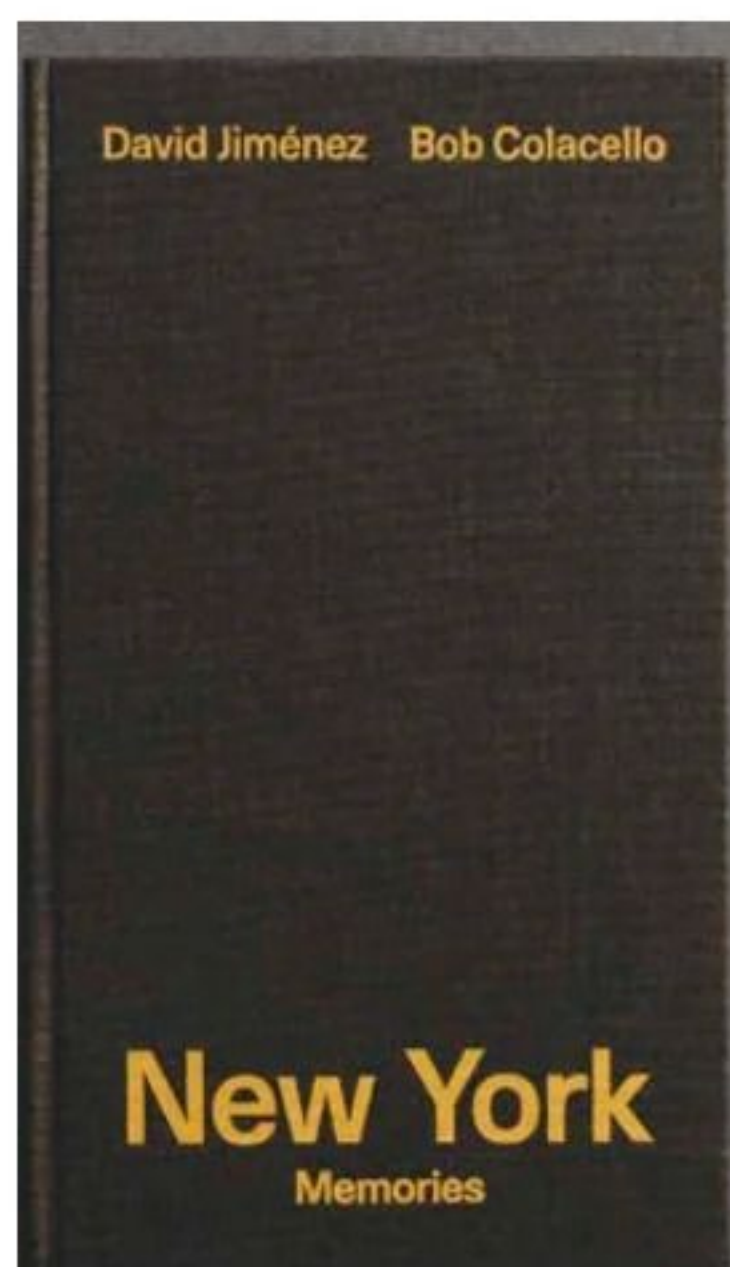


## 'FRANCE: THE MONOCLE HANDBOOK'. MONOCLE

De Marsella a Bretaña, pasando por los Alpes y la costa de Córcega. Esta guía recorre todo el territorio francés haciendo parada en hoteles y 'boutiques' de lujo, restaurantes que confirman su excelencia culinaria y monumentos que componen su patrimonio histórico. 224 páginas que ayudan a entender por qué es el país más visitado del mundo.

## 'NEW YORK MEMORIES', DE DAVID JIMÉNEZ Y BOB COLACELLO IVORY PRESS

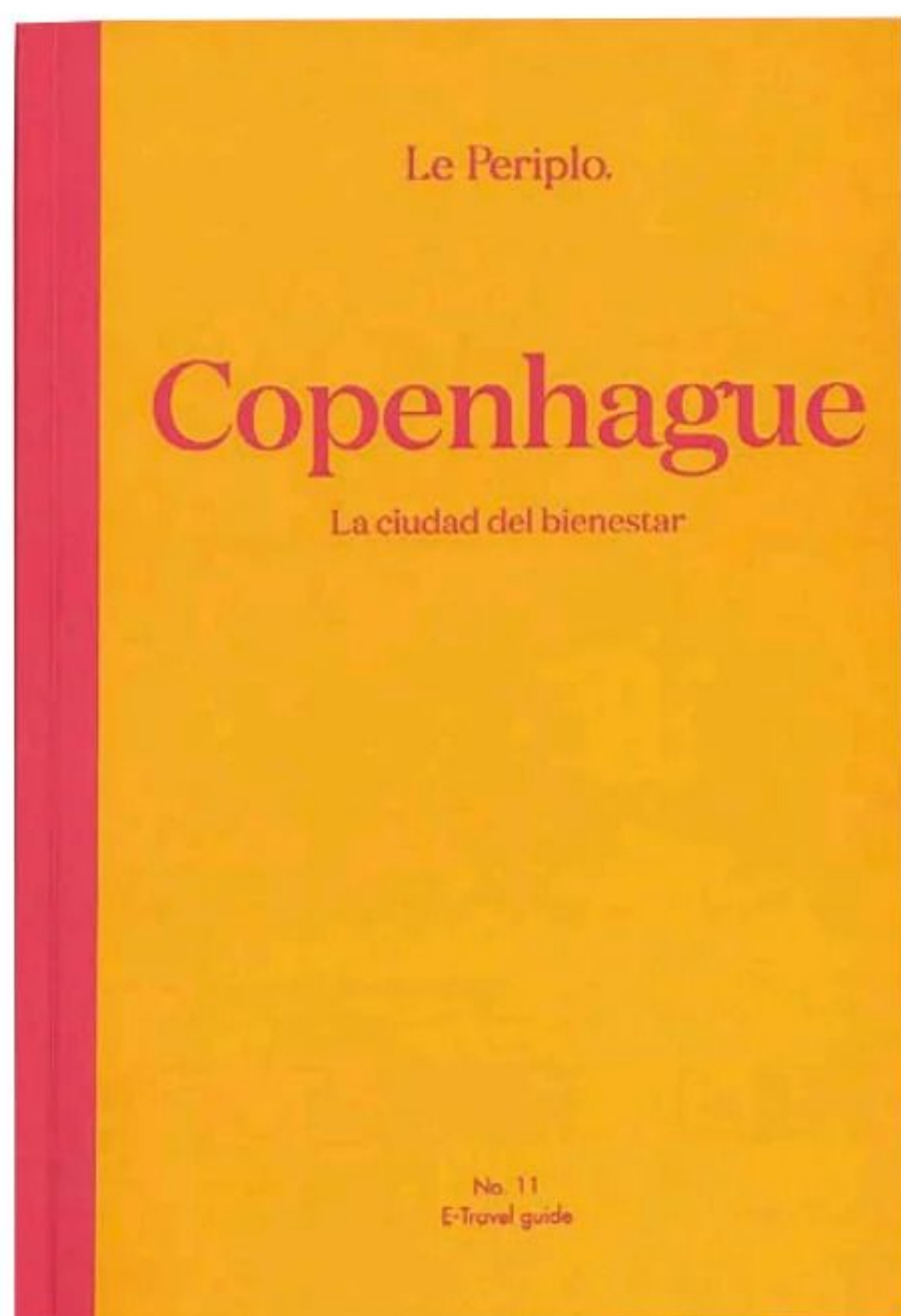
El escritor estadounidense y el fotógrafo español exploran la ciudad a través de los textos del primero, que la ha vivido en todas sus facetas, y las imágenes de Jiménez –unas más sencillas, otras más poéticas–, que construyen un retrato cautivador.



## 'BARCELONA', LOUIS VUITTON CITY GUIDE

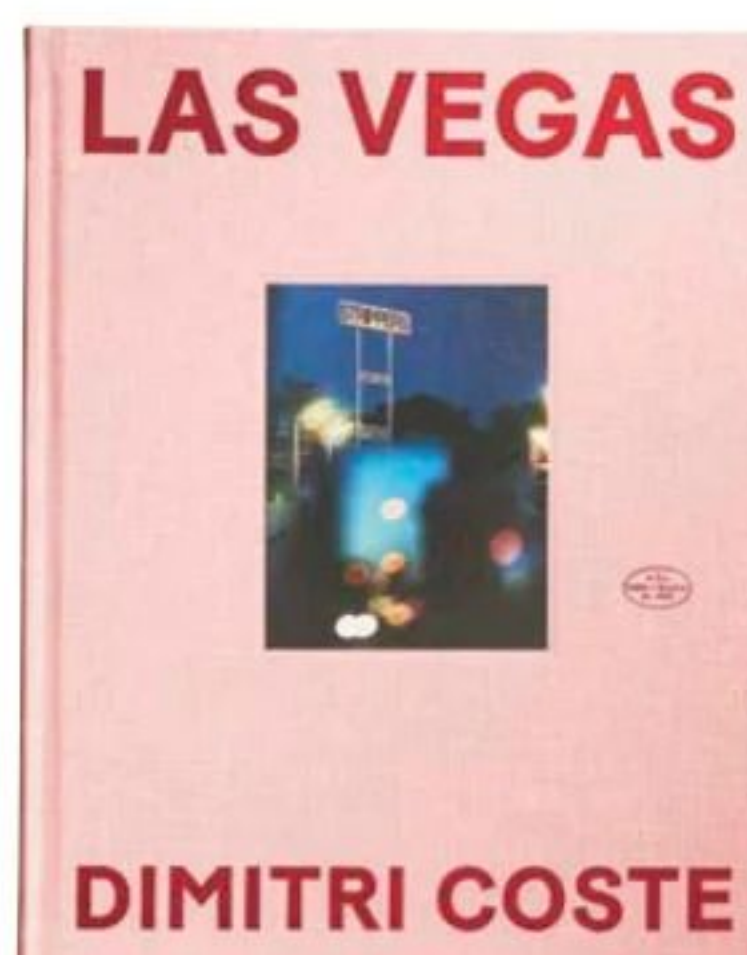
Louis Vuitton hace una parada en Barcelona con motivo de la celebración de la 37ª America's Cup. Esta primera edición muestra el espíritu cosmopolita, vanguardista, tradicional y acogedor de una urbe que no para de reinventarse. Y lo hace de la mano de Sergio Caballero, cofundador del festival de música Sónar, que participa como colaborador invitado.





### 'COPENHAGUE', LA CIUDAD DEL BIENESTAR LE PERIPLO

"Una ciudad joven, activa y cosmopolita, nada ostentosa, que ofrece a sus ciudadanos innumerables actividades culturales y sostenibles, convirtiéndola en todo un rincón del bienestar". Así describen desde Le Periplo –una editorial española, independiente y especializada en guías de viaje– a la capital danesa, protagonista de uno de sus últimos lanzamientos. Sus editoras proponen un recorrido con 58 recomendaciones y todos los imprescindibles para una escapada exprés.



### LAS VEGAS, DE DIMITRI COSTE ATELIER SAINT LAZARE

Fotógrafo, director y apasionado motociclista, Dimitri Coste brinda una perspectiva de la cultura estadounidense a través de *road trips* que huyen de todo convencionalismo. Su travesía por Las Vegas queda inmortalizada en un volumen ultraestético editado por el estudio creativo parisino Atelier Saint Lazare y disponible en Zara Home.

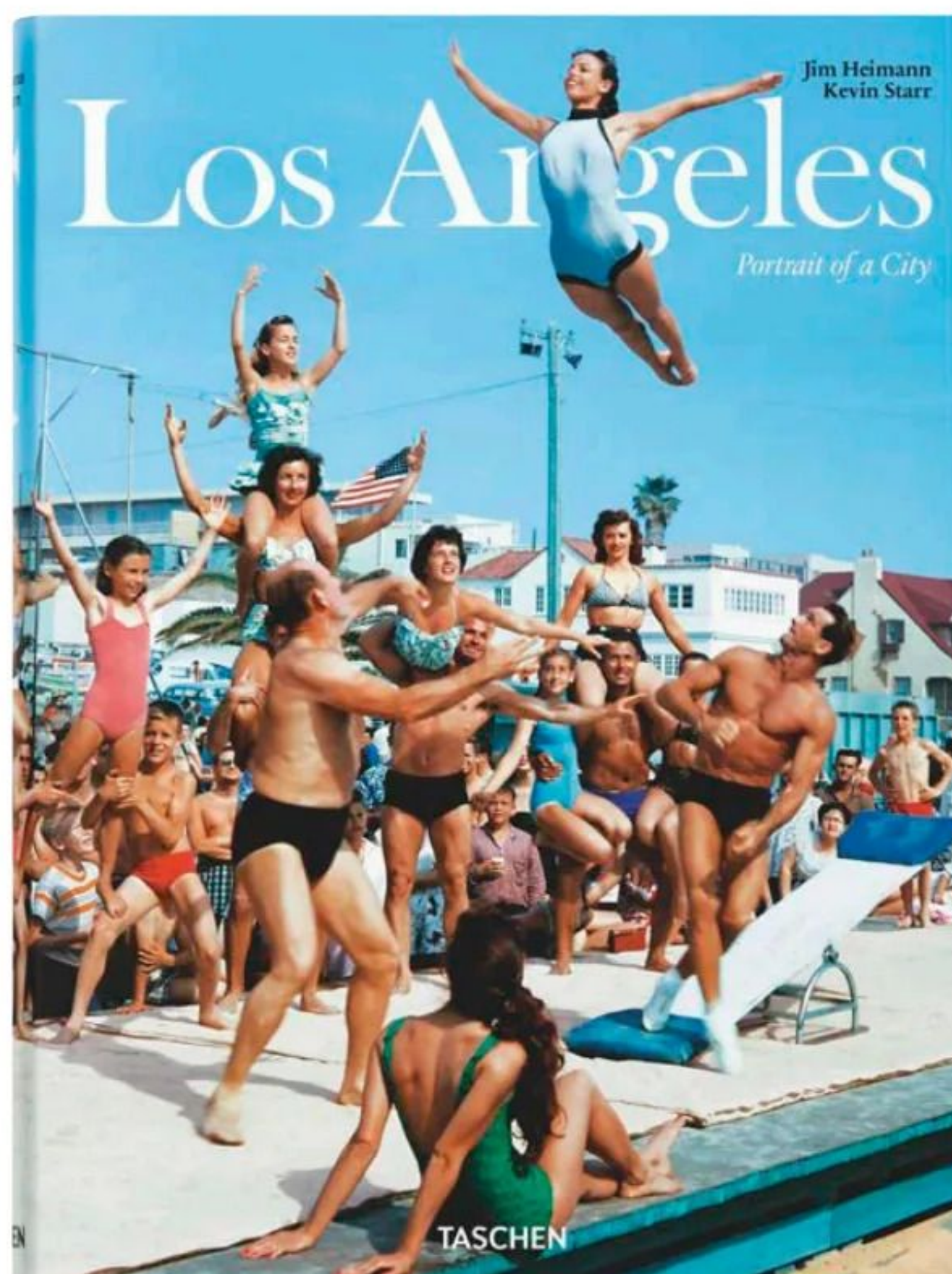


### 'BIARRITZ BASQUE'. ASSOULINE

Destino vacacional de Coco Chanel, emblema de la Belle Époque y capital –al menos, emocional– de la cultura vascofrancesa, Biarritz es la protagonista de la nueva guía de la editorial Assouline. En un libro en el que merece la pena perderse, el periodista Frédéric Beigbeder explora la riqueza paisajística, gastronómica y artesanal de una ciudad que conserva intactos los resquicios del pasado.

### 'LOS ANGELES. PORTRAIT OF A CITY', DE JIM HEIMANN Y KEVIN STARR. TASCHEN

Con una carga estética indiscutible, este libro construye un retrato de Los Ángeles a través de los años: del *boom* urbanístico de 1880 al frenesí actual, pasando por los primeros años de Hollywood y la expansión residencial de finales del siglo XX. Heimann y Starr capitanean esta suerte de recorrido visual por la historia cultural, política, industrial y sociológica de la urbe californiana. Lo mejor y lo peor de la ciudad en una radiografía que respira tanta fidelidad como nostalgia.



*Tilda y  
Julianne*

# *Mujeres*

*Almodóvar*

*El primer largometraje rodado íntegramente en inglés de PEDRO ALMODÓVAR, 'La habitación de al lado', encuentra en TILDA SWINTON y JULIANNE MOORE a sus excelsas protagonistas. Un crudo melodrama con vocación internacional que apunta a ser uno de los títulos cinematográficos del año y supone un salto de gigante para el cineasta. Fotografía QUENTIN DE BRIEY. Estilismo HARRY LAMBERT. Por ALBERTO SISÍ SÁNCHEZ.*

*Tilda Swinton lleva blusa  
y pantalón, ambos de  
CHANEL; y guantes de  
CORNELIA JAMES.  
Julianne Moore luce vestido  
de SCHIAPARELLI.*





*En esta página, Tilda lleva americana, pantalón, zapatos y pendiente, todo de CHANEL. Julianne, con vestido, zapatos y pendientes, todo de BOTTEGA VENETA. En la página siguiente, Pedro Almodóvar luce americana de PAUL SMITH; jersey de PRADA; pantalón de LOUIS VUITTON; y gafas de sol, de SAINT LAURENT POR ANTHONY VACCARELLO.*



# S

o glamorous, Pedro!”, exclama Tilda Swinton (Londres, 1960) al ver llegar a Pedro Almodóvar (Calzada de Calatrava, 1949) vestido con el traje hecho a medida por Anthony Vaccarello que estrena el cineasta durante la sesión de fotos que acompaña estas líneas. Junto a ella está, riendo de forma contagiosa, Julianne Moore (Fort Bragg, Carolina del Norte, 1960), la otra protagonista de *La habitación de al lado*, el primer largometraje del realizador rodado íntegramente en inglés. Es un día de primavera al norte de Madrid y la producción de la película ha reservado un tiempo para las fotos, horas antes de que el equipo vuele a Nueva York para grabar las últimas escenas de la que es ya una de las películas de 2024. Se estrena el 18 de octubre, medio año después de terminar su rodaje, pero se verá en el Festival de Venecia a principios de septiembre. Almodóvar pasará también por San Sebastián —recibirá el premio Donostia en reconocimiento a toda su carrera— a finales de mes y por el Festival de Nueva York en octubre.

“No soy tan mayor, pero noto la escasez de tiempo y pienso en lo que me queda. Me estreso mucho porque quiero aprovecharlo lo mejor que pueda y lo máximo posible”, explica el cineasta semanas después en su despacho. En 2023 estrenaba en Cannes el mediometraje del oeste *Extraña forma de vida*, con Ethan Hawke y Pedro Pascal; en 2021 rodaba y llevaba a los cines, previo paso también por Venecia, *Madres paralelas* —ganadora allí de la Copa Volpi para Penélope Cruz, terminaría alzándose con dos nominaciones a los Oscar, a mejor actriz y mejor banda sonora—, y en 2020 lanzaba *La voz humana*, su primera colaboración con Tilda Swinton en la que escenifica el texto de Cocteau que lo ha acompañado desde *Mujeres al borde de un ataque de nervios*. “De 2020 a ahora he trabajado mucho, pero también he tenido momentos de espera que se me hacen difíciles porque no estoy en una edad en la que pueda aguardar demasiado”, insiste. “Tuve que esperar seis meses a Pedro Pascal y a Ethan Hawke para hacer *Extraña forma de vida* y en ese momento de espera me puse a escribir *La habitación de al lado*, aunque estaba pendiente de que Cate Blanchett —era el año de *TÁR*— se liberara de la serie de Alfonso Cuarón que estaba rodando en ese momento y de una película australiana que tenía agendada después”, recuerda.

Hace cuatro años se anunció que Pedro Almodóvar preparaba un primer largometraje en inglés que produciría y protagonizaría la actriz australiana, la adaptación a la pantalla de *Manual para mujeres de la limpieza*, de Lucia Berlin. En septiembre de 2022 se comunicó que el director dejaba el proyecto. “Tuve mucho tiempo para reflexionar y decidí que físicamente no me sentía capacitado”, reconoce ahora, cuando da las últimas pinceladas a la que sí será su primera película en inglés. *La habitación de al lado* anunciaba su rodaje a principios de año. Los interiores, en Madrid; los exteriores, en Nueva York. Las mencionadas Tilda Swinton y Julianne Moore, protagonistas junto a un diminuto contrapeso masculino con el rostro de John Turturro. “Intento recordar cuándo fue Pedro explícito conmigo acerca de la película y este papel. Creo que sucedió cuando rodábamos *La voz humana*, pero no estoy segura

porque entonces era algo incierto lo que iba a pasar tras el Covid”, cuenta Swinton al otro lado de la pantalla desde su casa en Escocia. “Fue extremadamente generoso al decirme que quería que volviéramos a trabajar juntos, pero entonces no especificó mucho más”, apunta. Moore, sin embargo, sí recuerda exactamente, a través de videollamada, cómo el director se aproximó a ella: “Me mandó un *e-mail*. Fue una locura porque sucedió de una manera totalmente inesperada. Abrí mi ordenador una mañana y ahí estaba. Me volví completamente loca”, recuerda. “Le comenté a mi marido que Pedro Almodóvar me acababa de mandar un mensaje en el que me pedía que hiciera una película con él y me dijo que tenía que decir sí sin pestañear”.

El director manchego adapta libremente en *La habitación de al lado* la novela de Sigrid Nunez *Cuál es tu tormento*. Tilda Swinton es Martha, una reportera de guerra diagnosticada con una enfermedad terminal que toma una drástica decisión; Julianne Moore, Ingrid, escritora, amiga y acompañante de la primera en unos duros momentos en los que se reflexiona sobre una hija ausente, la vida y la muerte. El mencionado John Turturro, Victoria Luengo, Alessandro Nivola, Juan Diego Botto, Melina Matthews, Esther McGregor y Raúl Arévalo completan el reparto. “No diría que fue difícil, pero sí resultó de una responsabilidad apabullante”, explica Swinton sobre un papel en el que recae todo el peso de la trama. “Me encantó tener la oportunidad porque me gusta ser la que carga a sus espaldas con las emociones. Es algo que he vivido en varias ocasiones a lo largo de mi carrera y de alguna manera lo prefiero”, apunta. Julianne Moore, por su parte, adopta aquí el rol de oyente: “Hubo momentos, durante el rodaje, en los que me resultó realmente duro. Cuando estás acompañando a alguien que está enfermo solo quieres que se sienta bien y reconfortarlo”, explica la estadounidense. “No fue sencillo, pero al mismo tiempo era bonito por lo que implicaba esa amistad tan profunda entre mujeres. Planeaba la idea de que todo lo que puedes hacer por una persona en esa situación es simplemente acompañar y sujetar la mano”.

Swinton y Moore conforman un dúo protagonista que no podía fallar. “Hacer un buen *casting* es esencial y la película depende de él. Me parece que ellas hacen un trabajo extraordinario”, expone Pedro Almodóvar. “En el caso de Tilda, una actriz muy atípica y con un físico tan particular, creo que ha hecho muchos exotismos, pero no le había llegado un papel con esta hondura dramática. Tiene un rostro único y a mí se me cae la baba cada vez que la veo —lo hago ahora todos los días en la pantalla—, y creo que es imposible llegar tan lejos como lo hace ella en un personaje muy complejo que físicamente demandaba mucho”, continúa. “Julianne creo que está extraordinaria en algo que puede parecer menos lucido, pero que solo pueden hacer bien las grandes. Escucha y mira al personaje de Tilda y, sin embargo, sus primeros planos son tan expresivos como los de Martha. En sus ojos estás viendo lo que oye. Es algo muy difícil y en ese papel está perfecta”, añade. “Estoy muy contento con las dos. Ese misterio que significa haber acertado aquí se ha dado y espero que les vaya muy bien con esta

*Julianne lleva vestido de  
BALMAIN; y pendientes  
de BOTTEGA VENETA.  
Tilda, con blusa, pantalón y  
anillo, todo de CHANEL;  
y pendientes 'vintage', de  
CHANEL en PAUMÉ  
LOS ANGELES.*



*Chaqueta y cinturón a modo de collar, ambos de CHANEL; pendientes 'vintage', de CHANEL en PAUMÉ LOS ANGELES; y guantes de CORNELIA JAMES.*







*Americana, falda y medias,  
todo de SAINT LAURENT  
POR ANTHONY  
VACCARELLO; zapatos  
de JIMMY CHOO; y  
pendientes de BOTTEGA  
VENETA.*

*“Soy como LA MADRE DEL ARTISTA. Si tengo que elegir entre los premios a mí o a ellas, prefiero absolutamente que sean para ellas”, confiesa ALMODÓVAR.*

película”. Por el momento, el director artístico del Festival de Venecia, Alberto Barbera, mencionaba en una reciente entrevista a *La habitación de al lado* como una de las películas que llamarán la atención de la Academia de Hollywood en lo que resta de año. “Yo soy como la madre de la artista. Si tengo que elegir entre los premios a mí o a ellas, prefiero absolutamente que sean para ellas”, confiesa el director divertido.

El sueño de trabajar con Pedro Almodóvar que tantas grandes actrices han perseguido a lo largo de los años adquiere otra dimensión si se pregunta por él a Tilda Swinton: “Nuestra relación es realmente como un milagro. Yo conocía su trabajo desde que era estudiante, como cualquiera de mi edad que haya tenido la fortuna de haber tenido cerca un buen cine. Estaba completamente enamorada de los mundos que muestra en sus películas”, recuerda la actriz. “Cuando empecé a hacer las mías con Derek Jarman en Londres, no podíamos dejar de mirar lo que hacía Pedro. Estábamos pensando largometrajes sobre nuestros respectivos universos y esos mundos estaban relacionados. No conocíamos Madrid ni lo que Pedro dibujaba en sus primeros proyectos, pero reconocíamos una sensibilidad que adorábamos”, continúa. “Siempre lo sentí como si fuera un primo lejano, pero jamás se me había pasado ni remotamente por la cabeza que llegaría a trabajar con él porque no soy española y él, de una manera que me parece muy acertada, trabajaba en su propio idioma. Nunca se me había ocurrido que en algún momento se lanzaría a rodar una película en inglés”. El primer encuentro se dio en un evento de Hollywood en el que ambos se sentían algo fuera de lugar y hubo que esperar al segundo para un intercambio de palabras. “Tuve el arrojo de decirle: ‘Pedro, no hablo español, pero lo aprendería por ti. También puedes escribirme un personaje mudo. Por favor, piénsalo’. Se rió y pasado un tiempo, de la nada, llegó *La voz humana*”, comparte. “Se ha convertido en un amigo muy importante. Encontrar a alguien así en cualquier momento de tu vida es maravilloso, pero hacerlo en este punto y pasar a formar parte de esa filmografía que tanto he admirado va más allá. Una de las mayores lecciones que aprendes a medida que te haces mayor es que hay que perder menos el tiempo e ir a por aquello que amas”.

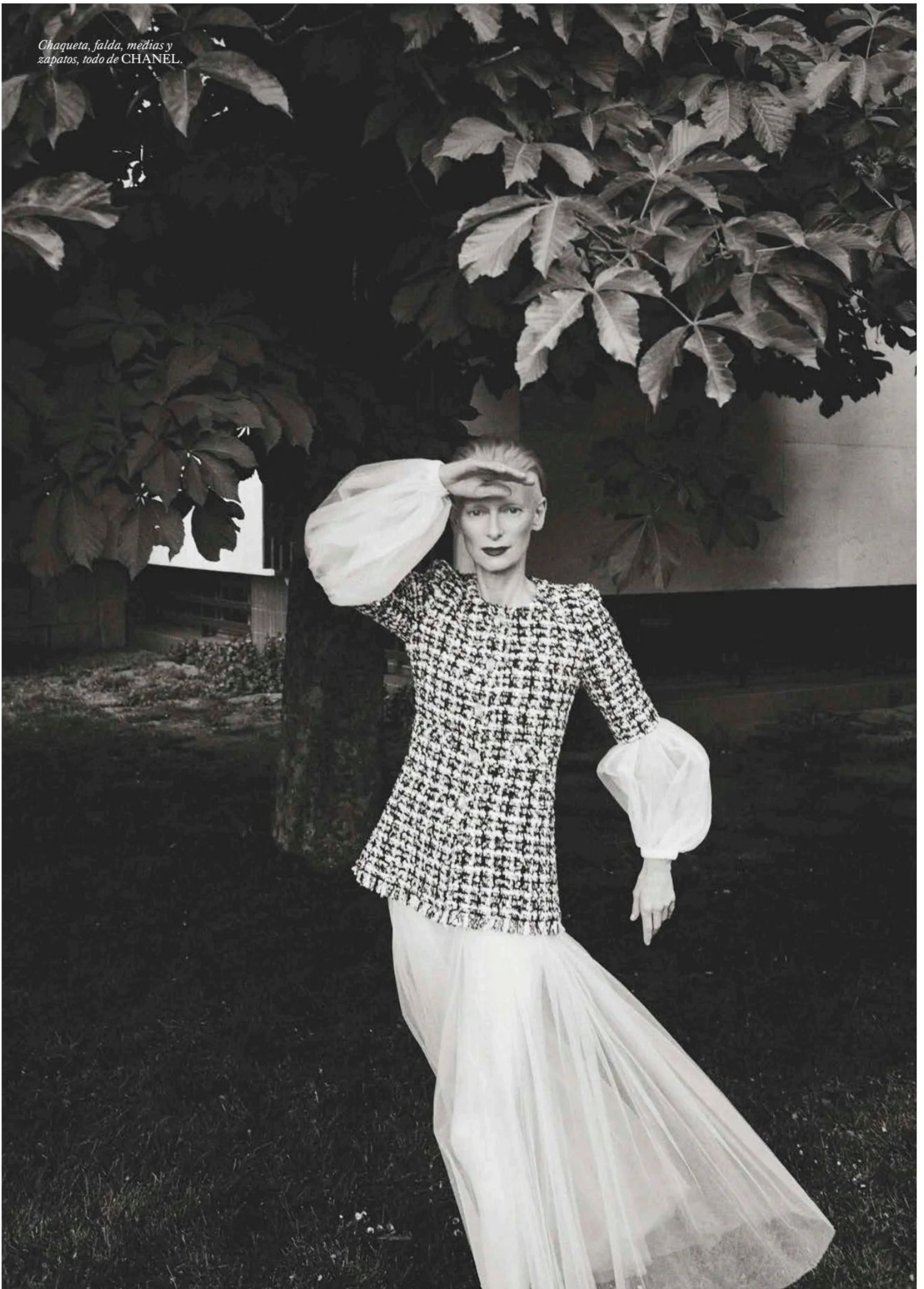
*La habitación de al lado* ahonda en la idea de la muerte digna y lo hace sin cortapisas. “Es un posicionamiento mío totalmente a favor de la dignidad en esos momentos. Uno debe ser el que, en determinadas circunstancias, pueda decidir, sobre todo cuando la vida ofrece muy poco, quizá solo dolor. Es una cuestión de humanidad”, comparte Almodóvar. Julianne Moore, muy activa políticamente en redes sociales, mantiene también una posición firme al respecto: “Creo que hay que tener esta conversación y Pedro lo siente así también. Hay países en los que es ilegal, otros en los que no, pero la idea de poder ofrecer una opción a alguien que sufre una enfermedad terminal es importante”. El último tabú llegada cierta edad, la muerte, planea sobre todo el metraje. “En mi trabajo tiendo a seguir caminos que me llevan por los mismos lugares. Pasé años haciendo películas en las que se contaba lo que es ser madre desde diferentes perspectivas, pero ahora, con mi trabajo junto a Joanna Hogg en *La hija eterna* y en otros proyectos

que están por llegar, también por el momento vital en el que me encuentro —como la mayoría de gente de mi edad he visto a mis padres y a personas a la que quiero con locura marchar—, me siento cercana a la muerte”, confiesa Swinton. Moore apunta en otra dirección: “Es bonito cómo las protagonistas navegan juntas por lo que les está sucediendo en la película. Es importante para todos nosotros pensar en ello porque ayuda a ver el mundo en perspectiva y a entender que esto, la vida, es algo temporal. No sabes qué va a suceder mañana”.

En este nuevo largometraje de Almodóvar no hay esos guiños al humor que a veces se esperan en sus historias. Es un drama duro y áspero. “La contención es deliberada. El melodrama me encanta, pero en este momento, a mi edad y habiendo hecho 22 películas, era esencial para mí ese control. Lo era también no caer en sentimentalismos”, explica el cineasta sobre una cinta que sí puede tener paralelismos con otras anteriores, tal y como los encuentra Tilda Swinton: “Los hay con *Julieta* y hasta con *Todo sobre mi madre*. Es Pedro. Le escribí el otro día y le expliqué que uno de los milagros de la película me parecía el hecho de que podría ser un título perdido de su filmografía. Pertenece tanto a su mundo que podría haberlo hecho hace una década. Buscar los puntos tangenciales del filme es un juego maravilloso”. El propio Almodóvar va más allá: “Algo que dicen todos los que la han visto es que es una película muy distinta a las anteriores. Yo, como estoy tan dentro, no tengo ninguna distancia y no puedo darme cuenta. Tendrán que pasar tres años para eso. Ahora, tiene un guion con una estructura muy particular y yo no le recomiendo a nadie que escriba algo así”, admite con cierta sorna.

El rodaje de la película llevó a las protagonistas a vivir en Madrid durante cinco meses a comienzos de 2024. Tilda Swinton, quien ya disfrutó de la ciudad durante el rodaje de *Los límites del control*, dirigida por su también colega Jim Jarmusch en 2008, cayó rendida: “Tengo que decírtelo: adoro Madrid. No solo porque Pedro esté allí, también porque tengo muchos otros amigos ahora. Vivo en el campo en Escocia y hace mucho que no pienso en mudarme a una ciudad, pero si alguien me obligara a hacerlo, Madrid es una de las opciones que están más arriba en la lista”, cuenta. “Hay algo ciertamente oscuro en ella que me recuerda al Londres de los 80 en el que yo viví. No es un alegre jardín, es una gran ciudad con las incomodidades que eso implica, pero tiene una forma de vivir tremendamente benigna y nutritiva. Además, los museos son de otro planeta”. Moore, por su parte, disfrutó por primera vez de la ciudad más allá de las pocas horas que le había permitido alguna gira promocional: “Viví en el barrio de Salamanca, un lugar precioso, e iba cada día a El Corte Inglés. Todos los días. Me encanta. Cada noche, al volver a casa, me decía a mí misma: ‘Julie, no necesitas ir otra vez’. Al final siempre acababa haciendo el camino con mi bolso”, cuenta entre carcajadas. “Compraba cosas, intentaba hablar español con todos. Vino mi marido a visitarme y le dije que tenía que ir a conocer el mejor supermercado del mundo”, continúa. “Creo que el arte en Madrid, además, es increíble. Nunca había estado en el Museo del Prado y me dejó sin palabras”, concluye con una enorme sonrisa.

*Chaqueta, falda, medias y  
zapatos, todo de CHANEL.*



*En esta página, vestido y  
zapatos, todo de CHANEL.  
En la página siguiente,  
americana de SAINT  
LAURENT POR  
ANTHONY  
VACCARELLO;  
y pendientes de  
BOTTEGA VENETA.*







*Tilda luce camisa, lazo  
y pantalón, todo de  
CHANEL; y fajín de  
NINA RICCI. Julianne,  
con americana, pantalón,  
camisa y pajarita, todo de  
NINA RICCI; y pendientes  
de BVLGARI.*

*Camisa, falda y zapatos, todo de BOTTEGA VENETA.*

*Maquillaje: Morag Ross para Chanel Beauty. Peluquería: Manolo García para The Lab Room y Leonor Greyl. Manicura: Lucero Hurtado. Sastrería: Ana Ortega. Producción: Martín Becerra (North Six Production).*



*Vittoria Ceretti lleva  
chaqueta de napa, gorra  
con plumas y guantes,  
todo de PRADA.*







x.com/byneontelegram  
x.com/byneontelegram  
x.com/byneontelegram  
x.com/byneontelegram  
x.com/byneontelegram  
x.com/byneontelegram  
x.com/byneontelegram  
x.com/byneontelegram  
x.com/byneontelegram

byneon  
Neon147

byneon  
Neon147

# SELLO ITALIANO



*Sinónimo de lujo bien entendido y de  
calidad artesanal, la impronta 'MADE IN  
ITALY' se reinventa el próximo otoño como  
mejor sabe: con prendas Suntuosas  
y atemporales llenas de carisma.  
Fotografía STEVEN MEISEL.  
Estilismo JOE McKENNA.*

*Maty Fall lleva capa de lana  
y vestido de satén, ambos  
de FERRAGAMO;  
pasamontañas de lana,  
de RICK OWENS;  
guantes de MIU MIU;  
y botas de piel, de JIL  
SANDER BY LUCIE  
AND LUKE MEIER.*





*Deva Cassel lleva  
vestido de tul con  
aplicaciones metálicas,  
de ALBERTA  
FERRETTI.*

*Mariacarla Boscono lleva  
minivestido de cuero,  
collar dorado con cristales  
y gargantilla Medusa,  
todo de VERSACE.*





*Mariacarla Boscono lleva  
capa de JIL SANDER  
BY LUCIE AND  
LUKE MEIER; y broche  
'vintage', de LOUISA  
GUINNESS GALLERY.*

*Deva Cassel lleva vestido  
'bustier' de terciopelo de  
seda con bordado y tirante  
decorado con libélulas, de  
GIORGIO ARMANI.*







*Mariacarla Boscono lleva  
vestido de tela acolchada  
con bordados, de PRADA.*

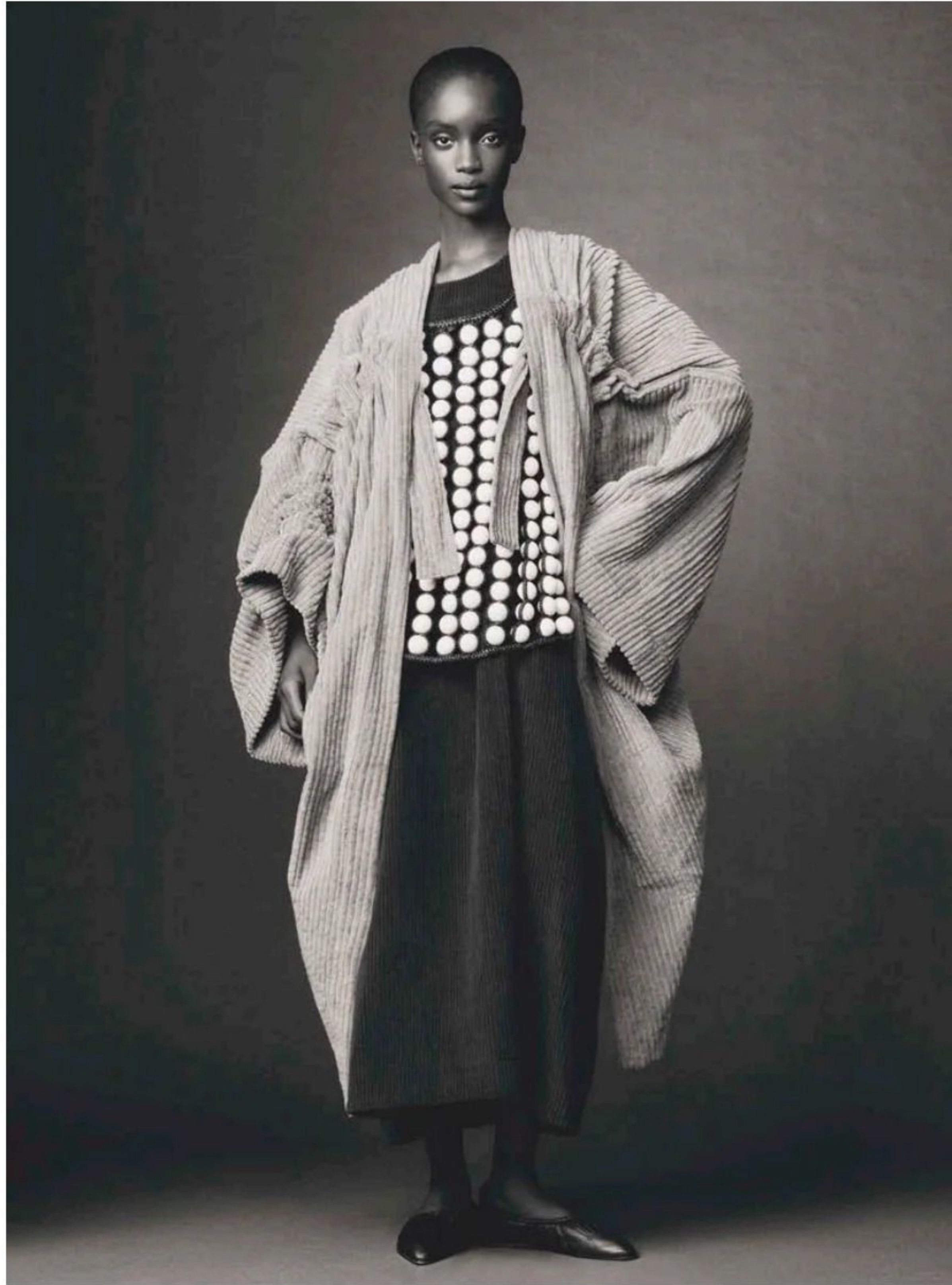




*Vittoria Ceretti lleva vestido  
y guantes, todo de MIU  
MIU; pendientes de  
SOPHIE BUHAI; y  
zapatos de TOTEME.*

*Maty Fall lleva abrigo de 'tweed' y abrigo de lana de doble capa con capucha acanalada, ambos de FENDI; y sombrero inspirado en Salvador Dalí, de SCHIAPARELLI.*





*Abrigo y vestido de pana,  
top de cuentas de madera  
y zapatillas de ballet,  
todo de NICCOLÒ  
PASQUALETTI.*



*Vittoria Ceretti lleva chaqueta y pantalón de esmoquin, camisa de popelín y pajarita de seda, todo de DOLCE & GABBANA; y pendientes de gota, de SOPHIE BUHAI.*

*Deva Cassel lleva abrigo de piel y sombrero con velo a juego, medias y zapatos de raso con lazo, todo de DOLCE & GABBANA.*



*Maty Fall lleva abrigo  
de cachemir de doble  
botonadura, chaqueta y  
pantalón de terciopelo, gorro  
de fieltro, guantes y botas de  
piel, todo de LORO PIANA.*





*Deva Cassel lleva abrigo  
con sombrero a juego con  
velo, ambos de DOLCE  
& GABBANA.*

*Peluquería: Guido Palau.  
Maquillaje: Pat McGrath.  
Manicura: Jin Soon Choi.  
Ayudantes de estilismo: John  
Handford y Kenny Paul.  
Producción: Prodn.*





*Angelina Kendall lleva top, camisa y pantalón, todo de DRIES VAN NOTEN; y zapatillas de THE ROW.*

*Las siluetas más RELAJADAS de la temporada combinan color, textura, forma y volumen en conjuntos tan trabajados como PONIBLES.*

*Un triunfo del MINIMALISMO y del sentido común.*

*Fotografía NIGEL SHAFRAN.*

*Estilismo ALEX HARRINGTON.*

# LA VIDA FÁCIL



*Bodi de HERMÈS;  
y pantalón de  
UNDERCOVER.*





*Chaqueta y pantalón,  
ambos de FENDI.*



*El actor Guy Remmers lleva abrigo de THE ROW; camiseta de CALVIN KLEIN;  
pantalón de ERL; collar y anillo, ambos de OCTI; y anillo de MIANSAL.*



*Chaqueta de 'mohair',  
llevada del revés, de  
GUCCI; vaqueros bicolor,  
de LUTZ HUELLE;  
zapatillas de THE ROW; y  
iPhone 15 Pro, de APPLE.*



*Angelina Kendall lleva vestido de PRADA; cinturón de MAISON MARGIELA; pantalón de MIU MIU; y zapatillas de THE ROW. Guy Remmers luce abrigo de THE ROW; camiseta de CALVIN KLEIN; pantalón de ERL; y zapatillas de ADIDAS.*









*Vestido de BALENCIAGA;  
zapatillas de THE ROW;  
y dos MacBook Air,  
ambos de APPLE.*





*Colgante y pendientes, todo de ELSA PERETTI PARA TIFFANY & CO.; reloj Rolex Datejust 31 de oro amarillo, de ROLEX; y cascos de APPLE.*



*Angelina lleva top y vestido de seda, ambos de PHOEBE PHILO; y zapatillas de THE ROW. Guy, con camiseta de CALVIN KLEIN; pantalón de ERL; zapatillas de ADIDAS; collar de OCTI; y brazaletes de GOTTLÖB WORLD.*

*Peluquería: Soichi Inagaki.  
Maquillaje: Dick Page.  
Manicura: Saffron Goddard.  
Diseño del set: Daisy Azis.  
Sastrería: Ben Dufort.  
Producción: Holmes Production.*





*Ghesquière con sus labradores Léon y Achilles en su casa de campo en los alrededores de París.*



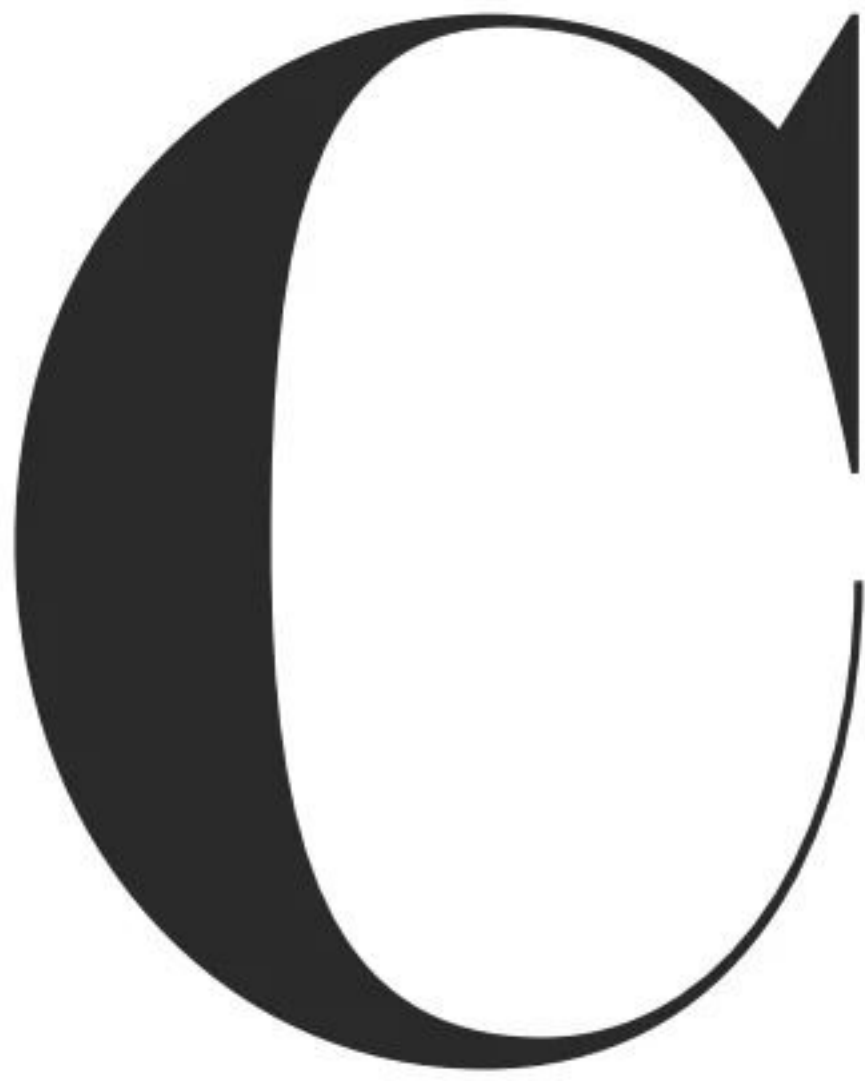




*Una década lleva NICOLAS GHESQUIÈRE pensando en grande y a escala planetaria para LOUIS VUITTON, con su mezcla de HISTORICISMO Y VANGUARDIA. Y pese a que la moda todavía le embelesa, también le tienta una vida muy lejos del trabajo. Por NATHAN HELLER. Retratos JUSTINE TRIET.*

# FONDO &

# FORMA



uando Nicolas Ghesquière presentó su desfile de otoño-invierno 2024/2025 en un patio del Louvre en marzo, no solo miró hacia al futuro sino también muy atrás. La colección marcó su décimo aniversario al frente de la dirección artística de Louis Vuitton, un impresionante mandato en todos los sentidos y más aún en un momento de rotaciones cada vez más apresuradas en el trono creativo de las firmas. También sirvió para reivindicar la constancia conceptual de Ghesquière frente a un mundo en que, se diría, casi nada sigue igual. La pasarela acogió ese día un recorrido por anteriores propuestas del diseñador: vestidos rectos y cuellos altos, codiciados bolsos y levitas. Como dijo la cineasta Ava DuVernay, invitada frecuente a los desfiles del modista, “sus ideas han madurado con cada colección, o más bien con cada temporada. Han evolucionado y han vivido”. Un par de meses después, Ghesquière reúne a un elenco de modelos en su estudio y, propulsado por el mismo ritmo imparable de estos últimos diez años, se dispone a reiniciar todo una vez más.

“¡Hola, Sacha!” exclama ante la llegada de la modelo Sacha Quenby, convocada a la pasarela de pruebas que atraviesa el centro de la sala. Ghesquière se sienta a observar con sus lugartenientes: la directora de *casting* Ashley Brokaw; el director de diseño e imagen del estudio, Florent Buonmano; y Marie-Amélie Sauvé, estilista y editora que lleva 30 años a su lado. “¿Te gustó China?”, le pregunta Ghesquière a la modelo, contratada el mes anterior para el desfile de Shanghái. “Me lo pasé muy bien”, dice ella, entre pase y pase. Ghesquière se

dirige ahora al equipo: “Bonito, ¿no?”. “Precioso” dice Sauvé. “Las flores van a quedar genial”, prosigue el jefe. Su desfile de aniversario atrajo al Louvre a 4.000 invitados, pero se estima que *online* lo vieron unos 500 millones de personas. “La moda solía ser cosa de gente rara”, bromea Ghesquière. Recuerda que en sus inicios, cuando incurrió en la profesión en los años 90, la vanguardia no era más que una minitribu alternativa, iconoclasta y apasionada. Ahora la moda es una gran maquinaria que mueve el sector creativo y la fama a nivel mundial. El año pasado, además de las tres colecciones insignia de Vuitton —primavera, otoño y crucero, todas diseñadas por Ghesquière— la firma añadió una cuarta, llamada Voyager, fundamentalmente dirigida a los mercados asiáticos, donde se concentra hoy la mayor oportunidad de crecimiento. “Lidiar con esa aceleración se ha vuelto primordial”, explica. Otra modelo encara la pasarela del estudio: América González. Ghesquière la saluda con cariño. “¡Hola, América!”, alza la voz sonriente. Ella suelta una carcajada y le devuelve el saludo.

La primera vez que entrevisté a Ghesquière fue hace diez años para esta misma cabecera, con motivo de su incorporación a Louis Vuitton tras un ascenso tan meteórico en Balenciaga que lanzó el guante a dos generaciones de diseñadores. Cuando nos vimos por primera vez, en París, su incipiente proyecto contemplaba crear no solo una colección, sino un vocabulario que articulase el tono, el estilo y los códigos clave de su futuro en la casa, una empresa a la que se refirió entonces como “la nueva silueta”. No entendí bien su planteamiento hasta que lo vi sobre la pasarela. Era un *look* preciso de hombros fuertes, elongado y entallado al torso, armado con refinados tejidos nuevos (un sello identitario de Ghesquière) y cortado con geometrías futuristas, la “V” de Vuitton como principal guía. Los bajos caían justo por encima de la rodilla, joviales, sutilmente acampanados. La ropa se complementaba con coquetos botines que realzaban unas piernas largas y rectas. La silueta pronto se hizo omnipresente, y la marca también. Cuando Ghesquière se unió a Louis Vuitton, la casa facturaba nueve mil millones de dólares al año en ventas de *retail*. El año pasado, esta cifra superó los veinte mil millones, más de

la mitad de las ganancias totales de su grupo matriz, LVMH. La última renovación de contrato del director creativo, firmada en otoño, garantizó cinco años más de Ghesquière en Vuitton, un compromiso, por así decirlo, con la propia idea de compromiso. A la hora de desarrollar su desfile de aniversario, decidió soltar el lápiz, reunir al estudio en su lugar y preguntar qué piezas de su pasado en la marca seguían resistiendo el paso del tiempo. Lo siguiente fue mezclarlas, jugar con ellas. “De algún modo, esto es lo que define a una gran casa de lujo”, sostiene. “Me he dado cuenta de que está bien funcionar en ciclos”. La naturaleza cíclica de la vida y el avance constante que conlleva le ha rondado mucho por la cabeza este año, en parte por el fallecimiento de su padre en abril. Se apoyó en un estrecho círculo de amigos y en su madre. Ghesquière estaba muy unido a él y ahora le sobrevienen recuerdos de los ratos en familia de estos últimos meses, en particular una tarde navegando juntos por el Sena. “Pude pasar tiempo con él, no mucho, pero de calidad”, cuenta. “Pero hay que ser honestos”, arruga el ceño. “No es que no fuera importante estar con ellos, pero seguramente lo dejé apartado más tiempo del que debía, por amor a mi trabajo”. Es un error que no piensa volver a cometer.

En enero de 2020, un amigo le preparó una cita a ciegas porque pensó que algo faltaba en la rica existencia de Ghesquière. Apareció Drew Kuhse, guapo y serio, natural de Oklahoma pero criado en paraísos playeros, de San Diego a Costa Rica. A los 18 años, Kuhse se trasladó a Los Ángeles y empezó en el mundo del *VIP marketing* —promocionar productos con personajes famosos y en películas—, empleado primero en Levi’s, después en Ray-Ban y Persol, y finalmente en una *startup* de cannabis. “Supe que me había pillado”, recuerda Ghesquière. “Me sentí muy bien, muy ilusionado. Me sentí... —reflexiona un instante— feliz”. Cuando volvió a casa después de ese viaje, se dio cuenta de que algo había cambiado. Presentó su colección de otoño y, nada más terminar el evento, voló de vuelta a Los Ángeles. Ese desfile de Vuitton de mediados de marzo de 2020 cerró la semana de la moda de París. Lo que el diseñador no sabía es que sería el último en mucho tiempo. En las siguientes dos se-

Ghesquière y su pareja, Drew Kuhse, con Léon, Achilles y Banjo (en brazos), el galgo inglés mestizo que ha llegado hace poco a la familia.

Estilismo: Amanda Harlech. Producción: Tann Services.



manas de sueño californiano se sucedieron las llamadas desde la capital francesa: “Marie-Amélie Sauvé y Julien Dossena me decían: ‘Va a haber confinamiento’”, recuerda. “Mi madre me pedía que volviese”. Finalmente, subió al avión a regañadientes, muerto de amor en medio de la creciente crisis, y recaló en su casa de campo junto a Dossena y Sauvé. Se ofreció como voluntario a sustituir al fotógrafo de dos campañas en junio, totalmente consciente de que las sesiones lo llevarían a Los Ángeles. “Así podría volver junto a Drew”, confirma. Le propuso a su novio alquilar juntos una casa en Malibú. Pasado un mes, decidió comprar algo en la zona, hasta que puso sus miras en la Residencia Wolff: una casa de 1961 cerca de Sunset Plaza, diseñada en piedra por el arquitecto John Lautner. “Para nosotros era importante que además de París tuviéramos un sitio en la ciudad de Drew”, explica Ghesquière.

Su inmersión en la cultura californiana cambió su manera de entender el lujo. “Siempre ha tenido un don para darle la vuelta a las cosas”, destaca Sauvé. “Si algo le inspira, lo cambia hasta convertirlo en otra cosa o la mezcla con otra idea que es

justamente lo contrario”. Así fue como California se volvió otra muesca más en el revólver de su imaginación, un universo de estilo Costa Oeste, reformulado y listo para ser lo próximo.

Hace 10 años, Ghesquière fue a por todas presentando su primera colección crucero en Mónaco. Este año, lo hizo en Barcelona, en vísperas de la Copa América de vela: “Dije: ‘Me encanta Barcelona y sé exactamente donde lo quiero hacer’”. El Park Güell de Gaudí, encaramado a las colinas que abrazan el casco urbano, se concibió en su origen como una zona residencial. A mitad de su construcción, el enclave se redestinó a parque público, hoy uno de los rincones más turísticos de la Ciudad Condal. Para su desfile crucero, Vuitton logró cerrar el recinto entero por un día y liberarlo del trasiego: una concesión inaudita y una apropiación temporal del espacio público que suscitó protestas locales. La primera modelo apareció envuelta en las notas de *Music for Chameleons* de Gary Numan, con sombrero calado, gafas de sol y túnica corta con solapas en uve, tan típicas de Ghesquière. La segunda lució sombrero beis, chaqueta beis, pantalón de

herradura beis y –toque de ingenio del galo– unas botas arcoíris de brillo opalescente. Al final del espectáculo, vestido de negro de arriba abajo con sudadera, pantalones cargo y zapatillas Nike, el diseñador trotó por la pasarela guiñando un ojo al respetable. Habían pasado un par de semanas cuando nos encontramos en la *suite* F. Scott Fitzgerald del Ritz de París, donde acampa junto a Kuhse mientras duran las reformas de su apartamento junto al río.

Abandonaron Barcelona al día siguiente del desfile para tomarse un preciado descanso en su California dorada. “Era el 40 cumpleaños de Drew, algo muy importante para mí”, justifica. “Su padrastro es el director del Museo del Aire y el Espacio de San Diego”. Mientras visitaba las cápsulas espaciales y los aviones a reacción –los colores vibrantes, la pulcritud de líneas, el viaje, la velocidad–, su mente hizo clic: “Pensé: ‘¡Esto es súper Louis Vuitton!’”. “No va a estar en mi colección de verano 2025”, advierte, recorriendo con la mirada el papel pintado de seda de la estancia parisina, a 16.000 kilómetros de distancia de aquello. “Pero es un buen ejemplo de cuando algo se me queda grabado”.



*Fotografia* STEVEN MEISEL.  
*Estilismo* GRACE CODDINGTON.







*Los diseños de Ghesquière son tan parisinos como internacionales, una sastrería apta para la oficina con el justo giro romántico para el 'after party', sin perder nunca su emblemático estilo.*









*Animado por un espíritu singular, el virtuosismo de Ghesquière abarca del 'flou' al 'tailleur', del vuelo etéreo al corte preciso.*

*Peluquería: Guido Palau. Maquillaje: Pat McGrath.  
Manicura: Jin Soon Choi para JinSoon Nails.  
Producción: PRODN.*

# Vida de CAMPO



*La empresaria y creadora de contenido  
NURIA VAL abre las puertas de su casa  
en el DELTA DEL EBRO. Un 'meset' junto  
al mar concebido como refugio familiar.  
Fotografía COKE BARTRINA.  
Por GARBINE CONTINENTE.*



*En la página de apertura, Olivia, la hija de Nuria Val y Coke Bartrina, en el porche de su casa en el Delta del Ebro. En esta página, Nuria lleva camisa de LA VESTE; falda de CARVEN; y zapatos de HEREU. Olivia luce camisa y falda, ambas de WEEKEND HOUSE KIDS; calcetines de CÓNDOR; y zapatillas de VEJA. Sobre la silla, gabardina de CORDERA.*





# H

asta el año 2016, Nuria Val (Barcelona, 1988) y Coke Bartrina (Barcelona, 1985) no conocían la región del Delta del Ebro. Pese a haber recorrido medio mundo en busca de paisajes y postales de ensueño, aquel paraje, a apenas dos horas de su casa, les era completamente ajeno. Fue gracias a un trabajo que les surgió, que consistía en fotografiar un camino de ronda que rodea la costa, cuando descubrieron el lugar. “Nos quedamos en *shock*. Es precioso y está muy bien conservado porque la mayoría de la gente elige la Costa Brava como destino turístico. El sur se ha quedado en tierra de nadie. Hay gente local y algunos veraneantes, pero muy pocos, la mayoría siempre tira hacia el norte. Ahí fue cuando dijimos, ‘guau, este sitio es increíble’. Y empezamos a pasar nuestras vacaciones en esa zona”, recuerda la creadora de contenido y fundadora de la firma de cosmética natural Rowse Beauty.

Descubrir aquellas tierras plagadas de árboles en un entorno de calma absoluta les convenció de comprar una propiedad para construir allí su particular refugio. Así, en 2018, encontraron una finca que llevaba 30 años abandonada y donde, durante los primeros meses, se dedicaron a recuperar los olivos y a aprender —a través de libros y tutoriales— a recolectar sus frutos. Dos años más tarde comenzaron los trabajos de reconstrucción del inmueble: una casa de aperos levantada entre los años 40 y 50. “Estaba en muy mal estado ya que en el 2000 hicieron una ampliación y se

cargaron la estructura de la vivienda. Quisimos rescatar la forma original así que utilizamos materiales de la zona que ya se usaban en su día, como la piedra o las baldosas de barro que hacen en un pueblo cercano. Todo lo que hemos hecho ha sido recuperando un poco la tradición”, asegura Nuria Val.

Para dar forma al proyecto arquitectónico confiaron en el Estudio Conti Cert, con quienes ya habían trabajado para la reforma de su piso en Barcelona. Captaron al instante su idea, que se basaba en crear un hogar minimalista donde se aprovecharan al máximo la luz y el espacio, y les ayudaron a conseguir los materiales para crear así una construcción en plena sintonía con el entorno.

El objetivo de la pareja siempre fue el de idear un refugio familiar al que poder escapar en cualquier estación, y cuyo interior comulgase con sus preferencias estéticas. Por ello incorporaron

*En la página anterior,  
diferentes estancias de la  
casa. Olivia, en la sala  
de juegos, lleva camisa y  
falda, ambas de BOBO  
CHOSES. En esta página,  
Nuria, en la cocina,  
luce jersey de ISABEL  
MARANT; pantalón de  
LA VESTE; anillo de  
NADIA SHELBAYA;  
zapatos de MANGO; y  
pañuelo de AIAYU.*





En esta página, Nuria lleva blusa de SOEUR; falda de MANGO; y pañuelo de SKALL. Olivia luce jersey y 'leggings', ambos de THE ANIMALS OBSERVATORY; y botas de BLUNDSTONE. En la página siguiente, arriba a la izquierda, Nuria lleva blusa y 'shorts', ambos de LOEWE; chaleco de AIAYU; calcetines de CÓNDOR; zapatos de MALONE SOULIERS X PHILOSOPHY DI LORENZO SERAFINI; y pulsera de ELIDA C. Abajo a la derecha, Olivia, con jersey de WEEKEND HOUSE KIDS; peto de TINY COTTONS; y botas 'vintage'.



***“Esta casa ha implicado un PROCESO DE APRENDIZAJE: volver a lo básico te hace SER CONSCIENTE de los recursos que tenemos y lo importantes que son”.***





objetos y marcas afines a su estilo, como las piezas de Frama y Ferm Living, las cerámicas de Eguzkine, los textiles de Aiayu, las lámparas de Muuto y Santa & Cole y, también, muebles hechos con sus propias manos. Pero, por encima de todo, querían construir una vivienda sostenible que venerase el lugar al que pertenece. “No estamos conectados al agua ni a la electricidad; tenemos todo un sistema de paneles solares y de recogida de agua de la lluvia. Esta casa ha implicado un proceso de aprendizaje: volver a lo básico te hace ser consciente de los recursos que tenemos y lo importantes que son”, confiesa la propietaria. Una decisión movida, en gran parte, por el deseo de educar a su hija en el respeto hacia la naturaleza. “Que ella pueda crecer tomando conciencia de los medios existentes, que son limitados, también es algo que nos gusta mucho, y que comulga con nuestra forma de educar a Oli. Y todos hemos aprendido con aciertos y errores en estos años”.

Basta con escuchar a Nuria Val hablar de Oliveta –así es como han bautizado este *meset* del Delta del Ebro– para entender que, para la pareja, es mucho más que una segunda residencia junto al mar. Este proyecto –quizá, el más personal de ambos hasta la fecha– es un grito a todos los valores que defienden, no solo en su día a día sino, también, en sus retos profesionales.

El alumbramiento de un jardín sostenible en los límites de la masía es el mejor ejemplo de ello; una iniciativa tan ambiciosa como inspiradora, basada en la idea del autoabastecimiento, que han construido junto a Alex Fenollar. En él conviven plantas autóctonas, como la lavanda o la salvia, con otras más exóticas, como las fordias, típicas de Lanzarote, y que se incluyeron por el vínculo de la pareja con la isla. Este se ha convertido en el centro emocional de la finca y todo un paraíso de diversión, aprendizaje y experimentación para la pequeña Oli. “No tenía ni dos años y ya distinguía qué especies vegetales eran aromáticas”, asegura Val. “La conexión que tiene con las plantas es brutal. Verla desenvolverse con tanta naturalidad me genera mucha ternura”, añade.



El idilio de la vida en el Delta del Ebro va más allá de lo que ocurre de puertas para adentro; en su rutina entran rutas de senderismo, cenas en casas de amigos que viven en la región y una infinidad de actividades en familia que la vida en Barcelona no les permite hacer: de cocinar pan casero a pintar al aire libre. Aunque reconocen no haber podido disfrutar de la residencia tanto como les hubiera gustado durante la primavera –por cuestiones profesionales–, recientemente se han instalado en Oliveta para pasar allí los próximos meses. “Teletrabajamos desde aquí y cuando terminamos quedamos con amigos que hemos conocido en la zona. El *afterwork* se ha transformado en quedadas regulares en una cala que tenemos cerca. Nos sentamos en la orilla con todos los niños pequeños. Es una infancia muy sana y tener la posibilidad de disfrutar de esto es un sueño, la verdad”, sentencia Nuria.





*En la página anterior, a la izquierda, Nuria lleva vestido y bragas, ambos de SIMONE ROCHA; pulsera de HANAN MOSER; y anillo de NADIA SHELBAYA. En esta página, Nuria luce falda y suéter, ambos de PHILOSOPHY DI LORENZO SERAFINI; chaqueta de SOEUR; y zapatos de HEREU. Olivia, con jersey y pantalón, ambos de BABAA; calcetines de CONDOR; zapatos de CROCS; y gorro de THE ANIMALS OBSERVATORY.*

# Con total transparencia

*La modelo VIVIENNE ROHNER  
protagoniza una invitación a la  
SENSUALIDAD para un otoño  
que se antoja ligero y luminoso.  
Fotografía STEVEN MEISEL.  
Estilismo MARIE-AMÉLIE SAUVÉ.*





*Vivienne Rohner lleva  
vestido largo Lavallière, de  
LOUIS VUITTON;  
sombrero de fieltro hecho a  
medida, de ALBERTUS  
SWANEPOEL; sujetador  
Lou, de YASMINE  
ESLAMI; y guantes  
'vintage', de LES  
MAUVAIS GARÇONS.*



*'Total look', con vestido largo fruncido, de CHLOÉ.*



*Vestido largo, de LOUIS VUITTON; sombrero de fieltro, de ALBERTUS SWANEPOEL; sujetador Lou, de YASMINE ESLAMI; bragas Gretta, de ARAKS; botas 'vintage', de MOUJIK PARIS; y guantes 'vintage', de LES MAUVAIS GARÇONS.*

*Bodi y falda 'midi', ambos de  
nilon transparente, y 'culotte'  
de material técnico, todo  
SAINT LAURENT  
POR ANTHONY  
VACCARELLO.*







*Capa con broche de metal  
y resina, de CHANEL;  
top segunda piel, de  
COURRÈGES; falda  
'vintage', de VINTAGE  
CLOTHING PARIS;  
bragas de SAINT  
LAURENT  
POR ANTHONY  
VACCARELLO; guantes  
de LES MAUVAIS  
GARÇONS; cinturón  
'vintage', de YVES SAINT  
LAURENT RIVE  
GAUCHE; y sandalias  
de piel, de CHLOË.*





*Capa 'vintage' de tul, de  
MONIQUE LHUILLIER.  
maxivestido de seda y encaje,  
de DOLCE & GABBANA;  
sombrero de GIGI BURRIS;  
y guantes 'vintage', de LES  
MAUVAIS GARÇONS.*



*Vestido largo, de*  
RABANNE.



*Maxivestido con volantes  
bordados de encaje sobre  
seda orgánica y sandalias  
Jade, todo de CHLOÉ.*



*Vestido largo de gasa de seda  
bordada, de CHANEL.*



*Vestido lencero de seda  
con encaje y sujetador de  
tul, ambos de GUCCI.*

*Peluquería: Guido Palau.  
Maquillaje: Pat McGrath.  
Manicura: Jin Soon. Sastrería:  
Carol Ai. Diseño del set: Mary  
Howard. Ayudantes de  
estilismo: Amanata Adams,  
Brittney Aceves y Xenia May  
Settle. Producción: PRODN.*





# SOMBREROS PARA TODO

*Altos o más planos, lisos o estampados, de punto o de ala ancha... El ACCESORIO más alegre del otoño es también el más DESLUMBRANTE y aporta un TOQUE ÚNICO a cualquier 'look'. Fotografía SEAN THOMAS. Estilismo MAX ORTEGA.*

*A la izda., Abby Champion lleva sombrero de STEFAN COOKE; abrigo y top, ambos de MIU MIU; y collar de JENNIFER FISHER. A la dcha. la modelo Ughad Abdi luce sombrero de J.R. MALPERE; abrigo de FERRAGAMO; jersey de cuello alto, de BOTTEGA VENETA; y pendientes de BELPERRON.*









*Abby Champion lleva sombrero de gazar de seda, de ALBERTUS SWANEPOEL; y bodi, falda y brazaletes, todo de SAINT LAURENT POR ANTHONY VACCARELLO.*



*La actriz Sarah Pidgeon  
—protagonista de la  
obra 'Stereophonic',  
ganadora de un Tony—  
lleva 'total look' de DIOR.*



*Arriba, la actriz Juliana Canfield –coprotagonistas de 'Stereophonic'–, lleva sombrero, chaleco, falda y jersey de cuello alto, todo de HERMÈS. A la derecha, Abby y su hermano pequeño, Luke, lucen sombreros y abrigos, todo de PRADA.*







*Juliana Canfield lleva sombrero, jersey, pantalón y collares, todo de CHANEL; y zapatos de JIMMY CHOO. A la izquierda, Sarah Pidgeon luce sombrero y collares, todo de CHANEL; chaqueta y falda, ambas de JIL SANDER BY LUCIE AND LUKE MEIER; y zapatos de JIMMY CHOO.*

*Ugbad Abdi lleva gorro de punto con adornos metálicos y abrigo, ambos de THE ROW.*





*El modelo Alton Mason lleva sombrero de McQUEEN POR SEÁN McGIRR; abrigo de MAX MARA; y camisa, 'shorts' anchos y cinturón, todo de LOUIS VUITTON MEN. Su hermano menor, Alston, luce sombrero de GIORGIO ARMANI; y chaqueta, camisa, 'shorts' anchos y cinturón, todo de LOUIS VUITTON MEN.*

*Peluquería: Dre Demry-Sanders. Maquillaje: Francelle Daly. Manicura: Mayumi Abuku. Sastrería: Cha Cha Zutic. Producción: Boom Productions.*





*Limosnera de satén,  
y broche con cristales,  
ambos de MIU MIU.*



# *Cuando haces POP*

*¿Estilismo sobrio? No hay problema. Los accesorios de tonalidades COLORISTAS despuntan esta temporada.*

*También en el desfile de MIU MIU, con guantes naranjas, o esta limosnera AMARILLO HUEVO.*





Are you ready for the runway?

# VOGUE FORCES OF FASHION

SEPTEMBER 23, 2024  
OCTOBER 3, 2024  
OCTOBER 10, 2024  
OCTOBER 16, 2024  
OCTOBER 23, 2024  
OCTOBER 26, 2024

BERLIN, GERMANY  
MADRID, SPAIN  
MEXICO CITY, MEXICO  
NEW YORK CITY  
MUMBAI, INDIA  
LONDON, UK & ROME, ITALY

FOR TICKETS, VISIT [WWW.VOGUEFORCESOFFASHION.COM](http://WWW.VOGUEFORCESOFFASHION.COM)



[louisvuitton.com](http://louisvuitton.com)

**LOUIS VUITTON**