©

5,50 €
ESPAÑA
MARZO
2025

VOGUE
ESPAÑA

El imperio romano de ALESSANDRO MICHELE

MURIEL ROMERO
La danza, al rescate

Anya Taylor-Joy

ENLACE AL CANAL
x.com/byneontelegram
Ó escanea el código QR:

TEINT IDOLE ULTRA WEAR 24H* DE COBERTURA CON TRATAMIENTO

PIEL VISIBLEMENTE MEJORADA EN 4 SEMANAS**

MATE NATURAL SIN RETOQUES

ALTA COBERTURA A MEDIDA
RESISTENTE AL AGUA Y CALOR EXTREMO

81% DE SÉRUM

ENRIQUECIDO CON
ÁCIDO HIALURÓNICO

SPF 35

PROTECCIÓN DIARIA CONTRA
EL FOTOENVEJECIMIENTO

*Test de consumidora en 193 mujeres.
**Test de consumidora en 180 mujeres.

ACABADO MATE IMPARABLE
PARA UNA PIEL INCOMPARABLE

LANCÔME PARIS

LOUIS VUITTON

DIOR

MIU MIU

BVLGARI

ROMA 1884

SERPENTI

SERPENTI INFINITO

BVLGARI
SWISS MADE

VALENTINO
GARAVANI

GIORGIO ARMANI

Madrid, Galería Canalejas - Marbella, Puerto Banús

MAXMARA.COM

MaxMara

GUESS
U.S.A
WASHED
JEANS

ART DIR: PAUL MARCIANO PH: JOSH RYAN © GUESS?, INC. 2025

GUESS

GUESS.EU

DISPONIBLE EN DIOR.COM

NUEVO

DIOR FOREVER

HYDRA NUDE

55%[1] BASE DE AGUA
24H[2] PERFECCIÓN EFECTO PIEL DESNUDA
48H[3] HIDRATACIÓN ENRIQUECIDO
CON ÁCIDO HIALURÓNICO

[1] Porcentaje mínimo en Dior Forever Hydra Nude. [2] Test instrumental en 20 sujetos. [3] Test instrumental en 20 sujetos

DIOR

VOGUE ESPAÑA

STAFF

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

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, REBECCA MEAD, MARK HOLGATE, TISH WEINSTOCK, SEBASTIAN FAENA, ANNIE LEIBOVITZ, MARIO SORRENTI, TYLER MITCHELL, MIKAEL JANSSON, LALA SERRANO, PABLO ZAMORA, BERTA PFIRSICH, ANDREW JACOBS, FELICITY INGRAM, SILVIA RETANA, FLAVIO ORSOLATO, AITOR LASPIUR, MAX ORTEGA, CAMILLA NICKERSON, ALEX HARRINGTON, TABITHA SIMMONS, ALASTAIR MCKIMM, ENIOLA DARE, FÁTIMA MONJAS, HELENA CONTRERAS, BEATRIZ MACHADO

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 RAÚL MARTINEZ
APAC EDITORIAL DIRECTOR (TAIWAN, INDIA, JAPAN) LESLIE SUN

HEAD OF EDITORIAL CONTENT, BRITAIN CHIOMA NNADI
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, FRANCE CLAIRE THOMSON-JONVILLE
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
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, MIDDLE EAST MANUEL ARNAUT
EDITORIAL DIRECTOR, CHINA ROCCO LIU

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 DIRECTORS IGNACIO MURILLO, MORGAN SENSEI
GLOBAL ENTERTAINMENT DIRECTORS CAITLIN BRODY, SERGIO KLETNOY
GLOBAL DESIGN DIRECTOR AURELIE PELLISSIER ROMAN
GLOBAL DESIGN DIRECTOR (EUROPE) JAN-NICO MEYER
GLOBAL VISUALS DIRECTOR (EUROPE) JAMIE SPENCE
EUROPEAN PRODUCTION DIRECTOR VICTORIA WILLAN
ASSOCIATE DIRECTOR, INTEGRATED PLANNING MILLY TRITTON
ASSOCIATE APAC (TAIWAN, INDIA, JAPAN) CONTENT OPERATIONS DIRECTOR VAV LIN

STAFF

VOGUE ESPAÑA

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 CAPÓ, 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 ANITA GIGOVSKAYA
SVP PEOPLE EUROPE DAVID DE LA IGLESIA
VP GLOBAL REVENUE & DIGITAL STRATEGY, EUROPE LINA CALZADO
VP FINANCE BUSINESS PARTNERING RAQUEL MARTÍN
HEAD OF LEGAL EUROPE DANIELLA PALLETI
DIRECTOR OF ENGINEERING, SPAIN & GLOBAL CUSTOM SOLUTIONS RAFAEL MARTÍNEZ
SENIOR DIRECTOR, AUDIENCE PLANNING, EMEA & MÉXICO/LATAM LUIS PERALTA

EDICIONES CONDÉ NAST S.L.
CONSUMER MARKETING DIRECTOR BEATRIZ SÁNCHEZ GUILLÉN
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 REVENUE OFFICER ELIZABETH HERBST-BRADY
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 TRAVELER, GLAMOUR, GQ, VANITY FAIR, VOGUE **ESTADOS UNIDOS** AD, ALLURE, ARS TECHNICA, BON APPÉTIT, CONDÉ NAST TRAVELER, EPICURIOUS, 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, GQ, VOGUE **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 TRAVELER, GQ, VOGUE **COREA** ALLURE, GQ, VOGUE **ESCANDINAVIA** VOGUE **FILIPINAS** ALLURE, VOGUE **GRECIA** VOGUE **HONG KONG** VOGUE **HUNGRÍA** GLAMOUR **ORIENTE MEDIO** WIRED **PAÍSES BAJOS** VOGUE **POLONIA** AD, GLAMOUR, VOGUE **PORTUGAL** GQ, VOGUE **REPÚBLICA CHECA Y ESLOVAQUIA** VOGUE, WIRED **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: ROTOCOBRHI. 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 2025.

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. DIRÍJASE A CEDRO SI NECESITA REPRODUCIR ALGÚN 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:

AENOR Gestión Ambiental UNE-EN ISO 14001 GA-2012/0389

CERTIFIED IQNet MANAGEMENT SYSTEM

PEFC PEFC/14-38-00159

AENOR HACIA RESIDUO CERO RC-2020/0017

RECICLA Al Azul

ARI Asociación de Revistas

LOEWE

Taylor Russell
Fotografía de David Sims

loewe.com

SUMARIO

30 CARTA

32 HAN COLABORADO
En este número de marzo.

En portada y arriba, Anya Taylor- Joy lleva bodi de tejido técnico con bordado de mosaico, de DIOR.

Fotografía: SEBASTIÁN FAENA. *Estilismo: Max Ortega. Peluquería: Gregory Russell. Maquillaje: Raoul Alejandre. Manicura: Julie Kandalec. Producción: Pettycash. Retoque: Marie Remaud.*

EN VOGUE

34 TENDENCIAS
Los paisajes gallegos de Nigrán sirven de telón de fondo a una moda que combina delicados vestidos con parkas, sudaderas y zapatillas deportivas.

50 ACCESORIOS
Las nuevas versiones de las prendas y objetos más reproducidos de las últimas décadas.

66 COMPRAS
La vuelta del 'normcore' y la apuesta por simplificar el guardarropa.

78 FIRMA
Margil Peña y Ana Viglione son Reparto Studio, una marca a caballo entre la ironía y la costura.

82 LIBRO
El periodista Luis Sala publica 'Supermodelos', una obra donde repasa la era en la que brillaron algunas de nuestras tops.

86 ANÁLISIS
El hedonismo de los 80 impregna la pasarela de 2025 con un giro en sus códigos, pero manteniendo la esencia.

AGENDA

88 PLATAFORMAS
Blanca Martínez y Carlos González protagonizan 'Mariliendre', una serie musical ambientada en la escena gay de principios de los 2000.

94 EXPO
La relación de Marcel Proust con otros creadores de su época, en el Museo Thyssen-Bornemisza.

96 MÚSICA
La polifacética Celine van Heel ultima su primer disco, lleno de ritmos latinos.

98 LIBRO
'Todo empieza con la sangre', la nueva novela de Aixa de la Cruz.

100 FOTOGRAFÍA
El Museo Universidad de Navarra, la hemeroteca visual más completa de la historia reciente de España.

102 ANIVERSARIO
La librería Ocho y Medio cumple 30 años como buque insignia de los libros de cine.

x.com/byneontelegram
ENLACE AL CANAL
x.com/byneontelegram
Ó escanea el código QR:

Marzo

LOEWE

Taylor Russell
Fotografía de David Sims

loewe.com

BALENCIAGA

SUMARIO

Arriba, de izquierda a derecha, los bailarines Thomas Giugovaz, Daniela Oropesa, Hamin Park, Clara Maroto y Álvaro Madrigal. En el centro, Muriel Romero, directora de la CND.

BELLEZA

104 COSMÉTICA
El maquillaje de primavera se suaviza con pictóricos tonos pastel muy rompedores.

108 CABELLO
La relación de Pepa Salazar con su melena y el papel que esta juega en su vida.

112 TRATAMIENTO
Cómo sacar partido a las horas de sueño y reparar y regenerar la piel.

116 DISCIPLINA
El barre, mezcla de danza clásica, yoga y pilates, para embellecer el cuerpo y la postura.

118 FRAGANCIAS
Perfumes que son la mejor compañía y que completan una rutina de belleza perfecta.

120 HÁBITO
Los consejos de los nutricionistas para que la cena no sea un complejo desafío.

LIVING

122 REAPERTURA
La chef Ángela Gimeno, al frente de la cocina del Candela, el bar de alma flamenca que reabre en Madrid.

128 ARTE GRÁFICO
'Prints' y láminas, la alternativa perfecta para decorar y apoyar a creadoras emergentes.

MODA Y REPORTAJES

130 ALMA SALVAJE
Anya Taylor-Joy vuelve a las pantallas y a la portada de 'Vogue' España con 'El abismo secreto'.

146 DE ROMA AL CIELO
El diseñador Alessandro Michele regresa a casa con su llegada a Valentino.

158 EN EL PAÍS DE LAS MARAVILLAS
Siluetas fantásticas y un toque romántico se funden con la belleza surrealista de los paisajes de Jekyll Island.

176 SENTIR EL CUERPO
Muriel Romero, directora de la Compañía Nacional de Danza, y su objetivo de que el baile hable el lenguaje del siglo XXI.

186 ¿Y TÚ QUIÉN ERES?
Las tendencias de moda que vienen invitan a jugar y crear personajes.

202 PASO DE GIGANTE
Los zapatos más interesantes y subversivos de la temporada acaparan el protagonismo.

212 PIÙ BELLA
Las tendencias de belleza coquetean con todo el espectro estético, del punk a los excesivos años 80 pasando por el minimalismo.

226 EL DESEO
El bolso Madrid, ideado por Jonathan Anderson para Loewe.

Publicis EtNous

HERMÈS
PARIS

Hermès, línea infinita

CARTA DE LA EDITORA

Por Inés Lorenzo

Reconquistar una agenda mediática que hoy parece de disfrute exclusivo de tragedias, discursos de odio y resentimiento, cuando no de dispares ocurrencias capaces de poner el mundo patas arriba, es una tarea que solo se me antoja posible de la mano de la belleza. Frente a la cultura de lo mastodóntico, no pocas veces son las ideas recónditas, las anécdotas ínfimas y los gestos imperceptibles los capaces de virar la conversación hacia la luz. El encanto de las pequeñas cosas puede, o al menos debería, ejercer de contrapeso sanador. Nuestra capacidad intacta de reaccionar a ellas consuela, y mucho, y por eso en este momento de grandes titulares nosotras hemos buscado entre los menos obvios, pero más emocionantes. La reacción solidaria a los fuegos de Los Ángeles que conmovió a nuestra chica de portada, ANYA TAYLOR-JOY *–poseedora a su vez de una belleza y presencia capaces de abstraer, sin hablar, a cuantos la contemplan–, es uno de ellos. Cada obsesión incipiente de* ALESSANDRO MICHELE, *–ensimismado ahora por el archivo de su nueva casa, Valentino– es una auténtica factoría de delicadeza y, por tanto, de felicidad. El canto de amor a la amistad que promueven* BLANCA MARTÍNEZ *y* CARLOS GONZÁLEZ, *protagonistas de 'Mariliendre', es tan bello e importante como el cambio que adivina* MURIEL ROMERO, *flamante nueva directora de la Compañía Nacional de Danza. Si nuestra realidad fuera un recopilatorio exento de lo oscuro, lo dañino y lo turbio, se parecería mucho a este fantástico elenco.*

Anya Taylor-Joy lleva top y pantalón de plumas, ambos de LOEWE; *botas de* JW ANDERSON; *y calcetines del estilista.*

FOTO: SEBASTIÁN FAENA. ESTILISMO: MAX ORTEGA.

ISABEL
MARANT

Sebastián Faena

Nacido en Buenos Aires en 1990, probó suerte como cineasta hasta que decidió coger la cámara de fotos. Su talento fue avalado por Mario Testino y, aunque no había cumplido los 20, ya se lo disputaban cabeceras de moda como las ediciones americanas de *Vogue* o *Harper's Bazaar*, donde sus poéticas imágenes se caracterizaban por la misma potencia que ahora despliega en *Alma salvaje,* el reportaje de portada de este número, donde inmortaliza a Anya Taylor-Joy. ➳ 134

Fátima Monjas

Fátima Monjas (Baeza, Jaén, 1988) inició su carrera en la moda en Londres, donde trabajó como estilista en diversas publicaciones. Ya de vuelta a España, prosiguió colaborando con cabeceras de estilo de vida, una labor que desde 2020 combina con su actividad como directora de arte de Loewe. Durante la producción de *Días de sol y arena*, "nos mezclamos con los pescadores de Nigrán, y hasta vimos las luces de Navidad de Vigo", relata. ➳ 32

Pepa Salazar

Esta diseñadora valenciana es casi tan célebre por sus colecciones de moda como por su larguísima melena, que no ha cortado en doce años, y sobre la que reflexiona en nuestras páginas. "No estoy acostumbrada a hablar en medios de cosas que no sean puramente trabajo, pero con Nuala Phillips me sentí muy cómoda para hacer una *girl talk* de pelo". *Un plan descabellado.* ➳ 110

Max Ortega

El estilista Max Ortega nació y creció en México, antes de trasladarse a París y luego a Londres, donde comenzó su carrera en el mundo de la moda como ayudante en *LOVE Magazine* y después en *AnOther Magazine.* En la actualidad, despliega su pasión por la consultoría de moda, la predicción de tendencias y la investigación, al tiempo que colabora como estilista *freelance* con las revistas más famosas del mundo. En el editorial *Alma salvaje,* firma su nueva portada para la edición española de *Vogue*. ➳ 134

Berta Pfirsich

Pfirsich (Barcelona, 1988) ha trabajado como fotógrafa para Dior o Miu Miu y para medios de prestigio. En este número retrata a los actores de *Mariliendre*: "Ha sido increíble disparar en el edificio de Fernando Higueras (Serrano, 69), entre abogados trabajando en sus oficinas, y con Blanca y Carlos". *Hasta la revolución bailando.* ➳ 88

FOTOS: D.R.

Elizabeth Arden
NEW YORK

NUEVO RETINOL + HPR

Sérum alisador de arrugas y water cream

10X MÁS POTENTE*

Y suave para la piel**

*Más potente que el retinol puro
** Crema: según un estudio de consumidores, 24 participantes. Cápsulas: 57 participantes

DÍAS *de* SOL *y* ARENA

Bebe Parnell lleva vestido y zapatos, todo de LOEWE.

Sudadera de BLAUER; *falda de* LLOYD'S *en* EL CORTE INGLÉS; *botas de* LOUIS VUITTON; *y calcetines de* LORO PIANA.

En Galicia, flanqueados por las playas y el paisaje de NIGRÁN, *los vestidos más* DELICADOS *de la temporada se asilvestran al combinarse con* PARKAS, *sudaderas y zapatillas deportivas. Fotografía* LALA SERRANO. *Estilismo* FÁTIMA MONJAS.

Vestido de NINA RICCI; *zapatos de* PRADA; *y calcetines de* LORO PIANA.

Top, falda y gabardina,
todo de PRADA.

Bodi, falda, calcetines y zapatillas, todo de MIU MIU.

Vestido, tocado y botas, todo de EMPORIO ARMANI; *y jersey de* BIMBA Y LOLA.

En esta página, vestido de ISABEL MARANT; *y parka de* H&M STUDIO. *En esta doble página, zapatos de* COS.

Vestido de JIL SANDER BY LUCIE AND LUKE MEIER; *y botas de* JIMMY CHOO.

Gabardina de GUESS;
y sombrero de MARNI.

Vestido de LOUIS VUITTON; *y botas de* EMPORIO ARMANI.

Vestido y chaleco, ambos de VALENTINO; *zapatos de* PRADA; *y calcetines de* LORO PIANA.

EN VOGUE

Gabardina de LOLA CASADEMUNT BY MAITE; *top y falda, ambos de* MARCIANO BY GUESS; *tocado de* COS; *zapatos de* DR. MARTENS; *y calcetines de* LORO PIANA.

LENNON SORRENTI
PRIMAVERA VERANO 25

maje

ENLACE AL CANAL
x.com/byneontelegram
Ó escanea el código QR:

x.com/byneontelegram
byneon
Neon147

Camisa y 'short', ambos de MAX MARA; *jersey de* FALCONERI; *y botas de* JIL SANDER BY LUCIE AND LUKE MEIER.

Maquillaje y peluquería: Guillermo Matellano (Kasteel Artist Management) para Chanel Beauty. Modelo: Bebe Parnell (Next Management London). Ayudante de fotografía: Mario Val. Ayudante de estilismo: Rubén Cortés.

CLARINS

NOT JUST a foundation

NUEVO
Skin Illusion Full Coverage

Cobertura natural 24h[1]

-29% Imperfecciones tras 4 semanas[2]

80%
FÓRMULA TRATAMIENTO
Ácido hialurónico y zinc[3]

1. Test consumidores, 197 mujeres
2. Autoevaluación sobre la piel desnuda, 242 mujeres, 28 días
3. Gluconato de Zinc

¿ALGO NUEVO?

La primavera-verano 2025 revisita algunos de los ACCESORIOS *más reproducidos en las últimas décadas, de los* MOCASINES *clásicos a las joyas* TRICOLOR.
Fotografía FLAVIO ORSOLATO.
Estilismo PATRICIA LÓPEZ.

Bolso Etude de piel, de PRADA. *En esta doble página y en la página siguiente, alfombra de* COTLIN *en* LANTERO & LANTERO; *y butaca diseñada por Børge Mogensen, en* MINIM SHOWROOM.

Bolsos *de mano*

Todas las FORMAS *y* COLORES *son bienvenidos.*

De izda. a dcha. y de arriba abajo, bolso de piel acolchada, de CHANEL; *camiseta de* ZARA; *y vaqueros de* LEVI'S. *Bolso de* LOLA CASADEMUNT. *Bolso Lady Dior de piel acolchada, de* DIOR. *Bolso de* MANGO; *top de* AMERICAN VINTAGE; *y vaqueros de* LEVI'S.

Sobre estas líneas, de izda. a dcha. y de arriba abajo, bolso Peekaboo ISeeU de piel, de FENDI. *Bolso de* TINTORETTO *en* EL CORTE INGLÉS; *camiseta de* ZARA; *y vaqueros de* LEVI'S. *Bolso Wander de piel, de* MIU MIU. *Bolso Meridian, de* GUESS.

Bolso LV Biker inspirado en la chaqueta motera de Louis Vuitton con broche en forma de uve y ribete de cuero en contraste, de LOUIS VUITTON; *y parka de* ZARA.

Bajo estas líneas, de izda., a dcha., reloj de la colección Tank Must de acero, de CARTIER; *Royal Oak automático de 34 mm de acero inoxidable y oro rosa con esfera Grande Tapisserie, de* AUDEMARS PIGUET; *y Big Bang Integrated Time Only Titanium, de* HUBLOT. *En esta página, camiseta, vaqueros y cinturón, todo de* ZARA; *y top azul, de* CORTANA.

Relojes *clásicos*

Las firmas apuestan por el dúo BICOLOR *y las esferas* ELEGANTES.

Sobre esta líneas, de izda. a dcha., y de arriba abajo, reloj Conquest Classic, de LONGINES; *reloj Serpenti Tubogas de oro rosa y acero inoxidable, de* BVLGARI; *y reloj de Alta Costura de acero con diamantes, de* VACHERON CONSTANTIN.

De arriba abajo, relojes Constellation 25mm de acero con diamantes, Constellation 28mm de oro y acero con diamantes, y Constellation 39mm de acero y oro amarillo, todos de OMEGA; *y top de* CORTANA.

Todos los mocasines

Este zapato CÓMODO *y versátil amplía ahora su reinado.*

Mocasines Ruches de napa, de MIU MIU. *En esta doble página y en la página siguiente, alfombra de* COTLIN *en* LANTERO & LANTERO; *y butaca diseñada por Børge Mogensen, en* MINIM SHOWROOM.

De izda. a dcha., y de arriba abajo, mocasines de piel bicolor, de SEBAGO; *de piel de* SOEUR; *mocasín Nombela de piel, de* HEREU; *de piel, de* LOEWE; *zapatos de piel, de* PRADA; *de piel, de* EMPORIO ARMANI; *y mocasines de* MARNI. *En todas las fotos, camiseta de* ZARA; *vaqueros de* LEVI'S; *y calcetines de* CÓNDOR.

Mocasines Ilary de piel, de GUESS; *camiseta de* ZARA; *vaqueros de* LEVI'S; *y calcetines de* CÓNDOR.

sisley
PARIS

LA ATREVIDA BARRA
QUE CUIDA SUS LABIOS

PHYTO-ROUGE
VELVET

La nueva barra de labios mate súper confortable con doble protección*

Descúbralo en **sisley.es**

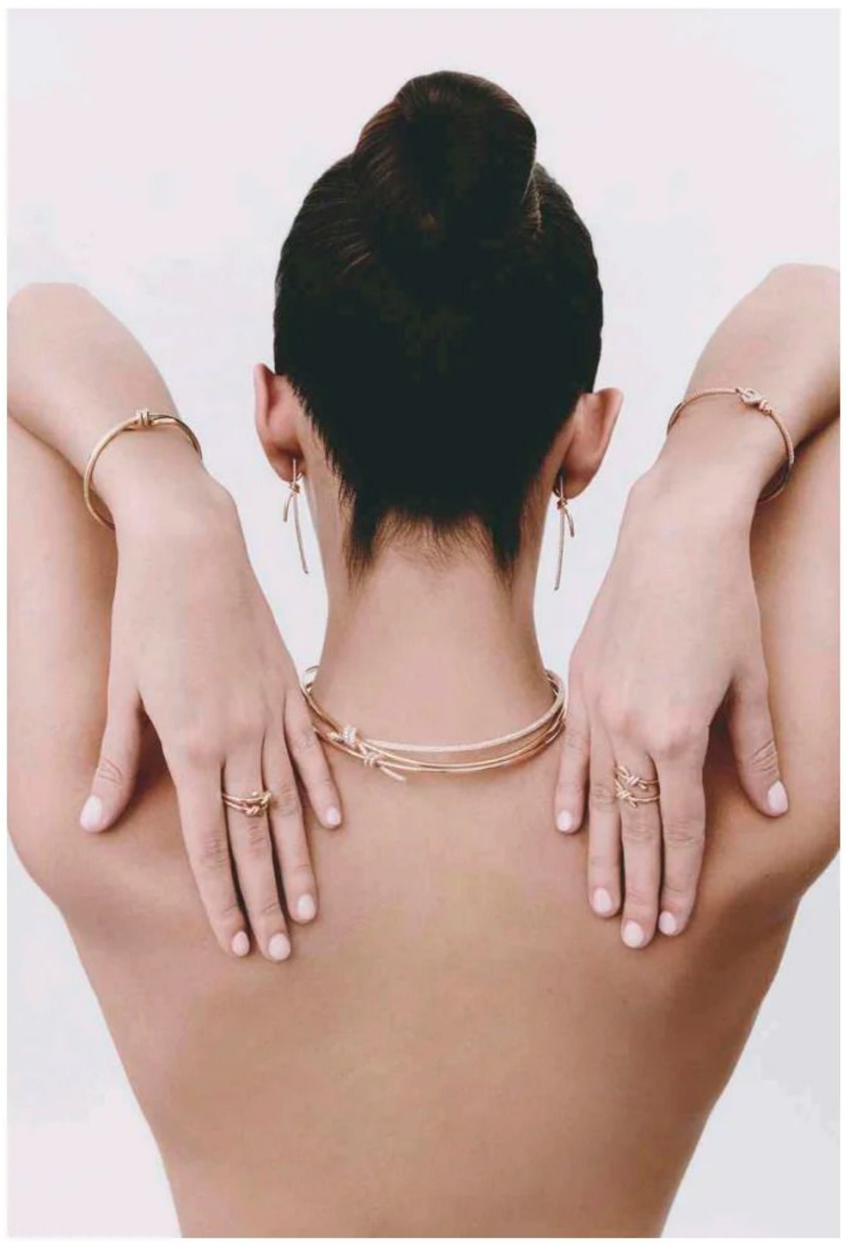
@sisleyparisofficial SisleyParisSpain

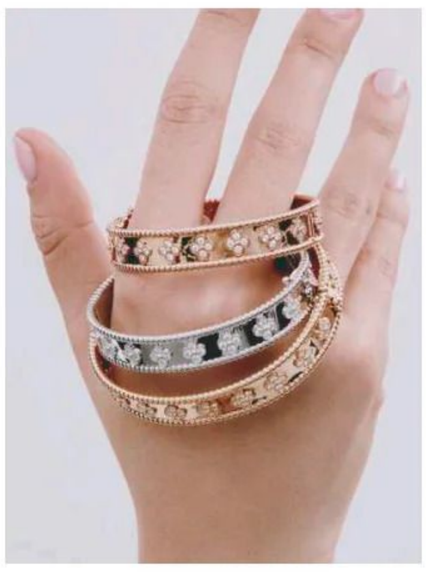
*Desde la primera aplicación y sobre los labios sin maquillar, después de 4 semanas de uso.

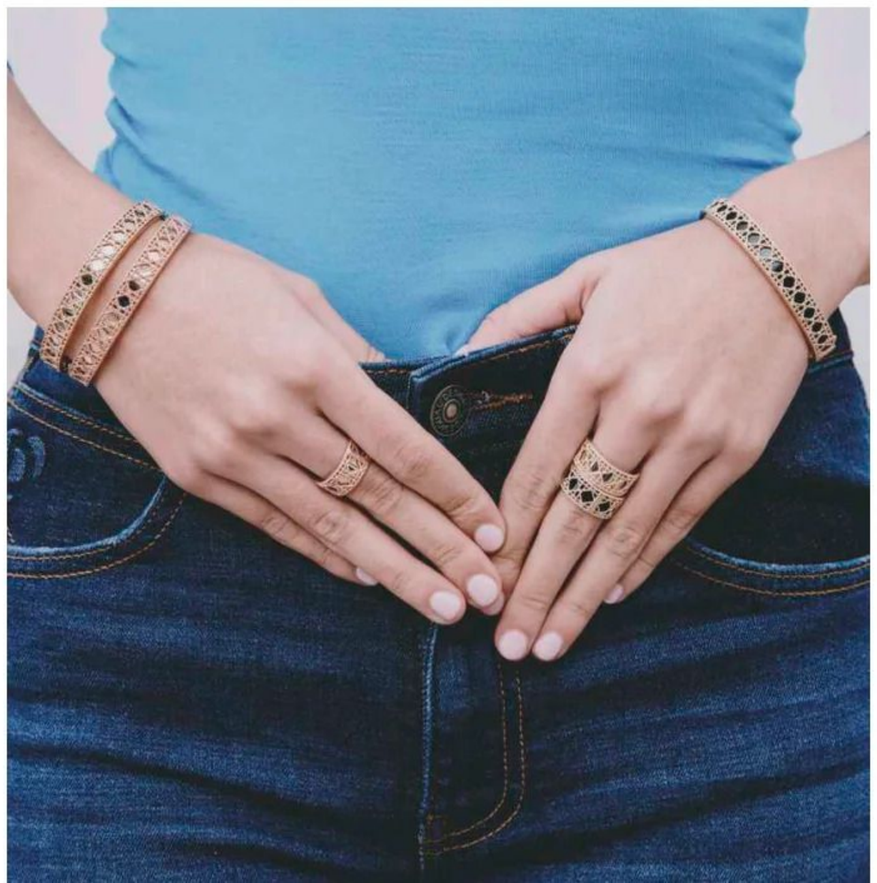
Bajo estas líneas, de izda. a dcha. y de arriba abajo, anillos de la colección Coco Crush de oro, todos de CHANEL. *Anillos Three Wishes de oro con diamantes, todos de* RABAT. *Collar de oro con diamantes y anillos de oro con diamantes, todos de la colección B.zero1 de* BVLGARI. *Y pulseras de oro y plata, y anillos de oro y plata, todo de* SUAREZ.

Joyería tricolor

ORO *amarillo, rosa y blanco se* ENTRELAZAN *en piezas delicadas y* ATEMPORALES.







Junto a estas líneas, de izda. a dcha., pulseras y anillos de oro rosa de la colección My Dior, de DIOR JOAILLERIE. *Pendientes, collares, pulseras y anillos de la colección Knot de oro con diamantes, todo de* TIFFANY & CO. *Pulseras Perlée Clovers de oro con diamantes, todas de* VAN CLEEF & ARPELS. *En esta página, top azul de* AMERICAN VINTAGE; *top verde de* GUEST IN RESIDENCE; *vaqueros de* DESIGUAL; *y pantalón de* CARLOTA BARRERA.

Pendientes de plata y, de arriba abajo, collares con baño de oro sobre plata y collares de plata, todo de TOUS MANIFESTO. *En esta doble página, alfombra de* ALFOMBRAS BSB; *y silla Vicario por Vico Magistretti en* UMBO SPACE.

EN VOGUE

Pendiente de oro amarillo, blanco y rosa con laca negra y diamantes; colgante de oro con diamantes; en la mano dcha., anillo talla XL de oro amarillo, rosa y blanco; en la mano izda., en el dedo anular, anillo de oro amarillo, rosa y blanco con diamantes y, en el dedo corazón, anillo de oro amarillo, blanco y rosa, con laca negra y diamantes; pulsera de oro amarillo, rosa y blanco, todo de la colección Trinity, de CARTIER; *americana de* ZARA; *y camisa de* MANGO.

MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA: HELENA LIEBANAS (COOL PRODUCCIONES). AYUDANTE DE ESTILISMO: MARÍA REQUEJO. MODELO: MARTINA GONZÁLEZ (UNO MODELS).

LOLA CASADEMUNT

SINCE 1981

DARE TO SHINE

BCN24
37ª AC
Copa América
XXXVII Copa América Barcelona

style by FIELD GENERAL

Photographie retouchée

ARMARIO *todoterreno*

Las prendas BÁSICAS *(de la camiseta blanca a los* POLOS *o las gafas* AVIADOR*) viven una época dorada con la vuelta del* 'NORMCORE'. *Una apuesta por simplificar el guardarropa (y la vida).*

1

2

3

PARKAS

Esta prenda utilitaria y FUNCIONAL, *con versiones infinitas, resucita en manos de* MIUCCIA PRADA, MUGLER *y* Nº21.

4

5

1. Parka de piel, de MAJE. *2. Salón de piel, de* PRADA. *3. Parka de* DESIGUAL. *4. Parka reversible de* COUCHEL *en* EL CORTE INGLÉS. *5. Cinturón de* LOLA CASADEMUNT.

'*Total look*' *de* PRADA.

LANCASTER

MONACO

GOLDEN LIFT

NUESTRA EXCLUSIVA TECNOLOGÍA DUAL RETINOL-RETINAL.
APTA EN PIELES SENSIBLES.

NUEVO

REVIERTE 3 SIGNOS DEL FOTOENVEJECIMIENTO

MANCHAS OSCURAS – ARRUGAS – PÉRDIDA DE FIRMEZA

EFECTO LIFTING VISIBLE **EN 2 SEMANAS***
REDUCCIÓN DE ARRUGAS Y MANCHAS OSCURAS **EN 4 SEMANAS***

*Test de consumo en 79 mujeres tras la aplicación de Golden Lift Sculpting Cream, dos veces al día, mañana y noche.

ZAPATILLAS

Negras, con detalles en blanco. Así lo corroboran las colecciones de DIOR, MIU MIU *y* BALENCIAGA.

3

4

1

2

5

'Total look' *de* DIOR.

6

1. Modelo Cortez, de NIKE. *2. Zapatillas de ante, de* DRIES VAN NOTEN. *3. Gorra D-Player, de* DIOR. *4. Bolso LV Biker, de* LOUIS VUITTON. *5. Zapatillas Royal Tern, de* HOFF. *6. Mono de* ISABEL MARANT ÉTOILE.

Blauer.

BLAUER K-CODE
SUMMER 2025

blauerusa.com

fgf-industry.com

Camiseta de H&M STUDIO; *pantalón y zapatos, ambos de* LOEWE; *collar y 'charms' de* LORO PIANA; *y anillos de* REPOSSI.

1

2

3

4

1. Pantalón de LOEWE. *2. Camiseta de* H&M STUDIO. *3. Mochila de* LORO PIANA. *4. Anillo Sofía de oro con granate y aguamarina, de* GRASSY X LORENZO CASTILLO. *5. Top de* ZARA. *6. Zapato de* CAMPER. *7. Camiseta de* GUESS.

'TANK TOP'

NECESARIO *en cualquier ropero, esta* PRIMAVERA *acentúa su prevalencia gracias a las versiones de* LOEWE *y* STELLA McCARTNEY.

5

6

7

Es hora de cumplir tus sueños.

Ha llegado el momento de convertir tus deseos en realidad. Descubre el Mercedes-Benz con el que siempre soñaste: 100% eléctrico, Híbrido Enchufable, o combustión.
Deja de soñar. Empieza a conducir.

Mercedes-Benz

1

GAFAS DE AVIADOR

Con lentes en forma de lágrima, e ideadas en los años 30 por RAY-BAN, *este accesorio eleva cualquier 'look'.*

'Total look' de SAINT LAURENT POR ANTHONY VACCARELLO.

2

3

4

5

1. Gafas de sol, de RAY-BAN. *2. Camisa de popelín, de* ZARA. *3. Pantalón vaquero, de* DESIGUAL. *4. Gafas Grant, de* GIGI STUDIOS. *5. Gafas de* MÓ. *6. Botas de piel, de* ZADIG & VOLTAIRE.

6

MÁS DE ESTE ESTILO EN *vogue.es*

CORSICA
ERICEIRA
MALLORCA
MILAN
MONTEROSA
SARAGANO
SARDINIA
aethos.com

THE RULES ARE DIFFERENT HERE æthos

NADA SABE COMO
UN CAFÉ NESPRESSO

NESPRESSO

what else?

NADA SABE COMO
UN CAFÉ NESPRESSO

NESPRESSO

what else?

El producto como se vende no contiene ingredientes lácteos

'Total look' de MIU MIU.

POLOS

La estética 'PREPPY' *se materializa esta temporada a través de esta prenda (con o sin estampados)* PRÁCTICA *y vistosa.*

1

1. Polo Picnic, de GUEST IN RESIDENCE. *2. Polo de* SAMSØE SAMSØE. *3. Pantalón de lana fría, de* MASSCOB. *4. Reloj de acero, de* VICEROY. *5. Polo de* VOGUE COLLECTION. *6. Sandalia de* GIOSEPPO.

2

3

4

5

6

MÁS DE ESTE ESTILO EN *vogue.es*

DIAMANTES

Son para SIEMPRE. *Sobre todo si se combinan con* ORO BLANCO *en piezas* MINIMALISTAS.

Vestido de ISSEY MIYAKE; *y anillos de* DINH VAN.

1

2

3

4

5

6

1. Pendientes Knot de oro con diamantes, de TIFFANY & CO. *2. Vestido de* SIMONE ROCHA. *3. Anillo Hyperbola, de* SWAROVSKI. *4. Zapatos Staz de piel, de* JIMMY CHOO. *5. Gargantilla de oro con diamantes, de* PERODRI JOYEROS. *6. Bolso Mamma Baguette, de* FENDI.

FOTOS: NOUA UNU STUDIO, D.R. ESTILISMO: DAN SABLON. ESTILISMO DEL 'SHOPPING': PATRICIA LÓPEZ. MODELO: MIA ARMSTRONG. PELUQUERÍA: JOSEPH PUJALTE. MAQUILLAJE: PATRICK GLATTHAAR. MANICURA: CAM TRAN. PRODUCCIÓN: BRACHFELD.

x.com/byneontelegram
Ó escanea el código QR:

A cuatro MANOS

REPARTO STUDIO *ha crecido al calor de la pasarela* 080 BARCELONA, *pero con una fórmula a medio camino entre la ironía y la costura, sus dos creativos no se conforman con un hueco más. ¿Su objetivo? Triunfar sin tomarse muy en serio. Por* ALEXANDRA LORES *y* NUALA PHILLIPS.

En la página anterior, Awet Aleu lleva americana y pantalón, ambos de REPARTO STUDIO. *En esta página, camisa y falda de organza de seda, ambas de* REPARTO STUDIO; *y zapatos hechos con flores de encaje de prendas de segunda mano y pistilos de plumas obtenidas de 'stock' sobrante de mercerías, de* REPARTO X FERNANDO GÓMEZ.

Margil Peña y Ana Viglione se conocieron en la universidad. O, al menos, *durante* la universidad. "En realidad coincidimos en segundo, empezamos a salir de fiesta juntos y nos hicimos inseparables", cuentan entre risas. Su firma, Reparto Studio, llegaría después precisamente con su TFG como telón de fondo. "Dijimos: 'Oye, ¿y si nos juntamos y montamos algo los dos?'". Ya tenían las bases, las ganas y el equipo creativo, pero faltaba el concepto. "Empezamos a darle vueltas y Reparto en realidad salió porque estábamos muy cansados de la industria y de lo que nos habían vendido sobre la moda frente a lo que en realidad era. Lo veíamos todo muy viejuno desde dentro, muy como que tienes que demostrar que lo haces todo increíble para triunfar", recuerdan.

Frente a esto, plantearon entonces el enfoque que terminaría por convertirse en el gran elemento diferenciador de Reparto: la ironía. "Las ideas que tenemos y que luego convertimos en algo gracioso o con cierto humor vienen siempre desde la inseguridad. O sea, cogemos esa inseguridad que tenemos (porque somos personas muy inseguras) y la convertimos en una reivindicación, en algo divertido", explican. Una reflexión a medio camino entre la crítica y la broma de la que han surgido creaciones tan memorables como las de sus camisetas. Esas que lanzan consignas tan *punks* como *cutre couture* o, de manera más incisiva, *not a Saint Martins student*, en clara alusión a la prestigiosa escuela de moda londinense donde se han formado muchos de los grandes nombres de la industria.

"Pero en todo esto también hay una parte de ser unos niñatos, ¿eh?", defienden quitándole hierro a su afilado posicionamiento. "Es un poco esa postura de rebeldes que quieren ir a contracorriente y entonces inventan esto para demostrar que aunque no seas la persona más formal ni lo hagas todo increíble, también puedes salir adelante", puntualizan. Una irreverencia que podría sonar contradictoria teniendo en cuenta que ellos mismos estudiaron en una escuela privada como el IED de Madrid, pero que tal y como ambos aclaran, no es algo que los excluya de darse cuenta del mundo en el que viven. "Desde nuestro privilegio también somos conscientes de lo que nos rodea y esta camiseta era un recordatorio de que también existimos diseñadores *guays* fuera de Saint Martins. Parece que si no estudias allí no puedes entrar a trabajar en ningún sitio. Ese era el mensaje".

De que existen y de que han llegado para quedarse han dado buena cuenta primero en Madrid, donde se alzaron con el premio Allianz EGO Confidence in Fashion en 2022, y luego en 080 Barcelona, pasarela en la que presentaron su última colección y en la que desfilan actualmente. Escenarios muy diferentes pero en los que ha quedado más que patente su evolución desde que comenzasen esta aventura y donde los invitados al *show* han podido apreciar de primera mano las creaciones más elevadas del tándem. Hablamos de piezas tan exquisitas como la bata de taller plagada de miles de botones de segunda mano a modo de estampado, o de los delicados *looks* de organza que miran hacia algunos de los grandes de la moda como Margiela o Gaultier. Y eso que, irónicamente, no es ninguno de estos dos nombres el que surge cuando se les pregunta por su colaboración soñada.

La elegida es, en realidad, otra creativa mucho más cercana. "Nuestro sueño es ser directores creativos (o lo que sea) de Agatha Ruiz de la Prada", espetan en un giro de guion imprevisible. "Sentimos que hacía cosas increíbles cuando empezó. Tuvimos la suerte de ver en el archivo del Museo del Traje algunos diseños de hace tiempo y nos quedamos *shockeados*. Son una fantasía", continúan. "Nos encanta la idea de coger una firma así y darle una vuelta. Obviamente siguiendo su voluntad, pero le daríamos una vuelta grande. No sé, de repente tenemos sueños así", se carcajean, quizás conscientes de lo aleatorio e inesperado de su deseo.

Pero aunque su *wishlist* noquea en un primer instante, ahondando en su enfoque creativo la elección cobra sentido. No en vano, Margil y Ana no visualizan prendas o estilismos. En su mente, lo que surgen son personajes. Así, en su última colección, titulada Reality Show, lo que se muestran son diferentes perfiles que encarnan temas y sensaciones tan abstractas como el compromiso, el bloqueo, lo efímero, las horas infinitas en taller o las manías. Conceptos que se conjugan con el humor y el absurdo, al fin y al cabo, como también propone a menudo la diseñadora madrileña. "El personaje del compromiso, por ejemplo, tiene que ver con ese momento en que dices 'voy a hacer una cosa' y luego no la haces", ríen. "Es una figura relacionada con abandonar los sueños. Jugamos a representar algo que parezca esperanzador pero, en el fondo, no lo es". Y quizás esto es lo que más a broma suena de todo porque, si hay alguien que ha logrado no abandonar su sueño son, precisamente, ellos. Y si esto no es mantener la esperanza, no sabemos qué lo es.

"Las ideas que tenemos y que luego convertimos en algo gracioso o con cierto HUMOR *vienen siempre desde la* INSEGURIDAD".

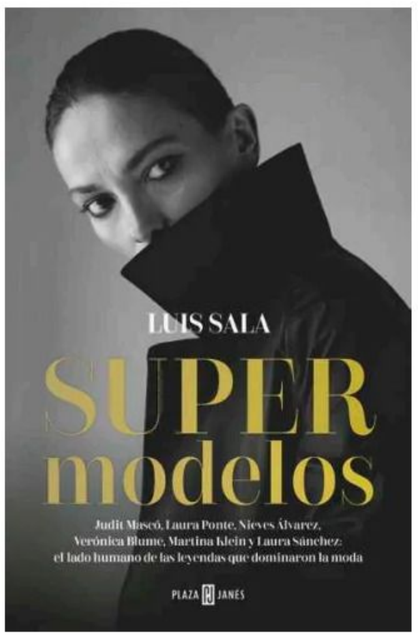
En la página anterior, Ana Viglione y Margil Peña, de REPARTO STUDIO. *En esta página, bata de taller con más de 10.000 botones cosidos a mano (rescatados de prendas 'vintage'), de* REPARTO STUDIO; *y zapatos de* REPARTO X FERNANDO GÓMEZ.

Fotografía: Silvia Retana. Estilismo: Patricia López. Maquillaje y peluquería: Lucas Margarit (Another Agency) para Dior Beauty. Ayudante de fotografía: Edu Orozco. Ayudante de estilismo: María Requejo. Modelo: Awet Aleu (Uno Models).

Desde ESPAÑA, con amor

El periodista LUIS SALA *ejerce en su nuevo libro de cronista en la sombra para retratar una era en la que nuestro país también fue cuna de algunas de las* SUPERMODELOS *más inolvidables de los 90. Por* NURIA LUIS.

Hubo un tiempo en el que Nieves Álvarez ejerció como musa de Yves Saint Laurent y Judit Mascó protagonizó, en una triple entente, la portada de abril de 1991 de la edición estadounidense de *Vogue*. El elenco de modelos que marcó el esplendor de la moda de los 90 no solo tuvo a Naomi Campbell o Kate Moss en su particular olimpo; España también fue cantera de una generación de mujeres que representaron al país en la pasarela internacional. Esta constelación, tan dispar como única, era el reflejo de un momento excepcional en la industria patria que hoy recogen las páginas de *Supermodelos* (Plaza & Janés), un libro recopilatorio que ejerce de crónica sobre aquella edad dorada. "Me interesaba saber cómo vivieron esos años y cómo se construyeron sus nombres", sostiene Luis Sala (Alicante, 2002), autor de estas particulares memorias. "España por aquel entonces era un hervidero. Actualmente veo casi imposible que se pudiese repetir el fenómeno de las supermodelos. La gente se volvía loca con ellas", medita al otro lado del teléfono.



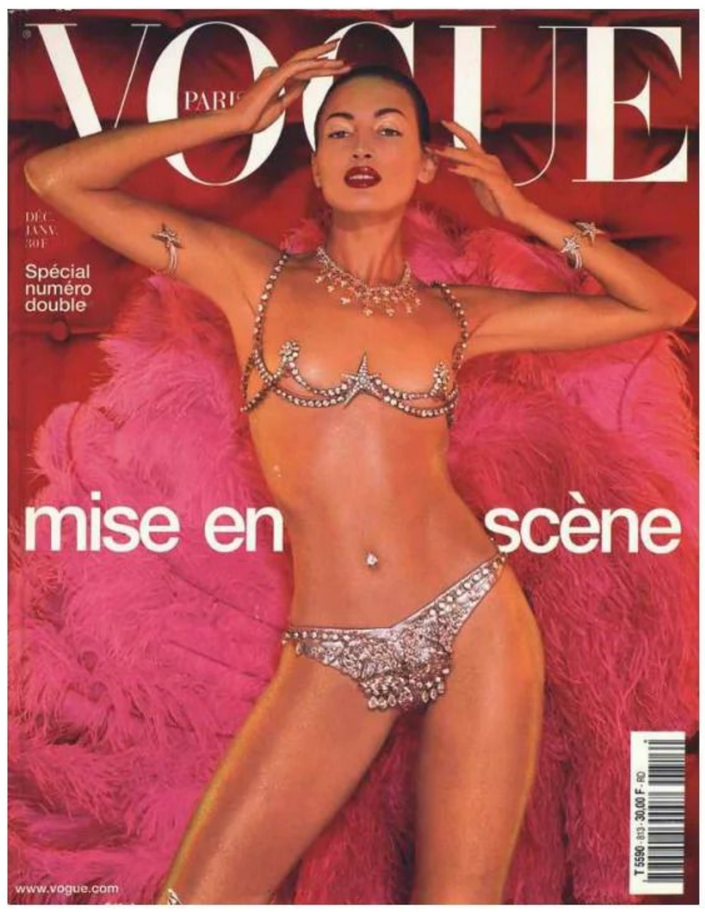
Esta obra puede interpretarse a dos niveles. Por un lado, abrirá el cajón de los recuerdos de aquellas personas que fueron testigos directos de la época. Por otro, cubre un espectro para los lectores que, como el propio Sala, nacieron mucho después: "Esencialmente, buscaba acercar al público general que no tuvo la posibilidad de conocer esa década, ni de ver esas fotos que tanto cuesta encontrar", señala el periodista alicantino. El resultado ofrece un auténtico viaje en el tiempo que se hace factible cuando su responsable da un paso atrás y actúa de intermediario. Los testimonios recogidos de Judit Mascó, Nieves Álvarez, Laura Ponte, Verónica Blume, Martina Klein y Laura Sánchez ofrecen un retrato personal e intimista en primera persona: "Son seis historias y ninguna creo que se solape. Cada una cuenta un momento y, aunque estén sucediendo a la vez, ninguna relata algo que te pueda recordar a la anterior", apunta. A Ponte la tenía en el radar, pero las entrevistas con las demás solo pudieron ser posibles, dice, a través de la representante Mencía Alcázar, a la que considera madrina de la iniciativa. Ella abrió la puerta a todas las horas y horas de grabación que hay detrás de este proyecto iniciado en 2023. "Han pasado 30 años, pero me sorprende la capacidad que tengo de recordar momentos y situaciones como si hubieran sucedido ayer mismo", cavila Nieves Álvarez para *Vogue* España. "Seguramente se deba a que todo era nuevo y sorprendente en mi vida".

Supermodelos es un sinfín de anécdotas curiosas, como saber que Alaïa les pagaba con ropa o que fue Martina Klein quien presentó a Laura Sánchez a Peter Lindbergh, con el que ya había trabajado. También se sumerge en el panorama español para rememorar la pasarela Cibeles cuando la

A la izda., portada de 'Supermodelos', de Luis Sala (Plaza & Janés). En la página siguiente, Jacques Olivar retrató así a la modelo Laura Ponte para las páginas de 'Vogue' España (diciembre de 1998).

FOTOS: JACQUES OLIVAR, ARCHIVO LAURA SÁNCHEZ, JEAN BAPTISTE MONDINO.

Judit Mascó: "Nosotras pasábamos muchas horas JUNTAS *porque todo era un 'casting'. Y siempre nos íbamos encontrando. El reencuentro hacía ilusión. Éramos un* CLAN, *una* FAMILIA".



Sobre estas líneas, imagen de Laura Sánchez y Nieves Álvarez. A la derecha, Álvarez en la portada de 'Vogue' París, de diciembre-enero de 2000.

presentación de Victorio y Lucchino era la más esperada. O cuando Telecinco orquestaba desfiles de Chanel con las Mama Chicho incluidas: "Ahora lo pienso, y me quedo flipando", evoca Laura Ponte en el libro. Las *tops* se deshacen en halagos con algunos de los nombres más representativos de la industria, pero tampoco muestran ningún reparo a la hora de hablar de los momentos (y personas) más complicadas de sus trayectorias: "Si así lo han vivido, y se relata desde el respeto, ¿por qué no contarlo?", se pregunta Sala. La intención de este escritor no era desmitificar una década que casi parece intocable, pero la cosificación o la excentricidad de ciertas figuras que se mencionan ofrecen, ciertamente, otra cara. "En este mundo hay gente que tiene empatía y otra que no", sostiene Judit Mascó para esta cabecera. "A veces se da que el más mito de los mitos te hace sentir como una mierda. Y uso esa palabra. Todo eso que me preguntaban en mi vida de si me sentía mujer objeto, pues en esas situaciones lo puedes llegar a sentir", resume su experiencia personal.

Uno de los (muchos) rasgos que definen a esta generación es la ausencia absoluta de rivalidad y el cariño que tanto se profesan, a pesar de la disparidad de personalidades. "Ahora no es así porque el sistema es diferente, pero nosotras pasábamos muchas horas juntas porque todo era un *casting*. Y siempre nos íbamos encontrando. El reencuentro hacía ilusión. Éramos un clan, una familia", dice Mascó. En sus testimonios, la mayoría de las modelos destacan la "cantidad desorbitada" de dinero que ganaron en una época marcada "por una ostentación sin tapujos". Y sin embargo, todas supieron tener los pies en la tierra, según Sala, gracias a las familias que las mantenían en mayor o menor medida unidas a sus respectivos lugares de procedencia. Nieves Álvarez subraya lo "supercurrantas" que eran empezando desde muy abajo. "Creo que la humildad viene después de haber trabajado mucho durante muchos años, de ver que una puede estar o no estar, dependiendo de los caprichos de la moda", reconoce Martina Klein. "Junto con el trabajo constante, es lo único que te puede llegar a salvar". Esa perseverancia que comparten todas también las ha llevado a mirar más allá de la pasarela: "Todas son híbridas. Tienen mil frentes en los que han ido enseñándonos que son más que una modelo", opina Sala. Sus carreras las han llevado a dedicarse al diseño nupcial, a la televisión o al yoga. Unas trayectorias de lo más diferentes e interesantes que sirven para recalcar que la generación de las *tops* también fue, y es, una historia de reinvención.

VOGUE
COLLECTION

Prendas icónicas atemporales
con #*VogueCollection*

COMPRA AQUÍ

SHOP.VOGUE.ES

JIL SANDER

MARNI

RABANNE

VAQUERA

LOUIS VUITTON

SAINT LAURENT

Noche OCHENTERA

El hedonismo de la década más EXCESIVA *del siglo XX impregna la pasarela de 2025 con un giro en sus* CÓDIGOS, *pero manteniendo la* ESENCIA *(y, muy a grandes rasgos, su contexto). Por* NURIA LUIS.

EMPORIO ARMANI

CHANEL

SCHIAPARELLI

STELLA McCARTNEY

BOTTEGA VENETA

CHLOÉ

H

oy el armario invita a colarse en fiestas, bailar hasta morir y enamorarse de la moda juvenil. Al menos, de la generación que creció cantando Mecano o Cindy Lauper a pleno pulmón: este año trae la consolidación definitiva de la estética ochentera, que ya había asomado tímidamente sobre la pasarela el pasado otoño. La década del exceso y la decadencia representa la apuesta más significativa de la primavera-verano 2025, latente en las superposiciones de Emporio Armani, las siluetas nostálgicas de Marni o la suntuosidad cromática y textil de Saint Laurent. "Las propuestas de 2025 ofrecen cierto toque lúdico y brindan la oportunidad de, una vez más, jugar a disfrazarse", sostiene Iain R. Webb, académico de la Universidad de Kingston y autor de *As Seen in Blitz: Fashionising '80s Style*, citando esa filosofía marcada por los brocados, el encaje o el terciopelo. "Fueron el ostentoso uniforme de una élite social que aparecía en las columnas de cotilleos, parodiada por Tom Wolfe en *La hoguera de las vanidades*", señala este experto.

Con Valentino al frente, las colecciones actuales apelan a esa imagen de la *jet-set* que bien podría haber salido de un capítulo de *Dinastía*. Pero en lo relativo al corporativismo de los *yuppies,* las referencias resultan algo más reposadas. En Louis Vuitton, su director creativo Nicolas Ghesquière hablaba de un concepto, 'soft power', que se ha acabado extendiendo a otras firmas como Bottega Veneta, Rabanne o Stella McCartney. Vuelven las propuestas sartoriales, las americanas *oversize* y las hombreras rotundas, sí. Pero sus tejidos son más fluidos; sus colores, más suaves; y sus líneas, más amables que las que propusieron en su día diseñadores como Claude Montana. "Creo que hay una nueva concepción del poder y se refleja en la estética exhibida. Estamos en una era post-Barbie", medita Ilya Parkins, profesora especializada en moda y estudios de género de la Universidad de British Columbia. "Hay un uso más consciente de los códigos femeninos y una mezcla intencional con ellos. Ahí tenemos a artistas como Chappell Roan, Charli XCX o incluso Sabrina Carpenter, cuyas letras divertidas e irónicas contradicen su apariencia de niña inocente", declara. Para Parkins, este juego es una postura muy poderosa en sí misma, ya que rechaza "la idea de una feminidad 'natural'", en favor de una más performada que se "elige de manera activa".

Aquí radica el que quizá sea uno de los ganchos para atraer a la generación Z con la tendencia: más allá de su potencial añoranza por otra década no vivida, la fusión de códigos tradicionales de género que marcó los 80 conserva su plena vigencia en 2025. "En esta época se diluyeron muchas inhibiciones previas. Las faldas, los cardados y el maquillaje se incorporaron a los hábitos de muchos hombres (no necesariamente homosexuales), y la conquista de ciertas prerrogativas del atuendo masculino se generalizó entre las mujeres", apunta Juan Gutiérrez, experto del Museo de Traje de Madrid. Así, en un mismo *look* podían convivir, por ejemplo, hombreras de *quarterback*, codificadas como 'masculinas' (muy en línea, por cierto, con las que se pusieron de moda en los 40), con colores brillantes y un maquillaje vistoso, tradicionalmente más vinculados a la imagen de la mujer. Al exceso que unía ambas estéticas se le añadió una gran libertad creativa que, según Gutiérrez, desembocó en propuestas de lo más llamativas. Esta búsqueda de la individualidad también podría resonar en la disparidad de opciones que ahora pueden encontrarse en un mismo desfile. No solo en términos de ropa: a las prendas ya de por sí barrocas se le puede añadir otra capa extra con accesorios rotundos que democratizan la creación de un estilo muy personal. En los 80, los avances tecnológicos y la difusión de materiales plásticos que aprovechó la moda facilitaron el hecho de poder desmarcarse de los demás. Hoy esta intención no ha cambiado y sigue siendo más sencillo de conseguir a través de un *look* muy recargado: "Cuando Tino Casal se ponía un reloj de pulsera, no llevaba uno, sino tres o cuatro en la misma muñeca", ejemplifica Gutiérrez.

A muy grandes rasgos, el panorama que contextualizó el desarrollo de esta moda hedonista también guarda ciertos paralelismos con el actual. Es imposible no aludir al calado en los 80 de los mandatos neoliberales de Margaret Thatcher y Ronald Reagan. En términos estéticos, Parkins enmarca la fusión de códigos femeninos y masculinos que invadieron el armario de la mujer en una era de discrepancia social: "La visión feminista más colectivista no había desaparecido del todo, pero estaba tratando de adaptarse a las nuevas realidades de un conservadurismo en auge", explica. Por su parte, Gutiérrez alude a cómo estas políticas se tradujeron en el vestidor, con un retorno a estilos (el canon entallado y voluptuoso de los años 50) igual de tradicionales: "Se buscó refugio en los excesos, camuflando la angustia vital con actitudes entusiastas", comenta. Hoy parece repetirse un escenario global definido por el conservadurismo político y una compleja situación geopolítica que también afecta al sector: "En esos contextos, la búsqueda de vías de escape y la fantasía en cualquiera de sus formas parecen ser más aceptadas por las masas, que son quienes en último término dan forma a las corrientes del gusto imperante", opina Gutiérrez en un enfoque de evasión que comparte con Webb. "Frente a la ansiedad generalizada, la moda, que es una industria que persigue el beneficio económico pero plantea también soluciones o formas de alivio a las problemáticas cotidianas, propone formas de distracción que contrarresten esa ansiedad. Quizás por ahí, consciente o inconscientemente, llegará esa recuperación de la vocación escapista de la moda de los años 80".

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT.

Hasta la REVOLUCIÓN BAILANDO

La actriz BLANCA MARTÍNEZ *afronta su primer protagonista en 'Mariliendre', una serie musical ambientada en la escena gay de principios de los 2000. A su lado,* CARLOS GONZÁLEZ, *amigo y compañero en mil batallas. Fotografía* BERTA PFIRSICH. *Estilismo* HELENA CONTRERAS. *Por* ALBERTO SISÍ.

Cuando *Mariliendre*, la nueva serie creada por Javier Ferreiro y producida por Suma Content, encontró en Blanca Martínez a su protagonista, todo el equipo lo vio como algo completamente natural. "Yo soy la gran mariliendre de mi grupo de amigos. Me convertí en una en cuanto pisé Madrid con 18 años y me llevaron a Chueca el primer día", explica la actriz a esta revista durante un descanso de la sesión de fotos que acompaña estas líneas. "Estoy convencida de que el hecho de seleccionarme a mí por encima de otras actrices que hicieron prueba tiene que ver con eso, con que soy una pedazo de mariliendre".

Un convencimiento totalmente apoyado por el propio Ferreiro. "Cuando empezamos con el *casting* se tuvieron en cuenta otros nombres, pero le pedí a Alejandro Gil que la convocara", comparte quien además de *showrunner* es director y guionista junto a Paloma Rando y Carmen Aumedes de esta producción que llega a atresplayer el próximo mes de abril. "Mi chico y yo vimos juntos *Todas las veces que nos enamoramos* y a él, que es una persona que es muy difícil que se ría, se le iluminaba la cara cada vez que salía ella. Me quedé con eso y ya solo tuve que descubrirla en persona. Además, es una mariliendre y está, como ella dice, 'rodeada de sus maricones'. El día que le dijeron que la cogían se fue a celebrarlo a Delirio", añade en alusión al popular club de ambiente madrileño. "Tiene un talento innato y yo estoy platónicamente enamorado".

Es probable que *Mariliendre* requiera de una pequeña guía para entenderla al cien por cien para cualquiera que no formara parte de la escena LGTBIQ+ o, más concretamente, del universo gay de Madrid, en un momento en el tiempo que podría estar ubicado al final de la primera década de los 2000, periodo en el que el barrio capitalino de Chueca vivía un dulce apogeo como epicentro de la noche homosexual y que aquí se ha intentado replicar sin ambages en los seis episodios que dura la serie.

Una comedia musical con canciones de la época que no solo repasa algunos de los *spots* más reconocibles de la capital, sino que también despertará la nostalgia de más de uno: de pisos de estudiante con muebles *vintage*, a locales que se mantienen abiertos desde entonces (como el ya mencionado Delirio y esa mítica cola que se extiende a un lado de la SGAE desde hace más de

Carlos viste camisa, chaleco, pantalones y mocasines Tabi, todo de MM6 MARTIN MARGIELA. *Blanca lleva vestido de tul, de* JEAN PAUL GAULTIER; *y zapatos Tabi de tacón, de* MM6 MARTIN MARGIELA.

"Ya es hora de que las protagonistas de televisión puedan tener todo tipo de* CUERPOS *y* EDADES", *reivindica Blanca Martínez.

En esta página, Blanca luce vestido de H&M STUDIO; *zapatos de tacón, de* TORI BURCH; *y pendientes de* SUOT. *En la página siguiente, Carlos lleva americana de* MANS CONCEPT; *y top de* ROTATE.

una década). "Hombre, por supuesto que he hecho esa cola, y en el antiguo, el que ahora se llama Quién la invitó, también. Ese fue el primer sitio que yo pisé de Chueca y probablemente la primera discoteca en la que estuve de todo Madrid", rememora la protagonista de la serie. "Me haces cualquier referencia al barrio, te la cojo y te sé seguir el rollo".

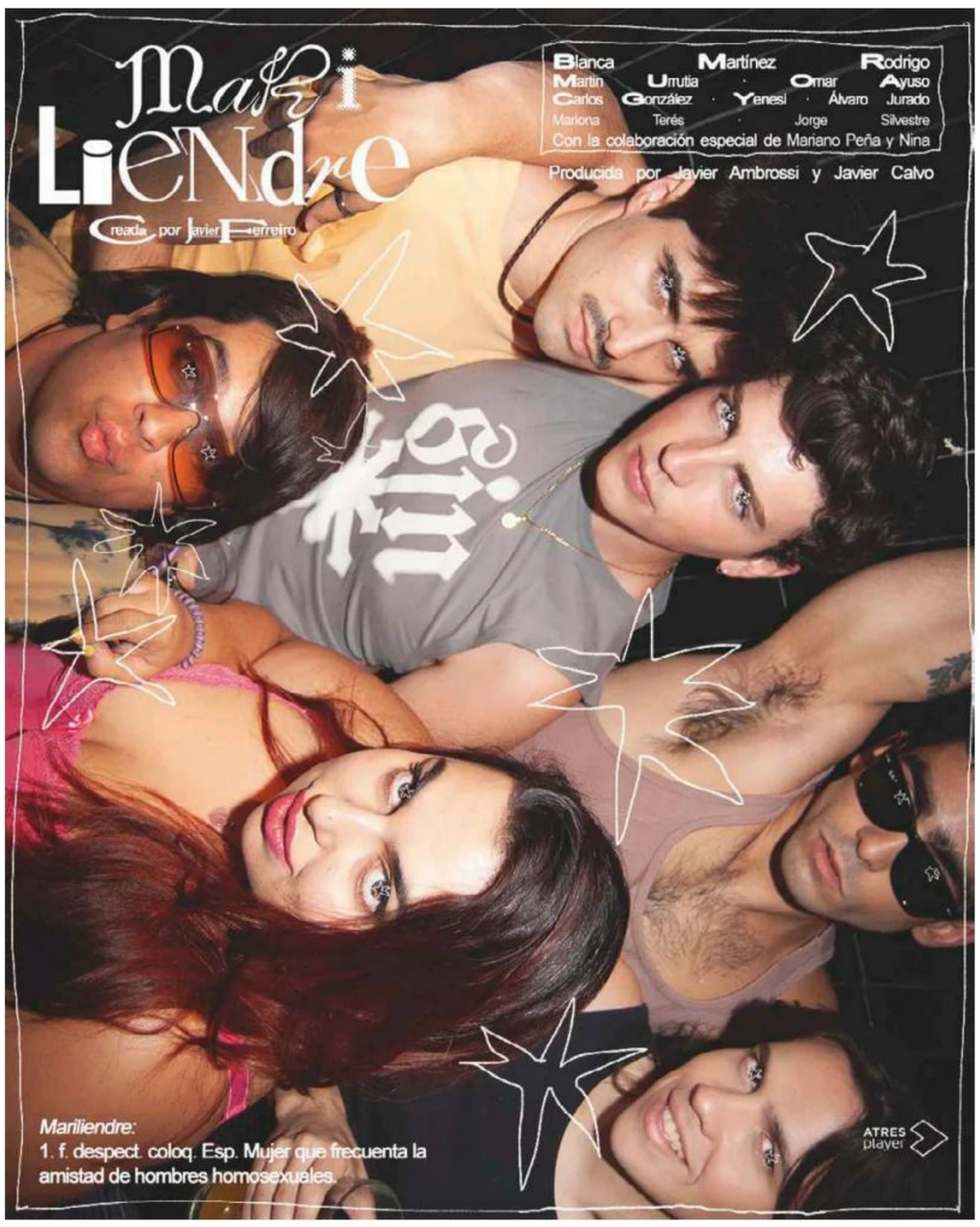
En el elenco de esta ficción también están Martin Urrutia, Omar Ayuso, Yenesi, Mariona Terés, Nina o Carlos González, como ese amigo que sirve de guía espiritual de Meri, la protagonista, ya en la edad adulta, cuando ella acaba de perder a su padre y revive con cariño sus mejores años de la primera juventud rodeada de quienes la convirtieron en lo que fue.

El reencuentro de Blanca Martínez y Carlos González supone la vuelta de una pareja que ya funcionó a las mil maravillas en *Todas las veces que nos enamoramos*, la producción de Netflix que protagonizó Georgina Amorós y en la que ambos se revelaron como dos intérpretes magnéticos. "Cada vez que veo a Blanca, si estoy mal, me pongo bien. Aparte de ser una de las mejores actrices con las que he podido trabajar, creo que es la mejor persona que conozco. Me provoca mucho placer ver cómo alguien se toma esta profesión con tal naturalidad, profesionalidad y dejando las tonterías a un lado", cuenta González. "Me emociono mucho hablando de Blanca. Este es el segundo proyecto que hacemos juntos y, si dios quiere, haremos un tercero", apunta.

Martínez, por su parte, ahonda en la primera vez que sus caminos se cruzaron: "Coincidimos hace años en un curso de Diego Betancor que duraba dos días y al que yo falté uno porque tenía una audición para el teatro. Hicimos *match*, pero nunca más nos volvimos a ver. Nos seguíamos en redes, nos dábamos la enhorabuena por un papel o comentábamos fotos, pero no fue hasta el casting de *Todas las veces* que nos volvimos a encontrar", recuerda. "Desde entonces, como uña y carne, como Pili y Mili a todos lados juntas. Si voy a un sitio, le invito; si va él, me invita a mí. Hoy hemos venido a esta entrevista juntos y ha dormido en mi casa, para que te hagas una idea. Esto ya es para siempre y lo mismo no está bonito contarlo, pero después de *Todas las veces*, en la fiesta de fin de rodaje, nos hicimos un tatuaje y yo me hice la c de Carlos y él la b de Blanca".

Esa conexión en la vida real los ha llevado a volver a rodar juntos. Pero no solo eso: también hay espacio para cantar y bailar a las órdenes de Belén Martí Lluch, integrante de la compañía Mucha Muchacha y responsable de las inolvidables coreografías de *La Mesías*. "Lo más duro y también lo más gratificante de este trabajo han sido los números musicales. Los veo y siento que te dan ganas de levantarte y ponerte a bailar en

Bajo estas líneas, póster de la primera temporada de la serie 'Mariliendre', que se verá en abril en atresplayer.



tu casa. De lo contrario, estás muerto por dentro", comparte la actriz. "Me he dado auténticas palizas con una *coach* vocal que me pusieron. Horas y horas de trabajo para vocalizar, respirar, colocar la boca en un sitio y mil cosas más que me ha enseñado. Con Belén hemos hecho ensayos, ensayos y más ensayos de los pasos. A mí bailar siempre me ha gustado y se me ha dado bien, pero eso es una cosa y otra es que te planten en medio de una serie musical. Ha sido muy duro, pero ha terminado siendo divertido y muy gratificante. Veo el resultado y me gusta", apunta.

Su compañero de *casting*, sin embargo, llega aquí después de que se haya visto en pantalla su recreación de Farinelli, en la serie *La vida breve*, y de encontrarse inmerso en una obra de teatro con otros tantos impases musicales. "Sin buscar lo de cantar, que era algo que no estaba en mis planes, de repente me lo piden en las audiciones y ahora es algo que me está llegando mucho: estoy en el teatro interpretando a una *drag queen* [*Massa Brillant*, en el Teatre Nacional de Catalunya] y también estuve en *Amar es para siempre* haciendo de… ¡otra *drag queen*! Mucha *drag queen*, a ver si me cae un asesino", sentencia.

Rompedora y fresca, *Mariliendre* cuenta una historia dura embalada en un precioso envoltorio en la que hay lugar para el duelo, la soledad y también la adicción. "Hay drogas que yo ni siquiera conocía", reconoce su protagonista, una reflexión en la que profundiza su compañero al hablar de Saúl, su *alter ego* televisivo: "Es un personaje que nos recuerda que por mucho que tengas una carrera y todo listo, si eres alguien sin amor propio, no puedes respetarte ni quererte. Entonces, se autodestruye y es capaz de llegar a lo que haga falta para encontrar a alguien que le dé una caricia. No busca sexo, busca ser escuchado, y aprovecha su dinero y su lugar para ser el rey de la fiesta".

Pero la ruptura de tabúes no termina en la ficción, porque tampoco es habitual que en el audiovisual español una serie la protagonice una actriz con el físico de Blanca Martínez: en pleno 2025 sigue sin existir un lugar destacado para los cuerpos fuera de lo normativo. "Todo el mundo pregunta sobre esto y me cuesta responder porque yo no soy nadie ni abanderada de nada. Tampoco me siento un referente, pero entiendo que igual hacer este papel sí es importante porque cuando era pequeña no había en televisión chicas de mi talla. A día de hoy, prácticamente ninguna. En la ficción no había nada más allá de la bruja mala como Úrsula [villana de *La Sirenita*], que está gorda", comparte la actriz con honestidad. "Ya es hora de que las protagonistas de televisión puedan tener todo tipo de cuerpos o tener todas las edades. Con las mujeres también pasa que, a partir de un momento determinado, ya no existen. Es hora de que se reflejen otras realidades", añade, para a continuación reflexionar sobre el efecto de su presencia en pantalla: "Con *Todas las veces* me escribió una madre para contarme que su hija de 13 años se había atrevido a ponerse no recuerdo qué prenda porque había visto a mi personaje con ella puesta. Me parece muy bonito, pero luego está el comentario de 'qué valiente' y en realidad, no: tengo un cuerpo y me pongo un bañador. Me tengo que vestir para salir a la calle", explica entre risas. El actor, por su parte, muy vocal desde sus inicios por la diversidad corporal, aporta un punto de vista similar: "Blanca es protagonista sin que la trama gire en torno al *bullying*. Aquí estamos hablando de una diva, una reina. De pronto, creo que esto hará que las chicas jóvenes con nuestros cuerpos, más disidentes, se sientan con el poderío que merecen". Una responsabilidad que, dice, no recae necesariamente sobre los actores: "Al final a nosotros nos llaman y vamos, pero los guionistas, productores y demás tienen que darnos la mano. Hacen falta guionistas maricas o mujeres porque yo sé, y esto no es de flipado, que cuando estamos en la pantalla a la gente le mola verlo porque se encuentran con ellos mismos. Se podría hacer más y no solo con los cuerpos gordos porque hay una gran cantidad de gente que no está representada en la ficción".

No obstante, González señala que vamos en una buena dirección y espera un nuevo papel protagonista. "Se está mejorando porque hay personas que cumplen lo que dicen. Estoy convencido de que voy a ocupar como actor y persona un lugar que creo que me merezco. Cuando hice *Maricón perdido*, la gente me decía: 'aprovecha porque de estos no te van a llover muchos'". "No pasa nada, he hecho secundarios y los haría toda mi vida porque tampoco se puede elegir mucho", añade emocionado. "Pero por eso me encanta que *Vogue* haya decidido incluirnos a nosotros dos en este número. Hay un futuro y hay esperanza".

"[En la* DIVERSIDAD] *se está mejorando porque hay personas que cumplen lo que dicen. Estoy convencido de que voy a ocupar como actor un* LUGAR *que* MEREZCO", *dice Carlos González.

Carlos viste mono y sandalias, de JIL SANDER BY LUCIE AND LUKE MEIER; *y camisa de* CAMPER. *Blanca lleva gabardina y zapatos, ambos de* MICHAEL KORS.

Maquillaje y peluquería: Olga Holovanova para Chanel y Shu Uemura. Ayudante de fotografía: Edu Orozco. Ayudante de estilismo: Paloma Gutiérrez. Ayudantes de producción: Micaela de Stasio y Patricia Cuadros. Agradecimientos: Ecija Abogados.

POR AMOR *a su* TIEMPO

El Museo Nacional Thyssen-Bornemisza inaugura una exposición en torno a la figura de MARCEL PROUST *y su relación con otros creadores de su época. Por* CECILIA CASERO.

El Museo Nacional Thyssen-Bornemisza tiene experiencia a la hora de buscar enfoques originales que susciten un nuevo punto de vista en sus exposiciones. Ya sucedió con la muestra *Picasso/Chanel* que se celebró a finales de 2022, por ejemplo. Una senda que abre la puerta a interesantes territorios colindantes con otras disciplinas afines como la moda, el cine o incluso la escritura, como es el caso de la próxima *Proust y las artes*, que pone en el centro la figura del genial escritor para construir un relato pictórico en torno a su vida y sus obras. La muestra, que podrá visitarse del 4 de marzo al 8 de junio en la pinacoteca madrileña, propone un recorrido alternativo a la tradicional biografía por la trayectoria de Marcel Proust (Auteuil, 1871 - París, 1922). No obstante, Fernando Checa, comisario de la muestra, advierte centrando el foco de la cita: "No es una exposición sobre literatura, es una exposición sobre arte. Obviamente habrá algunos ejemplares de *En busca del tiempo perdido*, pero es una muestra en la que los cuadros se ordenan según las ideas y los intereses del escritor".

Además de ser uno de los títulos más relevantes del siglo XX, la obra que menciona el curador –o, más concretamente, uno de sus personajes principales– es una suerte de hilo conductor que guía el viaje artístico por el universo del autor. "La exhibición toma el personaje de Elstir, el pintor de la novela, como referente para, a partir de él, reconstruir la fijación del francés con la modernidad en general y con la pintura impresionista en particular. "Los modelos de Elstir son, fundamentalmente, [Édouard] Manet, [Claude] Monet, [Pierre-Auguste] Renoir y pintores americanos como Harrison [Fisher] o [James McNeill] Whistler. Proust conocía a muchos de ellos personalmente y a otros los contemplaba en las colecciones pertenecientes a la alta burguesía y la aristocracia, que son las clases sociales que protagonizan el desarrollo de la obra", explica Checa.

Otro de los pilares de la cita museística tiene que ver con la fascinación de Proust con las innovaciones industriales de la época y con el cambio que provocaron en la forma de vivir (y de desplazarse) de él mismo y sus coetáneos. "Su vida transcurrió entre finales del siglo XIX y principios del XX. Es un momento en el que en las ciudades europeas se pasa de circular con coches de caballos a coches mecanizados. Proust es un enamorado de estos últimos, hace excursiones para ver las catedrales góticas y los paisajes de Normandía con su chófer, que además era su amante, y él describe la idea de la velocidad, de cómo los paisajes cambian a través de las ventanas del automóvil. También le gustaban el tren –por ejemplo Monet tiene toda una serie de cuadros preciosos sobre la estación parisina de Saint-Lazare– y los aviones. En la exposición se podrán ver cuadros de las primeras vanguardias en torno a este tema porque el cambio, la rapidez, el movimiento y las máquinas le llamaban poderosamente la atención. Un último aspecto de este bloque tiene que ver con las comunicaciones, a él le encantaba hablar con su madre y su abuela a través de las 'damas de la noche', como él llamaba a las telefonistas", desvela el comisario.

En el recorrido creativo de Proust hay dos escenarios muy concretos que tuvieron una enorme influencia en su devenir vital y artístico y que también tienen una rotunda presencia en la muestra. "París es la ciudad más importante para él y describe la ciudad de los grandes bulevares, de la ópera y de los jardines, fundamentalmente, del Bois de Boulogne. Eso se ve muy bien en la exposición, con cuadros de personajes paseando por estas avenidas. París también es la ciudad del teatro, una disciplina que a él le encantaba. Ahí es donde conoce a la gran Sarah Bernhardt [una conocidísima actriz de la época], que se transforma en el personaje de la Berma en su novela y de la que tenemos uno de sus mejores retratos, sino el mejor, firmado por [Georges] Clairin, pintor amigo de Proust". Junto a la capital parisina, la otra gran localización de la exposición es Venecia, lugar al que viajó dos veces y que obsesionaba al autor francés. "Es la ciudad del gótico, de la bruma y del misterio. Él es uno de los creadores del mito de Venecia como la ciudad de la decadencia, ruinosa, húmeda, aunque también del lujo y de los grandes hoteles. Las visitas que

FOTOS: WASHINGTON, NATIONAL GALLERY OF ART, WIDENER COLLECTION / RUÁN, MUSÉE DES BEAUX-ARTS / PARÍS, MUSÉE D'ORSAY.

realiza a la basílica de San Marcos y al Palacio Ducal son fundamentales", argumenta el curador.

Otro de los focos de la muestra, quizá el más sorprendente por poco conocido, es su conexión española a través de las figuras de Mariano Fortuny y Madrazo y Raimundo de Madrazo, de ahí que se hayan incluido algunos trajes y telas diseñadas por el primero de ellos –como un vestido *Delphos*, pieza de seda de minúsculo plisado icono absoluto de su trayectoria– para mostrar un tema, el de la moda, imprescindible para entender la figura del escritor francés. "Proust es un enamorado de los tejidos y es el autor que mejor describe la indumentaria y las corrientes estéticas en toda la historia de la literatura, sin lugar a dudas", afirma categórico el experto. Entre las prendas de vestir que se mostrarán en la exposición destacan también una capa con profusas decoraciones orientales, prácticamente desconocida, que Proust regaló a la hermana de uno de sus amantes, el compositor y cantante Reynaldo Hahn; así como una exquisita pieza que, casi con toda seguridad perteneció al escritor francés y que procede del Museu de Terrassa.

Preguntado acerca de la huella que le gustaría que la muestra dejara en los visitantes, Checa no vacila: "Me encantaría que leyeran a Proust. Es un literato complejo, las 7.000 páginas de los tomos de *En busca del tiempo perdido* te pueden producir rechazo pero si entras en él te engancha en el sentido literal del término". Y añade: "La variedad de sus gustos me parece bastante actual: Proust abarca todo y explica todo".

En la página anterior, 'Retrato de Marcel Proust' (1892), de Jacques-Émile Blanche. En esta página, arriba, 'La Dogana y San Giorgio Maggiore, Venecia' (1834), de Joseph M. W. Turner; y a la derecha, 'Interior de la catedral de Reims' (h. 1862), de Paul César Helleu.

HACE DE TODO *(y lo tiene todo por hacer)*

Tras su paso por el Benidorm Fest 2025, CELINE VAN HEEL, *la fotógrafa que posicionó a su abuelo como prescriptor de moda, ya se prepara para lanzar un* PRIMER DISCO *rebosante de ritmos latinos clásicos. Por* EVA BLANCO.

El nivel de multiculturalidad vinculado a los orígenes familiares y la propia historia personal de Celine van Heel es casi tan difícil de creer como de resumir. Nacida en Atenas en 1994, la fotógrafa y artista musical en ciernes creció en Alemania, estudió Periodismo en la Sorbona y, tras realizar unas prácticas en la firma sueca Acne Studios, pasó los primeros años de su carrera en París, trabajando como asistente de dirección en la revista de moda *L'Officiel*. En su trayectoria no escasean los hitos creativos, pero su salto a la fama definitivo se produjo el pasado enero, tras participar con la salsa *La casa* en el Benidorm Fest 2025. Aunque se quedó lejos de representar a España en Eurovisión, hace un balance optimista (y algo cómico) de su breve paso por el concurso. "Revisé la actuación justo cuando terminé y me vi estupenda. No me caí al bajar por las escaleras, que era lo más importante. Y tampoco desafiné. Así que, para tratarse de mi primer directo en *prime time*, creo que se puede considerar un éxito. Estoy muy orgullosa del trabajo que ha hecho todo el equipo", cuenta relajada la cantante, que al cierre de esta edición ya ultima la salida de su segundo single, un canónico bolero titulado *Mi mentira*.

Hija de padre holandés y madre española, la insólita historia de Van Heel merece la pena ser desgranada. Estando instalada en París, al llegar la pandemia decidió que, si tenía que confinarse, no había mejor sitio para hacerlo que la casa de sus abuelos maternos, en Galicia. Fue allí, en los montes coruñeses, donde un día cualquiera su abuelo, Andrés García-Carro, le pidió que le hiciera unas fotos. Para la sesión, encontraron una desfasada cámara dosmilera y escogieron un estilismo algo teatral, compuesto por un abrigo de piel, una blusa de seda y un cinturón argentino. "Al ver el primer retrato que le saqué, tuve como un cortocircuito mental porque él, de manera natural, tenía una pose imponente. Vi que desprendía carisma y me dije: '*Oh my God, there's something here!*'".

Así dio comienzo una de las iniciativas más locas y fructíferas de toda su vida. Decidió crearle una cuenta de Instagram a su abuelo bajo el pseudónimo de The Spanish King. El perfil fue creciendo en popularidad hasta posicionarse en los niveles de una celebridad local. Artistas como C.Tangana y marcas de ropa como Zara, Adidas o Carolina Herrera acudieron a su puerta para ofrecerle cameos en vídeos y campañas publicitarias. Van Heel aprovechó entonces el tirón para establecerse como su mánager y solidificar cada vez más su nuevo registro como fotógrafa. "Vi que ahí había algo de *panojilla* y me decidí a dejar mi puesto en *L'Officiel*. No solo ganaba mucho más como representante de The Spanish King, sino que podía hacer un montón de nuevos contactos. Lo que, a su vez, me iba a permitir crear un amplio portfolio de fotografía, un oficio que he aprendido sin ir a clases ni nada, todo tirando de tutoriales de YouTube y de la experimentación en sesiones caseras", comenta la polifacética emprendedora, que en 2021 también dirigió su primer cortometraje. Un proyecto en el que consiguió figurantes de la talla de Paula Cendejas, Jedet o Samantha Hudson.

Precisamente, gracias a un episodio sucedido por mediación de su abuelo, Celine van Heel se ha lanzado ahora a probar suerte en la industria musical. Fue hace dos años, en el contexto del Benidorm Fest 2023 que terminó ganando Blanca Paloma, cuando The Spanish King participó en la puesta en escena de la actuación de Alfred García, con la canción *Desde que tú estás*. "Como buena mánager, acompañé a mi abuelo a vivir esta experiencia. Estuve una semana allí, disfrutando del *backstage* y los ensayos, y me encantó. Me pareció superdivertido. Recuerdo que había un piano en el hotel. Es un instrumento que he tocado desde pequeña. Así que, una noche después de cenar, le dije: '¡Alfred, ven para acá que te voy a enseñar los talentos que tengo yo escondidos!' [risas]. Y él debió ver algo en mí, porque enseguida me animó a presentarme a alguna de las próximas ediciones del festival y se ofreció a ayudarme a componer un disco conmigo", explica sobre su reciente participación en el Benidorm Fest.

Ese tándem creativo que ha establecido con Alfred ha dado lugar al que será su primer álbum, un trabajo de producción independiente que previsiblemente verá la luz esta primavera. ¿Y por qué arrancarlo todo con una salsa como *La casa*? "Para añadir más complejidad a mi árbol genealógico, mi abuela materna, que es española, tiene también orígenes mexicanos. Ella es quien me ha inculcado la pasión por la música desde pequeña. De hecho, yo me sé rancheras que no están ni en Spotify. También le encantaba el mundo de la salsa y Celia Cruz. Le debo mucho. Por eso, este sencillo y todo mi primer álbum es un homenaje a ella y a los ritmos latinos clásicos", ahonda sobre un trabajo musical en el que prima una búsqueda de sus raíces musicales. "De cara a un segundo disco, ya tendré tiempo de explorar otros registros, pero era importante empezar abordando los sonidos más tradicionales".

"*Quiero ser un* PERSONAJE. *Y la música es una de las cosas que propongo. Al final, todo forma parte del mismo* PROCESO CREATIVO".

Sobre si este año marcará el punto de inflexión en el que su trayectoria pasará a estar puramente focalizada en cantar y componer, Van Heel prefiere dibujar un panorama mucho más amplio. "En 2025, quiero centrarme en lo musical, sí, pero también en el hecho de estar frente a la cámara y no solo detrás de ella", confiesa. "No quiero que suene prepotente, pero siento una gran autoconfianza en este momento. Me veo con mucho poder, no solo sobre el escenario, sino interpretando, siendo modelo, presentando algún formato... Es decir, *talent* en general. Quiero ser un personaje. Y la música es una de las cosas que propongo. Por otro lado, la gran pasión que tengo por la fotografía nunca se irá. Al final, para mí todo forma parte del mismo proceso creativo: el de contar una historia. Ya sea a través de fotos, dirigiendo vídeos o cantando en el escenario", sentencia.

FOTO: CARMEN BARCELO.

La última novela de AIXA DE LA CRUZ *se asoma a los abismos de nuestro tiempo. 'Todo empieza con la sangre' sigue, por caminos que exceden los límites de la norma y la razón, la historia de una mujer en busca de la forma más sincera de amor. Por* ALBA CORREA.

Más ALLÁ *de la* PIEL

Como Violeta, la protagonista de su nueva novela, Aixa de la Cruz (Bilbao, 1988) devoró entre los 10 y los 14 años todos los folletines románticos decimonónicos que cayeron en sus manos: "Los leía con la voracidad con la que ahora vemos Netflix". Tal vez por eso quiso escribir ella uno. Acarició durante mucho tiempo la idea de una reescritura de *Cumbres borrascosas*, una historia romántica de muchos capítulos. Y, si en *Todo empieza con la sangre* (Alfaguara) el lector sigue los pasos de Violeta, contagiándose del pulso acelerado de su corazón y sintiendo sus vientos interiores que parecen siempre cambiantes, este no tarda en comprender que bajo esa piel que quiere erizarse y herirse, abrirse al otro, palpita una búsqueda todavía mayor.

"Es muy difícil entender la búsqueda del amor de una forma que no esté conectada de alguna manera con lo espiritual", reflexiona De la Cruz en conversación con *Vogue* España. Desde su vínculo imborrable con un amor de la adolescencia, un chico llamado Paul, hasta su intento más convencional de relación con Salma, una artista con la que compartirá una convivencia de fuerzas asimétricas, Violeta se muestra sensible, permeable y porosa a las personas de las que se enamora, al tiempo que parece querer vivir solo de lo que sedimenta en ese amor. Pero su corazón no detiene nunca la caza de una emoción tan perfecta como inasible. "Tenía en mente un personaje con un vacío muy grande del que desconoce el origen y al que intenta también ponerle un nombre". Una intuición que podemos sentir recorriendo el pulso de nuestros días y que aflora tanto en conversaciones como en los resultados que arroja el algoritmo. La autora se atreve a sumergirse así en una exploración en la que los procesos son casi más relevantes que el hallazgo de certezas.

Entre encuentros más o menos fortuitos, rupturas, desencantos y la precariedad material tan característica de su generación, la protagonista se encuentra a sí misma haciéndose las preguntas que nunca pensó llegar a hacerse. Como le ocurre a la escritora que le ha dado vida y también a muchos de quienes se contarán entre los lectores de esta novela, Violeta quiere intentar abrirse a otras maneras de conocer el mundo no regladas por la razón y dinamitar el cinismo que la separa de su espiritualidad.

En algún momento, Dios parece convertirse en la respuesta de la búsqueda de Violeta. Se abre paso en su mente la posibilidad de la fe, o la intuición de que aquello que perseguía fuera, y que siempre parecía imperfecto, podría residir, puro aún, dentro de ella. Aquí, la autora de *Las herederas* y *Cambiar de idea* recorre una vía poco explorada, aunque poderosamente latente en la literatura de hoy. "Podemos buscar espiritualidad en las religiones de siempre, en un encuentro con esta idea de que existe una interioridad, que es lo que creo que las versiones más desacralizadas de las religiones orientales nos acaban diciendo. Y luego está la tercera vía, en la búsqueda de esta vinculación romántica con el otro", aventura. "Podríamos empezar a entender la búsqueda sentimental del otro como una búsqueda de lo espiritual".

Ante esta posibilidad, Aixa de la Cruz se encuentra con el reto de surcar el cortafuegos que levantaron las generaciones anteriores, aquellos que sobrevivieron, entre el rechazo y el trauma, a su educación católica. "En la generación de nuestros padres había una asociación absoluta entre la religión católica y cualquier búsqueda espiritual. Para muchas personas, su conexión con el catolicismo se rompió de forma irreparable a causa de prácticas concretas. Su odio no tiene que ver con los Evangelios, sino con el maltrato o los abusos que sufrieron en instituciones de enseñanza católica", reflexiona la autora. "Esto cercenó su posibilidad de tener un desarrollo espiritual, porque aquello les sonaba a catolicismo, y también habían elegido el ateísmo como una forma de ir contra la dictadura franquista". Esto, cuenta Aixa de la Cruz, le permitió llegar hasta la Biblia por vez primera, y en la edad adulta, con "una fabulosa limpieza en la mirada" que le permitió disfrutar de la lectura. Así, comprendió que podía acercarse a aquellos códigos de una manera diferente. "No tienes por qué ir por los cauces de la religión para entrar en un compromiso con tu proceso espiritual, pero es que además, incluso si eliges los símbolos viejos, también están ya, de alguna forma, más limpios, más a tu alcance para ser resignificados".

El viaje interior de Violeta llega hasta el lector en episodios que permiten atravesar su historia, en un juego de espejos de claridad psicoanalítica. "Cuando no eres consciente de cuáles son las heridas del pasado que condicionan tu presente, todo te parece caótico, azaroso y no sabes por qué siempre atraes lo mismo. Pero en el fondo hay un sentido, y en el momento en el que te das cuenta de que eres tú quien está buscando, aunque sea de forma inconsciente, a un patrón determinado de personas, te colocas en el centro de tu narrativa y empieza a haber cierto aprendizaje", explica la escritora, cuyo propio proceso psicoanalítico le ha servido como catalizador para dar con la especial estructura de la novela y contar mejor la historia de Violeta, quien desde niña arrastra un magnetismo hacia situaciones que la colocan en una posición de inferioridad. "Para mí, lo más interesante del psicoanálisis es cómo se arma un discurso donde se contrapone continuamente el presente vivido con ese pasado que explica el síntoma del presente. Buscando el origen", concede.

Si su anterior novela, *Las herederas*, nos conducía a preguntarnos qué nos enferma en la sociedad de hoy, *Todo empieza con la sangre* ensaya, según su propia autora, con aquello que nos podría sanar. "He sentido que estaba escribiendo algo bastante luminoso a pesar de la oscuridad que contiene", explica. De la Cruz deja entrar una luz nueva, haciendo a un lado su propio escepticismo hacia lo espiritual, sirviéndose de sus personajes para verbalizar otros modelos de convivencia, de amor y de habitar el mundo, y dejando que su literatura se adentre en las posibilidades de la mística. En la novela, conviven algunos de los más acuciantes dilemas de nuestro tiempo, representados en la tormenta interior de Violeta, y la autora experimenta con nuevas constelaciones para orientarse en la noche.

***"Es muy difícil entender la búsqueda del* AMOR *de una forma que no esté conectada con lo* ESPIRITUAL".**

FOTOS: BOO GEORGE, CORTESÍA DE ALFAGUARA.

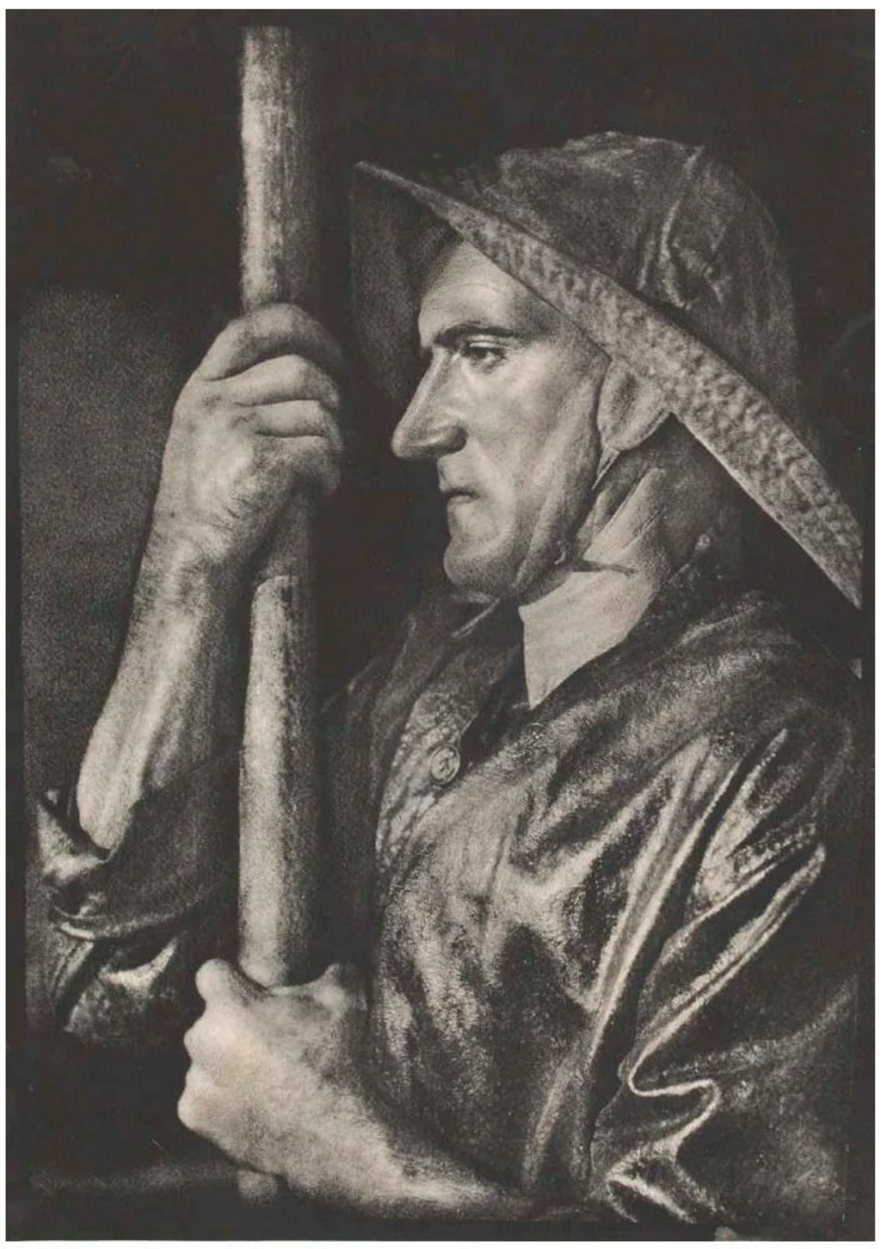
RETRATO *de* UN PAÍS

Con más de 24.000 originales fotográficos en su colección (y otras tantas piezas de diferentes disciplinas artísticas), el MUSEO UNIVERSIDAD DE NAVARRA *se ha convertido de oficio en la hemeroteca visual más completa de la historia reciente de España. Por* CECILIA CASERO.

El Museo Universidad de Navarra (MUN) es un caso insólito por varios motivos. Primero, por ser un centro artístico asociado a una institución académica, una cualidad que comparte con otros pocos en nuestro país a pesar de ser algo habitual en el mundo anglosajón; y segundo –y más importante–, por acumular unos fondos fotográficos absolutamente inéditos en España –por contenido, valor histórico y tamaño–, tanto como para ser conocido de manera oficiosa como 'el Prado de la fotografía'. La historia del MUN arranca con la donación de más de 3.000 imágenes, además de miles de negativos, que José Ortiz Echagüe (1886-1980) realizó en 1981 a la universidad. Casi 30 años después, en 2008, la coleccionista navarra María Josefa Huarte (1927-2015) donó a la misma institución su colección de arte contemporáneo, que incluía piezas de Kandinsky, Rothko y Picasso, con la condición de abrir un museo que la albergase y la petición de que este fuese obra del arquitecto Rafael Moneo. Posteriormente, en los años 90, el organismo se puso en contacto con Rafael Levenfeld (1955-2023) y Valentín Vallhonrat, artistas, fotógrafos y gestores culturales,

FOTOS: CORTESÍA DEL MUSEO UNIVERSIDAD DE NAVARRA.

En la página anterior, 'Bercianos de Aliste. Viernes Santo' (1971. Gelatinobromuro), de Rafael Sanz Lobato. En esta página, a la izquierda, 'Remero vasco' (c. 1931. Carbón directo sobre papel fresson), de José Ortiz Echagüe; y a la derecha, 'Bailarina de escuela bolera' (1951-1954. Papel a la sal), de Alphonse de Launay.



quienes plantearon la creación de una colección de imágenes desarrollada en o sobre nuestro país con autores que hubiesen trabajado aquí, ya fuesen nacionales o extranjeros. "Existían catálogos fotográficos sobre Francia e Inglaterra, pero no sobre España. Cuando ibas a comprar las obras, casi te las regalaban porque no había un mercado en torno a ellas. Levenfeld y Vallhonrat vieron ahí una gran oportunidad de ir creando esa colección. Se procedió sin hacer ruido, para que no se dispararan los precios y porque la universidad siempre intenta hacer las cosas con profesionalidad, discreción y mentalidad de servicio", explica Jaime García del Barrio, director general del MUN. Tiempo después, en 2015, el deseo de Huarte se cumplía y el museo abría sus puertas en un edificio proyectado por Moneo en el campus.

En la actualidad, la colección aglutina más de 24.000 originales fotográficos, 250.000 negativos, así como 1.500 piezas de otras disciplinas artísticas como pintura, escultura, dibujo o videoarte. "Es la colección de fotografía sobre España más completa que hay. Además, desde el año 2000 se invita a que diferentes artistas estudien los fondos y planteen proyectos en un contexto académico", revela el gestor. Ahora la exposición *Colección Museo Universidad de Navarra. Cuatro décadas*, que se podrá visitar hasta el próximo 24 de agosto, celebra la primera década de vida del museo. En ella se brinda una visión completa de la evolución de la colección desde que se inició a principios de los años 80. Además de los fondos fotográficos, la muestra incluye también obras de pintura y escultura, y pretende ser un reflejo del desarrollo de las artes visuales en la construcción de las imágenes que facilitan el conocimiento y comprensión de la realidad.

El foco en España que idearon en su día Levenfeld y Vallhonrat para el catálogo fotográfico permite que el discurso narrativo sea múltiple y diverso y que abarque segmentos tan diferentes como la arquitectura, el urbanismo, el arte, la historia o la moda. Además, la colección también es un repaso histórico excepcional de todas las técnicas, desde el daguerrotipo y el calotipo, hasta los carbones y los papeles a la sal. "Hemos hecho proyectos volviendo a procedimientos antiguos porque hay que explorar el pasado para tener un discurso más completo en el presente", justifica García del Barrio.

Además, dada la filiación académica del centro, el MUN cuenta con una intensa programación divulgativa y formativa que incluye residencias artísticas. "Cualquier museo primero tiene que servir a su comunidad más próxima y, en nuestro caso, es la universidad [el 39 % del público de la institución son jóvenes de 15 a 30 años]. Le contamos la programación a los profesores para que puedan plantear sus asignaturas sobre las exposiciones que va a haber", explica el responsable. Una vocación que pretenden seguir cultivando en el futuro: "En los próximos 10 años queremos profundizar en ese apellido universitario que le da un matiz investigador y didáctico que nos parece muy relevante".

Un SUEÑO *cumplido*

La librería OCHO Y MEDIO *celebra 30 años como buque insignia de los libros de cine; y lo hace con* MARÍA SYLVEIRO *al frente de la titánica empresa de mantener vivo el espacio en tiempos de 'e-commerce'. Fotografía* SILVIA RETANA. *Por* ALBERTO SISÍ.

Por una carambola del destino, Jesús Robles y María Sylveiro se vieron a principios de los 90 como responsables de la librería que ocupaba una de las dependencias de los cines Alphaville de Madrid, ahora conocidos como Golem. "Jesús era sociólogo de formación y había estudiado también políticas. Por aquel entonces era *broker*. Todo sucedió porque un amigo que llevaba el negocio se quería marchar de Madrid y nos lo ofreció. Como él sí podía compaginarlo, nos lo quedamos. Al principio fue un divertimento, pero cuando vimos que todo iba bien y nos gustaba, que hacíamos amistades dentro de la industria, decidimos que seguíamos", rememora Sylveiro frente a un café en el local situado justo enfrente de la mencionada sala de cine, la librería Ocho y Medio que regenta en la actualidad. Cruzaron de acera en 1995. "Creo que abrimos en enero o febrero, pero no me acuerdo. Jesús era el que llevaba todo eso. Cuando inauguramos yo todavía trabajaba en otro sitio", apunta.

Treinta años después, Ocho y Medio se ha convertido en referente para los cinéfilos y en uno de los poquísimos establecimientos especializados en cine de todo el territorio español. "Nos gustaban mucho los libros. Hemos tenido muchísimos en casa y yo sigo leyendo, aunque Jesús lo hacía aún más. También nos gustaba mucho el cine y el teatro, pero cuando digo mucho es mucho. Vimos la combinación perfecta". Situada en el número 11 de la calle Martín de los Heros, eso es lo que guarda entre sus paredes: libros de historia, autores y películas, y también una pequeña mesa con novedades editoriales generalistas. El comercio físico pierde fuerza cada año y hay que atraer a la clientela, motivo por el cual, desde hace unos años, disponen a un lado de una pequeña cafetería. "Los estudiantes compraban antes libros porque no había dónde buscarlos. Ahora no tiene nada que ver, es otro mundo", explica la librera.

En 2013, Jesús falleció y María se quedó sola al frente del negocio. Ya eran entonces figuras indis-

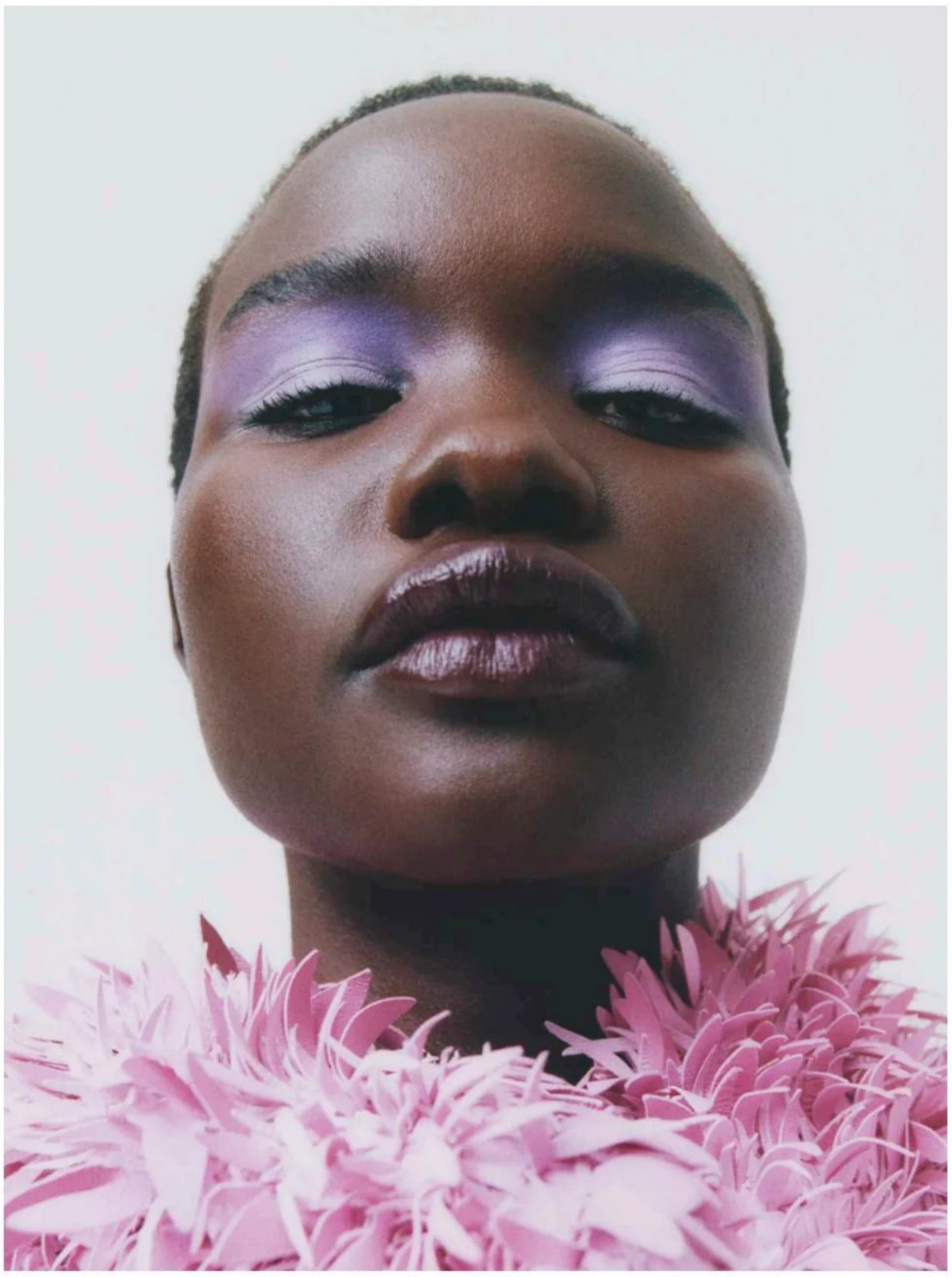
En la página anterior, detalle del interior de la librería Ocho y Medio. A la izquierda de estas líneas, María Sylveiro, la mujer que dirige este templo de la cinefilia. Debajo, detalle de la zona de cafetería.

pensables dentro de la industria cinematográfica española sin pertenecer en realidad a ella. No hay nadie que se dedique al cine en la capital que no los haya conocido en algún momento y tal sigue siendo la influencia de la librera y el lugar que regenta que a finales del pasado noviembre se alzaba con el Premio Homenaje a Profesionales de la Academia de Cine, un reconocimiento que se otorga a quienes forman parte del sector pero no se dedican a las profesiones tradicionalmente asociadas a él. "Sinceramente, me encanta que me den este premio, pero no lo entiendo muy bien", se pregunta Sylveiro con una timidez que es quizá su rasgo más reconocible. "Se lo dije a Fernando Méndez Leite [presidente de la Academia], que somos muy amigos: '¿Por qué me lo dan a mí?'. Me dijo que porque soy un referente de la cultura del cine. Y me emociona que hayan pensado en mí, pero no soy guionista, directora, montadora ni nada".

La librería es lugar de encuentro para gente interesada en este arte, también para profesionales del medio, aunque una de las máximas de Sylveiro desde la apertura del local ha sido la de no incordiar a ninguno de los que pasan por allí. "Si entraran Nicole Kidman o Robert De Niro me quedaría muy sorprendida, pero no soy nada mitómana. Justo por eso creo que puedo estar aquí. La gente viene y tiene que estar como en su casa porque si los agobias no vuelven. Todo el mundo tiene derecho a tomarse un café tranquilo", sentencia.

Sylveiro ha vivido la transformación de Madrid en primera persona. El barrio de Argüelles ha pasado de ser uno familiar de los de toda la vida, a ser otro enclave fagocitado por el fenómeno de la *hiperturistificación*. "Yo recuerdo cuando pasear por la Gran Vía era ver cines todo el rato. No soy de Madrid, soy de Bilbao, pero me da mucha pena. Al final llevo viviendo aquí más años que allí. El cambio de esta ciudad ha sido enorme, pero supongo que no queda más remedio que adaptarse a los tiempos". A pesar de todo, tanto la librería como los cines resisten, en un momento en el que no se compran libros físicos ni se va a las salas como antes. Fueron ellos los impulsores de un pequeño paseo de la fama que se inauguró en 2011 y que se puede visitar unos números más abajo. "Hemos creado una asociación de comerciantes de esta calle porque queremos revitalizar este tramo: volver a poner estrellas, por lo menos una al año, o que haya luces aquí en Navidad".

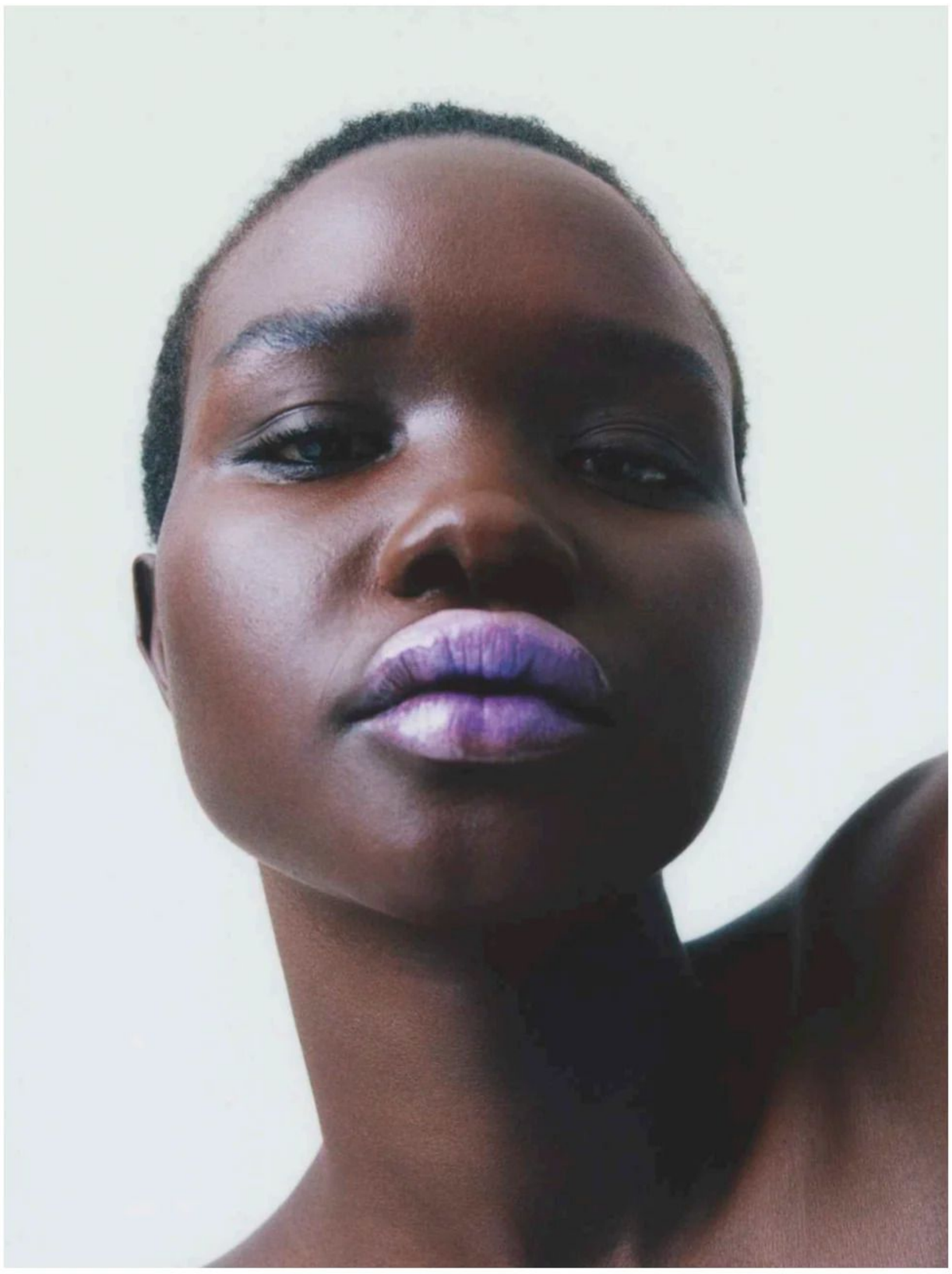
Hablar del relevo en Ocho y Medio supone tocar una fibra sensible. "Justo has dado en la herida porque lo tengo que pensar y solucionarlo pronto", comenta. "Relevo natural sería mi hija, pero no va a ser. Tiene otros intereses dentro de esta industria y no le puedo hacer esta faena. Estoy viendo otras alternativas como retirarme y seguir controlando desde la lejanía", añade. Si el espacio cumple o no otros treinta años, solo el tiempo puede decirlo. Lo que sí está claro ahora mismo es que Sylveiro ha superado todos los obstáculos para mantener el lugar vivo. Incluso esa mencionada timidez que se adivina casi enfermiza. "¿Que si la he podido superar? Estoy hablando contigo. Yo no me he inventado que soy una persona tímida. Lo soy y mucho, pero no me lo puedo permitir", responde antes de despedirse.



DULCE PERDICIÓN

De VIOLETAS *difuminados a* AZULES *acuarela, el maquillaje de primavera se suaviza con pictóricos tonos* PASTEL, *más rompedores que coquetos. Fotografía* FELICITY INGRAM. *Estilismo* ENIOLA DARE. *Por* TISH WEINSTOCK.

En la página anterior, un efecto pastel lavado conseguido con la sombra de ojos Eye Tint de ARMANI BEAUTY, *en tono Sakura. El abrigo es de* BOTTEGA VENETA. *En esta página, el efecto charol llega a los labios, con el Gloss Bomb Cream Color Lip Drip de* FENTY BEAUTY, *en tono Mauve Wives.*



En esta página, labios con el Gloss Bomb Cream Color Lip Drip de FENTY BEAUTY, *en tono Mauve Wives. En la página siguiente, un torrente primaveral de aguamarina en la línea de las pestañas. La chaqueta de lona de algodón es de* CHLOÉ.

Directora de belleza: Jessica Diner.
Peluquería: Anna Cofone.
Maquillaje: Hiromi Ueda.
Manicura: Michelle Class.
Producción: Chloé Medley.
Retoque digital: Dtouch London.
Modelo: Akon Changkou.

El pasado mes de septiembre, observé horrorizada cómo un aluvión chirriante de párpados lilas y labios nacarados inundaba las pasarelas de primavera-verano 2025. Cuando yo, gótica redomada, aún me relamía con el reciente renacer de la estética *dark*, vi que empezaba a proliferar un nuevo espíritu que, al menos en apariencia, no podía ser más mono y discretito.

En materia de estilo, pelo y maquillaje, siempre he sido de la escuela de Morticia Addams: "¡El negro es un color tan feliz!". La sombra de ojos malva y los labios de algodón de azúcar eran para mí líneas rojísimas… o eso creía yo. Bastó con compartir una sesión de fotos con la legendaria Pat McGrath para cambiar de bando: eliminó cualquier rastro de mis cejas e iluminó unos rasgos antes mortecinos con sutiles pinceladas de verde arsénico y malva apagado hasta que, por arte de magia, me convertí en una dulce señorita. La maestra me había enseñado cómo mostrarse delicada y subversiva al mismo tiempo y, analizándolo mejor, eso es precisamente lo que presenciamos en los citados desfiles de primavera: tonos pastel para un mundo post-Brat.

En la fastuosa fantasía Disney que puso en escena Coperni, reinaron los violetas pálidos, declinados sin embargo con atrevidos *eyeliners* gráficos y cejas definidas que recordaban más a Úrsula que a Ariel. "Los tonos pastel tienen la capacidad de transformarse", dice McGrath, artífice del *look*. "Son atemporales pero pueden resultar muy novedosos dependiendo del acabado o de cómo los combines". Lo mismo ocurrió en Dries Van Noten, donde Lucy Bridge apelmazó las pestañas en suaves tonos reflectantes. "Quisimos darle un giro al maquillaje aplicando un naranja pastel fluorescente en ojos y mejillas, combinado con cejas decoloradas para generar extrañeza". Pero esta creciente estética no se reserva solo a las pasarelas. Recordemos a la modelo Gabbriette y sus característicos pómulos flor de cerezo, unidos a unas finísimas cejas y un delineado completo color carbón; o bien la seductora sirena FKA twigs, con la mirada verde extraterrestre que lució hace poco en una *rave underground* en Nueva York.

La clave de esta tendencia es generar tensión a través de tonos excéntricos, lilas amoratados, verdes tóxicos y naranjas estridentes. La maquilladora Hiromi Ueda ha estado experimentando con todo ello en su trabajo: "Llevar tonos pastel de tal modo que resulten osados y modernos en lugar de coquetos o románticos, haciendo hincapié en los contrastes y las combinaciones inesperadas", instruye. "Una mirada pastel con unos labios oscuros rompe los esquemas", añade Ammy Drammeh, cuya paleta de sombras de primavera-verano 2025 para Chanel Beauty es una oda a los neones tenues. ¿Algo más? Contrarrestar la ternura con un rabillo marcado o unas cejas acentuadas. O mejor aún, fuera cejas. Ante todo y sobre todo, como siempre, actitud y personalidad.

TRADUCCIÓN Y ADAPTACIÓN: ESTHER GIMÉNEZ.

La diseñadora Pepa Salazar posa luciendo su melena de 90 centímetros con top de NIKE; *mallas de* COPERNI; *zapatos de* GIVENCHY; *y bolso de* PEPA SALAZAR.

UN PLAN DESCABELLADO

Con una MELENA *que no corta desde hace 12 años, la relación de* PEPA SALAZAR *con su cabellera es tan peculiar como reflexiva. Conversamos con la diseñadora sobre el papel estético y metafórico que el* PELO *juega en su vida, y en la de otras muchas mujeres a lo largo de la historia. Fotografía* AITOR LASPIUR. *Por* NUALA PHILLIPS.

De raíz a puntas, la melena de Pepa Salazar mide 90 centímetros. Con este dato en mente no es de extrañar que para la diseñadora su pelo se haya convertido en mucho más que un rasgo físico. Es, tal y como ella misma apunta, una seña de identidad. "Quiero llegar a un largo ridículo. Ese es mi objetivo", sentencia con el semblante serio. "Que la gente me vea por la calle y se pregunte: 'Ay ¿pero por qué?'", continúa ya desternillada con el moño oculto en una de sus características capuchas.

Hace exactamente 12 años que la valenciana no pisa una peluquería y 15 desde que comenzó esta hazaña, cuando menos, descabellada. Todo un ejemplo de objetivos cumplidos en el que el quid de la cuestión pasa por, según adelanta, vivir en los márgenes de las tendencias capilares. "No sé si está bien que diga esto aquí", duda por un momento, "pero la realidad es que para que el pelo crezca, hay que dejarlo descansar y no hacerse nada. El truco es que sea natural: no teñírtelo, no cortártelo. Nada. Yo tengo pánico a que alguien se acerque a mí con unas tijeras. Las últimas veces que iba a arreglármelo, hace ya muchos años, pedía verme con un espejo de mano la espalda, para así controlar que no se llevasen más de la cuenta. Hoy soy yo la que muy, muy de vez en cuando, cojo unas tijeras y me corto un centímetro a lo sumo".

En su caso, la obsesión por este largo extremo se ha ido agudizando con los años. Así, lo que comenzó como una especie de broma interna se ha convertido en una parte más de su personaje. "La idea me la dio mi amiga Juna, que tiene una de esas melenas asiáticas increíbles: gruesa, negra y larguísima. Un día me comentó que le molestaba para ciertas actividades y yo dije, 'ah, qué cosa tan rara, que te moleste el pelo. Yo quiero probar también'".

Una motivación menos poética de lo esperado que, sin embargo, con los años ha ido cobrando profundidad. De hecho, ella misma desgrana que esta peculiar relación con su cabello es algo que se extiende a través de generaciones en su familia. "A veces tengo pesadillas con que alguien se me acerca por la calle y me pega un tijeretazo", explica. Una fobia que podría parecer inverosímil, pero que cobra relevancia cuando la diseñadora profundiza en su origen. "Esto es algo muy loco que le pasó a mi abuela. No lo recuerdo muy bien, pero me lo contó siendo yo pequeña: iba paseando cuando una persona que no estaba bien se le acercó por detrás y le cortó un mechón", rememora dando un sorbo a su té sin dar mayor importancia a lo extraño del caso. Y aunque Freud fuese calvo, no hace falta ser un experto para entender que quizás ahí radique parte del origen de estas filias y temores. No en vano, a medida que avanza la conversación la diseñadora confiesa que el trauma familiar no termina ahí: según ha podido saber, también su bisabuela sufrió un episodio de lo que podría denominarse *violencia capilar* durante la Guerra Civil. "La metieron en la cárcel por *roja* y le raparon la cabeza como castigo. Era una cosa que se hacía mucho, supongo que con la intención de desnudarte o despojarte de tu identidad", reflexiona. "También el pelo en muchos sentidos se relaciona con nuestra feminidad y, en esa época, imagino que ser femenina era muy importante. Al final no deja de ser una manera de decir: 'Eres fea', ¿no?".

De este modo, lo que podría parecer un tema superficial es, a medida que se desenredan las referencias, un asunto de estudio que profundiza en esa relación entre melena y mujer. "Está claro que se puede ejercer violencia hacia nosotras a través del pelo y, a la vez, también podemos convertirlo en un arma de liberación", defiende. "Piensa en personajes históricos como las brujas, que eran esas mujeres de melena larguísima, o en la gente que se lo ha rapado en señal de protesta. Al final, para muchas, el pelo es definitorio incluso a nivel identitario".

Sin duda, para ella lo es. Una extensión de su persona que a ella le costó años encontrar, en parte también por ese espíritu rebelde que se asocia a los años adolescentes. "Cuando era pequeña me hice de todo. Me rapaba con la maquinilla de mi padre, me lo teñía entero, me hacía *mullet*s o me pegaba extensiones con una soldadora de la clase de tecnología que me llevé a casa. Mi madre nunca me ha dicho nada, solo una vez que llegué con una estrella rapada que parecía un Miró me dijo que por qué no lo dejaba descansar un poco", ríe.

Ahora, ya con la fase de experimentación superada, el cuidado que le dedica es mínimo. "A veces me preguntan: '¿Pero cómo haces para lavártelo?'. Porque la gente se piensa que es una locura, pero simplemente me tengo que cepillar el pelo antes de ducharme (porque si no se me enreda demasiado), luego me lo enjabono, me pongo el acondicionador y ya", desgrana. Una rutina sencilla que solo complementa con dos tratamientos anuales. "Uso un champú de la marca Farma Dorsch, que se rumorea que es el que usa la reina Letizia", apunta con una carcajada. "Esto lo descubrí después, ¿eh? Pero vamos, es un champú normal: anticaída, antiedad y libre de sulfatos y de siliconas. Más allá de esto, me tomo unas pastillas que se llaman Vitacrecil Complex Forte cada seis meses y una vez al año me hago un tratamiento hidratante de queratina de manzana en la peluquería que lleva como cinco horas y es un infierno. A este tratamiento yo lo llamo *el poni*, porque siempre salgo de allí hecha un auténtico poni".

> "PARA MUCHAS, EL PELO ES DEFINITORIO INCLUSO A NIVEL IDENTITARIO".

Un ritual que podría sumarse a tantos otros que, tras esta entrevista, Salazar comparte para ilustrar el papel definitorio que la melena ha jugado a través de la Historia: de cuadros que rinden homenaje a seres queridos con mechones que crean motivos pictóricos, a un manual de la Inquisición de 1486 que afirmaba que el pelo de las brujas debía ser rapado por sus poderes asociados. Incluso un pasaje que referencia el guardapelo que Voldemort usaba en el sexto libro de *Harry Potter* para guardar una parte de él, pese a que, tal y como apunta la diseñadora, el villano era absolutamente lampiño. "También en *Nosferatu* una de las protagonistas entrega un guardapelo", reflexionaba unos días antes, cuando la conversación derivó hacia el significado histórico de este elemento. "Supongo que era lo más íntimo que podías dar de ti en esa época en la que no se llevaban los *nudes*, ¿no?". Y aunque reconoce que ella nunca ha regalado ningún mechón, puede que cuando llegue el momento de resetear, tenga para rellenar unas cuantas joyas. Un punto de inflexión, el del corte, que según adelanta todavía queda lejos. "Me he puesto como objetivo que me llegue hasta la rodilla", concede. "Ahora lo llevo por debajo del culo, así que me queda un fémur para alcanzar mi objetivo. Un fémur de cordura".

Top de NIKE; *mallas de* COPERNI; *zapatos de* GIVENCHY; *y bolso de* PEPA SALAZAR.

PELUQUERÍA: FERNANDO TORRENT. MAQUILLAJE: LUCAS MARGARIT.

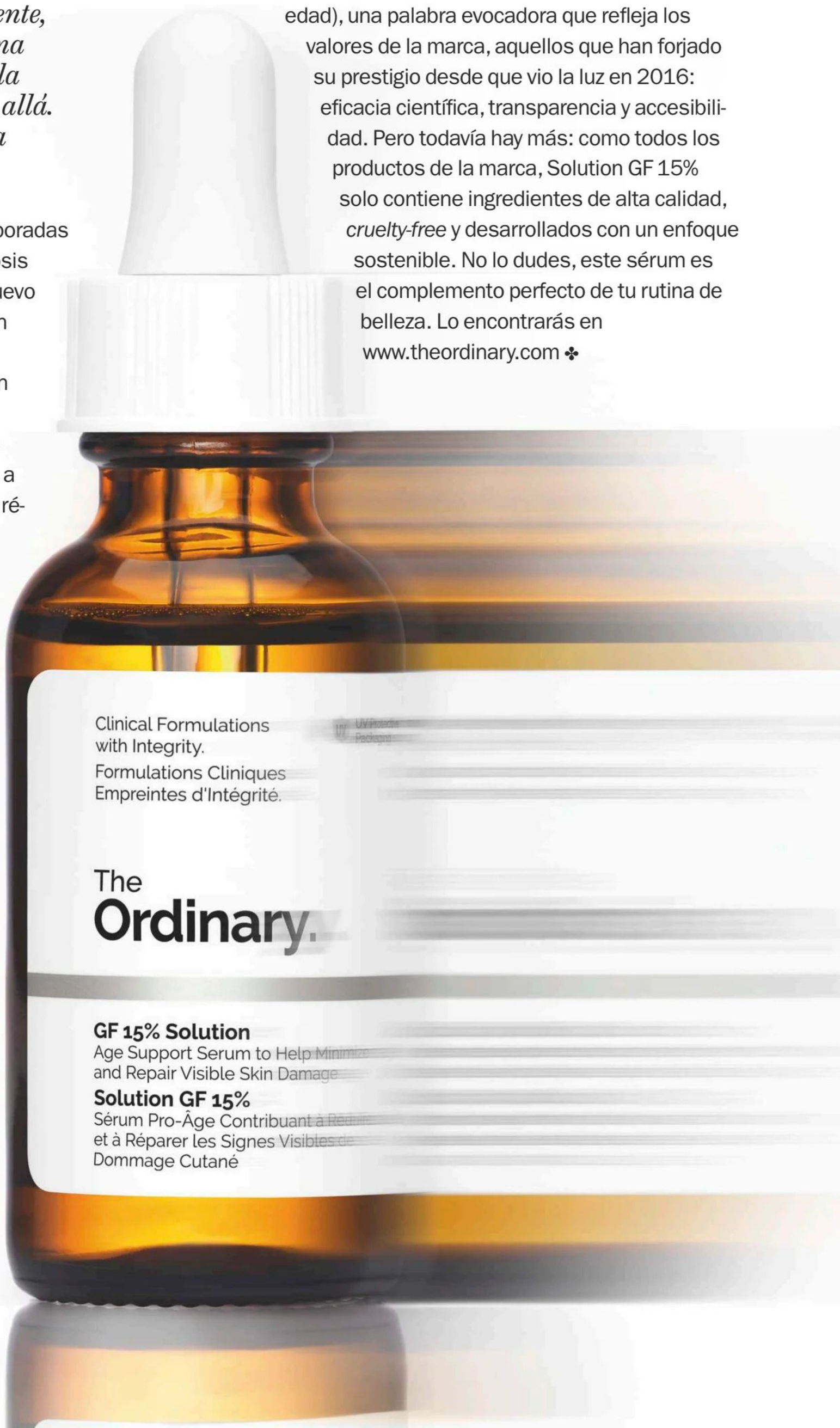
ENLACE AL CANAL
x.com/byneontelegram
Ó escanea el código QR:

Ha llegado el SÉRUM que tu piel necesita

¿Te imaginas un producto diario que refuerce los mecanismos naturales de la piel que la protegen de los factores del envejecimiento? Con esta idea en mente, THE ORDINARY *ha creado su última perla cosmética antiedad, que lleva la regeneración de la piel un paso más allá. ¡Es el mejor aliado para recuperar la firmeza de tu piel!*

Con sus fórmulas de vanguardia, elaboradas con ingredientes activos en altas dosis (pero a precios razonables), cada nuevo producto que lanza The Ordinary crea furor en las redes sociales. Tanto es así, que ha sido nombrada (según un estudio de Cosmetify en 2021) la marca cosmética más popular del mundo, con nada menos que 37 millones de búsquedas al año en internet. Y todo apunta a que esta última joya volverá a batir todos los récords. El sérum Solution GF 15% se basa en un principio sencillo: una piel mejor armada contra las agresiones externas que aceleran el envejecimiento (la contaminación y los rayos solares principalmente) conservará su luminosidad juvenil durante más tiempo. Para intensificar esta función protectora natural, la marca ha utilizado por primera vez un trío de factores de crecimiento de origen vegetal, presentado en uno de sus característicos frascos minimalistas. Estos ingredientes de alta eficacia, casi siempre reservados a los productos más caros, no se han elegido al azar: su capacidad para renovar la piel es sorprendente. Presentes de forma natural en el organismo, contribuyen a la función de barrera de la piel, a su capacidad de regeneración y a la producción de colágeno, elastina y ácido hialurónico. En resumen, son la clave de una piel sana y joven. Aunque los factores de crecimiento del organismo tienden a disminuir con el paso del tiempo, The Ordinary ha conseguido invertir esta tendencia desarrollando péptidos de nueva generación capaces de imitar la acción de estos factores en las distintas capas de la piel. Los resultados son visibles e inmediatos: después de solo 10 días usándolo en rostro y cuello, mañana y noche, la piel madura muestra una clara mejora en firmeza y luminosidad. Los signos del envejecimiento, como las arrugas y las líneas de expresión, se atenúan, la piel luce tonificada y rejuvenecida, y el cutis se ve mucho más luminoso y uniforme. Todo un estímulo para la piel. Pero no creas que es el clásico sérum "antiedad".

The Ordinary prefiere el término "pro-ageing" (pro-edad), una palabra evocadora que refleja los valores de la marca, aquellos que han forjado su prestigio desde que vio la luz en 2016: eficacia científica, transparencia y accesibilidad. Pero todavía hay más: como todos los productos de la marca, Solution GF 15% solo contiene ingredientes de alta calidad, *cruelty-free* y desarrollados con un enfoque sostenible. No lo dudes, este sérum es el complemento perfecto de tu rutina de belleza. Lo encontrarás en www.theordinary.com ✤



FOTOGRAFÍA: CORTESÍA DE THE ORDINARY. DISEÑO: CNCC.

De izda. a dcha. y de arriba abajo: Supremÿa La Nuit Le Grand Baume Anti-Âge, de SISLEY; *Ultimate The Mask, de* SENSAI; *Premier Cru El Sérum, de* CAUDALIE; *Retinol+HPR Ceramide Capsules Sérum Alisador de Arrugas, de* ELIZABETH ARDEN; *Le Lift Pro Masque Uniformité, de* CHANEL; *y Nuxuriance Ultra El Tratamiento Excepcional Día y Noche, de* NUXE.

BAJO LAS ESTRELLAS

La PIEL *se dedica a la reparación y regeneración de sus células durante la* NOCHE, *al quedar* LIBRE DE ESTRÉS. *Gracias a la tecnología más puntera, estas propuestas prometen sacar todo el partido a tus horas de sueño. Por* VIOLETA VALDÉS.

Suscríbete

NO TE PIERDAS NADA DE VOGUE

E-Bono
1 AÑO POR 63 €
-
RECOGE LA REVISTA EN EL QUIOSCO Y NO TE PIERDAS LOS REGALOS DE PORTADA

Home Delivery
1 AÑO POR 59 €
-
RECIBE LA REVISTA EN CASA Y ELIGE TU REGALO DE BIENVENIDA

SUSCRÍBETE O REGALA AQUÍ
SUSCRIPCION.VOGUE.ES

La rutina de día es muy importante, pues nos permite proteger la piel de todos los factores externos (radiación solar, contaminación, temperatura...), pero durante la noche vamos a poder 'transformarla' en mayor medida", comienza a explicar la farmacéutica Belén Acero, titular de Farmacia Avenida América (Madrid) y especialista en dermofarmacia. De este modo, "es el momento ideal para incorporar ácidos (glicólico, salicílico) y derivados del ácido retinoico (retinol, retinaldehído), que estimulan la renovación celular, promueven la síntesis de colágeno y elastina y mejoran la textura de la piel", señalan Marta Barrero y Elena Ramos, farmacéuticas expertas en dermocosmética y directoras de The Secret Lab (Madrid). Sus testimonios inspiran la selección que acompaña estas líneas, ya que, como especifican Barrero y Ramos, "una rutina bien diferenciada optimiza los beneficios de cada tratamiento y contribuye a mantener la piel sana y radiante". Entre ellos destacan los bálsamos y mascarillas, cuyos ingredientes humectantes "evitan la tan temida pérdida de agua transepidérmica". Por si fuera poco, "suelen ser productos con una elevada concentración de activos". Y lo mejor, que todos trabajan mientras duermes.

De izda. a dcha. y de arriba abajo: Le Baume de Minuit, de DIOR PRESTIGE; *Orchidée Impériale Le Masque, de* GUERLAIN; *Isdinceutics Retinal Smooth Serum, de* ISDIN; *Black Baccara Dynamic Weekend Peel Booster, de* MIRIAM QUEVEDO; *Le Soin Noir Crème Yeux, de* GIVENCHY; *y Bio-Performance Skin HiForce Cream, de* SHISEIDO.

FOTOS: SILVIA RETANA. ESTILISMO: PATRICIA LÓPEZ. AYUDANTES DE ESTILISMO: MARÍA REQUEJO Y JULIA BARROSO. AYUDANTE DE PRODUCCIÓN: MICAELA DE STASIO. AGRADECIMIENTO: BASSOLS 1790.

VOGUE COLLEGE OF FASHION

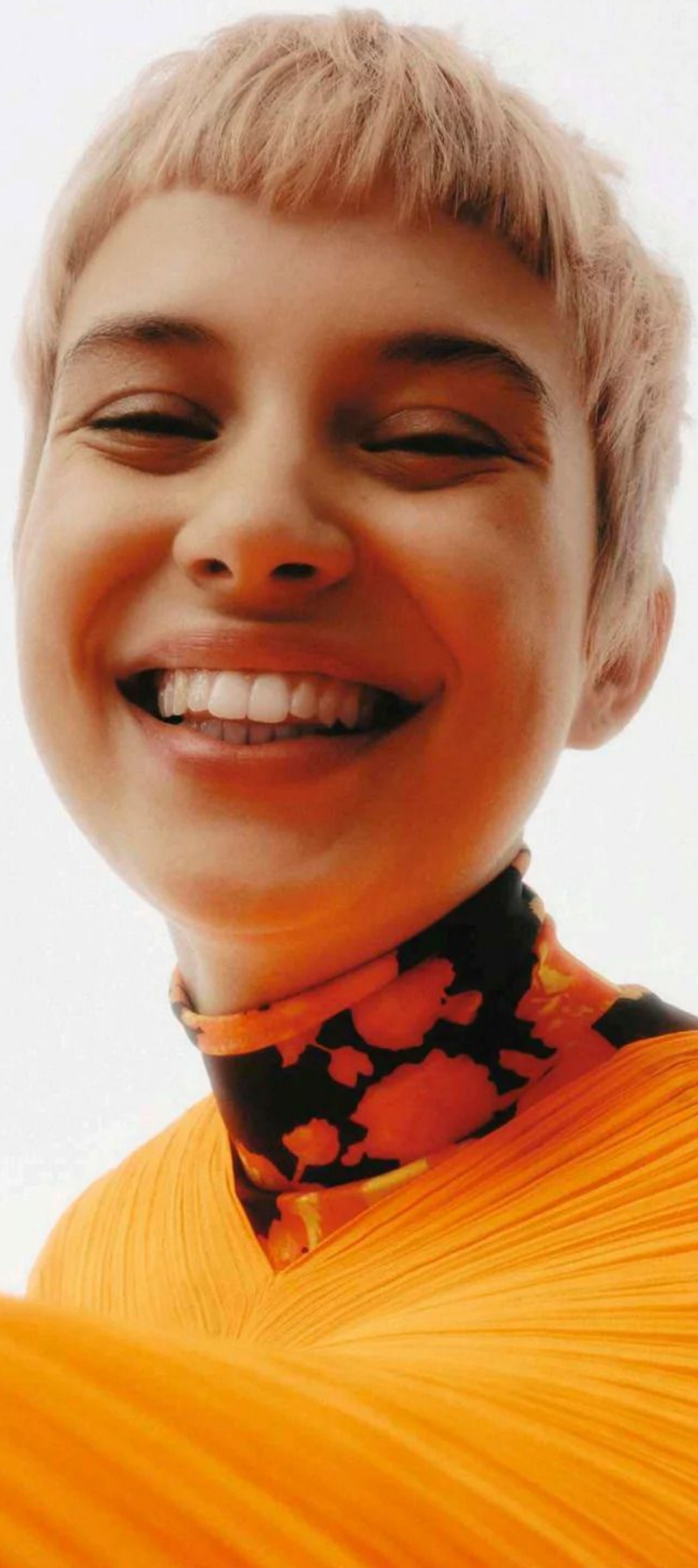
Fórmate con el líder global en el mundo de la moda

MÁSTERES
DIPLOMAS
PRE-COLLEGE
CURSOS CORTOS
ONLINE

voguecollege.com

UNIVERSIDAD NEBRIJA

uc3m | Universidad Carlos III de Madrid



Londres Madrid Nueva York Online

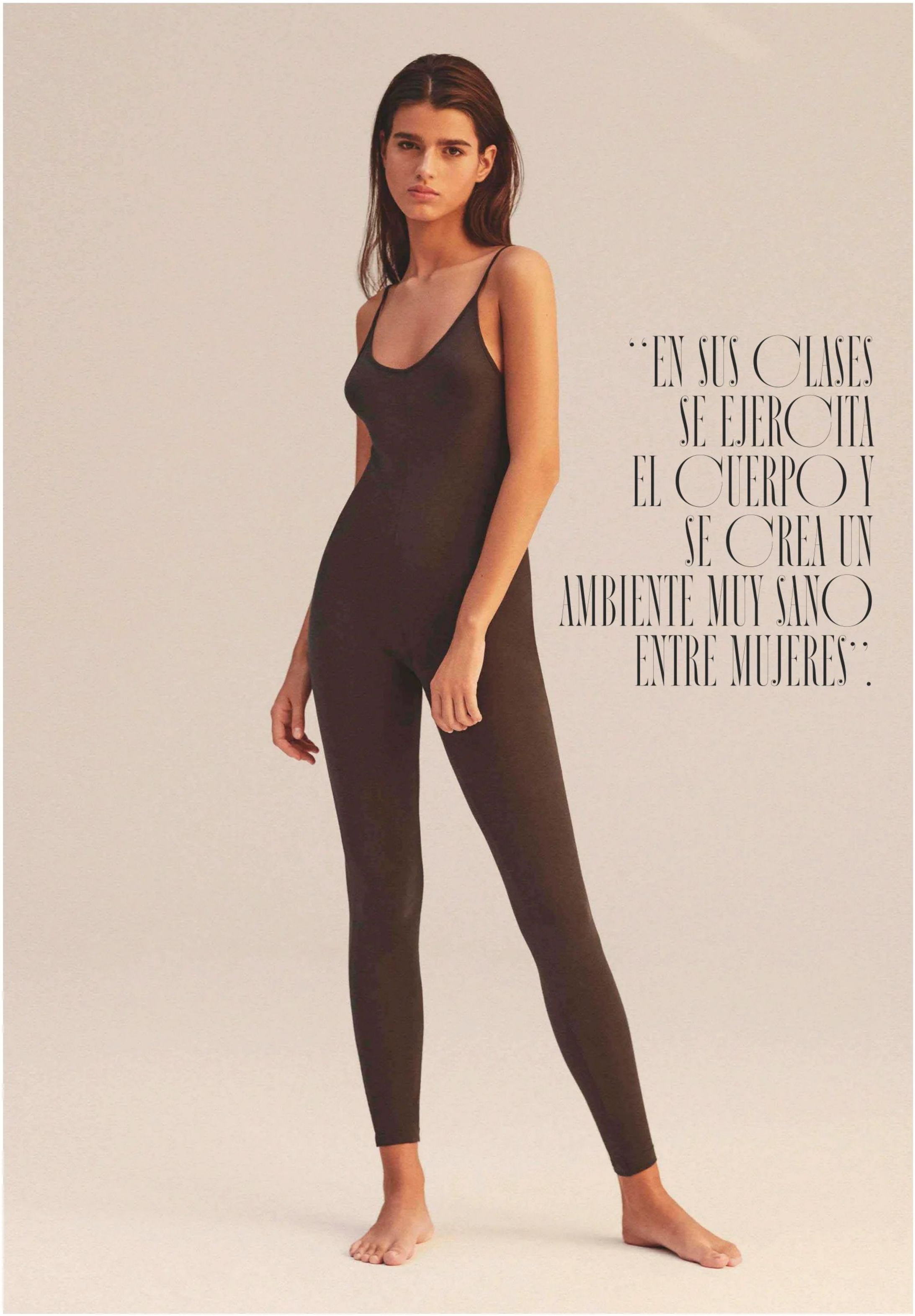
LOCAS POR EL BARRE

Este deporte inspirado en la DANZA *clásica y fusionado con movimientos de* YOGA *y* PILATES *no solo embellece el cuerpo y la postura. La estética que lo rodea y su poder para crear comunidad explican el fenómeno.*
Por ANA MORALES.

Mi relación con el deporte nunca ha sido idílica. Sin embargo, los años, un confinamiento de por medio que nos hizo reconciliarnos con el ejercicio y la confirmación de que no hay longevidad ni calidad de vida sin práctica deportiva, me llevaron a buscar una disciplina que me fidelizara lo suficiente como para practicarla dos o tres días por semana. Pero sin el sufrimiento y la pereza que había experimentado con otros deportes. Aunque puede que estemos algo agotadas de idealizar e intentar alcanzar el estado de *wellbeing* –según el Informe Global de Bienestar de la marca de ropa deportiva Lululemon, el 61 % de los encuestados afirma que la sociedad les impone unas expectativas abrumadoras sobre su bienestar–, en ese agotamiento no entra en los planes de casi nadie descartar el deporte como fuente de salud. En esta búsqueda incesante, y con el *claim* que repite siempre el archiconocido experto en hábitos James Clear, 'hazlo fácil, hazlo bonito', me topé con el *barre*. Una disciplina a medio camino entre el yoga, el pilates y el *ballet* clásico que si bien lleva años causando furor en Estados Unidos, es un fenómeno reciente en España. Lo confirma una extensa oferta de centros especializados que han abierto sus puertas en el último año a lo largo y ancho de la geografía española. En mi caso, me inicié en el salón de mi casa con la aplicación de una profesora británica. Y ya la estética de sus clases, la suavidad de los movimientos, la concentración y la sensación de trabajo bien hecho, me engancharon al otro lado de la pantalla. Pero las fieles a alguno de los (preciosos) estudios que han convertido el *barre* en su seña de identidad suman a su lista de beneficios su 'efecto social'. Anna Arbós, *alma mater* de @Glowbyanna y fundadora de la marca Facegloss, lo explica así: "Voy a Concept Barre en Barcelona y me gusta porque se crea un ambiente muy guay y muy sano entre mujeres. El deporte siempre me ha creado cierta inseguridad pero aquí, desde el primer día, he sentido complicidad entre nosotras. Hay todo tipo de siluetas, de edades… Se respeta la capacidad de cada una para tomar conciencia de su cuerpo. Se crea comunidad y se ejercita todo de manera integral", explica con la vehemencia con la que se cuentan las cosas en las que se cree. Los beneficios físicos y mentales que provoca son una interesante puerta de entrada, pero el componente social y estético que hacen de él una experiencia holística también influyen en su éxito. Y en la adherencia que genera, un factor fundamental cuando hablamos de práctica deportiva. Que se lo pregunten a Paula Tabuyo, experta en comunicación de moda y belleza que decidió fusionar varios fenómenos de TikTok (*barre* y té matcha) y la idea de crear comunidad en su centro Barrelate de Madrid, donde se ofrecen clases acompañadas de aparatología cosmética y matcha ceremonial (sin coste adicional). "Quería crear un espacio único en el que no solo se impartiera *barre*, sino una experiencia completa donde el deporte se fusione con el ocio, creando momentos especiales más allá del entrenamiento. Cada vez más personas ven estas actividades como una forma de socializar y disfrutar del tiempo libre. Creo que tomar un café o trabajar desde el estudio después de una clase es una forma actual y cómoda de integrar el deporte en la vida diaria", explica. Y cuando se le pregunta por la manera en la que influye la estética del lugar y la ropa que se usa (yo he llegado a comprarme una zapatillas de *ballet* para practicarlo, no porque fuera necesario sino porque fomentaban de alguna manera mi compromiso con esta disciplina), su respuesta es clara. "Todo hace que las usuarias se sientan inspiradas y cómodas". El primer contacto que suele tenerse con estas disciplinas cuando se baraja la posibilidad de iniciarse suele ser a través de redes sociales. Y es ahí donde la estética delicada también se convierte en factor de motivación, sobre todo para las mujeres que no siempre se han sentido cómodas con el concepto tradicional de gimnasio (y todo lo que representa). Laura Villafranca, fundadora de SoulB, confirma que siempre pensó "en un espacio acogedor que transmitiese paz y buena energía. El verse bien y sentirse cómoda es primordial. Cuando te sientes así, tu confianza y motivación aumentan", afirma.

Pero no solo de colores *nude* e inspiración bailarina viven los nuevos centros de *barre*. Hay otras versiones que rompen con esta definición clásica pero que siguen poniendo el foco en la experiencia. Lapso Barre, en Barcelona, es un espacio rodeado de espejos, luces de neón y un escenario en el centro para, tal y como dicen sus fundadores, Eugenia Llopart y Javier Herrarte, "impartir la clase desde un punto de vista central con una sala diseñada para infundir energía, motivación y adrenalina". ¿Objetivo? Que la sensación sea la de hacer ejercicio en una discoteca. Una experiencia más dinámica –algunas clases las imparten instructoras que han formado parte del cuerpo de bailarines de Rosalía– alejada del concepto íntimo e introspectivo del *barre*, pero manteniendo la esencia de sus ejercicios que buscan tonificación muscular, equilibrio, mejora de postura y fuerza muscular. Si nos ceñimos al plano físico, esta disciplina se aleja de las espídicas clases tradicionales de gimnasio en las que se suda y se salta sin parar. Es un trabajo consciente que visto desde fuera puede parecer banal, pero que basta con experimentar para saber que el sudor no es directamente proporcional a su eficacia. "Se utilizan capas de músculos profundos y el trabajo es más concentrado. Nunca se debería medir el esfuerzo de esa manera", explican Jimena Villegas, *head coach* de esBarré, abanderados del *cozy fitness* o entrenamiento tranquilo (y superefectivo). A sus ventajas físicas palpables tras semanas de constancia y disciplina (sobre todo en abdomen, glúteos y piernas) se suman otras vinculadas al bienestar mental. "Al ser un trabajo que requiere estar totalmente concentrado, no solo en los movimientos, sino también en la respiración y postura corporal, se pone el foco en lo que estás haciendo en ese momento y te evades de cualquier preocupación", añade Laura Villafranca. Si a eso le sumas el plan posterior con amigas, se entiende el fenómeno mucho mejor.

FOTO: FÉLIX VALIENTE.


“EN SUS CLASES
SE EJERCITA
EL CUERPO Y
SE CREA UN
AMBIENTE MUY SANO
ENTRE MUJERES”.

EL TOQUE FINAL

No hay rutina de belleza completa sin PERFUME *al terminar, una elección que te perseguirá todo el día. Con estas opciones, estarás en buena compañía.*

Rose Exposed EDP, de TOM FORD. *Una versión poco convencional y superconcentrada de una nota clásica: absoluto de rosa con un extracto único de agua de rosas.*

Inspirada en el brillo del oro, Nina Precious Gold EDP, de NINA RICCI, *sorprende con un aroma floral cálido que confiere una estela elegante y lujosa.*

Prada Paradoxe Virtual Flower, de PRADA, *el 'eau de parfum' que replantea los códigos florales en perfumería. Su acorde de jazmín ha sido cocreado mediante inteligencia artificial.*

La Panthère Elixir Eau de Parfum Intense, de CARTIER, *encarna la esencia de la pantera aunando almizcle felino con la suavidad del jazmín, desvelando así un resultado audaz.*

Una violeta amaderada sumergida en licor de frambuesa y salpicada de chocolate amargo se añade al clásico de la perfumería 'gourmand' para crear La Vie Est Belle L'Elixir EDP, de LANCÔME.

La madreselva se fusiona con té verde ahumado en Atomes Crochus, de INFINIMENT COTY PARIS, *el sello que celebra los 120 años de Coty en la perfumería.*

FOTOS: SILVIA RETANA. ESTILISMO: PATRICIA LÓPEZ. AYUDANTES DE ESTILISMO: MARÍA REQUEJO Y JULIA BARROSO. AYUDANTE DE PRODUCCIÓN: MICAELA DE STASIO. TEXTOS: ANA MORALES Y VIOLETA VALDÉS.

REEDICIONES, ALGÚN CLÁSICO Y FLAMANTES NOVEDADES OLFATIVAS.

El tacto de la piel sobre unas sábanas limpias ha sido destilado mediante lirio del valle y almizcle blanco en Lazy Sunday Morning, quizá el 'eau de toilette' más reconocible de REPLICA.

Black Opium Eau de Parfum Glitter, de YSL BEAUTÉ, *evoca una nube de algodón azúcar, aderezado con almizcle para sublimar su famoso aroma a café.*

El trozo de madera que Christian Dior cosía al forro de cada prenda como amuleto ha sido reinterpretado a base de vainilla y cedro en el afortunado Bois Talisman EDP, de DIOR.

Tubéreuse Lazuli Chloé EDP, de Atélier Des Fleurs de CHLOÉ, *logra capturar la fragancia del nardo de la India al atardecer, cuando esta flor despliega su faceta más hechizante.*

Bergamota y mandarina bañadas con té negro. Italia y Asia se fusionan en Velvet Infusion EDP, de DOLCE & GABBANA, *dando lugar a un paisaje olfativo de ensueño.*

Irresistible Eau de Parfum Nude Velvet, de GIVENCHY, *realza la sinergia de rosa y madera de Irresistible con un velo almizclado en una composición más voluptuosa.*

¿QUÉ CENO HOY?

La última COMIDA *del día puede ser un desafío. El* CANSANCIO, *la falta de planificación y un* METABOLISMO *que se ralentiza al caer la noche hacen que configurar esta ingesta no siempre resulte fácil.* ANA MORALES *explora con varios nutricionistas todas las posibilidades.*

on permiso de la ensalada viral de pepino y el agua de chía –son algunos de los términos culinarios más buscados en Google en 2024–, más allá de la viralidad, hay una preocupación generalizada por las cenas. Todas las comidas del día son igual de importantes, pero la última presenta un reto grande por razones nutricionales, emocionales y sociológicas. Por un lado se produce en un momento del día complicado, en el que se llega exhausta a casa, con pocas ganas de cocinar y probablemente con un hambre emocional que juega en nuestra contra. La psiconutricionista Itziar Digón lo observa cada día en su consulta, donde la mayor preocupación de sus pacientes en este sentido es que "quieren liberarse del comer en modo automático, de esa agitación emocional que sucede a esa hora del día. Sienten que pierden el control y eso les genera culpa y frustración", explica. Tras un día agotador hay dos aspectos fundamentales que nos llevan a querer comer, sugiere Digón: una necesidad fisiológica y real y otra emocional que busca la desconexión y el descanso, convirtiendo la comida en puente para satisfacer esas necesidades. Si sumamos la falta de planificación, el desenlace es previsible: se acaba por tomar malas decisiones en forma de cenas rápidas, ultraprocesadas y generadoras de un chute rápido de dopamina. O, por el contrario, se opta por otras excesivamente ligeras e incompletas que también acaban pasando factura.

A ese panorama hay que sumar otras realidades. Por un lado, un metabolismo más lento ya que, tal y como explica la nutricionista Laura Jorge, fundadora del centro que lleva su nombre, "es cuando nuestro cuerpo reduce su actividad física y se prepara para dormir y descansar. Una cena pesada o desequilibrada puede dificultar la digestión, alterar el sueño y afectar a los procesos metabólicos como la regulación del azúcar en sangre". Pero además, influye de manera directa en muchas de las cosas que suceden en nuestro cuerpo y mente por la mañana. "Lo que cenamos influye en nuestro estado de ánimo y en nuestras elecciones alimentarias al día siguiente. Una cena equilibrada puede mejorar la calidad del sueño, lo que impacta positivamente en el humor y en la capacidad de tomar decisiones saludables. Por el contrario, una pesada o poco nutritiva puede alterar nuestro sueño, aumentando la fatiga y el deseo de alimentos ricos en azúcares o grasas. Podríamos decir que hay que cenar bien para empezar el día siguiente de la mejor manera", explica la experta. Parece que la solución a tanto dilema pasa, sobre todo, por la previsión. No hablamos de tener estructurados menús completos que haya que cocinar con anticipación para adelantarse a la tentación de comer algo rápido –podría ser una opción pero no es la más plausible en 2025–. Pero sí poner en marcha estrategias fáciles para evitar las opciones configuradas en base a emociones. Anxo Carreira, nutricionista y profesor de la Universidad Carlemany, recomienda evitar hacer la compra antes de comer o cenar ya que serían más impulsivas. "También me parece útil tener preparadas las meriendas de media tarde con antelación, y recordar que incluir en nuestra lista alimentos saludables es el inicio de una dieta sana". También, añade Laura Jorge, se puede planificar un menú semanal con ingredientes básicos. "Y optar por recetas simples como ensaladas completas, elaboraciones en las que se use una sola sartén o tirar de *tuppers* cocinados previamente. Es recomendable tener a mano alimentos rápidos y saludables como conservas, *hummus* o verduras congeladas ya que ayuda a evitar improvisaciones poco nutritivas", explica la nutricionista.

La cena perfecta y universal no existe porque dependerá de las necesidades individuales y del estilo de vida. Pero se sitúa, como todas las virtudes, en el punto medio. La doctora y nutricionista Ana Revuelta subraya otro error frecuente: comer poco. "Una cena con déficit de nutrientes como proteínas y fibra puede provocar, además de la consabida hambre nocturna que genera ansiedad y atracones, pérdida de masa muscular si se reduce la ingesta proteica o peor calidad del sueño al no aportar suficiente triptófano y magnesio. Muchas personas creen que cenar muy poco o solo tomar líquidos es beneficioso, pero puede tener consecuencias negativas", apunta Revuelta. Quizá en esta especie de peregrinaje en busca del menú que nos haga sentir bien hayamos olvidado otro de sus papeles fundamentales. "Tiene que aportar una serie de nutrientes para ayudar a la renovación celular nocturna", explica Digón. Y recalca otro de sus puntos imprescindibles: "Puedes comer el plato nutricionalmente más perfecto pero si no te ha satisfecho irás en busca de aquello que te prohibes. Y a nuestra microbiota le tiene que gustar lo que cenamos para que los mensajes que mande al cerebro sean saludables y todas las hormonas que regulan el apetito sigan sus curvas naturales", concluye. Aunque parece que se le pide mucho a la cena perfecta, en realidad es una cuestión de sentido común.

CÓMO HACER CENAS SANAS

1 Deben contener proteínas de buena calidad para saciar: huevos, pescado, tofu, pollo o pavo. Precisamente el pavo es rico en triptófano y mejora la calidad del sueño. "La alimentación nocturna influye en la producción de melatonina y serotonina", apunta la doctora Revuelta.

2 Se puede añadir una ración pequeña de hidratos de carbono en forma de quinoa, avena, legumbres, patata o boniato. También un pequeño aporte de grasas saludables para favorecer el equilibrio intestinal. Puede ser con aguacate, frutos secos o aceite de oliva.

3 Digón recuerda que al tomar una ración de vegetales en crudo al principio de la cena "se aumenta la secreción de GLP1, una hormona capaz de incrementar la secreción de insulina, ralentizar el vaciamiento gástrico y fomentar la saciedad y así ajustar la cantidad de comida que se ingiere".

4 Anxo Carreira recomienda tomar de postre un vaso de leche o un yogur y, sobre todo, dejar un tiempo prudencial entre la cena y la hora de irse a la cama. Y adaptar esta última comida a cada estilo de vida. "Si se ha hecho ejercicio por la tarde, la cena debe ser más contundente que si se ha estado de forma sedentaria".

FOTO: SILVIA RETANA.

Tras los FUEGOS *del* CANDELA

La chef ÁNGELA GIMENO *se posiciona al frente de la cocina en la reapertura del icónico bar de alma flamenca de Madrid. Fotografía* SILVIA RETANA. *Estilismo* PATRICIA LÓPEZ. *Por* GARBIÑE CONTINENTE.

En la página anterior, Ángela, en la cueva del Candela, con camiseta y pantalón, ambos de MANÉMANÉ; *anillo de* BEATRIZ PALACIOS; *mocasines de* HEREU; *calcetines de* CÓNDOR; *y pendientes de* MONCOLIER. *En esta página, la sala principal del bar, con las sillas y mesas originales y los azulejos granadinos, pintados por Amanda Portillo.*

A la izquierda, algunas de las fotografías antiguas que decoran las paredes del Candela. En esta imagen, Ángela en la cocina, con su chaqueta y su delantal; pantalón de SOEUR; *y pendientes de* MONCOLIER.

U

n día vi un anuncio en televisión que decía: '¿Quién será el próximo ganador de MasterChef?'. Iba acompañado por una imagen con un interrogante. Estaba con mis amigos y les dije: '¡Esa voy a ser yo!'", recuerda Ángela Gimeno (Valencia, 1994) sobre aquel acto premonitorio que, meses después, se hizo realidad. "Desde ese primer instante supe que iba a entrar en el programa y que lo iba a ganar", confiesa.

Hasta aquel momento, Gimeno había desarrollado su carrera profesional en el terreno de la publicidad, aunque la cocina siempre había formado parte de su vida. Su madre regentó un restaurante en Valencia durante 15 años por lo que, en su infancia, el olor a platos recién hechos y el bullicio propio de una casa de comidas formaron parte de una escena recurrente. Esta imagen siempre le había hecho fantasear con la idea de convertirse en chef, pero la frenaba lo esclavo de la profesión hostelera. Así, vio en el *reality show* de Televisión Española una vía alternativa por la que adentrarse en el universo gastronómico. "He tenido muy buena mano para la cocina desde pequeña, pero lo que quería era poder expresar toda mi creatividad adquiriendo técnicas nuevas. Y justo fue lo que conseguí en el programa: lo que he aprendido me permite jugar muchísimo con la comida y hacer cosas chulísimas", expresa, haciendo un balance positivo de su paso por la duodécima edición de MasterChef.

Bajo estas líneas, las albóndigas de vaca vieja, uno de los platos estrella de la carta. En la página siguiente, una de las pinturas al óleo colgadas en la cocina.

Las propuestas no tardaron en llegar, pero la fuerte personalidad que la caracteriza y su visión nítida sobre el camino a seguir le hicieron esperar antes de embarcarse en un proyecto de gran magnitud. "Siempre he sabido lo que quiero y nunca espero que nadie me lo proponga, sino que voy directa a por ello. Me gustan las cosas que tienen mucha personalidad y son especiales". Una definición que encaja, como anillo al dedo, en la iniciativa en la que acaba de sumergirse: la reapertura del Candela. "Es algo increíble, no hay nada igual en Madrid y fue lo primero a lo que dije que sí, porque es algo que me representa".

Y tanto que es único. Fundado en 1985 por Miguel Ángel Aguilera Fernández, fue el punto de encuentro de personajes ilustres como Camarón de la Isla, Paco de Lucía o Enrique Morente, y todo un icono de la escena artística madrileña. En su interior se daban cita cantantes profesionales y amantes del flamenco; ellos lo convirtieron en un lugar emblemático de la capital, con una infinidad de historias que, todavía a día de hoy, alimentan la leyenda. Y todo ese imaginario es, precisamente, el que han querido recuperar con su reapertura: un espacio que rei-

Ángela lleva chaqueta y pantalón, ambos de LOEWE; *pendientes de* COS; *y anillo de* TOUS. *A su derecha, la obra de la artista Lorena Prain para A Flamenco Catharsis.*

vindique el arte y la cultura, y que sea, ante todo, divertido. Para darle forma y sentido se han unido siete socios, procedentes de diferentes territorios empresariales y disciplinas creativas. Entre ellos se encuentran los artistas visuales Amanda Portillo y Piro, la empresaria Neus Cerdà, el músico Edu Por las Noches, el actor Unax Ugalde, el productor Enrique López Lavigne y la chef Ángela Gimeno. Juntos han diseñado un interiorismo, una programación y una carta de comida y mixología que prometen devolverle al Candela el lugar que le corresponde.

El primer vistazo del espacio ya consigue transportar al visitante en el tiempo. Pese a haber tenido que reformar todo el interior, han procurado mantener intacta la esencia del que fue el templo del flamenco en la capital durante décadas. Amanda Portillo (Madrid, 1988), pareja de Gimeno y promotora del proyecto, se ha encargado de pintar a mano los azulejos granadinos que custodian las paredes y la extensa barra que cruza la sala principal. En esta conviven todo tipo de referencias al universo del Candela: la calle del Olmo, Pepe Habichuela y hasta un retrato del antiguo dueño junto a su madre. "Tenían una frase muy famosa para que la gente se fuese –y que vamos a necesitar porque está siempre lleno– que era: 'Amigos, háganse a la idea de que nada es eterno'. Era una canción de Camarón", narra la artista y DJ, mientras hace de guía en un recorrido por los diferentes espacios. En sus paredes conviven las fotografías de personajes ilustres que pasaron por aquí –de Paco de Lucía y Enrique Morente a Lenny Kravitz o Alicia Keys– con las primeras escenas de esta nueva etapa que acaba de empezar. "Aquí están, por ejemplo, Yerai y La Tania en la presentación del disco [de la cantante]. Fue un miércoles. Todavía no habíamos hecho la inauguración y ya se llenó de flamencos y guitarristas", cuenta Portillo con un entusiasmo que no puede esconder.

Reabrir un bar con tanta historia es un desafío en sí mismo y, además, Gimeno ha sido la encargada de introducir un elemento que antes no existía: la carta. En el Candela se cantaba y se bailaba hasta el amanecer, pero no había cocina, por lo que la chef comenzó analizando la manera en la que van a comer los clientes, así como las posibilidades que ofrecen la programación y el contexto para diseñar los platos: "Es un sitio al que viene mucha gente y la mayor parte del tiempo solo se va a poder comer de pie. Tenía que pensar en recetas que me representasen, que tuviesen alma y profundidad, pero que pudiesen consumirse rápido y sin sentarse".

El resultado es un menú corto pero elaborado, basado en productos nacionales y de temporada. La propuesta incluye escabeches caseros, conservas, platos de cuchara y guisos reinterpretados, pensados para adaptarse tanto a citas tranquilas como a noches más animadas con música en directo. "Yo creo que la estrella de la carta van a ser las albóndigas de vaca vieja, porque son muy especiales y hablan del local", vaticina la chef.

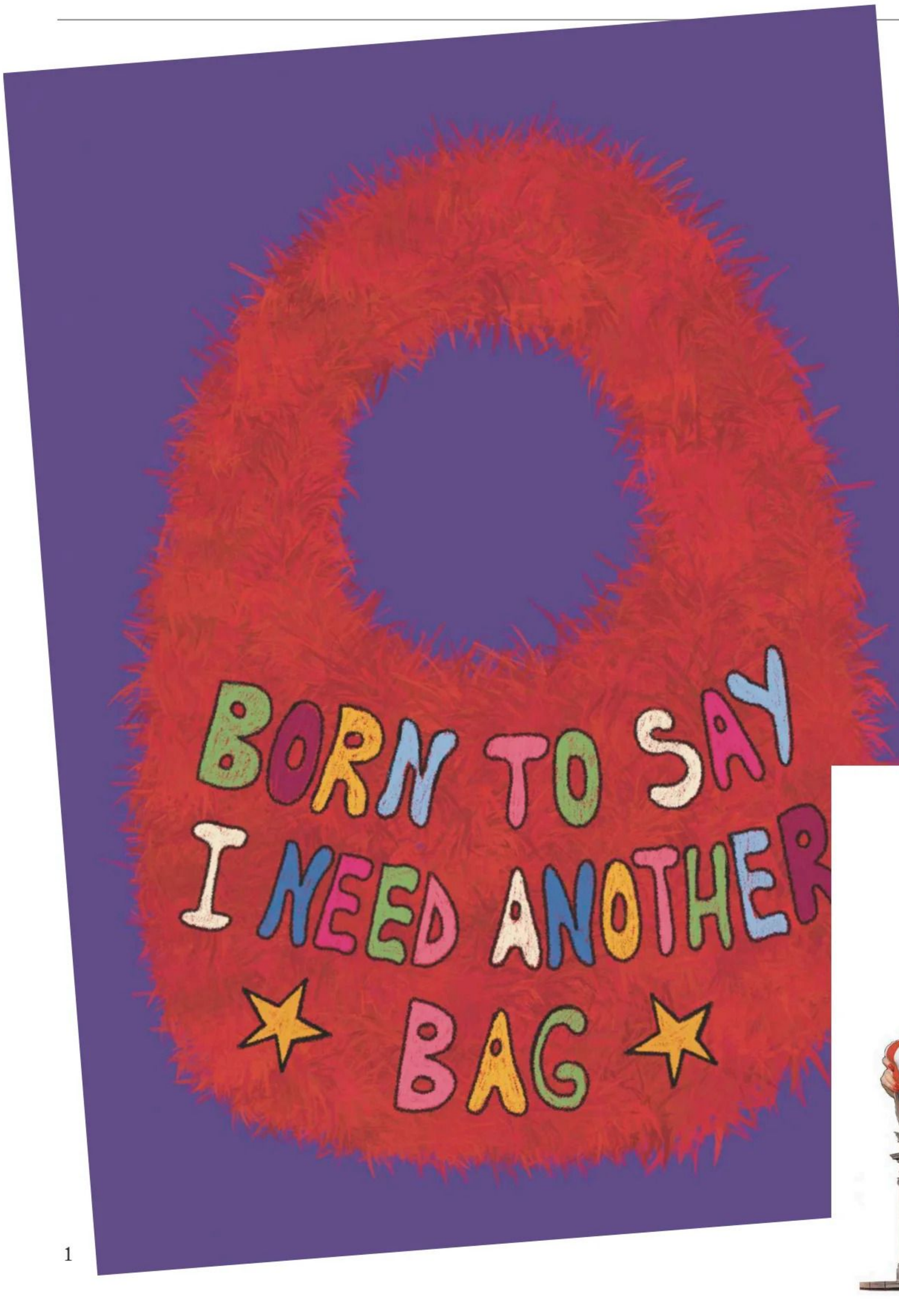
Sobre estas líneas, el salón del Candela, pensado para orquestar cenas con amigos y eventos privados. Debajo, algunos de los platos de la carta diseñada por Ángela Gimeno.

Mientras Ángela termina de glasear las bolas de ternera, Amanda ornamenta la mesa de madera ubicada en el centro de la salita con candelabros y bandejas de plata, jarras de vino y claveles rojos –porque en el Candela nunca pueden faltar las referencias a la cultura castiza–. Han ideado esta estancia como un espacio que haga las veces de reservado para eventos privados y sea, al mismo tiempo, una galería de arte temática. Actualmente está coronada por una obra pictórica de Lorena Prain –una silla eléctrica flamenca que va en perfecta sintonía con el alma del lugar– y una típica mesa camilla que parece darle sentido a todo. "La decoramos con tapetes y otros elementos que nos transportan a una casa de abuela. Era justo lo que queríamos conseguir en este espacio", admite Portillo.

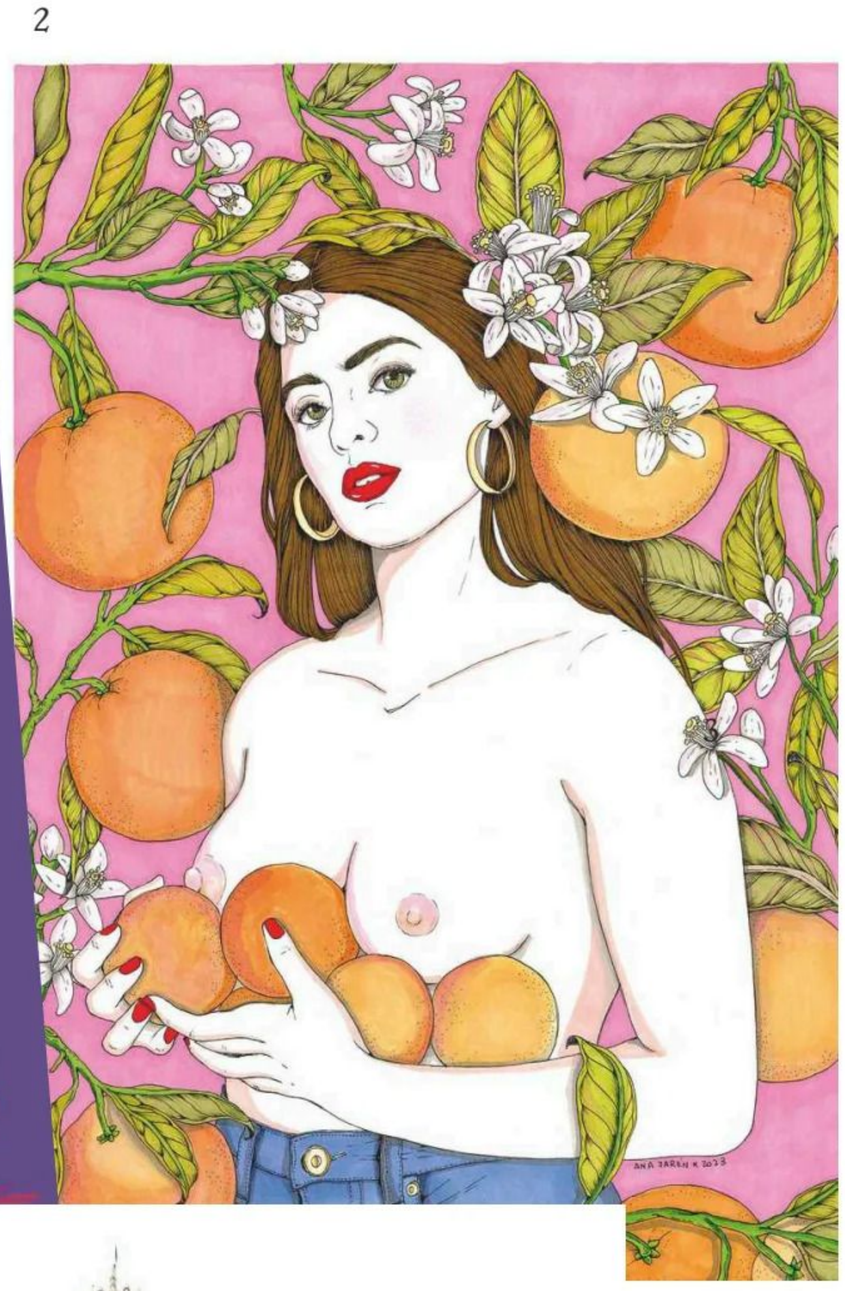
Si algo no falta en el pintoresco local es el respeto inconmensurable por la tradición y la historia de un escenario único en la capital. Larga vida al Candela y al olor de los guisos que nos hacen sentir en casa.

MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA: MATTHEW TUOZZOLI (ANOTHER AGENCY) PARA DIOR BEAUTY Y ORIBE.
AYUDANTE DE FOTOGRAFÍA: ANDREA GALEA. AYUDANTES DE ESTILISMO: MARÍA REQUEJO Y UXUE ZUAZO.

1. *Born to say I need another bag*, de Pezones Revueltos. La fascinación que María Bueno ha sentido, desde muy pequeña, por los bolsos –primero le pedía a su madre los de Zara Kids y, más tarde, descubrió las piezas de Chanel y Louis Vuitton– queda reflejada en esta obra realizada en carboncillo y óleo mezclados con técnica digital. . **2. *NARANJAS*, de Ana Jarén.** En esta lámina la artista sevillana ha llevado a su propio estilo y paleta de colores el costumbrismo de Julio Romero de Torres. La ilustración está trabajada a mano, con rotuladores sobre papel. **3. *Hello Madrid!*, de Pils Ferrer.** La arquitecta, conocida por sus *collages* digitales, plasma en esta pieza la faceta más castiza de la capital a través de algunos de sus elementos más populares: la Puerta de Alcalá, el edificio Telefónica de Gran Vía o los típicos barquillos con su emblemática caja roja.



1



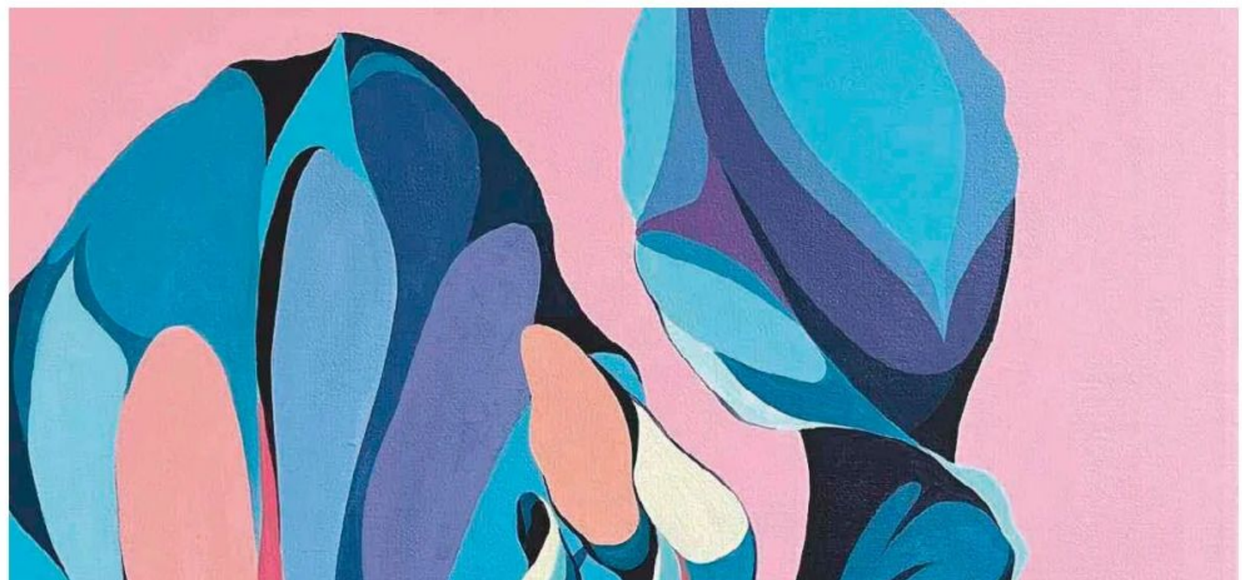
2

3

Contra la PARED

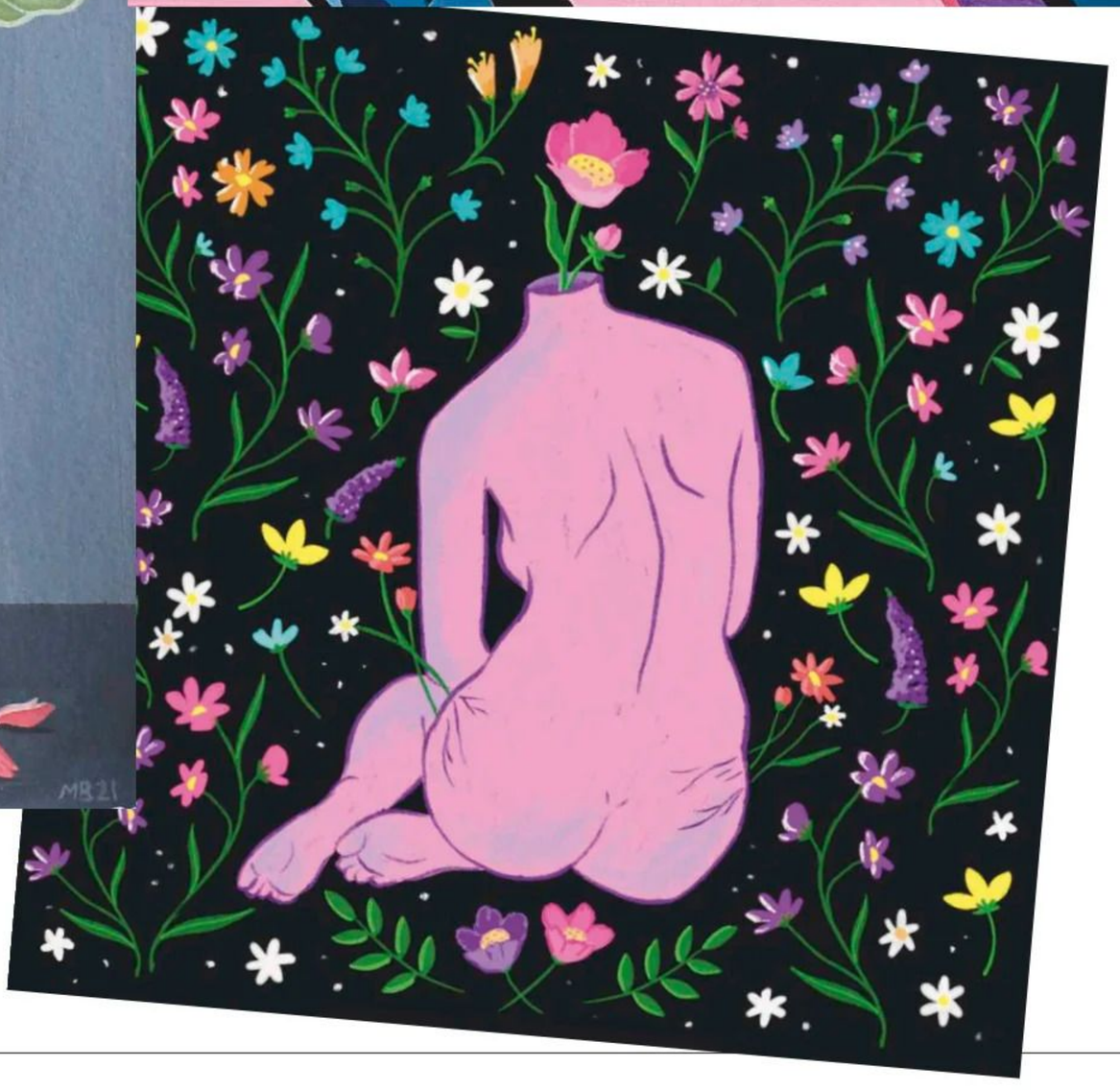
Una pieza de arte eleva cualquier estancia, pero las obras originales no siempre están al alcance de todos. 'PRINTS' *y* LÁMINAS *se posicionan como una alternativa perfecta para aportar carácter y personalidad a una habitación y, de paso, apoyar el trabajo de* CREADORAS EMERGENTES. *Por* GARBIÑE CONTINENTE.

1



2

4



3

1. *Anémona*, de Berta Llonch. Échale Guindas pone a la venta la impresión (30x35 centímetros) de la obra original de Llonch –también disponible en la galería–. En ella, la planta está representada como un elemento esencial dentro de un océano que da protección a quienes viven en ella. **2. *Iris fondo rosa*, de Marina Benito.** La ilustración, realizada con pintura acrílica sobre lienzo artesanal, pertenece a una serie de flores –vistas muy de cerca– que crecen en jardines urbanos o en espacios sin intervenir dentro de la ciudad. **3. *Flowers*, de Isa Muguruza.** Esta obra digital está inspirada en la canción con el mismo título de Miley Cyrus. A través de las especies vegetales que rodean y emergen del cuerpo de la protagonista, Muguruza ha querido trasladar al papel el momento en el que una mujer florece. **4. *Cerezo y polillas*, de Mercedes Bellido.** La artista aragonesa inició con esta pintura una serie en la que comenzó a probar una paleta distinta con colores más pastel y donde las composiciones florales tuvieran el protagonismo. Desde 2020 los elementos naturales son las figuras principales de muchas de sus composiciones.

FOTOS: D.R.

Alma

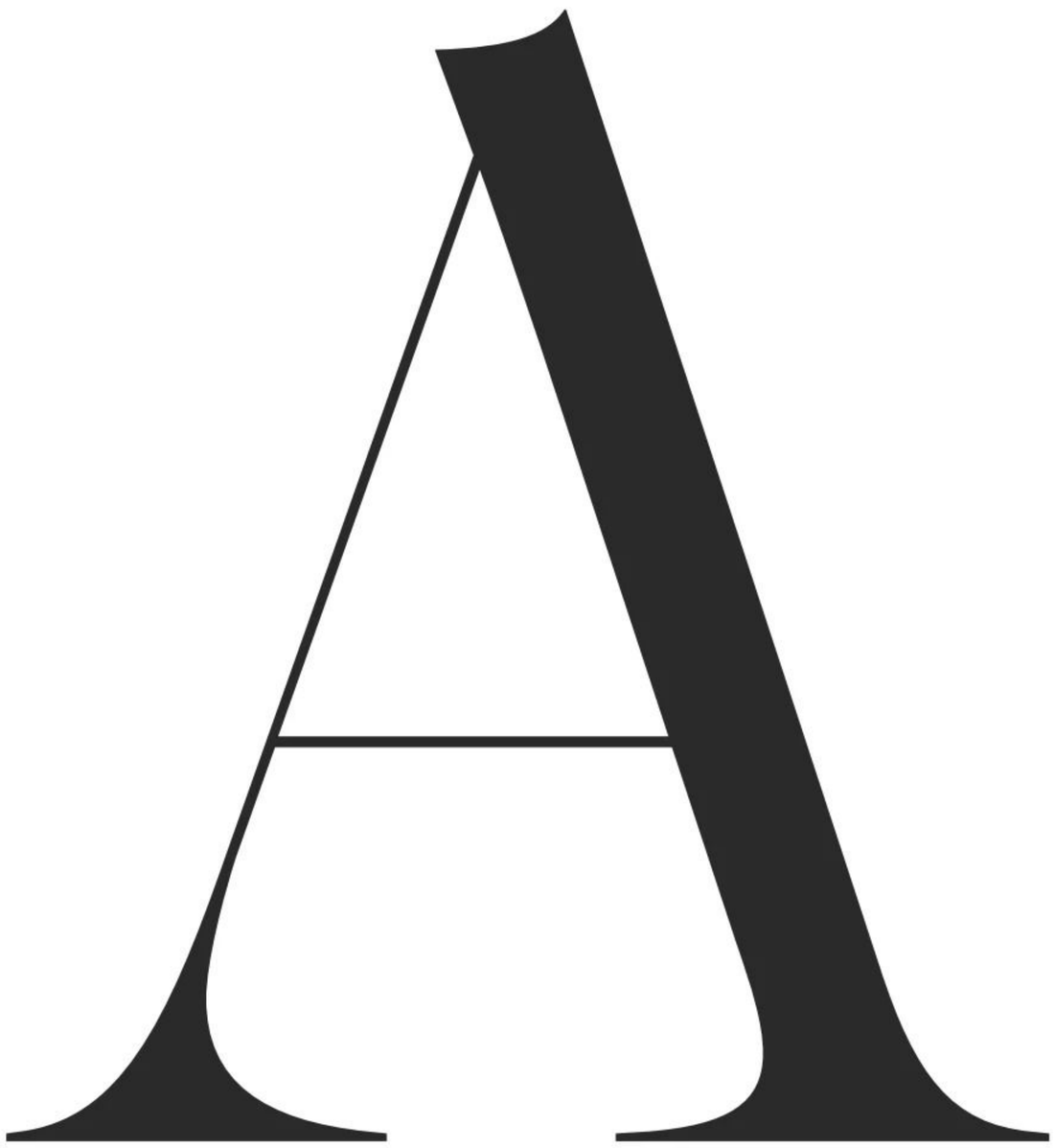
Hipnótica e indómita,
ANYA TAYLOR-JOY *vuelve a las pantallas con 'El abismo secreto', un inclasificable título con el que avanza en su carrera por hacerse imprescindible en Hollywood.*

Salvaje

Fotografía
SEBASTIÁN FAENA.
Estilismo MAX ORTEGA.
Por ALBERTO SISÍ.

Anya Taylor Joy lleva bodi de tejido técnico con bordado de mosaico, de DIOR; *y pendientes de* TIFFANY & CO.

Vestido de MIU MIU.



pesar de ser una historia de terror dirigida por Scott Derrickson, una de las voces más aclamadas de ese género de los últimos años, *El abismo secreto*, la nueva película de Anya Taylor-Joy (Miami, 1996), se estrenó el 14 de febrero en Apple TV+. "Ha sido sorprendente la cantidad de gente que me ha dicho que su plan en San Valentín va a ser ver la película", reconoce entre risas días antes de que las fotos que acompañan este texto se lleven a cabo en diferentes enclaves a las afueras de Nueva York.

"Soy una fan incondicional del amor, aunque suene como una cursilada de las grandes, así que más allá de celebrarlo en una fecha específica prefiero hacerlo todos los días", comparte sobre un acontecimiento señalado en el calendario de muchos. "Creo que no soy buena en esas ocasiones fijas en las que hay que hacer regalos y me gustaría poder ser mejor. Sí lo hago bien, o eso creo, cuando se trata de regalar por sorpresa. Me gusta dejar notas por toda la casa para que la gente encuentre algo y celebrar porque sí, porque, por ejemplo, es el día del queso".

El abismo secreto no es precisamente una película demasiado romántica, aunque sí hay lugar para el amor. El nuevo largometraje del director estadounidense devuelve a la Anya Taylor-Joy más guerrera, la que coge las armas y se embarca, en el papel de Drasa, en una misión de la que no sabe demasiado. Agente de élite, es destinada a una torre de vigilancia de un enorme desfiladero del que no se conoce qué hay en su interior. Frente a ella, Miles Teller en el papel del francotirador Levi. Acción, terror y romance en una producción frenética. "Leí el guion en pleno rodaje de *Furiosa*. Tenía la cabeza allí, en un momento de concentración muy específico, pero llegó la oportunidad de hacer un personaje totalmente diferente, aunque compartía con aquel una serie de cosas. Además, lo iba a hacer con Miles, un muy buen amigo mío desde hace bastante tiempo. Pensé que sería una aventura de las divertidas porque nunca había hecho nada como esto", cuenta la actriz.

Tiene Derrickson una mirada propia dentro del cine de terror alejado de convencionalismos desde que en 2005 dirigiera *El exorcismo de Emily Rose*. Después llegaron *Sinister* y *Black Phone*, protagonizadas ambas por Ethan Hawke y obras de culto para los amantes del género. "Había escuchado su nombre, pero no soy una persona que vea muchas películas de terror porque tengo una imaginación que siempre anda demasiado activa. Puedo estar en ellas, pero soy incapaz de verlas", explica la actriz con total honestidad. ¿Cómo casa eso en la historia de alguien que comenzó su carrera hace diez años en una película de miedo tan elevada como *The Witch*? "Sí, sé que he estado en un buen puñado y hacerlas es muy divertido. No tengo ningún problema en verme cubierta con sangre, suciedad y barro, tampoco con aparecer gritando todo lo que sea necesario, pero si me pongo delante de la pantalla a ver una me acabo imaginando que todo lo que aparece es real. Y si estoy sola en casa me puede dar algo", admite con una carcajada.

La conversación con Anya Taylor-Joy es rápida y la actriz cuela entre sus respuestas concisas en inglés alguna que otra frase en español. Con una agenda repleta de estrenos y rodajes, no tiene tiempo que perder. "Para que te hagas una idea, tengo proyectos hasta finales de 2026 así que sé dónde voy a estar en los casi dos años que tengo por delante. Es una forma de vivir que nunca me había parecido extraña, pero ahora, con todo lo que sucede alrededor, sí la percibo como un poco rara", comenta. La incertidumbre es más que comprensible. La entrevista tiene lugar en el momento en el que los incendios forestales que asolaron a comienzos de enero importantes extensiones del condado de Los Ángeles están ya controlados, pero todavía con algunos focos activos. "Hemos vivido unos días completamente surrealistas. Ha sucedido una tragedia de proporciones inimaginables, pero una enorme cantidad de gente ha hecho gala de una generosidad y amabilidad pocas veces vistas aquí", ofrece a modo de resumen de una situación que nunca se había vivido antes en la ciudad de las estrellas.

Plumífero de la actriz.

Vestido de COLLEEN ALLEN; *botas de* JW ANDERSON; *y anillo de* TIFFANY & CO.

Perfecto de piel, de DIOR;
pantalones vaqueros, de
VALENTINO; *y botas*
de JW ANDERSON.

"Soy una fan incondicional del AMOR, *aunque suene como una cursilada de las grandes, así que más allá de* CELEBRARLO *en una fecha específica prefiero hacerlo* TODOS LOS DÍAS" .

Reconocida por su larga melena rubia cuando no está en el set, en la que ha sido su película más mediática hasta la fecha –*Furiosa*, la precuela de *Mad Max: Furia en la carretera* que estrenó George Miller en 2024–; en la superexitosa *Gambito de dama*, la serie de Netflix que protagonizó en 2020 o en esta última, *El abismo secreto*, la actriz ha demostrado que no le tiene miedo a cambiar su apariencia ante la cámara. "Es raro porque yo siento a los personajes que interpreto como si fueran personas reales. De ahí que en realidad nunca haya percibido que tuvieran que parecerse a mí", comparte. "Cuando empiezo a trabajar en ellos, enseguida sé cómo llevan el pelo o la ropa que lucen. Es muy importante construir eso desde bien temprano porque creo que es indispensable para entender su psicología y lo que los mueve", continúa. "Me lo paso bien cuando tengo que aparecer con otro *look*, me siento en la silla de maquillaje y dos horas después ya no estoy ahí, es alguien completamente diferente".

No solo a través del maquillaje, Anya Taylor-Joy también conecta con los personajes a través de la música, algo que ha vuelto a suceder en este último lanzamiento, donde una de las canciones punk más románticas de todos los tiempos acapara cierto protagonismo en un momento dado. "Soy una fan incontestable de Ramones", exclama entusiasmada. "Me ayudó mucho a unirme a Drasa el que tuviera esos gustos musicales y hubo un *match* a través de su lista de reproducción. Todavía escucho algunas de las canciones que en su día añadí a esa lista porque es algo que suelo hacer, montar una selección de temas para cada uno de mis personajes", expone. ¿Y cuándo no está inmersa en un rodaje? "En estos momentos estoy escuchando sin parar a Cocteau Twins. *Heaven or Las Vegas* es un disco que es perfecto para escuchar por las mañanas en casa, tiene unas melodías increíbles. Ahora me pongo mucho Goldfrapp, The Kinks o *Eusexua*, la última canción de FKA Twigs. Es increíble y no puedo esperar a tener el disco al completo", comparte sobre una inesperada melomanía.

En varios momentos a lo largo de la charla la actriz incide en la amistad que la une a su compañero de reparto en su último estreno. Miles Teller ha vuelto a aparecer en alfombras rojas de alto nivel, como la de los Globos de Oro, después de algunos años en los que ha mantenido un perfil bajo en Hollywood. "Nos conocimos hace tiempo porque compartimos representante", explica la actriz. "Recuerdo que me invitaron hace unos cuantos años al preestreno de una de sus películas y allí lo encontré junto a su esposa, con la que sentí una conexión instantánea y nos hicimos amigas al momento. No paramos de hablar en toda la noche", rememora. "A partir de ahí forjamos una relación y enseguida supe que seríamos importantes en la vida del otro. Mi marido [el músico Malcolm McRae] y yo somos muy buenos amigos de Miles y Keleigh, sí".

E

n las antípodas de *El abismo secreto* se encuentra *Sacrifice*, el primer largometraje rodado en inglés de Romain Gavras y un nuevo protagonista para añadir a la filmografía de Anya Taylor-Joy. "Síiií", contesta en español al ser preguntada si estará finalmente en este filme que se adivina ilusionante. "Me ha encantado trabajar en este proyecto y he disfrutado cada segundo. Soy una auténtica privilegiada por hacer cosas que me apasionan, emplear mi tiempo en las que amo. Esta ha sido una de ellas", explica. "Y no te lo digo por quedar bien", añade de nuevo en castellano.

"Me di cuenta enseguida de que Joan era un personaje muy interesante porque tiene algo de eso de lo que todo el mundo habla hoy en día: conectar y trabajar con nuestro niño interior", profundiza la actriz sobre su papel. "Me he preguntado durante bastante tiempo dónde estaría mi niña interior y me di cuenta al conocer a Joan que había dado con ella, sin lugar a dudas. Es

Top y pantalón de plumas, ambos de LOEWE; *botas de* JW ANDERSON; *y calcetines del estilista.*

Jersey de lana,
de BABAÀ.

"No hubiera cambiado nada, en absoluto, de la manera en la que celebramos nuestra BODA *[...]. Poder guardarme algo que es solo* PARA MÍ *y la gente que quiero es* FUNDAMENTAL *en mi vida".*

muy intensa, apasionada, tiene una misión que llevar a cabo y nada ni nadie va a detenerla. ¡Ah! Y además quiere salvar al mundo, ¿cómo no iba a interpretarla?".

Es esta una comedia negra, surrealista y con toques de *thriller*. La actriz vuelve así a un género en el que se ha prodigado poco, pero en el que ha cosechado notables éxitos como *Emma* o *El menú* cuando lo ha hecho. "Me volvió loca trabajar en *Emma*. Me lo pasé tan bien", recuerda. "Espero que las comedias vuelvan pronto, me encantaría ver más en mi futuro próximo".

La realidad es que siempre ha estado más cerca de ese terror que se niega a ver a solas con la luz apagada. La mencionada *The Witch*, *Última noche en el Soho*, *Múltiple*, *Purasangre* o la española *El secreto de Marrowbone* son un buen ejemplo de ello."Hacer tanto terror tiene que ver con la forma en la que el destino ha dispuesto las cosas para mí –fue el primer género en el que yo aparecí– y en mis comienzos tampoco conocía nada distinto. Luego me di cuenta de que cuanto más oscuro y retorcido es lo que muestras en pantalla, más risas se dan en el proceso y entre tomas. Necesitas ese respiro para poder continuar rodando. La verdad es que siempre me lo he pasado en grande en esas grabaciones", concede en un arranque de honestidad.

Si hay un director de este tipo de películas con el que ha forjado una alianza profesional que se extiende varios años en el tiempo ese es Robert Eggers, director de una popularísima *Nosferatu* en la que Taylor-Joy no pudo participar por incompatibilidad de agenda. "Fue muy triste no estar porque a pesar de todo esa siempre será mi primera familia cinematográfica", comparte. "Amo con todas mis fuerzas a Rob y a gran parte del equipo de esa película. Sabemos que podemos hacer todo lo que nos propongamos juntos. Al final, en esta ocasión no pudimos hacer que funcionara, pero seguimos siendo esa familia, soy la mayor fan de Robert y estoy deseando ver la película porque todavía no he podido".

Es notorio el amor de la actriz por los vampiros y por la imaginería del terror gótico y recargado que tanto hubiera disfrutado de haber conseguido cuadrar sus tiempos para encarnar a la Ellen de esta nueva versión de la historia del vampiro. "En realidad siempre me ha gustado mucho la magia. Los recuerdos que tengo de mi infancia en Argentina están relacionados con momentos en los que sabía que los pájaros migraban ese día y teníamos que construir un nido para que tuvieran un sitio donde dormir, tal y como le decía a mis compañeros en la escuela; o con mis paseos por el bosque donde me encontraba con historias fantásticas siempre relacionadas con las brujas, los vampiros o las sirenas. Ese era mi lugar feliz", evoca.

Tal es ese amor a todas las criaturas fantásticas y al lado esotérico de la existencia que su boda con Malcolm McRae tuvo lugar en una ciudad tan cargada de leyendas como lo es Nueva Orleans. Hasta sirvió un postre con forma de corazón anatómico, tal y como pudieron conocer de primera mano sus doce millones de seguidores en Instagram un año después del enlace. La actriz decidió personalmente sus tiempos y lo que quería dar a conocer. "No hubiera cambiado nada, en absoluto, de la manera en la que celebramos nuestra boda", explica. "Nuestro primer enlace lo hicimos literalmente solo para nosotros dos, el padrino y la dama de honor. Lo celebramos con nuestra familia y fue realmente bonito. Ese momento, ese instante, es algo sagrado para mí", cuenta profundamente convencida y dando a entender que sí: ese otro enlace que se pensó que había tenido lugar en Venecia justo después, sucedió. "Poder guardarme algo que es solo para mí y la gente que quiero que tengo alrededor es fundamental en mi vida", concluye antes de despedirse con el mismo afecto del que ha hecho gala a lo largo de toda la conversación.

Jersey y 'culotte',
ambos de PRADA.

Peluquería: Gregory Russell.
Maquillaje: Raoul Alejandre.
Manicura: Julie Kandalec.
Producción: Pettycash.
Retoque: Marie Remaud.

De ROMA *al cielo*

Con su llegada a VALENTINO, *la firma de moda italiana cargada de sofisticación y romanticismo,* ALESSANDRO MICHELE *ha vuelto a casa.* REBECCA MEAD *conversa con el diseñador, más libre que nunca de crear a su manera. Fotografía* ANNIE LEIBOVITZ. *Estilismo* TABITHA SIMMONS.

ENLACE AL CANAL
x.com/byneontelegram
Ó escanea el código QR:

Los códigos de la casa –ornamentados, opulentos, profundamente románticos– confluyen en los diseños de Alessandro Michele con la energía fresca, de tintes urbanos, tan suya y signo del tiempo presente, alquimia encarnada aquí por la modelo Luiza Perote. 'Total look' de VALENTINO.

x.com/byneontelegram
byneon
Neon147

Uno de los pasatiempos favoritos de Alessandro Michele en su infancia –Roma, años 70– era hurgar en el armario de su madre y acariciar el tafetán crujiente, las parpadeantes lentejuelas y demás adornos de otros tiempos. Ella trabajaba como asistente de un ejecutivo en una productora de cine, profesión que le exigía una presencia glamurosa. Uno de sus vestidos, en particular, hacía volar la imaginación del pequeño. Confeccionado en crêpe de chine a la manera de Valentino, presentaba un diseño de falda larga y cuello alto, con una caída que a Michele le recordaba a una vela. Por delante, era totalmente negro, color que para su madre era garantía de elegancia. Por detrás, sin embargo, llevaba bordada una enorme mariposa rosa y lila, un gesto distinguido pero rompedor que evocaba metamorfosis y belleza efímera. Al parecer, le contó a su hijo, se lo había comprado para un estreno, en un tono que, según recuerda él, "parecía decirme: 'Lo llevé en un mundo que ya no existe'". Cuadro décadas después de aquellas incursiones en armarios ajenos, Michele tiene en sus manos desde hace unos meses otro tesoro sartorial: el archivo de la casa Valentino, que lo fichó como director creativo en la primavera de 2024. En s u primer día en las oficinas de la firma, ubicadas en un *palazzo* tardorrenacentista en la Piazza Mignanelli de Roma, el diseñador se zambulló en el extraordinario almacén de prendas, zapatos y demás objetos, todos ellos construidos con una exquisita ligereza que se opone a un rigor casi arquitectónico. En su antiguo puesto al mando de Gucci, que ocupó durante casi ocho años, hasta 2022, Michele se consolidó como un curador consumado, revolucionando la marca con su pasión de urraca por lo antiguo y lo bohemio. Vistió a sus fieles con excéntricos *looks* que parecían sacados del mercadillo comunitario de una iglesia de Inglaterra o descartes de un vestidor de la nobleza italiana. Poder perderse en el archivo de Valentino, así como acceder a los avezados técnicos que dieron vida con su saber hacer al extraordinario contenido del mismo, le ha brindado a Michele una oportunidad sin precedentes: alimentar su propia imaginación manipulando, ponderando y reconceptualizando el legado material de su renombrado predecesor.

Bien entrada la tarde de un sábado de septiembre, a poco de cumplirse seis meses de aquel primer contacto con la cueva del tesoro de la firma, Michele se encuentra en París, en las oficinas de Valentino en la Place Vendôme, dando los últimos retoques al que va a ser su primer desfile de pasarela para la marca, presentado la tarde siguiente. Aún quedan por zanjar algunas decisiones sobre los accesorios y el calzado, así como ciertos ajustes de última hora en bajos y escotes. Él ocupa una silla en un extremo del que fuera en su día un gran salón de recepciones, con sus techos altos y sus molduras de pan de oro. Hay dispuestas largas mesas llenas de complementos: turbantes, gafas y bolsos, incluida una selección de *clutches* que parecen gatos de porcelana. Junto a él se sientan miembros de su equipo. Su pareja, Giovanni Attili, observa en segundo plano. Al final de la sala, enfrentado a un enorme espejo enmarcado, hay otro espejo todavía más grande. De este modo, cada vez que se le acerca una modelo, el diseñador puede ver el conjunto por delante y por detrás a un tiempo para así evaluar su nivel de coherencia y subversión, el diálogo, si se quiere, entre el cuello alto negro y la vívida mariposa bordada. La calma reina en el ambiente.

"Esto es un desastre", bromea Michele, que cumplió 52 años en noviembre, cuando me presento ante él y su equipo. "Nos podemos relajar un poco porque está casi hecho". Va vestido con vaqueros azules, una camisa de cuadros de Black Watch y unas Vans rojas y blancas. La melena le cae sobre los hombros, casi como un Cristo de Caravaggio, contenida solo por una trenza suelta a cada lado. Lleva las muñecas cargadas de pulseras –camafeos enlazados, brillantes circonitas, brazaletes de varios hilos– que hace sonar cada vez que realiza un arreglo. Las modelos también van adornadas con esa misma abundancia estrafalaria. "Intenta caminar con las manos en los bolsillos", le pide a una de las chicas, vestida con una falda *midi* de color castaño, blusa de cuello elevado y una chaqueta con ribetes de pelo, todo hecho con un mismo tejido estampado de seda cloqué, extraído de los archivos de Valentino. Como accesorios, unas gafas de sol a lo John Lennon con *charms* de lentejuelas doradas y una pesada cadena de oro con un colgante de brillos, mezcla entre joyón de rapero y preciada reliquia de una duquesa viuda. "¿Te cuesta mantenerte erguida?", le pregunta a otra modelo que se tambalea sobre unos zapatos de tiras negros y dorados, llevados con medias blancas de encaje, un *body* de lentejuelas y un *negligé* con volantes en crespón *georgette* –un *look* ideal, diría yo, para pedir una precena de ostras con caviar al servicio de habitaciones del Beverly Hills Hotel–. "Tú sigue andando como si nada", le dice Michele con empatía.

Otra modelo emerge con un conjunto que flirtea con el conservadurismo: pantalón sastre gris de cintura alta y una chaqueta color crema de corte *boxy* con lunares negros, abrochada con un lazo de satén en ese rojo que hizo suyo Valentino Garavani, fundador que dio nombre a la firma y diseñó para ella durante 45 años, hasta su retirada en 2008. Como complemento, unos guantes elaborados en delicada red negra con puntos blancos bordados. El aparente recato se rompe, sin embargo, con joyería *punk*: una rotunda argolla de brillantes en la nariz, como elaborada para un toro imperial, y un arco de abalorios sujeto al labio inferior, una suerte de artilugio facial BDSM. Hay revuelo y aluvión de búsquedas en Google cuando alguien señala que la modelo, con su cara en forma de corazón y su largo pelo castaño, se da una aire a Isabelle Adjani. Ella se sonroja, halagada con la comparación, y le brota una sonrisa de oreja a oreja que da con el adorno labial en el suelo.

Durante varias horas, el equipo trabaja con constancia y Michele mantiene la energía gracias a un plato de *prosciutto* que cenó temprano. "¿Estás cansada?", le pregunta a una mujer ataviada con un jersey amarillo de Valentino y una cinta de medir colgada del

cuello –la jefa de las costureras que reajustan las piezas un piso más arriba–. La calidad del trabajo bajo el mando de Valentino Garavani, me dice Michele, ha sido una revelación para él. Me muestra un vestido largo palabra de honor, confeccionado en chifón de seda, de un tono azul cerúleo con estampado de lunares. El corpiño con frunces horizontales acaba en cintura baja de la que brotan volantes, y bajo estos asoma una falda recta estrechamente plisada y otra cascada de volantes a partir de la rodilla. "Son muy, muy complicados", comenta Michele sobre los pliegues en diferentes medidas. "Es como una pieza de origami. Es increíble. Tenía esta forma tan suya de construir como un ingeniero". Me chocó que hablara en tercera persona: ¿sería una reproducción exacta de una pieza de archivo o un diseño nuevo? ¿Es de Valentino Garavani o de Alessandro Michele? "Es él, conmigo", responde Michele. "Es casi suyo. He intentado cambiarlo un pelín. A veces intento replicarlo igual, porque me fascina. Pero creo que estamos los dos en este vestido". No he visto nada así en décadas. Bien podría haber salido del armario de Lady Di a principios de los ochenta. "Me gusta porque ahora resulta muy desfasado, pero lo antiguo y obsoleto me parece lo más", se entusiasma Michele. "Además, dentro de un mes, todo esto va a estar súper de moda".

La gran metamorfosis, de desfasado a absolutamente actual, arrancó la tarde siguiente con la presentación de la nueva colección, no en un enclave chic del centro de París, como marcaba la costumbre en Valentino, sino en los aledaños del bulevar periférico, en un *dojo* de artes marciales engalanado para la ocasión. Los invitados y amistades de Michele, como Elton John, Harry Styles y Hari Nef, atravesaron el suelo de espejos rotos hasta tomar asiento en sillones y otomanas protegidas con sábanas, como si fuera aquello una mansión ruinosa a la espera de que alguien quiera renovarla, hechizada por elegantes fantasmas. La procesión de modelos serpenteó entre el público por un pasillo estrecho, exhibiendo de cerca ricos brocados, sofisticadas pieles, ondulantes gasas, delicados encajes, lentejuelas y volantes, al son melancólico de *Passacaglia della Vita*, una canción del siglo XVII sobre la transitoriedad de la vida. Cuando apareció el vestido azul en cuestión, pasados dos tercios del desfile, su portadora iba extrañamente desprovista de aderezos, sin tocado y casi sin maquillaje, como una niña que acabara de ponerse un traje del baúl de disfraces de su madre. Erguida como una vela, la larga columna de tela caía rectísima a su paso. Reflejados en el suelo fragmentado, los intrincados remolinos de chifón flotaban fulgurantes, vivos como una intensa llamarada azul.

Al cabo de unos dos meses, quedo con Michele en su despacho en Roma. Amueblado con piezas del propio modista, un escritorio doble del siglo XIX y un diván dieciochesco con cojines de satén amarillo, la estancia es todo un palimpsesto de sus anteriores ocupantes: desde el techo de casetones del siglo XVI hasta los murales del XIX, pasando por el papel pintado de efecto *boiserie* que eligió Valentino Garavani en los años 80 y que el tiempo ha empezado a arrugar. "Entabla un diálogo un tanto inquietante con el hermoso techo", comenta el diseñador. "Me gusta ese caos". Está deseando, añade, descubrir qué reliquias de siglos pasados se ocultan bajo el papel, ya de por sí antiguo.

Conocí a Michele en Roma en 2016, poco después de que cumpliese un año en la dirección creativa de Gucci. Esta mañana lo encuentro poco cambiado, con la misma barba reluciente y su envidiable melena espesa y oscura con la raya en medio, aunque esta vez la lleva recogida en dos trenzas tirantes. La única diferencia que advierto está en las joyas que abarrotan sus dedos: en lugar de los anillos de plata que llevaba hace ocho años, ha subido de categoría con cálidas piezas de oro antiguo. Lleva un jersey de cachemir color burdeos y pantalones *baggy* de pana marrón. En su cuello abundan los collares: un babero de camafeos neoclásicos del siglo XVIII; un hilo de perlas naturales; y un largo cordón con abalorios de cerámica turquesa con decoraciones florales que data del periodo ptolemaico tardío. Reconoce que no es una joya para llevarla todos los días: un mínimo descuido al comer podría causarle daños que lleva dos mil años esquivando.

"Lo ANTIGUO y desfasado me parece lo más", afirma Michele. "Además, dentro de un mes, todo esto va a estar súper DE MODA".

Su carisma salta a la vista. Es una persona abierta, cautivadora y de intelecto curioso. "Pasar un segundo con él es como pasar tres días con cualquier otra persona", me cuenta vía *email* su íntimo amigo Elton John, y apunta otro atractivo de Michele que no se advierte en las fotos: su fragancia fetiche con 200 años de historia, obra de la botica florentina Santa Maria Novella. En los años que pasó al frente de Gucci, el modista parecía totalmente en su salsa compartiendo alfombras rojas con Jared Leto y Harry Styles. Pero antes de su ascenso definitivo, durante los 13 años que trabajó en la empresa, era un desconocido. Ser la mano derecha de Frida Giannini, su predecesora inmediata como directora creativa, y trabajar previamente a las órdenes de Tom Ford, quien en los años 90 hizo de Gucci sinónimo de sensualidad y elegancia setentera, le proporcionó un conocimiento enciclopédico de la marca. En el puesto más alto, sumó a esa experiencia su propia idiosincrasia estética, una fascinante amalgama de ornamentación renacentista, dramatismo barroco, *punk* primigenio y docenas de otras influencias. Si al principio su reinvención de Gucci fue recibida con cautela, no tardó mucho en entusiasmar tanto a la crítica como a la clientela. La creatividad desbordante de Michele iba acompañada, no obstante, de una sólida ética de trabajo. "El gran secreto de Alessandro es que te diviertes mucho a su lado, siempre hay tiempo para una broma, pero sin perder nunca de vista la seriedad", me alumbra Michela Tafuri, quien ha trabajado con Michele durante buena parte de los últimos 20 años. Ginevra Elkann, cineasta, amiga y vecina suya en Roma, lo suscribe: "A bote pronto parece desbordante, que lo es, sin duda.

El rojo es primordial en el universo de Valentino, pero según la visión de Michele –aquí en su despacho en la sede de la firma en Roma, con la modelo Ali Dansky– no siempre tiene que ser vivo. "Me gusta esa pátina de polvo que envuelve a la marca. El polvo es precioso". 'Total look' de VALENTINO.

Un brillante lazo rojo contrasta con una delicada creación de vestido y 'shorts', cuyos volantes, transparencias y bordados dorados la asemejan a un antiguo pergamino. La modelo Jiahui Zhang posa aquí en el Museo Nacional Etrusco de Villa Giulia en Roma, con 'total look' de VALENTINO.

Pero tiene un lado bastante ordenado que no te esperas, muy organizado y preciso. Nunca se dispersa", describe.

Esa naturaleza organizada y currante le rentó a Kering, empresa matriz de Gucci, no pocos beneficios. Los ingresos de la firma crecieron durante su mandato desde algo menos de 4.000 millones de euros hasta alcanzar los 10.000 millones para cuando el diseñador decidió desvincularse, a finales de 2022, porque, compartí conmigo, "había algo que ya no me funcionaba". Semejante crecimiento rozaba lo inhumano. "Es imposible, es antinatural", prosigue. "Lo mejor es crecer despacio, hay que cuidar cómo se crece. Es lo mismo que con el cuerpo. Necesita su tiempo". El ritmo se le hizo insostenible, personal e incluso creativamente. "Me arriesgaba a sentirme preso en ese sitio, siempre con la misma gente en el avión, en el hotel. Estaba en una especie de burbuja", reconoce. Valentino, en cambio, reportó alrededor de un décimo de los ingresos obtenidos por Gucci en el mismo periodo: una estrategia de *boutique*, en comparación. Obligado por un acuerdo de no competencia de un año, Michele se entregó a otras pasiones. Restauró un apartamento en un célebre *palazzo* romano, con torre medieval incluida, y lo llenó de objetos de su colección personal, de cuadros renacentistas a azulejos vidriados de Delft. También ha puesto en marcha la restauración de un castillo en su finca rural en el Lacio, al norte de Roma, terrenos que compró para salvarlos de la invasión de la ganadería industrial porcina. Su porfolio inmobiliario aún no puede competir con el de Valentino Garavani, que residía entre una villa romana, un *château* cerca de París, varias viviendas en Nueva York, Londres, Capri y Gstaad, y su yate. Eso sí, él puede apuntarse el tanto de haber adquirido un apartamento en Venecia a lo largo de una planta entera de un *palazzo* del siglo XV y, según veo la imagen que me enseña en su móvil, con vistas a los canales por ambos lados. "Me gustan los sitios bonitos", le sale del alma. "Me dan igual los coches y esas cosas, lo único que me interesa de verdad son los lugares con historia, donde vivió y murió gente".

Cuando Pierpaolo Piccioli abandonó la dirección creativa de Valentino en 2024 después de 25 años en la firma, Michele fue la opción obvia para Jacopo Venturini, CEO de la compañía: "Sabía que le encanta trabajar con material de archivo y en Valentino tenemos un archivo enorme", dice Venturini. "La firma no es una página en blanco. No es una enseña donde puedas llegar y hacer lo que quieras, porque tenemos un pasado". Valentino Garavani y la enseña que levantó junto a su socio y expareja Giancarlo Giammetti ya es historia de Roma. Tras fundar en 1960 una casa de alta costura con voluntad de equipararse a las de París, Valentino vistió a princesas y primeras damas, y a cualquier clienta que aspirase a parecerse a ellas. Michele, que vivió su adolescencia en Roma, se vio más influido por la música y la innovadora ropa que surgió en sincronía de nombres como Vivienne Westwood que por las lujosas confecciones de maestros como Valentino. Dicho esto, el modista por sí mismo era un personaje insigne: "Todo el mundo lo conocía, como al papa", recuerda Michele. "Podías ver pasar al papa en coche y luego a Valentino. En Roma, estás muy en contacto con el poder de una manera natural, te rodea el Imperio Romano y una historia humana ancestral. Me gusta meter a Valentino y al papa en el mismo saco porque, en esta ciudad, Dios tiene mucha presencia, pero también la decadencia, la belleza, la riqueza y el romance". Al mítico diseñador, que tiene ahora 92 años, solo lo conoció de pasada hace unos años, si bien el venerable creador le escribió un mensaje en cuanto se anunció su nombramiento. "En realidad no he hablado nunca con el señor Valentino, pero estando en su casa, es como si hubiéramos hablado. Puedes aprender muchas cosas de las reliquias y piezas que han pasado por su vida", argumenta Michele. "De hecho pueden contarte una historia muy diferente, detalles que quizá él nunca diría frente a frente, sobre su espíritu delicado y su idea de la libertad".

> ***"Lucho siempre por* REBASAR LOS LÍMITES. *Busco ser como el agua, colarme por una pequeña grieta para destruir lo que está contenido".***

Aunque las clientas de Valentino solían ser figuras de las altas esferas, Michele observa que el propio diseñador estaba muy lejos de ser convencional o conservador. "Pensamos que era un hombre muy clásico, pero no es así", dice. Como Yves Saint Laurent, el reconocido canon de elegancia de Valentino nacía de la innovación. "Cambiaron tanto la cultura que se volvieron cultura", continúa. "Por eso los consideramos clásicos. Cuando ves una señora con una camisa fucsia y una falda de terciopelo negro, piensas: 'Qué chic, todo un clásico, es muy Saint Laurent'. O si ves a otra con un sofisticado vestido de volantes, enseguida decimos que va 'súper Valentino'. Pero ambos fueron muy revolucionarios. Se nos ha olvidado. Valentino vivía abiertamente su homosexualidad en los años 70. Nadie más hacía eso en el mundo de la moda. Él lo hizo y sin remordimientos".

En París, tanto la colección como el misterioso escenario fueron recibidos con entusiasmo y emoción generalizadas. Crítica y público celebraron cómo Michele había acertado a combinar su propia estética de riqueza maximalista con el refinado legado artesanal de Valentino. El director creativo se quedó satisfecho en general con la acogida, aunque cuando nos vimos allí un par de días después del desfile, había ojeado en redes sociales algunos comentarios menos elogiosos –y bastante envenenados–, sobre todo quejándose de que se había limitado a replicar lo que hacía en Gucci. "Es un rasgo muy interesante de nuestra época, que haya gente que se ponga tan violenta contra personas que son libres de hacer lo que quieran", señala. Una señora se cebó en concreto con sus accesorios más lúdicos: "¡Puso el grito en el cielo porque había visto a

una mujer con un bolso de gatito!", comenta indignado. El diseñador sospecha que ese escarnio nace de la autorrepresión. "Cuanto más libre eres, más iras provocas", continúa. "Creo que es gente que no se siente libre. Si tú ejerces tu libertad, su reacción es: '¿Por qué tú puedes hacer lo que te apetezca y yo no?'. Es curioso".

Durante su año sabático, Michele coescribió un libro, *La Vita delle Forme. Filosofia del reincanto*, junto a Emanuele Coccia, doctor en filosofía. Michele siempre ha contemplado la creación a través de una lente crítica y teórica, influido en parte por el trabajo intelectual de Attili, su pareja, profesor universitario de planificación urbana. Aprovechó el retiro momentáneo para colarse de vez en cuando en sus seminarios en La Sapienza de Roma. "Mi próxima vida quiero pasármela estudiando", arroja. Su novio lo animó a tomárselo con calma tras salir de Gucci. "Fue el único que me dijo: 'Podemos cambiar de vida. Puedes cambiar de vida. Por mí no hay problema'".

En el libro, Michele desarrolla algunas de las ideas que han sustentado su experimentación en las pasarelas de los últimos años. Entre ellas, la inclusión, pionera entonces, de identidades de género no binarias y sus formas de expresión, gesto que con los años se ha convertido casi en moneda común. En cada una de sus colecciones, escribe, "perseguí un ideal de belleza y ambigüedad que cobra vida en identidades corporales olvidadas… Desde el principio… hibridaba todo lo que me salía al paso, como un modo de incorporar la diversidad en cada forma individual".

Innegablemente, me avanza Michele, en Valentino continuará con las investigaciones que emprendió en Gucci: su sensibilidad intelectual y estética es una constante, aunque el sustrato que aborde sea diferente. "Creo que va a cambiar un poco, mitad y mitad", dice. "Es decir, manteniendo el alma, pero revitalizando la marca. Aunque me gusta esa pátina de polvo que envuelve a la firma. El polvo es precioso". Cuando Michele comenzó a planear su primera colección de alta costura para Valentino, no se le iba de la cabeza un cuadro que compró hace unos años y que cuelga detrás de una mesa de comedor en su casa en Roma. Pintado por François Quesnel, artista parisino de finales del siglo XVI cuyas obras Michele colecciona, muestra a una mujer ataviada con un vestido oscuro, de corpiño estrechísimo y profundo talle en uve, su rostro y escote enmarcados por una delicada gola blanca levantada, el cuello adornado con una gargantilla de perlas. "Se trata de una mujer rica", explica Michele ante su almuerzo de rodaballo y alcachofas fritas en el Ristorante Nino, un establecimiento tradicional muy cerca de la sede de Valentino. "Se suele creer que el negro se usaba solo para el luto, pero era señal de riqueza, porque era el color más preciado de todos. Este es un falso negro, una berenjena oscuro". Más allá del tono de los ropajes, le atrajo el simbolismo de la obra. En la pared, detrás de la dama, aparece un retrato de ella misma de joven y junto a ella posa su hija pequeña para escenificar su rol de madre. De su cintura cuelga una cadena de oro que acaba en un medallón con la imagen de su difunto marido. "Él le ha dejado en herencia un gran reino", analiza Michele. "Es una manera muy interesante de decir que es una mujer con poder". Envió una foto del cuadro a su jefa de alta costura. "Le dije: 'Empecemos por aquí. Puede que acabemos alejándonos, pero es un comienzo'", recuerda.

En Gucci, sin duda, creó vestidos de noche gloriosos e inigualables, como el que lució Florence Welch en los premios Grammy de 2016: un diseño hasta el suelo en chifón de seda rosa, con profundo escote de babero plisado, salpicado de aplicaciones de estrellas y lunas. "Me sentía muy cómoda, muy yo", recuerda la cantante. "Alessandro supo sacar lo más bonito y estimulante de mi manera de vestir". Ya antes de presentar su primera colección de alta costura, el diseñador dio muestras de cómo iba a hacer suyo el virtuosismo de Valentino vistiendo a Apple Martin, hija de Gwyneth Paltrow y Chris Martin, para el Baile de Debutantes de París de noviembre. La joven llevó un vestido azul cielo con seis capas de chifón de seda plisado (acompañada de sus padres, ellos también de Valentino). Sin embargo, el citado desfile de enero fue la primera oportunidad para Michele de ofrecer una colección entera de vestidos exclusivos y confeccionados a mano, no para artistas y su descendencia, sino para los armarios de clientas pudientes, el equivalente moderno a la mujer del retrato que prendió la inspiración.

Explica que le hizo falta un reajuste cognitivo para no pensar como hasta ahora en cómo reproducir en serie un diseño, esfuerzo mental que le demandaba el *prêt-à-porter*: "La destreza técnica de los sastres de Valentino desafía mi imaginación de una manera que es casi metafísica"; porque, en la alta costura, continúa, "el vestido no responde a la vida real. Puedes poner en él lo que quieras, sin límites. Se me hace un poco difícil, porque me gusta tener límites. Lo mío es luchar siempre por rebasarlos. Busco ser como el agua, colarme por una pequeña grieta para destruir lo que está contenido. Aquí, no hay nada que me frene". Y aún añade: "La libertad es algo tan delicado, ¿sabes? Es... desnudarse completamente. Ser... totalmente tú".

Hay otra diferencia sustancial en el proceso creativo: en el *prêt-à-porter*, su trabajo parte de una modelo que el equipo de diseño ya ha vestido de arriba abajo, como en el *fitting* al que asistí en París. En la alta costura, en cambio, la modelo se presenta ante él casi desnuda y son las costureras las que van construyendo el vestido sobre su cuerpo, agrupadas alrededor con un recogimiento que para Michele roza lo sagrado. "La costura es la semilla que dio pie a todo, es un rito arqueológico que seguimos manteniendo vivo", expresa. "Cuando veo a las sastras rodeando a la chica y al vestido, devolviendo a la vida el rito, siento que hay en ello un espíritu, muy fuerte y poderoso, que debemos preservar. Es algo casi religioso". Las costureras, dice, "saben cómo manejarlo, como si fueran monjas, como vestales", describe aludiendo a las sacerdotisas de la antigua Roma que cuidaban del fuego sagrado en el templo de la diosa Vesta, cuyas ruinas permanecen en el Foro, a un corto paseo del *palazzo* de Valentino. La comparación lleva a Michele una vez más a enlazar con la fugacidad de la vida y la brevedad de la propia existencia frente a miles de años de historia. En un aspecto más prosaico, le recuerda a la naturaleza efímera de la moda. Sobre la cultura de Valentino de la que ahora es custodio, asevera: "La intención es mantener encendida y proteger esa llama para siempre, y yo voy a ser una de las personas que vamos a tratar de administrarla. Pero yo soy uno de tantos. Lo importante, lo que hay que conservar, es la llama".

TRADUCCIÓN Y ADAPTACIÓN: ESTHER GIMÉNEZ.

La libertad con que Michele diseña para Valentino se alimenta de la divinidad, la decadencia y la belleza de Roma. El resultado son piezas sobrenaturales. 'Total look' de VALENTINO.

Peluquería: Shiori Takahashi. Maquillaje: Yadim. Producción: AL Studio y Kitten Production. Diseño del set: Lee Flude. Manicura: Silvia Magliocco. Sastrería: Viola Sangiorgio.

Anok Yai (a la izda.) y Awar Odhiang llevan vestidos y zapatos, todo de LOEWE.

En el PAÍS *de las* MARAVILLAS

SILUETAS *fantásticas,* TEXTURAS *traviesas y un toque* ROMÁNTICO *se funden con la belleza surrealista de los paisajes de* JEKYLL ISLAND, *en la sureña Georgia.* *Fotografía* TYLER MITCHELL. *Estilismo* CAMILLA NICKERSON.

Mona Tougaard lleva vestido y sobrefalda, ambos de CAROLINA HERRERA NEW YORK; *y sombrilla de* NEW YORK VINTAGE.

Awar lleva vestido de MARNI; *y sombrero de gran volumen, de* J.R. MALPERE.

Anok (a la izda.) y Awar llevan 'total looks' de CHRISTOPHER JOHN ROGERS. *Los zapatos de Anok son de* LOEWE.

Anok lleva vestido de ERDEM.

Anok (a la izda.) lleva vestido de VIVIENNE WESTWOOD COUTURE. *Awar luce vestido de* DOLCE & GABBANA.

De izda. a dcha., Awar lleva top de punto, de MIU MIU; *y 'shorts' de* MAX MARA. *Mona luce bañador y 'shorts', ambos de* CHANEL. *Anok, con 'total look' de* DIOR.

Anok lleva chaqueta estampada con volantes y mono, ambos de LOUIS VUITTON.

Anok, en Driftwood Beach, con vestido de CHLOÉ.

Awar lleva vestido con aplicaciones, de SCHIAPARELLI.

Mona lleva vestido de VALENTINO.

Mona lleva vestido con adornos, de BOTTEGA VENETA.

Awar lleva vestido y bañador, ambos de MIU MIU.

De izda. a dcha., Anok lleva top y falda, ambos de ALAÏA. *Mona luce vestido de* VICTORIA BECKHAM. *Awar, 'bandeau' de* SKIMS; *y falda de* ALAÏA.

Peluquería: Jawara. Maquillaje: Fara Homidi. Producción: Connect The Dots Inc. Sastrería: Ketch para Carol Ai Studio Tailors. Modelos: Awar Odhiang, Mona Tougaard y Anok Yai.

SENTIR EL CUERPO

MURIEL ROMERO, *directora de la Compañía Nacional de Danza, llega a su puesto con un objetivo muy concreto: que el baile hable el lenguaje del siglo XXI. Fotografía* PABLO ZAMORA. *Estilismo* BEATRIZ MACHADO. *Por* CECILIA CASERO.

x.com/byneontelegram
byneon Neon147
ENLACE AL CANAL
x.com/byneontelegram
Ó escanea el código QR:

Muriel Romero, en el centro de la imagen, luce americana de lana con broche metálico, pantalón de lana y sandalias de piel, todo de BOTTEGA VENETA. *Junto a ella, de izquierda a derecha, los bailarines de la CND Daniela Oropesa, Álvaro Madrigal, Hamin Park (tumbada), Thomas Giugovaz y Clara Maroto. Los cinco llevan su propia ropa de ensayo en todo el reportaje.*

En esta doble página, Muriel Romero lleva bodi con mangas globo y pantalones, ambos de seda, de ALAÏA; *y bailarinas de piel con pedrería, de* PEDRO GARCÍA.

En ambas fotos, de izquierda a derecha, los bailarines de la CND Thomas Giugovaz, Daniela Oropesa, Hamin Park, Clara Maroto y Álvaro Madrigal.

Durante la sesión de fotos que acompaña esta entrevista, Muriel Romero (Murcia, 1972), bailarina, coreógrafa, gestora cultural, profesora y directora de la Compañía Nacional de Danza desde el pasado 1 de septiembre, se empeña en calzarse un diseño inverosímil de Christian Louboutin con una silueta que es imposible no leer en clave subtextual: alto –altísimo, en realidad–, de un brillante color negro y con una especie de enorme espina atravesando el talón a modo de tacón. La belleza y el dolor convertidos en un par de zapatos. Sin embargo, nada en Romero tiene un solo atisbo de ánimo torturado. Más bien al contrario, se muestra receptiva y divertida, e incluso se presta a fotografiarse con un cartel que reza 'Por favor, no colocar ningún elemento sobre el piano' subida sobre dicho instrumento en una de las salas de ensayo de la institución. Todo en ella es energía hipnótica y luminosa. La líder de la compañía recuerda con claridad meridiana dónde estaba cuando recibió la llamada que confirmaba su nombramiento. "Estaba en Toledo. Tengo una amiga bailarina murciana, como yo, que tiene un club de gimnasia rítmica y me invitó a dar unas clases. Pero lo bonito, más que el lugar en el que me encontraba, era lo que significaba ese día: el 9 de julio hacía 16 años que mi madre había muerto. Ese es el fenómeno de la vida: no bailamos, somos bailados; no hablamos, somos hablados. Yo salí de casa con 11 años, pero siempre ha habido una conexión muy potente entre las dos, ella también se dedicaba a la danza, le hubiese gustado tener mi carrera y me apoyó siempre. Era de esas madres que lo dan todo", rememora.

Sin embargo, esta no es la primera vez que Romero pisa la CND. Ya estuvo antes allí como bailarina: en 1988 y 1995 entró a formar parte del equipo bajo la dirección de Maya Plisétskaya y Nacho Duato, respectivamente. "De Maya aprendí esa pasión rusa por la danza. Ella era una diva, un mito y verla bailar cada día era increíble. En Rusia, las figuras del *ballet* clásico son tratadas como si fueran futbolistas o estrellas de Hollywood. De Nacho, que tenía una personalidad fuerte, aprendí la disciplina porque era muy riguroso y perfeccionista. Yo chocaba un poco con él, los dos somos capricornio, pero a la vez nos queríamos y nos admirábamos mucho", desvela la gestora.

A pesar de que lleva casi medio año en su nuevo rol, Romero –la tercera mujer en ocupar el cargo después de María de Ávila y Plisétskaya– aún no ha tenido demasiado margen para pararse a pensar sobre ello. "Estoy tan preocupada por hacerlo bien que he tenido poco tiempo de reflexionar. Hay un nivel de trabajo bestial: soy comisaria, coreógrafa, pedagoga, dirijo, tengo que conocer a todos los bailarines [hay 55 en total, 26 nuevos fruto de las audiciones de la murciana. Se está entrevistando con todos de manera individual para entender las motivaciones y las inquietudes de cada uno de ellos]... A medida que vas cambiando de puesto, la perspectiva evoluciona. Yo me autoanalizo y pienso 'esto no lo digas así' o 'no quiero repetir esto que me hicieron a mí', pero para eso tienes que tomar mucha conciencia. Yo he estado en muchas compañías y cada casa es un mundo. Tienes que aprender cómo funciona y adaptarte", explica sobre su proceso de aterrizaje.

Romero permanecerá en el cargo un total de cinco años –ocho si finalmente se extienden los tres prorrogables a los que puede optar–, un periodo de tiempo que, aunque pueda parecer largo, no lo es tanto para acometer cambios profundos en una estructura que, no olvidemos, no deja de tener una fuerte vertiente institucional y burocrática. "Me gustaría que los bailarines crecieran artísticamente, estoy aquí para ello", apunta como primer y más importante objetivo bajo su dirección. Otra de las metas fijadas por la coreógrafa tiene que ver con fomentar la itinerancia de la compañía para que la danza llegue a lugares en los que, habitualmente, no hay un acceso tan directo a ella. Una vocación pública que ya se dejó sentir el pasado 19 de enero con la *performance* que realizó en la plaza del Cardenal Belluga de Murcia para celebrar los 1200 años de la fundación de la ciudad. "Yo creo que era la primera vez que la CND bailaba en una plaza. La danza engloba muchas otras disciplinas: música, diseño de moda, escenografía, iluminación, escultura… Nuestra obligación es intentar llegar al mayor número de personas. Si te llama un teatro pequeño, pues habrá que adaptarse y crear un programa *ad hoc* para ese espacio; y lo mismo con un espacio más grande", apunta. Una de las reivindicaciones históricas de la institución –que Romero ha heredado y que también considera prioritaria– es la demanda de un teatro propio. El nuestro es un caso absolutamente insólito, ya que todos los grandes *ballets* nacionales en el extranjero tienen su propio espacio para planificar de manera autónoma y estable. "Sería más fácil de gestionar porque nos

Abrigo de lana tornasol y cinturón de piel, ambos de JIL SANDER BY LUCIE AND LUKE MEIER; *y sandalias de piel y pelo, de* ZARA.

De izquierda a derecha, los bailarines Daniela Oropesa, Álvaro Madrigal, Clara Maroto, Thomas Giugovaz y Hamin Park.

La directora de la CND lleva camisa de algodón y falda trenzada con flecos, ambas de STELLA McCARTNEY; *y zapatos Kate Clawmax, de* CHRISTIAN LOUBOUTIN.

‘‘HOY EN DÍA ES MÁS FÁCIL LLEGAR A MARTE QUE A UNO MISMO Y ENCUENTRAS POCOS COREÓGRAFOS CON UNA MIRADA PARTICULAR. Y ESO ES LA DANZA CONTEMPORÁNEA’’.

permitiría programar mejor, ordenar las giras, organizar nuestros tiempos de preparación… Aquí no cabemos [Romero se refiere al espacio de ensayo que ocupan actualmente en el Paseo de la Chopera], tenemos dos salas grandes, pero necesitaríamos más. De esta manera, es luchar todo el rato por conseguir girar. Si no hay espectáculo el bailarín no crece, la culminación de todo su esfuerzo es la escena. Es muy difícil mantenerse en forma si no hay funciones. Yo he vivido mucho fuera y he estado en grandes compañías y es un placer tener tu propia casa, tu camerino, tu escenario, tu orquesta…”, explica.

En la trayectoria de Romero se alternan grandes instituciones con otras que se mueven en esferas más vanguardistas, una interesante mezcla que ella también pretende incorporar a la CND. “Cuando los coreógrafos son independientes y no están dentro de ese estándar comercial suelen tener una mirada interior mucho más profunda. Por eso me gustaría traer esas miradas. De hecho lo estoy haciendo ya”, reconoce. Otro de los aspectos clave para entender el devenir artístico de la murciana ha sido su compromiso con la búsqueda de la confluencia entre la danza y las nuevas tecnologías. En esa línea de exploración, en 2008 fundó el Instituto Stocos en Madrid junto al compositor Pablo Palacio, un proyecto transdisciplinar que combina danza, música, matemáticas, psicología experimental e inteligencia artificial. “El arte aporta mucho a la ciencia, más que la ciencia al arte. Después de pasar 15 años involucrada en varios proyectos europeos en los que se estudia la danza y el cuerpo, me he dado cuenta de que el bailarín está en boga. Mi abuelo era matemático, mi padre era físico y químico, y me gusta la ciencia y la investigación. O mejor dicho, me gusta la mezcla de disciplinas. Llegó un momento en mi carrera en que me cansé de trabajar en los teatros, de los bailarines, de los coreógrafos y tenía ganas de conocer más el mundo académico. Hablar con un biólogo o un ingeniero y encontrar un lenguaje común ha sido una experiencia muy enriquecedora. Y hoy en día estamos en la era de la inteligencia artificial, es lo que nos toca, y se abren nuevas oportunidades en cuanto a la creación de una tecnología para la amplificación del cuerpo –por ejemplo, esa que hace que un bailarín mueva una luz–; no una que nos limite, como el móvil”.

La CND estrena el próximo 27 de febrero *Don Quijote* en el Teatro Real de Madrid, una pieza que estaba programada por su antecesor en el cargo, Joaquín de Luz, con coreografía de José Carlos Martínez, que fue también director de la compañía y que actualmente lidera el *ballet* de la Ópera de París. “He traído a su asistente, Elna Matamoros, para que lo monte y lo afronto con mucha responsabilidad. Es una obra muy bella en la que se ha respetado mucho la coreografía de Marius Petipa pero dándole un toque más español”. Poco después vendrá la segunda pieza ideada por Romero –después de su puesta de largo en Murcia–: se trata de una obra en el marco del festival Ellas crean y que se representará en la sala de las musas del Museo del Prado el próximo 8 de marzo, coincidiendo con el Día Internacional de la Mujer. “Todo parte de una investigación que hice en la Real Academia de España en Roma en 2021. Aquella fue una experiencia maravillosa, estuve trabajando durante nueve meses rodeada de 21 artistas y mi proyecto trataba sobre la escultura. Soy una amante de esta disciplina y hay una cierta similitud a la hora de trabajar las perspectivas con respecto al espacio”. El título de la pieza, *Decimos verdades que parecen mentiras*, proviene de unos versos cantados por Las Musas del Helicón de la *Teogonía* de Hesíodo. “Trata sobre cómo el arte y la ficción a veces mienten para decir una gran verdad”, apunta Romero. La obra es una producción para 24 bailarinas con una duración de 26 minutos con música electroacústica del compositor Pablo Palacio (colaborador de Romero desde hace años), vestuario de Bebé Espinoza y maquillaje de Dior.

La murciana celebra el excelente momento que atraviesa la danza en nuestro país, con propuestas innovadoras que la responsable también espera poder llevar a la CND. “Marcos Morau [director de la compañía de danza La Veronal que obtuvo el Premio Nacional de Danza en 2013] está triunfando, es uno de los coreógrafos más reconocidos de Europa. Estoy hablando con él para ver si viene a hacer una pieza en 2028 porque está ocupadísimo. Aquí van a venir nombres como Mónica Runde, Mal Pelo [grupo de danza fundado en 1989 por Pep Ramis y María Muñoz], La Ribot [María José Ribot], Cuqui Jerez… Son perfiles muy diferentes y creo que es importante traer esas voces a esta compañía, porque hoy en día es más fácil llegar a Marte que a uno mismo y encuentras pocos coreógrafos con una mirada particular. Y eso es la danza contemporánea”, concluye. Una mirada de la que, sin duda, Romero goza y contagia.

Gabardina de algodón, de LACOSTE; *mono y bodi de punto elástico, de* FERRAGAMO; *y bailarinas de piel, de* PEDRO GARCÍA.

Maquillaje y peluquería: Lucas Margarit (Another Agency) para Dior y Keune. Ayudante de fotografía: Edu Orozco. Ayudante de estilismo: Diego Serna. Ayudante de maquillaje y peluquería: María Andrés. Ayudante de producción: Patricia Cuadros.

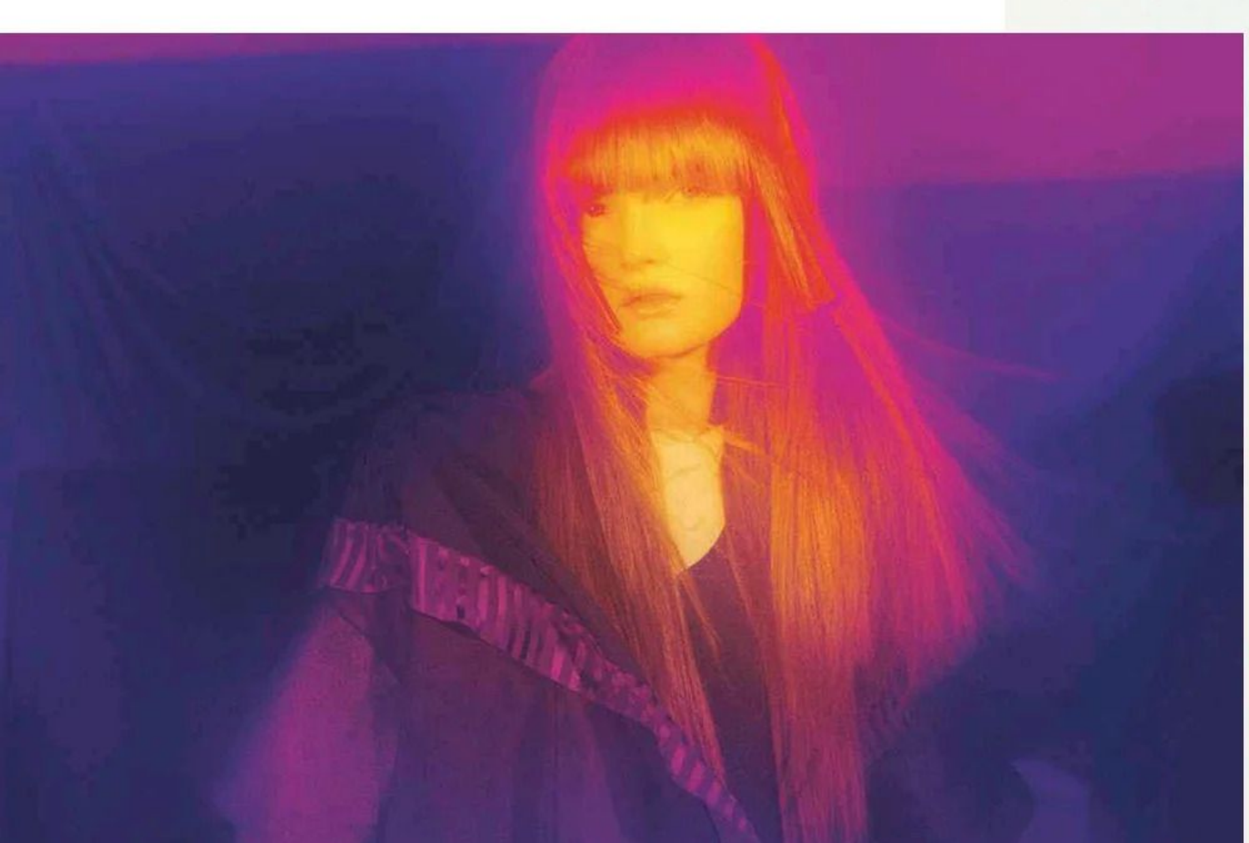
Las tendencias que vienen invitan a
JUGAR *y crear diferentes* PERSONAJES
gracias a una sinfonía de formas y texturas.
Fotografía MIKAEL JANSSON.
Estilismo ALEX HARRINGTON.

¿Y TÚ, QUIEN ERES?

Amelia Gray luce vestido de SPORTMAX; *jersey de punto, de* DURAN LANTINK; *y cinturón de* MIU MIU.

Lulu Tenney lleva jersey recortado y pantalones con vuelo, ambos de LOEWE; *y zapatos de* LOUIS VUITTON.

Jersey, falda con flecos y zapatos, todo de PRADA.



Arriba, Lulu lleva 'total look' de LOUIS VUITTON. *A la dcha., Vittoria Ceretti luce chaqueta y pantalones moteros, ambos de* DIOR; *y botas de* MAISON MARGIELA.

CHRISTIA

Amelia lleva 'total look' de MARNI.

Lulu luce vestido largo de silueta sinuosa, de ISSEY MIYAKE.

En esta página, Vittoria lleva vestido de BOTTEGA VENETA; *y sandalias de* THE ROW. *En la página siguiente, Lulu luce top y pantalones, ambos de* TORY BURCH; *sombreros de* MARNI *y* MAISON MARGIELA; *y gafas de sol, de* PRADA.

Vittoria lleva velo de encaje del estilista.

Amelia lleva top de HODAKOVA; *pantalones de* HERMÈS; *y sandalias de* PHOEBE PHILO.

Vestido abrigo de piel, de BALLY; *y botas de* MAISON MARGIELA.

Amelia lleva 'total look' de PRADA.

Peluquería: Damien Boissinot. Maquillaje: Mark Carrasquillo. Manicura: Anatole Rainey. Sastrería: Ellen Reesen. Producción: Day International. Escenografía: Jean-Michel Bertin. Modelos: Vittoria Ceretti, Amelia Gray y Lulu Tenney.

Photo Booth
Effects

PASO *de* GIGANTE

ENLACE AL CANAL
x.com/byneontelegram
Ó escanea el código QR:

Los zapatos más interesantes y SUBVERSIVOS *de la temporada acaparan el* PROTAGONISMO *al deslizarse en unas fantásticas* MINIATURAS *ideadas por el* STUDIO GIANCARLO VALLE.

Fotografía ANDREW JACOBS.

x.com/byneontelegram
byneon
Neon147

En esta doble página,
zapato 'slingback'
con tacón tipo frasco de
perfume, de VERSACE.

En esta página, zapato con tacón y punta metálicas, de SAINT LAURENT POR ANTHONY VACCARELLO.
En la página siguiente, zapato con doble pulsera y tacón traslúcido, de GUCCI.

GUCCI

En la página anterior, zapato de tacón con aplicaciones, de DRIES VAN NOTEN.
En esta página, mules con adornos florales, de BOTTEGA VENETA.

En esta página, sandalias de MIU MIU.
En la página siguiente, zapato de piel, de ALAÏA.

ALAÏA
PARIS

JIMMY CHOO
LONDON

En la página anterior, zapato de tacón con punta recta, de JIMMY CHOO.
En esta página, salón con puntera metalizada, de PRADA.

Producción: Devon Welstead. Escenografía: Megan Kiantos.

Più bella

Espoleadas por una moda más diversa que nunca, las tendencias de BELLEZA *coquetean abiertamente con todo el espectro estético, del punk a los excesivos años 80, sin olvidar el minimalismo más contenido.*

Fotografía
MARIO SORRENTI.
Estilismo
ALASTAIR McKIMM.

Alex Consani lleva pendientes de latón y resina, y pulseras y anillo de latón, cuarzo rosa y sodalita, todo de CHLOÉ.

Karolina Spakowski lleva una chaqueta de plumón invertido de nailon, de BALENCIAGA.

Imaan Hammam lleva cazadora bómber, camisa de algodón y corbata de seda estampada, todo de SAINT LAURENT POR ANTHONY VACCARELLO; *y pendientes de titanio, oro amarillo y diamantes de la colección Tiffany Titan by Pharrell Williams, de* TIFFANY & CO.

Penélope Ternes, con pendientes del estilista.

Clara Denison lleva top de punto, de VALENTINO; *y pendiente y septum, ambos de metal y 'strass', de* VALENTINO GARAVANI.

Natasha Poly lleva vestido asimétrico y pendientes de latón, todo de ALAÏA.

Mathilda Gvarliani lleva camisa de esmoquin, de
POLO RALPH LAUREN.

Celina Ralph lleva tocado vaquero y camiseta, ambos de MOSCHINO; *y pendientes del estilista.*

Emmi Freeman,
peinada por Yadim.

Devyn Garcia lleva sudadera de algodón con capucha, de PALACE.

Noor Khan lleva camisa de seda de PRADA; *y pendientes y 'piercing', todo del estilista.*

Ajus Samuel lleva collar de titanio y oro con diamantes de la colección Tiffany Titan de Pharrell Williams, de TIFFANY & CO.

Maquillaje VALENTINO BEAUTY *con V-Lighter Ambra, Fond de Teint Very Valentino Deep Rosa 3 y barra de labios Spike Valentino Buttery Matte 200A Red Fiesta.*

Olivia Palermo, maquillada por Yadim para VALENTINO BEAUTY *con Fond de Teint Very Valentino Light Rosa 3, l'Eye2Cheek Born in Roma, sombra de ojos Dreamdust 01 Silver Spark, Colorgraph Eyeliner Rockstud Noir, Magnificent Mascara Ultra Nero y barra de labios Spike Valentino Buttery Matte 200A Red Fiesta.*

Peluquería: Akki Shirakawa. Maquillaje: Yadim. Manicura: Michelle Cameau, Honey. Sastrería: Martin Keehn y Anna Oukolova. Escenografía: Philipp Haemmerle. Producción: Hest Inc. Ayudantes de estilismo: Romy Safiyah y Taylor Wood. Modelos: Alex Consani, Karolina Spakowski, Imaan Hammam, Penelope Ternes, Clara Denison, Natasha Poly, Mathilda Gvarliani, Celina Ralph, Emmi Freeman, Devyn Garcia, Noor Khan, Ajus Samuel y Olivia Palermo.

PECADO CAPITAL

Con el nombre de MADRID *e ideado por* JONATHAN ANDERSON, LOEWE *da la bienvenida a un nuevo bolso. De forma* TRAPEZOIDAL *y disponible en varios tamaños y tonalidades, rinde homenaje a la ciudad donde se fundó la marca en 1846.*

ENLACE AL CANAL
x.com/byneontelegram
Ó escanea el código QR:

Bolso Madrid de piel, de LOEWE.

FOTO: SILVIA RETANA. ESTILISMO: PATRICIA LÓPEZ. AYUDANTE DE ESTILISMO: MARÍA REQUEJO Y PAULA VEGA. AGRADECIMIENTO: SANTIAGO IZQUIERDO, CRONISTA OFICIAL DE SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES.

COMPRA AQUÍ

SHOP.VOGUE.ES

Lo nuevo de ***Vogue Collection*** celebra el encanto del estilo universitario con **prendas icónicas perfectas** para el invierno.

PRADA.COM

CAREY MULLIGAN ACTS LIKE PRADA

PRADA