

www.instyle.es

instyle

En portada
CLARA
GALLE

Nº 241
JUNIO 2025



2ª EDICIÓN
PREMIOS INSTYLE

*Belleza
con
influencia*

DESCUBRE A
NUESTROS GANADORES

**HOT LIST
DEL VERANO**

BAÑO, ACCESORIOS Y
BEAUTY PARA DAR CON EL
LOOK MÁS REFRESCANTE



CHANEL

J12

Ni negro. Ni blanco. Azul.

J12 BLEU CALIBRE 12.1

El nuevo J12 en exclusiva cerámica azul,
diseñado y ensamblado por la Manufactura CHANEL.

Movimiento automático CALIBRE 12.1,
certificado como cronómetro por el COSC.
Instituto Oficial Suizo de Pruebas de Cronómetros.

Jun.

SUMARIO

- 6 EDITORIAL
Carta de la directora.
- 8 EL DESEO
(R)evolución temporal.
- 10 5 MINUTOS CON...
Sara Vidorreta.

LO QUIERO

- 12 ACCESORIOS PARA DÍAS DE SOL
y noches de glamour.

REPORTAJES

- 18 CLARA GALLE
La chica de oro.
- 28 MUSA HIPNÓTICA
Donatella Versace, pura inspiración.
- 38 ELVIRA MÍNGUEZ
Ventajas de la mujer madura.
- 46 SILVIA ALONSO
Actriz por convicción.

COMPRAS

- 56 PLANES DE VERANO
Hot list de moda y belleza.
- 70 CUANDO TODO ENCAJA
El bolso Puzzle de Loewe
celebra su décimo aniversario
con reediciones.
- 72 LA LEYENDA DEL TIEMPO
Relojes que son historia.
- 74 LA WISHLIST DE...
Andrea Castillo.
- 76 O SOLE MIO
Las gafas de sol que vas a a querer
llevar este verano.
- 82 DENIMEN 3 FITS
Jeans para todas las siluetas.

BELLEZA

- 88 AIRE FRESCO
Cómo conseguir el glow de verano
y la elegancia de Blanca Arimany.

18

GANADORA NATA

Clara Galle, actriz y embajadora de Tous (en la imagen lleva pendientes de plata motivo omega TOUS Daisy y anillo sello de plata TOUS Basics), se convierte en nadadora de élite en *Olympo*, su nueva serie.



96

BELLEZA CON HONORES

Todos los ganadores de la segunda edición de nuestros premios *Belleza con Influencia*.

96 PREMIOS INSTYLE BELLEZA CON INFLUENCIA

Te presentamos a los ganadores de la segunda edición de unos galardones que homenajean productos y firmas punteros en valores como innovación, solidaridad o sostenibilidad.

EL PULSO

- 127 GUÍA DE ACTUALIDAD
Agenda de junio.
- 130 QUIÉN ES QUIÉN
Patricia Cruz.

56

IMPRESCINDIBLES DEL VERANO

Llenamos tu neceser (y tu armario) con la belleza y moda más top.





MANGO

CRAFT YOUR OWN STORY

FEATURING KAIA GERBER

JUNIO 2025

www.instyle.es



MARTA FLORES
Directora de InStyle

“¿Dónde estabas cuando sucedió el *blackout*?” probablemente sea una de las preguntas que más nos hagan a partir de ahora a lo largo de nuestras vidas. Pues bien, mientras España y Portugal sufrían el apagón del siglo, a mí un conductor me estaba esperando en el aeropuerto de Milán para ir a Lago Como a disfrutar del desfile Crucero 2025/26 de Chanel. Esa mañana surrealista –en la que tenía la sensación de estar siendo grabada por una cámara oculta con la esperanza de que, en algún momento, alguien diera al stop para decir “esto es una broma, reciba este ramo de flores en compensación por el disgusto”–, el paisaje italiano que nos rodeaba era un auténtico decorado: la luz brillaba especialmente sobre el agua y el verde de las montañas era de postal. Tal cual. Por eso, acostumbradas a vivir “momentos históricos” desde hace cinco años, decidimos entregarnos a la causa que nos ocupaba, autocovenciéndonos de que nuestras familias, con las que era imposible contactar, estarían actuando con sentido común dentro de la oscuridad. Por suerte, así fue. Tomamos un Aperol en Villa Erba mientras Sofia Coppola bajaba discreta, como una princesa que no quiere ser vista, por la escalinata de mármol y Caroline de Maigret destilaba su *allure* de serie. Visitamos Villa La Casinella con Veronika Heilbrunner, que se hizo videos y selfis de guapa sin darse tregua. En Villa d’Este compartimos platillos de *vitello tonnato* y *cotoleta alla milanese* con Keira Knightley, Margaret Qualley,

Lupita Nyong’o y mi nueva gran musa, Sarah Catherine Hook, Pippa Ratliff en *The White Lotus*. El desfile de Chanel en Lago Como fue precisamente eso: nuestro particular *The White Lotus*, nuestro pistoletazo de salida al *mood* vacaciones. Y por un momento olvidamos todas las desgracias. Incluso el *mainsplaining* que, como cada año, sufriremos al intentar poner la sombrilla en la playa. Por más sueños de verano y menos pesadillas.

Marta

Verano de lujo

La modelo Ida Heiner protagoniza el filme que Sofia Coppola ha dirigido para ilustrar el desfile Crucero 2025/26 de Chanel.



InStyle

DIRECTORA MARTA FLORES marta-flores@rba.es

SUBDIRECTORA Y EDITORA DE BELLEZA Cantal Ceña cantal-cena@rba.es

DIRECTORA DE ARTE Lupe Garcia Tardón lupe-garcia@rba.es

REDACTORA JEFE Chus Salido chus-salido@rba.es

JEFE DE MAQUETA Raúl Cánovas raul-canovas@rba.es

TRATAMIENTO DE IMAGEN Óscar Avilés oscar-aviles@rba.es y Sergi Gual sergi-gual@rba.es

EDITORA WEB Diana Matilla diana-matilla@rba.es

REDACTORA WEB Patricia Liceviche patricia-liceviche@rba.es

COLABORADORES Francesca Rinciari, Piluca Valverde, Carmen Cruz, Elena Lazo, Annaliese Doig, (Moda). Carlos Megía, Sara Trueba, Carol López (Redacción). Gloria Espi, Lauren Izquierdo, Olga Tamarit, Rocío Ponce, Claudia Pérez, Mónica Heras, Cristina Vila, Rafa Ortiz (Web). Pepe Herreros, Danniell Rojas, Javier Biosca, Gema López, Mara Alonso, Javier Blanco, Michael Cominus (Fotografía). Ángela del Val (Producción).

REDACCIÓN López de Hoyos, 141, 1ª planta. 28002 Madrid. Teléfono: 91 510 66 00. E-mail: instyle@rba.es

RBA BRANDS

CEO ENRIQUE BLANC

DIRECTORA GENERAL Ariadna Hernández

DIRECTOR DE NEGOCIO DIGITAL Serafín González

MADRID

DIRECTORA DE OFICINA Arantxa Sánchez

DIRECTORAS DE PUBLICIDAD Belén González, Belén Pérez-Bedmar

SUBDIRECTORA DE PUBLICIDAD Silvia Montalbán

JEFA DE PUBLICIDAD Juncal Utrilla

COORDINADORA DE PUBLICIDAD Yolanda Trigueros

PUBLICIDAD MADRID López de Hoyos, 141, 1ª planta. 28002 Madrid. Teléfono: 91 510 66 00; publimad@rba.es.

BARCELONA Y LEVANTE:

DIRECTORA DE OFICINA Ana Gea **DIRECTORAS DE PUBLICIDAD** Ángela Carpio, Olga Fernández, Cristina Hombravella

COORDINADORA DE PUBLICIDAD Ivana Stelmaszewski

PUBLICIDAD BARCELONA Diagonal, 189. 08018 Barcelona. Teléfono: 93 415 73 74.

DELEGACIÓN ITALIA Delachi Pubblicità. Via Luigi Pirandello, 8. 20144 Milano. Italia. Tel: 39 02 433 646.

RBA REVISTAS

PRESIDENTE RICARDO RODRIGO

DIRECTOR GENERAL CORPORATIVO JOAN BORRELL **DIRECTORA GENERAL DE CONTENIDOS** AUREA DIAZ

DIRECTORA DE MARKETING Y COMERCIAL Berta Castellet

DIRECTORA EDITORIAL Susana Gómez Marcueta **DIRECTORA CREATIVA** Jordina Salvany **DIRECTOR GENERAL DE OPERACIONES** Josep Oya

DIRECTOR DE PRODUCCIÓN Ramón Fortuny

INSTYLE US

EDITOR-IN-CHIEF SALLY HOLMES

DOTDASH MEREDITH INTERNATIONAL

ASSISTANT MANAGER, INTERNATIONAL LICENSING Angelica Cruz

EXECUTIVE DIRECTOR, LICENSING OPERATIONS Paul Ordonez

VICE PRESIDENT, BUSINESS + STRATEGY Joy Evans

©Madrid 2025 RBA Revistas S.L. TI Gotham Inc. Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de cualquier información gráfica o escrita sin la autorización de la Dirección. InStyle no se hace responsable de la opinión de sus colaboradores, en los trabajos publicados, ni se identifica necesariamente con la misma. El nº 241 de InStyle España es propiedad exclusiva de RBA Revistas S.L.

© RBA REVISTAS, S.L. 2025

Reservados todos los derechos. Queda prohibida la reproducción, almacenamiento en cualquier medio o soporte, distribución, comercialización y comunicación pública de la presente publicación, su transformación total o parcial, así como la de sus textos, dibujos, fotografías, portada, marca y cualquier contenido. La prohibición alcanza también a cualquier uso de los contenidos relativos a la denominada inteligencia artificial.

Tampoco se pueden utilizar para recopilaciones, reseñas, revistas de prensa o citas, sin la autorización expresa y por escrito de la titularidad de la revista. La infracción de cualquier derecho sobre la presente publicación, titularidad de RBA REVISTAS S.L, será perseguida siguiendo las leyes aplicables y se exigirá a los infractores la imposición de las sanciones civiles y/o penales establecidos en la normativa vigente, y las indemnizaciones que correspondan.

DISTRIBUCIÓN: LOGISTA PUBLICACIONES **IMPRIME:** Rotocobrhí S.A. **DEPÓSITO LEGAL:** B-6238-2012 **EDICIÓN:** II/2025 **PRINTED IN SPAIN.** ISSN 1698-4544
ISSN DIGITAL 2938-6063 **ATENCIÓN AL LECTOR** Email: clientes@rba.es **SUSCRIPCIONES** Email: suscripciones@rba.es



(R)evolución temporal

DETRÁS DE LA LITERALIDAD DE SU NOMBRE -LOUIS CARTIER LO DISEÑÓ EN 1917 INSPIRADO POR LA IMAGEN A VISTA DE PÁJARO DE UN TANQUE BRITÁNICO-, EL RELOJ **TANK DE CARTIER** SIGUE SIENDO UN ICONO INCONTESTABLE (EL MÁS FAMOSO DE LA CASA) QUE NO DEJA DE SORPRENDERNOS.

Palabra de Warhol

El artista decía: "No llevo un reloj *Tank* para ver la hora. De hecho, nunca le doy cuerda. Llevo un *Tank* porque es el que hay que llevar". Hoy, el modelo *Louis Cartier*, con líneas más suaves que el original, esferas de color y corona con cabujón de zafiro, da relevo al reloj más icónico de la casa, pero manteniendo su esencia de *must*.

En clave minimal

Tank Américaine es quizás la versión más femenina de la colección. De líneas curvadas y forma rectangular, se lanzó en 1989 con movimiento de cuarzo y hoy perfecciona la pureza de su geometría.

Favorito de la jet

Tank lleva más de un siglo definiendo el estilo de mujeres icónicas. El preferido de Jackie Kennedy, Lady Di, Michelle Obama y Meghan Markle permanece como clásico codiciadísimo que aplica dosis de innovación a cada nuevo diseño.

Modelos *Tank Louis Cartier* (arriba y abajo) y *Tank Américaine*, desde 8.450€; (cartier.com).

BELLISSIMA[®]
ITALIA

NO HAY ESTILO
SIN PROTECCIÓN.
DESCUBRE
PRODIGY[®]

CALOR BUENO PARA INFINITOS PEINADOS
SIN DAÑAR EL CABELLO*.

Tecnología Ion Ceramic Hi-Pro para proteger
Motor digital para un secado rápido
Efecto Coanda para envolver automáticamente el mechón



*Pruebas instrumentales realizadas en colaboración
con el instituto de investigación Bio Basic Europe

BELISSIMA.COM | SÍGANOS EN @ f d

5' CON SARA VIDORRETA

Nacida en Zaragoza en 1999, se va de *Viaje de fin de curso* en la película homónima que Prime Video estrena el 30 de mayo, una comedia ("con algo de drama y thriller") sobre unos estudiantes confinados en tiempos de COVID.

1. EL MÁS ALLÁ "Nicky, mi personaje en *Viaje de fin de curso*, es un poco mística, pero yo esto de los horóscopos me lo he tenido que estudiar. Tengo un par de amigas que echan las cartas y me encantaría agarrarme a ello, aunque de momento soy un poco más escéptica."

2. MUCHO CINE "De pequeña quería hacer baile, pero por cuestiones de agenda tenía que ir a las extraescolares de mi hermana. Hasta que en el periódico salió la noticia de que había una escuela de cine que abría los sábados y mis padres me apuntaron. Ahí empezó todo."

3. PRIMER PAPEL RELEVANTE "Rodé *Vis a vis* estudiando a la vez Bachillerato y yendo y viniendo a Zaragoza. Recuerdo que el día que llegué me tocó compartir coche con Najwa Nimri y tuvo el tiempo de hacerme un tour por el estudio. Fue increíble lo bien que me acogieron."

4. REIVINDICATIVA "Creo que ahora importa más tu número de seguidores o tu aspecto que el talento. Tengo amigas que llevan años gastándose un dinerito en cursos, ir y venir a castings... y ni siquiera han conseguido representante. Entiendo que a una empresa le interese contratar a alguien que venda, pero me da pena. Aunque también sé que esta moda desaparecerá y quedarán aquellos que aman la profesión y cuyo objetivo no sea ser famoso ni acumular seguidores."

5. ESTILO PROPIO "Juego bastante con los básicos y soy muy urbana. Me gusta mucho ir 'ancha', aunque para los eventos busque una elegancia sencilla y elevar el look con accesorios y maquillaje." ■

LA VESTE

Vestido mini Campari, en algodón; (lavestelaveste.com).



Freshly®

Hidratación avanzada con prebióticos y triple ceramida

Prebiotic Balance Body Lotion

Nueva loción corporal
con tecnología reparadora



99,5%
origen
natural



**Clínicamente
probada**

+46%
de hidratación
al instante

100%
de personas nota la piel
calmada, suave y más
saludable*

*Datos del estudio clínico, realizado con un laboratorio externo con 20 personas con piel sensible y atópica durante 28 días de uso.

freshlycosmetics.com

GRANDES ACIERTOS

lo quiero

fotografía **MARA ALONSO**
realización **FRANCESCA RINCIARI**



1, 2, 3... ¡WHITE SPLASH!

No exactamente retro, no precisamente futuristas, pero absolutamente cool. La montura inyectada con patillas extragruessas hace que la silueta rectangular de estas gafas de sol adopte forma de máscara. El accesorio infalible que eleva el look más sencillo se mueve como un pez (o una medusa más bien) en el agua, bajo el sol o sobre el asfalto.

Gafas de sol Medusa Medallion, de Versace en Sunglass Hut; (sunglasshut.com).



FACE TO FACE

Jugando con apliques dorados, un bolso puede tener buena cara. El cierre icónico de Furla, en forma de esfera dorada, da pie a crear este diseño especial y sonriente que, gracias a su color vitaminado, invita a pensar en vacaciones.

Bolso Sfero mini, de Furla; (furla.com). Pendientes (sobre la solapa del bolso), de Sara Luis; (islaboritamoda.es).

LO QUIERO



MÍMESIS PERFECTA

Crear una pieza que represente la realidad y se funda con ella define el lado más artístico de la moda. Este broche artesanal, que casi se confunde con una flor real, marca la vuelta de la tradición en tiempos de innovación.

Broche de flor, de Julia Brito;
(islabonitamoda.es).



ZAPATOS DE SIRENA

Desde las alturas todo se ve más cristalino. A través del profundo azul espejo de unos *stiletto*s de vértigo (con tacón de 10 cm) nos acercamos al mar para definir el *mood* de las nuevas CEO. Su zapatero discurre entre salones de charol y sandalias con motivos marinos y su pensamiento está en la playa... aunque tenga los pies en la oficina.

*Stiletto*s de charol de becerro, de Christian Louboutin; (christianlouboutin.com).

'IT' DRIVES ME CRAZY

No desentona ni en la playa. El *allure* de Chanel 25 -así se llama este nuevo modelo *hobo*, el mismo que Dua Lupa luce en un *spot* a ritmo de Fine Young Cannibals- traspasa cualquier código. Heredero de la historia del 2.55, es un soplo de aire fresco para las generaciones que entienden la libertad como algo exento de formalidad.

Bolso Chanel 25 disponible en dos tamaños y variedad de colores; (chanel.com). Colgante (tras el bolso), de Silvia Baly; (islabonitamoda.es)





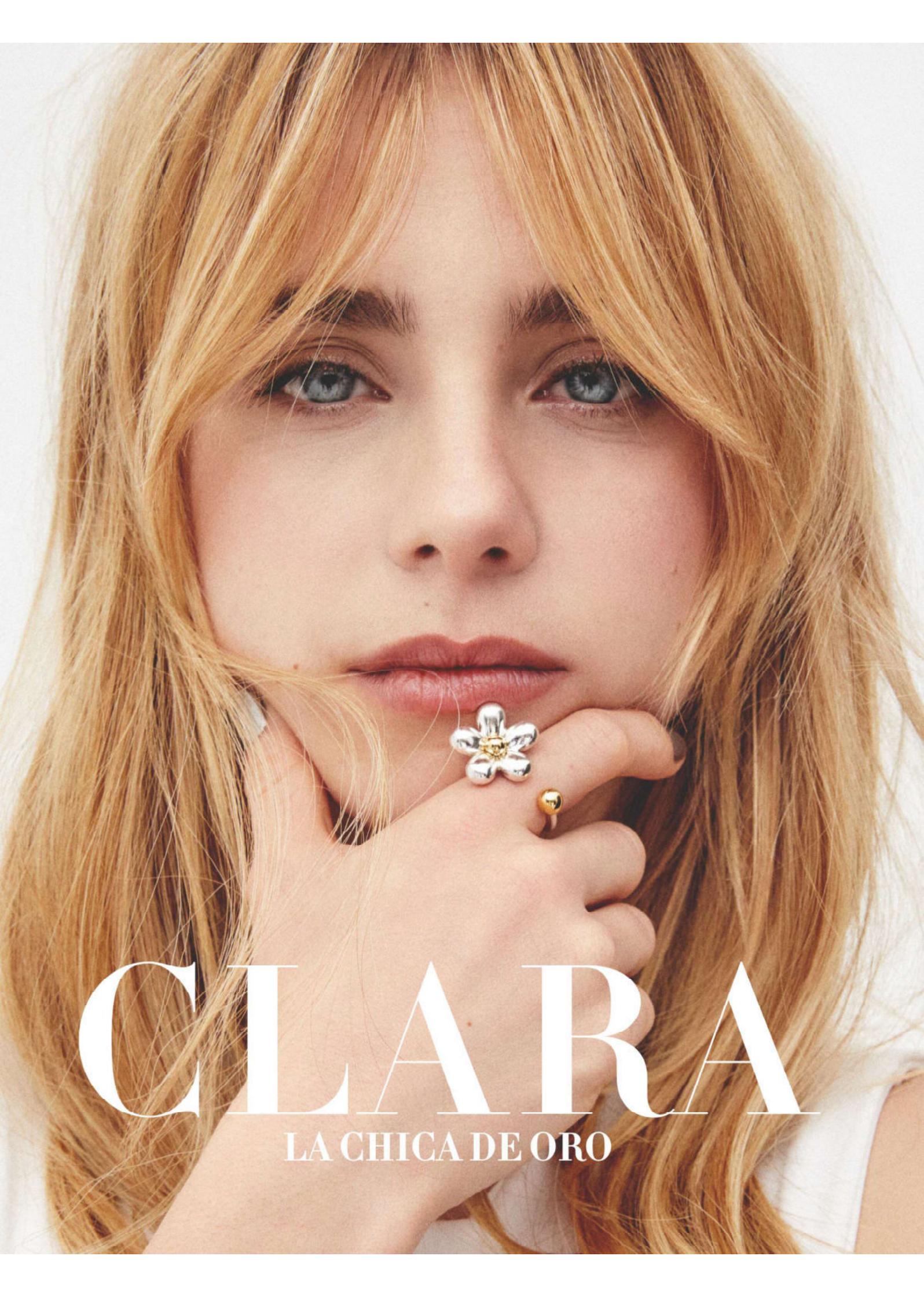
RAYOS DE LUZ

Entre arena volcánica y oro, estos brazaletes se funden con la piel dorada por el sol de La Palma. Sus motivos parecen arabescos y tienen efecto hipnótico.

Brazaletes, de Ferreiro Joyas; (islabonitamoda.es).

Agradecimientos:
Isla Bonita Moda (islabonitamoda.es),
Sodepal (sodepal.es) y
Cabildo Insular de La Palma (cabildodelapalma.es).

Texto
Sara Trueba.



CLARA

LA CHICA DE ORO

Con una carrera meteórica que la ha convertido en un referente de su generación, la actriz **CLARA GALLE** sube ahora a lo más alto del podio con la serie *Olympo* (Netflix), ambientada en un centro de alto rendimiento. La también embajadora de Tous, nos habla de exigencia y perfección y de cómo contrarrestarlas con autoconocimiento y reflexión.

por
CARLOS MEGÍA
fotografía
PEPE HERREROS
realización
FRANCESCA RINCIARI



Ermanno Scervino
Top y falda;
(ermanno-scervino.com).

Tous
Anillo sello
de plata de
TOUS Basics.

Pág. izquierda
Kimona by JP
Vestido;
(kimonabyjp.com).

Tous
Anillo abierto con
baño de oro de
18 kt sobre plata
motivo flor
TOUS Daisy;
(tous.com).

Kimona by JP

Vestido largo:
(kimonabyjp.com).

Tous

Sellos de plata y oro
de 18 kt sobre plata, de
TOUS Basics.

Pág. derecha

Tous

Pendientes de aro y
anillo ear cuff en plata
TOUS Duna;
(tous.com).





Hérve Lèger
Vestido;
(herveleger.com).
Tous
Gargantilla de
plata 42 cm *Hold*
con colgante
medalla *TOUS*
Basics y colgante
mediano letra *I* con
baño de oro 18 kt
sobre plata
TOUS Alphabet.



ONRUSHW23FH

Sujetador y short
de lentejuelas;
(onrushw23fh.com).

Tous

Collar con baño de oro
sobre plata y detalle
colgante *TOUS Hold
Oval* con colgantes
*TOUS Medallions of
the month*, corazón
con baño de oro sobre
plata y topacio *TOUS
Medallions* y oso
pequeño de plata
TOUS Bold Bear;
(tous.com).



**Michael Michael
Kors**

Vestido con
adornos florales;
(michaelkors.es).

Tous

Pulsera ancha,
pendientes y sortija
de plata *TOUS Duna*.

Pág. derecha

Tous

Pendientes de aro
y plata *TOUS Duna*;
(tous.com).

Maquillaje

Raquel Álvarez.

Peluquería

Fernando Torrent.

**Asistentes de
realización**

Piluca Valverde y

Carmen Cruz.

**Asistentes de
fotografía**

Sara Dancel.

Manicura

Lucero Hurtado.







Clara Galle (Pamplona, 23 años) es una de esas personas que parecen haber vivido muchas más vidas de las que indica su documento de identidad.

“Creo que cada uno de estos años equivalen como a cinco... debería estar en los treinta ya”, confirma risueña una actriz que no ha parado de crecer

desde que el público la descubriera en la trilogía romántica *A través de mi ventana* en 2022. Consolidada como estrella generacional y embajadora de Tous, ahora interpreta a una perfeccionista nadadora artística en *Olympo*, la nueva gran apuesta española de Netflix (estreno 20 de junio), sobre el día a día de los atletas en un Centro de Alto Rendimiento. “Hay quien tiene cuerpo y tiene mente, y luego está Amaia”, dicen de su personaje, y esa frase sirve también para subrayar la personalidad de una joven que, en plena efervescencia profesional, reivindica el valor de parar, escucharse y encontrar algo de paz en medio del ruido. En el cine, como en el deporte, hay quien tiene cuerpo y quien tiene mente... y luego está Clara.

Sostienen en *Olympo* que estudiar en uno de esos centros en los que se entrena sin descanso es parecido a vivir en el infierno. ¿Rodarlo también lo fue? Resultó muy duro, pero hicimos el equipo de actores más bonito, quizá porque estábamos todos metidos en el deporte y en la dieta. Seguíamos una vida de deportistas de élite y, además, rodando. Teníamos nutricionistas, entrenadores... No podíamos salir de fiesta ni tomar alcohol, los planes consistían en entrenar, pasear por el monte, ir de casa rural, juegos de mesa... Esa dinámica de grupo se ve. Ha sido un sacrificio importante: empecé a prepararme en abril y terminamos de grabar en diciembre. Eran jornadas muy largas porque podía rodar doce horas y luego me iba a la piscina, a entrenar, hasta la medianoche.

¿Qué puedes contarnos sobre la serie y tu personaje? *Olympo* habla de hasta dónde estás dispuesto a llegar para conseguir un objetivo porque todos ahí tienen la misma meta: ser los campeones del mundo. Amaia, mi personaje, quiere ser la mejor, no concibe quedar segunda. Esa presión requiere de mucha mentalidad, fuerza y disciplina, pero también se convierte en una obsesión, un arma de doble filo que se puede traducir a la vida en general. He aprendido de ella porque siempre me he exigido mucho a mí misma; yo también hacía las cosas por el deber, no por puro disfrute.

¿Te has sentido reflejada en su historia? Fui gimnasta durante años y aquello me aportó valores como la disciplina, el trabajo en equipo o la fuerza de voluntad, pero también me hacía autoexigirme de más, no estar nunca conforme o tener que verme siempre perfecta estéticamente. Como a Amaia, me cuesta hacer algo solo por diversión y no por productividad. Ese es mi alter ego.

Tengo mucha luz, pero mi sombra es que demasiadas veces quiero alcanzar algo que no existe. Tender al control y a la perfección es mi talón de Aquiles. He aprendido a domarlo a base de trabajo, pero hay días en los que me come.

El reparto está compuesto por actores desconocidos. ¿Has hablado con ellos sobre cómo gestionar la fama que puede sobrevenirles? Para muchos es su primer trabajo y me preguntaban de una forma muy natural. Me he sentido diferente a otros proyectos porque antes solía ser la novata, la pequeña, la que trataba de aprender sobre la industria y, de repente, me he convertido un poco en una mentora para ellos, acompañándolos. Nos hemos desahogado los unos con los otros.

Dicen que lo difícil no es llegar, sino mantenerse.

Tres años después del éxito de *A través de la ventana*, ¿estás disfrutando de tu consolidación? Sí,

porque estoy trabajando mucho, que es lo que quería. Luchando por cada papel, hago castings como cualquier otra actriz, pero sigo flipando. No hay día que no me sienta en el sofá y piense: “¿Esto sigue pasando? ¿Esto es real?”.

Tengo menos presión ahora, porque sé que se trata de una carrera de fondo con momentos buenos y malos y, aunque a mí no me han tocado todavía estos últimos, podría ocurrir. Ahora, que he empalmado muchos proyectos seguidos, he decidido que voy a parar unos meses para volver a coger los papeles con energía. Quiero descansar por mí y porque no me interesa trabajar solo por avaricia; me parecería una falta de respeto a mis compañeras.

Jennifer Lawrence confirmó que, en la cima de su fama, aceptaba papeles que no le gustaban solo por no perder ese impulso profesional. Claro, es que no

me quiero quemar. Espero darlo todo en cada papel y, si noto que no lo estoy haciendo, pensar si realmente me merece la pena. Yo soy de Pamplona, mi familia no tiene nada que ver con esto y he llegado hasta aquí por mis medios, así que creo que, si lo he conseguido una vez, puedo volver a lograrlo una segunda o una tercera en caso de que el trabajo desaparezca. Y si no, me pondré a escribir... Quiero hacer lo que realmente me guste.

En tu perfil de Instagram tienes fijada la frase *This is not real life*. ¿Quiere esto decir que las redes no son tu vida real? Mi vida real es más bonita y más estimulante.

Es más guay de lo que nuestro en Instagram, siento más y veo con mis ojos cosas más preciosas de las que puedo colgar en *stories*... Y eso que subo *stories* muy bonitos (ríe). He decidido que nunca voy a colgar ni mis momentos más felices ni los más tristes en las redes sociales, esos se tienen que quedar conmigo. Las uso para trabajar, como altavoz y de manera creativa. Me gustaría que volvieran a lo que eran antes: subir una foto de un restaurante porque te ha gustado y no porque la tostada sea bonita.

Revelaste una vez que una de tus tareas pendientes era trabajar tu autoestima. ¿De verdad se puede tener problemas con ella con cientos de miles de likes en cada foto? Pues he tenido muchos problemas. Ahora

la llevo bien porque he aprendido que, con esta edad y este trabajo, o me hundo o no me queda otra que madurar y aprender más rápido para sobrevivir y llegar a las metas que quiero. Solía verme horrible en los *photocalls*, pero hoy soy consciente de que gran parte era solo dismorfia corporal. Ahora, cuando veo cosas que no son, me digo, “ya está, mi cerebro hoy está malito y no funciona bien”, y no me miro más.

Es curiosa la cantidad de actrices, muchas muy consagradas, que tienen una sensación parecida a la tuya. También les pasa a los hombres, eh. Justo en la serie he visto esa exigencia de, por ejemplo, que un actor tuviera que tener abdominales aunque su personaje quizá no lo requiriera. Hemos hablado mucho con los chicos acerca de la presión sobre el físico que se les ponía a ellos también, pero quizá las mujeres hemos reivindicado más este tema. Simplemente la exposición te hace ser demasiado consciente de ti mismo y eso nunca es bueno, porque te lleva a cuestionarte hasta la forma de tus venas.

¿Es cierto que tu primer trabajo como actriz fue para Tous? Sí, era el *spot* de la campaña de Navidad. Tenía 16 años y salía cantando un villancico con el que me obsesioné tanto que tengo hasta un vídeo en el que aparezco recitándolo mientras duermo. Fue un antes y un después para mi carrera, mi primer casting. Con anterioridad solo había ido a Madrid para firmar con un representante y recuerdo que, cuando me llamaron para el *callback*, les lloré a mis padres para que me pagaran el tren de nuevo desde Pamplona. Y conseguí el trabajo.

Ahora que vives en la capital, ¿Pamplona es tu toma de tierra? Es mi base militar, el puerto al que siempre vuelvo aunque no haya mar. Tengo a mis padres y a mis amigos, mis sitios, mis esquinas, mis bancos... Es verdad



Mi vida real es más bonita y estimulante de lo que muestro en Instagram. He decidido que nunca voy a colgar ni mis momentos más felices ni los más tristes en las redes sociales, esos se quedan conmigo.”

que este es el primer año en el que siento que Madrid también es mi hogar, aunque tuve suerte cuando llegué, porque al mes y medio de mudarme me dieron el papel en *A través de mi ventana*. El proceso de adaptación nunca me fue muy difícil: me encanta estar sola.

¿Puedes disfrutar de la soledad o salir por el centro, por ejemplo, es un problema debido a la cantidad de fans? Si tú te comportas como una persona normal, te van a tratar como tal. Voy siempre en el mismo metro, en la misma línea y me encuentro a la misma gente y no hay problema si alguien se acerca a hablar conmigo. Cuando iba a entrenar, que siempre cogía un tren concreto, me sentaba en el suelo, encima de mi mochila y con mis cascos puestos. Para mí eso es vida.

¿Cómo dirías que es la chica Tous de hoy en día?

Tiene personalidad. Sigue con esa esencia *cool* y *chic*, pero también ha evolucionado, es capaz de cambiar y de elegir. Puede ir un día un poco más punky, otro más elevada con perlas y en una tercera ocasión le da por las flores. Es camaleónica.

¿Recuerdas alguna joya de la firma que fuera especial para ti? El medallón que lleva mi madre desde que yo nací, uno que pone “mamá” y que mordió mi hermano cuando era pequeño. Se pone como seis cadenas de Tous y yo le he regalado un montón. Es una marca que está en mi familia de toda la vida; mis tías se regalaban entre ellas Tous en Navidad.

Eres una gran aficionada a la lectura, muy deportista, pintas cuadros... ¿Estás menos apegada a las pantallas que la gente de tu generación? Solía utilizar mucho el móvil. Al final mi trabajo depende de esto, mi familia y mis amigos viven fuera y las redes me han gustado mucho, pero a día de hoy lo he dejado. Ahora tengo el *smartphone* porque estoy rodando, pero en cuanto termine me cambio la tarjeta a mi Nokia y para contactar conmigo debes llamarme. Es un móvil rosa muy chulo, con tapa, que solo acepta llamadas y mensajes. Me gusta apagarlo y centrarme en pintar, leer, escribir y hacer deporte... Esas son mis cosas.

¿Qué tipo de estilo te gusta pintar? Estoy terminando un mural que empecé en 2022 y que ojalá pudiera decir que es un poco surrealista porque tiene un pulpo, una palomita, unos ojos, luces... Antes pintaba habitualmente, pero cuando empecé a trabajar dejé de hacerlo porque necesito mucha concentración y estar en paz. He descubierto que prescindir del móvil me ayuda, me cambia algo en el cerebro y me viene mejor la inspiración. Ya te enseñaré una foto del mural algún día...

Si tuvieras que adaptar una novela al cine, ¿cuál sería y con qué coprotagonista? Me gusta mucho la novela *Frankenstein* y *Cleopatra*, de Coco Mellors. Es una historia de amor muy oscura y me gustaría dar vida a Cleo. Y sí, ahora que lo pienso, Nuno (Gallego, su pareja en la vida real) podría interpretar a Frank. Es muy buen actor, es el mejor. ■

MUSA HIPNÓTICA

fotografía JAVIER BIOSCA realización FRANCESCA RINCIARI
por CHUS SALIDO



Tras abandonar la dirección creativa de su firma, Donatella Versace continúa ejerciendo como embajadora de la misma. Su inspirador legado de estilo, creado para hechizar bajo el símbolo de la Medusa - además de esa combinación maestra entre lujo, cultura pop y *star system* que ella misma representa- sigue y seguirá eclipsándonos.

Prada

Top y falda tableada
con cinturón;
(prada.com).

Izquierda

GCDS

Abrigo corto de pelo;
(gcds.com).

Sportmax

Pantalones;
(es.sportmax.com).

Jimmy Choo

Zapatos de tacón;
(row.jimmychoo.com).





Blumarine
Top;
(blumarine.com).
Mango
Pantalones
efecto piel;
(mango.com).
Pull & Bear
Cinturón con bolas;
(pullandbear.com).

Hervé Lèger

Vestido corte sirena;
(herveleger.com).

Balenciaga

Botas over-the-knee;
(balenciaga.com)





Marciano by Guess
Chaqueta print leopardo;
(guess.eu).

MaxMara

Shorts negros;
(es.maxmara.com).

Balenciaga

Botas over-the-knee;
(balenciaga.com).

OSB Vintage

Pendientes;
(osbvintage.es).

Versace
Vestido de malla
metálica;
(versace.com).





Sportmax
Camisa denim;
(es.sportmax.com).
Levi's
Vaqueros;
(levi.com).
OSB Vintage
Pendientes;
(osbvintage.es).



Mango
Trench en piel
con cinturón;
(mango.com).

Versace
Minibolso de malla
metálica;
(versace.com).

Jimmy Choo
Botas con tacón de aguja;
(row.jimmychoo.com).



Balenciaga
Chaqueta con encaje y pantalón. Ambos con parte trasera tipo corsé; (balenciaga.com).

Jimmy Choo
Salones dorados; (row.jimmychoo.com).

OSB Vintage
Pendientes; (osbvintage.com).



Sportmax
Vestido de espalda
tipo capa;
(es.sportmax.com).

Maquillaje y peluquería
Ricardo Calero
(UNOARTISTS).

**Asistentes
de realización**
Piluca Valverde
y Elena Lazo.

**Asistente
de fotografía**
Alvaro Tomé.

**Asistente
de maquillaje y
peluquería**
Miriam Hernández.

Manicura
Nubia Janeth Soacha.

Modelo
Anna Jagodzinska
(Uno Models).

ELVIRA

VENTAJAS DE LA MUJER MADURA

Actúa, dirige, escribe,
posa... y todo lo
hace bien. ELVIRA
MÍNGUEZ asienta su
lugar en el mundo y en
su profesión desde la
experiencia y la
sabiduría de quien se
encuentra (muý) a gusto
en su propia piel.

por

CHUS SALIDO

fotografía

DANNIEL ROJAS

realización

PILUCA VALVERDE



Ferragamo
Camisa y pantalón
efecto ante y
zapatos con flecos;
(ferragamo.com).
Marc Jacobs
Gafas de sol;
(marcjacobs.com).



Tod's
Vestido
plisado en piel;
(tods.com).
Tiffany & Co.
Anillo y brazalete
en oro amarillo;
(tiffany.es).

Resto de anillos
(en esta y otras
fotos), de la
propia Elvira.



Mango
Chaqueta, camisa,
falda semitransparente
y pendientes maxi;
(mango.com).
Balenciaga
Gafas de sol;
(balenciaga.com).

Calcaterra
Body de flecos:
(dcalcaterra.com).
Ferragamo
Sandalias con
flecos de rafia:
(ferragamo.com).



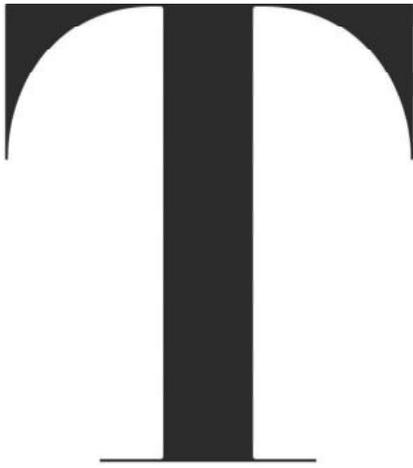


Zara
Chaqueta efecto piel;
(zara.com).
Issey Miyake
Pantalón;
(es.isseymiyake.com).
Sportmax
Collar monogram;
(es.sportmax.com).



Michael Kors Collection *Trench oversized*; (michaelkors.es).
MaxMara Sandalias en piel; (es.maxmara.com).

Maquillaje y peluquería Miguel Ángel Tragacete (The Crew Art).
Asistente de fotografía Javier Blanco.



res estrenos presagian que Elvira Mínguez será uno de los nombres que más oiremos en los próximos meses. La actriz (Valladolid, 1965), quien se encuentra rodando la segunda temporada de la serie *Marbella* (Movistar Plus+), tendrá un papel “pequeño” en otra producción, *Los sin nombre* (26 de junio

en Movistar Plus+); formará parte de un reparto lleno de grandes espadas –“ahí estamos todo el cine español”– en la película *La cena*, de Manuel Gómez Pereira, y protagonizará intrigas de palacio gracias a *Ena. La reina Victoria Eugenia*, serie de RTVE.

En esta última interpretas a María Cristina. ¿Es la reina aquella a la que se refería la letra de María Cristina me quiere gobernar y yo le sigo la corriente? En realidad creo que para todo el mundo, efectivamente, es la de la canción, una mujer con una gran disciplina de Estado. Lo más importante en su vida es el país y el oficio de ser reina está por encima de todo, sería cuestión de herencia. En el momento en que Alfonso XIII se casa con alguien como Victoria Eugenia (Kimberley Tell), que puede tener un problema de hemofilia, el drama está servido. Lo que vamos a ver es la evolución de la relación entre esas dos mujeres.

Al fin parece que hemos perdido el pudor a hacer ficción sobre nuestra monarquía. Estoy de acuerdo, pero es que además me parece riquísimo todo el material que tenemos. Ahí, y a nivel de interpretación, hay unos personajes tremendos; es una locura. Tenemos el ejemplo de los ingleses, que han sabido hacerlo muy bien y han sacado mucha rentabilidad de sus reyes. Por suerte para nosotros, ha dejado de ser esa institución intocable de la que no se habla.

¿Es cierto que antes de trabajar con Pau Freixas, director de *Los sin nombre*, le dijiste aquello de “yo quiero algo contigo”? Sí. Hace tiempo había coincidido con Carles Francino Navarro y otros actores con los que me llevo bien y todo el mundo me hablaba maravillas de Pau: acerca de la manera cómo dirigía a los actores, cómo llevaba los rodajes... En un momento le escribí contándole que no nos conocíamos de nada, pero que me habían hablado muy bien y quería trabajar con él. Me respondió y me dijo que, en cuanto surgiera algo, lo hacíamos. En *Los sin nombre* tengo un papel muy pequeñito (una periodista que lidera un programa de muchísima audiencia y siempre está detrás de la noticia), pero me dio igual. Estaba terminando de dirigir *La sombra de la tierra* (Atresplayer) y lo que quería era ver trabajar a otros directores y aprender.

Vamos con esto último. ¿Te ha dejado secuelas el llevar a la pantalla tu propia novela en forma de serie? Fue duro, muy duro. No hay años para pasar la resaca (risas). Ha sido un proceso brutal. Desde que la editorial Planeta me dijo que quería publicar el libro tuve la sensación de que nos

encontrábamos metidos en una noria que iba a toda leche, como una cosa detrás de otra. El rodaje no me ha quitado el sueño: trabajar con estos actores ha sido una virguería. Llevo casi 30 años en la profesión y siempre he tenido la sensación de que soy más técnica que actriz, no me considero una intérprete vocacional. Con *La sombra de la tierra* me he dado cuenta de que me encanta la parte técnica, pero me veía un poco Belén Esteban con aquello de “yo por mi hija, mato”. He defendido a mi reparto con uñas y dientes aun no siendo yo muy del gremio actoral (no me caracterizo especialmente por tener amigos actores o formar parte de eventos o cosas de estas). Me ha gustado porque he conseguido reconciliarme con esa otra parte mía que también es importante.

Se rumorea que estás escribiendo tu segunda novela.

¿Parecida a la anterior? No. Es una novela negra. Me gusta muchísimo el género y me dije a mí misma que me ponía a ello a ver si lo conseguía. A diferencia de la policiaca, en la novela negra se sabe todo, es como un juego y eso me parece muy bonito. He planteado una investigación en tres épocas y tres lugares diferentes y, de momento, lo estoy disfrutando un montón.

¿Eres consciente de que tu imagen transmite cierta intelectualidad?

En absoluto. Jamás lo he pensado. Yo ya no sé ni lo que es un intelectual. Creo que esa especie se extinguió o se encuentra a punto de. Para mí, la definición buena del intelectual es aquel capaz de mover conciencias, pero también te digo que esto es muy sui generis, porque nuestro amigo Trump está moviendo muchas.

Dices que tienes mala memoria para lo malo. ¿Rencorero? Qué va. Soy muy rencorosa; es uno de mis grandes defectos. Lo de tener mala memoria para lo malo es casi biológico. Escribiendo mi segunda novela empecé a estudiar mucho sobre la memoria, acerca de cómo se crean los recuerdos, y he descubierto que, con el paso de los años, un hecho se va rememorando de diferentes maneras aunque prevalece lo bueno. Para mí, el rencor no es recordar lo malo sino que forma parte de la gestión de la experiencia. Y la experiencia me sirve para no tropezar dos veces con la misma piedra, pero también para tener cuidado con según qué tipo de personas. Hay detonantes que te disparan las alertas y esas alertas son las que pones en marcha ante una situación o una persona determinadas. Al igual que el miedo te sirve, el rencor también. Bienvenido sea.

Has contado que eres una persona de Alta Sensibilidad.

¿En qué consiste esto? Hay estudios que dicen que es una tontería y otros que no, pero incluso se han escrito libros sobre el tema. En pocas palabras, viene a ser como si tuviéramos más receptores sensoriales que la media. Lo experimenta el 20% de la población y lo que te causa es que en muchas ocasiones estás sobreestimulado. La mayoría de las veces son estímulos visuales y auditivos, pero también puede entrar en juego el tacto. Ante eso, las reacciones son diferentes: hay quien reacciona como pollo sin cabeza (yo soy más de estos), otros que se quedan anulados... Hasta donde he leído, se trata de algo hereditario.

Entraste en Biología y lo dejaste. Me matriculé dos años, pero no fui a la facultad porque no me gustaba. Lo que quería era irme a Salamanca porque varias de mis amigas estaban estudiando allí. Busqué una carrera que no hubiera en Valladolid y como los bichos me molaban me matriculé en Biología. A los dos años volví a Valladolid, hice las pruebas para Bellas Artes y estudié diseño de moda porque había una academia y mis padres, como no sabían qué hacer conmigo, me apuntaron. Era la época de la serie *Fama*, un exitazo, así que como había una escuela de teatro en Valladolid, fui e hice las pruebas. Y esa es toda mi vocación.

Entraste en Bellas Artes y lo dejaste. Me preparé las pruebas con una amiga arquitecta. Me dijeron que una de ellas era hacer un busto y estuve practicando. Cuando llegué a Salamanca, efectivamente era un busto, pero de caballo. Inmediatamente me di cuenta de que aquello era imposible. Tras nacer mi hijo me volví a matricular, pero lo dejé de nuevo por circunstancias de la vida.

Si ahora tuvieras que volver a la universidad, ¿qué elegirías? Física, sin duda. Me encanta leer sobre física cuántica, así, a lo tonto. No tengo ni idea, pero me divierte mucho. Pienso que siempre hay tiempo, así que tal vez me decida más adelante.

Me da la impresión de que tu vida es una sucesión de dudas muy productivas. Esto lo comento mucho con mi hijo, que tiene 15 años. Yo no he sabido nunca qué quería hacer. Tengo la sensación de que venía un tren y me subía. Si me molaba me quedaba y si no, me bajaba. Con los años te das cuenta de que lo que hay que hacer con la vida es disfrutarla con la gente que quieres. El resto, poco vale. Somos privilegiados por haber nacido, por el lugar en el que hemos nacido y por hacer lo que queremos.

¿La relación con tu adolescente progresa adecuadamente? Tenemos días. Hay algunos realmente complicados y muy dolorosos. Tienes la sensación que no solo es su adolescencia; también la tuya. He llegado a la conclusión de que en la vida hay muchas adolescencias además de la propia: si eres madre una vez tendrás otra, si lo eres por partida doble, tendrás dos más... Voy a cumplir 60 años y a veces mi hijo me coloca en situaciones a las que no tengo ni idea de cómo enfrentarme a pesar de los años. Pero luego es verdad que me divierte mucho. Esta mañana me ha dicho: "Si me llegan a decir que iba a tener una relación contigo como la que tengo, no me lo habría creído en mi vida". Somos los dos muy brutos. Pero si pongo todo esto en una balanza, creo que gana lo bueno.

¿Sigues reivindicando el valor de la mujer madura?

Tengo dos reivindicaciones fijas: una, que es que soy una mujer madura y en algunos años seré una mujer vieja, y otra, que no soy una actriz secundaria. ¡Cómo no vamos a reivindicar las mujeres maduras que somos! Pero además es que ahora se está dando una vuelta a la cultura de la juventud que nos coloca otra vez en la cola, como si la sabiduría que da la edad no fuera un buen aliado. Y respecto a lo de actriz secundaria... Los actores y actrices no tenemos una especialidad en la carrera que sea secundaria o de reparto. Somos intérpretes y punto; los secundarios son los personajes. Me parece muy triste etiquetar así a la gente. Lo que pretendo es que se den premios al personaje, al mejor personaje secundario. Lo otro te coloca en una situación de debilidad, porque tienes menos metraje para desarrollar tu papel y un sueldo más bajo. Y si encima eres mujer, ni te cuento. Y si además eres madura, peor me lo pones.

Siempre has dicho que nunca te has considerado una mujer guapa. De las pocas que verbaliza algo semejante teniendo en cuenta lo esclavas que hemos sido (y somos) de la mirada ajena. Sigue siendo así. Es un síntoma de que no estamos haciendo las cosas bien. Continuamos sometidas a esa presión, pero también hay algo ahí de que nos dejamos. Yo estoy dispuesta a que me fotografíen y salgan mis arrugas. Sé lo que quiero, estoy contenta con la edad que tengo y no volvería para atrás nunca. Me siento agradecida de llegar a mis años en estas condiciones físicas y tal como soy. Pero es algo que decimos solo unas cuantas porque se trata de una cuestión social. Es lícito que cada uno haga con su cuerpo lo que le salga de las narices, llevar su imagen como quiera y presentarse como le dé la gana, faltaría más. Pero tienen que tener la misma cabida ellos que una persona de 60 años que se quiere mostrar ante el mundo tal cual es.

Hablando de condiciones físicas... ¿Sigues saliendo a correr todos los días? Ahora juego a voley. Empecé a hacerlo en la playa con mi pareja, mi hijo y un amigo y me enganché. Al volver miré si había voley para mayores en mi pueblo (vive en las afueras de Madrid) y no encontré nada. Así que me dediqué a reclutar a gente de 40 o más interesada en este deporte. También te digo que yo soy la de más edad, pero tenemos hasta lista de espera. Hay incluso un equipo de mayores de 60 y una liga. En Argentina esto es muy común, pero aquí no tanto. Para lograrlo me tuve que plantar en medio del polideportivo y decir que no me movía de allí hasta que nos permitieran montar un equipo. Yo creo que me lo concedieron porque pensaron que si seguía en mis trece lo mismo me iba a acabar dando un ictus o algo (risas). ■

“Estoy dispuesta a que me fotografíen y salgan mis arrugas. Sé lo que quiero, estoy contenta con la edad que tengo y no volvería para atrás nunca.”

Silvia

ACTRIZ POR
CONVICCIÓN



Vestido de seda con lazada en el cuello; falda a conjunto y sandalias legacy con tiras bicolor, de la colección P/V 2025 de Louis Vuitton. Anillo Color Blossom Mini Sun en oro rosa, nácar rosa y diamante, de Louis Vuitton.

En su nueva serie, *Ladrones: la tiara de Santa Águeda* (Disney+), SILVIA ALONSO es una ladrona letal y elegante. Porte que se multiplica con looks de la colección P/V 2025 de Louis Vuitton, los otros protagonistas de un *shooting* tan carismático como su estrella invitada.

por
CHUS SALIDO
fotografía
DANNIEL ROJAS
realización
PILUCA VALVERDE

A woman with dark hair pulled back is sitting on a red surface, possibly a carpet. She is wearing a black, sleeveless, form-fitting dress with a white, ribbed collar and a row of white buttons down the front. She is also wearing a multi-strand necklace with pearls and silver-toned links. Her hands are positioned near the necklace, and she is looking directly at the camera with a slight smile. The background is dark, creating a high-contrast scene.

Vestido de punto entallado con doble volante; collar *Midnight Pearl* con perlas de resina blanca, flores Monogram y el logotipo LV Circle y zapatos negros. Todo, de la colección P/V 2025 de Louis Vuitton; (es.louisvuitton.com).

Vestido vaporoso
con hombreras y
collar largo
Midnight Pearl, de
la colección P/V
2025 de Louis
Vuitton.





Pendientes largos
Color Blossom
Double Star y collar
Midnight Pearl. Todo,
de Louis Vuitton;
(es.louisvuitton.com).



Chaqueta
abotonada con
mangas
abullonadas de
algodón y zapatos
negros. De la
colección P/V
2025 de Louis
Vuitton. Anillos
Color Blossom
Mini Sun y Color
Blossom Mini Star
y bolso Side
Trunk, en lona
Monogram y
ribeteado en piel.
De Louis Vuitton.



Vestido mini
drapeado de algodón
y accesorio Col
Petales, con pétalos
de seda, a modo de
echarpe. Todo, de la
colección P/V 2025
Louis Vuitton;
(es.louisvuitton.com).

Vestido bicolor en
seda y bolso abanico
LV, en lana Monogram.
De la colección P/V
2025 de Louis Vuitton;
(es.louisvuitton.com).

**Maquillaje y
peluquería**

Noemí Nohales.

**Asistente de
fotografía**

Javier Blanco.

Manicura

Nubia Janette Soacha.



Fuerte, empoderada... y delinciente profesional. Así se retrata Silvia Alonso (o mejor, a su personaje, Ámber) en *Ladrones: la tiara de Santa Águeda*, serie que llega a Disney + el 18 de junio y en la que forma equipo con Álex González. Ambos, ladrones con experiencia y química, se verán en el brete de robar una tiara que vendría a ser una suerte de

Santo Grial para coleccionistas. Como antagonista principal, Asier Etxeandia, propietario del 'joyón' y dispuesto a todo por defender su tesoro. "Decidimos que nuestros movimientos debían ser muy limpios y hay escenas que están bastante coreografiadas", nos cuenta la actriz (Salamanca, 1989) sobre esas tomas en las que parece que ha nacido pegando tiros o realizando acrobacias. Vestida en este reportaje con looks de la colección primavera-verano 2025 de Louis Vuitton ("tiene unas vibras muy diferentes, muy 80", apunta), destaca que el rodaje "fue divertidísimo. Además, vi un montón de películas para inspirarme. Creo que el espectador se lo va a pasar bien porque es una serie muy disfrutona, rápida, estimulante y con mucho ritmo."

Bonitas son también las localizaciones y el entorno de ese bodorrio durante el que planeáis dar el golpe del siglo. Un lujazo trabajar entre playas y palmerales, sumpongo. Rodamos en Málaga, Madrid y la República Dominicana, pero no fueron precisamente unas vacaciones; se hizo duro. Todas las localizaciones estaban muy lejos, echamos muchas horas y pasamos mucho calor. Estuvimos prácticamente un mes rodando dentro de un hangar y te daban hasta bajonas por el calor. Y luego en la República Dominicana hubo tormentas, lo que implicaba que había que parar cada dos por tres... Aun así mereció la pena.

Empezaste en la interpretación cuando estabas en la universidad estudiando Periodismo. Quise estudiar Historia, pero siempre me ha interesado la actuación, aunque no lo contemplaba como una posibilidad real. Acabé Periodismo porque me obligaron. En realidad, fue una moneda de cambio para que me dejaran venir a Madrid a estudiar interpretación.

¿El primer trabajo es como el primer amor, nunca se olvida? Antes hice mucha publi. Mi primer papel fue una peli; *Amigos*, creo que se llamaba. Había flashbacks y yo salía en uno de ellos, de cuando los protagonistas eran adolescentes. Luego ya vino *Tierra de lobos*.

Insistes mucho en que tu objetivo es trabajar con buenas personas, pero con la duración de vuestros proyectos es casi imposible desenamorarse de los compañeros. Sí da tiempo, sí. Más en una serie, aunque en una peli al final también. Para mí el ambiente de rodaje lo es todo. Aunque luego la película o la serie no las vea nadie, si al

menos me lo he pasado bien haciéndola, compensa. Solo pido eso... y que me hablen bien, con respeto. He encontrado a gente maravillosa, pero también he estado en rodajes que han sido una pesadilla..

Dices que lo que más te gusta cuando no trabajas es vivir la vida. Y, por lo que vemos en tus redes, el esquí supone parte importante de esa vida. Es una mezcla de gusto y miedo. Yo diría que mantengo una relación tóxica con el esquí: me encanta pero le tengo respeto. Me da mucha envidia la gente que lo practica sin ningún temor, porque yo creo que te pueden pasar muchas cosas. Aunque no es el único deporte que me gusta: buceo, corro, entreno, juego al tenis... Cuando algún fin de semana voy a un hotel y ese hotel tiene un buen gimnasio, me resisto a salir de allí (risas).

A ti te debemos la expresión "cara de algoritmo" referida a los rostros que vemos en Instagram. Obedece al efecto de las redes sociales en la gente. Provocan inseguridades y la sensación de que hay que acercarse a aquello que ves, lo que acaba con una homogeneización de la belleza. No es que esté en contra de los retoques, pero una cosa es hacerte un arreglo porque tienes un complejo y quieres mejorar y otra ponerte una cara nueva para que te acepten. Ha habido momentos en los que estado más baja y he tenido que quitarme de las redes porque me generaban inseguridad; me veía y no me encontraba, no me gustaba. Y eso es un drama. Se lleva muchísimo la "cara de Instagram", que implica unos retoques que funcionan muy bien en ese entorno, pero no en la vida real. Ahora mismo me está pasando que veo un entrecejo, por ejemplo, y me da mucho gusto, porque es muy raro. Sobre todo en películas y series; se agradece encontrar rostros diferentes, que se mueven. Y te lo digo cuando a lo mejor en cinco años estoy de botox hasta arriba (risas).

¿Tienes mucho carácter? Creo que sí. Siempre he tenido un gran conflicto con mi carácter -aunque ahora soy una persona más calmada de lo que era con 17-, pero porque me han enseñado a guardármelo. Me han educado para complacer y me cuesta mucho menos hacerlo que sacar el genio. Estoy aprendiendo a ser asertiva, aunque cuesta. Sigue habiendo algo primario en mí, de pensar que, si lo hago, me dejarán de querer.

Saca tu buen criterio y dinos qué look de la sesión te ha gustado más. Es curioso, pero mi percepción ha cambiado cuando he visto los estilismos de Louis Vuitton una vez hecha las fotos. Increíbles. De elegir me quedaría con el vestido de rayas en diagonal; creo que estiliza mucho la figura.

Después de la promo de *Ladrones*, ¿qué viene? Me encantaría estar ocho meses viajando. A mí y a mucha gente (risas). También me operaría la miopía, aunque para eso no necesito hacer ningún parón.

¿Cuál sería tu destino soñado? En Indonesia hay sitios preciosos, pero para mí el paraíso está en Mallorca. Tuve una pareja que vivía allí y lo conozco bien. Esa mezcla de mar, montaña, pueblos increíbles, calas... Sería el lugar perfecto para vivir si no fuera porque es inviable pagar un alquiler allí. Bueno, pensándolo, en Madrid también... ■



**Nuestros
valores
no están
en venta.**

**El aceite
de nuestra
cooperativa,
sí.**

Compra lo tuyo.
Defiende lo nuestro.



GOBIERNO
DE ESPAÑA



compras



TODO LO QUE VAS A
ADQUIRIR EN JUNIO

PLANES DE VERANO

ATLÉTICA, DEPORTIVA Y HASTA UN POCO ROMÁNTICA... ¿LISTA PARA SUBIRTE A LA GRAN OLA? EMMA VANDERLOO, HIJA DEL MODELO MARC VANDERLOO, NOS DESCUBRE LAS TENDENCIAS DE BAÑO Y LOS IMPRESCINDIBLES DEL NECESER MEJOR PROVISTO.

por **SARA TRUEBA Y CAROL LÓPEZ**

fotos **DANNIEL ROJAS**

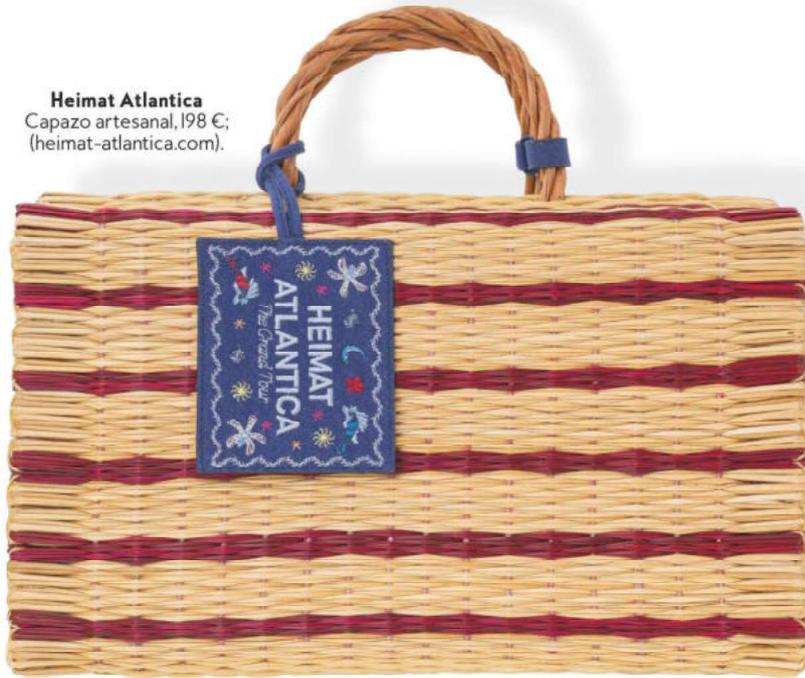
ealización **FRANCESCA RINCIARI**

Elena Morales
Bañador en jacquard;
(elenamorales.es).

Remodelación corporal 360°

Reducir la grasa localizada resistente a dieta y ejercicio y reafirmar de forma efectiva es un desafío que exige un enfoque 360°. Así nace D-Sculpt, un método integral que combina una dieta personalizada con dos innovadoras tecnologías: el láser Emerald y Exion. El primero licúa los depósitos de grasa para que el organismo pueda eliminarlos; el segundo combina radiofrecuencia y ultrasonidos para tonificar, reducir la flacidez y mejorar la elasticidad de la piel. Desde 3.000 € en Clínicas DEMYA Martín del Yerro Amselem; (martindelyerroamselem.com).

Heimat Atlantica
Capazo artesanal, 198 €;
(heimat-atlantica.com).



EL MUST PERENNE

Cuando lo tenemos cerca sabemos que los días más felices del año han llegado. Nos empuja a pensar en vestidos ligeros y bañadores y permite imaginarnos hundiendo los pies en la arena de nuestra playa favorita. El cesto, capazo o bolso de mimbre no entiende de tendencias, es duradero y está hecho a mano. Por algo lleva décadas vigente.

Clarins
Sérum Piel Nueva es un suero corporal alisante y reafirmante basado en los tratamientos antiedad para el rostro, 62 €;
(clarins.es).



Masqmai
Este aceite corporal contiene extractos de algas y aceites 100% naturales que tonifican, reducen la celulitis y mejoran la firmeza, 46 €;
(sephora.es).



Germaine de Capuccini
El aceite bifásico Total Fit Perfect Forms con extractos vegetales combate la celulitis, reafirma la piel y reduce las estrías, 56 €;
(germainedecapuccini.com).



MÁS SUAVE, MÁS LISA, MÁS FIRME

Alisar, tonificar y reafirmar son las claves para una piel visiblemente bonita. Texturas en aceite y suero aportan un acabado radiante.

Glo
El dispositivo Glo910+ simula un masaje aplicado por 3.000 manos y reduce la grasa localizada como un tratamiento de cabina, 399 €;
(glo910.com).



CUESTIÓN DE FIT

Hace tiempo que el mundo del swimwear es más diverso. Elige tu braguita y corre a darte un baño de sol.



Mango
Braguita clásica de canalé, 17,99 €;
(mango.com).



Calzedonia
Cheeky tanga metalizado, 25 €;
(calzedonia.com).



Belamer
De corte brasileño con efecto cortinilla, 64 €;
(belamer.co).



C&A
Braga alta, 13 €;
(canda.com).



Énfasis
Con cut out y lazos laterales, 23 €;
(elcorteingles.es).

COMPRAS

Tiwi
Gafas hexagonales bicolor, 85 €;
(tiwiworld.com).



Sessùn
Estampado geométrico, 135 €;
(sessun.com).



Bo Star
Bañador asimétrico rosa bebé, 119 €;
(bo-star.com).



Mango
Bañador con tirante, 36 €;
(mango.com).

SIGUE EL RITMO DE LAS OLAS

Tacones orgánicos simulando el efecto de una ola, escotes asimétricos y detalles de geometría perfecta claman un verano más sofisticado. Es tu momento *classy*.

Bijou Brigitte
Collar de cuentas estilo mediterráneo, 11 €;
(bijou-brigitte.com).



Silvia Tcherassi
Estampado tie dye con cut out, 395 €;
(silviatcherassi.com).



Aquazzura
Mule de PCV y cuero metálico, 1.495 €;
(aquazzura.com).



Sol, cloro, salitre, sequedad ambiental y contaminación crean un cóctel que puede comprometer la vitalidad y belleza del cabello. Protectores y antioxidantes son los mejores aliados.

CUIDADOS EXPERTOS



- 1. Kerastase Gloss Absolu Glaze Drops**, aceite ligero de alto brillo para cabello encrespado, 45 €; (kerastase.es).
- 2. I.C.O.N. Repel Humidity** es un spray que crea una barrera contra la humedad y mantiene el frizz bajo control, 27 €; (iconencasa.com).
- 3. Sisley La Brume Bouclier** protege del sol, la sal, el cloro, la polución, el estrés... 79 €; (sisley-paris.com).
- 4. Redken Sérum ABC** combate los daños por el día y fortalece el pelo durante la noche, 46 €; (redken.eu).
- 5. Gallinée Calma** el cuero cabelludo y reequilibra su microbioma, 26 €; (gallinee.com).
- 6. Fructis Champú liso keratina**, limpia suavemente y prepara el cabello para el alisado, 5 €; (garnier.es).

Cabello brillante y vital

Un cuero cabelludo revitalizado es el primer paso para un pelo sano y abundante. El tratamiento *Hydrafacial Kerovive* comienza con una limpieza y exfoliación tras la cual se aplica un potente suero que contiene factores de crecimiento, péptidos, vitamina B5, arginina y niacinamida. Un masaje de cráneo y terapia de luces LED completan este ritual que nutre, hidrata y oxigena, logrando una melena renovada. Desde 280 €; (hydrafacial.es).

Econaked
Bañador asimétrico;
(econakedswimwear.com).



Carlos San Juan
Bikini con tiras
cruzadas;
(carlospanjuan.com).

Agujas de oro para esculpir la silueta

La grasa localizada del abdomen, la cara interna de muslos, los glúteos, las rodillas, los brazos y los flancos podría tener los días contados gracias a *Morpheus8 3D*, un tratamiento de radiofrecuencia corporal que remodela el tejido adiposo y tensa la piel. Lo consigue mediante un cabezal con 40 microagujas de oro que distribuyen la energía térmica de forma controlada y potente. Ofrece resultados similares a los que se consiguen con cirugía, pero sin tener que pasar por el quirófano, desde 600 €/sesión.



BESADA POR EL SOL

Polvos, iluminadores y brillos de labios potencian con sencillos gestos la belleza natural que exhibe la piel en verano.

- 1. Chanel** Fluido iluminador de un rosa delicado con reflejos verdes y matices metálicos, a la vez romántico y vanguardista. Cubre la tez con un favorecedor toque de luz, 52 €; (chanel.com).
- 2. Dior Beauty** Forever Nude Bronze Glow son polvos solares con efecto bronceado de acabado radiante natural, 62 €; (dior.com).
- 3. YSL Beauty** Loveshine Plumping Lip Oil Gloss es un brillo de labios de textura ligera y no pegajosa que cubre con un barniz de cristal deslumbrante, 42 €; (yslbeauty.es).
- 4. Guerlain** Los famosos Terracotta son los polvos bronceadores más deseados para un favorecedor efecto buena cara, 59 €; (guerlain.com).
- 5. Givenchy** Rose Perfecto Shine es un brillo y sérum a la vez, con un color vibrante, brillo e hidratación, 44 €; (givenchy.com).

BOHO A REMOJO

Empujadas por las fotografías de Slim Aarons, sus piscinas de los años 70 y la sofisticación en tendencia de firmas como Zimmermann, Blumarine y Chloé, recreamos el look bohemio más romántico del verano.

Cashfana
Collar de flor, 115 €;
(cashfana.com).

Loewe
Gafas de sol
Daisy con flores
aplicadas, 600 €;
(loewe.com).

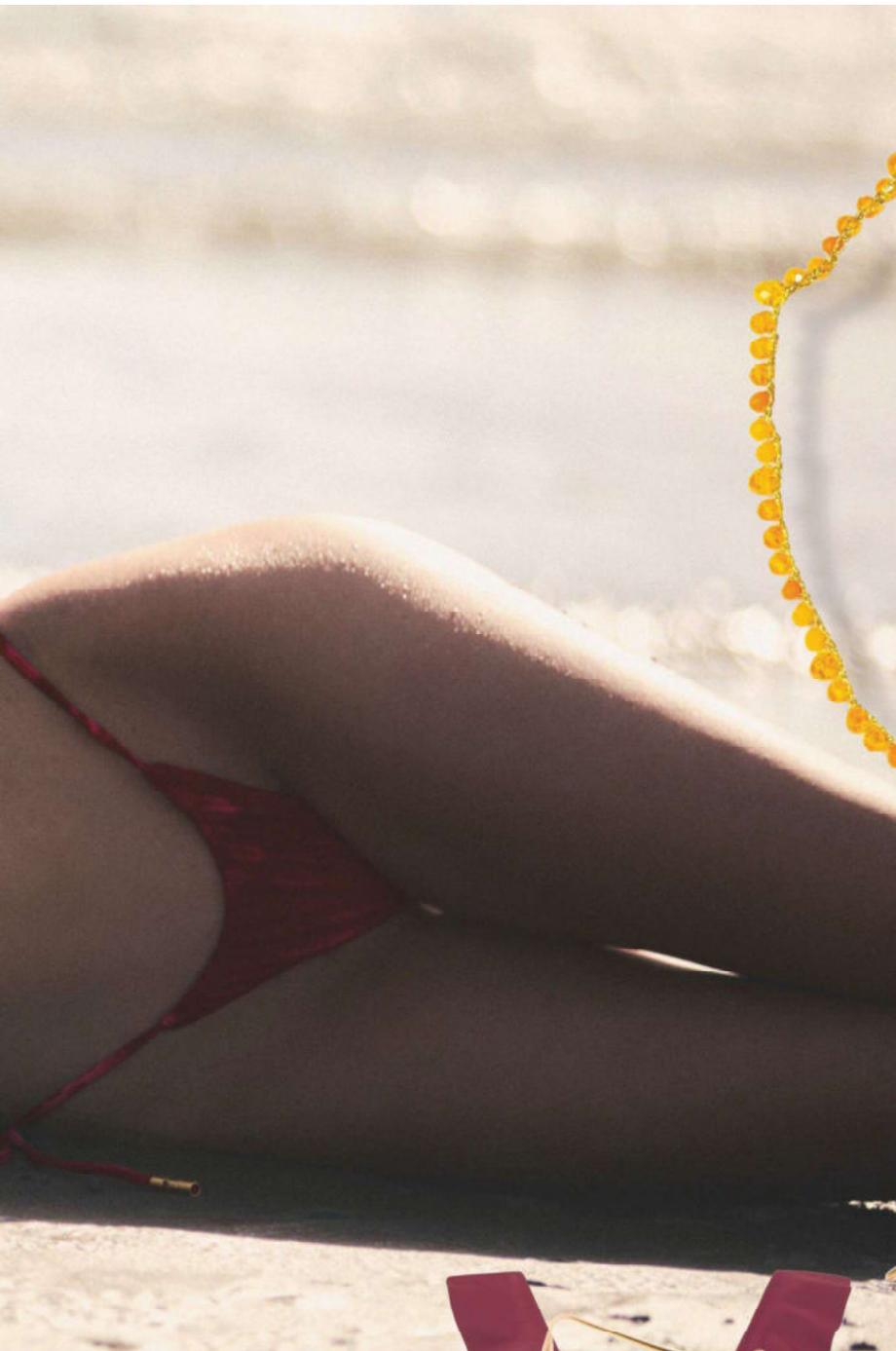
Bijou Brigitte
Cesto con vivos
de piel, 40 €;
(bijou-brigitte.com).

Belamer
Vestido bata
con lazos, 185 €;
(belamer.co).

Zimmermann
Pendientes de aro
con cerámica,
350 €;
(zimmermann.com).

Pedro Garcia
Zueco con tiras
cruzadas, 330 €;
(pedrogarcia.com).

SIMORRA
Bañador con
escote en V y
volante, 210 €;
(simorra.com).



VIVIREN CAFTÁN



Nos gusta esa sensación de ir bien vestidas con poco esfuerzo y el caftán, un buen anfitrión para mitigar el calor, concentra toda la comodidad y ligereza que necesita un cálido día de verano.

1. Gisela Caftán con estampado de peces, 30 €; (gisela.com).
Geox Pala, 70 €; (geox.com).

2. Charo Ruiz De encaje azul, 590 €; (charoruiroz.com).
RIA Menorca Sandalia de dedo con print de cebra. 54 €; (riamenorca.com).

3. Pla Caftán artesanal, 400 €; (pla.org.es).
Reef Plataforma, 80 €; (reef.com).

4. Stella Rittwagen Caftán de peces, 60 €; (elcor-teingles.es).
Pitillos Valenciana con cuña y cintas de rafia, 75 €; (calzadospitillos.com).

5. Selmark Caftán abierto con print vegetal, 57 €; (selmark.com).

Natural World Chancla de agua modelo Saona, 38 €; (naturalworlddeco-shop.com).

6. Babbaki Caftán con girasoles, 90 €; (babbaki.com).
Gioseppo Sandalia con textura, 75 €; (gioseppo.com).

ADICCIÓN ESTIVAL

Menos ropa, más piel... El verano pide a gritos una fragancia que nos acompañe sin invadirnos. Flores frescas, jugosas frutas, especias picantes y maderas profundas lo hacen posible.



Loewe Paula's Ibiza Eclectic huele a flor de azahar, jazmín, mandarina, incienso y pimienta negra, 85 €; (perfumesloewe.com).



Halloween Bliss es un soplo de aire fresco con acordes de bergamota, pera, jazmín, peonía y almizcle, 44 €; (halloweenperfumes.com).



Eau de Rochas Neroli Azur es rica y envolvente; sus notas de ámbar y almizcles evocan el tacto del sol en la piel, 107 €; (rochas.com).



Jean Paul Gaultier Flower de La Belle combina albaricoque, vainilla, pachuli, magnolia, jazmín y ámbar, 150,50 €; (jeanpaulgaultier.com).



Dolce & Gabbana Capri in Love es la nueva Light Blue y destila un toque relajante de té de jazmín, 158 €; (dolcegabbana.com).

Econaked

Bañador deportivo con
tirantes en contraste;
(econakedswimwear.com).

Efecto glow al cuadrado

Estimular la formación de nuevas fibras de colágeno y aclarar las manchas de pigmentación es el doble objetivo de *Cynoglow*, tratamiento regenerativo holístico que consigue una piel radiante y firme sin dejar huella estética. Combina en una sola sesión un barrido con láser de picosegundos y un procedimiento de radiofrecuencia con microagujas. *Cynoglow* mejora la textura de la piel, cierra el poro, difumina las líneas finas, unifica el tono y borra las cicatrices de acné y las manchas oscuras. Puede aplicarse en la cara, el cuello, el escote y las manos. Desde 400 €/sesión.



COMPRAS

Daria Bae
Bañador sostenible
realizado con
poliamida
reciclada;
(dariabae.es).

Suave, suave

La celulitis afecta hasta al 98% de las mujeres. Puede tener origen genético, hormonal o surgir por cambios de peso. Para contrarestarla, *Cellu M6 Infinity*, de LPG, es un tratamiento que moviliza, descongestiona, disuelve las fibras, alisa y reafirma, mejorando el aspecto de los nódulos y reduciendo los hoyuelos y la piel de naranja.

El ritual combina maniobras mecánicas -mediante un cabezal con forma de rodillo- y un masaje manual envolvente, gesto premium distintivo de LPG que drena, suaviza y aporta elasticidad a la piel. Desde 98 € la sesión; (endermologie.es).





REGALO PARA TUS OÍDOS

Auriculares inalámbricos disponibles en tres colores (azul, blanco y negro), de acabado metalizado y con batería de larga duración. Los encontrarás a la venta en tu quiosco, junto a la revista *InStyle*, el 19 de junio. No te quedes sin ellos, ¡serán el complemento ideal para tus looks de verano!

COMO EN LOS NOVENTA...

Con bañador deportivo o de tiro muy (MUY) alto, gafas máscara, náuticos (como lo oyes, son lo más cool) y sudadera XL. Para ser atlética, en clave 90's solo necesitas desenfado... y no pensar demasiado.



Blauer
Camiseta, 75 €;
(blauerusa.com).



Arena
Bañador deportivo, 63 €;
(arenasport.com).



Primark
Bañador alto, 14 €;
(primark.com).



Oakley
Gafas para hacer deporte
Sutro Lite Sweep, 188 €;
(oakley.com).



Ba & sh
Sudadera bicolor, 145 €;
(ba-sh.com).



Thinking Mu
Gorro Bucket;
(thinkingmu.com).

Desigual
Bandana, 26 €;
(desigual.com).



Timberland x Jacquemus
Náuticos de piel,
250 €;
(timberland.es).



1



2



3



4

RENDIMIENTO PLUS

Cosméticos corporales *high performance* y accesorios para asegurar la hidratación, la elasticidad y la fuerza forman un *kit* infalible.



5

- 1. Stanley** Botella de acero para elevar el atuendo del gym, 44,95 €; (zalando.com).
- 2. Biotherm** Leche corporal *Active Recovery*, repara la barrera cutánea y calma la piel, 45 €; (biotherm.es).
- 3. Rituals** Espuma de ducha *The Dream Collection*, 10,90 €; (rituals.com).

- 4. Caudalie** Desodorante *Vinofresh* con fragancia unisex de eucalipto, 11,50 €; (es.caudalie.com).
- 5. Technogym** Mancuernas que se convierten en el equipamiento ideal para el entreno de fuerza, 60 €; (technogym.com).



Glúteos arriba

La flacidez es uno de los problemas más frecuentes en los glúteos a partir de los 40. Además de recuperar el tono muscular entrenando la zona mediante electroestimulación (desde 60 €/sesión), los inductores activan la producción natural de colágeno, mejorando la firmeza. En la Clínica Mira + Cueto, desde 560 €/sesión; (clinicamiracueto.com).

Mare Far Niente

Bañador con tirantes de cadena; (marefarniente.com).

MONOCOLOR VS ESTAMPADO

Negro y siempre elegante o minimalista en su esencia cromática, el baño de temporada vibra en los extremos. ¿Prefieres diversión?

Langostas, flores y rayas hacen que el verano sea mejor.



Tory Burch
Escote halter y cinturón, 285 €; (toryburch.com).



Enfasis
Con vivos contraste, 46 €; (elcorteingles.es).



Calzedonia
Efecto cruzado, 59 €; (calzedonia.com).



Lido
Con tirantes cruzados, 225 €; (net-a-porter.com).



Etam
Textura y en dos piezas; (etam.com).

EL SPF ES SEXY

Texturas supersensoriales, acabado invisible y efecto *glow* convierten la protección solar en una rutina cada vez más hedonista y placentera. Ya no hay excusas para no blindar la piel del sol.



- 1. Avène** Spray corporal SPF50 que se transforma de leche a agua dejando sensación de piel desnuda, 25,90 €; (eau-thermale-avene.es).
- 2. Patyka** Crema facial SPF50 con color con doble protección -solar y antioxidante-, contiene pigmentos que uniformizan el tono; 26,90 €; (patyka.com).
- 3. Bioderma Photoderm X-Defense Ultra-fluid** SPF50 tiene efecto detox y es de uso urbano, ya que protege del sol y la contaminación, 21,95 €; (bioderma.es).
- 4. Nieves by Nieves Álvarez Perfeccionador** SPF50 enriquecido con péptidos, ácido hialurónico, escualeno y vitamina E, previene las manchas y la flacidez y deja un acabado radiante, 36,99 €; (nievesbeauty.com).
- 5. Sensilis Stick To Glow** SPF50 es tan compacto como tus auriculares y aporta luminosidad instantánea, 15 €; (sensilis.com).
- 6. Heliocare Body Glow** SPF50 360° contiene polvo de mica que aporta un acabado dorado universal, 20 €; (cantabrialabs.es).

A CUBIERTO

No la busques en el exterior. Lleva la sombra incorporada como una diva en la Rivière.

Zimmermann
Pamela XL, 495 €;
(zimmermann.com)



Como un pez en el agua
Bikini strapless con estampado y volantes, 150 €;
(comounpezenelagua.com)

All That She Loves
Palabra de honor bicolor, 116 €;
(allthatsheloves.es).



Mus&Bombom
Con estampado de langostas, 80 €;
(musbombom.com).

Kiabi
Bikini con print de hojas, 22 €;
(kiabi.es).



Redpoint
Bañador a rayas, 110 €;
(redpoint-beachwear.com).

Medina Swimwear
Bañador con ribete;
(medinaswimwear.com).

Maquillaje y peluquería
Daniel Rull para Dior Beauty.
Asistente de fotografía
Javier Blanco.

Agradecimientos
Gran Canaria Swim Week
by Moda Cálida.
Consejería de Desarrollo
Económico, Industria,
Comercio y Artesanía del
Cabildo de Gran Canaria.

Brazos de pasarela

Combinar un tratamiento de aparatología que ayude a eliminar la grasa con un láser avanzado que tense la piel es la clave para combatir el descolgamiento de la cara interna de los brazos.

La tecnología *EM Sculpt Neo* aplica al tejido un flujo de energía que reduce el exceso de grasa y favorece el desarrollo de músculo. Su complemento ideal es el láser *Dermolifting*, que compacta la piel tratada; (maribelyebenes.com).

BAÑO DE DÍA, BODY DE NOCHE

Aquello de pasar el día (y la noche) en bañador es posible. Convertido en el centro de tus estilismos, combínalo y saca el máximo provecho a tu maleta de vacaciones.

Bijou Brigitte
Collar con piedras doradas, 20 €;
(bijou-brigitte.com).

Selmark
Bañador *Atlantis* con textura y aros metálicos, 91 €;
(selmark.com).

Chanel
Bolso media luna, 2.600 €;
(chanel.com).

Thinking Mu
Short, 60 € y camisa, 100 €;
(thinkingmu.com).

C&A
Falda transparente, 16 €;
(c-and-a.com).

Chloe
Cuña *Maxime*, 890 €;
(chloe.com).

24 HORAS EN MOOD DE VACACIONES

Suave, bronceada y con un favorecedor brillo perlado, la piel irradia su mejor versión desde el amanecer hasta el *after party*.

1. Nuxe Huile Prodigieuse Roll-On es un aceite que ilumina rostro, escote, clavículas y piernas, ahora en roll-on para aplicar sin mancharse las manos, 32,30 €; (es.nuxe.com). **2. Júlia Bonet Contorno de ojos Moss**, gel con aplicador efecto frío para una mirada radiante y descansada, 50 €; (perfumeriajulia.es). **3. Delial Gotas autobronceadoras Natural Bronzer** con ácido hialurónico y agua de coco, para un bronceado progresivo y natural, 16,50 €; (garnier.com). **4. Essie Esmalte en tono Summer Souls-Tice**, un amarillo pastel que evoca el optimismo de los primeros rayos del sol, 13,80 €; (essie.es). **5. Evoleum Nutricosmética Radiance** es una fórmula bebible que hidrata, ilumina y prepara la piel para el bronceado, 88 € el tratamiento para tres semanas; (es.evoleum.fr). **6. Sol de Janeiro Body Badala** hidrata gracias a una fórmula ligera con caña de azúcar, ácido hialurónico y aceite de nuez de Brasil, 32 €; (sephora.es). **7. Nailberry Exfoliante para pies** con azúcar moreno, menta y aceites de sésamo, eucalipto y romero que asegura una pedicura sublime, 32 €; (ikiishop.com).



LOEWE PUZZLE 10

Estos tres modelos (*Multicolor*, *Polka* y *Cloud*) forman parte de las 19 reediciones con las que se celebran los diez años del bolso icónico diseñado por Jonathan Anderson en 2015 (loewe.com).



Cuando todo ENCAJA

Después de décadas (desde los 80) sin lanzar nuevo bolso, **LOEWE** creó el *Puzzle* en 2015 con la presión de convertirlo en éxito. Una década después, sus reediciones demuestran que sigue siendo un *hit*.

Es posible que el *Puzzle* sea el símbolo que mejor representa el legado de Jonathan Anderson en LOEWE. Porque condensa el carácter artesanal (cada bolso se compone de 75 piezas para cuyo ensamblaje se precisan 9 horas de trabajo) sobre el que siempre ha descansado la firma y que el norirlandés se empeñó en potenciar hasta elevarlo a la estratosfera del lujo hecho a mano, y porque, con él, la identidad de LOEWE ha conectado con ideas como la experimentación, la subversión de la silueta y el surrealismo, con un lenguaje visual y estético ultramoderno y también conceptual. El *Puzzle* fue el primer bolso que Anderson diseñó en 2015 y ha crecido con él hasta que abandonó la firma en marzo de este año –el dúo Proenza Schouler asume a partir de ahora la dirección creativa–. La celebración de los 10 años de este diseño ya icónico marca, por tanto, el fin de una era y la separación de caminos entre creador y *must*. Este 2025, y como homenaje a la década dorada del *Puzzle*, la firma ha lanzado *Loewe Puzzle 10*, una colección de 19 reediciones y un nuevo diseño conmemorativo. Destacan los modelos reeditados *Multicolor* (Precolección P/V 2017), *Cloud* (P/V 17) y *Polka* (O/I 2018). El primero de ellos es energía española, el más genuino Rubik de la moda que podamos imaginar; el segundo supone la idealización casi infantil de un cielo con nubes y el tercero, el peso cultural de la diversidad con ecos románticos. Cada uno de ellos representa un trocito de la personalidad de Anderson en la casa, una personalidad que fluye y se deja moldear como el origami, pero que a la vez mantiene su estructura sólida. Ejemplo de innovación, arte, provocación y equilibrio. ■

FOTOS: DANNIEL ROJAS / REALIZACIÓN: PILUCA VALVERDE / TEXTO: SARA TRUEBA



LA LEYENDA DEL TIEMPO

VISIÓN, INNOVACIÓN Y PRECISIÓN SON LOS TRES PILARES SOBRE LOS QUE **BULOVA** ASIENTA SUS 150 AÑOS DE HISTORIA. REPASAMOS LOS HITOS DE LA FIRMA FUNDADA EN NUEVA YORK POR JOSEPH BULOVA, UN APRENDIZ DE JOYERO CUYO LEGADO LLEGA HASTA NUESTROS DÍAS.



1919

Se lanzó la primera colección de relojes masculinos (cinco años después llegaría la femenina). El modelo de la foto es de 1991 y reproduce una ficha antigua de metro como homenaje a Nueva York, donde nació la empresa.



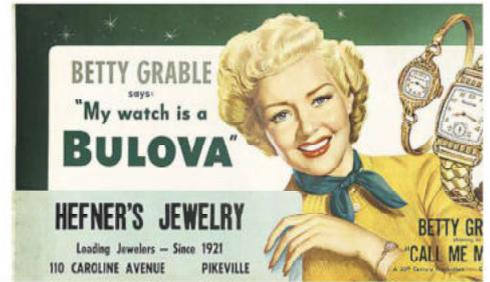
1926

Ardé Bulova, hijo del fundador, cambió la estrategia de marketing. La compañía se convirtió en la primera en anunciarse en la radio de EE.UU a nivel nacional.



1941

Bulova también fue la primera firma en tener un spot televisivo. A partir de ahí se sucedieron los anuncios icónicos, como el posterior de 1983 que reunió a celebrities de la época, entre ellas Morgan Fairchild (en la foto) o Muhammad Ali.



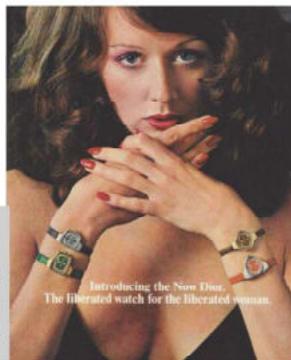
1950

La compañía cultivó el concepto de "embajador de marca" con la incorporación de Johnny Weismuller (el icónico Tarzán) o Betty Grable, actriz y pin-up por excelencia.



1960

Una década excepcional en la que Bulova, que llevaba años aunando precisión con la joyería más exquisita en modelos como el de la foto que ya son historia, creó Accutron, el primer reloj electrónico.



1972

En 1917, años antes de que presentara su línea femenina, vio la luz, *Rubaiyat*, el primer reloj para mujer. Seis décadas después llegaría la asociación con Dior, que visibilizaría la revolución feminista con lemas como "Igualdad en la retribución, igualdad en la hora".



2020

La firma mantuvo una estrecha relación con Frank Sinatra desde 1957. Tanto es así que hace un lustro lanzaron *The Frank Sinatra Collection*, homenaje al estilo atemporal del artista.

En el año del aniversario, las colecciones se renuevan con diseños modernos que guardan los secretos de una herencia única. En la imagen, reloj *Sutton Lady* (bulova.es).



2025

¡Ficha tus trajes de baño!
Verano a la vista

**Escote infinito**

Su pronunciado escote con detalles dorados y su color son perfectos para lucir tipazo con estilo.

90,95 €

**Halter**

Sus rayas de inspiración egipcia y sus ojales XL suman sofisticación. Ideal para salir a la calle.

102,95€

**Acanthus**

Este bikini reinterpreta los estampados florales de William Morris, con un diseño moderno, sofisticado y muy cómodo.

Top 51,95 € / Braga 42,95 €

**Cinturón fajín**

En azul marino, como las profundidades del mar, y cinturón fajín bordado realza la figura y estiliza.

93,95 €

**Detalle joya**

En color taupe, con laca oro y detalle joya en dorado, su pierna escotada favorece las curvas y alarga la silueta.

90,95 €

Inspirada en civilizaciones antiguas y destinos singulares, la nueva colección de Pilar Rubio para Selmark invita a viajar con los sentidos con diseños elegantes y versátiles, para brillar tanto en la playa como en looks de calle. Una edición, que celebra los 50 años de la firma gallega, con piezas que se ajustan a las formas femeninas con cortes cut out, escotes pronunciados y toques dorados.

selmark

DESIGNED BY

Pilar Rubio

www.selmarklingerie.com

La 'wishlist' de...

Su casa huele a incienso y su armario se nutre de piezas *classy* y contemporáneas. Estos son los *must* de la directora general de **TRUCCO**.



ANDREA CASTILLO

Abogada de formación, pero atraída por la moda y el marketing, Andrea asumió el puesto de directora creativa de Trucco primero y, desde 2024, el de directora general.



1 Perfume *Thé Noir 29*, de Le Labo, 205 €; (lelabofragrances.com).

2 Lámpara de mesa LED *PantheHa* diseño Verner Panton, de Louis Poulsen en Westwing, 189 €; (westwing.es).

3 Blusa vaporosa, de Blumarine; (blumarine.com).

4 Top palabra de honor estampado, de Trucco, 70 €; (trucco.es).

5 Incienso *Goloka*, en *Natura*, 2 €; (naturaselection.com).

6 Rutina de belleza Concentrado de camomila, 40 €, y sérum de vitamina C, 113 €, de Aesop; (aesop.com).

7 Agenda de Paperblanks, 20 €; (paperblanks.com).

8 Bolso *baguette Fleca*, de Hereu, 650 €; (hereustudio.com).

9 Sandalia en piel, de Toteme, 540 €; (toteme.com).

HIPS DON'T LIE

Dos siglos después, el aparatoso miriñaque de María Antonieta se dibuja mucho más ponible y sitúa el foco en la cadera. Es el nuevo (y admirado) exceso.





Top bikini marrón

Con tirante ancho y anilla en el centro, este top ofrece sujeción y confort, sin perder estilo.

PVP 14€



Sandalia plana con hebillas

Estas sandalias marrones, con diseño pala y hebillas, son perfectas para ir cómoda todo el verano.

PVP 20€



Braga bikini verde oliva

De corte minimalista, puedes combinarla con un top estampado o liso, a juego o de otro color.

PVP 8€



Top bikini con print de rayas

Las rayas multicolores y la lazada diseñan un top de aire retro, para disfrutar con estilo del sol y la playa.

PVP 15€



Bolso shopper con estampado floral

Un diseño bohemio con print floral, ideal para mañanas de playa o tardes relajadas de chiringuito.

PVP 20€

¡Prepárate!
Vuelve a los años 70

¿Té apetece viajar a los bohemios 70? Con la nueva colección de baño de Kiabi es posible, ya que reinventa el verano con prendas y accesorios llenos de personalidad y estilo vintage. Revive el espíritu de esa época con siluetas favorecedoras, tejidos con textura y una paleta cromática que va del verde oliva al chocolate más intenso. Los bañadores y bikinis combinan cortes minimalistas con detalles, como anillas metálicas, nudos y tirantes anchos. A su lado, sandalias tipo pala con efecto rafia, bolsos con prints florales de aire retro y pareos neutros, aptos para la arena o el chiringuito, elevan los looks playeros.

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

O escanea el código QR:



Bañador con anillas

Su color chocolate y sus anillas aportan sofisticación a un bañador pensado para estar a gusto nadando o en la tumbona.

PVP 20€

COMPRAS

MaxMara

Sujetador:
(es.maxmara.com).

Etnia Barcelona

Gafas de sol IBIZA 09 BK;
(etnibarcelona.com).



MaxMara
Vestido denim
con apertura;
(es.maxmara.com).
Etnia Barcelona
Gafas de sol
IBIZA 09 PK;
(etniabarcelona.com).



O SOLE MIO

EN CUANTO EL BUEN TIEMPO ASOMA, LAS GAFAS DE SOL SON EL ACCESORIO FETICHE DE LOS LOOKS DE **MARTA HAZAS**. PARA ESTA TEMPORADA, LA ACTRIZ ELIGE LA COLECCIÓN DE EDICIÓN LIMITADA IBIZA VOL. 5 DE ETNIA BARCELONA, UNA SELECCIÓN DE DISEÑOS EXCLUSIVOS QUE REINVENTAN LOS CLÁSICOS A TODO COLOR.

fotografía **DANNIEL ROJAS** realización **PILUCA VALVERDE** texto **CHUS SALIDO**

COMPRAS



Red Point Bañador bicolor; (redpointbeachwear.com). **Etnia Barcelona** Gafas de sol *IBIZA 08 RD*; (etnibarcelona.com).
Leroy Merlin Tumbona de playa plegable en aluminio azul; (leroymerlin.es).
Derecha **Selmark** Bañador a rayas con detalle de hebilla; (selmarklingerie.com).
Etnia Barcelona Gafas de sol *IBIZA 09 YW*; (etnibarcelona.com);



Selmark

Bañador escote halter;
(selmarklingerie.com).

Etnia Barcelona

Gafas de sol
IBIZA 09 GR;
(etnibarcelona.com).

**Maquillaje y
peluquería**

Mara Fervi
(Another Artist).

**Asistente de
fotografía**

Israel López.



Acaba de terminar el rodaje de la serie *La agencia* (Telecinco) y, sin apenas tiempo de respiro, ha comenzado con la cuarta temporada de *Machos Alfa* (Netflix). Las vacaciones de Marta Hazas (Santander, 1977) se antojan lejanas –“Me las tomaré en septiembre. Pasaré los próximos meses en Madrid, aunque irte cuando el resto de la gente trabaja no está tan mal; sarna con gusto no pica”–, pero este *shooting*, en el que posa con gafas de sol de la colección *Ibiza Vol. 5* de Etnia Barcelona, le ayuda a entrar en *mood* veraniego. *Mood* que, en su caso, ‘huele’ a las pitiusas, pero también a paraísos lejanos como la isla de Holbox, en el Caribe mexicano (“un lugar al que volvería una y otra vez”) o Perú (“mi destino soñado junto con Japón”).

¿Eres de esas personas que tienen ‘cara de gafa’ y no hay modelo que no le quede mal? Sí, pero porque yo he sido miope mucho tiempo hasta que me operé el año pasado (tenía siete dioptrías). Y como mis ojos son claros y me molesta la luz del sol –de pequeña apenas podía abrirlos porque me lloraban– uso habitualmente gafas de sol.

Seguro que con semejante experiencia tendrás ya tu prototipo de gafas. Me gustan grandotas y de pasta, aunque últimamente me atraen mucho las más deportivas, coloridas y con mucho cristal.

¿Qué opinas de esta nueva colección *Ibiza Vol. 5* de Etnia Barcelona? Me parece preciosa y muy original. Las gafas de montura rectangular, por ejemplo, son ideales para ir a la playa con una pamelita o un sombrero grande porque no se te mueve nada, queda como un *look* compacto (risas).

¿Qué te atrae de la firma? La conozco, tengo algún modelo suyo. Lo que me gusta especialmente es que sus gafas no pesan, porque a mí enseguida se me marca el entrecejo y tengo que tener cuidado con las que elijo. Estas son perfectas.

Por lo que hemos podido comprobar, otra cosa que eliges muy bien son tus proyectos. De hecho, en torno a *La agencia* se ha creado un *hype* interesante. Eso es porque se basa en una serie francesa que se llama *Call My Agent*, de la que se han hecho muchos *remakes* en todo el mundo y ha ganado bastantes premios de televisión. Va sobre una agencia de representantes y creo que eso de saber qué pasa entre bambalinas siempre genera curiosidad. En mi opinión, la de representante es una profesión muy bonita, porque consiste en construir la carrera profesional de alguien. Cuando eres actriz tienes una mirada muy subjetiva de las cosas y conviene contar con otra persona que lo vea todo desde fuera aportando objetividad.

A finales de año llega *Culpa nuestra*, la última película de la saga *Culpables* y donde interpretas a la madre de Noah, la protagonista. ¿Entiendes ese fervor que la literatura juvenil de romance despierta en las nuevas generaciones? Lo entiendo perfectamente porque yo también he sido consumidora. A mí que la gente siga leyendo me parece fenomenal. Cuando alguien viene y me dice que firme un libro me encanta; cualquier tipo de literatura está bien.

La película habrá disparado el interés hacia ti de los más jóvenes. Ya lo estaba viviendo porque rodé la serie *El internado* hace un montón de tiempo y, por circunstancias de la vida que se me escapan, vuelve a estar de moda. Creo que el interés, más que haber despertado se ha afianzado.

Te licenciaste en Periodismo y no eres la única actriz que ha sopesado la posibilidad de dedicarse a esta profesión. En mi caso tiene sentido porque Periodismo es una carrera en la que aprendes muchas cosas y yo elegí optativas y créditos que tenían que ver con el cine. Quería ser actriz, pero no vivía en Madrid, sino en Santander, y para mí el periodismo era como un plan B. Siempre pensé que, si me hubiera ido mal como actriz, donde menos frustrada estaría sería trabajando en una radio o un periódico escribiendo opinión. Como presentadora en la tele no me veía, la verdad.

Hoy en día aún sigues con la escritura. Incluso has verbalizado tu admiración por la profesión de guionista.

Tengo un gran respeto por la gente que se gana la vida escribiendo y es cierto que me gusta escribir. De hecho, cuando me llamaron para hacer el prólogo de los libros de *Esther y su mundo* me encantó, porque de pequeña era muy fan. Respeto profundamente a los guionistas, porque son muchas horas con el culo en una silla. Tras la pandemia parece que todo el mundo escribe pero ESCRIBIR (con mayúsculas) es otra cosa.

Montaste la productora Medio Limón con tu marido, Javier Veiga. ¿Qué tal la experiencia? Me hace muy feliz.

Me gusta generar proyectos, estar en la génesis de algo y construirlo de la nada. Es una parte muy bonita de mi trabajo. Y me encantan los personajes femeninos que me escribe mi chico. En seis años hemos hecho una obra de teatro, tres temporadas de *Pequeñas coincidencias* y dos películas (la última, *Playa de lobos*, se estrena tras el verano); no nos da tiempo a más.

Hace poco insistías en que la prensa debería contrastar más las noticias. ¿Alguna mala experiencia? No he tenido malas experiencias pero sí tonterías de *clickbait*. Como cuando te comentan que un famoso ha dicho esto o lo otro y te preguntan si estás de acuerdo. Y tú dices que sí y parece que muestras tu apoyo pero no es así. A veces te confías porque tienes enfrente a alguien amable, con el que te sientes a gusto, y parece inteligente y luego lees lo que ha escrito y ves que lo descontextualiza todo. Sientes que has perdido tiempo de tu vida en hablar con esa persona porque no se ha enterado de nada de lo que has dicho. Normalmente soy muy expansiva y no me gusta nada ir con pies de plomo en una entrevista.

¿En temas de moda también vas con pies de plomo? Yo creo que mi estilo es contrario a los personajes que estoy haciendo en ese momento. Cuando rodaba *Velvet* se llevaban las faldas lápiz, pero como mi personaje las usaba todo el rato, me resistía a ponérmelas porque era como no salir nunca del papel. En mi día a día voy cómoda, con *looks* todo terreno que me sirvan tanto por la mañana como por si surge algún plan imprevisto por la noche. Me gusta la moda, pero dentro de la comodidad, porque sobre todo intento no sufrir. Y en las alfombras rojas lo que quiero es divertirme y jugar. ■

COMPRAS

DENIM *en 3 fits*

ESTA TEMPORADA, LOS JEANS SE DIVERSIFICAN Y ADAPTAN A DISTINTAS SILUETAS. ELIGE LOS TUYOS. **DESCUBRE CÓMO LLEVARLOS EN 2025 Y (POR QUÉ NO) ABRAZA LA IDEA DE QUE TODOS NUNCA SON DEMASIADOS.**

por **SARA TRUEBA**
fotografía **MICHAEL COMNINUS**
realización **ANNALIESE DOIG**

Gucci
Chaqueta, bralette,
jeans, zapatos,
pendientes,
bolso y cinturón;
(gucci.com).



AMI Paris
Lavados, 280 €;
(amiparis.com).



Tinta y Bariloche
Con botones
marineros, 80 €;
(tintaybariloche.com).



Levi's
Modelo 501 azul
claro, 150 €;
(levi.com).



The Row
Vaqueros
clásicos,
920 €;
(therow.com).



Massimo Dutti
Cinco bolsillos
marrón, 60 €;
(massimodutti.com).



Pull & Bear
Tiro medio,
26 €;
(pullandbear.com).



Marina Rinaldi
Lavados Marina Sport,
205 €;
(marinarinaldi.com).



Sezane
Modelo Le Crop, 100 €;
(sezane.com).



Mango
Rectos, con
estampado de cebra,
40 €; (mango.com).



Stella McCartney
Jeans con rayas
laterales, 890 €;
(stellamccartney.com).



Bash
Vaqueros Velino, 175 €;
(bash.com).



STRAIGHT, EL CLÁSICO

- Si fueses una extraterrestre recién aterrizada en la Tierra, serían los primeros que deberían entrar en tu armario. Tienen el poder de ser los más clásicos, versátiles y longevos.
- Levi's se lleva el máximo galardón con su modelo 501, aunque hoy son infinitas las marcas que han hecho suyo el fit más famoso de los 90. Su poder, en parte, reside en que no hay silueta corporal que pueda resistirse a un corte tan neutro.
- A partir de aquí, se abre un océano índigo de posibilidades. De color, estampados, con adornos o clásicos. Unos vaqueros en blanco nunca sobran en primavera y puedes llevarlos con chaqueta de cuero XL, un poco 80's, y bolso baguette, para un outfit cien por cien 2025. El mix que funciona.

COMPRAS



Bassike

Polo de rayas;

(bassike.com).

Tommy Hilfiger

Vaqueros;

(tommy.com).

MaxMara

Zapatos;

(maxmara.com).

Gucci

Gafas;

(gucci.com).

MaxMara

Weekend

Cinturón;

(maxmara.com).



H&M
Paper Bag extraalto
con cinturón, 80 €;
(hm.com).



Maje
Wide Leg con
tachuelas en la
cintura, 245 €;
(maje.com).

Casoná
Resuelve jeans,
295 €;
(shopcasona.com).



Molly Bracken
Lavados y con
bolsillos laterales;
(mollybracken.com).

Algo Bonito
Wide Leg con patchwork
lateral, 50 €;
(algo-bonito.com).



Gucci
Crudos con
costuras
adelantadas,
850 €;
(gucci.com).



Roberto Verino
Clásicos de tiro medio
y wide leg, 160 €;
(robertoverino.com).



Gabriela Hearst
Vaqueros de talla
alto, 1.450 €;
(gabrielahearst.com).



Primark
Anchos con vuelta
en el bajo, 26 €;
(primark.es).



Sandro
Con flores troqueladas;
(sandro.com).

WIDE LEG, EL FAVORECEDOR

• El fit perfecto para que la comodidad entre en tu vida sin necesidad de ir en pantalones jogger. El universo wide leg es amplio, pero esta temporada se sigue llevando de talla alto. Si tu pierna no es especialmente larga, prueba con unos de pinzas o costura central.

• Deben besar el suelo, aunque no 'limpiarlo', y si lo eliges en colores oscuros sin efecto lavado se añaden posibilidades de combinación en looks más formales.

• Stella McCartney, Gabriela Hearst y Gucci entienden el vaquero como una pieza diaria que puede, además, ser elegante al lado de un top de noche que fuerce el contraste entre proporciones.

• Si encuentras los que te favorecen, serán tuyos para toda la vida y no dejarás de ponértelos.

COMPRAS



Oroton

Top;

(oroton.com).

Camila And Marc

Zapatos;

(camillaandmarc.com).

Sportmax

Collar;

(sportmax.com).

H&M

Cinturón;

(hm.com).

Shopping

Sara Trueba.

Maquillaje

Jaque Di Condio

(Saunders&Co).

Peluquería

Travis Balcke

(Saunders&Co).

Modelos

Alida

(Kult Australia),

Clare Tappenden

y Miji

(Chic Management)

y Zara Wong

(Chadwick Models).



Arket
Jeans Barrel, 89 €;
(arket.com).

Frame
Con bajo deshilachado,
345 €;
(frame-store.com).



Marc O'Polo
Crudos, 110 €;
(marc-o-polo.com).

Bershka
Baggy Barrel, 30 €;
(bershka.com).



C&A
Con costuras transversales, 30 €;
(c-and-a.com).



Pomandère
Talle alto y bolsillos con costuras,
238 €;
(pomandere.com).



COS
Con cinturilla invisible,
125 €;
(cos.com).



Loewe
Lavado a la piedra, 780 €;
(loewe.com).



Ganni
Oscuros, 225 €;
(ganni.com).



Weekend MaxMara
Barrel versión soft, 175 €;
(maxmara.com).



BARREL, EL MÁS NUEVO

- Lleva unos meses con nosotros y no parece que tenga intención de alejarse. Detrás de una silueta poco natural y abombachada por debajo de la cadera se esconde el item supercool del armario vaquero.
- Las firmas más lujosas, de Loewe a MaxMara, entienden este fit como un hype del que confían sacar rédito aunque no sea un básico... al menos no de momento.
- ¿Informal? No tanto. De hecho, es la silueta perfecta para llevar pasadas las siete de la tarde, con tacón, top de noche y mucho glow.
- Los hay más y menos exagerados, que marcan las curvas o se mantienen en un plano discreto. Si vas a hacerlo, hazlo bien y elige unos de talle medio o alto, que mantengan su forma arqueada y tengan el bajo ajustado al tobillo.

belleza

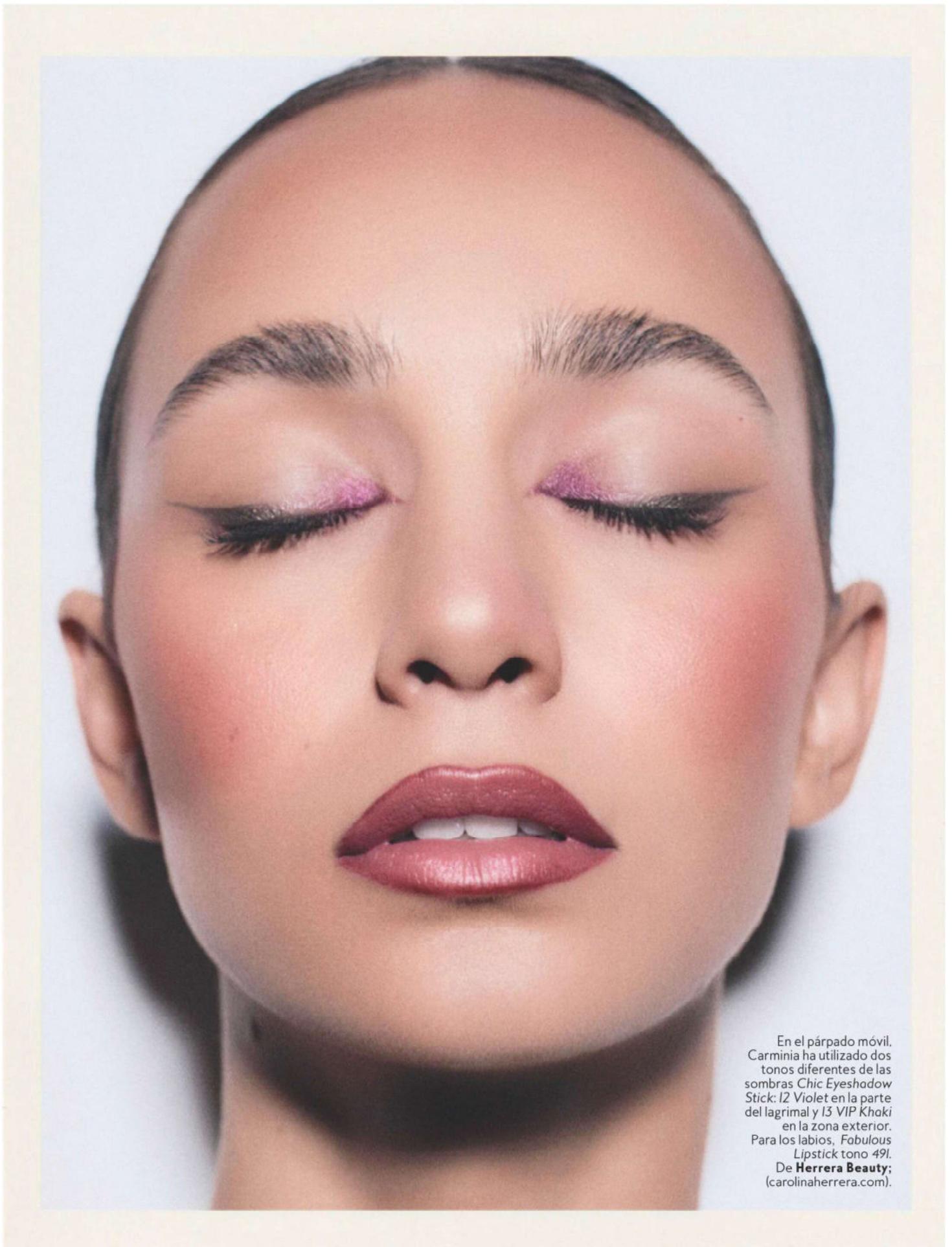
Aire fresco

LAS NUEVAS SOMBRAS EN STICK DE **HERRERA BEAUTY** LE DAN EL ACABADO PERFECTO A UNA MIRADA VERANIEGA. LA CREADORA DE CONTENIDO **BLANCA ARIMANY** ES EL VIVO EJEMPLO DE LA ELEGANCIA QUE EMANAN.

por **CANTAL CEÑA**
fotografía **DANNIEL ROJAS**
maquillaje **CARMINIA ALBORNOZ**

La makeup artist de Herrera Beauty, Carminia Albornoz, se ha decantado para este look por una sombra negra reinterpretada. Ha usado la nueva Chick Eyeshadow Stick tono 25 Privado Black. Para marcar los labios, el Lip Liner tono 49 como perfilador y el gloss Nude Desire aportando volumen. Todo, de **Herrera Beauty**.

Carolina Herrera
Cadena de eslabones;
(carolinaherrera.com).



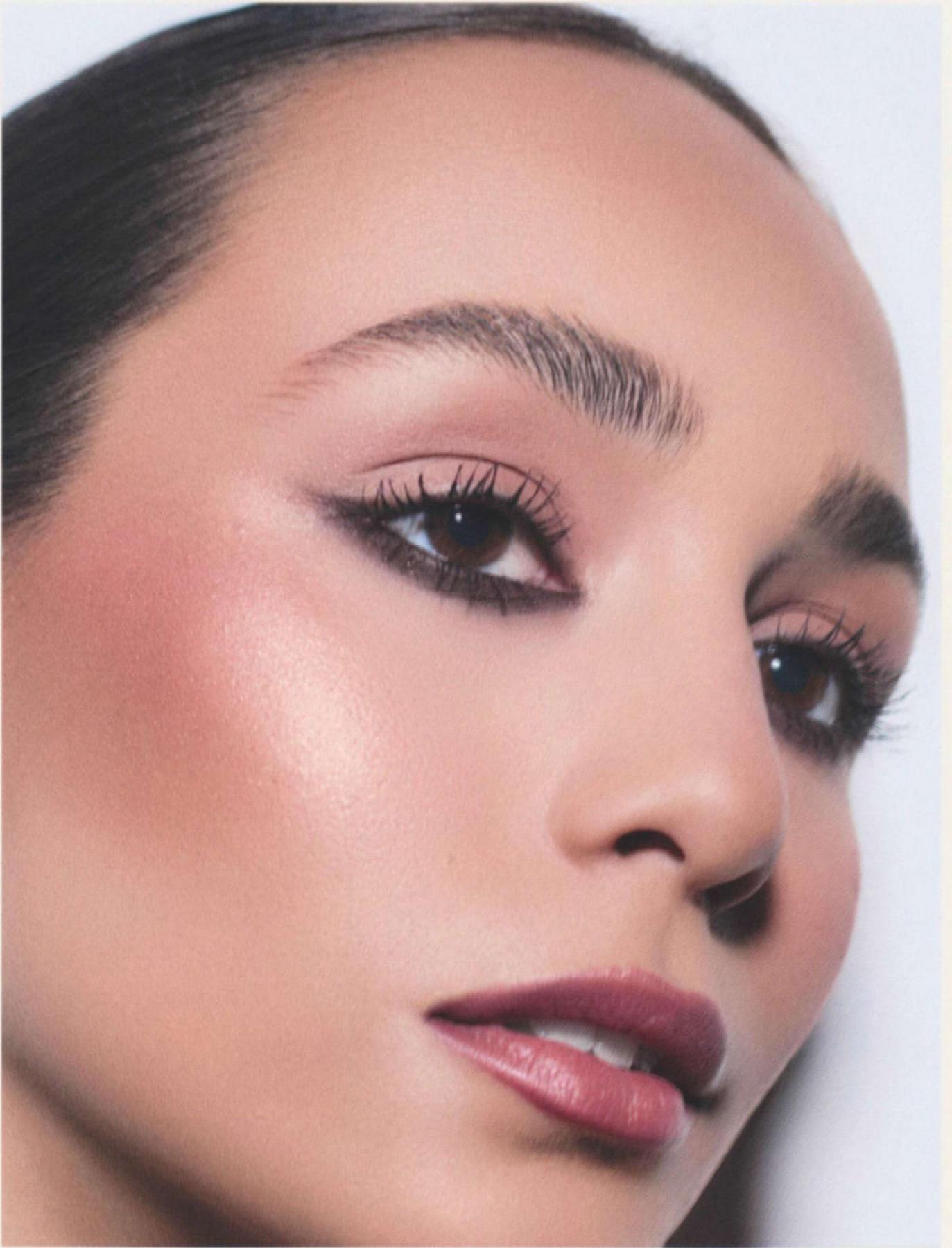
En el párpado móvil,
Carminia ha utilizado dos
tonos diferentes de las
sombras *Chic Eyeshadow
Stick: I2 Violet* en la parte
del lagrimal y *I3 VIP Khaki*
en la zona exterior.
Para los labios, *Fabulous
Lipstick* tono 49I.
De **Herrera Beauty**;
(carolinaherrera.com).



Este look va de rosas tanto en párpados como en labios y mejillas. En concreto, se han empleado Chic Eyeshadow Stick 22 Haute Coral, el blush en Peonia y el Bronzer tono 30, todo de **Herrera Beauty**.

Carolina Herrera
Conjunto de collar y pendientes;
(carolinaherrera.com).

A la derecha.
Un maquillaje protagonizado por sombras marrones en diferentes tonos, ambas en stick: el 20 Hazel Encanto en el párpado superior y 21 Pasarela Coffee en el inferior. El Lip Liner es el tono 77, y el labial, Lipstick tono 74I.
Todo de **Herrera Beauty**;
(carolinaherrera.com).





uy pocos saben que Blanca Arimany (Barcelona, 2000), además de a la moda, es una gran aficionada al ciclismo. No solo lo practica en carretera sino que se define como una adicta al Tour de Francia. “No puedo per-

derme ni una sola etapa, es un deporte que me apasiona y ni en mi casa entienden por qué me gusta tanto. Eso que siempre hemos sido de mucho deporte al aire libre, empezando por mi padre hasta mi pareja.” La moda y la belleza también son sus *hobbies* pero, en este caso, ha hecho de ellos su profesión: creadora de contenido. “Mi carrera en las redes comenzó de la forma más espontánea cuando en 2023 empecé a subir vídeos a Tik Tok con los *looks* que llevaba para ir a la oficina. Luego los subí también a Instagram y ya fue cuando ‘explotó’ todo. Llegaba a aumentar entre 50.000 y 100.000 seguidores cada mes. Por eso, en el verano del 2024, dejé mi trabajo y comencé a dedicarme por completo a las redes”, recuerda Blanca que, a su vez, reconoce que su familia ha tenido mucho que ver en su éxito actual.

¿De quién has heredado la pasión por la moda? Seguramente de mi madre. Estudió diseño e incluso ejerció de diseñadora. Siempre ha sabido muchísimo del sector, aunque a ella le gusta más el tema de la confección de las prendas mientras que yo me decanto por el estilismo.

Además de tu madre, ¿hay alguna persona especial en tu familia que te haya ayudado cuando empezaste? La verdad es que he tenido suerte en eso; mi familia me ha apoyado muchísimo. Aun sin haber estudiado moda, ellos tenían claro que en un momento u otro acabaría encontrando mi camino hacia este sector porque siempre me ha encantado. Pero en especial tengo que destacar a mi abuela, que ha sido quien desde un principio me ayudaba a crear contenido, haciéndome fotos por la calle, acompañándome a los eventos para que no me sintiese sola (a día de hoy todavía sigue yendo conmigo a bastantes) y mil cosas más. Para mí está siendo toda una suerte poder disfrutar de este trabajo con ella al lado.

¿Qué piezas tienes en tu armario que guardes con más cariño? Yo te diría que son las que me ha ido regalando mi madre durante estos años, como unos vaqueros antiguos, gastados, que me encantan, o algún que otro bolso de lujo.

¿Y los básicos que no pueden faltar? En mi armario cápsula hay siempre una camiseta blanca de cuello redondo, unos jeans *oversized*, unas *loafers* negras y un cinturón de piel.

¿Sigues las tendencias al pie de la letra o vas a tu aire? A la hora de vestir tengo muy claro lo que me gusta y lo que no. No porque salga una nueva tendencia has de su-

marle a ella; yo siempre digo que debes ser leal a tus gustos y a lo que te hace sentir bien. Aun así, si la tendencia me gusta intento llevarla a mi terreno y hacer algo diferente y creativo para mis seguidoras. Tanto en moda como en belleza, por supuesto.

¿Cuál dirías que es tu estilo? Ha ido evolucionando a lo largo de los años, pero a día de hoy es un *mix* entre algo clásico, elegante aunque siempre dándole un toque chic. Creo que una de las razones por las que empecé a ganar seguidores en redes sociales fue porque teniendo a combinar piezas muy básicas, que todo el mundo puede encontrar en su fondo de armario para llevar en su día a día.

En cuanto a la belleza... ¿te sueles maquillar a diario? Sí, a día de hoy me maquillo a diario. Digamos que lo exige mi trabajo. Siento que para grabar las colaboraciones, asistir a eventos, reuniones, producciones... cualquier ocasión relacionada con mi profesión requiere algo de maquillaje.

¿Qué parte de tu rostro te gusta destacar? Te diría que los labios. Nunca he sido una chica con mucho labio y por eso me encanta resaltarlos con un buen *lip liner* marrón si puede ser; me favorece mucho más. Los de Carolina Herrera me encantan, sobre todo el *Nude 46*.

¿Tienes algún truco infalible para lucir buena cara? Creo que la clave está en un buen corrector, un *blush* un pelín intenso (me gustan los tonos rosas y rojizos) y unos polvos de sol un par de tonos más oscuros que mi piel para dar efecto *sunkissed*, de piel bronceada.

¿Eres de las que se apañan bien con el maquillaje?

¿Te gusta ver vídeos y recrear looks? Antes se me daba muy mal, pero creo que desde que me dedico a crear contenido he aprendido un montón. En las producciones, cuando los *makeup artists* me están maquillando, siempre les pregunto sus trucos o cómo harían alguna cosa que yo no sé hacerme y de ahí he ido sacando mis cositas. De todas formas, creo que la clave es conocerse bien a uno mismo y lo que a ti te sienta bien.

Háblanos de tu carácter, ¿eres una persona reservada o más bien abierta? Creo que soy extrovertida; me encanta relacionarme y conocer a gente nueva. Siempre busco darles un toque de humor a las diferentes situaciones. Cuando conozco a alguien me gusta ser yo misma y enseñar más como me comporto en el día a día, más relajada y con un punto de diversión. Porque muchas veces siento que al no hablar ni contar demasiado mi vida en redes sociales la gente no sabe qué esperar de mí al conocerme en persona.

¿Qué crees que dirían tus amigos de ti? ¿Cómo te describirían? Me da la impresión de que me definirían como una persona divertida, trabajadora y enfocada en mis objetivos. La gente que me conoce sabe que tengo siempre las cosas muy claras y no me alejo de mi camino. A veces eso puede ser hasta malo, pero aun así creo que están orgullosos de cómo lo estoy haciendo.

¿Quiénes son tus referentes de estilo? A día de hoy, Claire Rose, las hermanas Olsen y Valentina Muntoni. ■



PUNTO DE MIRA

La *makeup artist* de Carolina Herrera, Carminia Albornoz, ha utilizado la sombra en *stick* negra, pero en lugar de usarla directamente sobre el párpado, la ha trabajado con un pincel de punta fina, "casi tanto como la de un bolígrafo", puntualiza. Ha dibujado una línea a ras de las pestañas superiores e inferiores, incluso en la línea de agua -es una sombra *waterproof*-. "Y lo más importante, la he difuminado bien en los bordes, con el mismo pincel, para que no quede como un delineado gráfico. Esto es fundamental si buscas que la mirada se expanda y se agrande y no se vea un corte."



METALIZADO SOFT

Este maquillaje lleva un párpado original, con dos tonos de sombras diferentes, pero sin recargar en exceso. "He utilizado sombras en *stick*. Primero, una violeta para el interior, acabándola con forma afilada hacia el lagrimal, que favorece muchísimo. Y luego, en el extremo, he usado también sombra en *stick*, esta vez en color caqui, empleando un pincel biselado y rasgando el ojo con una línea ascendente para resaltar la mirada", concreta Carminia. En los labios, Blanca lleva el *lip liner* 49 marrón oscuro y, por dentro, uno nude más claro para dar volumen.



TODO EN ROSA

"Con el objetivo de que el maquillaje quede más integrado, me gusta repartir la sombra en *stick*, en este caso la de tono salmón, por todo el párpado, como si fuera un bloque de color. Y luego el *bronzer*, el que utilizas en el rostro, llevarlo a trabajar la cuenca del ojo para crear un efecto de profundidad", detalla Carminia. "Pero tiene que ser exactamente el mismo *bronzer* que empleas en la cara, si no, no queda igual", advierte. Y para los labios, "un *gloss*, así resulta un aspecto más fresco y veraniego y, por supuesto, mucho más luminoso", concluye la *makeup artist*.



SMOKY INVERTIDO

"Para este último *look* he utilizado las dos sombras marrones de la colección, la más clarita y natural en todo el párpado superior, casi llegando a las cejas, y difuminada con los dedos para que no se vea el corte. En el párpado inferior, por debajo de la línea de las pestañas e incluyendo la línea de agua, he utilizado el marrón más oscuro. Y, aunque en este caso también lo he aplicado directamente con el *stick*, lo he extendido con un pincel de pelo largo", explica la maquilladora. Un truco importante: cargar las pestañas superiores para equilibrar la mirada.



Consigue el *look*

Las sombras de ojos en *stick*, en ocho tonos diferentes, son la novedad para esta primavera/verano de Herrera Beauty y las que marcan los *looks* de la sesión con la creadora de contenido Blanca Arimany. Para ella, la *makeup artist* de la firma, Carminia Albornoz, ha utilizado sobre todo tonos marrones y negros, pero también un toque de color en púrpura y verde caqui. Cremosas y fáciles de usar, son la opción perfecta para maquillajes de todo tipo y en diferentes intensidades, sobre todo si se acompañan con la máscara de pestañas que consigue una mirada aún más intensa. Los polvos bronceadores ponen el toque más fresco a los *looks* de los meses estivales.

- 1. Fabulous Eyes Smudgeproof** Máscara de pestañas *waterproof* negra, 41 €.
- 2. Fabulous Kiss Lip Liner** Perfilador de labios en tono *Too Chic to Handle Rosewood*, 35 €.
- 3. Chic Sombra de Ojos en Barra** Con textura cremosa, en tono *12 Violet Intenso*, 45 €.
- 4. Good Girl Gloss** En tono *Soft Pink*, 43 €.
- 5. Chic Sombra de Ojos en Barra** Color intenso en *VIP Khaki*, 45 €.
- 6. Fabulous Kiss Lip Liner** Delineador de labios cremoso en tono *I am Too Gorgeous Brown*, 35 €.
- 7. Chic Sombra de Ojos en Barra** En *Pasarela Coffee*, 45 €.
- 8. Polvos compactos Fabulous Skin** Polvos bronceadores *Skin Perfecting* tono *Sunkissed*, 80 €.
- 9. Chic Sombra de Ojos en Barra** En *Haute Coral*, 45 €. Todo de **Herrera Beauty**; (carolinaherrera.com)

Este verano, protege tu piel sin dejar de disfrutar del sol

LA DRA. CORNEJO, UNA DE LAS CREADORAS DEL NUEVO FOTOPROTECTOR DE RILASTIL, HABLA SOBRE EL SOL, LA DERMIS Y SU CUIDADO.

Hablamos con la doctora en dermatología Paloma Cornejo, una de las creadoras del nuevo fotoprotector Dermaprotect SPF50+ de Rilastil, para que nos cuente qué tiene de especial este revolucionario producto y cómo debemos cuidarnos.

¿La radiación solar acelera el envejecimiento cutáneo?

La radiación ultravioleta (UV) del sol tiene una serie de efectos sobre la piel, tanto a corto plazo (quemaduras, melasma, pecas...) como a largo, ya que la radiación UVA (la más penetrante) es uno de los principales factores del envejecimiento prematuro (fotoenvejecimiento). Esta radiación daña las fibras de colágeno y elastina. Como resultado, la piel pierde su elasticidad, aparecen arrugas, manchas y una textura áspera. Además, la exposición prolongada, puede afectar al ADN de las células cutáneas, aumentando el riesgo de cáncer.

Estos daños, ¿son reversibles?

Algunos, como ciertas manchas y arrugas superficiales, pueden mejorar con tratamientos dermatológicos. Sin embargo, otros daños profundos, como la pérdida significativa de colágeno o las alteraciones en el ADN celular, son más difíciles de revertir. Por eso, la prevención es fundamental. El uso diario de protector y una rutina de cuidado pueden minimizar estos efectos y preservar la salud de la piel.

¿Qué producto es imprescindible en el cuidado de la piel?

Sin duda, un protector solar de amplio espectro con un SPF 50. Que cubra UVA, UVB y luz visible, sea apto para todos, respetuoso con el medioambiente y con principios activos reparadores.

¿Qué factores se deben valorar más en un fotoprotector?

Que tenga una alta protección contra los rayos UVA y UVB, una textura agradable que se absorba fácilmente y que sea adecuado para todo tipo de pieles, incluidas las sensibles. Por supuesto, que no empeore ni produzca acné y que tenga una versión con color, ya que es más eficaz frente a ciertos tipos de radiaciones, como la luz azul. Junto con Rilastil, otros compañeros dermatólogos y yo hemos podido desarrollar Dermaprotect SPF50+, un solar que cumple con todos los requisitos. A mi especialmente me gusta su versión con color. Como siempre digo: "Una mujer maquillada es una mujer protegida".

¿Cómo podemos introducir el fotoprotector en la rutina beauty?

Tras la limpieza, ponte el sérum, hidrata con una crema solo si es necesario (pieles muy secas o con descamación) y aplica el fotoprotector (basta con dos dedos para todo el rostro), que también puede servir como hidratante y antioxidante. Llévalo siempre en el bolso. ¿Un truco? Usa el que tiene color como base de maquillaje.



La Dra. Paloma Cornejo fundó hace 8 años su propia clínica, Más que Derma, basada en el trato personalizado y la vanguardia, en la que ejerce de directora y jefa de Dermatología. También ofrece servicios de consultoría online sobre dermatología clínica y reparadora. Es especialista en láser y dispositivos basados en la energía, para distintos tratamientos.

@palomacornejoderma



Dermaprotect 50+, tu protección a medida

Con textura ultraligera y rápida absorción, no se limita a la función exclusiva de fotoprotección, sino que ofrece una protección cutánea 360°. Es decir, potencia la protección natural de la piel, aumenta la hidratación en más de un 30%, refuerza la función barrera, tiene poder antioxidante, acción calmante y repara.

Porque aquí,
nos gusta
disfrutar
de sol a sol.

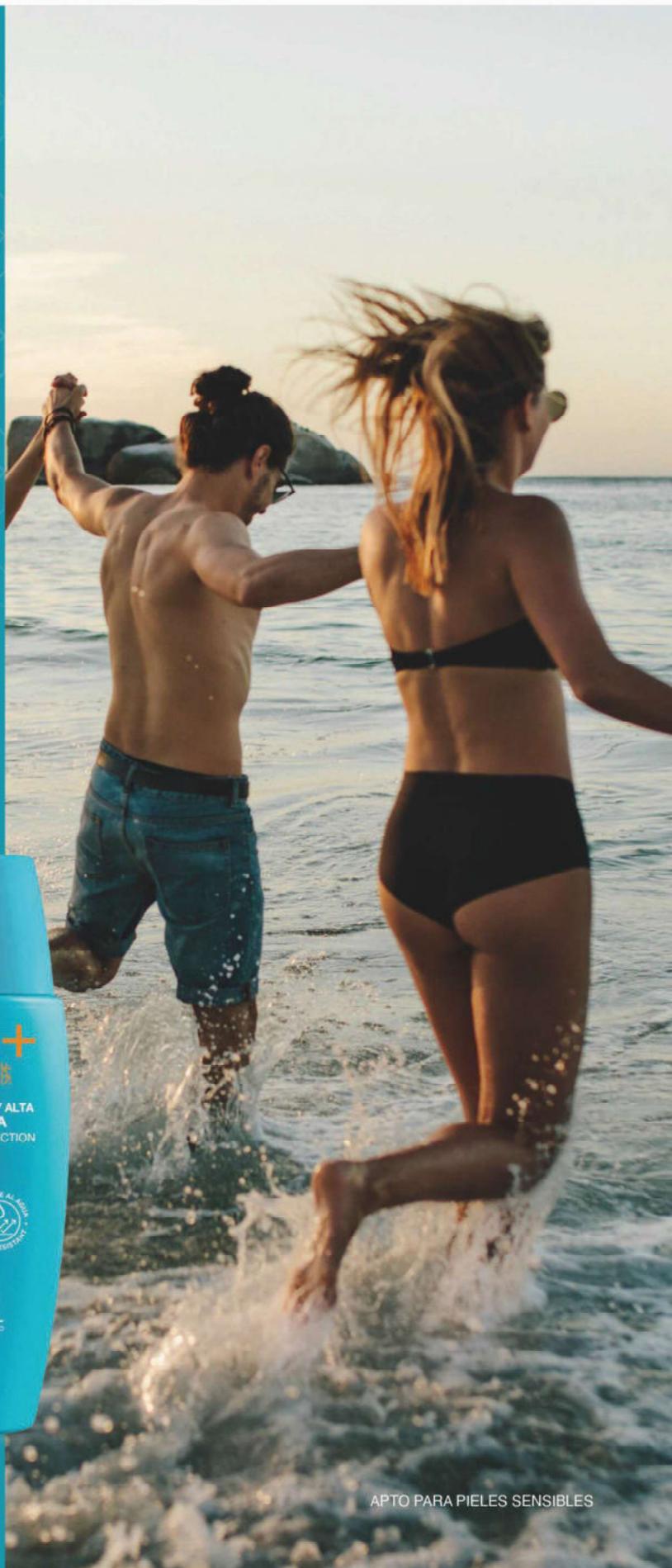
D.O.

El primero con
**DERMAPROTECCIÓN
DE ORIGEN**

El solar creado con dermatólogos
de aquí, para el sol de aquí.



Textura ultraligera y transparente





Trofeo
de textil
reciclado de
Rudi 1944
(rudil944.com).

2ª EDICIÓN PREMIOS INSTYLE

Belleza *con* influencia

NUESTROS GALARDONES CONTINUAN CON EL MISMO OBJETIVO: APLAUDIR LOS VALORES QUE HAY DETRÁS DE LAS MEJORES MARCAS DE BELLEZA. **SOSTENIBILIDAD, INCLUSIÓN O APOYO A LA MUJER** SON ALGUNOS DE ELLOS. ESTOS SON LOS PREMIADOS 2025.

por **CANTAL CEÑA** fotos **GEMA LÓPEZ Y DANNIEL ROJAS**



OBJETO DE DESEO

*Very Good Girl
Elixir*

CAROLINA HERRERA

Con una apuesta clara (todo al rojo), el zapato de tacón más icónico presenta este año su versión más intensa y también la más deseada. Por algo se llama *Very Good Girl Elixir* y resulta absolutamente adictiva. Se trata de un ámbar afrutado y floral con un objetivo claro: hacer algo todavía más impactante que su antecesora, *Very Good Girl*. Y lo ha conseguido gracias a una concentración de ingredientes muy alta para dejar huella sobre la piel. Encontramos una explosión de cereza negra, rosa roja, y cómo no, el inconfundible toque de vainilla de la saga del *stiletto*, esta vez más intenso. Todo envuelto en un impactante halo ambarado que deja un recuerdo imborrable.



INNOVACIÓN SOLAR

Heliocare

CANTABRIA LABS

Los laboratorios Cantabria Labs se han dedicado desde siempre a hacer de la protección solar una de sus banderas. Lo han abordado con su línea *Heliocare* que, además de apostar por deportistas como Rafa Nadal, reúne productos que cuentan con los mejores ingredientes y procesos. Ahora han dado un paso más y han presentado una nueva tecnología, *ASPA Fernblock*®, de origen vegetal, con dos extractos diferentes de rooibos y helecho. ¿Su misión? Optimizar la funcionalidad de la vitamina D para que la piel reciba solo lo mejor del sol.



EXPERIENCIA
SENSORIAL

Linea India

I.C.O.N.

Pocas veces cuidarse el cabello ha sido tan placentero como con el ritual *India* de I.C.O.N., una línea de siete productos que van más allá de un tratamiento profesional. Sus texturas, aromas, y el disfrute de uso que tiene cualquiera de ellos se convierte en un placer. Parte de su éxito son sus ingredientes, a base de aceites hidratantes como el de argán, que hidrata y evita el encrespamiento, y el de moringa, que contiene más de 90 nutrientes y es esencial para reparar y curar el cabello dañado.

PREMIOS **In**

CUIDADO CUERPO Y MENTE

Anti-flacidez Retinol

E'LIFEXIR

E'lifexir, de Laboratorios Phergal, quiere cambiar la forma de pensar de las mujeres respecto a su físico y lo hace con su nuevo lema: 'E'lifexir se nota'. Una frase para acabar con los complejos, para gritar que nos cuidamos y que nos gusta que se note. La campaña viene con nueva embajadora, Lorena Durán, y nuevo lanzamiento. Es *E'lifexir Anti-Flacidez Retinol*, un cosmético corporal en formato crema-gel que combina el poder del retinol con la tecnología de los ultrasonidos para recuperar la firmeza de la piel.



CREACIÓN ARTESANA

Tomato Leaves

LOEWE

La artesanía forma parte de Loewe desde su nacimiento. No solo en moda, también en belleza y objetos. En este caso, su vela *Tomato Leaves*, de alta intensidad, recuerda la frescura de las vides de tomate momentos antes de madurar a través de su verde aroma. Está elaborada en cera natural con mecha de algodón y vasija de terracota esmaltada. Todo, por supuesto, fabricado en España.





TRADICIÓN - INNOVACIÓN

*Sérum
Fibro6 Booster*

REVIDERM

El laboratorio alemán Reviderm es especialista en dermocosmética biomimética, la que trabaja con ingredientes naturales que imitan a la propia naturaleza y composición de la piel. Llevan haciéndolo 35 años y uno de sus últimos lanzamientos es el sérum *Fibro6 Booster*, producto que trabaja en el rejuvenecimiento de la piel desde el interior de las células. Actúa sobre los fibroblastos, esenciales en la producción de colágeno, elastina y ácido hialurónico, para acabar con las arrugas, la pérdida de firmeza y recuperar la elasticidad.



FAVORITO DE LA GENERACIÓN Z

Catrice

Siempre está a la última en maquillaje y sus fuertes compromisos (bienestar animal, veganismo, *clean beauty* y cuidado del planeta) hacen que sea una de las marcas más atractivas para esta generación. Lo demuestran los datos: el 60% de sus compradores tienen entre 18 y 24 años y son, en su mayoría, chicas (un 98,2%). Su *hashtag* en redes lo dice todo #catricefortomorrow.



COSMÉTICO ESPECÍFICO

Peaux sensibles soin apaisant **SISLEY**

Este producto es la respuesta dermatológica a todas las pieles sensibles que necesitaban ser liberadas. Con una fórmula entre la cosmética y la farmacia, calma, hidrata y nutre pero, sobre todo, su función es proporcionar confort a los rostros que más sufren las agresiones externas. Con varios años de investigación, este avance

se ha realizado en colaboración con el prestigioso dermatólogo francés Dr. Philippe Beaulieu, siempre basándose en la filosofía de cosmética botánica de la marca. Incluye ingredientes clave para este tipo de pieles como el extracto de alga dorada, extracto japonés de alga de los valles o manteca de carité que nutre y repara.

ALTAVOZ SOCIAL

*The Final Copy
Of Ilon Specht*

L'ORÉAL PARIS

'Porque yo lo valgo' es, seguramente, uno de los eslóganes más famosos del mundo y, aunque ya se ha convertido casi en un dicho popular, va asociado a la marca que lo creó en 1971: L'Oréal Paris. Fue precisamente una mujer, Ilon Specht, la que lo acuñó con 23 años y hoy la firma ha querido rendirle un merecido homenaje con un documental en el que tanto ella como varias de las personas que la conocieron explican lo importante que fue su labor a la hora de crear este *claim*. No solo para su época, en la que la publicidad dirigida a mujeres estaba hecha por hombres, sino para la historia de la belleza.

YOU KNOW THE L'ORÉAL LINE.
PARIS
BUT DO YOU KNOW THE WOMAN BEHIND IT?

“ I’M WORTH IT. ”

THE FINAL COPY
OF ILON SPECHT

FROM 2 TIME ACADEMY AWARD® WINNER, BEN PROUDFOOT

TRAVERSE32 PRESENTS A BREAKWATER STUDIOS PRODUCTION FEATURING ILON SPECHT & ALISON CASE
 POST PRODUCTION PRODUCER LAURA CARLSON POST PRODUCTION SUPERVISOR DILLON BROWN COLORIST STEPHEN DERLUGUAN SOUND SUPERVISOR & RE-RECORDING MIXER SEAN HIGGINS
 ORIGINAL SCORE BY KATYA RICHARDSON PRODUCED BY BRENDAN GAUL, RACHEL GREENWALD & BEN PROUDFOOT EXECUTIVE PRODUCERS KRISTIN FALK, BRETT HENENBERG & BEN PROUDFOOT
 CINEMATOGRAPHY BY DAVID FEENEY-MOSIER & BRANDON SOMERHALDER EDITED BY TIM JOHNSON & MONICA SALAZAR DIRECTED BY BEN PROUDFOOT



PREMIO A LA
TRAYECTORIA

Bourjois

Un recorrido como el suyo no lo tiene cualquier marca, porque Bourjois está comprometida con el empoderamiento femenino desde hace más de siglo y medio. Sus orígenes, en 1863, fueron teatrales y, aunque rápidamente se extendieron al gran público, siempre han estado vinculados a los derechos de las mujeres. Para la firma, maquillarse es algo divertido, no una obligación, y por eso son expertos en crear productos fáciles de aplicar para que cada una muestre su belleza sin esfuerzo. Tuvieron hasta una musa, Babette, mujer independiente que fue ejemplo para muchas por su forma de pensar. Incluso en 1936 Bourjois reclamó el derecho al voto de las mujeres en una de sus campañas mientras aún se discutía en el parlamento francés.



Dos básicos

LO NUEVO DE BOURJOIS PARIS PARA UN BRONCEADO NATURAL Y UNAS PESTAÑAS DENSAS Y FUERTES.



Maxi Round Pot Bronceador & Iluminador

El icónico producto de Bourjois Paris se presenta en formato maxi y en versión bronceador e iluminador. Su exclusivo proceso de horneado y su textura ultraligera hace que puedas difuminarlo fácilmente. Una fórmula vegana, disponible en dos tonos y con un delicado aroma a rosa, vainilla y sándalo.

PVP 22,96 €



Twist Up Bond Mascara

Su potente fórmula, inspirada en los sérums 'bond' para el cuidado del cabello, junto con su cepillo giratorio 2 en 1, aporta volumen inmediato y fortalece las pestañas en solo cuatro semanas. Usa un giro para alargar, otro para dar volumen y aplica regularmente, para fortalecer.

PVP 18,50 €

El verano ya está aquí y Bourjois Paris lo recibe con dos nuevos productos, que querrás tener sí o sí. El icónico Little Round Pot se reinventa: ¡ahora también en formato Maxi y versión bronceador por primera vez, la versión maxi de sus icónicos polvos bronceadores, para un rostro luminoso y saludable... ¡todo el año! Y la máscara Twist Up Bond, para unas pestañas kilométricas, cuidadas y únicas. **BUENA CARA.** Este producto multifuncional es todo lo que necesitas para lograr un bronceado natural y cálido, con un acabado mate suave. Además, su polvera premium y su delicada fragancia te

conquistarán al instante. ¿Lo mejor? La tecnología de horneado de Little Round Pot consigue una textura sedosa, modulable y de larga duración que realza la luminosidad natural de la piel.

PESTAÑAS DE INFARTO EN CUATRO SEMANAS, es el tiempo que necesitas para notar los efectos de la máscara Twist Up Bond. Al igual que hacen los sérums capilares, su fórmula con arginina, biotina y péptidos, fortalecen la fibra, alargan las pestañas, incrementan su densidad y mejora su calidad con cada aplicación. Así, en 4 semanas lucen fuertes y saludables.

PROTECTOR SOLAR PREMIUM

Fusion Water Magic Glow

ISDIN

Su lema es *Love Your Skin* y su plan es transmitir esa sensación de sentirte a gusto con tu piel. La marca celebra 50 años de historia en solares, aunque ahora sus laboratorios hacen mucho más que eso. Una empresa 100% mediterránea que comenzó en Barcelona con un sueño: desarrollar una línea cosmética motivada por la salud. Su punto fuerte son las fórmulas, pero también las texturas innovadoras. Además, todo su hacer en solares está basado en tres pilares: la prevención del cáncer de piel, preservar el Mediterráneo y mantener el certificado B-Corp. Y este 2025 han lanzado la versión glow de su producto estrella, *Fusion Water*.





CAMPAÑA ECOSOLIDARIA DEL AÑO

Hairstylists For The Future

L'ORÉAL PRODUCTOS PROFESIONALES

Botes de productos de *styling* que van a la basura, gasto de agua constante en los lavados e, incluso, el pelo que se corta y acaba tirado. Desde la división de productos profesionales de L'Oréal no quieren perder tiempo y le buscan una segunda vida a todos estos residuos inevitables en el trabajo del día a día de una peluquería. Por eso han creado la iniciativa *Hairstylist For The Future (Peluqueros para el futuro)*, un programa de sostenibilidad cuyo objetivo es implicar a los profesionales de los salones en su

transición sostenible, centrándose en la mejora de la gestión de residuos, la reducción del consumo de agua y el cambio a energías renovables. Desde el reciclado de envases hasta un circuito para evitar el desperdicio de agua. Incluso el pelo que se corta se recoge para reciclar y con él se tejen redes destinadas a cultivos sostenibles. Además, la fábrica de Burgos, en la que se elaboran todos sus productos, es un ejemplo de esta filosofía: funciona al 100% con energía renovable.

PREMIOS 



TRATAMIENTO
REVOLUCIÓN

*Ultherapy
Prime®*

MERZ AESTHETICS

Ultherapy PRIME® es la nueva generación de este famoso tratamiento de ultrasonidos microfocalizados que consigue un efecto *lifting* sin cirugía y cuyos resultados, que se empiezan a notar al momento y duran hasta un año entero, lo han convertido en uno de los procedimientos más famosos del mundo. Se trata de un *lifting* seguro y preciso, gracias a un ecógrafo que va manejando el médico para ver, de forma exacta y en tiempo real, cómo personalizar el tratamiento según las necesidades del paciente. Por todo ello se ha convertido en el más deseado gracias a su efecto tensor inmediato y progresivo y por ser perfecto para quienes no quieren recurrir a las agujas.

Ultherapy®

P R I M E

“El futuro de la belleza
ya está aquí. Conoce
Ultherapy PRIME®,
THE LIFT YOU CAN SEE.”



Descubre el secreto de
Salma Hayek Pinault.

MERZ AESTHETICS®

Equipo eléctrico no médico con marcado CE de conformidad con la legislación aplicable de la UE para este tipo de productos. Para más información, consultar las instrucciones de uso en <https://merzaesthetics.es/ultherapy-prime/> ULT327-042025-ES



CONCIENCIA
SOSTENIBLE
Garnier

Es la marca 'verde' por excelencia y una de las pioneras en trabajar la sostenibilidad en todas sus líneas, desde *Fructis*, la experta en pelo, hasta *Delial*, de solares, pasando por los cuidados de cuerpo y rostro haciendo especial mención a su famosa agua micelar. Apuestan por una *green beauty* y predicán con el ejemplo, como demuestran sus datos: el 100% de sus productos están aprobados por Cruelty Free Internacional y el 81 % de sus centros industriales alcanzaron el 100 % de energía renovable en 2023. Y siguen. Para 2030, el 95 % de sus productos estarán hechos con ingredientes de base biológica o derivados de minerales abundantes.

MEJOR COSMÉTICO
DE FARMACIA

Sérum Prep 4+ [DROPS]

SENSILIS

Sensilis, la marca especializada en pieles sensibles, se ha convertido ya en toda una referencia en la cosmética de farmacia y uno de sus últimos lanzamientos, el sérum *PREP4+[DROPS]* cumple varias funciones, entre ellas la de acelerar el proceso de renovación celular de la piel. Porque a medida que la dermis envejece, dicho proceso se ralentiza llegando a producirse cada 90 días (con 30 años sería cada 28). Además, la piel se vuelve más gruesa y a los activos les cuesta más penetrar para ser realmente efectivos. La clave de este producto es que acelera la acción exfoliante gracias al ácido glicólico y el mandélico.

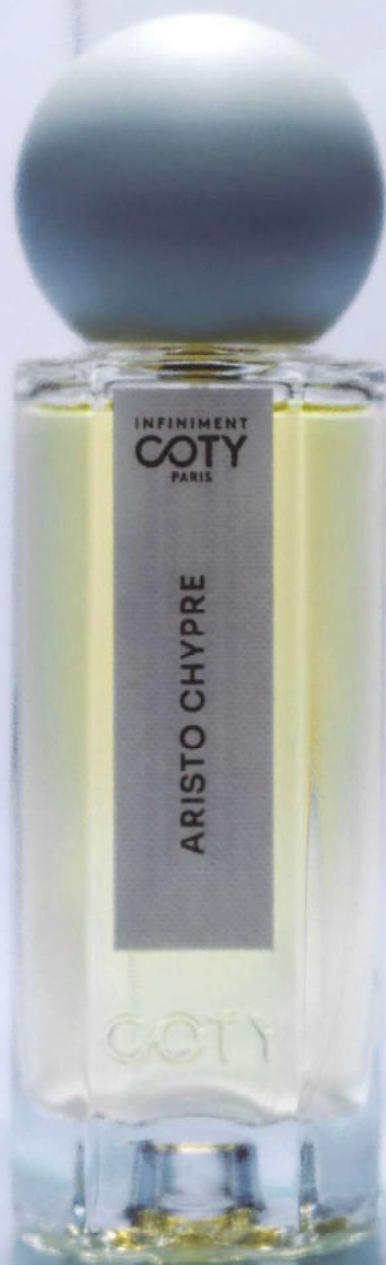


PERFUME MÁS AUDAZ

Infiniment

COTY PARIS

Después de más de un siglo en la perfumería moderna, Coty presenta *Infiniment Coty Paris*, una línea de 14 fragancias y con ingredientes especiales creada por Sue Nabi y Nicolas Vu. Aromas de nueva generación que ellos llaman retratos olfativos, elaborados con las más altas concentraciones de ingredientes nobles y con un *packaging* minimalista que le deja todo el protagonismo a las fragancias.





CAMPAÑA INCLUSIVA
Beauty & Belonging
SEPHORA

Este 2025, Sephora ha dado un paso más allá en su apoyo a la belleza inclusiva con su primera película: *Beauty & Belonging*, dirigida por Miska Mikova. Una cinta en la que diferentes personas de todo el mundo aportan su visión y concepto de la belleza. Para el filme, Mikova y su equipo han visitado cinco continentes y han hablado con 75 voces diferentes, entre ellas maquilladores y empleados, pero también creadores de algunas de sus marcas más icónicas, como Mario Dedivanovic de Makeup by Mario o Mathilde Thomas de Caudalie. Todos ellos abren su corazón para contar su relación más íntima con la belleza y cómo Sephora les ha ayudado, no solo a aceptarse tal y como son, también a aprender que la belleza significa una cosa diferente para cada uno. En el

caso de Mario Dedivanovic, uno de los maquilladores más famosos del mundo, Sephora le cambió la vida cuando apenas era un adolescente. Ahora, su firma, Makeup by Mario, es una de las más vendidas de la cadena. "Cuando empecé a trabajar ahí entendí qué significaba ser uno mismo", confiesa. Una idea que se repite en muchos casos y algunos nos hacen ser conscientes de lo necesarias que son estas iniciativas para liberarnos y alcanzar la felicidad. "De pequeña pensaba que la belleza no era para todo el mundo", asegura otro de sus testimonios. "Perseguimos un ideal inalcanzable y esa tendencia que tenemos a la autocritica no termina nunca", afirma una de las fundadoras de Glow Recipe. Un filme que remueve conciencias.

PREMIOS **In**

COSMÉTICA BOTÁNICA

Linea Premier Cru

CAUDALIE

La línea más top de Caudalie se acaba de reformular para que sea aún más efectiva. Esta nueva solución perfeccionada coincide, además, con el estreno de su nueva embajadora, la actriz Kelly Rutherford, amiga de Mathilde Thomas, la creadora de la marca, desde hace años. *Premier Cru* se reformula ahora para tratar todos los marcadores del envejecimiento: arrugas, manchas y volumen. Se ha añadido un nuevo *filler* redensificante natural de extracto de palo de rosa que se suma a la patente longevidad con Harvard y a la Viniferina, ambas ya presentes en la icónica línea.



CAUDALIÉ
PARIS



Vinosun Protect *Protección 'Clean'*

Seguro y eficaz, el Fluido de Muy Alta Protección SPF50+ Vinosun Protect de Caudalie protege rostro y cuello de los rayos UVA/UVB, al tiempo que ofrece una acción antioxidante para un efecto 'antiaging'. Gracias a su textura invisible, ultraligera y sin perfume, protege la piel de manera 'clean' e invisible todos los días. Empieza el día protegiendo tu piel con el Fluido de Muy Alta Protección SPF50+ Vinosun, un producto solar pionero, cuya fórmula, sin oxibenzona ni octinoxato, asocia cuatro filtros solares de amplio espectro y protege la piel a la vez que respeta el medioambiente, gracias a una fórmula base altamente biodegradable. Inclúyelo en tu ritual de tratamiento, como base de maquillaje. Protegerás tu piel de los efectos nocivos del sol, bloquearás los radicales libres, responsables del envejecimiento prematuro, y obtendrás un bronceado luminoso y sin manchas.



www.caudalie.com

PREMIOS **In**

TECNOLOGÍA PUNTA
Philips Lumea
IPL SERIE 9900
PHILIPS

La última versión de la depiladora de luz pulsada de Philips, *Lumea IPL Serie 9900*, va más allá de un dispositivo de depilación al uso porque tiene la capacidad de personalizarse y adaptarse a cada tipo de piel y zona del cuerpo. La luz pulsada consigue debilitar e incluso destruir los folículos pilosos mediante pulsos de luz de diferente longitud. Y precisamente *Lumea* ajusta automáticamente la intensidad de esa luz según el tono de piel de cada usuaria. Esta nueva versión *Serie 9900* reduce el vello y promete una piel suave hasta 12 meses. Todo desde casa, sin cables y con ayuda de la Inteligencia Artificial gracias a su nueva aplicación móvil para guiarte.





PERFUME OPTIMISTA

Chance Eau Splendide CHANEL

Desde la marca hablan de esta nueva fragancia como un destello de suerte inesperado. Y lo es, porque su tono violeta y su nombre, siguiendo la estela de sus predecesoras, invita a la alegría y a atraer la fortuna. Por eso este nuevo *Chance Eau Splendide* es para todo aquel que no quiere dejar escapar la buena suerte. Ayuda su jugo, en un tono lila utilizado por

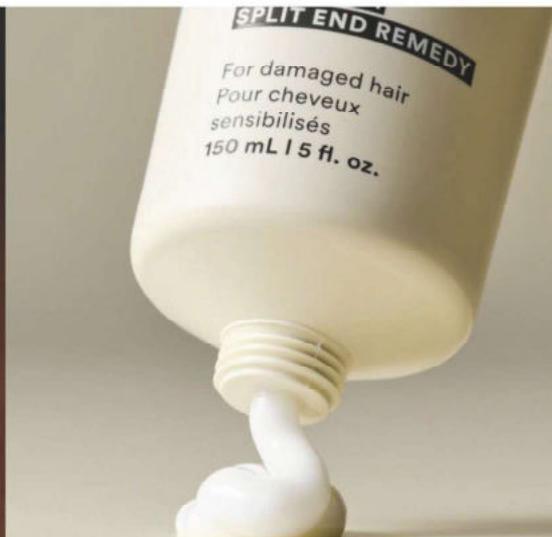
primera vez, una especie de dosis de energía encapsulada creada por el perfumista Olivier Polge. Su fragancia es chispeante, pero a la vez duradera; una estela floral-afrutada con acorde de frambuesa y facetas de fruta crujiente. También con rosa y violeta y un corazón floral a base de geranio rosat, cedro y notas de almizcle blanco.



INICIATIVA VEGANA

*Authentic
Beauty
Concept*

“Ser honestos es más importante para nosotros que ser perfectos”, aseguran desde la firma. Gracias a la transparencia y autenticidad que respira Authentic Beauty Concept y que el 100% de los ingredientes de todos sus productos son veganos, se han convertido en los ganadores de este premio. Y es que, además de contar con hasta un 95% de ingredientes naturales, han sustituido las siliconas por ingredientes también vegetales. Una firma premium cocreada junto a un colectivo único de estilistas para iniciar un nuevo camino hacia la belleza auténtica, compuesta por productos de lavado, cuidado y styling, como ellos dicen, “íntegros”.



La marca premium de cuidado del cabello vegana Authentic Beauty Concept, basada en rituales que fomentan el bienestar y con un compromiso firme por la tendencia slow-living, relanza Replenish, su gama capilar estrella, con una fórmula nueva y mejorada.

Replenish repara el cabello dañado, lo nutre de forma intensiva sin apelmazar y le devuelve fuerza y vitalidad. Todo, gracias a una formulación basada en ingredientes provenientes de fuentes sostenibles, como el agua de arroz procedente de Laos y la manteca de Karité. El resultado es un cabello sano y cuidado, con un tacto suave y ligero, y una fragancia oriental amaderada, con notas de flor frangipani solar, jazmín, sirope de arce, sándalo negro y nuez pecana. Y es que **Authentic Beauty Concept** eleva el ritual del cuidado capilar con la sensorialidad de unos ingredientes intensamente aromáticos que generan relajación y bienestar mientras transforman tu cabello.

www.authenticbeautyconcept.es



CUIDADO CAPILAR ÉTICO Y SOSTENIBLE
Authentic Beauty Concept apoya a las comunidades locales y protege la biodiversidad, apostando por una cuidadosa selección de ingredientes de alta calidad, veganos, éticos y sostenibles.

Encuentra tu salón Authentic Beauty Concept más cercano y consigue estos productos.



PREMIOS **In**

MEJOR RITUAL
DE LIMPIEZA

*Orchidée
Impériale*

GUERLAIN

Si la obligada doble limpieza nocturna se convierte en un placer, la cosa cambia. En Guerlain lo saben y desde su línea de tratamiento más exclusiva, *Orquídea Imperial*, han lanzado dos productos: para el primer paso, un limpiador en aceite que, en este caso, se convierte en gel y además de eliminar los restos de maquillaje o protección solar también purifica; y para el segundo, la espuma en crema, que culmina la limpieza y deja una sensación en la piel inigualable. La excepcionalidad de esta gama de limpieza son sus fórmulas, con un extra de tratamiento basado en los 20 años de eficacia de la línea azul de la marca francesa.



PRODUCTO
VIRAL

Ribbon Wrapped Lash

TOO FACED

Too Faced es una de las marcas favoritas del público *beauty* experto, en especial gracias a sus máscaras de pestañas. Ahora acaba de lanzar *Ribbon Wrapped Lash* para conseguir unas pestañas de escándalo. Longitud y volumen extremos con una fórmula *tubing* (que consiste en envolver cada pestaña como si fuera un tubo y no añadir capas y capas) que no mancha, no deja grumos y no se seca. Exclusivamente en Sephora.





COSMÉTICO
REVELACIÓN PRO-AGE

Dior Capture

DIOR BEAUTY

La línea de tratamiento facial *Capture Total* de Dior se reinventa este 2025 con el nombre de *Dior Capture*. Han reformulado su sérum y crema con una nueva patente gracias a un gran descubrimiento: con la edad, se produce una ralentización del transportador de oxígeno a las células. Y ahí está el problema: el oxígeno es esencial para el metabolismo de la piel y desempeña un papel fundamental en la energía que utilizan las células para regenerar y sintetizar proteínas, incluido el colágeno. ¿En qué ayuda entonces la fórmula de *Capture*? A transportar ese oxígeno de forma más eficaz y a aumentar en un 84% las células *natural killers*, las que acaban con las dañinas células zombi. En definitiva, un proceso que mejora de forma notable la firmeza de la piel.

EL PRÓXIMO MES CON **InStyle**

AURICULARES INALÁMBRICOS

- DISPONIBLES EN 3 COLORES
- ACABADO METALIZADO
- BATERÍA DE LARGA DURACIÓN
- CARGA RÁPIDA



A LA VENTA CON **InStyle**
EL 19 DE JUNIO

ESTE VERANO REFRESCA TU MENTE CON
PASATIEMPOS



**DIVIÉRTETE,
APRENDE Y PON
A PRUEBA TU
INGENIO EN UN
VIAJE ÚNICO**



el pulso

LA GUÍA DE ACTUALIDAD MÁS COMPLETA



PLANES....

...CON LOS 5 SENTIDOS

Ahora que el verano está a punto de caramelo toca reactivar tu agenda a base de citas capaces de dinamizar todos tus sentidos. Alguna tan atractiva como esta expo, que abre nuestra sección y entra por los ojos: se llama *David Hockney, 25 "Recuerda que no pueden cancelar la primavera"*, la puedes ver en la Fundación Louis Vuitton de París (ya tienes excusa para viajar; fondationlouisvuitton.fr) hasta el 31 de agosto y supone un repaso a la trayectoria de un artista incorformista que no ha dejado de reinventarse.

1. Olfato

AMORAROMA

Así se llama la exposición (más de 70 piezas) creada por Teresa Esteban y que, entre otras maravillas, exhibe frascos de perfume convertidos en insólitas y muy originales esculturas. Hasta el 26 de septiembre en el Museo de la Real Fábrica de Cristales de La Granja, en Segovia (realfabricadecristales.es).



2. Gusto

FLAVIA

Un restaurante italiano que este año cumple su primera década de estancia en Madrid (y que sean muchas más!). Situado en el número 2 de la calle Gil de Santivañes, la gran mayoría de sus ingredientes (de primerísima calidad, por cierto) son importados de Italia. No faltan la pasta de Lacio y la burrata de Puglia, imprescindibles en una carta donde también destacan la pizza o la Cottoletta a la Milanese que encanta a los meetlovers.

L'ENRIC RESTAURANT

Cocina mediterránea y casera (con un delicioso toque moderno) a base de productos de proximidad. Sobre dicha filosofía se asienta este restaurante del Eixample barcelonés (Enric Granados 41), un lugar ideal también para celebrar o disfrutar de un afterwork. En su carta, exquisiteces como el arroz a la llauna con butifarra o el tartar de atún sobre tuétano a la brasa. Sin olvidar la torrija a la crema de Baileys, una auténtica delicatessen.



3. Tacto

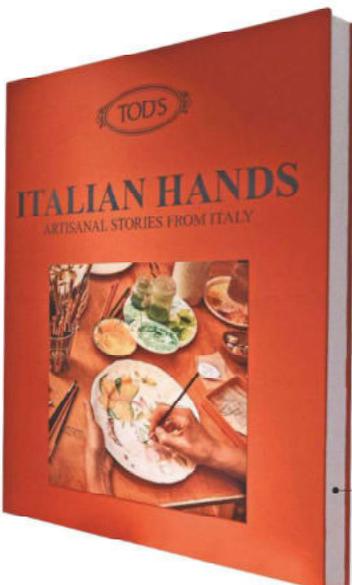
PEDRO ALMODÓVAR & ROCHE BOBOIS

Los decorados de las películas del director manchego son un espectáculo en sí mismos. Ahora, gracias a Roche Bobois puedes llevarte a casa parte del imaginario almodovariano en forma de muebles, objetos de decoración o cojines tan achuchables como Margaritas y Lola (en la foto; roche-bobois.com).

4. Oído

SÓNAR 2025

Apunta fechas: el 12, 13 y 14 de junio, Barcelona acoge la edición número 32 del Sónar, subtítulo festival de la música, la innovación y la creatividad. Como gran reclamo, la (doble) actuación de Nathy Peluso, quien presentará su nuevo álbum. Además, la fiesta de tres días contará con la presencia de artistas que mezclan arte y ciencia. Una gozada (sonar.es).



5. Vista

ITALIAN HANDS

Solo los muy afortunados -preferentemente clientes VIP- pueden hacerse con este libro de Tod's (tods.com) en el que familias italianas eligen a sus artesanos favoritos. Un homenaje al trabajo hecho a mano rico en fotografías y que aspira a convertirse en Santo Grial de coleccionistas.

TOYOTA C-HR HYBRID BY THINKING MU

Doblemente sostenible

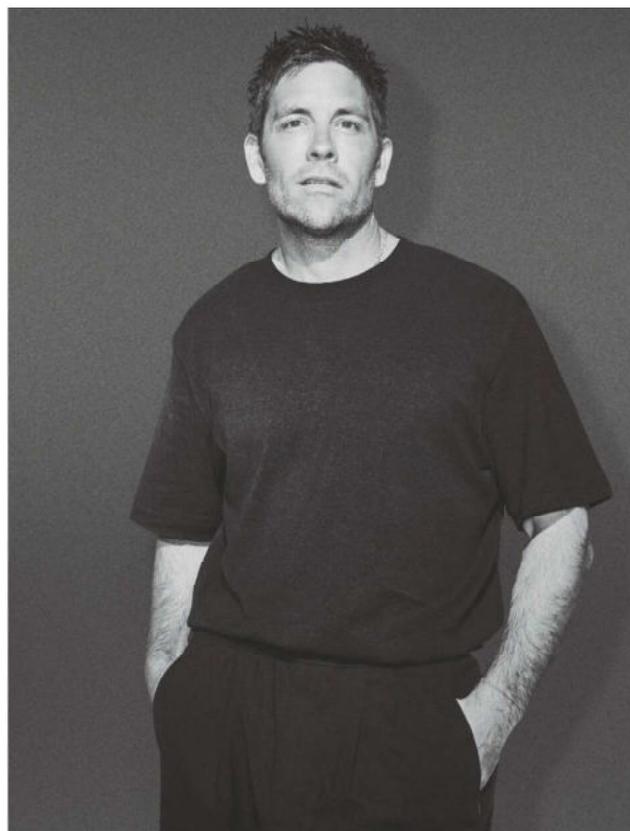
La unión de moda y motor impulsada por Toyota cristaliza en una nueva alianza con la firma Thinking MU. Entrevistamos a Pepe Bargañó, fundador de esta última, para saber más sobre la confluencia de arte e ingeniería.

Formado en sociología y botánica, Pepe Bargañó se especializó en la producción de moda textil sostenible. En 2008 creó Intrépida MU, la primera marca de moda ecológica y de comercio justo en España, germen de lo que, ya en 2011, sería Thinking MU.

Háblanos de los inicios de la marca. Nació en un momento en que estaba bastante enfadado con la vida, atravesando una lucha interna entre vestir bien o comprar ropa hecha con sentido. Entonces se me ocurrió la idea de juntar el mundo de las ONG, en el que ya tenía experiencia, con el de lo orgánico. Ahí surgió Intrépida MU, que fundé con mi amigo Miqui. Luego llegó la crisis financiera, reenfoCAMOS la marca, se unió al proyecto como socia Cinthia Miralles y surgió Thinking MU.

¿Qué criterios habéis seguido para este mano a mano con Toyota? En nuestras colecciones partimos de un concepto base que luego utilizamos para desarrollar las piezas que las componen. Los colores, texturas etc están bajo ese paraguas y la naturaleza es muchas veces el hilo conductor. En este caso, y tratándose de un vehículo híbrido, partimos precisamente de colores y elementos de la naturaleza para diseñar el estampado. La colección SS25, a la que llamamos *Wide the lens*, nos invita a cambiar la forma de ver el mundo; por ello decidimos este *print*, que simula un paisaje visto desde arriba.

¿Crees que, al igual que nuestro armario nos define, el coche que elegimos también lo hace? De hecho, pienso que nuestro armario no nos define, sino que nos ayuda a expresar



quiénes somos. Es una forma más de comunicación personal. Hay quienes lo explotan más y otros para los que es solamente un tema funcional. Lo mismo ocurre con los coches.

En el universo Thinking MU, la moda no es únicamente una forma de expresión, sino un vehículo de conocimiento antropológico y transmisión cultural. ¿Qué mensaje queréis enviar con la colección que ya está a la venta? Thinking MU nació en el Mediterráneo y, como tal, nuestro objetivo es acercar al cliente a su cultura con todo lo que implica: valores, tradiciones, tiempos, texturas, gastronomía... En esta última colección, además, invitamos a la gente a mirar las cosas de forma diferente, saliendo de los convencionalismos e intentando cambiar de perspectiva.

¿Cómo definirías a 'una mujer con estilo'? Sobre todo sería una mujer segura de sí misma. Lo de 'estilo' es algo muy subjetivo, porque implica que confluya el carácter con la elección del armario. Mis preferencias se dirigen más a estilos clásicos reinventados, con toques y guiños de modernidad y tendencia.



“Al ser Toyota C-HR Hybrid un coche híbrido, nuestra colaboración tiene más sentido porque no solo hablamos de moda; también de sostenibilidad.”

—PEPE BARGAÑÓ

¿QUIÉN ES QUIÉN?

BREGADA EN COMUNICACIÓN DE MODA, BELLEZA Y LIFESTYLE, **PATRICIA CRUZ** CREÓ HACE UNOS AÑOS SU PROPIA AGENCIA, **THE ORGANIC PATH**, QUE REÚNE A MARCAS DE LUJO DESEOSAS DE "CONTAR HISTORIAS".

Versátil. "Encontré este vestido de The IQ Collection (theiqcollection.com) online. Era agosto y no parecía superveraniego, pero le vi muchas posibilidades. Puesto queda ideal y tiene una parte de arriba especial, diferente. La verdad es que soy muy dada a al ropa cómoda. Para mí es primordial."

A dúo. "Los brazaletes son de Zara (zara.com) y me los compré el verano pasado. Me divierte mucho llevar dos iguales. Creo que destacan especialmente cuando estás morena incluso vistiendo de colores fuertes, que me fascinan."

Un poco de magia. "Hace años pasé por una mala época. Una persona que trabajaba en casa fue a Filipinas y volvió con este anillo de protección. Desde entonces lo llevo siempre. De hecho, me lo quité durante una época y se me revolvió todo, así que nunca más."

Artesanas. "Las sandalias las compré en Capri durante un viaje. Primero fui a por un par y, como me parecieron tan cómodas, me llevé tres más. Es una zapatería pequeña llamada Da Costanzo que te las hace por encargo. Con el tiempo descubrí que hasta tenía web (manecapri.com)."

Made in Italy. "El collar se lo vi a una influencer italiana llamada Sissi Otto (@sissiottostyle), a la que sigo habitualmente. Lo busqué en Google -me encanta esto de investigar por Internet- y lo compré. Es de una marca que se llama Le Signorine (lesignorine.it)."

Más es más. "Reconozco que los cinturones son algo que me cuesta y no suelo tener claro cuál llevarme. Pero un día, en El Corte Inglés, pasé por el stand de The IQ Collection, vi este y me lo compré. Cuando encuentro algo que me gusta y me funciona, lo suelo coger en varios colores."

PATRICIA CRUZ, FUNDADORA DE THE ORGANIC PATH

Se formó como abogada en ICADE. Tras un primer trabajo en comunicación -"donde aprendí un montón"- pasó por Sanofi, Chanel (jefa de prensa de Belleza) y Bvlgari (directora de comunicación), hasta que llegó la pandemia. "Tenía ganas de hacer algo distinto, una agencia boutique en la que la relación con el cliente fuera muy cercana." Así nació The Organic Path (theorganicpath.com), compañía especializada en la comunicación de marcas de lujo y que hoy en día sigue creciendo e incorporando firmas a su portfolio.

RADIANT

Watches & Jewels

Distribuido por Geresca Tel. (34) 93 41 9 58 88



  @radiantwatchesandjewels

 /RadiantRelojos

RUE
CORTOT

Fun & Free

EL GANSO



THE NEW EAU DE PARFUM