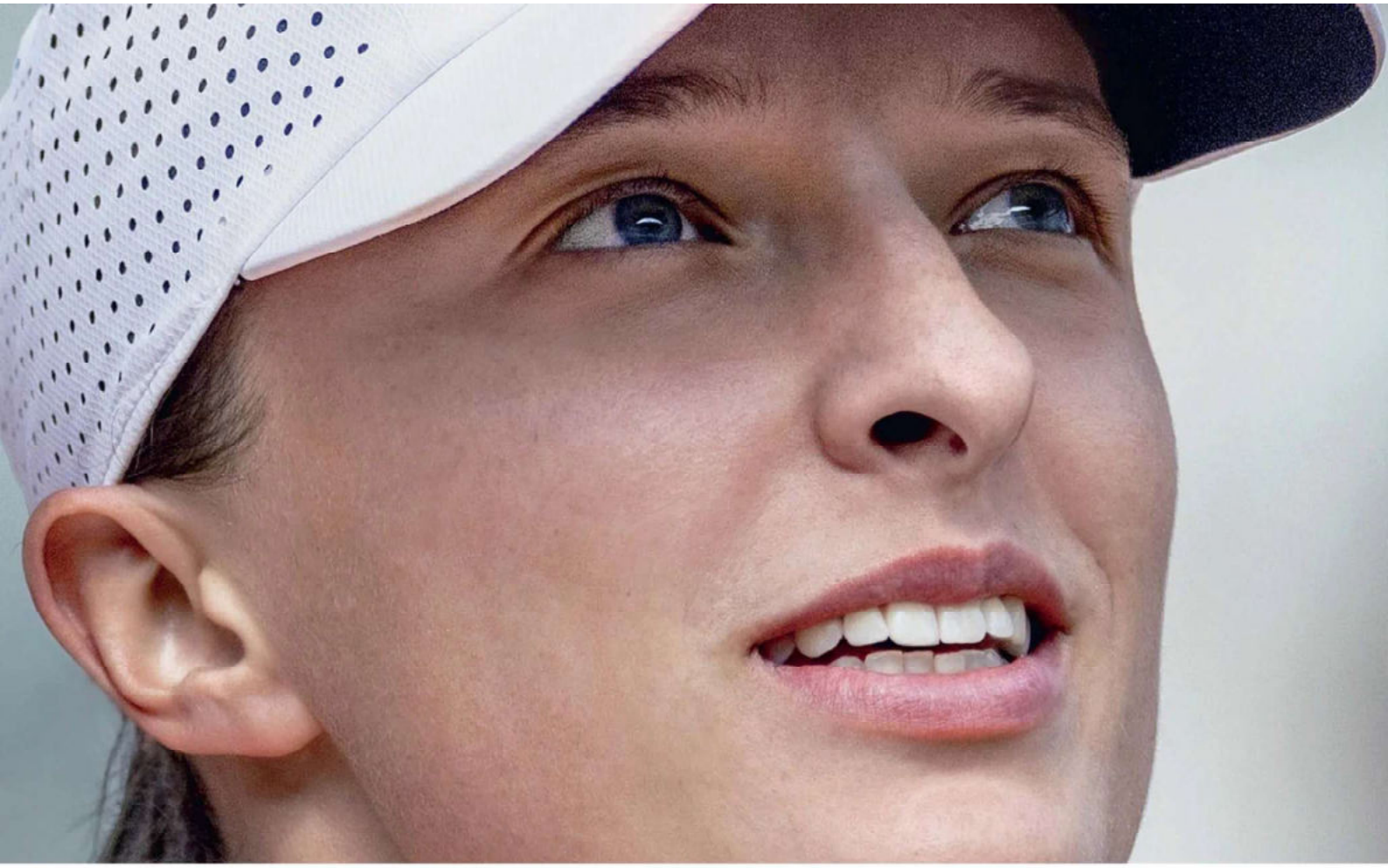
©
VOGUE
ESPAÑA
JUNIO 2025
5,75 €
ESPAÑA
kaia
ENLACE AL CANAL
x.com/byneontelegram
O escanea el código QR:



REACH FOR THE CROWN

EL DATEJUST

ROLEX

CHANEL
COLLECTION MÉTIERS D'ART 2024/25

LOUIS VUITTON

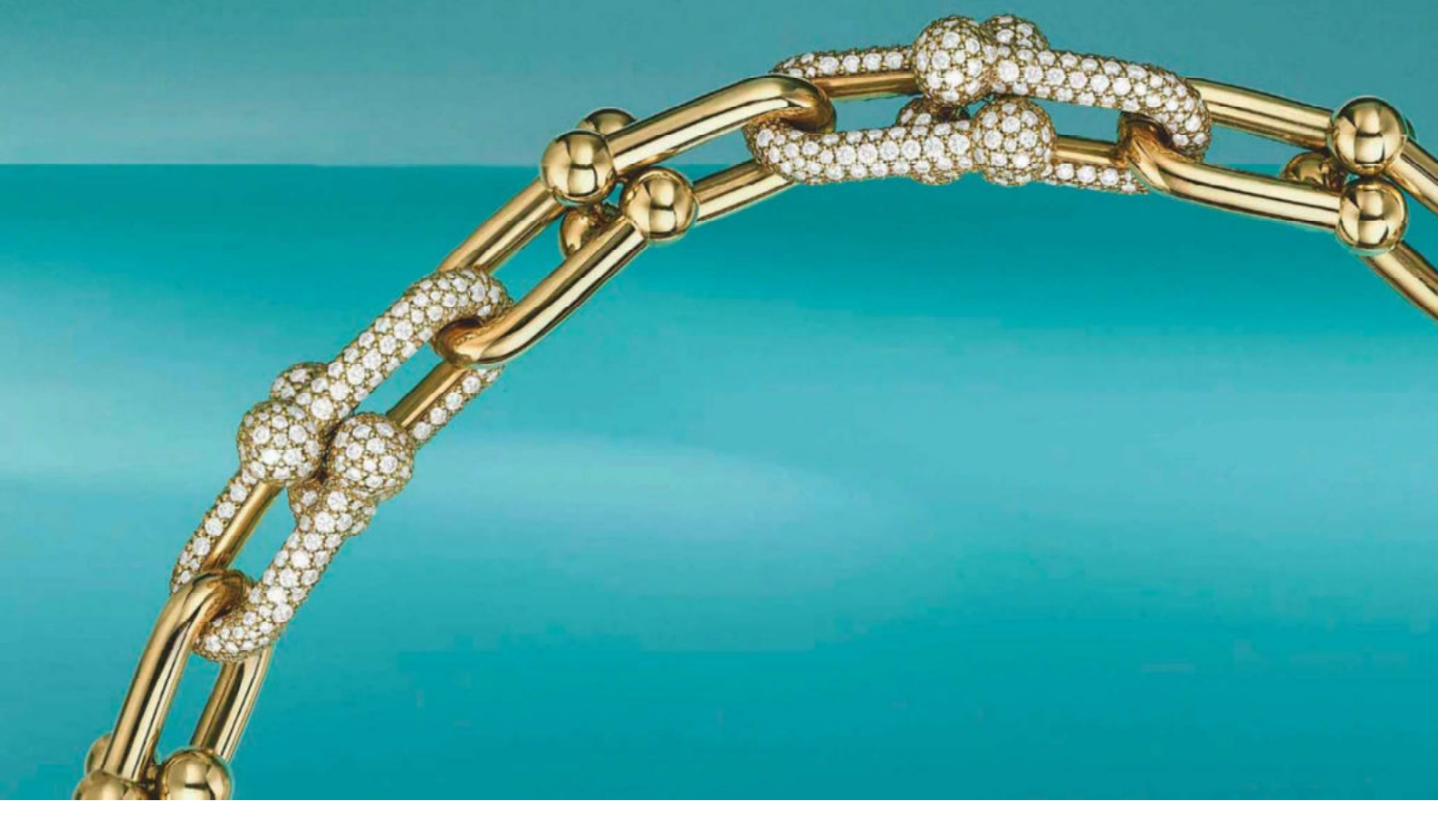
HardWear by Tiffany
LOVE
Tiffany.com | © 2025 T&CO.

HardWear by Tiffany

Un diseño de 1962 inspirado en Nueva York, una ciudad en constante movimiento.

Una expresión de la fuerza transformadora del amor.

With love, Since 1837 TIFFANY&CO.



MISSION TO EARTHPHASE
Solo disponible en las tiendas Swatch seleccionadas

swatch
TACHYMÈTRE
OMEGA
x
swatch
Speedmaster
MOONSWATCH
SWISS MADE
OMEGA

STAFF

VOGUE ESPAÑA

HEAD OF EDITORIAL CONTENT
INÉS LORENZO

REDACTORA JEFE CECILIA CASERO

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

BELLEZA
ANA MORALES, VIOLETA VALDÉS

CULTURA
EVA BLANCO, ALBERTO SISÍ

ESTILO DE VIDA
GARBIÑE CONTINENTE

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

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

ARTE
NOEMÍ GARCÍA (JEFA DE MAQUETA), LORETO DOMÍNGUEZ

COLABORADORES
PATRICIA MORENO, SOFIA GNOLI, KATHLEEN BAIRD-MURRAY, AMY TROOST, DANIEL ARNOLD, THÉO DE GUELTZL, GUILLE SÁNCHEZ, BERTA PFIRSICH, COKE BARTRINA, SILVIA RETANA, MAX ORTEGA, JULIA SARR-JAMOIS, LUCA GALASSO, ÁNGELA ESTEBAN-LIBRERO, HELENA CONTRERAS, JUDITH RIAL

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

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

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

HEAD OF EDITORIAL CONTENT, BRITAIN CHIOMA NNADI
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, FRANCE CLAIRE THOMSON-JONVILLE
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, GERMANY KERSTIN WENG
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, INDIA ROCHELLE PINTO
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, ITALY FRANCESCA RAGAZZI
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, JAPAN TIFFANY GODOY
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, MEXICO & LATIN AMERICA KARLA MARTÍNEZ DE SALAS
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, MIDDLE EAST MANUEL ARNAUT
EDITORIAL DIRECTOR, CHINA ROCCO LIU

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

RIMOWA

NADIE CREA UN LEGADO SIN MOVERSE

STAFF

VOGUE ESPAÑA

CHIEF BUSINESS OFFICER ELENA FERRERAS

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

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

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

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

COORDINACIÓN JOSEFINA PARCO

DELEGADA ITALIA ELENA MARSEGLIA
DELEGADA NORTE ANA LÓPEZ

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

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

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

PUBLICADO POR CONDÉ NAST

CHIEF EXECUTIVE OFFICER ROGER LYNCH
CHAIRMAN OF THE BOARD JONATHAN NEWHOUSE
CHIEF REVENUE OFFICER ELIZABETH HERBST-BRADY
CHIEF CONTENT OFFICER ANNA WINTOUR
CHIEF FINANCIAL OFFICER NICK HOTCHKIN
CHIEF PEOPLE OFFICER STAN DUNCAN
CHIEF CORPORATE AFFAIRS AND COMMUNICATIONS OFFICER DANIELLE CARRIG
CHIEF OF STAFF SAMANTHA MORGAN
CHIEF PRODUCT & TECHNOLOGY OFFICER SANJAY BHAKTA
CHIEF CONTENT OPERATIONS OFFICER CHRISTIANE MACK

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

PUBLICADO BAJO ASOCIACIÓN
BRASIL GLAMOUR, GQ, VOGUE

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

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

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

© DE LAS REPRODUCCIONES AUTORIZADAS, VEGAP, MADRID 2025.

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

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

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

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

IQNet

PEFC PEFC/14-38-00158

AENOR HACIA RESIDUO CERO RC-2020/0017

RECICLA Al Azul

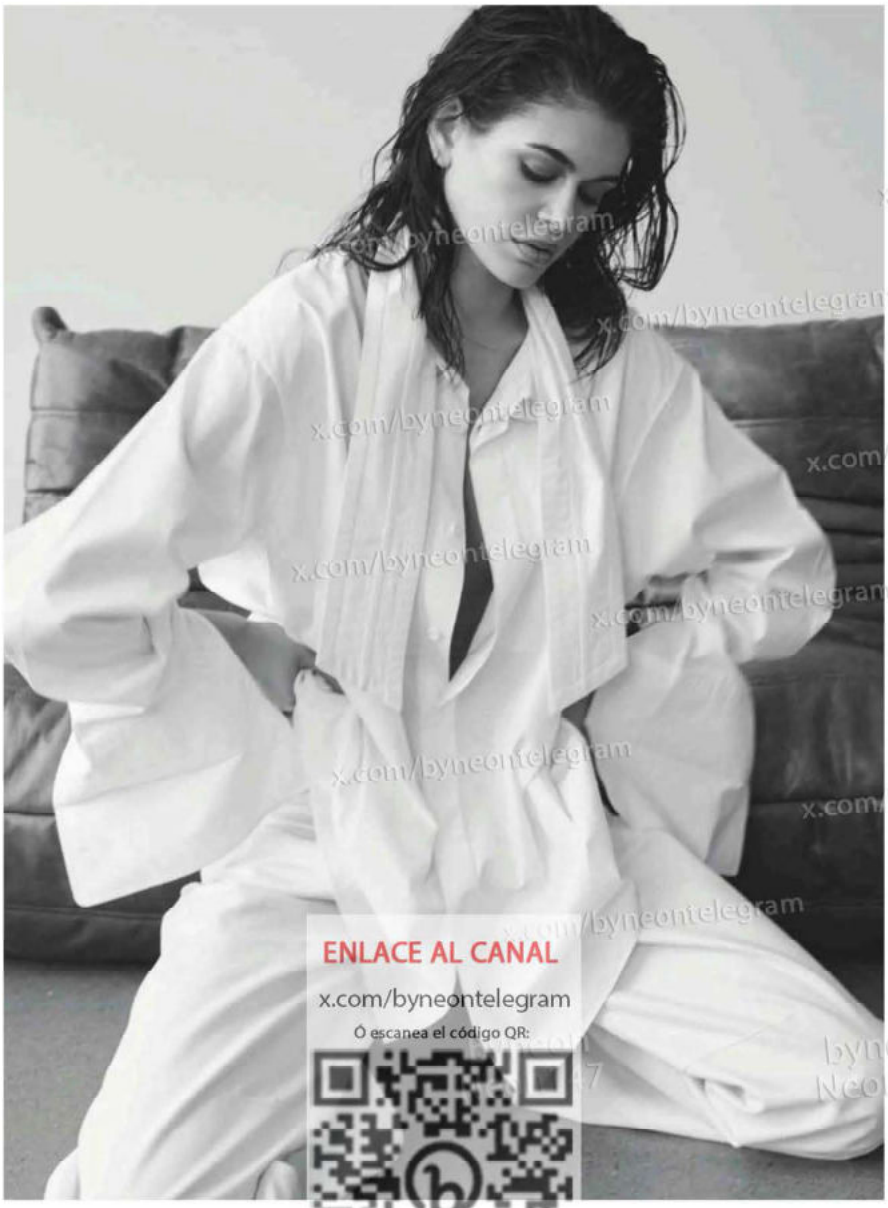
OJD

ARI Asociación de Revistas

MESSIKA
PARIS

SUMARIO

Junio



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

En portada, KAIA GERBER *lleva top de* MANGO; *y gargantilla de* SOPHIE BUHAI. *A la izda., con 'total look' de* PHOEBE PHILO.

Fotografía: AMY TROOST.
Estilismo: Max Ortega.
Maquillaje: Hannah Murray (Streeters). Peluquería: Esther Langham (Art and Commerce) para Oribe. Manicura: Michina Koide (Art Department).
Retoque: Norkin Digital Art.
Producción: ArtProduction.
'Lettering': Fernando Vallespín.

22 CARTA

24 HAN COLABORADO
En el número de junio.

EN VOGUE

26 TENDENCIAS
El verano llama a la puerta en Calella de Palafrugell (Girona) y lo hace con vestidos de flores, prendas de baño básicas y los pies descalzos.

42 'SHOPPING'
La nueva temporada apuesta por estilismos ligeros en popelín de algodón, pañuelos estampados y bolsos de ante.

52 ACCESORIOS
En azul eléctrico, rojo intenso o verde militar, los bolsos que vienen están pensados para subir el ánimo.

62 PREMIO
Empar Juanes y Marie-Isabelle Poirier-Troyano, dos artistas españolas que optan al Loewe Foundation Craft Prize 2025.

66 ANIVERSARIO
Se cumplen diez años del nacimiento de Rose des Vents, la colección de Dior Joaillerie por Victoire de Castellane.

68 TRADICIÓN
La última colección de JCPajares recupera el saber hacer de los artesanos castellanos.

AGENDA

70 MÚSICA
Maria Arnal, la reina de los sonidos avanzados, afronta nueva etapa en solitario.

76 ARTE
Solo Sculpture Trail, un parque de esculturas al aire libre que invita a conectar con la naturaleza.

CALZEDONIA
CALZEDONIA.COM

SUMARIO

De izda. a dcha., Divine Mugisha lleva gorro y jersey, ambos de PRADA. *Peng Chang luce gorro de* PRADA; *y vestido de* SPORTMAX. *Devyn Garcia, con gorro de* LORO PIANA; *y polo de* KEOGH DEWAR.

78 LIBRO
Caitlin Moran publica '¿Y los hombres qué?', una obra con generosas dosis de humor y de polémica.

80 CINE
'Los tortuga', la segunda película de Belén Funes en la que la directora explora las relaciones familiares, el duelo y los legados en tiempos de precariedad.

82 DESCONEXIÓN
La mejor respuesta al ruido: ocho libros que invitan a la contemplación y a holgazanear.

BELLEZA

84 CUIDADOS
El fenómeno del año son los 'spas' que buscan la salud, el bienestar y la belleza del cabello.

88 PREMIOS
La XXIII edición de los Vogue Belleza, reconocimiento al talento y la innovación del año en la industria.

92 COSMÉTICA
Preservar la inmunidad de la piel para potenciar su salud y belleza, objetivo de Shiseido, apoyándose en la ciencia.

94 NOMBRAMIENTO
La llegada de Sam Visser a YSL Beauty, y su personal visión de la industria, promete cambios.

96 NOTICIAS
Hábitos, productos... estas son las últimas recomendaciones de belleza de 'Vogue'.

'WELLNESS'

100 HÁBITOS
Dedicar un día del fin de semana a no hacer nada es la tendencia de bienestar más productiva y necesaria en tiempos de hiperconectividad.

106 PRIMERA PERSONA
El programa de longevidad de ensueño del Royal Mansour Tamuda Bay.

108 TENDENCIA
La aromaterapia, el arma natural infravalorada que alivia resfriados y levanta el ánimo.

110 DIRECTORIO
Los destinos 'wellness' definitivos para 2025; no hay vacaciones sin autocuidado.

LIVING

118 ESPACIO
La casa-taller de Pascale Zintzen en el Baix Empordà, lugar de retiro familiar y templo creativo.

126 GASTRO
Bares y restaurantes con una propuesta enológica novedosa que apoyan a bodegas emergentes.

MODA Y REPORTAJES

128 KAIA ♥ 90's
El éxito basado en la sencillez de una modelo polifacética y que selecciona con esmero cada paso que da.

144 NOCHES DE VERANO
Risas, intimidad y 'looks' de fantasía protagonizan las noches de Nueva York.

158 AL CIEN POR CIEN
La casa Fendi, celebra su centenario y lo hace en la cresta de la ola.

172 BUEN COLOR
La temporada estival llega cargada de sombreros que son todo encanto y actitud.

178 EL DESEO
Lo último de la saga de perfumes Good Girl, de Carolina Herrera.

De izda. a dcha., Colin Jones lleva vestido de LOUIS VUITTON; *chaqueta de* NICHOLAS DALEY; *bolso de* MOSCHINO; *y reloj de* ROLEX. *Yasmin Wijnaldum luce vestido de* MOSCHINO; *bolso de* CALVIN KLEIN; *pendientes de* SCHIAPARELLI; *y brazalete de* CHANEL. *Alex Consani, con chaqueta de* THE ATTICO; *vestido de* FENDI; *y collar de alta joyería, de* BVLGARI.

MANGO

CRAFT YOUR OWN STORY

FEATURING KAIA GERBER

CARTA DE LA EDITORA

Por Inés Lorenzo

Solíamos asumir que había prendas y etapas con las que no existía una reconciliación posible, pero vinieron los rastreadores de archivos, las generaciones sin complejos y una incesante búsqueda de un estilo inimitable y nos demostraron lo contrario. Queríamos diferenciarnos del 'look' de nuestros padres y acabamos por lamentar la pérdida de esa cazadora de ante, aquel cinturón 'boho' de piel, el vestido ochentero incluso. Hay un camino de ida y vuelta en esa intención de despojarnos de los referentes para luego abrazarlos sin cuartel, y en algún punto del mismo hemos acabado de nuevo en el minimalismo de los 90, con una espectacular KAIA GERBER *emulando el uniforme nocturno de la década: un top palabra de honor que hoy cuenta mucho más de lo que pudimos entender entonces. La top tiene el pedrigrí heredado y adquirido para defender este retorno estilístico a lo esencial, que no a lo simple. El número que abre es de todo menos reduccionista, aunque un halo de pureza estética y conceptual une a sus protagonistas –de los accesorios que construyen el verano, al sonido personalísimo de* MARIA ARNAL *o la sencillez del estudio de* PASCALE ZINTZEN *en el Baix Empordà– con una vocación, la de hacer que nos cuidemos más y mejor. La belleza, no importa la década, siempre estuvo en las pequeñas cosas.*

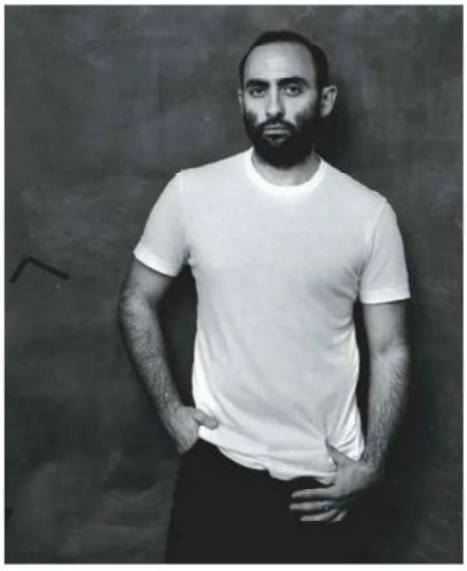
Kaia Gerber lleva top de GABRIELA HEARST.

FOTO: AMY TROOST. ESTILISMO: MAX ORTEGA.

My Signature Collection.
EMMA ROBERTS
X
KIKO MILANO
Descubre el maquillaje según Emma Roberts en una colección exclusiva.
KIKO
MILANO

Amy Troost

El arte, la escultura y el diseño son elementos esenciales en la visión de Amy Troost, la fotógrafa que firma la portada de este número. Dotada de una profunda sensibilidad, la canadiense captura la personalidad de sus retratados a través de algo tan simple como un gesto. "Fotografiar a Kaia es un sueño. Es inteligente, guapa y colaboradora. Creamos imágenes inspiradas en una sensación de intimidad. Lánguida y sexy, siempre con un toque de sofisticación", recuerda sobre la sesión. El resultado puede verse en *Kaia ♥ 90's.* ➳ 128



Max Ortega

Max Ortega (México, 1988), se inició en el mundo de la moda como asistente de *Love Magazine*. Años después, comenzó a colaborar con la estilista Camilla Nickerson hasta volar en solitario, convirtiéndose en un nombre habitual en *Vogue*. En este número, firma el estilismo de Kaia Gerber: "Fue genial desarrollar esta idea con Kaia y Amy. Los tres usamos palabras que nos gustaban como vulnerable, lánguido o inconcluso, e intentamos plasmarlas en las imágenes". La historia que tejieron entre los tres, en *Kaia ♥ 90's.* ➳ 128

Ángela Esteban-Librero

Con 24 años, Ángela Esteban-Librero (Madrid, 1981) se trasladó a Nueva York para estudiar en Parsons School of Design y trabajó para publicaciones como *Teen Vogue* o *Glamour*. La estilista pone a prueba su habilidad como creadora de escenas efímeras en este número: "El desafío fue encontrar la combinación perfecta entre mobiliario, tejidos y fondos con los colores, las formas y las texturas de los accesorios de esta temporada". '*Color me up*'. ➳ 52

Coke Bartrina

Su amor por la cámara comenzó a los 11 años, cuando su padre le enseñó a revelar imágenes en blanco y negro. En las páginas de junio, Bartrina (Barcelona, 1985) se adentra en la casa de la ceramista Pascale Zintzen: "¡No hay nada como fotografiar a tus vecinos! Fue genial compartir un rato con ellos, su hijo cocinó unos ñoquis riquísimos y su interés por la fotografía me recordó a mis inicios". *Entre la vida y el arte.* ➳ 118

Patricia Moreno

Colaboradora habitual de la cabecera, Patricia Moreno (Valencia, 1990) firma el reportaje sobre el Loewe Craft Prize. "Volver a las páginas de *Vogue* España es sinónimo de volver a casa. Y hacerlo para dar a conocer el trabajo de las dos españolas finalistas del premio es un auténtico regalo. A Empar Juanes, además, ya la conocía, así que este encargo fue especial desde el principio". *Con las manos.* ➳ 62

FOTOS: PALM STUDIO, D.R. TEXTO: MARGARITA PADILLA.

Something more.®
CHANTELLE

NACÍ *en el* MEDITERRÁNEO

El VERANO *llama a la puerta en Calella de Palafrugell, Girona, con encantadores vestidos de flores, prendas de* BAÑO *básicas y pies descalzos.*
Fotografía GUILLE SÁNCHEZ.
Estilismo PATRICIA LÓPEZ.

Ylang lleva camisa de DESIGUAL; *falda Sablier de organza, de* JACQUEMUS; *pulseras de* LOLA CASADEMUNT; *y zapatos de* HEREU.

Camiseta y 'minishorts' de popelín de algodón, ambos de RABANNE; *en la mano, sudadera de* MAJE; *sandalias de piel, de* GIOSEPPO; *collar de perlas, anillos de oro amarillo y anillo de oro amarillo con zafiro azul, todo de* SUAREZ.

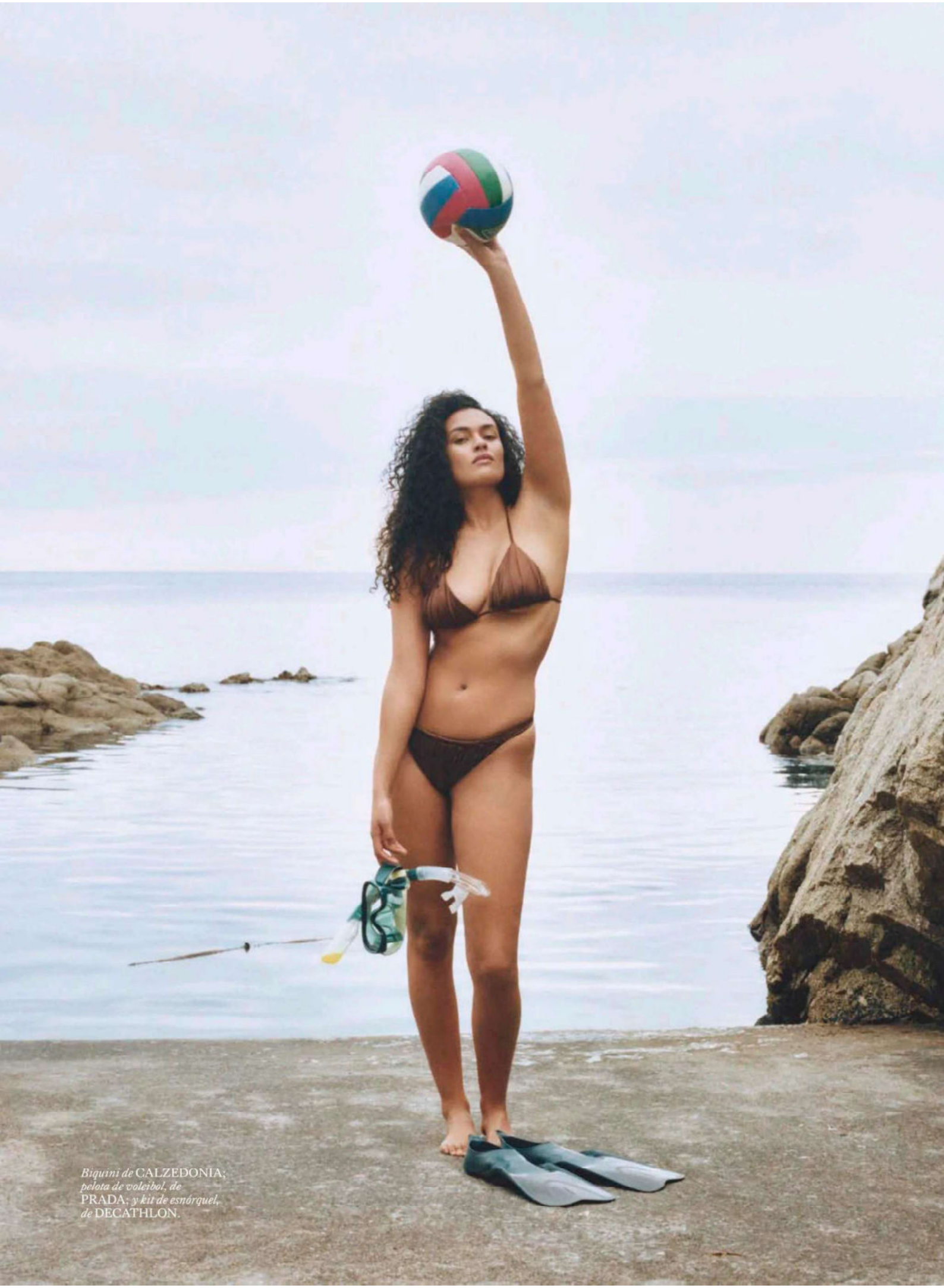
Top moldeado y falda acolchada, ambos de ALAÏA.

En esta página, camisa de DESIGUAL; *bolso Flamenco y 'charms' Puzz, todo de* LOEWE; *y pulseras de* LOLA CASADEMUNT.
En la página siguiente, camisa de EMPORIO ARMANI; *top de biquini, de* CHANTELLE; *falda Hallie, de* EMILIA WICKSTEAD; *sandalias de* CAMPER; *colgantes de concha lacada y cadenas de oro amarillo, todo de* AURÉLIE BIDERMANN.

Sobre los hombros, bodi de algodón, de DIOR; *'top' de biquini de* BIMBA Y LOLA; *top blanco, de* MAX MARA; *falda Canapa, de* MIU MIU; *y zapatos de piel, de* REPETTO.

Camiseta de algodón,
de FALCONERI;
y minifalda Puffy,
de PATOU.

Vestido Tela, sujetador de encaje, sombrero de paja, mocasines de piel y bolso de ganchillo, todo de PRADA.



Biquini de CALZEDONIA; *pelota de voleibol, de* PRADA; *y kit de esnórquel, de* DECATHLON.

Traje de baño Emma, de HERMÈS; *pantalón vaquero de* LLOYD'S *en* EL CORTE INGLÉS; *en la mano, cazadora vaquera, de* LIU·JO; *y pendientes de* BIMBA Y LOLA.

Vestido Twisted, de LOEWE; *anillo Vera Green, anillo Vera Yellow y anillo Lago, todos de* SIMUERO.

Vestido de algodón, de MARNI; *y sandalias de* DESIGUAL.

Traje de baño y toalla de playa LVacation, ambos de LOUIS VUITTON.

Traje de baño de la colección Coco Beach 25, de CHANEL; *falda de seda, de* DRIES VAN NOTEN; *y pendientes, collar y anillos, todo de* RABAT.

Polo de punto, de GUESS JEANS; *pantalón de* GUESS; *cinturón Kelly 18, de* HERMÈS; *sandalias Biarritz, de* IGOR; *pendientes de* BIMBA Y LOLA; *anillos de oro amarillo y anillo de oro amarillo con zafiro azul, todos de* SUAREZ.

Maquillaje y Peluquería: Iria Salgado (Uno Artists) para Gucci. Ayudante de fotografía: Adrià Piella. Ayudante de estilismo: María Requejo. Ayudantes de producción: Eva de Frutos Martínez y Carolina Vera. Modelo: Ylang (Blow Models). Agradecimiento: Hotel Casa Peya.

1

YA ESTÁ AQUÍ

El verano y sus estilismos LIGEROS *apuestan por el* POPELÍN *de algodón, los* PAÑUELOS *estampados y los bolsos de* ANTE.

Vestido de encaje combinado con accesorios negros en Milán.

2

3

4

1. 'Charms' Amuleto de oro rosa con diamantes, todos de RABAT. *2. Bolso 25 de piel, de* CHANEL. *3. Vestido de encaje, de* ZARA HOME. *4. Vestido y braga de guipur, de* CHLOÉ. *5. Bodi de encaje, de* INTIMISSIMI. *6. Botines de* DRIES VAN NOTEN.

5

ENCAJE

BLANCO *y radiante, este tejido esculpe las colecciones estivales de* VALENTINO *y* MICHAEL KORS.

6

CRAFTING THE ARTISAN DREAM ESPADRILLE SINCE 1927

Castañer

1

2

Gala González con 'total look' de Gucci.

3

4

5

6

1. Zapatillas Cortez Textile, de NIKE. *2. Pañuelo de* BIMBA Y LOLA. *3. Vaqueros de* LEVI'S. *4. Carré Hermès 90 Brides de Gala en Fleurs de seda, de* HERMÈS. *5. Pañuelo Keep it Gucci: The Art of Silk, de* GUCCI. *6. Top de punto con cristales, de* LOLA CASADEMUNT.

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

PAÑUELOS ESTAMPADOS

En los armarios femeninos desde la antigüedad, esta temporada resucitan de la mano de GUCCI *y* BOTTEGA VENETA.

MÁS ALLÁ DE LOS LÍMITES

Descubre la cúspide de la sofisticación con el nuevo **Maybach SL 680 Monogram Series.** Esculpido con la legendaria herencia del SL, este biplaza descapotable combina de forma única **diseño, deportividad y altas prestaciones** para brindarte una conducción exclusiva e inigualable.

MAYBACH

1

2

3

Chaqueta y bolso bordados en la semana de la moda de Milán.

BOLSOS DE ANTE

Bandoleras SETENTERAS *o diseños maxi para un material tan delicado como* VERSÁTIL.

4

5

6

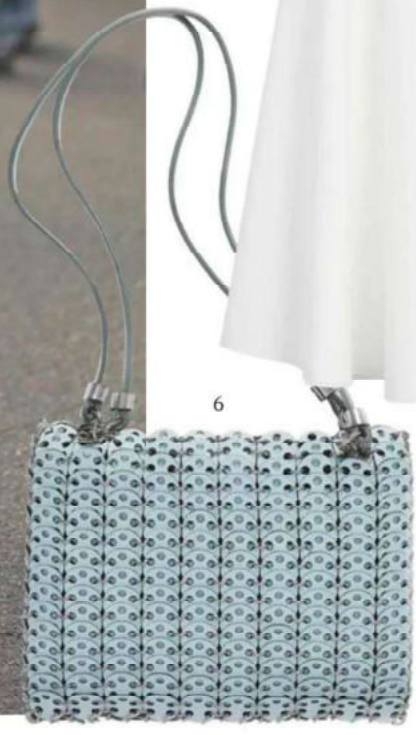
7

MÁS DE ESTE ESTILO EN *vogue.es*

1. Pulsera Move Noa Ciselé de oro amarillo con diamantes, de MESSIKA. *2. Bolso de ante, de* EMPORIO ARMANI. *3 y 4. Blusa y falda, ambas de* SKALL. *5. Sandalia Sunseeker Meseta, de* AQUAZZURA. *6. Bolso Altay de ante, de* ISABEL MARANT. *7. Bolso Annamaria, de* GIMAGUAS.

POPELÍN DE ALGODÓN

Tejido ligero de origen distinguido se cuela en las propuestas de CHLOÉ, HERMÈS *y* PRADA.

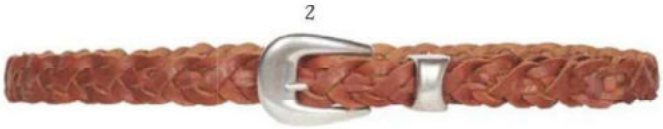


Top y pantalón de popelín con detalle de bandana de 'paisley'.

1. Gafas de MÓ X OLIVA SETTEMBRE.
2. Sandalias Kobarah Flat, de CAMPER.
3. Bandana Charm de algodón, de FENDI.
4 y 5. Camisa y falda de popelín, ambas de MASSIMO DUTTI.
6. Bolso Flip 1969, de RABANNE.

TONOS TIERRA

Del MARRÓN *al* OCRE, *el 'boho' abraza la calidez de esta gama tonal.*

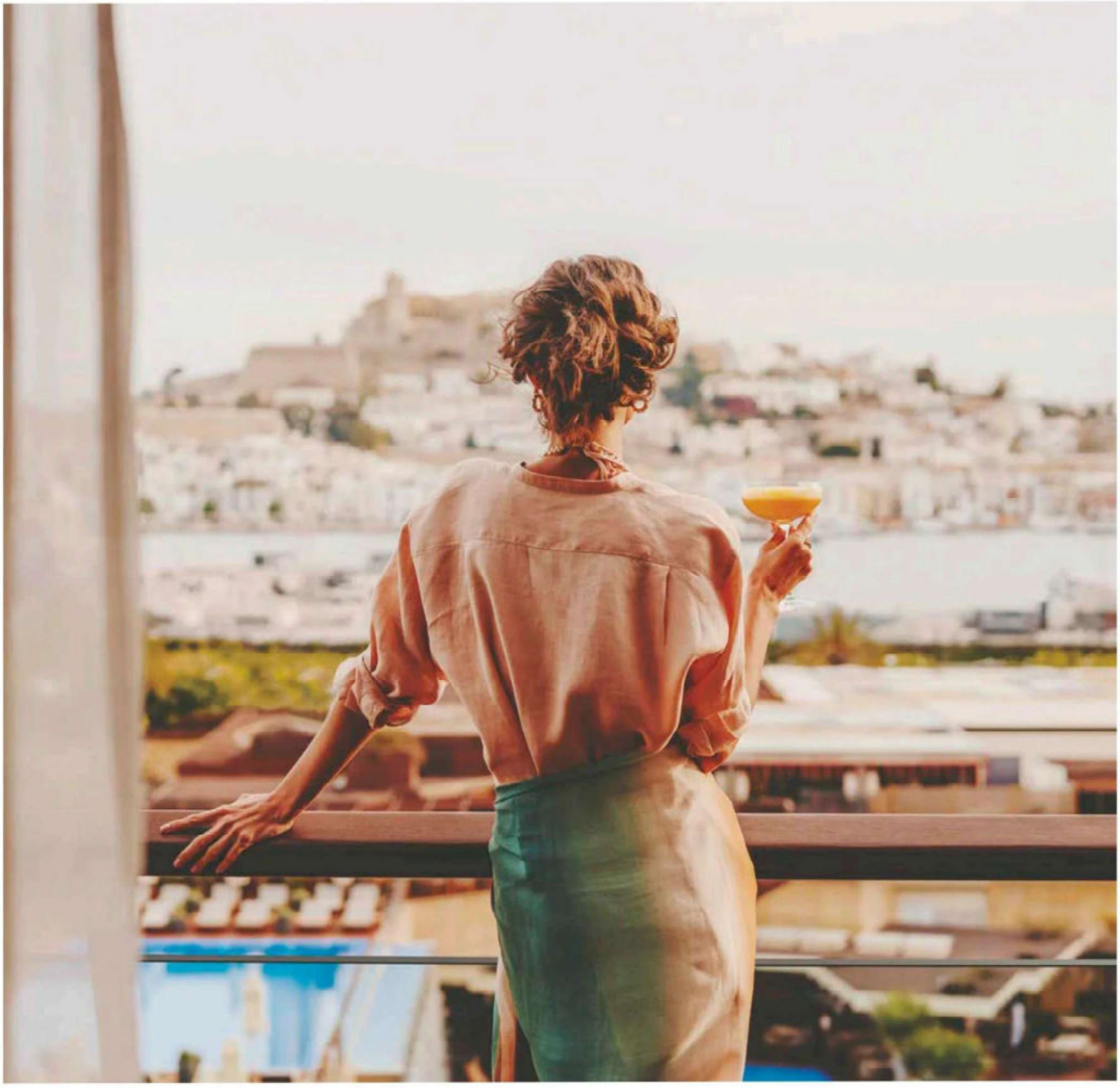


'Total look' de Zimmermann.

MÁS DE ESTE ESTILO EN *vogue.es*

1. Vestido de ZIMMERMANN. *2. Cinturón de piel, de* MASSCOB. *3. Bolso de* GUESS. *4. Gargantilla de oro, de* JOSE LUIS JOYERÍAS. *5. Pantalón de la colección de Christian Lacroix, de* DESIGUAL. *6. Sandalias en colaboración con K.Jacques, de* MAJE.

Everything to do out there. Everything done for you in here.



Ibiza GranHotel

★★★★★
GrandLuxe

The serene side of pleasure

+34 971 806 806
ibizagranhotel.com

DOS EN UNO

UNIFORME *infalible, el 'total look'* VAQUERO *abraza el combo de pantalones anchos y* CAMISAS *básicas.*

'Total look' vaquero en la semana de la moda de Milán.

1

2

3

4

5

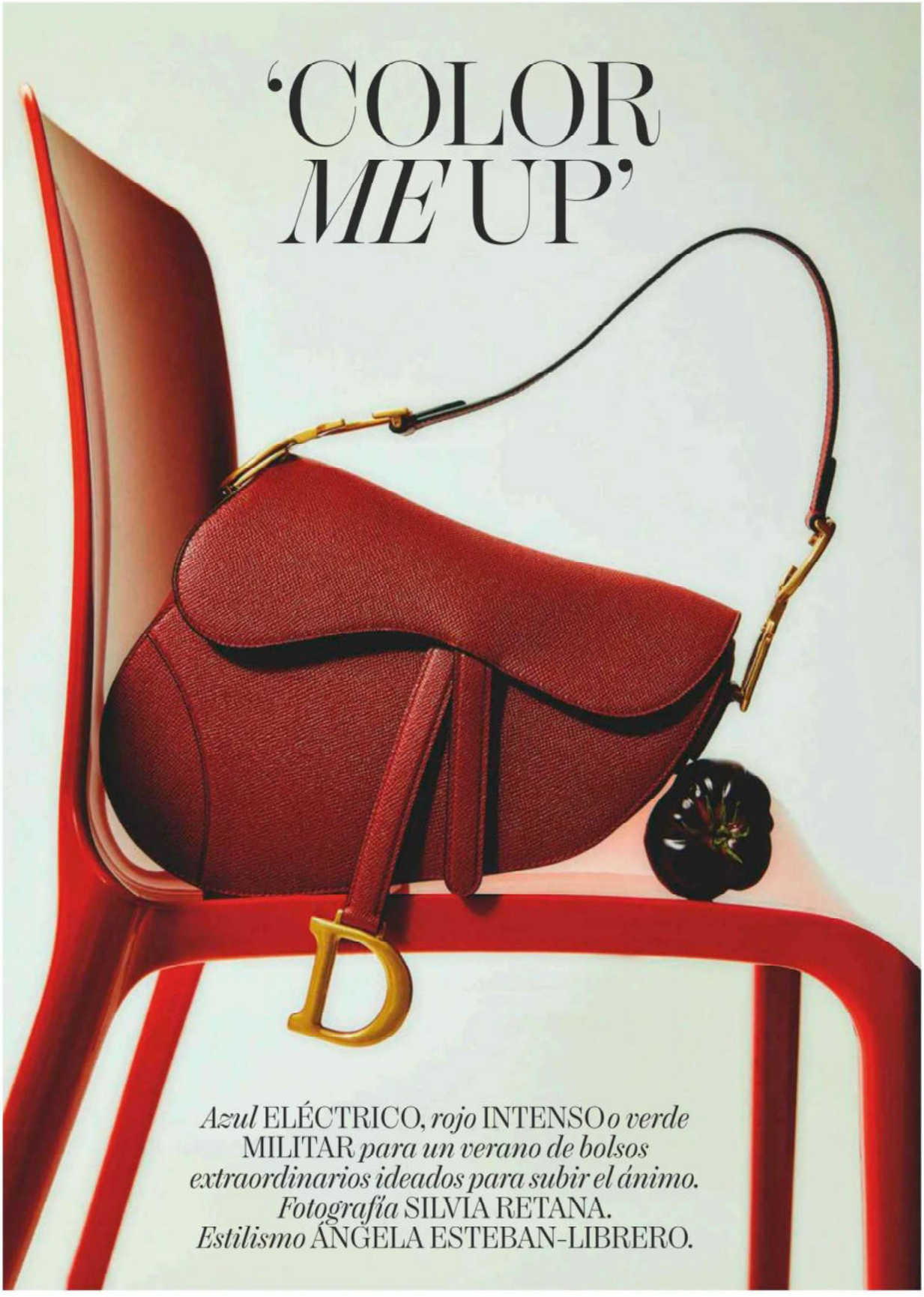
6

1. Gafas Mega Wayfarer, de RAY-BAN. *2. Reloj Blossom Time, de* SWATCH. *3 y 4. Camisa y pantalón vaquero, ambos de* ZARA. *5. Anillo de oro amarillo con esmeralda, de* SUAREZ. *6. Bolso Initials Insignia, de* CH CAROLINA HERRERA.

FOTOS: LAUNCHMETRICS SPOTLIGHT. ESTILISMO: PATRICIA LÓPEZ. AYUDANTE DE ESTILISMO: MARIA REQUEJO.

NUXE N°1 EN ACEITES EN FARMACIAS Y PARAFARMACIAS EN ESPAÑA[1]

(1) IQVIA, España, datos Sell Out, OTC 82F1E - HID/EMOL CORP MUJER-ACEIT, MAT Enero 2025.



Bolso Saddle, de DIOR; *y silla diseñada por Marcello Ziliani, para Casprini, Italia en* KELLY DECO.

Bolso Puzzle, de LOEWE; *y papel de* ELITIS.

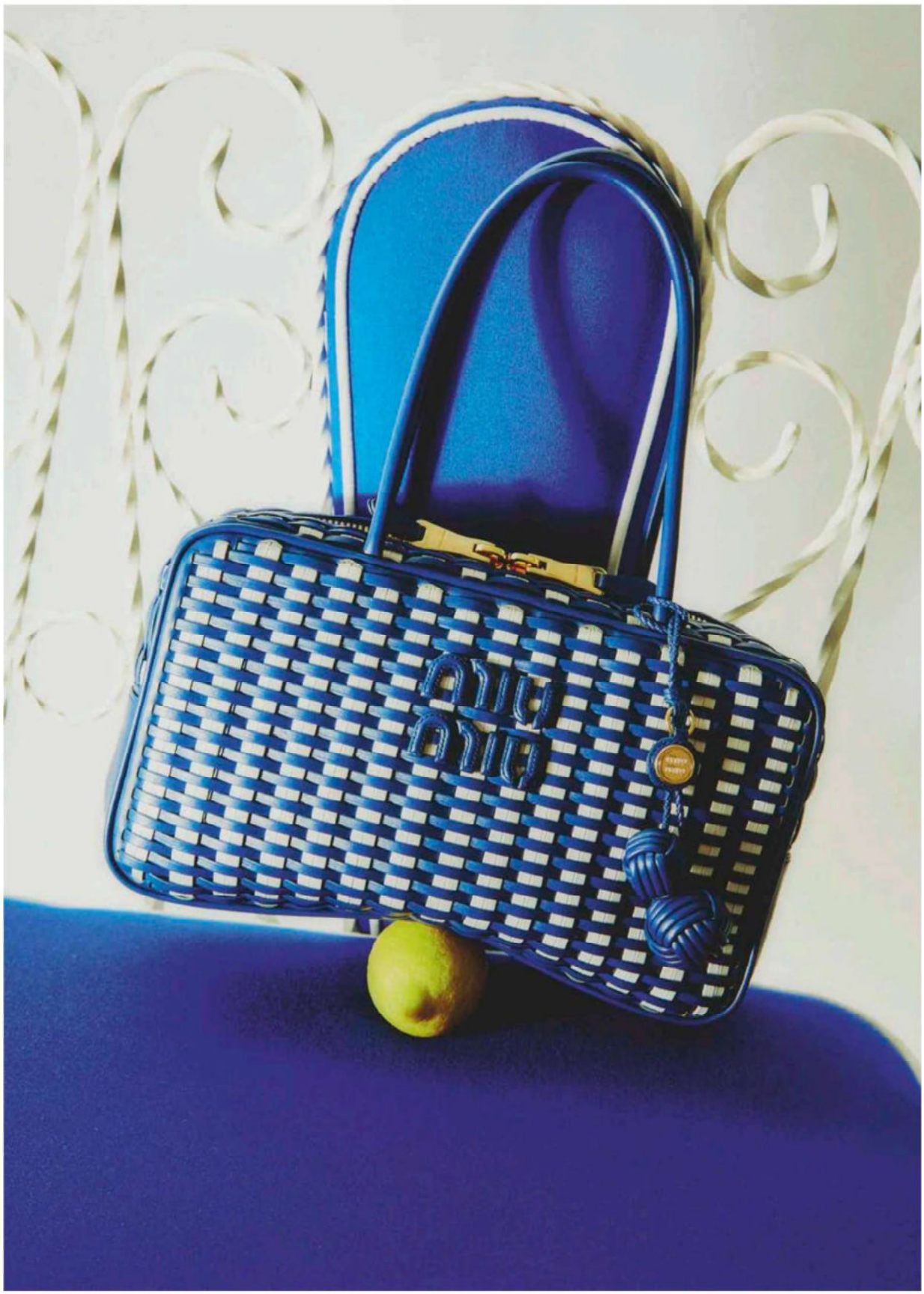
Maxibolso de piel con flecos, de EMPORIO ARMANI; *silla Alo Outdoor, de* ONDARRETA; *y tejido Pancho, de* ELITIS.

Bolso The Way Selleria de piel, de FENDI; *frutero de cerámica esmaltada, en* LA STUDIO; *y papel de* ELITIS.

Bolso Speedy, de LOUIS VUITTON X MURAKAMI; *y ladrillo portugués del s. XIX, en* MESTIZO.

Bolso Blondie, de GUCCI; *y silla de jardín Wendell, de* SKLUM.

Bolso de satén de la colección Métiers d'Art, de CHANEL; *silla de* LEROY MERLIN; *y tejido Pancho, de* ELITIS.



Bolso Beau de piel, de MIU MIU; *y banco de jardín, de* MESTIZO.

Bolso Rodeo de piel, de BALENCIAGA; *silla de exterior Skogsön, de* IKEA.

AYUDANTE DE FOTOGRAFÍA: SILVIA DE LA ROSA. AYUDANTES DE ESTILISMO: LAURA ORTEGA VACAS Y VICTORIA IZAGUIRRE. AYUDANTE DE PRODUCCIÓN: CAROLINA VERA.

Bolso Galleria de piel, de PRADA; *y tejido Pancho, de* ELITIS.

CON *LAS MANOS*

Dos mujeres, dos generaciones, dos materiales –la piedra y el textil– y una EXPRESIÓN POÉTICA *que eleva la* ARTESANÍA. *Estas artistas españolas optan al Loewe Foundation Craft Prize 2025 el 29 de mayo, víspera de la inauguración de la muestra que reunirá las obras finalistas en el Museo Nacional Thyssen-Bornemisza hasta el 29 de junio. Por* PATRICIA MORENO.

EMPAR JUANES
De la arquitectura a la joyería contemporánea

"Siempre he necesitado una vía de expresión personal que no encontraba en la arquitectura. Fue una búsqueda constante hasta que descubrí la joyería contemporánea, que ni siquiera sabía que existía como disciplina". Tras licenciarse, Empar Juanes (Valencia, 1990) dejó su ciudad natal para formarse en arte y diseño en Alemania, Países Bajos y China. En ese largo periplo, que duró una década, comprendió que su vocación artística requería una reducción de escala, una intensa labor manual y un material rebosante de oportunidades: la piedra. "Me interesa que cambie tanto que sea irreconocible; que, al ver una de mis piezas, la gente no pueda identificar de qué está hecha. Creo que es inspirador transformar un material tan denso y pesado en algo liviano y casi etéreo. Para mí, es una metáfora de la dualidad entre la fortaleza y la vulnerabilidad humanas", reconoce, en un anticipo de la narrativa que articula toda su obra. Tras la pandemia y con su visión ya encaminada, decidió recoger sus bártulos y volver a su tierra. En Llombai, en el interior valenciano, restauró una vivienda familiar que llevaba veinte años deshabitada: hoy es su casa-estudio. En este entorno rural encuentra el espacio y el tiempo para almacenar sus piedras, investigar –insiste en que es una parte fundamental de su proceso creativo– y ponerlas a prueba con la compleja maquinaria que atesora. También para acoger residencias artísticas de entusiastas que quieren aprender su técnica.

Tras consagrarse en la joyería con el Premio Herbert Hofmann en 2024, este año es una de las candidatas al Loewe Foundation Craft Prize. Es un reconocimiento que siempre soñó –transmite–, al ser uno de los contextos donde mejor se entiende su obra. La propuesta que la respalda es Aura, una serie de joyas de ágata con las que, por primera vez, ha tenido presente la dimensión corporal en el diseño. "Hay piezas que se adaptan al cuerpo y otras que crean un espacio alrededor de él, jugando con

La propuesta de Empar Juanes, cuyo retrato abre este reportaje, se llama Aura. Se trata de una serie de collares y broches –sobre estas líneas, dos de ellos– elaborados con piedra de ágata tallada, culminados con acero inoxidable y cuerda elástica. En las imágenes, varios rincones del estudio de la artista y algunas de sus piezas.

la relación entre el interior y el exterior; es una reflexión sobre el espacio personal y cómo nos exponemos cuando alguien lo atraviesa", explica Juanes, quien, como asegura, por fin se reconoce en sus tres vertientes: arquitecta –el jurado destacó su formación para dominar la tridimensionalidad y los materiales–, artista y artesana. "Cada una de esas facetas alimenta mi trabajo de maneras distintas. Considero que lo artesanal tiene un valor enorme: si no hiciera cada pieza con mis manos, nunca habría llegado a las soluciones que he encontrado". Este hito en su carrera –es la tercera vez que se presenta– la sorprende en plena exploración: unir la joyería contemporánea con la música, ya que desde pequeña toca el violonchelo. "La idea es conectar la escultura en piedra con el arte sonoro; estoy trabajando en paralelo el material y la música. Me interesa mucho construir puentes, tanto entre lo material y lo inmaterial como en el sentido vital de atravesar diferentes etapas de vida", concluye.

MARIE-ISABELLE POIRIER-TROYANO
Entre dos mundos

La vida de Marie-Isabelle Poirier-Troyano (Málaga, 1970) ha discurrido a dos compases desde su infancia: el de su padre, francés; y el de su madre, andaluza –como precisa, en lugar de "española"–. Ambos le dieron una educación cercana a las artes y los oficios. "De pequeña ya era muy artista. Me daban un papel y a los cinco minutos ya lo había transformado en algo", rememora. Creció en París, pero recuerda con cariño los veranos en pueblos andaluces, viendo a su abuelo trabajar el esparto o a las mujeres de la familia bordar el ajuar de alguna novia en los patios de las casas. Estudió Artes Aplicadas en la parisina École Boulle, la misma escuela donde su padre se había formado como ebanista. Aunque, reconoce: "Me transmitió cierto miedo a ser artista por la inestabilidad de la profesión". Se volcó, así, primero en las artes gráficas –llegó a realizar catálogos para célebres diseñadores de moda– y, después, en el interiorismo. No desaprovechó ninguna oportunidad profesional para alimentar su inquietud creativa. "Desarrollando interiores de grandes hoteles, en-

"Soy medio francesa, medio andaluza. Mi padre era ebanista y uno de mis abuelos trabajaba el esparto. Ya de pequeña era muy ARTISTA. *Mi madre siempre decía que me daba un papel y a los cinco minutos ya lo había transformado en algo", explica Poirier-Troyano.*

tré en contacto con los mejores artesanos textiles y bordadores de Francia, y aprendí muchísimo de ellos, como los de las casas Lemarié y Lesage". Un día, conoció el *shibori* (una antigua técnica japonesa de reserva de color, en la que se manipula la tela con pliegues, nudos o costuras) en una exposición sobre el índigo en la capital francesa. Y entonces cambió todo.

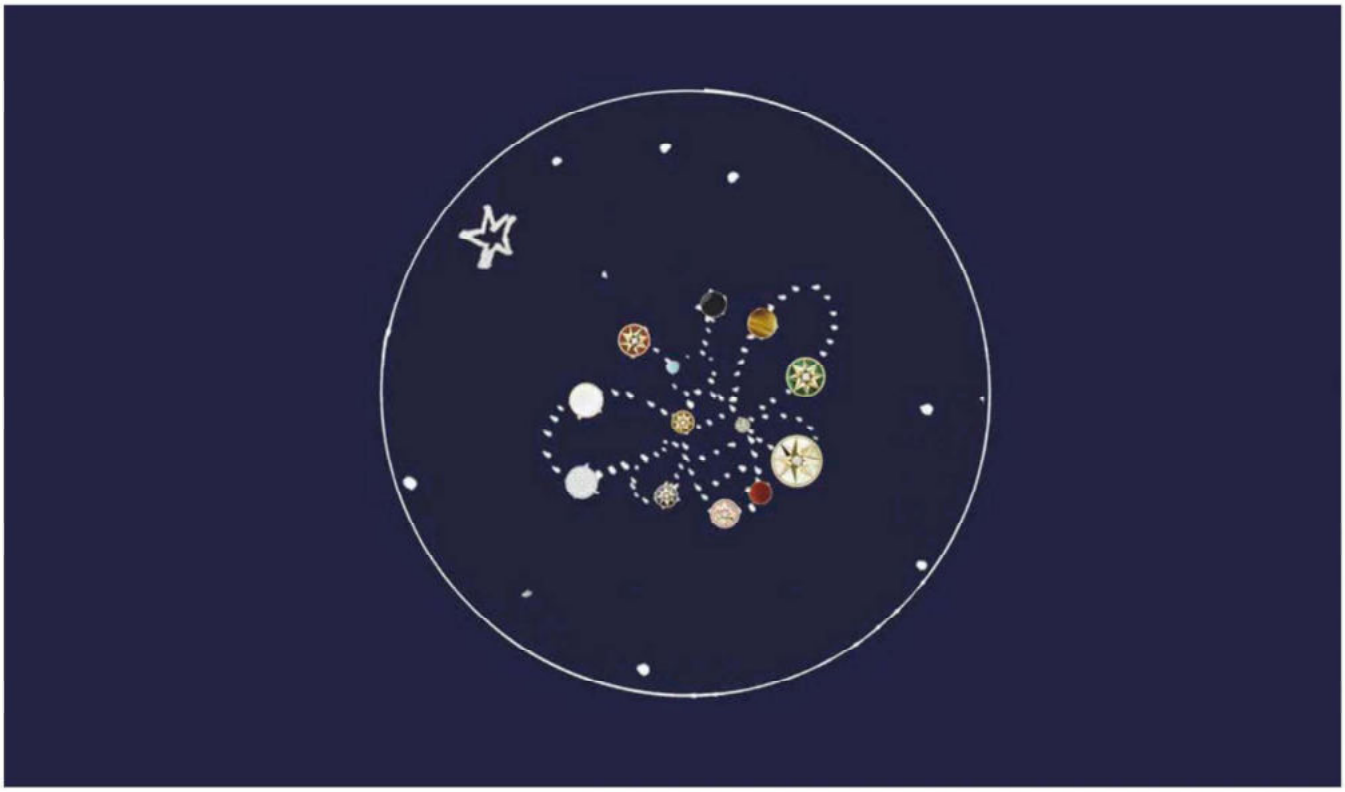
Con idas y venidas entre los dos países que llama hogar y sus dos facetas, la de interiorista y la de artista en ciernes, asentó sus coordenadas en Genalguacil, un singular pueblo malagueño comprometido con el arte y convertido en destino de creadores. Empezó a trabajar con lana porque un vecino le advirtió de toda la que podía obtener de las ovejas de la zona, y, de vez en cuando, organizaba talleres con sus vecinas. "La tela habla. Coser es un lenguaje. La puntada de cada mujer refleja su historia o lo que lleva por dentro", comparte. Su obra fue objeto de una exposición monográfica en el Museo de Arte Contemporáneo de la localidad que, junto a otros logros, detonó que las líneas paralelas que marcaban su vida se unieran: ahora, vive centrada en su arte y toda su historia adquiere sentido. Así lo ve: "Ser finalista del Loewe Foundation Craft Prize 2025 significa sellar una decisión vital". Al certamen se presenta con Feelings. "Encapsula un momento de felicidad. Es una escultura textil que transmite movimiento y ligereza. Me encanta bailar tangos y milongas; me inspiran mucho. Está bordada sobre yute y elaborada con técnicas como el *ori nui* (un tipo de anudado) y el *mokume* (punto). Fueron tres semanas de trabajo, día y noche. Me mueve el impulso, la intuición. No hago esquemas. Cada una es única; no podría hacer dos iguales". Gracias al contraste de texturas, las tensiones cromáticas y el relieve levitante que consigue, sus obras parecen poder tocarse con la vista. Como termina la conversación: *Et voilà!*

Marie-Isabelle Poirier-Troyano se postula con Feelings (sobre estas líneas), una escultura textil en yute y lino de apariencia flotante, realizada con la técnica japonesa de teñido 'shibori', mediante anudado 'ori nui' y punto 'mokume'. En las imágenes, la artista y detalles de su taller.

FOTOS: CORTESÍA DE LOEWE.

Compás TERRENAL

Se cumplen diez años del nacimiento de ROSE DES VENTS, *la colección de* DIOR JOAILLERIE *que une cielo y tierra gracias a un toque de superstición.* VICTOIRE DE CASTELLANE, *directora artística de la firma y artífice de la misma, explica los símbolos que hacen de sus joyas auténticos amuletos, ahora actualizados con motivo de su aniversario. Por* ÁNGELA MORENO.



Si alguien ama a una flor de la que no existe más que un ejemplar, basta para que sea feliz cuando mira a las estrellas", decía el principito de Saint-Exupéry mientras caía la noche. El cariño que el pequeño profesaba por su perfumada rosa en la novela era suficiente –al menos para el tierno personaje– para establecer un puente entre el cielo y la tierra. Un milagro que replica Dior Joaillerie en el décimo aniversario de Rose des Vents, colección insignia de la *maison* y, también, metáfora de la herencia que ahora celebra la firma. La primera vez que la línea vio la luz corría el año 2015 y la directora artística de la división joyera, Victoire de Castellane (París, 1962), encontraba toda la inspiración necesaria en los acantilados de Normandía. La localización exacta no era otra que la villa Les Rhumbs, donde Christian Dior pasó su niñez. Las fotografías de esta, en la región de Granville, dan fe de que el hogar puede incentivar la creación de la forma más dulce posible. Con una arquitectura y un entorno salido de un cuento de hadas, no es de extrañar que el modista coincidiera en hábitos con el protagonista de *El principito* y que ambos compartieran costumbres tan sencillas y amables como admirar aquello que les rodeaba e invertir tiempo en sus respectivos jardines. En el caso del *couturier*, el vergel de su casa contaba además con un elemento estelar que marcaría los pasos de su posterior línea de joyería. Se trataba de una rosa de los vientos inmortalizada en un mosaico que terminaría por inspirar la silueta original de Rose des Vents en el futuro. Este icono marino, compás e indicador de los puntos cardinales,

FOTOS: CORTESÍA DE DIOR.

ha guiado a De Castellane para reinterpretar la línea de joyería que ella misma inició. Con motivo de su décimo aniversario, la colección consigue un equilibrio difícil de articular, integrando todos los elementos que la componen: en primer lugar, la tierra, el mar y el cielo, referencias ligadas a la naturaleza que, sin embargo, cuentan con un trasfondo místico; pero también distintas especies de plantas e insectos, presentes en el parterre, que se suman como mágicos figurantes dentro del universo de Dior. Cada uno de dichos elementos está dotado de un significado propio. "La abeja, el lirio del valle y la hiedra refuerzan la idea de un talismán", explica su creadora acerca de estas metáforas del apego y la unión, que se traducen en una serie de medallones con nácar y ónice que funcionan a modo de *charms*. Con la posibilidad de que pueden combinarse con collares, anillos o un pendiente Tribal para multiplicar los estilos posibles. Así, como adelantaba la parisina, con el paso del tiempo la línea se ha enriquecido con nuevas incorporaciones, a las que se añadirán piezas inéditas durante el mes de julio. "La colección evoluciona como una familia, con cada símbolo añadiendo un toque al mundo de Dior", comparte la diseñadora, definiendo Rose des Vents como el camino hacia la innovación.

Entre los nuevos miembros, un reloj diseñado "como un péndulo sagrado", un broche o un anillo que evoca, por ejemplo, el vuelo de la abeja al polinizar una rosa. Amuletos que pretenden proteger a quien los lleve, transmitiendo una suerte de cuidado divino. "La idea de la superstición continúa inspirándome. Para esta edición, imaginé los *charms* y también está el Étoile des Vents, que es esencialmente el centro de Rose des Vents y se fusiona con la icónica estrella de Dior", explica la directora artística sobre su proceso creativo. Con la mítica rosa de los vientos como punto de partida, estos objetos se salpican de piedras preciosas y reflejan la excelencia de los *ateliers*.

Su esencia marina se confirma a través de varias piezas moldeadas para recordar a la cuerda de un navegante y revelar una cara adornada con la rosa de los vientos. Una imagen que cobra la forma de una estrella de ocho puntas en oro y con un único diamante, para ligar el océano con el firmamento. A la piedra preciosa la acompaña el número de la suerte de Christian Dior, el ocho, presente en el diseño original ubicado en la villa del fundador. "Cuando me uní a la firma por primera vez, visité la casa y en su jardín, el mosaico con forma de rosa que representa una brújula, me recordó a una fuente. De ahí surgió la idea de introducir el diamante", relata De Castellane. Pero no es el único añadido. Su estética personal también incluye corazones, y calaveras que llegan a esconder gemas secretas en su interior. "Con las piedras y sus colores quería trasladar la exploración de todos ellos. Cada año, la colección se expande como un diario de viaje imaginario", cuenta.

Entender la serie en su conjunto, como relatan desde la firma, implica emprender una odisea. Basta con encontrar un punto de referencia cardinal e ir allá donde marque la brisa. No importa si el itinerario es real o alegórico. "Para mí, crear una joya o una obra de arte significa perseguir algo hasta el final, como el viento. Se trata de otra cosa, de la guía que muestra el camino", profundiza Victoire de Castellane. Una vuelta a los inicios inspirada por el jardín original al que la creativa regresa para revivir la fascinación de *monsieur* Dior por las artes adivinatorias y la astrología. "Juntos forman una constelación", afirma en relación a diseños como Rose Céleste, que trata de reflejar un diálogo imaginado entre la Luna y el Sol.

"Continuaré siguiendo esta estrella, más lejos incluso", sentencia soñadora la francesa. Y es que, afortunadamente, aun queda mucho para que este astro se apague.

"La abeja, el lirio del valle y la hiedra refuerzan la idea de un TALISMÁN. *La idea de la* SUPERSTICIÓN *continúa inspirándome".*

Ilustraciones creadas por Victoire de Castellane para el décimo aniversario de Rose des Vents.

En las instantáneas, detalles de las obras de los artesanos que han colaborado con JCPAJARES *en su última colección Annual 25. Abajo, el diseñador junto a su ceramista, Paco.*

REGRESO AL FUTURO

JCPAJARES recupera el saber hacer de los artesanos castellanos en su última colección. Una oda a la tradición que mira hacia delante. Por N. PHILLIPS.

Puede que la colección Annual 25 la firme JCPajares, pero tras cada una de las puntadas, detalles y accesorios de sus *looks* se esconden un buen puñado de nombres más. En concreto, los de la decena de artesanos que han puesto su saber hacer al servicio del modista, recuperando incluso muchas técnicas olvidadas que ahora reviven gracias a este proyecto que aúna tradición y diseño. "Una de las artes que más nos costó traer de vuelta fue el denominado gurullo, un acabado en relieve que se utilizaba en el tejido de alfombras y que parte de un bastidor manual", explica el creador. Pero no solo los bastidores de alfombras han ayudado a tejer algunos de esos abrigos que ahora son ya auténticas piezas de coleccionista. En cada prenda de la propuesta se esconden otros tesoros que proceden del oficio de esos maestros castellanos con los que colabora el guadalajareño. "Los botones me los hace mi ceramista, Paco; para las flores de encaje de bolillos de nuestros broches, trabajo con Marisol, una señora maravillosa que también investiga técnicas en desuso; para la cestería, con un artesano y su hijo; y para los estampados, con Genoveva, que se encarga de pintarlos a mano con tintes naturales para el *show*, aunque luego los digitalicemos para la producción comercial". Toda una red de auténtico saber hacer en la que cada pieza del engranaje es necesaria para la muestra final de la colección pero, más importante todavía, para mantener viva la tradición. "Tienes que buscar al artesano que quiera meterse en la locura de invertir su tiempo en investigar y crear contigo, pero merece la pena, sobre todo, por asegurar que el saber no se pierda", concede.

FOTOS: D.R.

RIVIERA MAYA, MÉXICO.
Zentropia
PALLADIUM SPA & WELLNESS
Descubre un oasis de bienestar
y encuentra el equilibrio perfecto
entre cuerpo, mente y alma.
Disfruta nuestros rituales de relajación
con técnicas ancestrales,
tratamientos de última generación,
áreas termales y piscinas privadas.
RESERVA TU MOMENTO.
RESERVA ZENTROPIA.
PALLADIUM
HOTEL GROUP
RIVIERA MAYA • MÉXICO • REPÚBLICA DOMI-
NICANA • JAMAICA • BRASIL • ITALIA
PALLADIUMHOTELGROUP.COM
ZENTROPIA-SPA.COM
ZentropiaSpa

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

Volver a EMPEZAR

La cantante MARIA ARNAL *afronta una nueva etapa en solitario que arranca con varias paradas en los festivales más importantes del territorio nacional y extranjero. Este verano volverá a demostrar por qué es la reina de la música avanzada. Fotografía* BERTA PFIRSICH. *Estilismo* HELENA CONTRERAS. *Por* ALBERTO SISÍ.

En esta página, Maria Arnal lleva vestido y zapatos, todo de MARNI. *En la página siguiente, blusa de seda, de* CARVEN.

Han pasado ya más de cuatro años desde la publicación de *Clamor*, el último disco en el que se escuchó la voz de Maria Arnal (Badalona, 1987), una de las más singulares y especiales del panorama musical nacional. La catalana formaba pareja artística entonces con Marcel Bagés, una dupla que rompía tras terminar una celebrada gira con todas las entradas vendidas que acompañó el lanzamiento. "Era algo que estaba cantadísimo desde hacía mucho", reconoce Arnal tras la sesión de fotos que ilustran estas páginas. "O se acababa eso o dejaba la música, así de claro", apunta con total honestidad. "Tenía que continuar de esta manera y ahora me siento mucho más feliz con lo que soy y lo que hago. Estoy orgullosa de haber sido valiente y no quedarme en una inercia que no me llenaba y en la que no estaba a gusto", continúa.

Quedaba atrás un proyecto en el que figuraban dos discos, *45 cerebros y un corazón* –presente en todas las listas de lo mejor de su año de publicación, 2017– y el mencionado *Clamor*, para dar paso

"En este momento quiero hacer todo lo que no he podido antes, ¿sabes? ATREVERME. *Es una etapa de* DEBUT *para mí en muchos sentidos", explica Maria Arnal.*

a una era en solitario, con cambio de *management* incluido, que arrancará oficialmente en la próxima edición de Sónar, el festival de música avanzada de Barcelona que se celebra entre el 12 y el 14 de junio en varios espacios de la ciudad, y seguirá también en el Kalorama de Madrid, el BBK Live de Bilbao, Italia, México o Austria, entre muchas otras citas todavía por confirmar. Un final a casi tres años de relativo silencio en los que la artista no ha parado. "Esta etapa es el resultado de todas las Marias previas. De alguna manera, desde que terminé la última gira, he estado experimentando con diferentes expresiones de la música, montando instalaciones sonoras e investigando la voz desde tecnologías de IA con una perspectiva ética", comparte.

Hasta llegar a estas nuevas Marias, sin embargo, hubo muchas otras por el camino. Incluida también, una niña precoz que encontró en la música su lugar. "Mis padres son profesores, pero les encanta cantar. Mi madre daba clase de Ciencias Naturales y es una persona muy curiosa", introduce. "Un día, siendo yo muy pequeña y cuando todavía no hablaba, mi padre me encontró cantando". Con aquella destreza presente en casa, el siguiente paso estaba claro. "Aprendí a tocar la guitarra en el *esplai*, que es una cosa *molt catalana*. Y luego el piano. Aunque no estar en un conservatorio ya me cerraba las puertas al mero hecho de poder soñar con dedicarme a eso". Pero en la edad adulta todo cambió: "Los estudios de música los hice cuando empecé a cantar y me apunté en la Escuela de Música de Badalona. Ya tenía 25. Mis clases de lírico las he dado de mayor siempre con el mismo profesor, con el que sigo".

Quizá por ese destino preclaro desde la infancia, la artista no ha parado nunca de aprender y buscar inspiración en los lugares más insospechados. Hace apenas unos meses cantaba en un evento en el CERN de Ginebra, la organización de investigación europea en la que se encuentra el Gran Colisionador de Hadrones. "Me parece muy coherente con mi trayectoria. No todos los artistas lo pueden hacer, pero no te creerías la de bolos que han salido de aquello", concede con una carcajada. "Antes de aquello recibí una beca europea muy guay para cursar una residencia en el *Barcelona Supercomputing Center* [Centro Nacional de Supercomputación], pude hacer bandas sonoras –compuse la canción de *La virgen roja* y la banda sonora de *Polvo serán*, una experiencia nueva porque no había hecho música para cine– y mientras tanto he ido creando canciones desde un lugar completamente nuevo", rememora la artista.

"Yo solía siempre componer a partir de las letras, pero en las que estoy preparando que se presentarán en Sónar –es un repertorio cien por cien nuevo– y en la gira, lo he hecho distinto. He viajado fuera relativamente poco y me encanta ver que ahora hay un interés, creo que llega por los proyectos que he hecho más experimentales", admite Arnal. "ARS Electrónica [una organización austriaca dedicada al arte, la educación y la investigación digitales] me dio un premio el pasado año por una instalación y de repente se han mostrado atraídos por el *show*". El reconocimiento al que hace referencia es el S+T+ARS a la obra *Maria CHOIR* que se pudo ver en una exposición en el CCCB de Barcelona dedicada a la inteligencia artificial a finales de 2023.

Comienza esta nueva época con música inédita, pero que nadie se lleve a engaño. Al igual que sucedió con *45 cerebros* y *Clamor*, primero llegará el espectáculo con el que Maria Arnal busca probar a un público fiel. "El escenario de Sónar es uno que quiero muchísimo y me han tratado siempre superbién. Se verá todo lo que he ido generando, pero con un nuevo sonido sólido y contundente", adelanta. "Al componer estas nuevas canciones he improvisado con la voz. Gracias a poder clonármela muchísimas veces –creo que hay alrededor de 60 Marias– se canta desde una intimidad que para mí tiene mucho que ver con escribir a mano, algo de diario o disco epistolar. Eso me encanta", reconoce. "El hecho de calcarme la voz está relacionado con esas polifonías interiores que tenemos los que escribimos. Tú, cuando escribes, simplemente apuntas lo que dice una voz dentro de ti. Eso me parece fascinante. Lo que hay dentro de nosotros, compuesto por lo que nos han contado nuestras madres, abuelas o profesoras, se va instalando en nuestro interior".

La genealogía que menciona Arnal está reflejada en *Ama*, el primer adelanto de un disco largo del que no quiere soltar prenda. "Habla mucho de la idea de interioridad, que se explica a través del título y tiene que ver con el linaje femenino de mi familia. El lugar que ocupaban las mujeres en el patriarcado era el de la interioridad. Se puede entender como lo doméstico, pero también como un símil de nuestros cuerpos", comparte. "Para mí es muy extraño verme desde fuera, pero siento que el resultado de estas canciones está en un lugar mucho más íntimo. Lo he hecho dando libertad a mi voz y las letras han llegado después de las melodías, que ya estaban hechas. En este momento quiero hacer todo lo que no he podido antes, ¿sabes? Atreverme. Es una etapa de debut para mí en muchos sentidos". Y apunta: "He trabajado con un sonido muy minimalista, las he producido junto a Alizzz y Pau Riutort".

Precisamente con Alizzz lanzó hace algo menos de un año *Despertar*, una colaboración sorprendente en la que la artista aportaba la voz al reconocible sonido del de Castelldefels. "Él me muestra la canción y es algo que ya está terminado. *Despertar* me encanta, pero no es el tema que yo haría. Simplemente entré",

La cantante luce vestido de NINA RICCI; *y botas de* MOROBÉ.

***"Lo importante es estar abierta a lo que pueda pasar en tu vida, permanecer en contacto con lo que te dice el cuerpo. Igual lo que para alguien es* ÉXITO, *para ti es una* CÁRCEL".**

En esta página, camisa, falda y top, todo de RENAISSANCE RENAISSANCE; *y zapatos de* MOROBÉ. *En la página siguiente, vestido camisero, de* SCHIAPARELLI; *y pulseras de* SIMUERO.

Peluquería y maquillaje: Manuela Pane (Kasteel Artist Management) para Dior y Living Proof. Atrezo: Julia Marina Salgado. Ayudante de estilismo: Claudia Catroux. Ayudante de atrezo: Juan Pablo Erquiaga.

explica Arnal sobre este *single* que cogió de improviso a quienes han seguido su trayectoria. "El pop me gusta, al igual que otras cosas muy inaccesibles para la mayoría de gente. En el bolo habrá piezas vocales muy bellas e incluso sofisticadas, pero también canciones que son muy pop aunque dentro de lo que yo hago, que siempre es algo quizá un poco más enrarecido".

El camino hasta llegar al escenario de nuevo en 2025 tuvo parada en el aludido Centro Nacional de Supercomputación, pero también en Islandia. "Gracias a los proyectos más artísticos de estos últimos dos años conocí a la gente que trabaja en el Laboratorio de Instrumentos Digitales de Reikiavik. Conseguí una residencia allí el pasado invierno que fue increíble, ir a ese país era un sueño que siempre había tenido. Fue genial", rememora. "Estuve allí experimentando con sus instrumentos y grabando muchas muestras para poder producir archivos que después utilizaría en las canciones". De ahí surgió otra de las ideas nuevas que mostrará ante el público. "Hay bailarinas por primera vez en mi propio *show*. No son convencionales, son parte de la compañía La Veronal", reconoce. Y a principios de agosto las acompañará a la Bienal de Arte de Venecia con *La mort i la primavera*, un espectáculo que adapta la novela de Mercè Rodoreda del mismo título.

Encaja Maria Arnal a la perfección en una industria que demanda de los artistas una producción y exposición constantes. Algo que *a priori* podría parecer contradictorio, pero para lo que la artista tiene explicación. "Creo que hay muchos circuitos y se puede vivir muy bien a mi ritmo. A veces tendemos a pensar que solo existen los más visibles, pero hay muchos proyectos que funcionan económicamente y tienen unos números en Spotify que son ridículos", razona. "Lo importante es estar abierta a lo que pueda pasar en tu vida, permanecer en contacto con lo que te dice el cuerpo. Igual lo que para alguien es éxito, para ti es realmente una cárcel", concluye convencida.

ARTE *en* VIVO

Con la belleza del paisaje del MATARRAÑA *como telón de fondo, Albarrán Bourdais inaugura* SOLO SCULPTURE TRAIL, *un parque de esculturas al aire libre que invita a conectar con la naturaleza. Por* CECILIA CASERO.

Christian Bourdais, cofundador junto a Eva Albarrán de la galería que lleva el nombre de ambos, visitó muchos lugares buscando la ubicación perfecta para el que sería su siguiente proyecto. "Viajamos a Italia, Grecia, Turquía, Portugal... porque había varias localizaciones en el mundo que podían acoger este tipo de proyecto, que es bastante ambicioso, y esta ganó. Es, probablemente, uno de los sitios más bonitos en España", afirma sin titubear. El galerista se refiere al parque natural de los Puertos de Tortosa-Beceite en el Matarraña, Aragón, el lugar escogido para asentar Solo Sculpture Trail, el parque de esculturas al aire libre que el próximo 15 de junio –y después de tres ediciones celebrándose en formato expositivo bianual– abrirá, ahora ya sí de manera permanente, en el espacio que también ocupa Solo Houses. La iniciativa parte de la Venta d'Aubert, una bodega ecológica fundada en la década de 1980, y reunirá más de 20 obras –de las que casi la mitad son nuevas– a lo largo de tres kilómetros por paisajes plagados de viñas centenarias, campos de olivos y bosques. "El sitio es espectacular. No es solo una vista bonita, es mucho más y la gente no se lo espera. El recorrido está en un entorno increíble, pero creo que lo que hacemos bien es integrar las obras de una forma muy fina. No es una simple acumulación de piezas, sino que hay ritmo y diálogo, y eso es único. Hay pocos *sculpture trails* en el mundo que tengan esta lectura tan sutil entre el arte y la naturaleza. Las obras no están aquí para imponerse con arrogancia y eso se percibe cuando lo visitas", afirma Bourdais.

Este paraje situado en la España vaciada y cargado de una sencillez monumental aunaba los dos requisitos que necesitaban. "El primero, que la naturaleza estuviera intacta y no se pudiera ver la huella humana –que no hubiera postes de electricidad, por ejemplo–; y el segundo, que pudiéramos desarrollar construcciones integradas en la naturaleza de esta envergadura. En cada región hay unas normas urbanísticas y no es tan sencillo poder dar carta blanca a los arquitectos", explica Eva Albarrán de los inicios de Solo Houses, el proyecto que ha dado lugar a una colección inmersiva de casas que expanden las posibilidades del diseño y que plantó la semilla del recién inaugurado trazado de esculturas. "Cuando consigues tener a los mejores de la arquitectura mundial y, al mismo tiempo, un parque con obras que son piezas de museo,

eso es para mí el verdadero lujo, no el *branding* de las cosas que brillan", reflexiona Bourdais. Solo Sculpture Trail está destinado a ser una de las rutas de esculturas más ambiciosas de las de su especie, estará abierto durante todo el año, contará con nuevas incorporaciones periódicamente que prometen que cada visita sea diferente a la anterior y, además, vendrá acompañado de un completo programa de eventos con motivo de su inauguración: jornadas gratuitas y actos culturales, musicales y gastronómicos, así como las puertas abiertas de las Solo Houses, que normalmente solo pueden visitarse como parte de reservas de estancias.

La ruta –que puede hacerse a pie o en bicicleta eléctrica– está planteada para que el visitante reconecte con la naturaleza. "El recorrido en sí, aunque no hubiera obras, es increíble. Pero además, el encuentro con ellas te invita a pararte y a mirar la pieza y el entorno. Ese trabajo con los puntos de vista, de pensar en qué momento y cómo te encuentras con las esculturas para que te sorprendan, para que sea un espacio donde puedas sentarte y hacer una pausa, está muy presente", explica Albarrán. El sendero, aunque está muy pensado desde el punto de vista de la experiencia del visitante, pone en el centro el respeto a la integridad de la zona del Matarraña. "Tenemos la responsabilidad de no dañar el lugar porque, como dice Eva, hace 500 años estos paisajes ya eran alucinantes. Así que hay que pensar muchísimo qué vas a colocar ahí. Este recorrido lo llevamos macerando desde hace seis meses y tenemos un diálogo permanente entre nosotros. De todos modos, no hay mucho ego en las piezas", concede el experto.

La pareja, además de tener una galería con sedes en Madrid y en Menorca y representar a más de una veintena de artistas contemporáneos, cuenta con una larga experiencia en el territorio de la producción de obras en el espacio público, de ahí que Solo Sculpture Trail haya nacido de manera bastante orgánica. "Este tipo de piezas son importantes por varias razones. En primer lugar, efectivamente son un reto técnico, y eso es interesante, pero también provocan un encuentro que democratiza el arte. Es decir, entras en contacto con una obra sin ir a un museo o una galería, sino en tu propio entorno. Eso es algo que nos gusta y nos interesa", argumenta Albarrán.

El parque reunirá esculturas de artistas como Claudia Comte, Héctor Zamora, Olivier Mosset, SUPERFLEX, Iván Argote y Bertrand Lavier, entre otros. Y, aunque todos tienen sus personales discursos, en sus creaciones es posible encontrar un trasfondo narrativo unido al entorno, tal y como confirma la galerista. "Muchas de las obras se acercan a la temática de la naturaleza o de cómo nos comportamos con otras especies, es decir, que están conectadas también desde el punto de vista conceptual".

Gran parte de estos creadores han ideado sus piezas *ad hoc* para este proyecto y el proceso de fabricación de estas tiene un fuerte arraigo local, uno de los factores que más cuida la pareja y de los que más orgullosos se sienten. "Cuando producimos obra nueva, casi todos los artistas vienen, les enseñamos el recorrido y dónde la vamos a poner", explica Albarrán. Y añade: "Creo que una de las cosas más positivas de la iniciativa es descubrir las nuevas esculturas y seguir generando esta relación de comunidad con los pueblos que rodean Solo Houses, con el herrero, el constructor, el pintor… La gente se ha apropiado de ella y la siente como algo cercano". Una interacción que les ha dejado más de una anécdota: "La primera vez recuerdo que algunos decían: 'Pero ¿qué es esto?'", rememora Eva. Y Christian remata su frase: "Y ahora les divierte. Les damos bastantes proyectos y están como 'a ver qué locura nos van a pedir ahora'". Pero al margen de curiosas interacciones, Albarrán zanja convencida: "Tengo que decir que nuestros artesanos locales son maravillosos y buenísimos".

En la página anterior, la obra 'There is an Elephant in the Room' (2023), de SUPERFLEX, que forma parte del recorrido de Solo Sculpture Trail. En esta página, Solo House diseñada por el estudio Office KGDVS.

FOTOS: CORTESÍA DE ALBARRAN BOURDAIS / SOLO HOUSES, PABLO GÓMEZ, BAS PRINCEN.

Una BROMA *a* TIEMPO

¿Qué pasaría si los hombres 'robasen' el feminismo y lo usasen para resolver sus propios problemas de género? CAITLIN MORAN *piensa que el mundo sería un lugar mejor. Y así lo defiende, con lenguaje directo y una generosa dosis de humor, en su nuevo ensayo. Por* EVA BLANCO.

Una periodista sabe que se va a reír mucho en el transcurso de la siguiente hora cuando al primer saludo que le dirige a la entrevistada, un 'qué tal, cómo te encuentras' absolutamente carente de épica, esta le responde en tono despreocupado: "Un poco resacosa. Unos amigos vinieron ayer a casa. Teníamos pendiente poner a parir a un nutrido grupo de personas, así que abrimos unas botellas de champán y nos sentamos en el jardín a dar rienda suelta a nuestra maldad. Era un trabajo necesario". La artífice de esta suculenta introducción es la escritora británica Caitlin Moran (Brighton, 1975), que se estableció como referente feminista tras la publicación, en junio de 2011, del superventas *Cómo ser mujer*, las irreverentes memorias en las que expone y combate, desde su inconfundible tono humorístico, las violencias, asimetrías y estereotipos tradicionalmente vinculados al universo femenino.

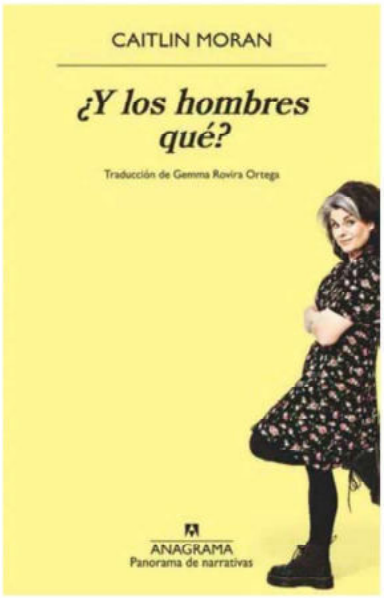
Casi una década y otros cinco libros después –incluyendo la secuela *Más que una mujer,* un texto en el que se adentraba con ojo crítico en los estragos de la mediana edad–, Moran ha vuelto con un título, *¿Y los hombres qué?*, que cuenta con un singular logro: el de haber cabreado a un montón de gente de sensibilidades políticas opuestas. "Generó una gran controversia en Gran Bretaña cuando vio la luz, en julio de 2023. Resulta que si perteneces a una minoría, si eres una mujer, una persona de color, neurodivergente o un miembro del colecctivo LGTBIQ+, estás acostumbrado a que escriban sobre ti como 'un tipo de persona', pero los hombres heterosexuales blancos [el grupo demo-

gráfico en el que se centra el ensayo] no están acostumbrados a que se les analice en esos términos. Así que sí, se enfadaron mucho", comenta la también columnista de *The Times* con motivo de la llegada del volumen a las librerías españolas, el 28 de mayo, bajo el sello de Anagrama.

¿En qué elementos cimentaban su rechazo? "Los que eran muy de derechas decían: 'Caitlin Moran argumenta que los hombres tienen problemas a la hora de hablar sobre sus emociones. Los hombres no deberían hablar sobre sus emociones. No es natural. Está intentando convertir a los hombres en mujeres. ¡Que la jodan a ella y a su libro!'. Los que eran muy de izquierdas decían: 'Caitlin Moran argumenta que los hombres tienen problemas a la hora de hablar sobre sus emociones. ¡Qué concepto más anticuado! ¡Qué condescendiente! ¡Los hombres no tienen ningún problema para hablar de sus emociones!'. Lo curioso es que ese es, exactamente, el tipo de conversación entre visiones opuestas que yo quería propiciar con este texto", ahonda y continúa con resignación: "Las amenazas de muerte se volvieron muy intensas. Tuve que cerrar mi cuenta de X un mes, hasta que se cansaron y se fueron a amenazar de muerte a otras personas".

Además de los citados retos comunicacionales, la autora detecta problemas como el temprano acceso al consumo de pornografía extrema por parte de los preadolescentes; la presión estética con respecto al cuerpo y los genitales; la resistencia de muchos a la hora de acudir al médico de manera regular; la toxicidad de los discursos que triunfan en la 'machosfera' o la ausencia de una narrativa optimista de lo que significa ser un hombre (blanco, hetero) en el contexto sociocultural actual. A pesar de su esfuerzo por apuntalar sus tesis con testimonios cercanos y estudios estadísticos, el carácter generalista y poco matizado de estos temas también le ha suscitado a Moran algunas críticas. "Me encantan las generalizaciones. Y, generalmente, estoy a favor de ellas. Me parece muy vanidoso que alguien diga que, porque una persona no haya tenido una experiencia concreta, lo que estoy diciendo se puede desestimar por completo. Quien diga que es arcaico asegurar que los hombres tienen problemas para expresar lo que sienten porque hay muchos que lo hacen con naturalidad, quizá se esté perdiendo que otros muchos no lo hacen. Las estadísticas nos dicen que, en el Reino Unido, el suicidio es la principal causa de muerte para los hombres por debajo de los cuarenta años. Los datos están ahí", defiende, a la par que identifica una clara razón para explicar el "creciente enfado social en contra de las mujeres y el feminismo".

"Durante los últimos 15 años, el feminismo ha sido una herramienta estupenda a la hora de hacer que las mujeres se sintieran bien con respecto a sí mismas. Hay libros, series, películas y canciones que versan sobre un montón de temas: de la adolescencia a la menopausia, de la maternidad a la aceptación corporal. Hay una explosión masiva de soportes que alimentan ese diálogo y el mensaje que se transmite es de naturaleza celebratoria", comenta y prosigue: "En contraposición, los titulares sobre hombres plantean, en muchos casos, un escenario de violencia, fracaso escolar o radicalización *online*. Lo único que se escucha sobre ellos son malas noticias y cómo su mundo parece reducirse cada vez más. Por eso, cuando muchos dicen que el feminismo es divisivo o ha ido demasiado lejos, creo que a lo que se refieren es a que el grueso de la conversación principal se centra solo en las mujeres. Pero, de lo que no se dan cuenta es de que ellos también pueden poner sobre la mesa las cuestiones que les afectan o generan conflicto. Exactamente igual que hemos hecho nosotras. Incluso como modelo de negocio, el feminismo ha sido uno de los inventos más exitosos de la humanidad. Si alguien tiene una idea mejor, estupendo. Si no, ¡robadnos un poco de feminismo! ¡Vamos! A las mujeres nos ha funcionado genial".



"Es de buena educación ser todo lo DIVERTIDO que puedas cuando hablas de COSAS SERIAS".

Otro de los grandes temas sobre los que Moran pone el foco en *¿Y los hombres qué?* es el uso precoz e indiscriminado que los niños pueden hacer de Internet y las potenciales amenazas que la navegación no supervisada puede entrañar en el desarrollo de su identidad. "El chico más conflictivo de clase le va a enseñar porno a tu hijo en su móvil y, a no ser que seas consciente de que estas cosas pasan, y de que pasan incluso antes de que hayan cumplido los diez años, no podemos prepararles para ello. Internet ha sido un experimento horrible en muchos sentidos. Yo soy una mujer de 50 años. El algoritmo me muestra preciosas extensiones de cocina, perros y vídeos feministas. A tu hijo preadolescente, el algoritmo le empieza enviando porno suave, chicas haciendo yoga en biquini con el *link* a su cuenta de OnlyFans. Tú ni siquiera eres consciente de ello, porque habitas en un mundo digital paralelo. Por eso se necesita un diálogo constante con ellos. Y la mejor manera de hacerlo, en vez de sentarles con gravedad en una silla, es introducir preguntas de manera relajada en un trayecto de coche o haciendo algo juntos", ahonda.

Por otro lado, sobre su reciente aterrizaje en la cincuentena, Moran se muestra plenamente satisfecha. "¡Es jodidamente brillante! No solemos vender la idea del envejecimiento en mujeres como un gran logro. Todavía gira todo en torno a ser joven y guapa. Sin embargo, hay que decirle a las chicas que esto es fantástico. Sabes lo que quieres, has conseguido librarte de todas las malas amistades, tienes una mascota, un jardín, has perfeccionado la receta de una tarta y finalmente has conseguido saber con precisión cuál es la cantidad de alcohol que puedes beber antes de provocar vergüenza ajena. Vamos, que no querría ser un año más joven de lo que soy. La cosa mejora. De verdad, tu vida se expande a medida que aprendes a huir de todos los gilipollas", dice entre carcajadas, haciendo gala por enésima vez en esta conversación de que, en su universo, la complejidad de una materia nunca está reñida con la posibilidad de explorar su dimensión cómica. "Es de buena educación ser todo lo divertido que puedas cuando hablas de cosas serias. En un mundo de cabreados Andrew Tates, yo solo aspiro a ser esa persona que se sitúa en el medio de todo y dice: '¡Ey! ¡Hemos puesto a un hombre en la Luna y hemos inventado a los Beatles! Todo va a salir bien".

FOTOS: GETTY IMAGES, CORTESÍA DE ANAGRAMA.

Heredarás la TIERRA

La cineasta BELÉN FUNES *firma en 'Los tortuga' una segunda película en la que explora las relaciones familiares, el duelo y los legados en tiempos de precariedad. Por* ALBERTO SISÍ.

Si algo tuvo claro desde el principio Belén Funes (Barcelona, 1984) sobre su segundo largometraje, *Los tortuga*, era el nombre de la actriz que debía ser una de sus protagonistas. "Quería que la película la hiciera Antonia Zegers, pero yo sé que es alguien que trabaja muchísimo y a la que seguramente le envían un montón de guiones. Una forma de desmarcarme y que leyera el mío –supongo que su agente le filtrará un montón– era imprimirlo y enviarlo a Chile", cuenta sobre ese anhelo que le llevó a tantear directamente a la estrella chilena de largometrajes como *El conde*, *Una mujer fantástica* o *El club*. "En plena pandemia, me fui a Correos, fue carísimo mandarlo. Le escribí –ya nos habíamos encontrado un par de veces en Zoom– y le dije: 'Antonia, hay un guion volando hacia tu casa. Espero que llegue'", recuerda. Y llegó.

Zegers era un puntal necesario como esa mujer taxista, Delia, que tiene que navegar la Barcelona a la que emigró con su marido recientemente fallecido desde Jaén junto a una hija con la que vive el duelo de perder a su pareja y replantearse entonces todo. Vuelve a construir aquí Belén Funes, unida a Marçal Cebrián, el guion de una historia que ahonda en las relaciones intrafamiliares como lo hacía *La hija de un ladrón*, una ópera prima por la que se alzó con el Goya a Mejor dirección novel en 2020, pero desde el ángulo de quien se vio obligado a emigrar. Una historia la de este nuevo proyecto de raíces, en la que el vínculo entre los que salieron del campo andaluz en busca de una vida mejor y los que se quedaron es imprescindible para desarrollar la trama.

"Sabía que esta era la segunda película un poco por intuición. Tanto la primera como esta las he escrito para rodarlas y dirigirlas yo. No sé cómo se trabaja de otra forma así que decidimos empezar con el guion cuando supimos que queríamos que fuera sobre ese tema, el día que mi familia nos contó que habían decidido vender los olivos a una empresa que iba a instalar placas fotovoltáicas", comparte la cineasta sobre este filme que se verá en cines a partir del 23 de mayo y se alzó con tres biznagas en la última edición del Festival de Málaga, a

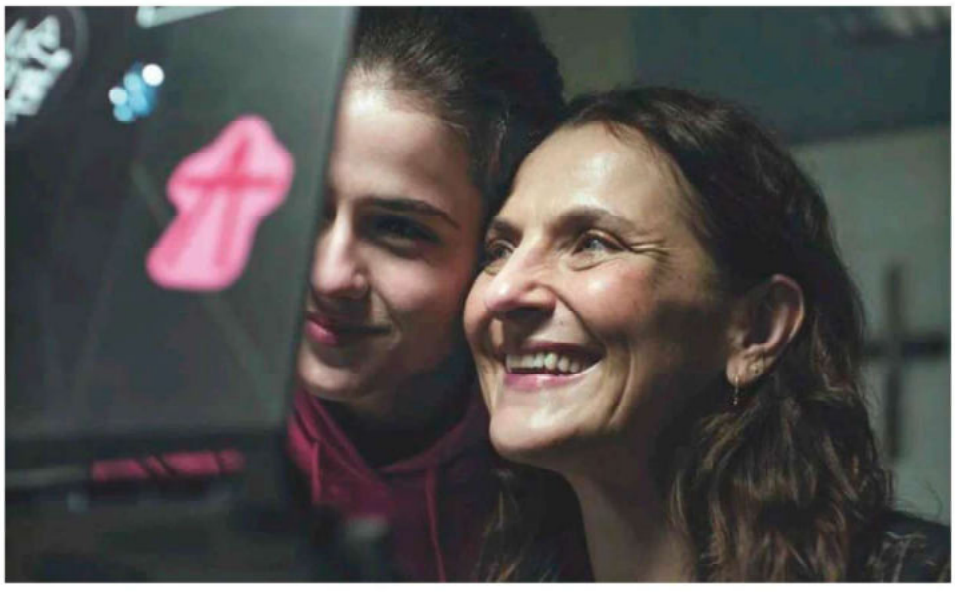
Mejor dirección, Mejor guion y Premio Especial del Jurado. "Venían de una época en la que habían tenido muchísimas pérdidas en el campo. Este año ha llovido mucho, pero desde hace ocho años lo hacía extremadamente poco. Habían acumulado gastos porque se les había muerto una gran población de olivos y un día decidieron que se iban a deshacer de ellos. Le queríamos dar un cierre al lugar porque aquellos eran los campos de mi familia y para ello necesitábamos esta película".

Para llevar a buen puerto la empresa que suponía rodar *Los tortuga*, hacía falta también dar con Anabel, esa hija que intenta superar la muerte de su padre, al tiempo que se despide de su adolescencia. "Entre todos diseñamos una estrategia. No queríamos hacer la película con una actriz porque con esa edad no hay nadie. Hicimos una lista de lugares en los que podría encontrarse quien hiciera el personaje. Buscamos en escuelas de teatro, pero también directamente en la calle: manifestaciones, bares, discotecas, bibliotecas o el metro. Anabel podía estar en muchos sitios", comparte Funes. "En las escuelas era casi imposible encontrar esta cosa espontánea y nueva que yo andaba buscando. En un momento de desesperación, tras cuatro meses de búsqueda *heavy*, Cristina [Pérez, la directora de *casting*], sale del metro y en la puerta se encuentra a Elvira", añade. Esa Elvira es Elvira Lara, un nombre muy a tener en cuenta de cara a los grandes premios del año.

Queda patente que contar esta historia remueve algo muy personal de la realizadora. "No sé si es realmente autobiográfico, pero sí ha sido un ejercicio de *autovidencia* y autorreferencia", admite la directora entre risas. Su propia historia familiar tiene mucho que ver con la de Delia y Anabel. "A la gente que nos íbamos a Barcelona nos llamaban así. A los hijos; hijos de los tortuga. Era una forma de tener a la gente controlada: en los pueblos todo el mundo sabía quién se había ido y a dónde. El pueblo de mi padre se quedó con una población mínima porque si no te morías de hambre", razona. Ese duelo que se ve en pantalla está relacionado también con uno propio. "La escritura de guion a mí me ayudó a aprender a vivir el mío", explica. "En la película hay muchos. El que se da por la muerte del padre, pero también por la vivienda, la adolescencia, la clase media o la tierra. Pronto nos dimos cuenta de que la película está compuesta por pequeños nódulos que tienen que ver con lo que sucede cuando la vida se da la vuelta y te da una buena hostia. No sabes cómo ha pasado y te quedas en *shock*".

Ya con su primer largometraje, que no solo la llevó a los Goya, pero también a San Sebastián, entre muchas otras citas, Funes dejó claro que era una directora con un firme compromiso social, algo que ha replicado en su segundo largometraje. "Me resulta muy difícil desvincular el cine de la política. Igual que se me hace muy difícil desconectarme a mí misma de ello", explica. "Me parece interesante hablar sobre cómo lo político atraviesa lo íntimo y lo privado. Creo que todavía está por descubrir. Todas las decisiones que se toman en un parlamento van a impactar de una forma u otra en las vidas de las personas. Si se tuviera consciencia, muchos debates no se podrían siquiera plantear en el espacio de lo publico", continúa. "Vengo de una familia humilde y trabajadora que siempre ha tenido muchísima confianza en la política y creo que eso ha cambiado. Ahora estamos descreídos. Me parece interesante utilizar el cine para lanzar un mensaje, aunque no tiene que ser la única forma".

El de Belén Funes fue uno de los primeros nombres que formaron parte de ese *boom* de directoras con mucho que contar del que el cine español disfruta desde hace no tanto. Un fenómeno, si se quiere llamar así, que cuesta ver como tal a quienes forman parte de él. "A mí me resulta raro considerarme parte de una generación porque en el fondo ellas son mis amigas. Para algunos sí será una generación de cineastas, pero ahora, para mí, es la gente a la que llamo si tengo un problema", expone Funes con honestidad. "Hoy, por ejemplo, que se ha sabido que Carla Simón estará compitiendo en Cannes, el chat que tenemos con Carla, Clara [Roquet], Elena [López Riera] o Pilar [Palomero] echaba fuego: 'Qué loco, tía, a Carla ya no le queda nada por conseguir'. Nos pasó lo mismo con el Oso de Oro de Berlín. Todo lo bueno que le pase a tus amigas es como si te pasara a ti. Se abren puertas y caminos nuevos en la profesión", apunta. "Artísticamente me siento muy cercana, pero es que son mis amigas. Estoy escribiendo una película nueva con Pilar Palomero. Si en los libros se incluye historia del cine veremos en unos años si se considera esto un movimiento o no".

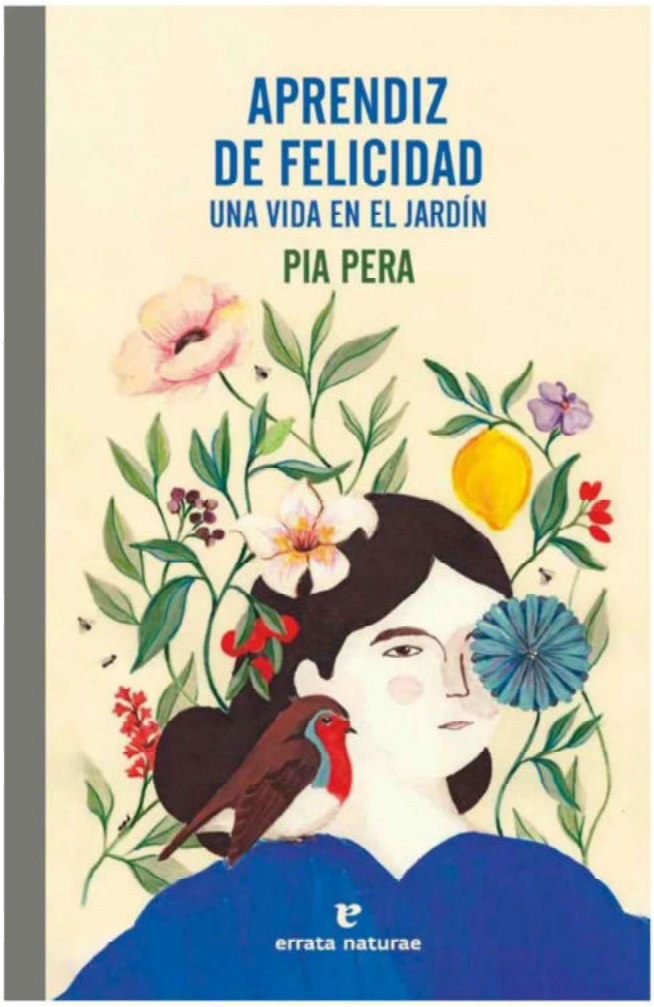


En la página anterior, fotograma de 'Los tortuga' en los campos de olivos de Jaén. En esta página, Elvira Lara y Antonia Zegers, como Anabel y Delia, en un momento de la película.

FOTOS: A CONTRACORRIENTE FILMS.

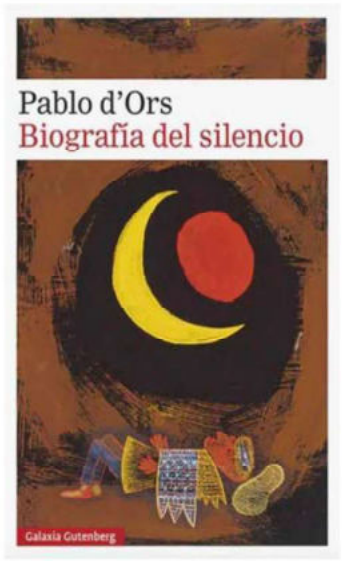
Se ruega SILENCIO

En un mundo frenético de sobreinformación e hiperproductividad, el panorama editorial contiene su propia RESPUESTA AL RUIDO. *Los títulos que siguen invitan tanto al arte de la contemplación como al placer de la holgazanería. Por* EVA BLANCO.



'APRENDIZ DE FELICIDAD'
ERRATA NATURAE

A raíz del éxito obtenido tras la publicación de *El huerto de una holgazana* en 2003, a la maravillosa Pia Pera la invitaron a publicar una columna en cada número de la revista *Gardenia* –la más importante en Italia sobre jardinería–. Ahora, todas aquellas floridas reflexiones están recogidas en este apetecible volumen.

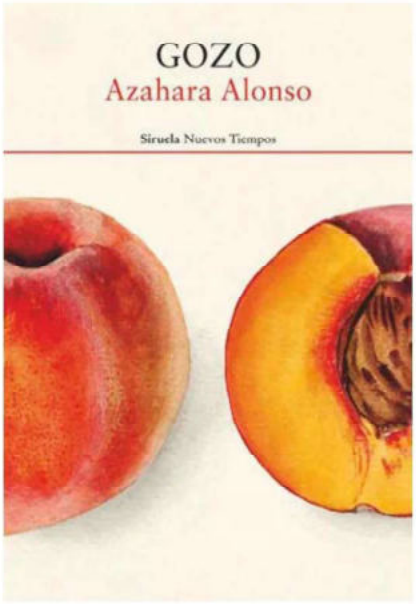


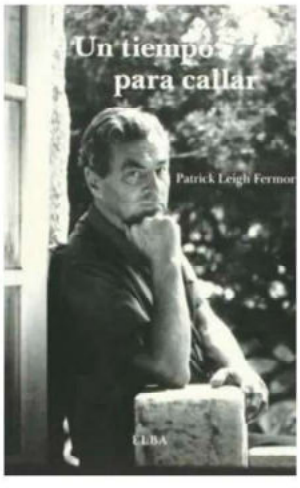
'BIOGRAFÍA DEL SILENCIO'
GALAXIA GUTENBERG

La meditación como práctica de iluminación espiritual y auténtica vía de inmersión en la realidad. Tan fácil y tan difícil como eso. Éxito de ventas inapelable, el archiconocido ensayo de Pablo d'Ors es una de las lecturas más idóneas para quienes busquen una plataforma de quietud desde la que conocerse a sí mismos.

'GOZO'
SIRUELA

Para la comunicadora Noe Olbés, este título de Azahara Alonso es toda una invitación física y emocional para abandonarse al *dolce far niente*. "Un libro curioso, lúcido y estimulante, como tomar una bocanada de aire fresco en un campo sembrado de flores. La primavera, con su extra de vitalidad, es la época perfecta para plantearnos si estamos viviendo como en realidad queremos hacerlo", dice.



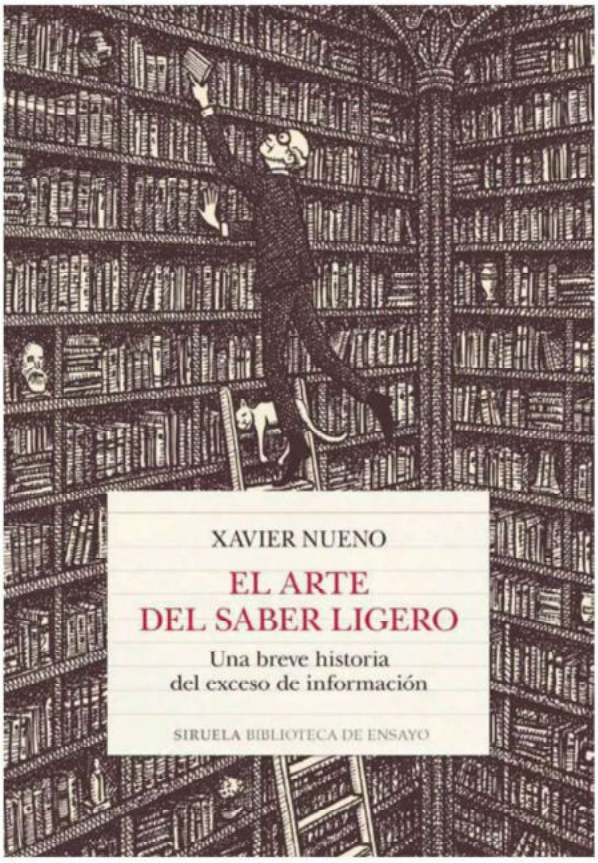


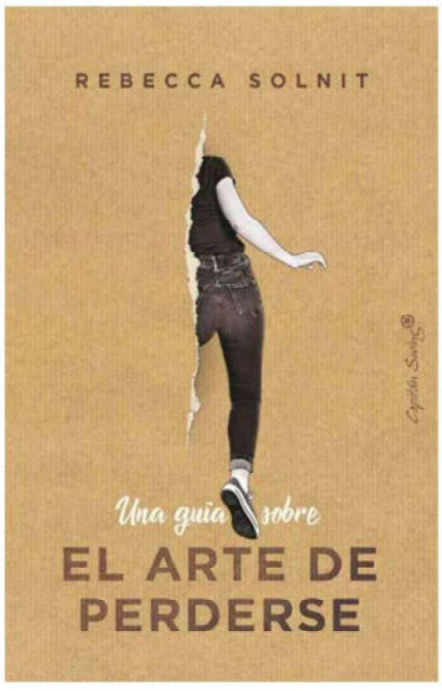
'UN TIEMPO PARA CALLAR' ELBA

En este breve ensayo-joya, Leigh Fermor narra su experiencia al recluirse en varios monasterios para escribir su primer libro. Aunque la clausura y el espíritu contemplativo estaban muy alejados de su forma de vida predilecta (es uno de los *bon vivants* más famosos de todos los tiempos), en su testimonio se pueden encontrar varios episodios de introspección que resultan tan inspiradores como trascendentes.

'CÓMO NO HACER NADA' ARIEL
Este esperanzador e incisivo ensayo se convirtió en uno de los libros favoritos de Barack Obama de 2019. Jenny Odell defiende aquí que no es necesario aislarse físicamente para recuperar la calma. La respuesta, para ella, está en una forma de silencio activo que se opone a las dinámicas insaciables de productividad. La autora propone dirigir la atención hacia el entorno natural y las redes comunitarias.

'EL ARTE DEL SABER LIGERO' SIRUELA
La original defensa que articula Xavier Nueno en favor de un saber bien acotado, exhaustivo y profundo. Armados con tijeras, los lectores que protagonizan el relato fabrican bibliotecas portátiles que permiten llevar el conocimiento de las estanterías a las calles y practicar un humanismo transformador, a la vez que repasan varios hitos de la historia del pensamiento.





'SILENCIO' ENDEBATE
En tono filosófico pero accesible, Bravo ahonda en las bondades de priorizar aquellos aspectos que se intuyen positivos para el bienestar, pero que se pierden fácilmente de vista entre objetivos laborales y obligaciones personales. El silencio, la lentitud, la soledad, la introversión y la presencia de la naturaleza son algunos de los temas que aborda en un texto escrito con sensibilidad.

'EL ARTE DE PERDERSE'
CAPITÁN SWING
Lo recomendó la escritora Beatriz Serrano en la web de *Vogue* España como el libro que más veces había regalado a lo largo de su vida: "Solnit habla de la incertidumbre, del deseo de escapar, de la búsqueda de esas teclas que activan todas nuestras conexiones primarias o de la necesidad de perderse (en el sentido más amplio) para encontrarse a uno mismo. Más que un libro, es un ancla".

FOTOS: D.R.

TOCAR PELO

Impulsados desde las redes con ayuda de las NEURONAS ESPEJO, *los* 'SPAS' CAPILARES *son el fenómeno del año. Su foco en la* SALUD *y la relajación tienen su eco en el bienestar y la belleza del cabello. Por* VIOLETA VALDÉS.

Masajes de cuero cabelludo manuales, peines de madera, chorros de agua que ejercen diferentes presiones, toallas calientes... todo en movimiento en torno a un rostro que revela un estado de relajación profunda. Esta coreografía hipnótica se reproduce hasta el infinito en las grabaciones de *spas* capilares que circulan en redes sociales, cuyos espectadores –al menos muchos de ellos– visualizan para relajarse y hasta para conciliar el sueño. Desde el punto de vista científico, el secreto de su viralidad reside en el sistema de neuronas espejo, que nos permite experimentar y comprender las emociones o sensaciones ajenas como propias: "En el caso de los vídeos de masaje de cabeza, nuestra percepción al ver a otra persona recibirlo activa las mismas áreas cerebrales que si lo experimentásemos", explica Silvia Dal Ben, psicóloga y Clinical Manager de Unobravo en España. "Además, la relajación que se suele sentir al visualizarlos puede estar vinculada a una activación del sistema nervioso parasimpático, que está asociado a sensaciones de calma y reducción del estrés", añade esta experta. De ahí que en pocos meses estas imágenes hayan saltado del plano virtual al físico.

"A medida que estos tratamientos se han ido viralizando, se ha forjado una fascinación mundial por los masajes de cuero cabelludo, impulsando su atractivo como práctica de bienestar holístico", ha declarado Saffron Richards, de The Abbey Hotel & Spa (Redditch, Reino Unido). "La viralidad en redes comenzó en países extranjeros como Brasil, Noruega... pero en España no había ningún proyecto similar", admiten desde el equipo de comunicación de la cadena española Japanese Head Spa, que en dos años ha abierto más de 20 centros. Y es que la versión nipona de estos salones es la que acumula más *likes*: este tipo de centros capilares japoneses encumbran la lista de tendencias en *spas* y bienestar del informe de 2025 de SpaSeekers.com, que indica un aumento de búsquedas al respecto del 233% desde 2024.

A diferencia de los tratamientos capilares occidentales, en estos *spas* "no se centran solo en la fibra capilar o la estética, sino en la salud del cuero cabelludo, el equilibrio del sebo y la relajación del sistema nervioso. Es un enfoque holístico que ayuda a mejorar problemas como la caída del cabello, la caspa o la sensibilidad del cuero cabelludo", apuntan desde Japanese Head Spa. Como resume Maiko Tahara, pionera en importar el yoga facial a nuestro país a finales de los 90 desde Yokohama, "al igual que con el cuidado de la piel, para los japoneses no se trata solo de lavar y aplicar productos. El masaje mejora la circulación sanguínea y permite conocer el estado del cuero cabelludo y la piel, lo que ayuda a adoptar un enfoque más completo y personalizado". Así, "la principal diferencia es que el cuero cabelludo es el protagonista en un *spa* capilar japonés. No es solo un lavado de cabello, sino un tratamiento integral de rejuvenecimiento capilar. En nuestros centros utilizamos técnicas específicas de *shiatsu* capilar, utensilios de *head spa* y una gama capilar específica según el tipo de cabello y cuero cabelludo", apuntan desde los citados salones.

Desde luego, es toda una filosofía: "En Japón, los *spas* capilares no son un lujo, sino una práctica habitual para mantener el equilibrio entre cuerpo y mente", apuntan desde Japanese Head Spa. De ahí que sean considerados "una parte esencial de los rituales de belleza. No solo se enfocan en el cabello, sino en el bienestar integral. Se combinan técnicas de masaje craneal con la estimulación de puntos energéticos y los beneficios de los chorritos de *head spa* en camillas especiales diseñadas para la relajación absoluta", añaden. Tahara les da la razón y recuerda que cuando vivía allí, "solía ir cada semana a recibir

"NO ES SOLO UN LAVADO DE CABELLO, SINO UN TRATAMIENTO INTEGRAL DE REJUVENECIMIENTO".

PARA UNA BUENA 'PRAXIS' EN CASA

1. Clever Cleanser, un limpiador de última generación que elimina todos los residuos del cabello y cuero cabelludo, que forma parte del tratamiento Awareness Cure, de CLAUDIA DI PAOLO HAIR WELLTH SPA. *2. La Brosse de Poche Brillance & Douceur, un cepillo de bolsillo de* HAIR RITUEL BY SISLEY. *3. Transformational Infusion, un remedio que rellena la cutícula e incrementa la elasticidad en 60 segundos, de* I.C.O.N. *4. Elvive Growth Booster, un sérum anticaída que fortalece el cabello y reduce la caída, de* L'ORÉAL PARIS. *5. Tratamiento Honey Bond Abeille Royale, un tratamiento diario sin aclarado que protege, nutre y repara, de* GUERLAIN. *6. Eksperience Marine Conscious Curls, un gel acondicionador e hidratante, de* REVLON. *7. Platinum & Diamonds Volume Luxurious Drops, una bruma ultraprotectora para cabello fino, de* MIRIAM QUEVEDO.

un masaje de pies a cabeza". "En Japón existe una tradición arraigada en la que el cabello negro brillante como la laca y una piel impecable como la porcelana se consideran virtudes", defiende esta terapeuta con clínica propia en Madrid (Orellana, 5).

No obstante, la mayoría de *spas* capilares presentes en nuestro país se inspiran en el planteamiento nipón. Y es preciso mencionar que Claudia Di Paolo fue pionera en este concepto en España hace más de quince años, cuando todavía "no existía un espacio que ofreciera tratamientos para mejorar de verdad la calidad y salud capilar, que es la base para que el cabello sea manejable y luzca realmente bien. Las peluquerías se centraban en cortes, peinados y coloraciones, dejando esta parte completamente desatendida", indica la empresaria. Su ya desaparecido centro en la capital precedió a otra apertura en París en 2016. "Entonces comencé a desarrollar mi propia marca de cosmética capilar de lujo, con un enfoque integral que no existía en el mercado. La inauguración de Claudia Di Paolo Hair Wellth Spa en Rosewood Villa Magna, en Madrid, en 2023 fue el siguiente paso natural", explica. De hecho, este lujoso *scalp & hair well-being spa* cuenta con "un equipo de diez terapeutas que no provienen del mundo de la peluquería, sino que están especializadas en técnicas de masaje como el sacrocraneal, el *effleurage* y otras terapias manuales que no solo activan la circulación sanguínea del cuero cabelludo, sino que también generan un estado de relajación profunda en todo el cuerpo", apunta Di Paolo.

Este centro madrileño incluye técnicas como el baño de sonido, meditación guiada y herramientas de bioestimulación pero, como es natural, el agua es la absoluta protagonista en este y todos los *spas* capilares, ya que purifica, oxigena y equilibra el cuero cabelludo por sí misma –sin cosméticos ni utensilios–, además de aliviar el estrés. "No olvidemos que el cuero cabelludo presenta una alta concentración de terminaciones nerviosas, por lo que masajearlo puede ser especialmente relajante y, en muchos casos, inducir una sensación de bienestar más inmediata. Comparado con el masaje facial o corporal, que poseen sus propios beneficios, el masaje de cabeza tiende a ser especialmente eficaz para reducir el estrés psicológico, ya que involucra directamente zonas vinculadas a la relajación profunda, la calma mental y la reducción de la ansiedad", detalla Laura Villanueva, psicóloga y fundadora de Psicologodemadrid.

Además de todo lo expuesto, la buena acogida de cada *spa* capilar que abre sus puertas en España estaría relacionada con "la necesidad de autocuidado, de parar en un mundo acelerado", dice Villanueva; "pero también por salud capilar, cada vez más comprometida por los picos de estrés y ansiedad que genera este ritmo frenético al que sucumbimos casi sin darnos cuenta", explica la psicóloga. La influencia del cabello en el estado emocional es bien conocida por mujeres y hombres, y ahora puede tratarse desde una perspectiva global de lo más gratificante.

FOTOS: NAGI SAKAI.

EN LO MÁS ALTO

La XXIII *edición de los* PREMIOS VOGUE BELLEZA *vuelve a reconocer el talento y la innovación del año en la* INDUSTRIA COSMÉTICA. *Una difícil elección que puso el foco en nuevos lanzamientos, iconos y clásicos renovados. Por* LAURA SOLLA.

PRODUCTO EMBLEMÁTICO: *Fusion Water Magic, de* ISDIN.

ESPECIAL VOGUE BELLEZA: *Chloé Eau de Parfum Intense, de* CHLOÉ.

FRAGANCIA EMBLEMÁTICA: *L'Eau d'Issey, de* ISSEY MIYAKE.

FLANKER DE FRAGANCIA: *Paradoxe Virtual Flower, de* PRADA BEAUTY.

CAMPAÑA DE PUBLICIDAD: *Premier Cru, de* CAUDALIE.

CUIDADO CORPORAL: *Huile Prodigieuse Or Florale, de* NUXE.

STYLING CAPILAR: *Elixir Ultime Recargable, de* KÉRASTASE.

PRODUCTO DE DISTRIBUCIÓN DE FARMACIA: *Hyaluron Filler Epigenetic Serum, de* EUCERIN.

PRODUCTO NACIONAL: *Antiestrías CICA Intensive, de* E'LIFEXIR.

CUIDADO DEL CABELLO: *Soin Masque Nutrition Intense, de* HAIR RITUEL BY SISLEY.

BELLEZA HOLÍSTICA: *Bakuchiol Natural Body Booster, de* RITUALS.

DIOR SE ALZÓ CON EL GALARDÓN AL MEJOR LEGADO DE MARCA

BASE DE MAQUILLAJE: *Ultra Le Teint Velvet, de* CHANEL.

CUIDADOS PARA EL SOL: *Expert Sun Protector Lotion, de* SHISEIDO.

BÁSICO PARA EL ROSTRO: *Hydra Zen Gel Cream, de* LANCÔME.

NUTRICOSMÉTICA: *Olistic Next, de* OLISTIC.

LANZAMIENTO DE FRAGANCIA: *Good Girl Blush Elixir, de* CAROLINA HERRERA.

GADGET DE CUIDADO Y BIENESTAR: *Dyson Airwrap i.d.™, de* DYSON.

SOSTENIBILIDAD: *My Way Nectar Eau de Parfum, de* ARMANI BEAUTY.

COLORIDO DE MAQUILLAJE: *Loveshine, de* YSL BEAUTY.

INNOVACIÓN: *Retinol + HPR Ceramide Capsules, de* ELIZABETH ARDEN.

ESPECÍFICO DE ROSTRO: *Double Serum, de* CLARINS.

FOTOS: SILVIA RETANA. ESTILISMO: PATRICIA LÓPEZ. AYUDANTE DE FOTOGRAFÍA: SILVIA DE LA ROSA. AYUDANTE DE ESTILISMO: MARÍA REQUEJO. ATREZO: IKEA. WOW CONCEPT.

LA FUERZA INTERIOR

Preservar la INMUNIDAD *de la piel para potenciar su salud y belleza. Ese es el objetivo de* SHISEIDO, *que se apoya en la* CIENCIA *y la naturaleza para seguir superándose en cada innovación.*

En la industria cosmética, nadie hace lo que hace Shiseido: estudiar la biología humana en la salud", comienza a explicar el doctor Shawn Demehri, profesor asociado de Harvard Medical School y científico del Centro de Investigación de Biología Cutánea (CBRC) del Hospital General de Massachusetts. Aparte de desarrollar sus propios estudios, la compañía nipona trabaja de forma estrecha con el CBRC desde hace más de 35 años con el objetivo de "comprender realmente la biología de la piel sana", señala el dr. Demehri. "Esta fusión entre la ciencia occidental y la asiática marca la diferencia para Shiseido; en especial, gracias a la homeostasis japonesa", señala Yoshiaki Okabe, CEO de Shiseido, en alusión a la persecución del equilibrio interior y exterior, tanto a nivel individual como social, a través de la práctica de hábitos y principios que promueven la armonía y el bienestar. Este directivo también alude al concepto de inmunidad, que "es muy único en nuestro país debido a sus connotaciones sobre nuestro poder interior de prevención y fortalecimiento. Lo mismo sucede con la camelia japonesa, uno de nuestros ingredientes clave y del que estamos más orgullosos", finaliza Okabe.

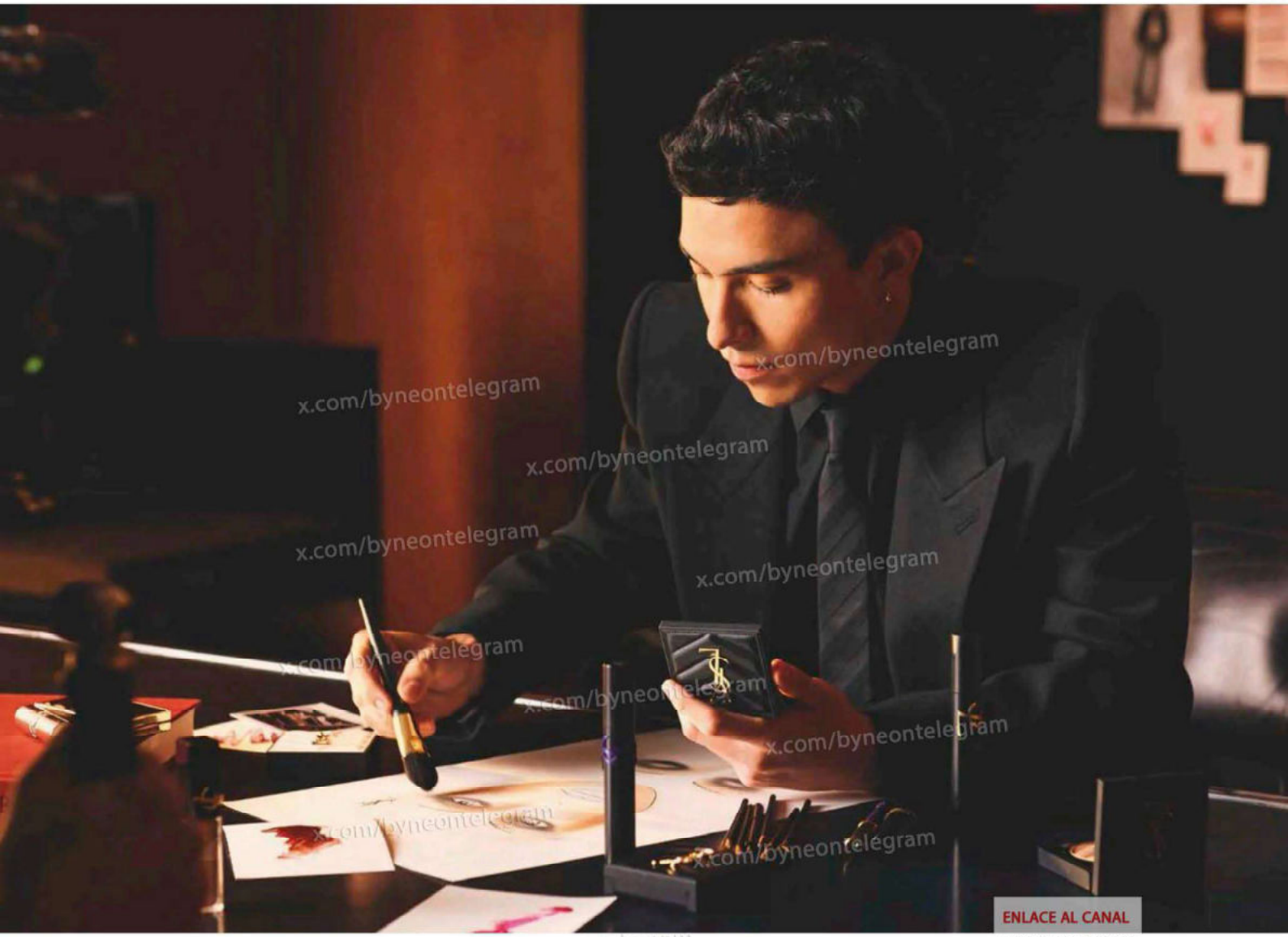
Todos estos factores han determinado la reformulación del célebre Ultimune Power Infusing Serum, que encarna la cuarta generación del producto superventas de Shiseido. Hasta ahora, su éxito descansaba en haber podido descifrar el papel de las células de Langerhans y de las células asesinas naturales en el poder inmunitario de la piel, que ostenta un papel fundamental en la lucha contra los factores estresantes y los efectos del paso del tiempo. Gracias a los avances científicos de la compañía junto al CBRC, se ha descubierto cómo un tercer tipo de células inmunitarias controlan el envejecimiento celular: un hito de suficiente envergadura como para justificar un nuevo Ultimune Power Infusing Serum.

Por si fuera poco, este lanzamiento incluye una nueva patente: Power Fermented Camellia. Procede de una camelia cultivada al oeste de Japón y obtenida mediante un proceso de biofermentación único que potencia la eliminación de las células senescentes que aceleran el envejecimiento, reactivando el poder regenerador de la piel. Como resultado, el nuevo Ultimune Power Infusing Serum lucha de un modo mucho más eficaz contra siete signos recurrentes: el tono de piel heterogéneo, la pérdida de luminosidad, las arrugas, las líneas finas, la pérdida de firmeza y de elasticidad y la rugosidad. "La filosofía de vida de Shiseido se centra en la belleza y la salud", afirma Emi Watanabe, vicepresidenta de la marca. Ahora se trabaja en ambos aspectos con una fórmula de microcápsulas que deja la piel rellena, firme y radiante.

Ultimune Power Infusing Serum, de SHISEIDO, *que trabaja para ralentizar siete signos de envejecimiento.*

FOTOS: STEVEN PAN. D.R. TEXTO: VIOLETA VALDÉS.

Administraciones Públicas
MADRID
Mecenas principal tecnológico
Telefónica
Mecenas principal energético
endesa
Mecenas principales
Santander Fundación
Fundación BBVA
Mecenas
Barceló
BONO CULTURAL
El Teatro Real es una institución adherida al programa Bono Cultural Joven



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

JOVEN PRODIGIO

Con apenas 25 años, SAM VISSER *inicia una nueva era en YSL Beauty convirtiéndose en su maquillador global. Gracias a una suculenta lista de clientas y una personal visión de la industria, su fichaje promete cambios.* ANA MORALES *los descubre.*

Que Sam Visser (Los Ángeles, California, 1999) se haya convertido en el nuevo maquillador global de YSL Beauty ha sido (casi) un acto de justicia poética. Es una manera de cerrar el círculo y de abrir otros tantos más. El interés por el mundo del maquillaje de este joven talento empezó precisamente a los doce años, cuando ahorró dinero para comprar a su madre una barra de labios de la firma francesa en una tienda de Sephora de su ciudad. Tal y como cuenta durante la entrevista que ofrece en exclusiva a *Vogue* España en Miami con motivo de su presentación ante la prensa, "desde muy pequeño sentía curiosidad por el maquillaje, veía vídeos de YouTube, no tenía ni idea sobre este tema, pero me llamaba la atención". Responde así a la primera pregunta mientras se preocupa de que a su interlocutora no le moleste el sol que entra por la ventana de la sala en la que nos encontramos con él antes de su *masterclass* en la ciudad norteamericana. Entregado a la tarea de

dar el relevo en el puesto a todo un veterano de la industria como es Tom Pecheux, anterior director creativo de maquillaje de la casa, Visser pertenece a esa generación que ha crecido buscando prácticamente todo en la red. Y conoce muy bien de qué manera la generación Z está marcando el rumbo de la industria de la belleza. "Las redes sociales ayudan a que los más jóvenes tengan una relación natural con el maquillaje. Por ejemplo, TikTok es una gran herramienta, un buen escaparate para ello. Si tienes interés en este tema puedes encontrar mucha información, es increíble", dice. A los 16 años recibió un correo electrónico de Kardashian Jenner Communications para empezar a maquillar a Kris Jenner y desde entonces no ha dejado de trabajar. Si a su juventud, talento y experiencia sumamos su excelente relación con el universo *celeb*, la explicación al fenómeno se sirve en bandeja de plata.

UNA CARRERA DE ÉXITO

Visser responde con honestidad cuando le preguntamos por su relación con el clan Kardashian o las Hadid, entre otras, a las que maquilla de forma habitual. "Me siento muy afortunado de haber trabajado con ellas porque cada maquillaje que les he hecho ha tenido mucha visibilidad. Tienen el poder de convertirlo en tendencia, de hacerlo llegar a todo el mundo. Es muy divertido trabajar con *celebrities* por la repercusión que tiene todo lo que haces. Me cuesta explicar por qué alguien se convierte en algo tan grande, pero creo que tiene que ver con su poder para inspirarnos y con la idea tan clara que tienen de ellas mismas", explica en referencia a esa virtud que poseen de democratizar las tendencias que en la era de 'no Instagram' solo llegaban a unos pocos. Pero la estrecha relación de Sam Visser con el *star system* no eclipsa el personal discurso que tiene sobre el maquillaje como herramienta emocional, curiosamente bastante alejado de las modas. "Puede ser esencial para determinar quién eres, tu personalidad, tus sentimientos. Algo tan pequeño como un *eyeliner*, la barra de labios o el color que usas en tus mejillas pueden ayudar a definirte. Todo lo que ponemos en el rostro representa quiénes somos, esas pequeñas cosas significan mucho", afirma el joven, famoso por sus propuestas eclécticas en las que mezcla presente y pasado. "Me gustan los *mixes* de muchas cosas, combinar un maquillaje actual con tendencias populares del pasado y que juntos tengan sentido", explica. Y como buen maquillador con ese punto alquimista que caracteriza a los creadores, adora también dar usos pocos convencionales a los productos y utilizarlos de maneras diferentes, ya sea empleando un bálsamo labial en el párpado o colorete en los labios a modo de perfilador. Todo vale porque de eso se trata, de divertirse y de definirse.

MAQUILLAJE Y AUTOCONFIANZA

En un momento en el que hemos abandonado (afortunadamente) los cánones y las tendencias de belleza sin margen de maniobra, la filosofía de Visser tiene más sentido que nunca. "El mejor truco de maquillaje que puedo dar es estar cómoda. Es cierto que está bien traspasar los límites y experimentar, pero lo importante es abrazar lo que te hace sentir segura. No ponerte lo que alguien te dice o lo que es tendencia, sino lo que te hace sentir bien. No se trata tanto de usar o no base o una sombra de ojos, sino lo que te da confianza", señala. Y no, no hay una receta infalible. "Hay personas que se sienten más seguras y fuertes con un labio rojo, otras con ojos ahumados... Para mí personalmente es suficiente con un poco de corrector, colorete y bronceador, pero es algo totalmente personal. Si llevas el maquillaje que todo el mundo utiliza ya no es belleza", apunta. Y precisamente de realzar aún más la individualidad va la nueva era de YSL Beauty que emprende Sam Visser. "YSL es una marca que abraza la seguridad, la elegancia, el lujo, la autoexpresión y la libertad. Quiero continuar ensalzando la herencia de la firma porque creo que es una casa icónica con un legado increíble. Todo lo que hacemos hoy en día pivota en torno a ese legado. Se trata de seguir la estela", apunta. Respecto al futuro de la industria, lo tiene claro: la tendencia será seguir elevando la experiencia del consumidor, hacer accesible lo que necesita con gamas de colores extensas y apostar por *packagings* que conviertan el hecho de maquillarse en una experiencia sensorial. "Que coger un producto sea como entrar en otro mundo", concluye. No se nos ocurre plan mejor.

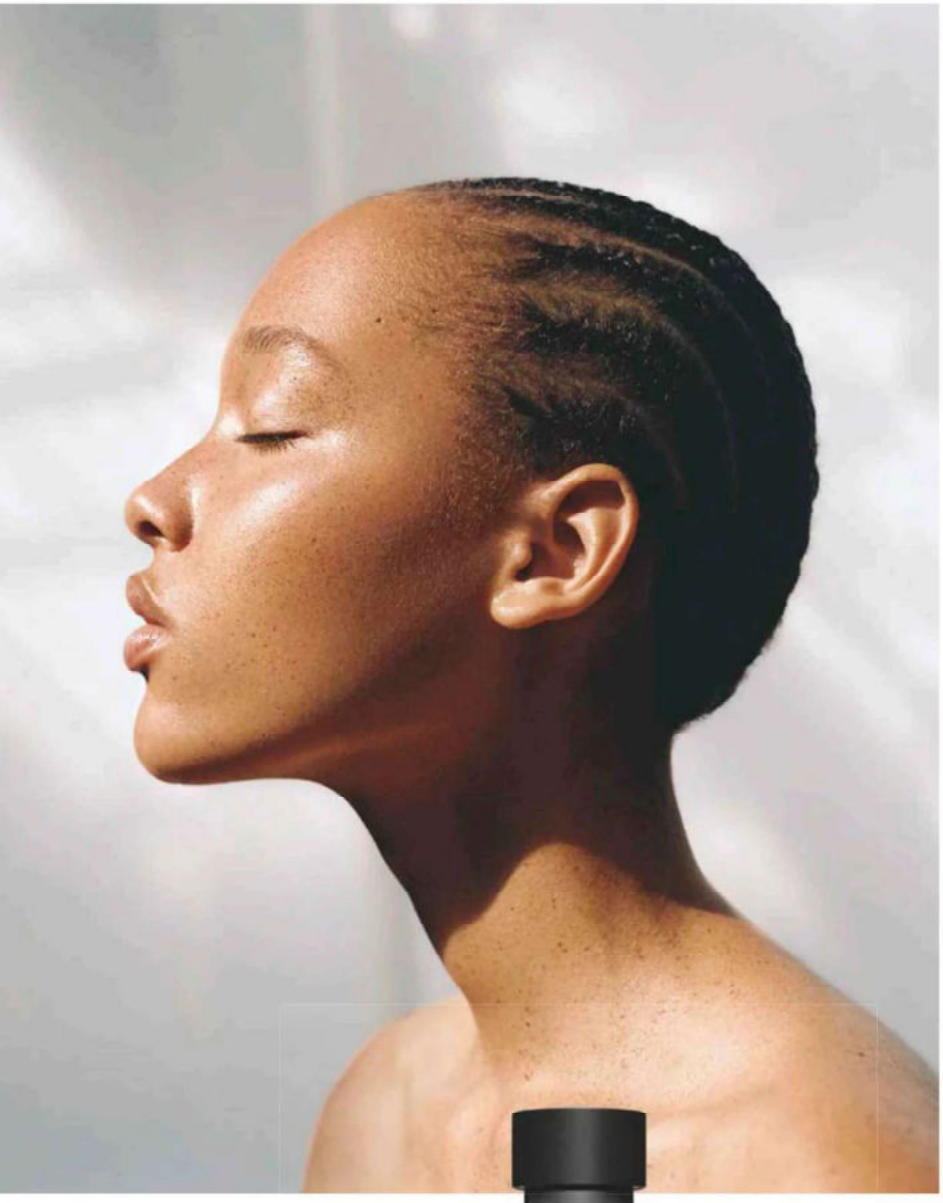
> "NO SE TRATA DE PONERTE EL MAQUILLAJE QUE ES TENDENCIA SINO LO QUE TE HACE SENTIR BIEN".

De izda. a dcha., los productos favoritos de Sam Visser: labial brillante Loveshine Candy Glaze, para ser usado tanto en los labios como en las mejillas y párpados; corrector All Hours, para una cobertura modulable y un acabado mate y luminoso; colorete Make Me Blush, enriquecido con escualeno para tratar la piel, todo de YSL BEAUTY.

FOTOS: CORTESÍA DE YSL BEAUTY.

NUEVOS BÁSICOS

La proximidad del verano apareja un cambio de HÁBITOS *que pueden ser sublimados con ayuda de los* PRODUCTOS *adecuados. He aquí las recomendaciones de 'Vogue'.*



DÍA A DÍA

Elizabeth Arden traslada las bondades de su célebre crema Eight Hour a una loción corporal de uso diario, cuyos beneficios abarcan el fortalecimiento de la función barrera o el aumento de la hidratación. ¿Un plus? Su textura ligera y de rápida absorción.

Eight Hour Daily Hydrating Body Lotion, de ELIZABETH ARDEN.

HÁGASE LA LUZ

Diseñado para transformar la piel desde la primera aplicación, este sérum hidrata, mejora la textura y reduce la apariencia de manchas oscuras gracias a su alta concentración de niacinamida, uno de los ingredientes activos de moda más efectivos.

Hydro Boost Serum 10 % Niacinamida, de NEUTROGENA.

A ROMA CON AMOR

Con una dosis extra de vainilla e irresistibles notas de grosella negra y ron. esta fragancia floral ambarina homenajea las noches de la Ciudad Eterna, encarnando la versión más intensa y adictiva de Born In Roma mediante una composición olfativa dulce, sensual y femenina como ninguna.

Born In Roma Donna Extradose Eau de Parfum, de VALENTINO.

DEJARLO CLARO

Aclarar y unificar el tono de zonas sensibles de fricción como ingles y axilas es posible con la nueva crema despigmentante corporal de Martiderm. Un cóctel de activos que reducen manchas oscuras, que es compatible con el uso de desodorante y que puede usarse tras la depilación.

DSP-Specific Body Areas, de la gama Pigment Zero, de MARTIDERM.

FOTOS: ANYA HOLDSTOCK. D.R. TEXTOS: VIOLETA VALDÉS.

Suscríbete

NO TE PIERDAS NADA DE VOGUE

Con la **suscripción Home delivery** recibe
12 números más este regalo de bienvenida por 62€

LOTE CORPORAL DE MI REBOTICA

FOTOGRAFÍA: SILVIA DE LA ROSA. REALIZACIÓN: MARÍA SAN MILLÁN.

SUSCRÍBETE O REGALA AQUÍ
SUSCRIPCION.VOGUE.ES

EL SECRETO DE LA MICROBIOTA DE LA PIEL, EN UN FRASCO DE SISLEY

Ser el primero en algo no implica necesariamente ser el mejor. Pero en el caso de Sisley y su icónica Émulsion Écologique –la *maison* abordó así el tema de la microbiota cutánea cuando la industria se afanaba en 'borrar' las arrugas– la primicia y el éxito coinciden en el tiempo. Su popular crema ligera conocida en todo el mundo sopla las velas de su 45 cumpleaños presumiendo, entre otras cosas, de ser un top ventas y de haber sacado a la palestra antes que nadie cuestiones relativas a la ecología de la piel y al refuerzo de la barrera cutánea. Mucho antes. Aunque ambos temas son el pan nuestro de cada día en 2025, en 1980, cuando se formuló, eran unos completos desconocidos para los mortales. Pero el tiempo le ha dado la razón a la marca cosmética.

"En ese momento no se hablaba del concepto de microbiota y tampoco del de resistencia. La denominación que empleábamos era flora microbiana de la piel. A finales de los 70 empezamos a trabajar en la idea de reforzar la ecología cutánea con el fin de dotar a la piel de la homeostasis, es decir, del proceso fisiológico que permite a cualquier órgano, también a la piel, mantener un buen estado de equilibrio, necesario para su correcto funcionamiento y su capacidad para defenderse de los elementos del entorno como polución, tabaco, alcohol, radicales libres...", explica a esta cabecera José Ginestar, director científico de Sisley. Por tanto, lo de 'hacer a la piel fuerte', se inventó hace 45 años con una fórmula con principios vegetales como centella asiática, extracto de ginseng o cola de caballo con el lícito objeto de favorecer ese equilibrio y reforzar los mecanismos de defensa naturales de la piel, tal y como apunta el experto. Ahora, el *packaging* se reinventa con una edición limitada (ya es tradición hacerlo en cada aniversario). Esta vez se llama Blissful Lotus, se inspira en la resiliencia de esta flor y la ha vuelto a reinterpretar la artista Elzbieta Radziwill. Un objeto artístico que aviva las ventas de este clásico, ya de por sí altas. "La clave del éxito a largo plazo en cosmética son siempre unos resultados excepcionales, una buena inocuidad y un profundo placer de uso. Esto es lo que define realmente a Émulsion Écologique y lo que ha cimentado su éxito: vendemos una cada cinco segundos a mujeres y hombres de todas las edades. Y con la reformulación de hace dos años, sigue estando a la cabeza de la innovación. Es un producto muy apreciado", nos cuenta Philippe d'Ornano, presidente de la casa.

Precisamente esa transversalidad también es parte del éxito. "La fórmula se adapta a todas las edades, etnias, color de piel... se puede utilizar sola o combinada con cualquier rutina de cuidado. En fin, es una fórmula universal genérica que tiene un éxito en los cinco continentes", nos explica Ginestar. Y porque trabajar la resistencia de la piel no es cuestión de usar un solo producto, el científico comparte otras buenas *praxis* para lograr el objetivo: "El primer paso es la limpieza con un desmaquillante o producto que sea apto para cada piel y, sobre todo, suave y no agresivo para la flora microbiana. También es importante no frotar en exceso para mantener la microbiota en el mejor estado posible; y evitar el agua con temperaturas extremas, ni muy caliente ni muy fría". Y respecto a si la dermis hay que limpiarla dos veces al día o solo una, cierra filas: "La frecuencia de esta acción también es muy importante, pero para casi todos los tipos de piel con una limpieza al final del día es suficiente. Tampoco hay que abusar de un exceso de exfoliaciones semanales y otros *peelings* que pueden alterar el equilibrio de la microbiota cutánea que intentamos preservar", concluye.

Émulsion Écologique, de SISLEY, *celebra su 45 aniversario con la edición Blissful Lotus, inspirada en la resiliencia de la flor de loto.*

FOTOS: D.R. TEXTO: ANA MORALES

VOGUE
COLLECTION

Vuelve **'ICONS'** la colección que celebra la ***moda*** y el ***arte*** por todo lo alto

COMPRA AQUÍ

SHOP.VOGUE.ES

DOMINGO DE PEREZA

Dedicar un día del fin de semana a NO HACER NADA *es la tendencia de* BIENESTAR *más productiva y necesaria en tiempos de multitarea e hiperconectividad.* ANA MORALES *habla de ello con varios expertos.*

Hasta hace relativamente poco, cuando sacaba a relucir en una conversación con amigas la apatía que sentía los domingos por la tarde ante la inminente llegada de la semana con sus obligaciones y sus rutinas, la mayoría coincidíamos en esa sensación negativa generalizada. También entre las que nos declaramos afortunadas por tener un trabajo que nos gusta. Algunas incluso parafraseaban a Isabel Coixet en la carta de presentación de su pódcast de Radio 3 *Alguien debería prohibir los domingos por la tarde*, en la que definía este día como "el triángulo de las Bermudas de la semana. Ese momento en el que confluyen los terrores de la infancia y las angustias de la madurez". De filosofar sobre ello con cierto lamento hemos pasado a los discursos (y fotos de Instagram, así es la vida en 2025) que los ensalzan como el momento elegido para entregarse a la inactividad y disfrutar de ello. La obsesión por la productividad caló durante mucho tiempo y el concepto 'no hacer nada' se ha asociado a algo negativo. Pero por fin, las teorías más hedónicas e indulgentes nos están ayudando a cambiar esa mentalidad. Dedicar un día del fin de semana a recargarse emocionalmente en casa con el único objetivo de descansar empieza a ser una corriente de la que, además, se presume con orgullo porque lo necesitamos más que nunca. Tanto como que el informe de 2025 de la empresa especializada en previsión de tendencias WGSN le ha puesto nombre a este acto: pereza terapéutica o, lo que es lo mismo, pasar horas en la cama o en el sofá sin ser productivo (entendiendo la productividad como la entendíamos hasta hace poco, porque realmente darle un respiro al cerebro y al cuerpo puede ser lo más productivo que podemos hacer, valga la redundancia). "Esta tendencia convierte el concepto de *bed rotting* en un refinado ritual de cuidado personal, lleno de hedonismo táctil. Como antídoto frente al agotamiento y la ansiedad, la propuesta transforma las camas en santuarios de bienestar", rezan las líneas de este informe, que hace referencia también al auge del llamado turismo del sueño (hoteles y retiros que ofrecen programas de descanso y espacios serenos concebidos solo para dormir) como materialización de esta moda restauradora.

Los expertos confirman los beneficios que tiene para la salud mental esta 'holgazanería' indulgente y sanadora. Porque no hablamos de encerrarse en casa y abandonarse a la desgana y al sueño inducido como la protagonista de la archifamosa novela de Ottessa Moshfegh, *Mi año de descanso y relajación*. Hablamos de un reposo regenerador. "Estar un día en casa tumbado sin hacer nada puede resultar muy beneficioso desde un punto de vista psicológico y neurocientífico. Lejos de ser una pérdida de

tiempo, esta pausa activa varios procesos en el cerebro que promueven la recuperación mental y física. Cuando reducimos el nivel de estímulos y obligaciones, damos espacio a que el cerebro reorganice y procese la información acumulada durante los días de mayor actividad. Además, contribuye a la regulación emocional: al liberarnos de la presión de tener que ser productivos en todo momento, disminuimos los niveles de estrés y ansiedad. Por otra parte, la inactividad controlada puede favorecer la creatividad, ya que así dejamos que surjan ideas de manera espontánea sin forzar un enfoque concreto. Dedicar un día simplemente a 'estar' nos ayuda a mantener el equilibrio, renovar la energía y ampliar nuestra reserva cognitiva", explica a esta cabecera Jon Andoni Duñabeitia, catedrá-

tico en psicología y director del Centro de Investigación Nebrija en Cognición de la Universidad de Nebrija.

Por tanto, se trata de darle la vuelta a la tortilla y empezar a entender el domingo –o cualquier otro día de la semana en función de obligaciones personales y laborales– como una oportunidad para practicar ese cuidado personal. Tal y como avanza el experto, "cuando el cerebro registra un descenso en la estimulación externa es normal que aparezca cierto aburrimiento o melancolía. Pero la evidencia científica señala que el aburrimiento no solo tiene una vertiente negativa. Es un estado que puede actuar como señal de que necesitamos un cambio, un estímulo nuevo o, a veces, simplemente concedernos un respiro. Si utilizamos ese tiempo para regalarnos un baño relajante, leer un libro o meditar, estamos favoreciendo la regulación emocional y la recuperación de los recursos cognitivos que hemos consumido a lo largo de la semana. Convertir la tarde de domingo en un espacio para cuidarse, en lugar de un momento de insatisfacción, puede mejorar nuestro bienestar a largo plazo". Para la psicóloga Eugenia Ponte, "no hacer nada también puede ser una forma profunda de autocuidado, una pausa consciente que, lejos de ser una pérdida de tiempo, nos permite reconectar con nuestras necesidades más básicas y reforzar la autoestima. En una sociedad que constantemente nos exige rendir, producir y demostrar, detenerse puede ser un acto de amor propio. Darse ese permiso es también un gesto simbólico de gran valor psicológico: supone desafiar las narrativas que

"UN DÍA SIN HACER NADA AMPLÍA LA RESERVA COGNITIVA Y RENUEVA NUESTRA ENERGÍA".

hemos interiorizado y que asocian el valor personal exclusivamente con el hacer, el rendimiento o la eficiencia. Esta decisión consciente de pausar permite al individuo reconectarse con su dimensión más auténtica: el ser. Y nos permite reflexionar sobre nosotros mismos", explica. Esa concepción del descanso, añade, tiene un valor simbólico poderoso. "Desafía la creencia de que solo valemos por lo que producimos".

Las experiencias personales de quienes han conseguido transformar ese final de la semana en un momento hedonista confirman las bondades de trabajar la pereza terapéutica. Así lo explica la experta en hábitos Amagoia Eizaguirre: "Antes solía pensar en el domingo como 'el fin del fin de semana'. Pero ahora lo veo como una oportunidad para disfrutar el momento presente. Me enfoco en exprimir el día, ya sea descansando o haciendo algo que me guste, sin pensar demasiado en lo que viene mañana. Hace tiempo entendí la importancia del asueto y simplemente disfrutar de una tarde tirada en el sofá sin hacer nada y sin culpabilidad ya que esos momentos me recargan de energía", dice.

Para el doctor David Luu, experto en longevidad y autor de la *newsletter Longevity docs*, es beneficioso abrazar el concepto de tiempo sin planificar, pero puntualiza: "No me gustaría llamarlo pereza sino descanso intencionado. Se trata de dedicar un día para desconectar de la tecnología, reuniones y horarios porque puede ser una de las formas más efectivas de reconectar contigo mismo y con lo que realmente importa". La sensación placentera de este descanso es inmediata, pero los beneficios de estas paradas técnicas, de esta liturgias de calma, van mucho más allá. A nivel cognitivo, en una sociedad hiperestimulada –podemos recibir una media de 6000 estímulos al día, lo que significa uno cada 10 segundos– renunciar a la cultura de la inmediatez y de las notificaciones constantes durante un día es un bálsamo para la salud mental. "Desde la ciencia cognitiva se sabe que esta sobrecarga de estímulos puede crear un estado de alerta permanente que fatiga nuestras funciones ejecutivas, es decir, aquellas habilidades que utilizamos para planificar, tomar decisiones y regular nuestro comportamiento. En este contexto, momentos de descanso real en los que aparentemente 'no hacemos nada', se vuelven más necesarios que nunca. El cerebro requiere pausas regulares para procesar la información y mantener un rendimiento óptimo, algo que las investigaciones en neurociencia han remarcado de forma clara. Tomarse un día de desconexión posibilita recuperar el equilibrio atencional y emocional y contribuye a aliviar la tensión acumulada, algo fundamental para la salud mental", explica Duñabeitia. Y a largo plazo son también un seguro de vida. "Los descansos regulares del estrés crónico pueden reducir los marcadores de inflamación y mejorar el sistema cardiovascular, la salud y la resiliencia emocional", apunta el doctor Luu, que recuerda que la filosofía sobre la longevidad no trata de vivir más sino de vivir mejor. "Desacelerar deliberadamente representa una elección consciente y quizás una de las decisiones más poderosas que puede tomar para la salud a la larga", puntualiza.

> "LEGITIMAR EL DESCANSO NOS RECONCILIA CON EL SER Y NO CON EL HACER".

A lo que Eugenia Ponte añade: "Vivimos inmersos en una hiperestimulación constante: notificaciones, demandas laborales, *multitasking*... Todo esto mantiene al sistema nervioso en un estado de alerta que puede derivar en agotamiento emocional, ansiedad, insomnio o, incluso, síntomas depresivos. Desde el enfoque clínico, descansar no es simplemente no hacer. Es un proceso activo de reparación física, emocional y cognitiva. Solo en ese estado de pausa el organismo puede regularse, disminuir el estrés y recuperar funciones clave como la concentración, la empatía o la capacidad de toma de decisiones". Eso sí, la idea –importante, además– que subyace es que esta pereza no se limita a ver series y comer palomitas. Se trata de algo más complejo pero mucho más sano y recomendable. "No todo el descanso aporta los mismos beneficios. Pasar un día entero en el sofá viendo plataformas de *streaming* y consumiendo alimentos procesados no es una recuperación genuina: es simplemente adormecedor. El auténtico descanso nutre el cuerpo y la mente: leer materiales que hagan pensar, caminar por la naturaleza, preparar una comida nutritiva, interactuar con el arte o la música, reír con amigos... Estas actividades realmente recargan nuestros sistemas" señala Luu. ¿Quién no necesita algo tan hedónico?

APRENDIENDO A DESCANSAR

El primer paso es validar la pausa como algo relevante para lograr una productividad saludable. "Una de las claves es desactivar la idea de que descansar es perder el tiempo. Si el domingo por la tarde lo vivimos como un momento legítimo de recuperación, no como una obligación de aprovecharlo mejor, es más fácil conectar con el presente en lugar de anticipar el lunes con ansiedad", señala Ponte.

PLANIFICAR LA INACTIVIDAD

Puede sonar paradójico, pero Duñabeitia afirma que es útil adoptar una actitud consciente planificando esa pausa. "Dejar el teléfono en otra habitación, evitar calendarios llenos de asuntos pendientes y, sobre todo, permitirse sentir y observar el aburrimiento sin tratar de sustituirlo inmediatamente con tareas". Así se puede evitar también la insatisfacción que puede surgir por cómo se ha gestionado el tiempo libre, señala Eugenia Ponte.

JORNADA PARA LA REFLEXIÓN

Un día de descanso da mucho de sí. Eizaguirre, por ejemplo, dedica un tiempo para "la planificación de entrenamientos, compromisos laborales o tiempo libre de la semana. Trazar un plan claro me da tranquilidad". Y también para reflexionar y valorar pequeños progresos: "Es un momento para darme crédito y reafirmar lo que quiero lograr, alineando mi energía con mis metas", añade la experta.

AUTOCUIDADO SENCILLO

No hacen falta grandes planes, sino "actividades que nutran cuerpo y mente: descansar sin culpa, moverse sin exigencia, reducir estímulos digitales y reconectar con placeres simples", explica Ponte. "Forma parte de una regulación inteligente de nuestros recursos mentales y emocionales", concluye Duñabeitia.

FOTOS: STEVEN PAN.

UN SUEÑO MEDITERRÁNEO

Con el MAR DE ALBORÁN *al frente y las montañas del Rif a mis espaldas perdí, por fin, el miedo a* VOLAR. *Programa de longevidad lo llaman. Por* LAURA SOLLA.

Hay quienes se aventuran a reservar un retiro de longevidad impulsados por una epifanía, una crisis de mediana edad o una conversación con su psicoanalista. Yo llegué con las uñas marcadas en los reposabrazos del avión porque, antes de pensar en la inmortalidad, tuve que sobrevivir a un vuelo. Tengo pánico a volar. Y no el nerviosismo leve y socialmente aceptado, no. Pánico de los que repasan su testamento mientras el avión corre por la pista, de los que se despiden mentalmente de sus seres queridos cada vez que hay una turbulencia. Así que, cuando acepté la invitación al programa de longevidad del Royal Mansour Tamuda Bay, pensé que tal vez esa longevidad debía empezar con un acto heroico: no morir de ansiedad antes de aterrizar en Tánger.

Lo logré, no sin esfuerzo, si bien es cierto que las vistas de lo que me esperaba al aterrizar mientras descendía de 12.000 pies de altitud –las aguas turquesas del mar de Alborán y el verde de las montañas del Rif– ayudaron en el proceso. Ya a salvo, con el aire cálido de la costa marroquí acariciándome y un *valet* susurrando *"bienvenue madame Solla"* en un vestíbulo recubierto por miles de conchas marinas, supe que había valido la pena. Allí, la tribu era elegante y silenciosa. Nadie te obligaba a conversar, pero no pude evitar pensar en que si lo hiciese, seguramente descubriría médicos suizos, artistas de retiro, hombres escribiendo novelas que nunca publicarán y mujeres emprendedoras con alguna clínica estética en Nueva York o París. Gente que, como yo, vino a pensar en la vida desde otro lugar, con otra perspectiva. Porque si hay un sitio donde pueda replantearse uno el paso del tiempo, es este. Aquí, la longevidad es toda una arquitectura rodeada de jardines mediterráneos, azulejos tipo *zellige*, mosaicos de mármol y espejos de nácar.

Y aunque todo luce como un hedonista hotel de cinco estrellas (de las que no aparecen en *Booking*, sino en sueños), lo interesante es que el programa se inspira en algo más esencial: las llamadas zonas azules. Esos lugares del mundo –Okinawa, Cerdeña, Icaria– en los que sus habitantes superan los 100 años como quien logra cumplir 40 sin dolor de espalda. ¿Su secreto? Cinco pilares: moverse sin obsesión, gestionar el estrés y la ansiedad, dormir como se debe, comer conscientemente y sentirse parte de algo. Una filosofía que replican en el tercer hotel de la Colección Royal Mansour –dicen que su hermano mediano, Royal Mansour Casablanca, impresiona; y que el mayor, Marrakech, sorprende– entre cojines bordados y piscinas de agua marina a 30 grados. No me extraña que Tamuda Bay sea, de los tres, el que emociona.

El *tour* por el Medi-Spa del complejo para visualizar cómo sería mi estancia fue casi una experiencia religiosa, que bien diría Enrique Iglesias. Con 4.300 m² de bienestar (se trata del *spa* más grande de África), este templo de la regeneración corporal y espiritual me recibe con una sonrisa y una copa de agua de romero. Los terapeutas, formados en las artes de la medicina preventiva, la estética o la ayurveda, me guían hacia un viaje de rejuvenecimiento que desafía las leyes de la biología. Quizá, porque quien lo prueba no quiere morir sin repetir la experiencia o porque aquí resulta inevitable dudar de si la verdadera longevidad se mide en años o en momentos como este. Las instalaciones –de las que durante los cinco días siguientes dispondré en su totalidad para mi uso y disfrute– son un espectáculo en sí mismas: elegantísimos baños de vapor, un impresionante *hammam*, una cueva de sal del Himalaya de la que sales respirando como si nunca hubieses conocido la contaminación, piscinas de mármol verde esmeralda que deberían tener *hashtag* propio y la amabilidad, atención y saber hacer de todo el personal como colofón. El cuerpo empieza a reprogramarse. La mente, también.

Al día siguiente, tras dormir en la cama *queen size* de una de las 55 impresionantes *suites*, comienza 'oficialmente' mi experiencia. "Cómo si no hubiese empezado en cuanto abrí la puerta de mi habitación, con seis variedades de té marroquí esperándome en el salón y un vestidor más grande que mi piso", pienso. Primero, un análisis de sangre para detectar posibles carencias y ver mi estado general de salud, seguido de un desayuno no tan *healthy* para recuperar la energía perdida. Otro punto positivo de este programa: solo lo sigues a rajatabla si tú quieres. Esto es, puedes acogerte a uno de sus tres deliciosos menús saludables (850, 1300 y 1500 calorías), o concederte alguna indulgencia gastronómica si así lo deseas. Porque aquí la comida no es enemiga ni medicina amarga; se basa en la dieta mediterránea con ingredientes locales, preparados respetando tanto el producto como a quien lo come. Como aval, las tres estrellas Michelin de cada uno de sus chefs: los hermanos Alajmo, al frente del italiano *Coccinella*; el español Quique Dacosta, al mando de *Le Méditerranée*; y Éric Frechon, comandando *La Table*. ¿Ayuno intermitente? Solo si lo eliges. ¿Postres? Claro, pero hechos con inteligencia nutricional. Si todas las dietas fuesen así, a estas alturas la (temida) palabra solo tendría connotaciones positivas.

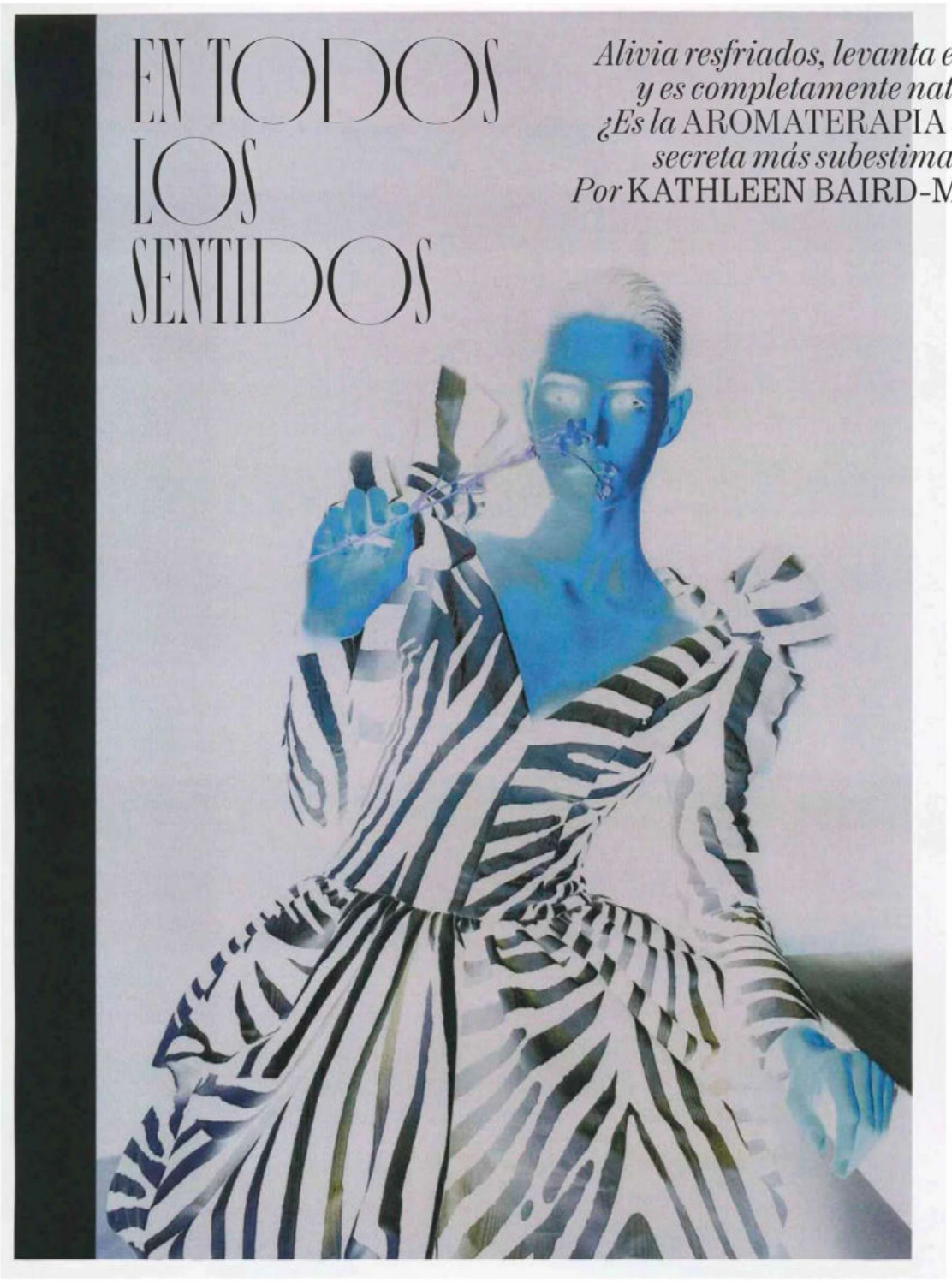
Poco después empieza mi clase de yoga con vistas al mar, con un profesor que habla cuatro idiomas y ajusta mi postura como si leyera mi aura. Ya por la tarde, la médico que llevará mi seguimiento me revela los pasos que seguiremos en función de mis necesidades y preferencias. También me adelanta las consultas que tendré los días siguientes: una nutricionista me hará un análisis de bioimpedancia para calcular mi porcentaje de grasa corporal; con una entrenadora personal y un fisioterapeuta realizaré pruebas cardiovasculares, de fuerza muscular y movilidad; una masajista tailandesa me dará el mejor masaje de mi vida y fijaré las horas de mis tratamientos entre un catálogo infinito de mimos varios. Los elegidos: criolipólisis, con la promesa de reducir la grasa corporal entre un 30 y un 40 % en una sola sesión; Láser Icoone, para tratar la celulitis y disminuir la grasa localizada y, entre paseos por la playa privada de arena fina, crioterapia. No me quejo. El segundo día, en una sesión con una médico india enfundada en lino blanco y sabiduría ancestral, me preguntó qué me motivaba para levantarme por las mañanas. "En Okinawa lo llaman *ikigai*". Lo pensé. No supe. La conversación derivó en mis miedos, mi inexistente rutina de sueño, mi excesivo consumo de café y mi ansiedad anticipatoria; su ayuda se tradujo en escucha activa, sesiones de meditación, acupuntura, efectivas técnicas de respiración y un análisis de la variabilidad del ritmo cardíaco y del ciclo del cortisol que prometía decirme si había nacido para correr maratones o podar bonsáis. Aquí, una empieza a sospechar que el cortisol es un invento de la vida urbana. Al cuarto día me descubrí sonriendo sin motivo aparente. Preocupante.

El quinto y último día, mientras doblaba con pesar los biquinis para rellenar las esquinas de mi maleta de cabina, pensé que el regreso sería una pequeña muerte: volver al ruido, a los *e-mails*, a la velocidad. Pero no. Algo había cambiado en mí y lo constaté cuando me subí al avión de vuelta. Mis manos no sudaban. Respiré. No pedí triple *whisky* ni hice visualizaciones de emergencia. Me senté. Cerré los ojos… Y me dormí. Al despertar, ya a punto de aterrizar en Madrid y mientras una tripulante de cabina comprobaba que mi ventana estuviese abierta y mi cinturón abrochado, pensé en que quizá la longevidad no consistía en sumar años, sino en restar miedo. O, al menos, en cambiar el enfoque: vivir más, pero también mejor. Con propósito, sin prisa y, si es posible, con una infusión de jazmín y vistas al mar en Tamuda Bay.

FOTO: COCO CAPITÁN.

EN TODOS LOS SENTIDOS

Alivia resfriados, levanta el ánimo y es completamente natural. ¿Es la AROMATERAPIA *el arma secreta más subestimada?*
Por KATHLEEN BAIRD-MURRAY.



El día en la oficina ha sido largo y todo lo que te apetece es ir directa a casa y desplomarte, pero prometiste ir a la fiesta de cumpleaños de una amiga. La sola idea de hablar 'del tiempo' con sus amistades –tan amorosas, tan seguras de sí mismas y tan bien conectadas– te da pavor. ¿Qué decides hacer? A) Te escaqueas y cenas cereales; B) Vas y te cargas de autoconfianza a base de martinis; o C) Te pasas un *roll-on* de aromaterapia por las muñecas, respiras hondo y te lanzas de cabeza a hacer amigos influyentes.

La respuesta, por supuesto, es la C, porque eres una buena amiga y, además, has descubierto para tu sorpresa, como cada vez más gente, que esta especie de pócima natural como de bruja, esotérica y *hippy*, blanco de esperanzas o de burlas, en realidad, funciona (no es de extrañar que la marca de aromaterapia de Kathy Phillips, exeditora de belleza de *Vogue* Reino Unido, se llame This Works). La aromaterapia –dícese del proceso que ocurre cuando inhalamos por la nariz o absorbemos a través de la piel ciertas moléculas de aceites esenciales, capaces de estimular nuestro sistema olfativo y enviar señales al sistema límbico del cerebro (zona responsable de la regulación emocional, la memoria y el estado de ánimo)– se ha colado definitivamente en nuestro día a día, ya sea llevando un práctico *roll-on* en el bolso o rociando un poco de bruma de almohada para garantizar un buen descanso nocturno.

Ya pasaron los días de aquel frasco polvoriento de aceite de eucalipto para la congestión nasal que esperaba agazapado "por si acaso" al fondo del armario del baño. Lo sustituye el nuevo Pod Mini de Neom, un difusor de aceites esenciales lo bastante peque-

ño como para llevarlo encima dondequiera que vayáis, tú y tu nariz taponada. Olvídate de fabricarte tu propia mezcla de pachuli y lavanda para oler bien y sentirte mejor: échate un perfume como es debido, creado y potenciado con aceites esenciales nada menos que por Frank Voelkl (perfumista estrella de Le Labo Santal 33 y Glossier You) para las fragancias funcionales de The Nue Co. ¿Quieres que tus cosméticos faciales deleiten todos tus sentidos? Prueba The Oil, de Neuraé, enriquecido con la planta de la resurrección, un neuroingrediente recientemente descubierto en ecosistemas desérticos que promete ayudar a reducir los niveles de cortisol y relajar los fibroblastos. "La aromaterapia ha dado el salto de las clínicas a nuestras casas y ya es un básico más de las rutinas de bienestar", dice Shannon Monteith, directora de Skincare en Space NK, donde han visto crecer su popularidad en un 31 % en el último año. "Cada vez más personas se resisten a llevar vidas tan frenéticas dando un mayor valor al equilibrio y buscando momentos de calma en su día a día".

Tanto es así que la ansiedad social anteriormente descrita de "antes que ir, prefiero pincharme los ojos con alfileres" fue uno de los dilemas vitales en los que se inspiraron Daniel Smith y Gregory Allen, pareja profesional y sentimental, cuando cofundaron su marca de aromaterapia, Moods. Devotos desde hace años de los aceites esenciales (el primer cargo laboral importante de Smith fue en Aromatherapy Associates, en 2005), Moods nació con el objetivo de ofrecer una aromaterapia más accesible para iniciar en ella a una nueva generación, con precios desde 25 libras (unos 29 euros). En palabras de Smith, "nuestros *rollerballs* son pura autoconfianza en frasco, en tanto que los puedes llevar contigo siempre, aplicártelos en las muñecas y después inhalar profundamente". Su catálogo se compone de ocho esencias "psicotransformadoras", elaboradas por expertos a partir de distintos aceites esenciales de alta calidad que prometen optimizar nuestro rendimiento. Podrías sentirte hasta un 30 % más tranquila de lo habitual si te aplicas un poco de Charisma antes de entregarle a tus jefes el informe anual. Si el estrés puede contigo, prueba Chill, que al parecer ayuda a aplacarlo hasta en un 25 %. ¿Y para ponerte las pilas? Ahora puedes rendir a tope con Hustle, diseñado para acelerar en un 5 % los procesos cognitivos. Cada formula contiene una concentración del 20-25 % de aceites activos, una potencia considerable en comparación con el 3 % que suele llevar cualquier aceite de baño. "Se necesita al menos un 12 % para garantizar un efecto neurológico", confirma Allen. Los porcentajes de sus *rollerballs* se han determinado en ensayos clínicos realizados por el profesor Mark Moss del departamento de psicología de la Universidad de Northumbria, lo que marcaría la primera vez que se evalúa formalmente una mezcla final de aceites esenciales (y no un aceite individual). "Cualquiera que no creyese en esto tan firmemente como nosotros seguramente se habría echado atrás", dice Smith, quien invirtió más de 175.000 euros en los ensayos. "Pero cuando llegaron los datos, se vio claramente que la magia quedaba demostrada. La aromaterapia es una de las herramientas más poderosas y subestimadas que tenemos: una medicina con más de 6000 años de antigüedad. Es rápida, accesible y no invasiva, pero este sector no la ha tratado con la seriedad que merece. Nosotros hemos venido a cambiar eso, uniendo la rigurosidad de la neurociencia con la belleza y la simplicidad de los aromas".

La perspectiva que abren estos nuevos resultados es para muchos otra razón más para apostar por los remedios naturales. En España, tuvo que llegar 2024 para que el Ministerio de Sanidad mencionara la aromaterapia en su lista de pseudoterapias, es decir, una disciplina que podría tener ciertos usos complementarios pero cuya eficacia clínica no está avalada por estudios suficientemente concluyentes. Y pese a que en otros países de nuestro entorno se la tiene en consideración desde mucho antes (en Reino Unido, se aprobó como práctica complementaria en el sistema público en 1989), hasta ahora no ha habido mucho interés en respaldar sus efectos con evidencias científicas. La facialista integrativa con marca homónima Annee de Mamiel confirma que aprecia en sus pacientes "más interés en los beneficios que pueden obtener de incorporar la aromaterapia a su rutina diaria. Existen datos sólidos sobre la acción de los aceites esenciales, de cómo influyen en la piel y el estado de ánimo, y el hecho de que se estén investigando como una posible alternativa a los antibióticos es bastante fuerte", sentencia.

> "LA AROMATERAPIA HA DADO EL SALTO A NUESTRAS CASAS Y YA ES UN BÁSICO MÁS DEL BIENESTAR", DICE SHANNON MONTEITH DESDE SPACE NK.

La ciencia también fue fundamental en el desarrollo de The Nue Co., cuyo concepto de fragancias funcionales se basa en los resultados de un estudio de cinco años de duración, realizado en colaboración con el Laboratorio de Cerebro y Comportamiento de la Universidad de Ginebra, en torno al impacto neurológico del olfato y en cómo ciertos aromas afectan a distintas partes del cerebro. Para la nueva línea Care Collection de Jo Malone London, una gama de irresistibles productos corporales y de baño inspirados en los aceites esenciales de mayor valor simbólico en la antigua Roma, la marca se apoyó en una serie de investigaciones neurosensoriales para asegurar que cada producto pudiera generar sensaciones positivas, tanto en tratamientos en cabina como en el uso doméstico.

Para los pioneros en este campo (como Clarins, cuya Eau Dynamisante bien podría considerarse la primera fragancia funcional de la historia; Aromatherapy Associates, que lanzará en mayo su Heritage Collection –un set de regalo que incluye sus mezclas clásicas De-Stress, Revive y Deep Relax–; Michelle Roques O'Neill, y sus imprescindibles combinaciones Therapie; y Kathy Phillips, fundadora de This Works, una de las primeras marcas en acercar la aromaterapia al público no iniciado), este renovado interés, además de gratificante, viene a darles la razón. La primera incursión de Phillips en el mundo de los aceites esenciales fue durante un embarazo, hace cuarenta años. Acudió a ver a Micheline Arcier –a quien muchas voces consideran la creadora de la aromaterapia moderna– para recibir un masaje prenatal. Desde entonces, los aceites naturales no faltan nunca en su vida, ya sea para aromatizar el baño, tratar la piel seca (de germen de trigo y de onagra), conciliar el sueño o prevenir resfriados y gripes. ¿Su consejo para novatos? Apostar por la calidad: "Cuando lanzamos This Works en 2004, recurrimos a una lavanda que había demostrado clínicamente favorecer el sueño en un estudio publicado en *The Lancet*. Y existen más de cien variedades de lavanda, de modo que es clave surtirse de un buen aceite, porque de lo contrario no funciona", explica. En cuanto al secreto del éxito comercial, Phillips defiende que la pasión lo es todo: "Si analizas las marcas que más te gustan, lo más seguro es que haya detrás un excelente aromaterapeuta".

FOTO: TXEMA YESTE. TRADUCCIÓN Y ADAPTACIÓN: ESTHER GIMÉNEZ.

Four Seasons Mallorca

DESTINO: BIENESTAR

El especial viajes que cada año incorpora nuestro número de junio lo protagoniza, en 2025, un directorio que pone el 'WELLNESS' *en primer plano. Porque no hay vacaciones sin autocuidado. Por* GARBIÑE CONTINENTE.

El cambio de paradigma es una realidad. La búsqueda de destinos vacacionales que ponen el cuidado personal en el centro no es, únicamente, el hilo conductor de la trama de la exitosa serie *The White Lotus*. La urgencia de dedicarse tiempo de calidad a uno mismo traspasa la ficción y se convierte en una prioridad, también en la época estival. Esta demanda se traduce en una oferta de lujo y bienestar tan amplia como variada: hoteles y centros de cinco estrellas renuevan sus instalaciones e incorporan tratamientos y tecnologías que los convierten en un destino en sí mismos.

Así, elaborar un mapa con las propuestas más interesantes de cara al verano de 2025 cobra más sentido que nunca. Este especial viajes se compone de un directorio dividido en categorías que incluyen retiros, aperturas, programas de bienestar, alojamientos especializados en deporte y tratamientos innovadores. ¿El objetivo? Que tu único cometido sea escuchar a tu cuerpo –y tu mente– y elegir el destino donde darle exactamente lo que necesita.

CUIDADO INMERSIVO

Clínicas y centros especializados (de lujo) proponen TERAPIAS *para dar un giro a las vacaciones:* MIMARSE *es, al fin, el objetivo.*

Programa Detox, en ZEM Wellness Clinic Altea
—Alicante

Diseñada para potenciar la detoxificación del organismo, esta terapia forma parte del catálogo de la clínica de bienestar recientemente inaugurada en la Costa Blanca. El plan está pensado para promover un cambio de estilo de vida eficaz, con la consiguiente mejora de la salud, a través de la depuración física, cognitiva, emocional y mental. Así, durante la estancia, el huésped se somete a tratamientos médicos, terapias, entrenamientos y actividades que fomentan la conexión con naturaleza. Todo ello, con el objetivo de eliminar toxinas no deseadas, mejorar el sistema digestivo, aumentar la energía y reducir el estrés para así fortalecer el sistema inmunológico. Un retiro donde los hábitos de vida saludables son el medio para renovarse por completo.

Ciclos de sueño, en Chenot Palace Weggis
—Weggis, Suiza

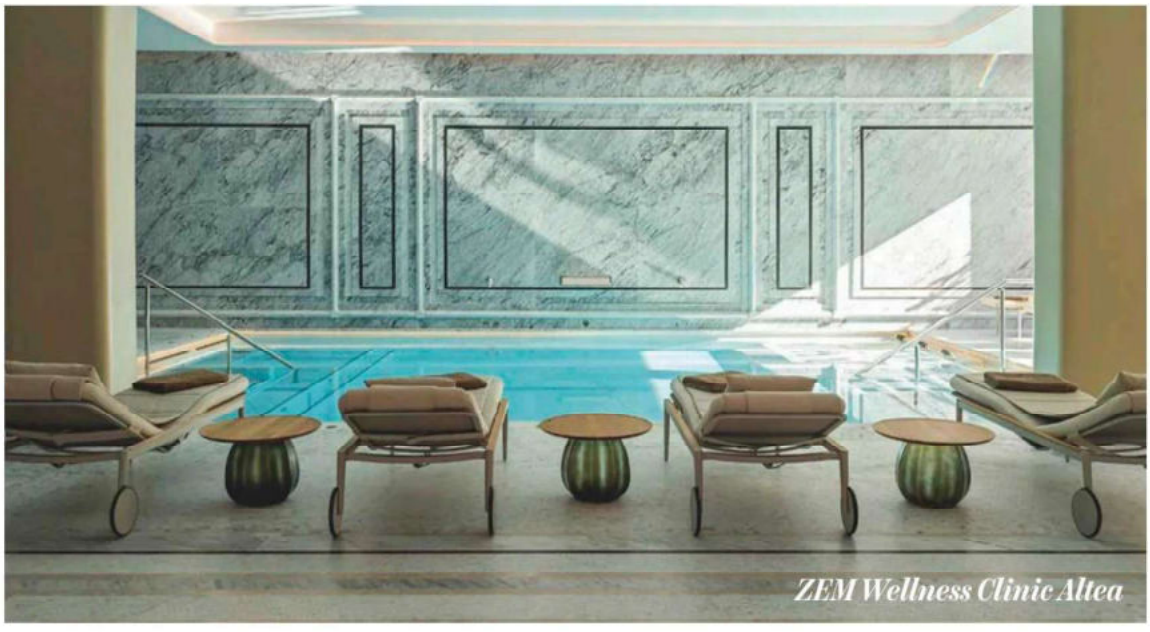
A orillas del Lago Lucerna, la propiedad del grupo Chenot –líder en turismo de bienestar– lanza un nuevo retiro enfocado a fomentar el descanso. En las cuatro nuevas habitaciones del sueño se ha instalado una tecnología desarrollada para crear un ambiente que acelera el inicio de un descanso profundo y mejora su duración y calidad. Los habitáculos incorporan una innovación autoprogramable que proporciona secuencias de luz y sonidos de la naturaleza que ayudan en el proceso de dormir y garantizan el reposo; una propuesta que se complementa con tratamientos específicos de alta tecnología a los que los clientes podrán someterse a lo largo de su estancia. Además, Chenot se ha asociado con Dagsmejan, una firma de ropa especializada y revolucionaria que ayuda al cuerpo a mantenerse en su temperatura ideal.

Advaned Longevity, en SHA Wellness Clinic
—Alicante

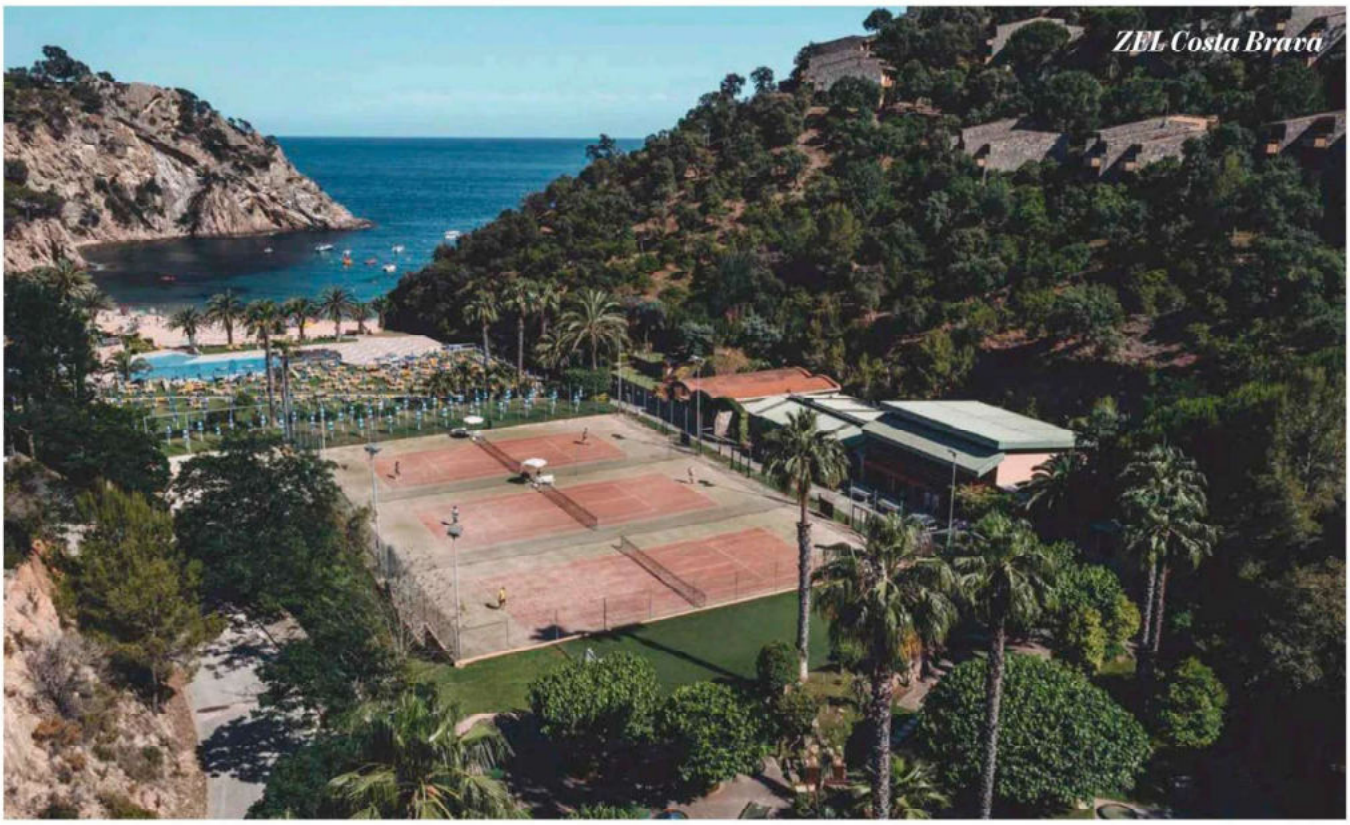
En la amplia oferta de servicios de esta clínica de referencia –por cuyas instalaciones pasan de forma recurrente Naomi Campbell, Kylie Minogue o Jon Kortajarena– destaca uno de los más aclamados. Advanced Longevity es un programa que implica un mínimo de siete noches. Durante la estancia, los clientes se someten a tratamientos innovadores de medicina funcional, utilizando estrategias basadas en la ciencia para ralentizar el envejecimiento celular y mejorar la salud mitocondrial. Una experiencia que cuenta con la garantía de uno de los centros *wellbeing* mejor valorados de Europa.

Programa del Sistema Inmune e Intestino, en Lefay Resort & SPA Lago di Garda
—Brescia, Italia

Lefay Spa es el centro de bienestar del retiro de lujo italiano propiedad de la cadena hotelera Preferred. Un templo que combina la medicina clásica china con la ciencia occidental y donde los huéspedes pueden someterse a innovadoras terapias. Entre ellas, un nuevo programa centrado en reequilibrar el sistema inmunitario y dotar al organismo de recursos para mantenerse en un estado saludable. Incluye un asesoramiento nutricional y la prescripción de una dieta que nutre la microflora, tres consultas médicas y un chequeo intestinal. Completan la experiencia una serie de tratamientos de acupuntura, moxibustión, reflexología y un masaje Tui Na. Todo ello, en el enclave único del Lago di Garda, ubicado al pie de Los Alpes.



ZEM Wellness Clinic Altea


ZEL Costa Brava

EN MOVIMIENTO

El DEPORTE *también actúa como motor vacacional. Porque el* DESCANSO *estival no está reñido con mantenerse activo.*

Club Med Tignes
— Tignes, Francia

Los Alpes no son (solo) un destino invernal. Este resort de montaña se presenta como el escenario ideal para quienes buscan conectar con la naturaleza, respirar aire puro y multiplicar sus niveles de energía en un enclave de excepción. En su catálogo de actividades estivales conviven sesiones de yoga y pilates al aire libre con reconocidos maestros, tratamientos regeneradores en su *spa*, y actividades como senderismo guiado o rutas de ciclismo por los paisajes alpinos. La propuesta culmina con una cocina equilibrada, diseñada para favorecer el equilibrio entre cuerpo y mente.

Zel Costa Brava
— Girona

La firma hotelera nace como fruto de la unión entre Meliá Hotels International y el extenista y empresario Rafa Nadal. La segunda apertura de la marca tuvo lugar en 2024 en la ladera de Cala Giverola; un enclave que sirvió como telón de fondo para diseñar una propuesta que pone el deporte en primer plano. Así, sus clientes pueden practicar hasta 46 actividades diferentes: desde disciplinas de pista como tenis, hockey o vóley playa, a otras vinculados con el entorno, como *nordic-walking*, bicicleta o *trecking*, pasando por entrenamientos de yoga, danza o *jiu-jitsu*. En definitiva, una oferta centrada en el movimiento y la conexión con la naturaleza para todos los públicos.

Anantara Villa Padierna Palace Benahavís Marbella Resort
— Marbella

En el corazón de la Costa del Sol, este icono turístico es un destino conocido por los amantes del golf –cuenta con tres imponentes campos con vistas al Mediterráneo–. Pero su oferta deportiva va mucho más allá. El complejo incorpora un Racquet Club, considerado uno de los mejores de la zona gracias a sus once pistas de pádel, dos de tenis y dos campos de croquet distribuidos en 22.000 metros cuadrados (y a apenas 50 metros de la playa). Unas instalaciones deportivas que se complementan con un *spa* a la altura: termas romanas y baños turcos, un circuito aromático, múltiples salas de tratamientos y un salón de belleza donde relajarse y fomentar el bienestar integral.

Son Blanc Farmhouse
— Menorca

En un escenario rural, entre las localidades de Alaior y Es Migjorn Gran, se erige un alojamiento vacacional que incide en la sostenibilidad y el mínimo impacto para el medioambiente. Una granja abandonada del siglo XIX convertida en hotel donde prima la autosuficiencia. Placas fotovoltaicas, pozos de geotermia, sistema de compostaje y la construcción propia de una depuradora se mezclan con una decoración local muy cuidada de artistas de la región. La finca ofrece acceso o a una variedad de senderos para caminar, correr y andar en bicicleta y los huéspedes pueden acceder a actividades deportivas que incluyen clases de baile y yoga, meditaciones guiadas o sesiones de respiración. Un agroturismo elevado que no se parece a ningún otro.

La belleza bajo la mirada de
VOGUE cada semana en tu mail
SUSCRÍBETE AQUÍ
A NUESTRA NUEVA
NEWSLETTER
SAVONNERIE
M.FABRE
MARSEILLE
sisley
PARIS

A LA CARTA

Terapias inspiradas en RITUALES *ancestrales y tratamientos de última tecnología sitúan a los hoteles de lujo a la vanguardia del* BIENESTAR.

Ritual Temazcal, en Zentropia Palladium Spa & Wellness
— Riviera Maya
Una experiencia introspectiva en un entorno único, con las playas del Caribe como telón de fondo. Este ritual que ofrece el Hotel Palladium en su centro de bienestar Zentropia se compone de cuatro elementos: el agua, el viento, la madre tierra y el fuego. Mediante diferentes infusiones de hierbas nativas ofrecen una sesión de inhaloterapia, que se acompaña de cantos ancestrales que ayudan al cuerpo a desintoxicar y eliminar el exceso de líquido. La experiencia incorpora una sesión de meditación, que ayuda a entrar en un modo de relajación que implica a cuerpo y mente.

Wellness Journeys, en Ibiza Gran Hotel
— Ibiza
Basándose en los conceptos de calma, aventura y lujo que inspiran la propia isla, Ibiza Gran Hotel ha diseñado un programa pensado para que sus huéspedes alcancen el placer y la serenidad durante su estancia. Tres circuitos adaptados a todos los gustos y necesidades que incluyen actividades dentro y fuera del hotel. De programas centrados en el deporte a rituales para la conexión con el cuerpo o rutas con las que explorar los alrededores. Todos ellos resaltan la importancia de la nutrición y finalizan con el mimo y la recuperación del cuerpo a través de un circuito de hidroterapia.

Talasoterapia, en Marbella Club
— Marbella
La talasoterapia es el buque insignia dentro de la propuesta de *wellbeing* del hotel; una disciplina de larga tradición que procede de las prácticas de la antigua Grecia y Egipto. Su principal característica es la obtención de todos los beneficios del agua marina, como bajar la tensión sanguínea, mejorar el sueño, regular problemas de circulación, favorecer la salud mental o facilitar la recuperación tras una intervención quirúrgica. Los profesionales del Thalasso Spa recomiendan hacer un primer circuito por las zonas de calor –*hammam* y sauna– y, a continuación, pasar por las piscinas de agua salada, con el objetivo de ayudar al cuerpo a recuperar los niveles óptimos de magnesio.

LYMA Ultimate Glow, Lift and Sculpt Facial, en Royal Hideaway Corales Resort 5*GL
— Tenerife
El hotel de lujo vuelve a situarse a la vanguardia incorporando una herramienta reconocida como el dispositivo de belleza más poderoso del mundo. Un tratamiento no invasivo que ayuda a reducir los signos del envejecimiento, disminuir la apariencia de manchas y mejorar la textura de la piel, entre otros beneficios. La terapia combina un masaje profundo con movimientos superficiales, acompañados de maniobras drenantes con Gua Sha y el láser en cuestión. Estas técnicas actúan a nivel estético, emocional y médico, con un resultado natural.

Ibiza Gran Hotel

Abadía Retuerta

UNA VÍA DE ESCAPE

La nueva tendencia turística la protagonizan RETIROS *en enclaves naturales donde la desconexión está asegurada.*

Desconexión en pareja en The Lodge
— Mallorca

Fortalecer la unión y renovar la energía en un paraje incomparable. Esa es la premisa con la que nace el retiro de desconexión que el hotel *boutique* de la compañía Único plantea para 2025. Un programa a medida para cada pareja que incluye prácticas diarias de yoga, meditación y talleres diseñados para fortalecer la relación y fomentar el autoconocimiento. El objetivo es ofrecer una experiencia transformadora en un entorno sereno y con el servicio y las instalaciones de un alojamiento de cinco estrellas.

Máster en medicina herbal, en Borgo San Pietro
— Palazzetto, Italia

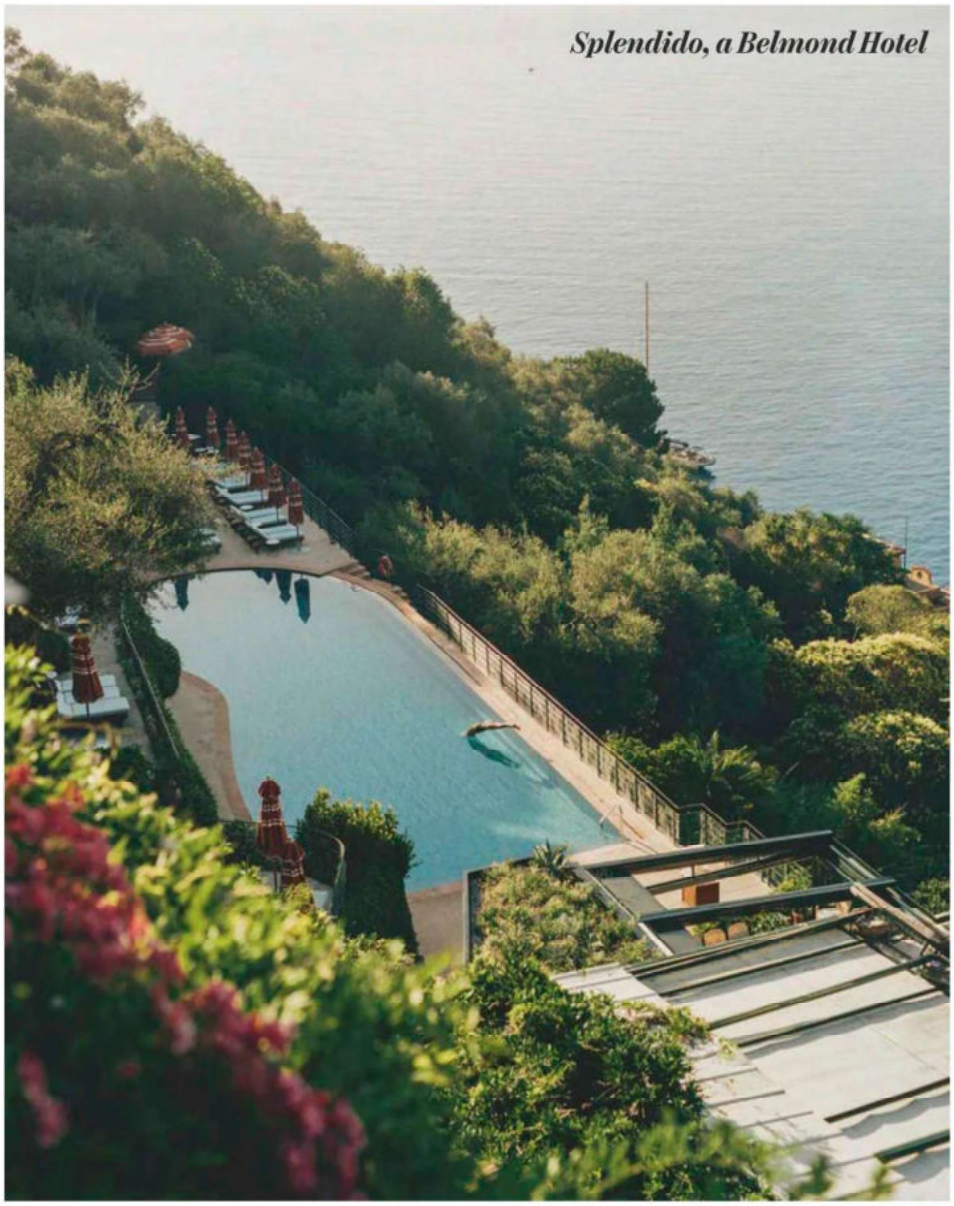
Una inmersión exhaustiva en medicina herbal en la Toscana. Podría ser el argumento de una comedia romántica, pero es el programa que propone Borgo San Pietro en colaboración con la experta en materia Anne McIntyre. Por segundo año consecutivo, el hotel *boutique* orquesta un curso en torno a la convivencia armoniosa con la naturaleza y la tierra como fuente de nutrición y bienestar. McIntyre conducirá a los asistentes en los procesos de cosecha, destilación, maceración y preparación de ungüentos naturales en un curso programado del 28 de junio al 3 de julio y que no se parece a ninguna otra experiencia.

Bienestar femenino, en Six Senses Ibiza
— Ibiza

El resort sostenible da la bienvenida a una nueva temporada con propuestas ligadas al concepto *wellness*. Entre las más atractivas, un innovador programa de bienestar femenino, cuyo contenido varía en función de la duración escogida, y que incluye un asesoramiento personalizado sobre los ciclos hormonales, ayuno, regulación de la glucosa y composición corporal. La experiencia también comprende tratamientos holísticos que ayudan a restaurar el sistema nervioso. Una experiencia diseñada y focalizada en la salud de la mujer.

Cuerpo y gastronomía, en Abadía Retuerta
— Valladolid

En el corazón del valle del Duero, emplazado en una abadía del siglo XII rodeada de viñedos, se ubica este hotel y bodega de cinco estrellas. En su deliciosa propuesta en torno al *wellbeing* destaca un retiro centrado en la nutrición consciente, donde conducen al huésped en el proceso de somatización de las emociones y reacciones que provocan el sabor, la textura y la densidad de cada alimento. Con una duración de tres días, la estancia incluye desayunos con meditación, acceso a las instalaciones del *spa*, clases de yoga y experiencias gastronómicas que van de un aperitivo campero a una exploración del huerto. Una escapada para conectar cuerpo y mente desde el estómago y poner el placer en primer plano.



Splendido, a Belmond Hotel

LO MÁS NUEVO

Los 'SPAS' *que abren sus puertas al público en 2025 lo hacen con propuestas* IRRESISTIBLES.

Four Seasons Mallorca at Formentor

— Mallorca

El entorno, salvaje y escarpado, en el que se ubica el hotel, es el protagonista de la filosofía bajo la que nace el recién estrenado *spa*. Tanto las instalaciones como los tratamientos más específicos ponen en el centro el poder de la naturaleza para sanar, restaurar e inspirar. Así, el centro se concibe como un santuario para la conexión interna, donde la energía del pino de Formentor –cuya fuerza y resiliencia contra los elementos simbolizan la longevidad y la fortaleza– actúa como hilo conductor. Terapias faciales creadas exclusivamente para los clientes del centro, rituales corporales a base de ingredientes presentes en el entorno o experiencias relajantes para disfrutar en pareja. Un paraíso donde rendirse al hedonismo.

Fariones Wellness, en Hotel Fariones

— Lanzarote

Con la sostenibilidad y el autocuidado por bandera, el centro de bienestar del nuevo Hotel Fariones promete una sensación de calma y renovación. Un recorrido sensorial a través de tratamientos en un entorno único, donde el Mediterráneo se convierte en absoluto protagonista. En la propuesta conviven faciales con productos orgánicos, tratamientos corporales inspirados en la maderoterapia y masajes que prometen una experiencia para los cinco sentidos. El catálogo lo completa un Circuito *Wellness* que pasa por una sauna seca, una piscina de agua fría y un *jacuzzi* exterior; un combo que ofrece la certeza de alcanzar la armonía.

AWAY Spa en W Barcelona

— Barcelona

Tras una transformación completa –tanto de sus instalaciones como a nivel conceptual–, el icónico W Barcelona abre las puertas de un nuevo espacio dedicado al cuidado. La estética mediterránea impacta directamente en el cuidado interiorismo, donde destacan las curvas fluidas, las texturas cálidas y los materiales sostenibles. Por supuesto, AWAY Spa cuenta con una propuesta a la altura de este escenario que redefine el concepto del lujo: combina tratamientos exclusivos disponibles en todos los centros de la marca con otros inspirados en Barcelona y adaptados a la cultura y los recursos de la ciudad. Un oasis de serenidad que facilita al huésped la conexión directa con el mar.

Dior Spa en Splendido, Belmond Hotel

— Portofino

El antiguo monasterio benedictino del siglo XVI que lo acoge, las vistas inigualables de la bahía y el sello de Belmond han convertido a Splendido en todo un emblema turístico de la costa Amalfitana. A ello se suma que en junio de 2025, el hotel inaugura el primer *spa* permanente de Dior en Italia, que marcará una nueva era en la experiencia de bienestar del complejo. Distribuido en dos plantas, el centro incorpora tres salas de tratamiento individuales y una cabina majestuosa desde la que se tiene una panorámica inigualable. Aunque la joya de la corona es la terraza, a la que los huéspedes acceden después de sus tratamientos. Un oasis de relajación rodeado de jardines que es el epítome de la *dolce vita*.

FOTOS: D.R.

VOGUE COLLEGE OF FASHION

voguecollege.com
infoadmisiones@voguecollege.com

Entre la VIDA *y el* ARTE

En pleno Baix Empordà, PASCALE ZINTZEN *ha construido una casa-taller que actúa como retiro familiar y templo creativo.*
Fotografía COKE BARTRINA. *Por* GARBIÑE CONTINENTE.

Desde pequeña he probado a hacer y montar cosas con mis propias manos. De pintar las paredes de casa de mis padres a reformar muebles antiguos que encontraba en mercadillos; hay muchísimos en Bélgica, solía ir los domingos con mi padre a pasear y buscar tesoros", recuerda Pascale Zintzen sobre su vinculación con el mundo de la artesanía. Se confiesa amante de los procesos de aprendizaje relacionados con la experimentación y las mezclas de técnicas, algo que la llevó a formarse en tapicería tradicional. "Fue ahí donde terminé de enamorarme de los trabajos manuales, del ritmo pausado de crear con alma y esa alegría única de estar en un taller", relata la belga.

Nacida en la ciudad de Verviers, tras haber viajado por todo el mundo se mudó a Barcelona, de forma definitiva, en 2016. Fue allí donde hace cinco años descubrió –gracias a unas clases de cerámica que le regaló una amiga– su verdadera pasión: "Tuve la sensación de haber encontrado algo que iba a cambiar mi vida. Estaba en un capítulo muy duro y descubrí una paz inmensa y muchas ganas de seguir creando. Desde aquel día, no he pasado más de 48 horas sin trabajar la tierra".

En la página anterior, Pascale lleva cazadora de SKALL; *chaqueta y pantalones, ambos de* INDOI; *y sandalias de* HEREU. *Marius luce camiseta y vaqueros, ambos de* BELLEROSE; *y zapatillas de* ADIDAS ORIGINALS. *En esta página, Pascale con vestido de* ROUJE; *y alpargatas de* CASTAÑER.

En esta página, uno de los rincones exteriores de la Casita, con algunas piezas de Oikos Estudio: los jarrones Bottle, Papillon y Billy y dos obras pintadas con acrílico negro.

Tres piezas de la colección Les Calices (2025), creada para Galerie La Lune.

En esta imagen, Pascale, con 'blazer' y pantalón, ambos de YERSE; *y Marius, con jersey de* BABAÀ. *Debajo, la zona del comedor, decorado con la lámpara Bau de* NORMANN COPENHAGEN *y un dibujo hecho por Pascale sobre papel japonés.*

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

"Mis piezas son cada vez MENOS DECORATIVAS *y se aproximan* MÁS AL ARTE".

El flechazo fue tal que, un año después, daba a luz Oikos Estudio, un proyecto creativo que nació como respuesta a la necesidad de dar forma a un trabajo artístico, al anhelo de profesionalizar aquello que, hasta entonces, había ejercido como *hobbie*. Y lo hizo con la convicción de poner la cerámica en el centro, aunque sin abandonar otras disciplinas como la pintura, el arte textil y la tejeduría tradicional.

Zintzen define la línea estética de su proyecto como orgánica, cercana a la naturaleza, feminista y con un ADN arqueológico –estudió Arqueología e Historia del Arte en la universidad y la belleza de los objetos cotidianos de cerámica antiguos siempre despertaron en ella una pasión que plasma en sus obras–. Al mismo tiempo, la artista asegura que, desde el nacimiento de Oikos Estudio, sus obras han ido evolucionando, adquiriendo un carácter más escultórico y un mayor tamaño. "Mis piezas son cada vez menos decorativas y se aproximan más al arte. Creo que he seguido un camino coherente con las decisiones que he ido tomando. Por ejemplo, trabajar únicamente con mis manos, sin usar moldes; o experimentar con pigmentos salvajes para crear esmaltes y acabados únicos. En este sentido, quise dar cabida a lo incontrolable en mi proceso creativo", concede.

Y la sede de un proyecto tan inspirador no podía ser otra que una Casita –así la bautizaron cuando la compraron en 2018– en el corazón del Baix Empordà. Pascale eligió este lugar para construir su refugio familiar –donde actualmente pasa gran parte de su tiempo junto a sus dos hijos– por ser un enclave en

A la izquierda, Pascale lleva mono de AMERICAN VINTAGE; *y alpargatas de* CASTAÑER. *En esta fotografía y en la de abajo, diferentes rincones de la Casita.*

el que entregarse a la vida de campo, con pueblos auténticos alrededor pero, a la vez, situado muy cerca de Barcelona y, por tanto, del mar. Allí ha instalado su segunda residencia, donde disfruta de veranos completos en familia y, también, el taller donde desarrolla muchos de sus proyectos.

A

nivel de diseño, tuvo claro que quería respetar al máximo la historia y el uso original de la construcción –era una casa de agricultores dedicados a los olivos–, y mantener el color blanco y el carácter humilde como hilo conductor del interiorismo. "Los muebles son de obra, la decoración es sencilla; en su interior conviven mis obras con algunos muebles restaurados. Mi arte y la Casita forman parte de un mismo proyecto coherente", explica la creadora. Así, las pocas piezas que ornamentan el interior de la vivienda cuentan su propia historia: "Tengo la lámpara de techo Bau de Normann Copenhagen, que no solo amo por su diseño y color, sino porque fue un regalo de mi mejor amiga cuando nació Billy, mi segundo hijo. También tengo una fotografía de Penélope Archive, el proyecto de la genial Carlota Guerrero con Mariona Valdés Torrella. Me encanta tanto por su belleza como por el título que le da nombre, *We will conjure the myths that were taken from us* [Conjuraremos los mitos que nos fueron arrebatados]. Siento que va mucho con mi trabajo artístico y mi historia personal".

La casa-taller ha sido concebida como una suerte de santuario y el día a día en ella, tal y como narra su dueña, no hace más que alimentar el imaginario que transmiten las fotografías de Coke Bartrina: "Una mañana ideal comienza con el canto de los pájaros y un paseo con Nala, nuestra mascota. A continuación, voy al pueblo con mis hijos, Marius y Billy, y en el camino recojo tomi-

"Es una CASA REFUGIO.
Está pensada para
cuidarnos como familia,
para curarme como mujer,
para crecer como artista".

En esta página, Billy lleva jersey de BABAÀ, *pantalones de* ECOALF; *y calcetines de* BOBO CHOSES.

En esta página, Pascale, trabajando en el exterior de la Casita, lleva su propia camisa; vaqueros Ecru, de AMERICAN VINTAGE; *y zapatillas de* ADIDAS.

En esta fotografía, la cocina de la Casita. Debajo, una obra de Pascale Zintzen, elaborada con rotulador negro sobre papel japonés.

llo para las infusiones nocturnas. A la hora de comer, los niños abren su restaurante, Los Hermanos, y me cocinan un menú rico. Después jugamos, leemos y, si es verano, vamos a la playa. Cuando cae la luz y los pequeños duermen, aprovecho para trabajar. Me he acostumbrado a crear en los intersticios y no lucho contra ello".

En esta radiografía de Pascale Zintzen resulta imposible separar a la autora de su obra. Su vida personal y su faceta profesional conviven y se retroalimentan; y esta fórmula le ha funcionado para conseguir una carrera artística consolidada. Representada por Etesian Gallery, acaba de terminar una exposición colectiva, *We got lost for a while*, y prepara ya la siguiente, que tendrá lugar a finales de verano. En paralelo, está trabajando en varios proyectos con la Galerie La Lune, que verán la luz a lo largo de 2025; e ideando la próxima colaboración con la firma de moda INDOI. "Otra iniciativa con la que estoy emocionada es una minicolección de objetos de cerámica para la mesa en colaboración con The Slow Mediterranean. Lanzan una nueva guía de Mallorca para la que he hecho ilustraciones, y un nuevo *e-shop*, donde habrá algunas de mis piezas exclusivas", anuncia.

La amalgama de proyectos en los que está inmersa actualmente no hace más que confirmar que esta construcción, en una de las regiones con mayor encanto de Cataluña, cumple su función inspiradora. Aunque las virtudes de la Casita trascienden la esfera creativa. "Es una casa refugio. Está pensada para cuidarnos como familia, para curarme como mujer, para crecer como artista. Y es un lugar donde, además, recibimos a muchos amigos. En ella han tenido lugar encuentros fantásticos entre personas que no se conocían antes. Es un hogar mágico", sentencia, dibujando una postal idílica en la que cualquiera querría quedarse a vivir.

ESTILISMO: PATRICIA LÓPEZ.

Al NATURAL

Las propuestas a base de VINOS DE MÍNIMA INTERVENCIÓN *se han convertido en el hilo conductor del último fenómeno gastronómico: bares y restaurantes con un concepto contemporáneo, platos para compartir y una propuesta enóloga que apoya a* BODEGAS EMERGENTES. *Por* GARBIÑE CONTINENTE.

De Málaga a A Coruña, pasando –o, más bien, arrasando– por Madrid y Barcelona. Hay una tendencia dominante en el terreno hostelero que, en 2025, no se puede seguir obviando. En los últimos años, el universo de los vinos naturales ha ido ganando terreno poco a poco: tiendas especializadas que abrían en los barrios más efervescentes de las principales ciudades e iniciativas con un concepto contemporáneo que ofrecían a sus comensales la posibilidad de descubrir una parcela de la enología, para muchos, desconocida. Pero, en el último lustro, el fenómeno parece haberse disparado, consiguiendo acaparar la corriente gastronómica predominante en las aperturas de los barrios más cotizados en grandes urbes y, también, en pequeños proyectos que surgen en capitales de provincia.

Cuando hablamos de vinos naturales nos referimos a aquellos obtenidos con la mínima intervención, tanto en el cultivo y la obtención de la uva, como el proceso de elaboración del producto final. "Transmiten un aroma y sabor mucho más directos. Podremos encontrar una acidez más marcada y, aunque tengan menos matices, son mucho más notables. También son vinos que tienden a ser turbios, menos filtrados y eso nos otorga textura en la boca", explica Borja Grande, sumiller de Vino Premier y gran conocedor de la materia. Viendo el contexto, la pregunta resulta inevitable: ¿qué tiene este producto para protagonizar un fenómeno de este calibre? "El aumento del consumo ha ido de la mano con la demanda de un producto gastronómico sostenible y con poca intervención", resuelve el experto.

El resultado es una presencia creciente de caldos naturales en los nuevos restaurantes de moda. En muchos de ellos son el centro del concepto mientras que, en otros, actúan como el complemento perfecto a una propuesta culinaria basada en la cocina contemporánea. Pasen y *beban*.

Olea *– Madrid*

De todos los restaurantes basados en un concepto contemporáneo que han abierto últimamente en Madrid, Olea se consagra como uno de los favoritos. Es el proyecto de una pareja argentina que ofrece el ambiente desenfadado de un bistró, pero con detalles más modernos, tanto en el diseño como en la cocina. El menú cuenta con quesos y embutidos de la mejor calidad y platos a base de verduras que no se parecen a nada que hayas probado antes; su berenjena con pesto de tomates secos y anacardos, coronada con una salsa de tahini y limón negro es una delicia. Y, por supuesto, vinos diferentes y especiales para un brindis a la altura.

Gluglú *– A Coruña*

Con un nombre revelador, este bar nace de la pasión por el vino natural, la gastronomía, el arte y el respeto por el acto, social e identitario, de compartir una mesa. Detrás de esta iniciativa están Marta –a cargo de la sección gastronómica– y Mateo, responsable de la parte enóloga, quien ha llevado a cabo una búsqueda incansable de productores honestos y respetuosos de todo el mundo. "Este es un espacio de unión donde cualquiera puede sentirse como en casa", anuncian.

FOTO: NACHO ALEGRE.

Defecto Bar *– Valencia*

María, una madrileña con experiencia en el mundo de los vinos naturales, y Andreive, brasileña y productora de sus propias referencias, impulsaron, hace poco más de un año, un negocio que ponía su pasión en el centro. "Nos gusta lo divergente, lo distinto, lo que se sale de la norma. Queremos romper con el vino convencional y con todo el clasismo que lo rodea", confiesan. Para la construcción de la propuesta gastronómica siguen la misma filosofía: productos locales, orgánicos y artesanales con los que elaboran platos que, en muchos casos, recuperan recetas familiares transmitidas de generación en generación.

Mesa Lobo *– Barcelona*

Dos semanas después de su apertura ya era el restaurante de moda en Barcelona. Mesa Lobo es la creación de Óscar y Pablo, dos chefs que, tras años trabajando juntos en cocinas ajenas, decidieron abrir su propio restaurante. Ubicado en la calle Aribau, el concepto se fundamenta en tres pilares: el producto local, la cocina francesa y la influencia nórdica. La selección de vinos naturales se ha hecho para complementar dicha oferta gastronómica: "Nos hemos enfocado en referencias que respetan la pureza del *terroir* y que se alinean con principios de sostenibilidad y producción ecológica", sentencian los fundadores.

Chuck's *– Madrid*

Tras triunfar en Milán y París, el proyecto insignia de Chuck George llega a Madrid con una propuesta que combina el lujo culinario con los *hits* de la conocida como *fast food*. Ganó popularidad por sus hamburguesas, generando seguidores en todo el mundo; ahora, Chuck's se presenta como un concepto elevado: más (y mejores) platos y una carta de vinos irresistible. Esta última, diseñada por Natalia Cano Bresciani, incorpora referencias clásicas y bodegas de renombre, aunque pone énfasis en los vinos naturales y las cervezas artesanales. De hecho, una de las botellas que puedes pedir es LMNOP, de la bodega francesa Batch Winery; un vino hecho exclusivamente para Chuck's.

Agrado Wine Bar *– Málaga*

Ismael y Gabriele –un malagueño y un siciliano– abandonaron Madrid para alumbrar un negocio propio en la ciudad mediterránea. La esencia de Agrado se basa en la sostenibilidad, abogando por un consumo más responsable. "Así como los vinos naturales han sido creados respetando el medio y usando métodos de mínima intervención, nuestro espacio ha sido concebido volviendo al origen del local con el que nos encontramos", explican los fundadores. La carta de vinos recorre pequeñas bodegas de España e Italia, y los platos se elaboran, en parte, con ingredientes ecológicos. Una iniciativa con alma y sentido que promete convertirse en el lugar de encuentro del barrio de la Trinidad.

KAIA GERBER *se subió a la pasarela con solo 17 años. Con 23, despunta como actriz, gestiona un* CLUB DE LECTURA *multitudinario y selecciona con máximo esmero cada nuevo paso. El mejor ejemplo de que la* SENCILLEZ *es, solamente, fruto de un enorme esfuerzo.* *Fotografía* AMY TROOST. *Estilismo* MAX ORTEGA. *Por* NUALA PHILLIPS.

Kaia Gaia

Kaia Gerber luce top de DRIES VAN NOTEN; *y en esta foto y en las siguientes, pendientes de la propia modelo.*

Vestido de ALTUZARRA.

K

aia Gerber nació en 2001. Esto significa que, en los 90, su existencia ni siquiera se planteaba. Pese a ello, esa década es, irónicamente, una de las que más la ha marcado. Y ya no solo por ese fervor que la era despierta desde el punto de vista estilístico gracias a la vuelta del minimalismo relajado que tan bien encarna la modelo en estas páginas; sino también porque fue entonces cuando su madre se encumbró como una de las ubicuas *tops* que definieron la época.

Precisamente este factor, el de ser hija de Cindy Crawford, ha sido uno de los condicionantes con los que Gerber ha tenido que lidiar desde que, allá por 2017, decidiese subirse a una pasarela para continuar con la leyenda familiar en lo que parecía un paso obvio. Poco más hizo falta para que su nombre se convirtiese en uno de los más cotizados de la industria: un físico que recordaba irremediablemente al que ensalzó a su progenitora como icono, una actitud fresca y desenfadada como solo alguien que ha crecido en California podría brindar y, también, esa madurez precoz que se asocia con los grandes nombres. Un arma de doble filo que, a los 17 años, no supuso el mejor caldo de cultivo para una adolescente que todavía no tenía clara su hoja de ruta. "Los primeros años me costó mucho adaptarme", recuerda. "Me daba cuenta de que mi círculo se distanciaba y no sabía qué había cambiado. Me llevó un tiempo entender que, en realidad, las relaciones requieren más atención cuando no estás presente. He aprendido mucho a priorizar esos vínculos porque, cuando las cosas se ponen difíciles, el trabajo no te salva la vida. Son tus amigos, tu familia y tus seres queridos quienes lo hacen".

Hoy, con 23 años, el discurso de Gerber encaja con el de quien ha vivido las luces y las sombras de esta industria desde bien temprano, pero si bien afronta el modelaje con las tablas de alguien que conoce la arena, su nombre es sinónimo ya de mucho más que un físico. "Creo que se está normalizando no tener un solo trabajo ni estar centrados en una sola cosa", reconoce al repasar sus múltiples facetas, ya no solo como modelo, sino también como actriz o como activista literaria a través de su club de lectura, Library Science. "Hay ocasiones en las que yo misma pienso: '¿Qué pasaría si solo hiciera una cosa?'. No tengo ni idea. Soy ambiciosa en muchos ámbitos y me gusta perseguirlos todos".

Quizás por este motivo Mango la ha escogido para ser el rostro de su última campaña bajo el eslogan: *Craft your own story* [dibuja tu propia historia]. Un *claim* que aglutina tanto la colección *Capsule*, como el *drop* veraniego de la firma y que habla justamente de ser quien queramos en cada momento, destacando cómo la moda puede ayudarnos a presentarnos al mundo con la multiplicidad de aspectos que nos definen. Algo que, como ya ha quedado claro, Kaia domina a la perfección. "¿Qué cuánto me ha costado a mí dibujar esa historia?", se pregunta al hilo del lema de la marca. "Bueno, hubo un período en el que intentaba activamente diferenciarme de mi madre y trazar mi propio camino", recuerda sobre las irremediables comparaciones. "Creo que esa resistencia no me ayudó en absoluto a encontrarme, porque cuando trabajas activamente contra algo, consigues lo opuesto. Hasta que un día pensé: "¿Por qué me esfuerzo tanto por no ser como alguien a quien admiro tanto? En cuanto dejé de esforzarme, el camino se reveló por sí solo", admite.

En este sentido, el cine ha sido, sin duda, una de las formas de arte donde Gerber ha encontrado su lugar con mayor facilidad. Una carrera discreta pero epatante que se alinea a la perfección con ese aura que desprende hablando desde su sofá, ya acomodada y relajada, pero todavía prudente. "Hay ocasiones en las que es el guion lo que me atrapa, mientras que en otros proyectos son los personajes en sí", reflexiona sobre sus elecciones cinematográficas. Una deriva que la ha llevado a formar parte de proyectos de comedia en más de una ocasión, con cintas como *Bottoms* o *Palm Royale*, en las que ha dejado claro que el género es un ámbito en el que se siente especialmente cómoda. "La comedia es algo en lo que me apoyo mucho como mecanismo de defensa", reconoce. "Soy esa persona que se ríe en los momentos más inapropiados… ¡me he reído en funerales! Siento que mis emociones siempre están en contra de lo que tengo delante así que, para mí, este tipo de trabajos son increíbles".

Sin embargo, no es ni frente a los *flashes* ni frente a las cámaras donde más brilla. Sino que su cara se ilumina de una forma diferente cuando por fin se abre el melón de su verdadera pasión: la literatura. Un campo en el que siempre ha encontrado consuelo, pero que en 2020, durante la pandemia, pasó a ocupar un lugar mucho más pronunciado, cuando puso en marcha su proyecto más personal: Library Science. "Durante el confinamiento, en mi caso no existía la opción de seguir trabajando, así que esto me obligó a tomarme un descanso. Fue entonces cuando empecé con el club de lectura para encontrar cierto estímulo y desarrollar partes de mí que hasta entonces no había tenido tiempo de explorar por culpa del trabajo".

Hoy, en el perfil del club acumula 82.000 seguidores que disfrutan de entrevistas a autores, comentarios de texto o citas subrayadas. Una de las últimas, un párrafo de Virginie Despentes: *Aprovecha el momento al máximo, en veinte años nada tendrá un sabor tan puro*. "¿Que si yo sé disfrutar del momento? Me gusta pensar que sí, pero no", bromea. "Tengo un cerebro y una imaginación muy hiperactivos. Creo que en gran parte este es el motivo por el que me convertí en actriz. Consumo mucho cine, mucha literatura y mucha poesía porque de alguna manera me abstraen de la realidad, pero también me unen mucho más a ella", cuenta con un brillo en los ojos que deja patente su pasión por el tema. El extracto de la autora francesa es solo un ejemplo de los muchos *posts* que la cuenta acumula, pero las referencias a la literatura feminista son una constante.

Según un estudio del Ministerio de Cultura de 2023, los hombres leen hoy un 10 % menos. ¿Deberíamos preocuparnos?
Es interesante porque, aunque no quiero generalizar, creo que si un hombre ha leído un libro, te lo contará. Así que podría decirse que son una minoría bastante ruidosa. Estadísticamente, las mujeres leen más, pero también está bien leer un libro y no decirle a nadie que lo has leído y hay ciertos hombres que piensan que la regla de leer un libro es que luego tienes que explicárselo a alguien.

El club ha lanzado su propio *merchandising*. Una de las últimas piezas es una camiseta que reza: *Hot/Can Read* [sexy/sabe leer]. ¿Es la ironía la mejor forma de enfrentarse a los estereotipos?
Bueno, es que es gracioso porque yo no siento que leer sea algo que me haga destacar sobre los demás, pero me doy cuenta de la percepción que tiene cierta gente y de los estereotipos que aún existen. La verdad es que lo encuentro bastante entretenido. Todavía hay gente que me pregunta: '¿De verdad te estás leyendo eso?'. Antes me molestaba, pero ahora juego con ello. De hecho, a veces me gusta fingir que no he leído un libro para escuchar a un hombre explicármelo. Bastante retorcido, pero es que es muy fácil impresionar a gente así.

Aunque lo cierto es que, más allá de juegos mentales, Kaia puede –con 46 portadas, 18 proyectos cinematográficos, casi 10 millones de seguidores y su propio pódcast de literatura– impresionar exactamente a quien quiera. Y eso que, tal y como ella misma advierte, todavía hay espacio para más. "¿Que si escribiría mi propia historia? Es algo a lo que estoy abierta, pero creo que la escritura es la forma de arte que más respeto y no puedo escribir imitando el estilo de la gente que más admiro", dice. "Aunque si pudiese escoger cualquier nombre para escribir mi biografía, sería Clarice Lispector. No me he sentido nunca tan identificada con nadie". Quizás porque, al igual que un día defendió la autora, esa sencillez que desprende se logra, solamente, gracias a un enorme esfuerzo.

Top fruncido, de MANGO; *y gargantilla de* SOPHIE BUHAI.

Top, sudadera y falda,
todo de PRADA.

Vestido palabra de honor, de MANGO.

Chaqueta de SPORTMAX;
y bragas de ARAKS.

Top y falda con lazos, ambos de MANGO.

Top, pantalón vaquero con cristales y bolso de tul, todo de SIMONE ROCHA.

Maquillaje: Hannah Murray (Streeters). Peluquería: Esther Langham (Art and Commerce) para Oribe. Manicura: Michina Koide (Art Department). Retoque: Norkin Digital Art. Producción: ArtProduction. 'Lettering': Fernando Vallespín. Modelo: Kaia Gerber (DNA Models).

Noches de verano

Las calles de Nueva York se llenan de RISAS, *intimidad y 'looks' fantasía. ¿El código de vestimenta? Superposiciones de capas, estampados y mucha piel. Fotografía* DANIEL ARNOLD. *Estilismo* JULIA SARR-JAMOIS.

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

A la izda., Paula Soares lleva chaqueta de CALVIN KLEIN; *vestido de* MIU MIU; *bolso de* COACH; *y pendientes de* BOTTEGA VENETA. *James Turlington, su novio, lleva 'total look' de* SAINT LAURENT POR ANTHONY VACCARELLO; *gorro de* A.P.C.; *y collares de* CARTIER *y* JOHN HARDY.

En esta página, la galerista Hannah Traore y el diseñador Christopher John Rogers, en el restaurante Le B., en la calle 12 Oeste de Manhattan, ambos con 'looks' de CHRISTOPHER JOHN ROGERS. *Hannah lleva pendientes de* BURBERRY; *y anillo de* CHLOÉ. *En la página siguiente, Gabbriette, en el Titsou Bar del Hotel Fouquete's de Nueva York, con vestido y chaqueta, ambos de* ALEXANDER McQUEEN; *y zapatos de* MARC JACOBS.

De izda. a dcha., Colin Jones lleva vestido de LOUIS VUITTON; *chaqueta de* NICHOLAS DALEY; *bolso de* MOSCHINO; *y reloj de* ROLEX. *Yasmin Wijnaldum luce vestido de* MOSCHINO; *bolso de* CALVIN KLEIN; *pendientes de* SCHIAPARELLI; *y brazalete de* CHANEL. *Alex Consani, con chaqueta de* THE ATTICO; *vestido de* FENDI; *y collar de alta joyería, de* BVLGARI.

Paula Soares y James Turlington, en el club Chez Margaux del Meatpacking District. Ella lleva vestido de GUCCI; *y pendientes de* BOTTEGA VENETA. *Él luce abrigo de* GUCCI; *y vaqueros de* AXEL ARIGATO.

Alex Consani lleva vestido largo de VALENTINO; *zapatos de* CHRISTIAN LOUBOUTIN; *y pendientes de* CHANEL HIGH JEWELRY. *Los diseñadores Fletcher Kasell y Tanner Richie, con ropa de su propia marca,* TANNER FLETCHER.

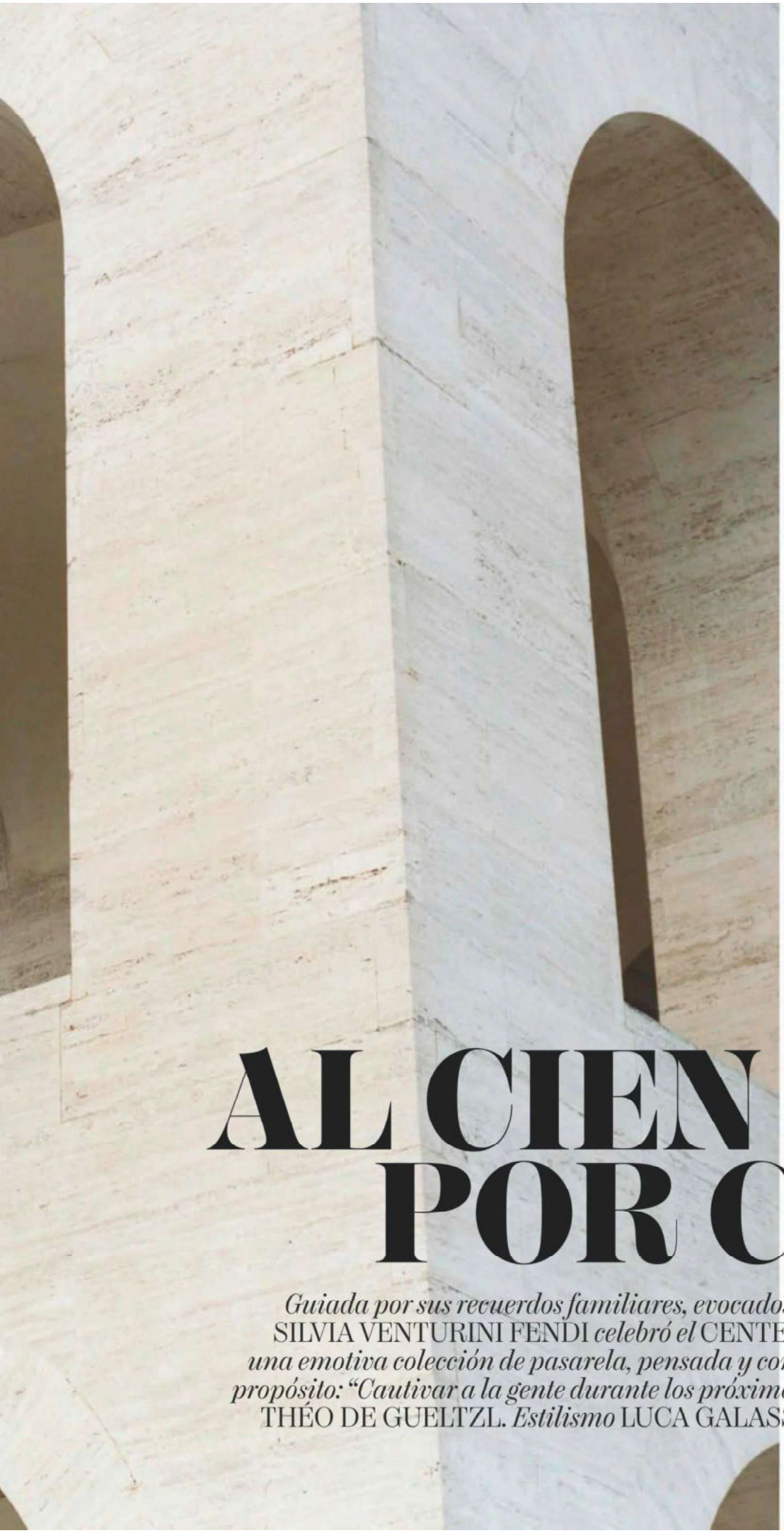
SARATOGA
CANADA DRY
Mountain Dew

De izda. a dcha., Sky Lakota-Lynch, que actualmente protagoniza 'The Outsiders' en Broadway, con 'total look' de COACH. *Alton Mason, de* TOM FORD. *Ajus Samuel, de* BURBERRY; *y con pendientes de alta joyería, de* BVLGARI. *Isabella Carr, de* LUDOVIC DE SAINT SERNIN; *pendientes de* CHANEL HIGH JEWELRY; *y reloj de* CARTIER.

A la izda., Alton Mason lleva chaqueta y camisa, ambas de AMIRI; *y pantalón de* WALES BONNER. *Sifan Hunde, con vestido de* SCHIAPARELLI; *bolso de mano, de* JUDITH LEIBER; *y pendientes de alta joyería, de* CARTIER.

Peluquería: Bob Recine. Maquillaje: Susie Sobol. Directora de movimiento: Renata Pereira Lima. Producción: Preiss Creative. Sastrería: Tae Yoshida.

En este reportaje, todas las prendas y accesorios de la sesión son de FENDI. *Cada 'look' es un homenaje a los 100 años de la histórica casa de moda italiana. En esta página, la modelo Clara Denison lleva vestido de rafia de la colección Fendi Couture de otoño-invierno 2019/20 y cinturón (usado como collar) de primavera-verano 1991.*



AL CIEN POR CIEN

Guiada por sus recuerdos familiares, evocados aquí década a década, SILVIA VENTURINI FENDI *celebró el* CENTENARIO DE FENDI *con una emotiva colección de pasarela, pensada y confeccionada con un solo propósito: "Cautivar a la gente durante los próximos cien años". Fotografía* THÉO DE GUELTZL. *Estilismo* LUCA GALASSO. *Por* SOFIA GNOLI.

De niña, la puerta que me encontraba de frente al cruzar el umbral del atelier de Via Borgognona me parecía enorme", rememora Silvia Venturini Fendi (Roma, 1961), directora artística de accesorios y moda masculina de la firma que lleva su apellido. "Cuando la abría, sentía que entraba en el País de las Maravillas. La idea de pedir a Dardo y Tazio [sus nietos, hijos de Delfina Delettrez Fendi] que abrieran un enorme portón para dar inicio al último desfile nace un poco de ahí, de mis recuerdos de infancia. Debía de tener cinco o seis años cuando Karl Lagerfeld quiso que hiciera de modelo de pasarela y salí con un pequeño vestido de amazona. Quise hacer lo mismo con mis nietos". Así fue, en efecto, la apertura de su última colección, dedicada a celebrar el centenario de Fendi. Quién sabe si Edoardo y Adele Fendi, matrimonio que en 1925 abrió en Roma una pequeña tienda de estolas y peletería en Via del Plebiscito, llegaron a soñar alguna vez con que su nombre se convertiría en símbolo de lujo internacional. Con motivo del glorioso aniversario de la casa italiana, *Vogue* ha querido recorrer su historia, década a década, a través de los recuerdos de Silvia Venturini Fendi.

¿De qué concepto partiste para crear esta colección del centenario de la firma?
De las emociones. Quise evitar una colección antológica. Mi manera de mirar el archivo no es científica, nunca podría serlo. Parte del corazón. Del recuerdo de un vestido que llevaba mi madre. De un abrigo de piel de mi tía Carla. Los recuerdos afloran de forma natural. Me gusta llamar a esta actitud 'Fendiness'. Cuando empecé a pensar en la colección, me dije: "Quiero que la gente salga del desfile amando Fendi tanto como yo. Quería celebrar los cien años de Fendi fascinando a la gente para los próximos cien".

¿En qué momento te dijiste: 'Bien, he acertado'?
Cuando leí las cartas y los comentarios que me fueron llegando. Se cumplieron mis expectativas, pero lo que más me emocionó de todo fue el abrazo de dos jueces implacables de mi trabajo: mi madre y mi tía Paola.

¿Cómo empezaste a trabajar en la empresa? ¿Qué edad tenías?
En realidad, siempre he estado en el negocio, desde mi primer desfile (ríe). Recuerdo que ya a los trece o catorce años, al terminar la educación obligatoria, quería dejar los estudios para ponerme a trabajar. Así que fui a ver a mi abuela Adele, que en ese momento era la cabeza de familia, y me dijo: "Está bien, no hay ningún problema, pero tienes que empezar desde abajo. Mañana falta la telefonista, así que empezarás por ahí". Me bastó un solo día en la centralita para darme cuenta de que no quería aquello. Poco después, ya estaba de vuelta en el pupitre.

Muy astuta, tu abuela. ¿Qué más te inculcó?
La dedicación absoluta al trabajo. Siempre me repetía con insistencia: "Debes ser la primera en llegar al atelier y la última en marcharte, para dar buen ejemplo".

Ingenio, astucia y un inmenso compromiso son cualidades que definen a las cinco hermanas Fendi, todas mujeres audaces y de gran personalidad, pese a ser todas ellas tan diferentes entre sí.
Todavía recuerdo la excitación, la adrenalina que se respiraba en el estudio creativo. Ver cómo se preparaban las colecciones, las conversaciones entre mi madre y sus hermanas, que a veces se convertían en discusiones, era algo extraordinario. Pero lo que más me sorprendía era que, al final, siempre encontraban un punto en común. Son mujeres muy distintas, cada una con su especialidad. Paola era la experta en pieles. Mi madre Anna, la creativa. Carla, una genio de la comunicación... Escucharlas hablar me acostumbró a escuchar muchas voces.

Y luego se les unió Karl Lagerfeld...
Lo conocí desde pequeña, para mí fue casi como un tío. Comenzó a colaborar con Fendi en 1965, por recomendación de Franco Savorelli di Lauriano, un reconocido relaciones públicas y amigo de la familia. En aquella época, mi madre y mis tías contaban con la ayuda del diseñador cubano Miguel Cruz y de Chino Bert para desarrollar su línea de peletería, pero Savorelli les presentó a un joven diseñador alemán. En colaboración con las cinco hermanas, siempre en busca de innovaciones en técnicas y nuevos acabados

La modelo Stella Hanan lleva vestido de encaje de visón y terciopelo con aplicaciones de flores de visón, de la colección Haute Fourrure de otoño-invierno 2017/18; y collar de primavera-verano 1990.

El turbante de seda y algodón con hebilla metálica, de otoño-invierno 1969/70, reproduce un motivo geométrico que recorrió toda la colección, un detalle icónico que, con los años, se convertiría en sello inconfundible de FENDI. *Arriba, quimono de crepé con mechones de cabra (rasgo distintivo de toda la colección), de otoño-invierno 2002/03; pantalón de seda con inserciones de 'weasel', de otoño-invierno 1992/93; 'clutch' de muñeca en madera Ebony Natural con cordón y colgante de terciopelo, de otoño-invierno 1974/75; zapatos de terciopelo, de primavera-verano 2005; y turbante de otoño-invierno 1969/70.*

A la izquierda, Clara lleva chaqueta de Breitschwanz de 1974, diseñada por el figurinista Piero Tosi para el personaje de Silvana Mangano en la película 'Confidencias' de Luchino Visconti; falda de becerro estampado, de otoño-invierno 2013/14; sombrero de armiño, de otoño-invierno 1990/91; collar de otoño-invierno 1991/92; y zapatos de salón de piel cepillada, de otoño-invierno 2001/02. Stella luce chaqueta y falda de visón blanco con perlas, ambas de otoño-invierno 2001/02; sombrero de armiño, de otoño-invierno 1990/91; collar de plexiglás, guantes de ante y cachemir y bolso Mini Peekaboo de visón y napa, todo de otoño-invierno 2017/18; y zapatos de raso, de otoño-invierno 2001/02.

Abrigo de seda y lana de la colección Fendi Couture de otoño-invierno 2019/20
y cinturón (llevado como collar) de primavera-verano 1991.

Traje de baño de licra, de primavera-verano 1994; boa de otoño-invierno 2001/02; collar y pulsera de metal con cordón, ambos de otoño-invierno 1991/92, y zapatos de charol, de primavera-verano 1991.

A finales de los años 80, Karl Lagerfeld se inspiró en una capa antigua que compró en un mercadillo, una rara creación de Maria Monaci Gallenga, diseñadora textil y de moda italiana. A partir del tejido de esa prenda, y en colaboración con el prestigioso sastre Tirelli, Fendi lanzó una serie de preciados bolsos de mano en terciopelo de seda, como el que aparece en esta imagen. En esta página, vestido 'bustier' de cabrito con ribete de zorro, de otoño-invierno 2001/02; guantes de napa, de otoño-invierno 2014/15, diadema de metal y vidrio de la colección Fendi Couture de primavera-verano 2021; bolso de primavera-verano 1989; y zapatos de raso, de primavera-verano 1991.

"No hay que fijarse en lo que hacen los demás. Hay que tener el coraje de* IR CONTRA CORRIENTE. *Es así, a través de la desobediencia, como a veces llegan los grandes logros".

para la piel, en pocas temporadas Karl superó a los dos asesores anteriores, revolucionando por completo un símbolo de estatus del vestuario y transformándolo en algo ligero y fácil de llevar.

¿Qué aprendiste de él?

Muchísimo, tanto en el aspecto humano como en el profesional. Karl era una persona de una inteligencia fuera de lo común, siempre miraba hacia adelante, tenía obsesión por no repetirse. Lo que más me gustaba de él era esa falta total de autocomplacencia que también tenía, esa sensación de no sentirse nunca satisfecho. Era plenamente consciente de su talento, pero quería demostrarse a sí mismo que siempre podía dar más. Cada colección, para él, debía ser como la primera.

El vínculo con el arte siempre ha sido una de las señas de identidad de la firma. Hace cuarenta años, en 1985, Fendi fue pionera en reivindicar su legado cultural, inaugurando una exposición en la Galería Nacional de Arte Moderno de Roma.

Esa muestra marcó realmente un punto de inflexión en la forma de contar la moda. Celebraba los veinte años de colaboración con Karl. Se titulaba *Un percorso di lavoro. Fendi – Karl Lagerfeld*. En aquel entonces, la moda no era tomada demasiado en serio, y fue la primera vez que una casa de moda italiana llegaba a un museo. Se armó un gran revuelo. Hubo críticos de arte que la alabaron, pero también recibió muchas críticas. Incluso se presentó una interpelación parlamentaria. Yo guardo recuerdos maravillosos de aquella exposición. No era una retrospectiva propiamente dicha. No tenía nada de nostálgico. Había maniquíes mecánicos que giraban sobre sí mismos, dibujos, muestras de trabajos en piel alucinantes...

Descríbenos un poco tu proceso creativo, ¿por dónde empiezas?

No tengo una regla ni una receta concreta. Me escucho a mí misma, escuchar lo que uno siente es muy importante, sobre todo en un momento histórico como este, en el que estamos bombardeados por mil estímulos. No hay que fijarse en lo que hacen los demás. Hay que tener el coraje de ir contra corriente. Es así, a través de la desobediencia, como a veces llegan los grandes logros.

Es el caso del bolso Baguette, que prácticamente podría considerarse como el primer 'it bag'…

Exactamente. Estábamos en los años noventa, en plena era del minimalismo; en la empresa me pidieron que creara un bolso sencillo y espacioso, pero yo diseñé el Baguette, pequeño y elaborado. Todo lo contrario de lo que dictaban las estrictas reglas del *marketing*.

¿Qué supone vivir y trabajar en Roma para alguien con una profesión creativa como la tuya?

Creo que se trata de un privilegio inmenso: esta ciudad forma parte de mis raíces, de nuestra historia, de nuestra creatividad. Son sus cielos, su naturaleza y su arte los que inspiran las creaciones de Fendi. Me encanta el espíritu romano. Adoro formar parte de esta ciudad.

Entre las musas del 'Fendiness' ha habido mujeres muy diversas: desde Silvana Mangano en 'Confidencias' hasta Tilda Swinton en 'El gran hotel Budapest'. Incluso Moana Pozzi fue reclutada por Karl en una ocasión para desfilar con trajes de baño...

Eso fue en los años ochenta. A Karl le parecía bellísima y se divertía mucho con ella. Cuando venía al atelier, tenía un aire muy burgués, muy chic.

La palabra imposible está prohibida en la casa Fendi...

Los retos nos obsesionan en la familia. Hemos hecho de todo, siempre con mucha pasión. Pieles reversibles ligeras como vestidos de noche, visones afeitados con forro efecto papel de plata, aplicaciones de *strass* termoadhesivo, largos regulables con cremalleras invisibles. Aún recuerdo que había proveedores y trabajadores que mientras los hacíamos, nos decían: "Esto no se puede hacer; nadie lo ha hecho nunca". Oír 'no' te da más ganas de transgredir esa regla, de decir: "Entonces, lo voy a hacer yo".

En los últimos 25 años se ha hablado en la moda largo y tendido del Renacimiento romano por figuras como Maria Grazia Chiuri, Pier Paolo Piccioli, Alessandro Michele, Marco De Vincenzo y muchos otros...

Muchos han pasado por Roma, y todos los que lo han hecho recuerdan a Fendi como un gran referente en su formación. Ahora todos somos amigos.

El cinco es un número que aparece con frecuencia en vuestra historia. Cinco generaciones, cinco hermanas y, además, en muchas fechas: 1925 (su fundación), 1965 (la entrada de Karl), 1985 (la exposición en la GNAM), 2005 (la restauración del Palazzo Fendi), 2015 (la nueva sede Palazzo della Civiltà Italiana). Si digo cinco, ¿qué es lo primero que te viene a la cabeza?

Las cinco letras que componen Fendi. Nuestro mantra.

TRADUCCIÓN Y ADAPTACIÓN: ESTHER GIMÉNEZ.

A la izquierda, Clara lleva abrigo de visón con trabajo de chevrón en tres colores, de otoño-invierno 1966/67. Stella, vestido de piel de cabra, de otoño-invierno 2001/02. Los sombreros de piel de cordero son de otoño-invierno 2019/20.

Vestido de encaje con falda en satén 'duchesse' y acabados en piel de zorro, maxigorro, bolso Spy y botas, todo de otoño-invierno 2025/26.

Chaqueta de visón de la colección Inlaid Polychromies de otoño-invierno 2001/02, cuyas prendas de piel se caracterizan por presentar un forro estampado tipo fular que, al ser transparente, permite entrever la elaboración de la intarsia. El sombrero es de la misma colección.

Capa con ondas bordadas de cristales y borlas con efecto mosaico, de la colección Haute Fourrure de otoño-invierno 2015/16; y botas de organza bordada, de primavera-verano 2021.

Peluquería: Eugene Souleiman. Maquillaje: Anthony Preel. Manicura: Asalaya Pazzaglia. Ayudante de fotografía: Christian Bragg. Ayudantes de estilismo: Greta Aureli y Margherita Moretti. Retoque: Sheriff. Producción: Kitten Production. Modelos: Stella Hanan y Clara Denison. Localización: Palazzo della Civiltà Italiana, en Roma.

BUEN COLOR

Adornos divertidos, texturas arriesgadas y tonos alegres llenan de ACTITUD *y encanto los* SOMBREROS *de la temporada estival. Fotografía* AMY TROOST. *Estilismo* MAX ORTEGA.

A la izda., Devyn Garcia lleva sombrero de DIOR MEN. *Divine Mugisha luce sombrero de* LOUIS VUITTON X MURAKAMI; *y vestido de* HERMÈS.

De izda. a dcha., Divine Mugisha lleva gorro y jersey, ambos de PRADA. *Peng Chang luce gorro de* PRADA; *y vestido de* SPORTMAX. *Devyn Garcia, con gorro de* LORO PIANA; *y polo de* KEOGH DEWAR.

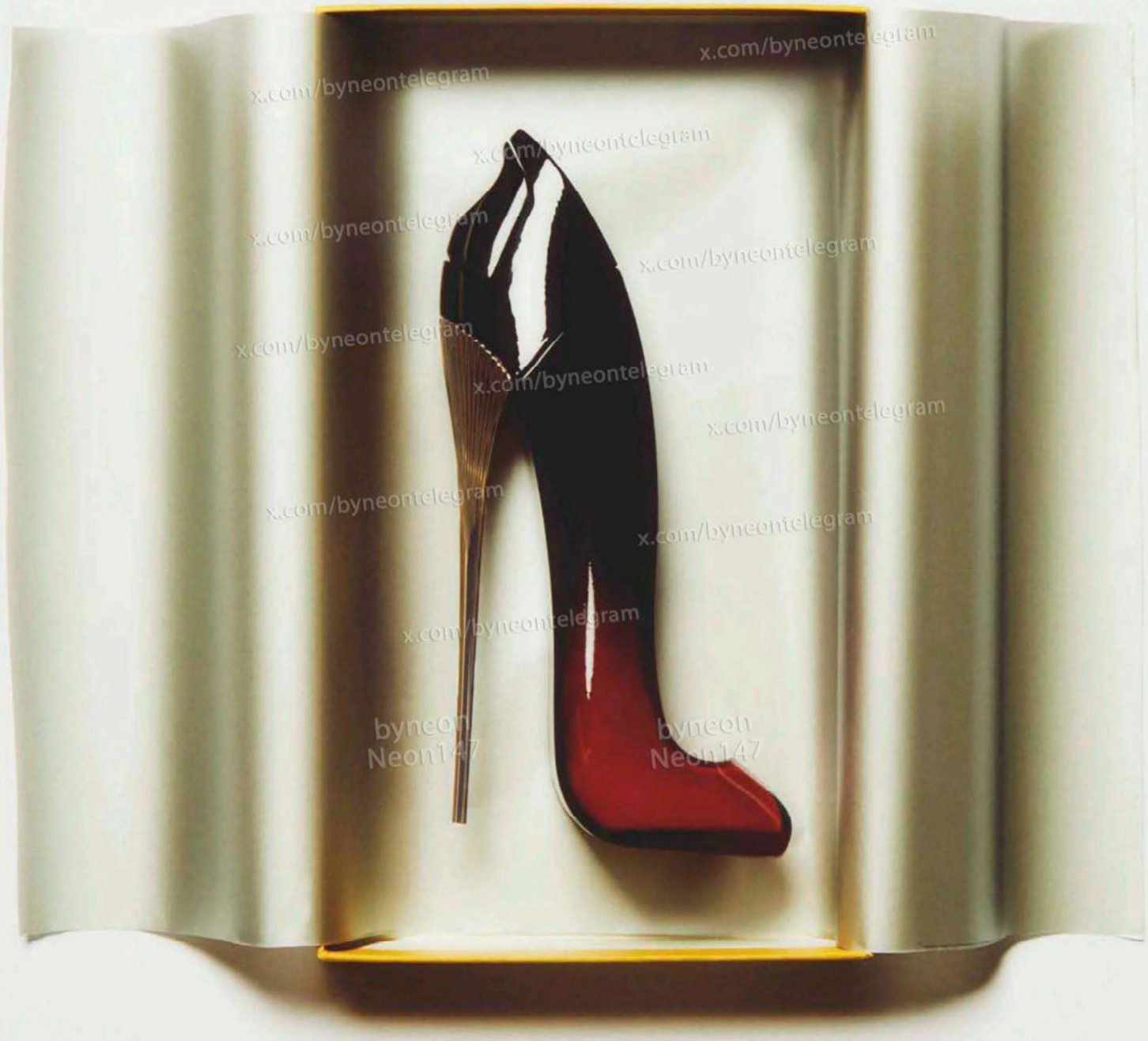
A la izda., Penelope Ternes lleva sombrero de TORY BURCH; *y chaqueta de* VERSACE. *Peng Chang luce gorro de* LOEWE; *y vestido de* TORY BURCH.

Peluquería: Lucas Wilson.
Maquillaje: Dick Page.
Manicura: Michina Koide con Dior Le Baume.
Producción: artProduction.
Escenografía: Piers Hanmer.
Sastrería: Cha Cha Zutic.

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

Un elixir de CEREZA *y* VAINILLA

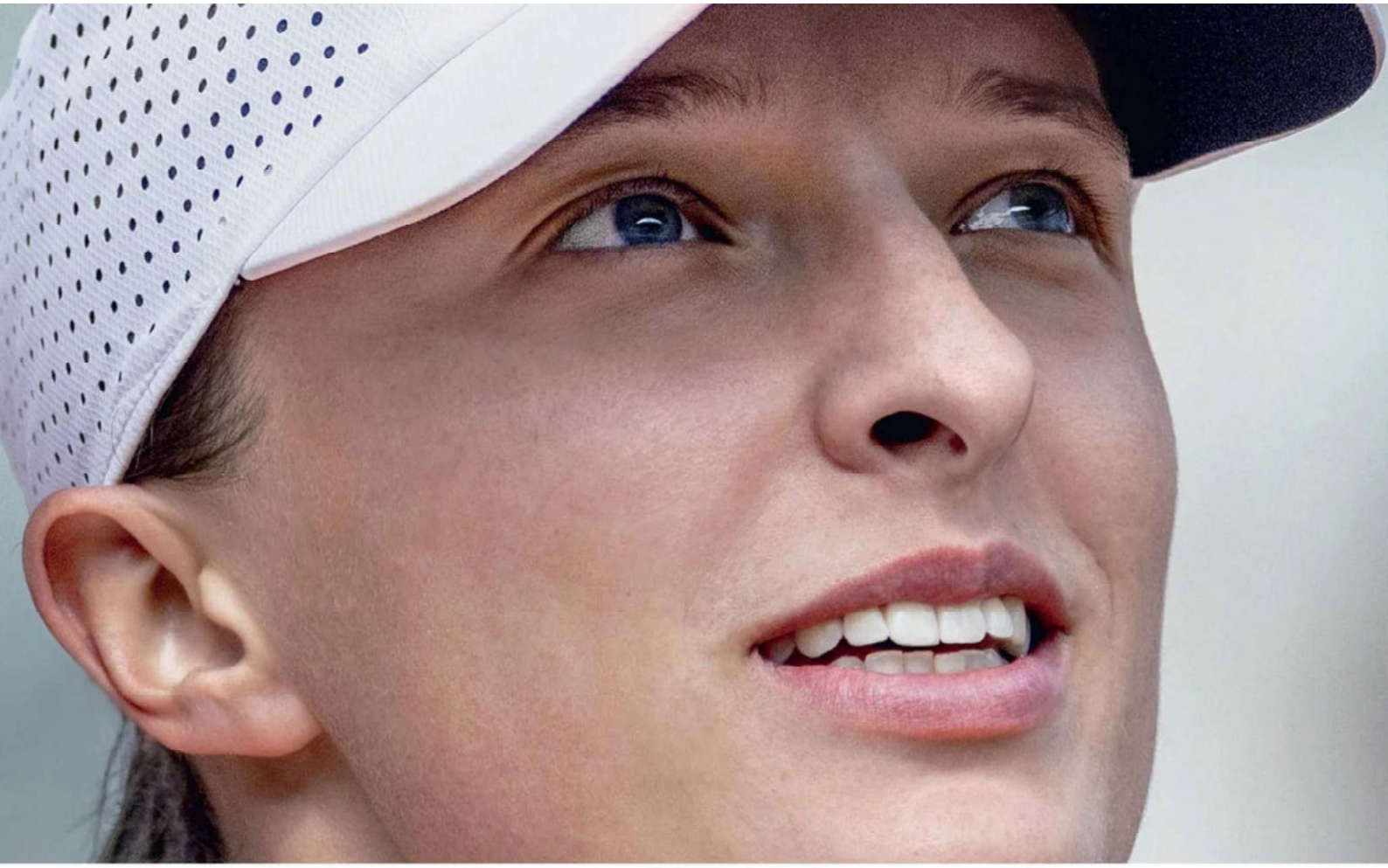
La nueva edición de la icónica (y querida) saga Good Girl de CAROLINA HERRERA *es una mezcla ambarada, frutal y dulce que busca revalidar su papel como el perfume* MÁS FAMOSO *del mundo.*



En palabras de Elisabeth Vidal, perfumista de la casa, la presencia de ron, vainilla, cacao y vetiver en el nuevo Very Good Girl Elixir, de CAROLINA HERRERA, *"refuerza la intensidad de sus notas, convirtiéndola en una fragancia aún más cautivadora. Revitaliza la colección, brindando una opción más misteriosa, potente y duradera, que conserva el alma de la fragancia original y atrae a quienes buscan una experiencia más envolvente y explosiva". Nada más que añadir.*

FOTO: SILVIA RETANA. ESTILISMO: PATRICIA LÓPEZ. AYUDANTE DE FOTOGRAFÍA: SILVIA DE LA ROSA. AYUDANTE DE ESTILISMO: MARÍA REQUEJO.

I.C.O.N
iconproducts.com
I.C.O.N.
REPEL HUMIDITY
REPEL
Frizzless Spray
6 fl. oz. 177 ml.e
REPEL
BLOCK OUT HUMIDITY: Keep Hair Frizz-Free
A la venta en iconencasa.com, salones I.C.O.N. y tiendas online asociadas.



REACH FOR THE CROWN

EL DATEJUST

ROLEX