

woman

KioskoMas

madame
FIGARO

Nº 393 junio 2025
5,95€ Canales 6,10€
woman.es

EN PORTADA
PRINCESA
SASSA DE
HANNOVER

Estilo
de VERANO
VESTIDOS, BAÑO
Y ACCESORIOS
que MARCAN
la DIFERENCIA

PLANES
- TOP -
en el
CAMPO

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



Claves beauty con
PAULA ECHEVARRÍA | BELÉN ÉCIJA | NIEVES ÁLVAREZ



FRANCE 3,96 € / UK 5,77 £ / ITALY 7,20 € / LUXEMBOURG 7,20 € / THE NETHERLANDS 3,90 € / USA 5,95 \$ / CANADA 6,10 \$ / GERMANY 6,10 € / SWITZERLAND 7,15 € / BELGIUM 6,10 €





louisvuitton.com

LOUIS VUITTON



AQUA
ALLEGORIA

ROSA VERDE



GUERLAIN
PARIS



GUERLAIN
PARIS

AQUA ALLEGORIA
ROSA VERDE
LA NUEVA FRAGANCIA

MÁS DE UN 90% DE ORIGEN NATURAL*





MESSIKA
PARIS

Recarlo



BOUTIQUE MILANO - via San Pietro all'Orto, 26



Carta de la editora

Arantza Sarasola

Hace veinte años el director creativo de Louis Vuitton, Marc Jacobs, ideó una de las colaboraciones más fascinantes de la historia de la moda, que brindó al artista japonés Takashi Murakami mezclar en los accesorios de la firma el clásico monograma de la enseña –LV– con sus ilustraciones, pop y coloridas. Había lista de espera para conseguir sus piezas. El éxito fue tal que la *maison* acaba de reeditar esta colección con una campaña de lanzamiento viral que protagoniza la actriz y cantante estadounidense Zendaya.

La alianza entre la moda y el arte ha dado origen a sinergias de esta naturaleza a lo largo de los años, algunas tan legendarias como la que el catalán Salvador Dalí estableció con Elsa Schiaparelli. Queda para la posteridad el surrealismo del sombrero teléfono, el vestido langosta, el vestido de lágrimas o el vestido esqueleto.

En ocasiones, las grandes marcas han utilizado sus recursos para impulsar el trabajo y la carrera de los artistas. Este año, sin ir más lejos, el madrileño Museo Nacional Thyssen-Bornemisza expone –del 30 de mayo al 29 de junio– las obras de los treinta finalistas de la nueva edición del Loewe Craft Prize. Este es el prestigioso concurso internacional que la Fundación Loewe lanzó en 2016 con el fin de reconocer y celebrar cada año la excelencia y la innovación

de artesanos contemporáneos. La iniciativa conecta con los propios orígenes de Loewe, que nació como taller artesanal en Madrid en 1846.

No es la única gran exposición apoyada por una *maison* de moda que tiene lugar en la capital. Hasta julio, el Palacio de Liria acoge *Flamboyant*, una muestra de las colosales creaciones de la artista plástica Joana Vasconcelos que puede contemplarse en el entorno único que ofrece el rico patrimonio histórico de la Casa de Alba.

La exhibición ha contado con el apoyo de Dior, una marca con la que la portuguesa ya tenía relación. Vasconcelos había formado parte de Dior Lady Art, el proyecto a través del que anualmente diversos artistas diseñan el icónico bolso Lady Dior y para el que creó uno negro con un corazón rojo. Ella se encargó, además, de la escenografía del desfile de otoño/invierno 2023 de la enseña francesa.

Es frecuente que la pasarela de Dior recurra a mujeres artistas para enriquecer su decoración. Así, el parisino Museo Rodin, sede habitual de sus *shows*, ha acogido para sus pasarelas obras de Isabella Ducrot o Rithika Merchant para, a menudo, invitar a reflexionar sobre la feminidad. También el llorado Karl Lagerfeld, durante su reinado al frente de Chanel, solicitó a una de las más importantes arquitectas de la historia, Zaha Hadid, que diseñara el escenario en el que se llevaría a cabo el desfile de primavera-verano 2012 con un concepto que abordaba la temática náutica y que inspiraba la colección. En su desfile de Alta Moda de 2024, Dolce&Gabbana jugaba con el contraste: la tradicional Cerdeña, donde se celebraba, se vestía con las instalaciones futuristas del estadounidense Phillip K. Smith III, once monolitos de acero que se erguían en el Parque Arqueológico de Nora.

La moda, que es siempre talento y originalidad, se nutre y se inspira en el arte entablando un diálogo absolutamente fructífero y creativo.

La moda, que es siempre
talento y originalidad,
se nutre y se inspira en el
arte entablando un
diálogo absolutamente
fructífero y creativo.

FOTO ALEX RIVERA.



Inteligencia Artesanal

Al día siguiente del histórico apagón que sumió en el caos a España, desayuno en la boutique de Tod's de Ortega y Gasset para descubrir el nuevo y primoroso libro de la enseña, *Italian Hands*. Entre conversaciones acerca de las odiseas vividas la jornada previa, sale a relucir una expresión que el presidente del grupo de la firma, Diego Della Valle, pronunció en otro momento: «Inteligencia artesanal»; la labor del artesano se pone absolutamente de relieve en el volumen que presentan. Y estas dos sencillas palabras me parecen más que pertinentes en este contexto. En las grandes crisis recordamos la importancia de lo esencial, pero hay que reconocer que el mundo de la moda continuamente aprecia, respalda e impulsa los oficios manuales. Por ejemplo, Chanel fundó hace poco el llamado 19M, una suerte de gran taller al norte de París, con el objetivo de preservar el patrimonio técnico, artístico y cultural y, en resumen, el savoir-faire francés relativo a la moda. En este edificio confluyen más de 25 casas de diversos oficios: bordados, orfebrería, zapatería... Ya desde 2002, la Maison les dedicaba un desfile anual, el llamado Métiers d'Art. También la edición de Casa Decor, en la que formo parte del jurado, destacó el trabajo de sus participantes en este sentido –desde universitarios del CEU San Pablo y de la UDIT, hasta artesanos de Castilla La Mancha o prestigiosas casas de decoración–. Pues las raíces suponen siempre un valor seguro.

MAYKA SÁNCHEZ PASTOR

DIRECTORA

@MAYKAWOMAN

EDITOR'S CHOICE

Buenas sensaciones: las que proporciona una comida estupenda, un aroma delicioso o inversiones estilísticas duraderas.

Con mucho gusto

La estilosa chef mexicana Karla Cova Villa recoge en este libro recetas famosas de la gastronomía de su país, y otros platos que la marcaron.



Gastronomía italiana

Cumple 10 años como uno de los templos italianos de Madrid. Flavia destaca por su cocina de producto, con ingredientes, en muchas ocasiones, traídos desde Italia.

De corazón

Eterno. El solitario Halo Heart, Anniversary Love de Recarlo, en oro amarillo y diamantes forma corazón y redondo, es para siempre.



Flores en primavera

Suave y refrescante, Neroli, de Chloé Atelier des Fleurs, destaca por sus notas florales ligeramente melosas y muy adictivas.



Bandolera

Una pieza clave de la temporada (y que permanecerá). Escojo el emblemático Soft Saddle de Dior, en piel de becerro y con correa ajustable.



LOLA CASADEMUNT

SINCE 1981



DARE TO SHINE





Portada

Foto **RUBÉN VEGA**. Directora de Moda **MARTA LASIERRA**. Maquillaje y peluquería **PITI PASTOR** (Ana Prado) para Dior. A la izda., la princesa **SASSA DE HANNOVER** lleva vestido de algodón con estampado Toile de Jouy Sauvage de la colección Dioriviera, anillo de metal dorado y bailarinas Lovely-D. Todo de DIOR. A la dcha., camisa de algodón y falda de encaje de algodón con estampado Toile de Jouy Sauvage, de la colección Dioriviera, sandalias Dior Ocean, con un colgante Dior Cabinet d'Été de metal dorado y bolso Dior Caro Bucket. Todo de DIOR.

Inspírate

14 LAS FLORES llenan tus looks.
20 JOYAS por un tubo.

arte&cultura

30 JODIE COMER, la reina del grito no teme a nada.
34 CARMEN MACHI, una actriz sobresaliente.

Moda

52 TRADICIÓN REINVENTADA.
60 HAPPY DAYS.

belleza

94 BELÉN ÉCIJA en 4 looks.
106 La modelo y empresaria NIEVES ALVÁREZ se cuida.

Living

124 El nuevo RURAL.
132 RESTAURANTES: 4 aperturas que son un acierto.

PRENSA
IBÉRICA

woman
madame
FIGARO

Edita Ediciones Reunidas S.A.U.

Directora: **Mayka Sánchez Pastor**

Subdirectora: **Andrea Arabia**

Director de Arte: **Raúl Celestino** rcelestino@woman.es

Directora de Moda: **Marta Lasiera** mlasierra@woman.es

Redactoras Jefas: **Myriam Serrano** mserrano@woman.es (Barcelona)

y **Marta Bonilla** mbonilla@woman.es (Madrid)

Jefa de sección: **Ester Aguado** (Moda) eaguado@woman.es

Directora de woman.es: **Andrea Arabia** andrea.arabia@woman.es

REDACCIÓN woman@woman.es, Isabel Loscertales (responsable de Ocio y Cultura) iloscertales@woman.es, Laura Potrony (Edición y Cierre) lpotrony@woman.es, Patricia Álvarez-Palencia (coordinadora web) palvarez-palencia@woman.es, Clara Hernández (Estilo de vida) chernandez@woman.es, Silvia Vázquez (Moda) svazquez@woman.es y Tamara Conde (Moda) tconde@woman.es.

MODA Begoña García Areces (estilista) bgarcia@woman.es

PRODUCCIÓN Elena Gil elena.gil@woman.es

DISEÑO GRÁFICO Óscar Álvarez (jefe de sección) oalvarez@woman.es

EDICIÓN GRÁFICA Virginia Lázaro vlazaro@edicionesreunidas.es

Colaborador@s Redacción Pablo Ruiz (maquetación). Carole Matray (estilismo). Juan Manuel Freire (reportajes). Marilou Daubé, JC de Marcos, Cleimar López, Valero Rioja, Mirta Rojo, Uge Rubio, Alberto Saguar, Mario Sierra, Antonio Terrón y Rubén Vega (fotografía).

REVISTAS

Ediciones Reunidas S.A.U.

Director General: **Óscar Voltas Ramos**

Director de Operaciones: **Pedro Suárez García**

Redacción Barcelona: Granvia de L'Hospitalet, 163-167. 08908 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona).

Tel. 934 846 600. Fax: 932 324 630.

Redacción Madrid: Pedro Muñoz Seca, 4. 28001 Madrid. Tel. 915 863 300. Fax: 915 863 411.

MARKETING

María García Díez

Suscripciones y atención al lector: 915 862 220 de 09:00 a 14:00 h

PUBLICIDAD

Prensa Ibérica 360 S.L.U.

Directora Comercial Revistas: **Ana Belén Cruz**

Pedro Muñoz Seca, 4, 28001 Madrid. Tel. 915 863 419. Fax: 915 863 563. CENTRO: Ana Lloréns

e Irene Mateos. Tel. 915 869 757. CATALUÑA Y BALEARES: Verónica Boada. Tel. 934 846 600.

INTERNACIONAL: Natalia Segovia. Tel. + 915 863 331. Coordinación de Publicidad: **Celia Sánchez**.

COLABORADORES: ITALIA: Studio Villa SRL: Francesco Ravanell. Tel. + 39 02 311 662.

FRANCIA Y BÉLGICA: Infopac S.A. Jean-Charles Abeille. Tel. + 33 146 431 630. USA: World

Media. Melissa Worrell. Tel. + 1212 244 5610.

PRODUCCIÓN

Directora de Producción: **Victoria Ibáñez**

Impresión: Artes Graficas del Mediterraneo (AGM). Escudillers, s/n. Edificio Levante. 46014 Valencia.

Tel. 963 992 310. ISSN Premium: 2014-6221. ISSN Pocket: 2014-685X. Impreso en España.

Distribuye: BOYACÁ, M-206, km 4,5, 28890 Madrid. Tel. 902 548 999.

WOMAN MADAME FIGARO

Es una publicación mensual editada por Ediciones Reunidas S.A.U. CIF A08435497, bajo el acuerdo exclusivo con Société du Figaro.

Esta publicación es miembro de la Asociación de Revistas de la Información , asociada a la Federación Internacional de Prensa Periódica (FIPP). Difusión controlada por . Depósito Legal: B-10223-2012 Precio para Canarias, Ceuta y Melilla: 6,10 € incluida sobretasa aérea.

madame
FIGARO
INTERNATIONAL EDITIONS

Woman Madame Figaro (Granvia de L'Hospitalet, 163-167. 08908 L'Hospitalet de Llobregat. Barcelona. España) es una revista publicada por acuerdo con **Société du Figaro** 23-25 rue de Provence 75009 Paris, France. Chairman: **Eric Trapier**. CEO: **Marc Feuillée**. Deputy CEO: **Jean Luc Breyse**. In cooperation with: **Madame Figaro**. Editor: **Anne-Florence Schmitt**. Creation Director: **Gwenola Couedel**. Deputy Editor: **Joseph Ghosn**. Editorial Coordination: **Anne Anthonioz**. **Madame Figaro International**. Publisher: **Eileen Le Muet**. Reproduction rights: madamefigaro-international@lefigaro.fr. Syndication Manager: **Anne Flageul Créhan**. Advertising Department: **MEDIA.figaro**. Tel. 00 33 1 56 52 27 40. Fax: 00 33 1 56 52 27 43. 23-25 rue de Provence 75009 Paris, France. Madame Figaro tiene ediciones internacionales en China, Chipre, España, Francia, Grecia, Hong Kong, Japón y Libano.



inspírate



Sandalia de
cuero THE ROW
(1.240 €) y bolso
de piel Wallet
Marlene
DOLCE&GABBANA
(1.650 €).

Juego de contrastes. Esta temporada va de grandes decisiones: maximalismo o minimalismo, blanco o... ¡rojo! No valen medias tintas. Nos quedamos con la elegancia del bolso Marlene, cuyos detalles inspirados EN LA JOYERÍA – como el cierre de giro y la cremallera chapada en oro de 24 k – le dan el sello de distinción. Menos es más.

POR ESTER AGUADO FOTO SHARON RADISCH REALIZACIÓN MATHILDE CAMPS

inspírate *moda* |

díselo con FLORES

POR **ESTER AGUADO** FOTO **ALBERTO SAGUAR** DIRECTORA DE MODA **MARTA LASIERRA**

LO ATREVIDO es apostar por un total look floral, aunque en distintos formatos: combina estampados con bordados y apliques. Más es más.

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

O escanea el código QR:



Pendientes flor
LATIDO (44,95 €).



Camisa con lazo
ZARA (27,95 €).



Vestido THE IQ
COLLECTION (285 €).



Alpargata de flores
TONI PONS (85 €).



FALDA+ PANTALÓN

Gafas ETRO (330 €), pendientes de rafia TINTORETTO en EL CORTE INGLÉS (17,99 €), camisa bordada ALMA EN PENA (180 €), vestido mini ZIMMERMANN (895 €), pantalón WEEKEND MAX MARA (199 €), reloj TOUT (189 €), bolso azul PONS QUINTANA (275 €), bolso naranja CAMILA CANABAL (398 €) y cuñas MOU (199 €).



APUESTA POR UGLY SHOES

Sombrero RACEU HATS (120 €), suéter SHAMELU (84 €), vestido SFERA (59,99 €), caftán bordado ANTIK BATIK (470 €), deportivas BERSHKA x OUT OF CORE (119 €), bolso de red TWINSET (141 €) y dentro, clutch TINTORETTO (49,99 €), collar de abalorios SILVIA BALLY (50 €).

LOS CAFTANES salen a la calle con el buen tiempo cual abrigo ligero, pero con el twist bohemio que tanto nos gusta. Coloridos, bordados, presume de ellos encima de todo.



Collar flor CASHFANA (130 €).



Falda bordada BABBAKI (99 €).



Bolso de piel MANGO (99,99 €).



Merceditas PRETTY BALLERINAS (349 €).

LAS WELLIES
o botas de agua
son sinónimo de
que eres asidua a
los festivales más
trendies del
continente. Y ya
sabemos que en
cualquier
estación puede
caer una buena
tormenta.

NO SIN MI TRENCH

Gabardina WEEKEND
MAX MARA (715 €).
Top (155 €) y shorts
(199) MIRTO. Botas de
agua HUNTER
(165,95 €), bolso
cesta WEEKEND MAX
MARA x ASHLEY PARK
(359 €). Collar (89 €)
y pulsera (89 €)
AGATHA PARIS.



MODELO **EVELINA SAFENREITER** (UNO MODELS); MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA **MIGUEL ÁLVAREZ** (TEN AGENCY) PARA VSL. ASISTENTE FOTO **MAURO TESTA**. ASISTENTE ESTILISMO Y BOOKER **BEGOÑA GARCÍA**. PRODUCCIÓN **ELENA GIL**. AGRADECIMIENTOS: CASA PALACIO MARQUÉS DE VARGAS, CASA LA REINA ROJA Y ARAEX GRANDS.



Camiseta THINKING
MU (39,90 €).



Shorts TWINSET
(249,95 €), en
zalando.es.



Bolso de crochet
RUE MADAM (247 €).



Botas Wellington
metalizadas HUNTER
(110 €).

NUXE

P A R I S



INNOVACIÓN ROLL-ON

ACEITES SECOS
MULTIFUNCIÓN
ROSTRO, CUERPO
& CABELLO



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.



VUELVEN LOS AÑOS 50

Tiffany&Co se alía con la fotógrafa de moda holandesa Carlijn Jacobs –autora de excéntricas, vintage y coloristas imágenes– para ensalzar sus espectaculares piezas de Alta Joyería. A través de su moderna lente e inspirándose en el libro *Tiffany Style*, de John Loring, y en la fotografía de Hiro, los iconos de la casa neoyorquina brillan como nunca. Para muestra, el broche **Bird on a Rock** de la imagen, montado en un impresionante diamante de color D y talla cojín de más de 25 quilates. Además, la modelo luce los pendientes Ribbon Ear Clips, también de la colección Jean Schlumberger, en platino, oro y 132 diamantes de talla redonda que suman 4 quilates. Un perfecto mix de arte, legado y artesanía.

TODO *lo que* VIENE

- DE ESTRENO -

Bulgari acaba de debutar en la prestigiosa feria Watches&Wonders de Ginebra con una creación espectacular: el reloj Serpenti Aeterna (81.500 €). Este brazalete-joya de cuarzo, presentado en oro rosa y diamantes redondos de talla brillante engastados, ha tardado dos años en ver la luz, según cuenta Fabrizio Buonamassa Stigliani, director ejecutivo de Creación de Bvlgari. La casa romana celebra sus 25 años de innovación relojera reinventando el icónico reptil en una pieza de joyería vanguardista.





BUENA PAREJA

En su recién inaugurada boutique de Milán, **Damiani** celebra las piezas que el arquitecto Alessandro Mendini hizo para la casa Venini en cristal de Murano, acompañándolas de algunas de sus joyas más emblemáticas –en la imagen, escultura del Soldato di Vetro, 2001–, en el marco de la última Milan Design Week. Venini, la legendaria vidriería veneciana fundada en 1921, parte del grupo Damiani, ha fusionado la tradición artesanal de Murano con la creatividad de renombrados artistas.



ADORA A RICK OWENS

Desde el 28 de junio, el Palais Galliera de París acoge la exposición *Rick Owens, Temple of Love*. El provocador diseñador californiano –Madonna, Rihanna o Courtney Love le adoran y le llaman *Godfather of brutal chick*– es creador de un estilo propio, el *Glunge* o combinación de glamour-slash-grunge, fusión de una versión refinada del grunge y el deconstruccionismo belga no exento de guiños a la elegancia de París, donde sigue desfilando.

En su última y minimalista colección, Rick Owens aboga por volver a lo esencial: «Puedo meterlo todo en un equipaje de mano». Quizá se deba a su reciente colaboración con Rimowa o a las ganas de visitar su hotel en Concordia (Italia). En la imagen, Faye (Hollywood, col. FW 2001).

TIENDAS

Tres aperturas en nuestro radar.



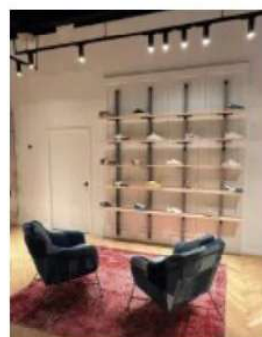
Indi&Cold

La marca vasca abre nuevo punto de venta en Madrid (Fernando VI, 7), donde desembarcó hace ya 13 años. Y en París, inauguran su primer punto de venta propio en el extranjero (Printemps Haussmann).



La Veste

París (4, rue de Tournon) ha sido la ciudad elegida para abrir la primera tienda de esta firma española, creada en 2018 por Blanca Miró y María de la Orden, cuyas prendas se hacen en pequeños talleres españoles.



Pepe Jeans

Pepe Jeans London, el icono británico del denim, inaugura su tercera tienda en Barcelona (ya estaban en La Maquinista y Montcada), con una nueva ubicación en la calle Roselló, 247.



TAN DIFERENCIAL

Arriba, pulsera Quatre Classique Tube BOUCHERON, en oro amarillo, con pavé de diamantes, oro blanco, oro rosa y PVD marrón (52.200 €). A la izda., la modelo Alexa Chung con la pieza estrella de la colección, el collar Quatre Classique Tube BOUCHERON.

- JOYAS -

por UN TUBO

Boucheron acaba de lanzar su nueva línea Quatre Classique Tube que, jugando con la icónica colección Quatre y sus veinte años de historia, eleva las joyas a piezas escultóricas.

Todo comenzó en 2004... con un anillo. Cuatro diseños del archivo Boucheron, aparentemente contradictorios entre sí (Grosgrain, Doble Godron, Clou de Paris y la Line of Diamonds), se unieron para crear un icono, que simboliza fuerza y protección. Tras celebrar su 20º aniversario, en una apuesta creativa radical, Claire Choisne ha reforzado los diseños originales con un tubo de oro pulido, cuya pureza gráfica confiere a este símbolo una dimensión aún más arquitectónica, casi totémica, una impactante declaración de principios de la maison de Place Vendôme. La limpieza de las líneas de las piezas Quatre Classique Tube las convierte en ingeniosas esculturas, ideales para llevar en el cuerpo... y diferenciarse.

Escoge tu color

Colección "Tsuyosa 37mm."

Descúbrela en [Citizen.es/coleccion/es/tsuyosa](https://citizen.es/coleccion/es/tsuyosa)



CITIZEN

PIEZAS ÚNICAS

Pulsera art déco años 40 en platino con zafiros, rubís, esmeraldas y pavé de diamantes.

Pulsera art déco años 30 en platino con diamantes de corte antiguo y zafiros naturales.

Sortija roseta clásica años 60, en oro amarillo, brazos con pavé de diamantes y doble orla de diamantes talla brillante y esmeralda colombiana central de 10 quilates.

DEL PÁRAMO VINTAGE (Príncipe de Vergara, 22. Madrid).



- TALENTO ESPAÑOL -

DEL PÁRAMO o la búsqueda de TESOROS



Sheila del Páramo

Sus padres tenían una joyería en Palencia y, en 2012, sus hermanos –David y Rafa– y ella deciden dejar sus trabajos para dar un giro al negocio y dedicarse a buscar y vender piezas antiguas. Sheila lidera la expansión de marca.

Han revolucionado y profesionalizado en España la joyería vintage. Estos tres hermanos decidieron –hace 13 años y con el beneplácito de su padre–, heredar la joyería familiar y darle un giro de 180 grados. Dedicaron los primeros tres años a formarse –cursos de peritaje, tasación, de joya antigua y reloj de ocasión– y a salir a la caza de tesoros por todo el mundo (Miami, Las Vegas, Hong Kong, Vicenza): encontrar esas piezas antiguas, con fascinantes historias detrás, que suman valor e interés a todas sus propuestas. Y en 2015 se vieron ya preparados para abrir su primera tienda física en Valladolid. «No tiene nada que ver con la joyería tradicional. Aquí no puedes llamar a tus proveedores para que te traigan las piezas ya certificadas... tienes que salir tú a buscarlas y contar con una formación muy sólida para que no te engañen», explica Sheila. Les fue tan bien que, en 2020, abrieron showroom en Madrid y el pasado diciembre, inauguraron su flagship en la calle Príncipe de Vergara, 22. «A nivel lujo,

la capital no solo se ha convertido en el *place to be* en España, sino en toda Europa. Y Del Páramo está en un punto de madurez que nos pedía comunicar una imagen corporativa muy potente. El público nos asocia ya con piezas exclusivas y creen que adquirir una joya nuestra es una inversión de futuro», dice Sheila. Su cliente es gente joven, entre los 30 y los 40 años, que no solo quiere lucir una exclusiva joya el día de su boda o para un acto social, sino que integra estas piezas en su día a día para elevar su look y hacerlo más cool... un martes cualquiera para ir a cenar, por ejemplo. Sheila afirma que no podría escoger una sola pieza... «Cada mes me enamoro de una diferente, porque son todas muy especiales, con una historia, realizadas por artesanos geniales. Hemos tenido piezas de la realeza española y británica, con un valor incalculable en subasta. Pero la más especial de mi joyero es una esmeralda italiana de 20 kilates del siglo XIX que me regalé por el nacimiento de mi hijo, con muy buena energía», nos cuenta.

POR ESTER AGUADO. FOTO JORGE PINTADO.



NICOLE
WALLACE

women'ssecret

TOP 6

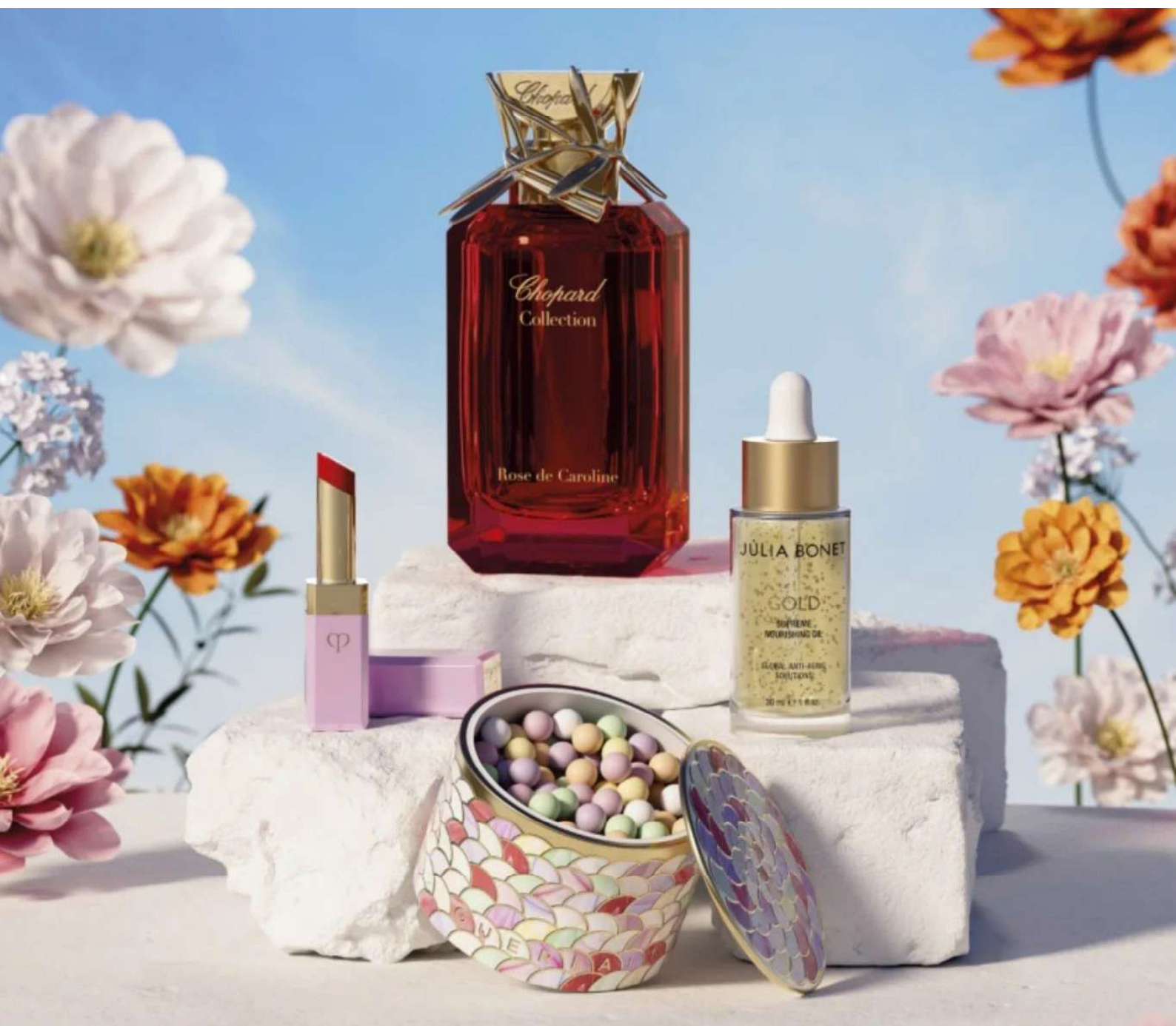
1. Lip Tone, PIXI (11 €), con rosa mosqueta y manteca, actúa con el pH de tu piel y deja un color único. 2. Gloss Bomb Stix, FENTY BEAUTY (26 €, en Sephora), un gloss en barra creado por Rihanna, con pigmentación media y brillo intenso. 3. Aceite de labios KissKiss Bee Glow Oil, GUERLAIN (44 €), aporta color, nutrición y volumen. 4. SuperShine Lip Gloss MAKEUP BY MARIO (30 €, en Sephora), con una fórmula nada pegajosa, da un brillo de cristal a los labios y los hidrata. 5. Juicy Tubes, LANCÔME (25 €), con un aroma azucarado y resultado ultraglossy e hidratante. 6. Oh My Gloss! Butter Me Up, RIMMEL LONDON (14,52 €), bálsamo con escualano y ácido hialurónico, repara y deja un acabado mantequilla.



- BELLEZA -

un VERANO brillante

Glosses, aceites, bálsamos... después de tantas temporadas de reinado del mate, vuelven los labios de jugosos a ultrabrillantes. O con efecto mantequilla. Nutren gracias a sus formulaciones enriquecidas con péptidos, mantecas y vitaminas, sus propiedades hidratantes consiguen que la boca se vea más rellena y con volumen, ayudan a disimular y rellenar arruguitas y proporcionan color al instante. Además, se adaptan a un look más natural o sofisticado y son protagonistas de algunas de las tendencias más virales, como el overlip o lip contour –consisten en contornear los labios con un delineador más oscuro y rellenarlos después con el brillo– o lip lift, la técnica que consiste en «delinear por fuera el arco de Cupido y el centro del labio inferior, difuminar con pincel, aplicar después un color y finalizar con el gloss para obtener un acabado de labios más rellenos», explica su creador, Mario Dedivanovic, fundador de Make Up by Mario.



SPRING GLOW UP

Renueva tu rutina de belleza esta primavera

Júlia



BESTSELLER

Face Vinegar, Gallinée (28 €, en farmacias), es un tónico de vinagre con prebióticos y ácido láctico AHA que nutre el microbioma de la piel y regenera.

Cuidar las bacterias de piel

Hemos crecido obsesionadas por la limpieza con el fin de aniquilar cualquier tipo de virus y bacterias que nos rodean, como forma de evitar infecciones y enfermedades. Craso error: en nuestro cuerpo, hay millones de estos microorganismos que no solo no nos dañan, sino que nos protegen; alojados en el intestino, en la boca y también en la piel conforman el microbioma. Se forma al nacer y es tan único como nuestra huella dactilar. Basándose en su profundo conocimiento sobre el microbioma cutáneo y a raíz de su enfermedad autoinmune de la piel, Marie Drago, doctora en Farmacia, empezó a investigar sobre el efecto de los pre y probióticos en la tez. Así nació Gallinée, la primera firma cosmética dedicada al cuidado del microbioma de la piel: «Resolvemos problemas y cuidamos de su salud a largo plazo, con efecto antiinflamatorio y respetando el equilibrio entre bacterias malas y buenas, que desempeñan un papel fundamental en el ecosistema cutáneo. Las ayudamos a luchar, alimentarse y crecer a través de fórmulas que las nutren», dice la doctora Drago, que nos recuerda que somos un 50% bacterias. Y no es un insulto.

LA FÓRMULA DEL ÉXITO

Fama y ciencia. Sofía Vergara ha confesado que cada vez que venía a España se llevaba diez productos Cantabria Labs que le dejaban la piel «divina y saludable». Desde ese momento, pensó en crear una firma cosmética y asociarse con ellos como expertos en la piel. Así nació **Toty by Sofía Vergara**, avalada por la estrella norteamericana y el expertise científico de los laboratorios farmacéuticos, que lleva dos años comercializándose con éxito en Estados Unidos y ha llegado recientemente a España.

De momento, se compone de un gel limpiador, sérum con AHAs, una CC cream compacta y la estrella de la línea, **Ilumina CC Cream SPF 50**, que aúna **maquillaje, cuidado y protección** y ofrece una cobertura modulable (media-alta) pero con una textura ligera y un acabado luminoso.



Ilumina CC Cream SPF 50, TOTY (46 €), una CC cream que protege, aporta uniformidad y un acabado glow.

- NEWS -

de ESTRENO



- FRAGANCIAS FOODIES -

Te presentamos 4 delicias olfativas con notas comestibles.

1. *Dança Mística*, Sol de Janeiro (23,99 €), bruma perfumada con acorde de higo, champán y lirio de los valles.
2. *Miami Shake*, Juliette has a Gun (126 €), huele a batido de fresa, con fresas silvestres, nata montada y vainilla.
3. *Flame of Passion*, Toni Cabal (210 €), elegante perfume floral con jazmín, rosa, gardenia y una chispeante salida de melocotón y fruta de la pasión.
4. *Vanille Soleil*, Roger & Gallet (39,90 €), agua perfumada con vainilla, tan de moda, notas marinas y flores blancas que se funden con la piel.

BIODERMA

LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

PODER DETOX
+164%
PARA UNA PIEL
MÁS RADIANTE

PHOTODERM XDEFENSE ULTRA-FLUID SPF50+

FOTOPROTECTOR INVISIBLE,
PIEL INVENCIBLE.



REVEAL THE INTELLIGENCE
OF THE SKIN



NAOS
ECOBIOLOGY

AT THE HEART OF
DERMATOLOGY



UN MENSAJE POSITIVO

«Creo firmemente en una perfumería que conlleva emociones, valores y mensajes positivos; una perfumería en la que cualquiera puede apoyarse para escribir su propia historia», asegura Jacques Cavallier, maestro perfumista de Louis Vuitton y autor de su última creación, **Eau de Parfum eLVes Louis Vuitton** (290 €/100 ml). Una fragancia inspirada en mujeres pioneras que mejoraron la vida de todas y que se materializa en un aroma con una rosa en todo su esplendor, lirio del valle, una flor silenciosa a la que gracias a una innovación tecnológica se le ha dado voz, notas frutales y un ámbar gris. Un radiante bouquet que confía en un futuro brillante.



6 en 1

El bálsamo facial reparador de Diana Montoya (40 €), con 6 aceites vegetales, hidrata y regenera la piel en profundidad y es un perfecto producto de botiquín para aliviar rojeces, quemaduras, rozaduras... Un básico multiusos.



Antifrizz

El nuevo Repel Humidity de I.C.O.N. (27,30 €) es un spray ligero que se aplica sobre el cabello recién lavado y crea una potente barrera contra la humedad que combate eficazmente el encrespamiento.

Aromas que decoran. El nuevo The Perfume Genie de Rituals (99 €) es un innovador dispositivo inteligente que ambienta el hogar con exquisitas fragancias, incluso a distancia desde el smartphone. Además es un objeto decorativo.



ESTAR EN UN MUNDO APARTE

Es la sensación que experimentas al llegar por mar al Four Seasons Mallorca Formentor, abierto el pasado verano, pero que acaba de inaugurar su espectacular spa y zona wellness. Con una **filosofía eco-beauty**, basada en tratamientos con productos botánicos autóctonos, en sus elegantes salas de tratamientos se **apuesta por el bienestar**. Un espíritu que se refleja en todo el hotel, ubicado en el Cabo de Formentor, rodeado de 40 hectáreas de naturaleza y calas de agua cristalinas, algunas inaccesibles como Cala Murta (desde el hotel puedes llegar en 4x4 o barco), en las que disfrutar de aventuras acuáticas, snorkel...

POR MARTA BONILLA.

arte&cultura



100% ADICTIVA

En *Ladrones: la tiara de santa Águeda*, Silvia Alonso da vida a Amber, una brillante ladrona que prepara un golpe en una paradisíaca isla del Pacífico. Su plan de robar a un magnate mexicano (Asier Etxeandía) una tiara valorada en 240 millones de dólares, hace aguas cuando se topa con otro ladrón: Rui (Álex González).

POR ISABEL LOSCERTALES
FOTO VALERO RIOJA / 2025 DISNEY

Silvia Alonso y Álex González derrochan química como pareja protagonista de *Ladrones: la tiara de santa Águeda*, LA NUEVA SERIE DE ACCIÓN Y ROMANCE de Disney +. Aviso: con un ritmo frenético y un nivel de producción potentísimo, querrás ver sus seis capítulos sin pausa. Estreno el 18 de junio.

JODIE COMER

NO TEME A NADA

Saltó a la fama mundial como la Villanelle de *Killing Eve* y, desde entonces, como impulsada por la autoconfianza de aquella antiheroína memorable, no ha dejado de asumir nuevos retos.

Su última aventura: ejercer de reina del grito en *28 años después*, esperada y tardía continuación de la mítica saga terrorífica que Danny Boyle presentó en 2002.

POR JUAN MANUEL FREIRE FOTO EMMA McINTYRE / GETTY IMAGES



**ATREVERSE
A FALLAR**

La actriz de Liverpool asegura que Villanelle le enseñó la importancia de atreverse a intentarlo, sin miedo al posible fracaso.

En su Inglaterra natal la tenían bien controlada por *My mad fat diary*, *Doctora Foster*, *Thirteen* o *La princesa blanca*. Series que aquí también despertaron cierto interés, pero no tanto como *Killing Eve*, el complejo juego del gato y el ratón, en un proceso de obsesión mutua, entre la glamourosa asesina a sueldo interpretada por Comer y la agente del MI5 a la que daba vida Sandra Oh.

Tras ganar el Bafta y el Emmy por su papel en 2019 (también tiene un Tony y un Olivier), saltó rápidamente a las grandes ligas y se convirtió en heroína de blockbuster (*Free Guy*), rodó con Ridley Scott (*El último duelo*) o convenció como sufrida esposa de motero en el Medio Oeste estadounidense (en *Bikeriders. La ley del asfalto*). El cielo parece su único límite, como dirían Fleetwood Mac. Ahora es uno de los grandes ganchos de *28 años después*, nueva entrega de la saga zombi (o, mejor dicho, *de infectados*) impulsada por Danny Boyle.

La esperada secuela de las terroríficas *28 días después* (2002) y *28 semanas después* (2007) llegará a los cines el próximo 20 de junio. El punto de partida: han pasado casi tres décadas desde que el virus de la rabia escapara de un laboratorio de armas biológicas, pero algunos han encontrado la forma de sobrevivir entre los infectados.

28 días después fue una película que dejó huella. ¿Recuerdas cuándo y dónde la viste por primera vez?

Es curioso, no recuerdo exactamente cómo la vi la primera vez... Pero recuerdo lo que me dio miedo. Y era que el mundo que presentaban se parecía mucho al nuestro; solo era una versión ligeramente intensificada. Todo resultaba cercano. En mitad de la violencia y de la histeria, había interacciones humanas muy realistas e incluso momentos conmovedores. Parecías estar viendo algo que podría llegar a pasar. Eso era lo que la hacía inquietante.

¿Tu personaje en la nueva entrega te llegó desde el principio?

Cuando leí el guion, enseguida vi que sí, que era como uno de aquellos antiguos personajes, una creación que da emoción y realismo a la historia. Podía identificarme con él y sabía que sería estimulante darle vida.

¿Qué puedes contarnos de ella, de Isla, sin revelar demasiado?

¡No puedo decir gran cosa, no tengo permiso! [ríe]. Pero puedo decir que esta vez seguimos a algunas personas que forman parte de una especie de comunidad. Han encontrado cobijo en una isla que está unida a tierra firme por una carretera elevada. Y es fascinante ver cómo ha cogido forma esta pequeña sociedad: su manera de vivir, las estructuras dentro de la comunidad, cómo han involucionado en algunos aspectos, cómo lidian con lo que saben y lo que no saben... Hay un joven miembro que decide marchar hacia el continente y en la película se sigue su travesía y las conclusiones a las que llega. Yo interpreto a la madre de ese chico, al que da vida el maravilloso Alfie Williams.

Sé que para tu personaje de *Bikeriders. La ley del asfalto* encontraste inspiración en tu abuela, en su carisma y su sensatez. ¿Pensaste en alguna persona de tu vida mientras construías a Isla?

Mi personaje está pasando por algo que hace que su memoria falle, que sea fragmentaria y no resulte de confianza. Hablando con [el guionista] Alex Garland y de cómo le había venido la inspiración, pude conectar todo eso con gente que he conocido en mi vida que ha pasado por cosas similares. Lo peliagudo es que, en mitad de toda esta incertidumbre, ella ha de hacer un viaje significativo.

LO PRÓXIMO

Además de protagonizar *28 años después*, Jodie Comer estará en las próximas películas de Kenneth Branagh (*The Last Disturbance of Madeline Hyde*) y de Michael Sarnoski (*The Death of Robin Hood*) y en la futura serie de HBO *Big Swiss*.



vida a esa figura tan poderosa, que solo seguía sus propias reglas, ¿te ha dejado una marca? ¿Te ha influido en tu actitud de alguna manera?

Estoy segura de que sí. Y, bueno, ella vino de mí, así que hay una enorme parte de ella que soy yo de algún modo, aunque sea de forma inconsciente. Con aquella experiencia aprendí que es importante atreverse a intentarlo, a tomar cierta decisión, a fallar en el intento y volverse a levantar y probar otra vez. Porque en esos momentos, al final, puedes encontrar algo que es potencialmente brillante o liberador. No hay que limitarse a uno mismo. Villanelle creía que era la mejor. Y no es fácil conocer a gente que se vea a sí misma de esa manera. Había una libertad y una confianza en ella que resultaban inspiradoras.

No sé si también te has dejado influir por el exuberante sentido del estilo de Villanelle.

No, no, yo soy mucho más perezosa... Recuerdo que en la serie, alguien decía algo sobre vestir cómodamente y ella contestaba que eso solo era para enfermos terminales, o algo por el estilo. Yo, en cambio, me baso sobre todo en el confort. No puedo decir que adoptara su estilo, no. ¡Soy una criatura de costumbres!

En los días de la gira de prensa de *Bikeriders*, te vimos vestir mucha piel, a juego con la estética de la película. ¿Planeas hacer algo parecido con *28 años después*?

¡No creo que pudiera! O, bueno, no sería especialmente inspirador. Pero, ¿quién sabe? Aquello fue más una cuestión de egoísmo mío. Como mi personaje, en realidad, no tenía oportunidad de vestir piel en la película, le dije a [la estilista] Elizabeth Saltzman: «Realmente quiero algo de piel». Era una oportunidad de, en cierto modo, tener mi dosis. Pero no sé si *28 años después* se presta a eso o si hay una forma de hacerlo sin aparecer con unas pintas totalmente delirantes [risas].

Parte del rodaje de la tercera temporada de *Killing Eve* tuvo lugar en Barcelona. ¿Qué recuerdas de aquellos días? ¿Te gusta la ciudad?

Lo mejor de rodar en una ciudad como Barcelona era, sin duda, poder tomar vinos y tapas al atardecer, en una terraza al aire libre. El tiempo era sencillamente maravilloso. Todo el equipo gozó de lo lindo. Por desgracia, no pude ver mucha cultura porque solo estuvimos dos días, pero era fantástico rodar en aquellas calles y aprovechar la arquitectura. Además, he estado varias veces en la ciudad por-

que iba a visitar a una amiga mía que vivía allí. Es un sitio que siempre me ha tratado bien. Que me ha sabido alimentar [risas otra vez].

En un corto periodo de tiempo has protagonizado películas de Ridley Scott, Jeff Nichols, Danny Boyle... ¿Quién más hay en tu lista de deseos?

Realmente, quiero trabajar con Julia Ducournau. También quiero rodar con Andrea Arnold. ¿Con quién más? ¡Ah, bueno!, con Quentin Tarantino, como cualquier otro actor del planeta.

¿Te consideras una freak del terror o eres más una espectadora casual de este género?

Definitivamente casual. Soy un poco miedica, si te soy sincera. Cuando era pequeña, si había una película de terror en casa, tan solo miraba una esquina de la pantalla y hacía como si la estuviera viendo realmente. Creo que es difícil hacerlas bien. Por eso me entusiasmé cuando llegó esta oportunidad, porque sabía que si había alguna persona en el mundo con la que rodar una, esa persona era Danny Boyle.

¿Hubo alguna escena que te aterrara un poco?

A ver qué digo sin revelar nada... Recuerdo, por ejemplo, estar corriendo por un campo lleno de ortigas, que me llegaban hasta los muslos, mientras me perseguían siete especialistas. Sabes que no es real y todo eso, pero en cierto modo no deja de ser terrorífico. Danny siempre se entusiasmaba en estos momentos. Le gustaba que no fingiéramos, que realmente nos dejáramos invadir por el miedo. Te diré que hubo un momento en que me defendí con tanto frenesí que acabé cayendo al suelo como un saco de patatas [ríe].

Una de las cosas más terroríficas que se han visto este año es *Adolescencia*. ¿Animas a la gente a ver *Help*, el film que hiciste con Stephen Graham y Jack Thorne, creadores de la serie de Netflix?

¡Sí, por supuesto! *Help* es brillante, estoy muy orgullosa de ella. Thorne y Graham tienen una gran habilidad para poner a la sociedad frente a un espejo y profundizar en temas delicados de forma siempre muy humana. La película [sobre el drama del sector de los cuidados durante la pandemia] estaba realmente bien hecha y era emocionante. El resultado de una gran orquestación del trabajo en equipo.

Tenemos que hablar, por supuesto, de *Killing Eve* y de tu personaje Villanelle, que te dieron a conocer alrededor del mundo. Dar

Soy un poco miedica, si te soy sincera. Pero sabía que si había alguna persona con quien rodar una película de terror, esa era Danny Boyle.

- TELE -

una actriz SOBRESALIENTE

Alabada hasta la extenuación, Carmen Machi sigue cautivando con cada uno de sus trabajos. El último: interpretar a una policía en *La viuda negra*, la película de Netflix que ficciona el sonado crimen de Patraix. Es su primer true crime y, claro, lo borda.

POR ISABEL LOSCERTALES FOTO VALERO RIOJA

Tras el éxito de la serie *Celeste*, la incombustible Carmen Machi (Madrid, 1963) regresa a la pequeña pantalla con un true crime a cargo de los guionistas de *El caso Asunta*, otro de los pelotazos de 2024. En *La viuda negra*, la actriz da vida a la policía que resolvió en 2017 el crimen de un hombre en Patraix (Valencia), perpetrado por su dulce y manipuladora esposa, Maje Moreno (Ivana Baquero), y uno de sus amantes (Tristán Ulloa). El filme llega a Netflix el 30 de mayo.

Cuando recibiste la propuesta de *La viuda negra*, ¿qué es lo que más te interesó del proyecto?

Me reuní con el productor, Ramón Campos, y me contó con tal entusiasmo y respeto cómo quería llevar a cabo el proyecto y las razones que le impulsaban a ello, que acepte sin dudarlo. Además, nunca había rodado un true crime siendo buena consumidora de ellos.

¿Qué te atrajo de tu personaje, la inspectora de policía Eva Torres? ¿Llegaste a conocerla?

Si, conocí a Eva Torres, pero es importante saber que al igual que Ivana y Tristán hacen un trabajo increíble por la minuciosidad con la que han llevado a cabo casi una réplica de los personajes reales, en mi caso, Esther, como se llama la inspectora de homicidios, dista bastante de la real. Me sirvió absolutamente de inspiración y pude entender muchísimas cosas con ella, pero nunca hubo intención de replicarla, fue un personaje construido desde cero.

Teniendo en cuenta que los replican, los personajes de

Ivana Baquero (Maje) y de Tristán Ulloa (Salva) resultan muy inquietantes. ¿Qué conclusión o qué reflexión te ha dejado esta historia?

Hemos hecho una ficción basada en un caso real, pero yo lo he vivido como otros trabajos: como actriz ni juzgo ni salvo a los personajes, trato de darles vida para hacer posible la historia de la manera más creíble. Tener entre manos una historia así te exige una gran responsabilidad. Es delicado, hay que ser respetuosos. Lo llamativo de ellos dos es sin duda que son personas *normales y corrientes*, eso lo hace inquietante.

¿Por qué crees que nos fascinan tanto los true crime, en general, y las ficciones que los retratan, en particular?

Es curiosa la atracción que producen, tanto en formato documental como en ficción, ¡e incluso conociendo la historia perfectamente con todos sus spoilers! Imagino que el morbo lo produce el observar por la mirilla y entrar en la intimidad de otros.

Eres una de las actrices españolas más reputadas y con un montón de proyectos entre manos, ¿cómo vives este momento de tu carrera?

Lo vivo desde la serenidad, valorando mucho el tiempo de descanso para hacer mi trabajo con ganas, entusiasmo y energía. Me siento muy afortunada por trabajar con personas tan talentosas que crean mujeres increíbles. Y muy agradecida de que piensen en mí para que les de vida. Según van pasando los años, las mujeres que interpreto son más interesantes.

- TRES SERIES DE ESTRENO -

Títulos protagonizados por intérpretes de renombre que actúan como gran gancho.



Sirenas

Julianne Moore y Milly Alcock protagonizan esta serie en la que una joven cae rendida por su jefa, una socialité tan rica como enigmática. Netflix, 22 de mayo.



El camino estrecho

Jacob Elordi ("*Euphoria*") encabeza el elenco de este intenso drama bélico que adapta la novela de Robert Flanagan. Completa el 28 de mayo en Movistar Plus+.



Matices

Elsa Pataky, Maxi Iglesias, Juana Acosta, Miriam Giovanelli o Luis Tosar están entre el coral elenco de este thriller psicológico. En SkyShowtime el 5 de junio.



«Tener entre
manos un true
crime te exige
una gran
responsabilidad,
hay que ser
respetuoso.
Pero yo ni juzgo
ni salvo a los
personajes»

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

O escanea el código QR:



byneon
Neon147

byneon
Neon147

LO PRÓXIMO

Este año veremos a Carmen Machi interpretando al personaje que le dio fama en *Aída y vuelta*, la película. Además, protagonizará junto a Candela Peña y Nathalie Poza la nueva serie de Max, *Furia*.



PADRE E HIJA

El multimillonario y despiadado Anatola Zsa-zsa Korda (Benicio del Toro) elige como sucesora a su hija Liesl (Mia Threapleton), una monja con la que apenas tiene relación. «La perspectiva padre-hija es el corazón de la obra», admite el actor.

- CINE -

un PLAN MAESTRO

La nueva cinta de Wes Anderson, *La trama fenicia*, retrata el mundo de los negocios y las relaciones paternofiliales con mucho humor y su ya inconfundible estética.

El industrial más rico de Europa, Anatola Zsa zsa Korda (Benicio del Toro), sobrevive a un nuevo atentado. Antes de que acaben con él, elige como sucesora a su hija, una novicia de 20 años internada en un convento desde que falleció su madre (¿asesinada?), interpretada por la joven promesa Mia Threapleton, primogénita de Kate Winslet. Padre e hija, junto a su nuevo tutor (Michael Cera), emprenderán un viaje por la Gran Fenicia Moderna e Independiente, donde el multimillonario quiere arrancar un ambicioso plan. «El principio de la historia fue inventar algo sobre uno de estos magnates europeos de los años 50, como un Onassis o un Niarchos», dice el guionista, productor y director, Wes Anderson. Se inspiró en figuras como Árpád Plesch, Calouste Gulbenkian o Gianni Agnelli, pero sobre todo en su suegro, el empresario libanés Fouad Malouf, a quien dedica el film. Junto con su hilarante y despiadada visión del mundo empresarial, Anderson ha querido ahondar en las relaciones parentales. «Ese tema puede tener algo que ver con que yo tenga una hija», admite.

.....
"La trama fenicia" se estrena en cines el 30 de mayo, tras su participación en el Festival de Cannes.

- TRES OTROS GRANDES ESTRENOS -

Una galardonada película de autor, un spin-off en femenino y el final de una larga saga blockbuster.



El jockey

Úrsula Corberó y Nahuel Pérez Biscayart protagonizan la premiada cinta del argentino Luis Ortega. Un aclamado jinete desaparece antes de una importante carrera.



Ballerina

El universo John Wick se expande con el nuevo personaje de Eve Macarro, una joven asesina interpretada por Ana de Armas que busca vengar la muerte de su padre.



Misión Imposible: Sentencia final

La famosa saga protagonizada por Tom Cruise llega a su fin con nuevos y sorprendentes desafíos, como ha sido rodar a 40 grados bajo cero.



*Este pack
es mucho
más que un
gesto beauty.
Es un símbolo
del compromiso
de SVR con el
océano.*



belleza con **PROPÓSITO**

Con el lanzamiento del Pack Aretha, SVR invita a elegir productos responsables y sostenibles, demostrando que la belleza comprometida puede tener un impacto real.

El verano llega con su ritual de siempre: piel dorada, días que huelen a sal y memorias escritas junto al mar. Y preparar el neceser para esos días de playa puede ser un auténtico quebradero de cabeza... salvo que alguien lo haga por ti. Aretha Fusté, creadora de contenido y defensora del océano, ha seleccionado, junto a Laboratorios SVR, sus imprescindibles solares para que no tengas que pensarlo dos veces. **Productos eficaces, sensoriales y responsables con tu piel y el planeta.** ¿El resultado? El pack Aretha, una edición limitada con tres esenciales: Blur SPF50+, una mousse facial resistente al agua con efecto perfeccionador, Eau Solaire SPF50+, un agua solar bifásica que se funde incluso sobre piel mojada y, Cicavit+ HPPI, una crema reparadora todoterreno.

Lo mejor es que no solo estarás cuidando tu rostro y tu cuerpo: con cada venta del pack Aretha se donará 1€ a la Fundación CRAM, dedicada a la recuperación de fauna marina. Una colaboración que ya ha tenido un nombre propio: Umbra, una tortuga rescatada y devuelta al mar el pasado mes de abril con la ayuda del equipo CRAM, SVR y la propia Aretha. **Porque belleza y conciencia sostenible pueden y deben ir de la mano.**



Cuidar la piel... y el planeta

El pack "Un verano en tu piel" de Aretha Fusté, junto a SVR, es un pack de protección y reparación dermatológica que será tu esencial esta temporada de playa. Incluye tres imprescindibles de SVR y un neceser y otros regalos especialmente diseñados para ti. Cuida de tu piel y del océano este verano.

**JOYAS
ARQUITECTÓNICAS**

La artista y arquitecta valenciana Empar Juanes es la única española entre los 30 finalistas del Loewe Foundation Craft Prize 2025. Su serie de collares y broches *Aura*, con piedras de ágata, se mueve entre la joyería y la escultura.



- EXPO -

PASADO y FUTURO

Las obras finalistas del Loewe Foundation Craft Prize parten de técnicas ancestrales para crear modernidad. Admíralas en el Thyssen.

La artesanía es un credo para Loewe. Nacida en 1846 como un taller de marroquinería fundado por diferentes artesanos españoles, la firma siempre ha mantenido vivo ese vínculo con el saber hacer manual. Para celebrarlo, en 2016 creó el Loewe Foundation Craft Prize, un premio internacional que reconoce la excelencia, la innovación y el mérito artístico en la artesanía contemporánea, en sus diferentes disciplinas.

En esta edición de 2025, más de 4.600 creadores de 133 países han presentado sus obras. De entre todas, un panel de expertos ha seleccionado 30 piezas finalistas, que se exhibirán durante este mes de junio en el Museo Thyssen-Bornemisza. Un entorno excepcional para una colección que trasciende la técnica: cerámica que respira, textiles que flotan, vidrio suspendido, mobiliario de papel, maderas que se funden con la historia.

Las obras reinterpretan técnicas ancestrales —de la laca japonesa al bambú tejido, de la joyería en piedra a la escultura en aluminio reciclado— y reflejan preocupaciones actuales: sostenibilidad, memoria, identidad, comunidad. Son objetos, sí, pero también manifiestos personales y culturales. El Craft Prize no busca reproducir el pasado, sino proyectarlo hacia el futuro. Con esta muestra, la casa reafirma su compromiso con una artesanía viva, audaz, capaz de dialogar con el arte contemporáneo desde lo más esencial: las manos. «En la última década —explica la presidenta de la Fundación Loewe, Sheila Loewe— hemos visto cómo el certamen transformaba vidas y carreras de artistas y generaba comunidad global». Una comunidad que verás agrupada en la plataforma digital theroom.loewe.com

Loewe Foundation Craft Prize 2025, en el Museo Thyssen-Bornemisza de Madrid, del 30 de mayo al 29 de junio.

El jurado

Reconocidas figuras del mundo del diseño, el arte y la arquitectura —entre las que están Anatxu Zabalbeascoa y Patricia Urquiola— elegirán al ganador del Loewe Foundation Craft Prize 2025, que se anunciará el 29 de mayo durante la inauguración de la exposición.



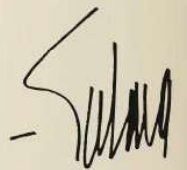
Obra *Eternity*, de Fang Liang. A la derecha, *Pleats Vase N°7*, hecho con madera de abeto, de Didi Ng.



Ultherapy®

P R I M E

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



Descubre el secreto de
Salma Hayek Pinault.

MERZ AESTHETICS®

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



- ARTE -

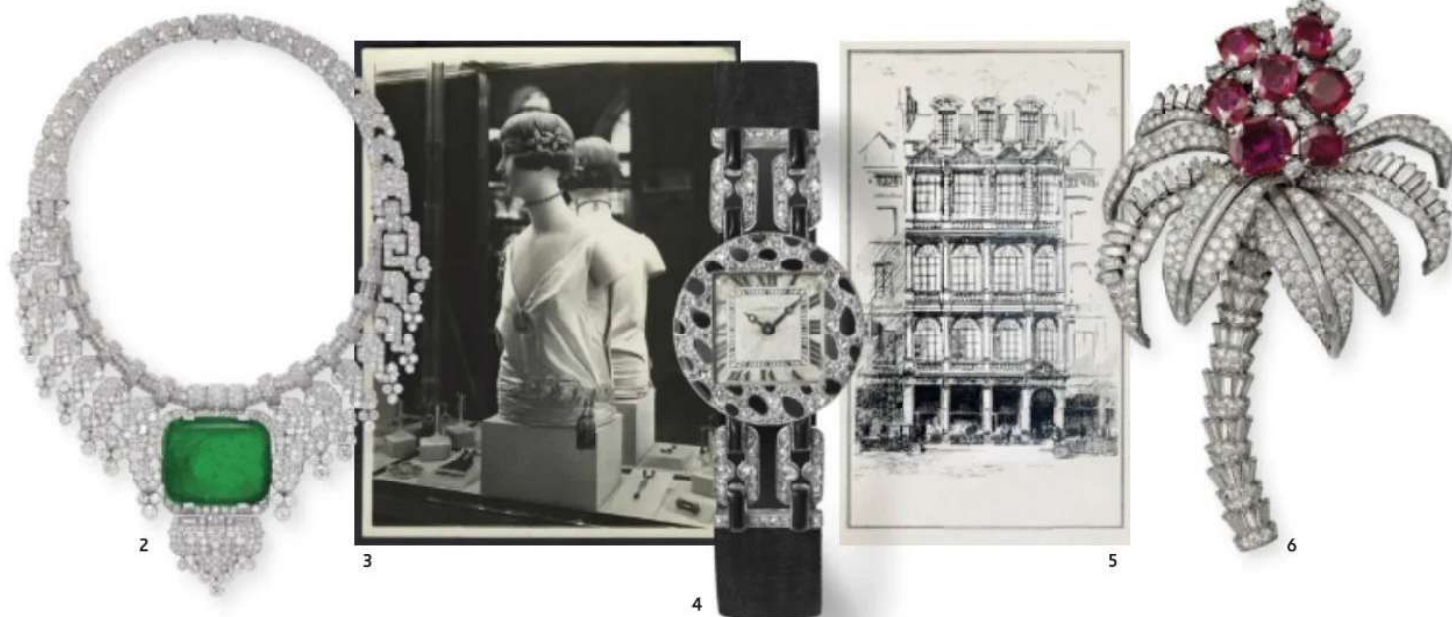
una EXPOSICIÓN BRILLANTE

El V&A de Londres rinde homenaje a la mítica firma Cartier con una muestra que recorre más de un siglo de joyas, relojes y savoir-faire. Te deslumbrará.

Cartier vuelve a reinar. Acaba de inaugurarse la mayor exposición en tres décadas dedicada a la mítica maison francesa. Más de 350 piezas –tiaras reales, relojes icónicos, bocetos inéditos y gemas históricas, entre otras cosas– relatan la fascinante evolución de Cartier desde que los hermanos Louis, Pierre y Jacques convirtieran el negocio familiar parisino en sinónimo global de lujo y modernidad. Entre los tesoros, brilla el broche de diamante Williamson, de la reina Isabel II (1953); el anillo de compromiso de Grace Kelly (1956), el collar-serpiente de María Félix (1968) o la tiara Scroll, que llevó Isabel II en su coronación en 1902 y que rescató Rihanna para una portada de revista en 2016. También destacan diseños art déco, los Tutti Frutti, las panteras de diamantes y los relojes más atrevidos, como el Crash de 1967. El arquitecto Asif Khan ha creado una escenografía etérea para dejar que las joyas floten, literalmente, en el tiempo. Más que una exposición, es una declaración de estilo y el V&A, un joyero exquisito.

.....
Cartier. Museo V&A South Kensington (Londres), hasta el 16 de noviembre de 2025.

POR ISABEL LOSCERTALES.
FOTO CORTESÍA CARTIER.



1. Broche Cartier New York, pedido especial de 1925, con diamantes, esmeralda, coral y esmalte negro. 2. Collar Cartier Londres, pedido especial de 1932, con diamantes y una esmeralda de 143,23 quilates. 3. Escaparate de Cartier durante la Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industrias Modernas (París, 1925). 4. Reloj de pulsera con motivo de pantera Cartier París, 1914. 5. Tarjeta de la tienda de Cartier New Bond St. (Londres, 1920). 6. Broche de clip en forma de palmera Cartier París, pedido especial de 1957, con diamantes y siete rubís birmanos.

Premio A

5ª edición

Autónoma, llega A donde te propongas

En CaixaBank te damos el impulso que necesitas para conseguirlo. Apúntate al Premio A y gana 6.000 € en formación para llevar tu proyecto al siguiente nivel.

Inscríbete en www.CaixaBank.es/premioA antes del 13 de junio.



6.000 €
en formación

PREMIO A

Profesional
Autónoma

Tú y yo.

Nosotros.



CaixaBank
Negocios

**ENERGÍA
POSITIVA**

Los girasoles son un elemento clave en la novela de Águeda López, tanto por los campos de su pueblo natal como por todo lo que simbolizan: sol, energía y positivismo.



ÁGUEDA LÓPEZ

«*Nunca me doy por vencida*»

La modelo cordobesa afincada en Miami
debuta como escritora con
La niña que siempre miraba el sol (Suma),
una luminosa autoficción sobre una
niña que sufrió bullying pero que acabó
logrando sus grandes sueños.

POR ISABEL LOSCERTALES FOTO CLEIMAR LÓPEZ

Su perseverancia ha sido clave a la hora de conseguir lo que quiere. Antes en la moda, ahora en la escritura. Águeda López (Hornachuelos, Córdoba, 1981) fue víctima de acoso escolar en su pequeño pueblo natal, pero con coraje y esfuerzo acabó cumpliendo su anhelo de triunfar en la pasarela. La modelo, diseñadora, periodista, madre de dos hijos (junto al cantante Luis Fonsi) y ahora también escritora, relata sus experiencias vitales en una autoficción inspiradora y catártica.

¿Qué te mueve a escribir tu primera novela, *La niña que siempre miraba el sol*?

Fue un sueño que tuve el que hizo que me decidiera a empezar a escribir. A través de ese sueño entendí que había un profundo aprendizaje tras el dolor y la confusión que hubo detrás de las situaciones por las que pasé en mi infancia, juventud y edad adulta. Pensé que quizás era hora de compartir estas experiencias y ojalá de esta forma poder motivar a los demás a través de ellas. >

¿Cuánto hay de autobiografía en el libro y cuánto de ti en la protagonista, Alma?

Hay mucho de Águeda en Alma. La novela está basada en mis vivencias personales, y cada experiencia que relata la historia es cien por cien real. Su historia es la mía y su aprendizaje ha sido el mío también, y así lo he tratado de plasmar en la novela. Tengo la esperanza de que mucha gente se identifique con la protagonista y le dé ánimos y ganas para seguir luchando por lo que desea en la vida.

¿Por qué has decidido titularlo así?

Tan pronto el lector se acerque al texto lo entenderá. Alma es una niña nacida en un pueblo de Andalucía, rodeado de girasoles, y su vida siempre ha estado adornada por los atardeceres tan mágicos del sur de España. Quizá por eso, Alma se conectaba con el sol como si este pudiera escuchar sus deseos, descubriendo que no importa qué tan gris o frío pueda parecer un día, el sol estaba detrás de esas nubes brillando para ella de forma incansable.

¿Cómo se supera el bullying?

Aceptando la experiencia por muy negativa que sea, entendiendo qué es lo que aprendimos o tenemos aún que aprender de ello, fomentando nuestra autoestima a través de algo que nos ilusione o seamos buenos haciendo. Es como buscar ese rayo de sol que te da vitaminas y ánimo para seguir adelante, sin importar lo que pase alrededor. A mí me ayudó tener sueños y metas en la vida y mucha certeza de que, aunque lo que me tocó vivir no es agradable ni bonito, fue una lección de aprendizaje que me llevó exactamente donde estoy ahora. No guardo ningún tipo de rencor. Me siento en paz.

¿Cómo luchar contra esta lacra del acoso escolar?

Promoviendo la empatía y el respeto a través de la educación en las instituciones y en tu propia casa e identificando cualquier tipo de acoso por pequeño que pueda parecer. A veces le quitamos importancia a los actos de los demás, incluso si nos han molestado o humillado de alguna forma. Pensamos que es algo normal, que forma parte de la vida. Pero no es así. No es parte de la vida sentirse atacado. No hay ningún tipo de justificación. Como tampoco la hay para quien es testigo del acoso a otra persona y se queda callado.

¿De qué manera proteges a tus hijos ante algo así?

Hablando mucho con ellos, aunque sé que a veces es difícil que un niño quiera contar que está siendo acosado. Lo digo por experiencia propia. Aun así, trato de educarlos y de darles herramientas que les permitan identificar a un acosador rápido y entiendan que no está bien que los hagan sentir mal, sea de la forma que sea. Hablamos muchísimo de empatía en casa y los incentivo a que nunca permanezcan callados si son testigos de algo que ellos consideren que no está bien. Antes de que se bajen del coche cuando los dejo en la escuela cada mañana, les repito que sean amables y cariñosos con otros niños. Muchos regresan a una casa en la que no reciben suficiente amor. Siempre he pensado que un niño acosador no crece en un hogar saludable y cargan con esa carencia de amor, de cariño y de respeto.

¿Qué es la milla extra y cómo a ti (y a la protagonista de la novela) te cambió la vida?

La milla extra es ese esfuerzo adicional que haces cuando sientes que ya no puedes más. Es ir más allá de las expectativas, hacer un compromiso mayor para



La novela

Alma es una niña de ocho años que sufre bullying y que descubre un hiriente secreto familiar. Pero su persistencia la llevará a triunfar en la moda, inspirada por las grandes supermodelos de los 90.

llegar a tu objetivo. Ese concepto me cambió la vida. Tenemos la mala costumbre de rendirnos justo antes de llegar a la meta sin pensar que ese último esfuerzo es quizás el que nos llevará a donde queremos. Yo me he acostumbrado a no darme por vencida y a tratar de dar todo de mi parte, sin dejar nada en el tanque de reserva.

Ya habías tirado la toalla cuando un taxista de Miami, camino al aeropuerto, te habló de la milla extra.

Gracias a su consejo volví a intentarlo y empecé mi carrera de modelo. Nunca tuve la oportunidad de darle las gracias en persona pero siempre está en mis pensamientos. Si hubiese subido a otro taxi, mi vida hubiera sido diferente.

¿Qué significado tuvieron para ti las supermodelos de los 90?

Las admiraba y admiro profundamente. Recuerdo quedarme embobada viendo las revistas de moda, sus portadas, sus editoriales... soñando un día ser como ellas. Ese sueño al que me aferré y del que ellas fueron inspiración me empujó hacia adelante cuando las cosas no me eran de color rosa.

¿Qué has aprendido después de escribir este libro?

Empecé queriendo ayudar a los demás, pero me ha ayudado muchísimo a mí misma. Siento que sané cosas que creía insignificantes, pero seguían ahí haciéndome daño. También siento que pude reconocer las victorias bonitas que he tenido en la vida y que hasta ahora no había apreciado lo suficiente.

Muestras una fuerte complicidad con tu marido, Luis Fonsi, ¿ha sido él tu primer lector?, ¿de qué manera te está apoyando?

Somos, además de pareja, muy amigos y muy cómplices. Él fue, efectivamente, mi primer lector, pero solo cuando la novela estuvo 100% terminada. Nunca le dejé ver nada antes. Él está muy emocionado por esta nueva etapa en mi vida. Ama la novela y me anima a que siga en este camino. Me hace inmensamente feliz tener su apoyo también en esto.

NUEVA ETAPA

Además de continuar trabajando en la moda, Águeda López tiene claro que desea seguir escribiendo. «Ya estoy organizando ideas para mi próxima novela: he encontrado un remanso de paz y conexión con mi alma en la escritura».

FOTO @CLEIMARPHOTOGRAPHY. MAQUILAJE Y PELUQUERÍA @LILIO MALDONADO.
VESTUARIO @AMANDAUPRICHARD. AGENCIA PR: @SGCPUBLICRELATIONS.

- LIBROS -

la GRAN CITA LITERARIA

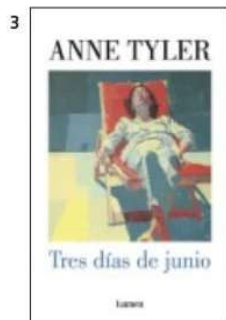
Una selección de libros que podrás atesorar en la próxima Feria del Libro de Madrid, del 30 de mayo al 15 de junio en el Retiro.

POR ISABEL LOSCERTALES



LA VISITA

La Feria del Libro, que este año pone su mirada en Nueva York, recibirá a la gran Vivian Gornick el 1 de junio.



LA SAGA

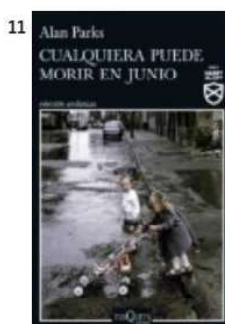
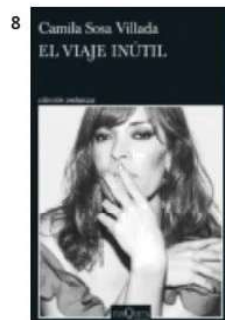
Isabel Allende vuelve a la familia Del Valle tras *La casa de los espíritus*, *Hija de la fortuna* y *Retrato en sepia*.

1. Por qué algunos hombres odian a las mujeres, Vivian Gornick (Sexto Piso). La recuperación de un libro escrito en los 70, 100% vigente, que recopila textos feministas de la autora de *Apegos feroces*. Una lúcida reflexión sobre cómo se construye el poder masculino y cómo las mujeres pueden revertirlo explorando su intimidad. **2. Una joven en Tokio, Aki Shimazaki** (Tusquets). Tras *Luna llena* y *Suzuran*, la japonesa continúa la historia de la familia Niré, ahora centrada en la hermosa y exitosa Kyoko, cuya vida se va a ver afectada por un nuevo jefe.

3. Tres días de junio, Anne Tyler (Lumen). La gran cronista familiar y Premio Pulitzer ahonda en la familia de Gail Baines, que se acaba de quedar sin trabajo y cuya hija, a punto de casarse, descubre un feo secreto sobre su pareja. **4. El español que enamoró al mundo, Ignacio Peyró** (Asteroide). Un gran retrato de Julio Iglesias, el más famoso latin lover, que viene a convertirse en un gran retrato de la sociedad española en los últimos 50 años. **5. Ningún amor está vivo en el recuerdo, Lara Moreno** (Lumen). Después de la magnífica *La ciudad*, reúne sus cuentos en un libro que indaga en la familia, el desamor, la incomunicación y el dolor.

6. Mi nombre es Emilia del Valle, Isabel Allende (Plaza & Janés). La célebre autora ahonda en la familia protagonista de su clásico *La casa de los espíritus*. Nos habla ahora de Emilia, una mujer de gran personalidad que cubrirá como periodista la guerra civil de Chile. País donde podrá, por fin, conocer a su padre.

7. Las mujeres que fuimos, Mayka Jiménez de Arana (Ed. B). El debut de la periodista está protagonizado por dos mujeres que buscan su sitio: Paula, cuya madre padece alzhéimer, y Adriana, una estudiante de medicina en la Barcelona de 1990. **8. El viaje inútil, Camila Sosa Villada** (Tusquets). La fantástica autora argentina (*Las malas*) se desnuda con esta autobiografía donde habla de su infancia triste, la historia de su travestismo y su éxito en el teatro y en la literatura.



9. Ahora y en la hora, Héctor Abad Faciolince (Alfaguara). El autor de *El olvido que seremos* relata una experiencia real que le cambió la vida: la explosión de un misil en Ucrania cuando estaba allí de visita. Estremecedor. **10. El puente donde habitan las mariposas, Nazareth Castellanos** (Siruela). La reputada neurocientífica explica cómo podemos esculpir nuestro cerebro a través de la respiración. Sorprendente. **11. Cualquiera puede morir en junio, Alan Parks** (Tusquets). La sexta entrega de Harry McCoy debe resolver la extraña desaparición de un niño que parece que nunca existió. **12. La muerte ajena, Claudia Piñeiro** (Alfaguara). Una periodista recibe una noticia que le cambiará la vida: una mujer acaba de caer al vacío desde el piso de un poderoso empresario. Ella la conoce. **13. Ese imbécil va a escribir una novela, Juan José Millás** (Alfaguara). Un periodista, de nombre Juan José Millás, busca el tema del que cree que será su último reportaje. **14. La novia de la paz, Rosario Raro** (Planeta). El Premio Azorín recupera a la activista

Emily Hobhouse, que transformó la historia del sur de África. **15. El verano de Cervantes, Antonio Muñoz Molina** (Seix Barral). Un libro que teje investigación literaria y memoria personal alrededor de *Don Quijote*. **16. El amor después del amor, Laura Ferrero y Marc Pallarès** (Alfaguara). La revisión de un libro que explora cómo el desamor puede despertar la creatividad. **17. A cuatro patas, Miranda July** (RH). La polifacética artista fascina con esta novela, sobre una mujer de mediana edad que emprende un viaje para replantearse su vida.

POR LA PAZ

Rosario Raro ahonda en la figura histórica de Emily Hobhouse, a quien Gandhi llamó la constructora de puentes.

14



12



13



15



16



17



LA NOVELA DE MIRANDA JULY ha sido considerada mejor libro de ficción 2024 por *The New Yorker* y *The New York Times*.

- LOS MÁS VENDIDOS -

Coronaron las listas de Sant Jordi y muy probablemente repitan en la Feria del Libro de Madrid. Tres apuestas seguras.



Joël Dicker

El maestro suizo del thriller desea que toda la familia comparta la lectura de "La muy catastrófica visita al zoo" (Alfaguara). Suspense y risas en uno.



María Dueñas

En "Por si un día volvemos" (Planeta) seguimos los pasos de una mujer española, que dice llamarse Cecilia Belmonte, que huye a Orán (Argelia) en los años 20.



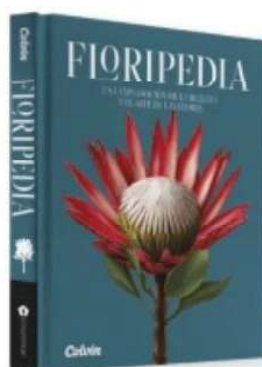
Javier Cercas

La muerte del Papa Francisco otorga aún más valor a "El loco de Dios en el fin del mundo", el libro que el ateo de Cercas escribió tras viajar con él a Mongolia.



Las citas

Arrancan los festivales de música estivales. Los dos más emblemáticos celebrados en Barcelona, Primavera Sound (del 4 al 8 de junio) y Sónar (del 12 al 14 de junio), cuentan con mujeres como cabezas de cartel: Charli XCX (foto dcha.), Sabrina Carpenter y Chappell Roan en el primer caso y Nathy Peluso (izda.) en el segundo, donde llevará en directo su aclamado álbum *Grassa* en una actuación doble. En Mallorca Live Festival (también del 12 al 14 de junio), actuarán Iggy Pop, Massive Attack o Rigoberta Bandini.



1 LIBRO

Una obra ilustrada, exquisita y 100% primaveral: *Floripedia*. Una exploración de la belleza y el arte de las flores, de Colvin (Editorial Cinco Tintas). Para descubrir el significado de 12 especies icónicas del arte floral.

NUESTRAS APUESTAS



UNA PELÍCULA

La adaptación de la novela de **Rosa Montero**, *La buena suerte*, llega a los cines el 6 de junio, de la mano de la directora **Gracia Querejeta** y los intérpretes **Hugo Silva** y **Megan Montaner**. La historia arranca con un reputado arquitecto que, inesperadamente, decide bajarse del tren y comprarse un piso en un pueblo de mala muerte. Allí conoce a Raluca.

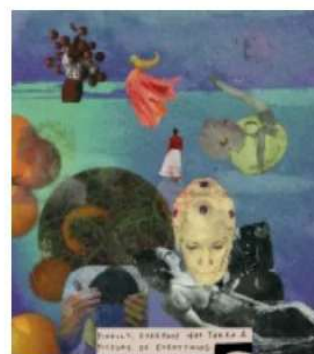
UNA SERIE

Clara Galle (foto) protagoniza *Olympo*, la nueva serie adolescente de Netflix que llega el 20 de junio. Una suerte de *Élite* ambientada en un centro deportivo de alto rendimiento que contará con otros jóvenes como Nira Osahia, Agustín Della Corte o María Romanillos. Darán que hablar.



La diva MILEY CYRUS lanza su noveno álbum de estudio *SOMETHING BEAUTIFUL* el 30 mayo.

Sus trece temas originales no son su único aliciente: su estética estará muy relacionada con el mundo de la alta costura vintage e irá acompañado de un film visual que se lanzará en junio. «Una ópera pop única en su especie», dice.



UNA EXPOSICIÓN

La 28ª edición del Festival Internacional de Fotografía PHotoEspaña (hasta el 14 de septiembre) nos traerá 103 exposiciones, algunas tan interesantes como los collages de la cineasta Isabel Coixet (foto) en el Thyssen, la colección fotográfica de Helga de Alvear o la obra de Dora Maar. phe.es

EDITOR'S CHOICE

Cinco propuestas muy personales para disfrutar este mes.

Isabel Loscertales, responsable de Cultura y Ocio

Billie Eilish

Con "Hit Me Hard And Soft" la estrella recalará por primera vez en España con dos conciertos en el Palau Sant Jordi: el 14 y 15 de junio.



Pulp

24 años después regresa la mítica banda de Jarvis Cocker. El 6 de junio lanzan su álbum "More", que presentarán en el Bilbao BBK Live.



Farah Atassi

El Museo Picasso de Málaga inaugura el 23 de mayo una exposición dedicada a esta artista belga, una de las figuras más prometedoras del arte contemporáneo.



Schweblin

La autora argentina Samanta Schweblin fascina e inquieta con los seis relatos de su nuevo libro "El buen mal" (Seix Barral). Fan.



"Esmorza amb mi"

La ópera prima de Ivan Morales, premiada en el Festival de Málaga y basada en su propia obra de teatro, llega a los cines el 6 de junio. No hay que perdersela.



La edición no habría sido posible sin el apoyo de patrocinadores como Oysho, DKV, CUPRA, Prensa Ibérica y MartiDerm, impulsores del deporte femenino.

- VUELVE EL CIRCUITO WOMEN PÁDEL OYSHO -

El pádel FEMENINO *está de moda*

La temporada 2025 del Circuito Women Padel Oysho arranca con tres exitosas citas: Barcelona, Madrid y Mallorca. Más de 950 jugadoras conforman un evento, referente del pádel amateur en España.

Con la emocionante apertura en el Artós Sport Club de Barcelona, pasando por la apasionada cita madrileña en La Moraleja, con la visita especial de Alejandra Salazar, hasta el cierre en el Pins Padel Club de Mallorca, el arranque del torneo ha sido un rotundo éxito. Con más de 950 jugadoras entre las tres primeras paradas, el Circuito Women Padel Oysho 2025 está marcando un antes y un después en el deporte femenino amateur.

• **Barcelona: energía y récord de participación**

Del 23 de febrero al 2 de marzo, el Artós Sport Club dio el pistoletazo de salida al circuito en la ciudad condal, con más de 350 jugadoras. Esta primera parada contó con actividades paralelas como degustación de Estrella Damm y un servicio



de fisioterapia de Etern. Las campeonas reflejaron el alto nivel del torneo, destacando el triunfo de María Belén Escudero y Marina Nicolás en 1ª categoría.

• **Madrid: espíritu competitivo y una invitada especial**

Del 1 al 6 de abril, el Club Pádel La Moraleja acogió la segunda parada, reuniendo a cerca de 380 jugadoras en una edición marcada por la lluvia... y la pasión. Ni el mal tiempo logró frenar el entusiasmo de las participantes, que ofrecieron duelos de altísimo nivel durante toda la semana. Uno de los momentos más memorables fue la presencia de la jugadora profesional Alejandra Salazar, que reforzó el vínculo entre el pádel amateur y el profesional. Además, el evento estuvo animado por música en directo y degustación de cócteles. Entre las campeonas, Marta Pemán y Esther López Lavisier, vencedoras en 1ª categoría.

• **Mallorca: sabor mediterráneo y pasión en pista**

La tercera prueba tuvo lugar del 24 al 27 de abril en el Pins Padel Club Mallorca, reuniendo a más de 220 jugadoras. Durante cuatro días, se volvió a demostrar nivel competitivo y emoción. Las vencedoras brillaron en todas las categorías, con Paula Sonegas y Leticia López alzándose en 2ª categoría.

TAN BABY DOLL

La modelo lleva chaqueta de crepé satinado con mangas pagoda y collares de metal y strass de la colección Métiers d'Art 2025 de CHANEL.



POR ESTER AGUADO

Inspiración oriental. Para su colección Métiers d'Art 2025, Chanel viaja desde París al lago del Oeste de Hangzhou, inspirándose en los paneles de ANTIGUOS BIOMBOS COROMANDEL y en las obras de arte en laca china tan queridos por Coco. Esta temporada, los botones-joya se convierten en grandes protagonistas.

moda |

TRADICIÓN REINVENTADA

Nos citamos con la princesa SASSA DE HANNOVER para descubrir las últimas colecciones de Dior –Fall 2025 y Dioriviera–, en las que Maria Grazia Chiuri nos invita a viajar al ancestral Japón y a las energéticas junglas tropicales, dentro de ese elegante savoir faire que pocas como la aristócrata encarnan.

POR ESTER AGUADO FOTO RUBÉN VEGA
DIRECTORA DE MODA MARTA LASIERRA

BIENVENIDA A KIOTO

Tras visitar Seúl, Bombay y Nueva York, la colección anual Otoño de DIOR llega este año a Japón, al templo Tō-ji de Kioto, sede de la corte imperial. Vestido de seda con flecos Dior Pivoine, de la colección Fall 2025 de DIOR; anillo Jardin de Dior Pivoine de metal dorado y cuentas de resina blanca y sandalias Dior Shade slingback con tiras elásticas negras y suela de goma. Todo de DIOR.



«¿Princesa millennial? Es curioso, porque en casa no utilizamos esos términos».

Sassa de Hannover

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegam

O escanea el código QR:



VIBRANTE ENERGÍA

Un homenaje a los eternos sueños de viaje cultivados por Christian Dior, la colección Dioriviera es una invitación a la aventura impregnada de gracia y alegre energía, a la venta en resorts y pop-up stores desde Venecia hasta Marmaris, desde Bali hasta Malasia.

Vestido Gouttes bordado de lana y seda de la colección Dioriviera de DIOR. Pulsera Jardin de Dior de metal dorado y cuentas de resina blanca y pendientes Dior Tribales Jardin de Dior, con colgantes flor de cerezo de metal dorado y cuentas de resina blanca. Todo de DIOR.



A black and white photograph of a woman with long dark hair, looking upwards and to the right. She is wearing a long-sleeved dress with a detailed pattern of palm trees and butterflies. Her right hand is raised, with her index finger resting on her chin, and she is wearing a large, ornate ring. The background is a blurred view of a classical building with ornate balconies and windows.

SEDA ANCESTRAL

Christian Dior presentó sus colecciones por primera vez en Japón en 1953, allí colaboraba con un taller de seda y presentó varios looks de alta costura, confeccionados en este precioso tejido. Vestido largo de sarga de seda Toile de Jouy Palms azul de la colección Dioriviera y anillo Jardin de Dior Pivoine de metal dorado y cuentas de resina blanca. Todo de DIOR.

**100%
ORIENTAL**

Sassa de Hannover
con vestido Dior
Pivoine de punto de
seda y lana
acanalada de la
colección Fall 2025
de DIOR, inspirada y
presentada en Japón.

«¿Mi estilo?
Clásico con
toques actuales.
Me atraen las
piezas sobrias,
bien hechas, con
personalidad».

Sassa de Hannover

**INVITACIÓN A
LA AVENTURA**

Chiuri reinventa el emblemático Toile de Jouy: Sauvage y Palms, que evocan una exuberante selva, para un verano espontáneo y luminoso.

Vestido Dior Pivoine de punto de seda y lana acanalada de la colección Fall 2025 de DIOR.





**PURA
ELEGANCIA**

Blusa de algodón de popelina de la colección Dioriviera, pendientes Dior Tribales Jardin de Dior en forma de peonías de metal dorado y cuentas de resina blanca y bolso Dior Caro bucket de rafia. Todo de DIOR.

Para la colección Dior Fall 2025, Maria Grazia Chiuri explora el ámbito que determina los hábitos de vestir de las culturas de todo el mundo, estudiando la prenda en dos y tres dimensiones –como la chaqueta-kimono, inspirada en Monsieur Dior, y sus Diorpaletot y Diorcoat, diseñados en 1957– y presenta un álbum que relata un viaje a Japón –donde se presentaron los modelos Dior de Marc Bohan, en Tokio, en 1971–, estableciendo un diálogo con los fascinantes personajes del teatro japonés. «Su colección me ha fascinado. Las siluetas inspiradas en el kimono, las sedas, los abrigos envolventes... tienen una belleza serena y atemporal con la que conecto mucho», explica Sassa de Hannover, modelo de excepción en este reportaje. La princesa también posa con otra de las colecciones de la maison para este verano, Dioriviera, que exhibe ese toque «exótico pero a la vez sofisticado, como es el Toile de Jouy Palms y su energía positiva, perfecta para el verano y los momentos más relajados», nos confiesa la aristócrata peruana.

Sassa, ¿sabías que te llaman la princesa millennial: te empodera o es una responsabilidad que pesa?

Es curioso, porque en casa no usamos esos términos –no me veo a mí misma como una princesa millennial, pero entiendo que sea parte de la narrativa mediática y del interés que puede generar. Personalmente, lo vivo como una manera de seguir ciertas tradiciones, pero desde un lugar actual, más moderno, más cercano a lo que somos hoy. La familia de Christian tiene mucha historia y eso me parece bonito. Es algo de lo que nuestros hijos, aunque ahora sean pequeños y no sean del todo conscientes, podrán sentirse orgullosos en el futuro. Creo que es importante reconocer y valorar la historia de nuestras familias, y sí, eso conlleva cierta responsabilidad.

MÁS DE CERCA

- **Tu emoticono:** El corazón con las manitas.
- **Una expresión peruana que continúes usando:** Chévere. ¿Suena muy guiri, no?
- **Un imprescindible en tu armario:** Una buena camisa blanca... y un par de jeans.
- **Un personaje de dibujos animados:** Me encantan los clásicos de Disney, pero mis hijos están obsesionados con *Kung Fu Panda*, de DreamWorks.
- **No te vas a la cama sin...** Lavarme la cara con agua y jabón. Yo soy de hidratarme por las mañanas.

Pero también lo veo como algo especial: tener raíces y sentir orgullo por ellas. En mi caso, siempre he admirado mucho a mis antepasados, especialmente por su relación con el arte y la política. De hecho, me hace mucha ilusión que en los próximos meses lleguen a Madrid trece obras del Museo Pedro de Osma, con arte virreinal, que estarán en espacios tan especiales como la Sala Alcalá 31, el Museo Miguel de Cervantes y el Museo Lope de Vega, durante el mes de octubre.

Siempre has defendido que no piensas mucho en el futuro, que vives día a día, pero... ¿sigue siendo posible desde que eres madre?

Bueno, ahora sí que hay una planificación, pero te diría que, desde que tengo hijos, vivo aún más el presente. Hoy por hoy, en mi vida, los momentos de silencio ya casi no existen y eso hace que vivas el presente de una forma mucho más real. Tengo muy poco tiempo para ponerme creativa o para repasar el pasado [risas]. Solo llego a: ¿Qué tenemos que hacer mañana?

¿Tienes ayuda a la hora de elegir tus estilismos?

La verdad es que no. Si tengo una boda, veo dónde es, a qué hora y busco opciones que me gustaría llevar: a veces llamo a mis contactos en algunas firmas, como Dior.

¿Cómo definirías tu estilo?

Clásico con algunos toques contemporáneos. Me atraen las piezas sobrias, bien hechas, con personalidad. No me pondría nunca algo con lo que me sintiera disfrazada, que no me representase. La autenticidad es la clave.

El último desfile de Dior al que asististe fue el FW 2025/26 en París, inspirado en Orlando, la novela de Virginia Woolf. Un ser independiente, ambiguo e inmortal. ¿Conocías la historia?

No conocía ese libro, pero sí he leído *Una habitación propia* de la autora y me gustó mucho porque entendí la importancia de la independencia de la mujer, pero la económica, que es de lo que ella habla. Respecto a Orlando y su pase de hombre a mujer... me encantaría, por un día, meterme en la cabeza de un hombre para entender la perspectiva con la que ve el mundo. Creo que nos entenderíamos mucho mejor, porque realmente somos dos mundos tan opuestos y tan complementarios en muchas cosas...

En el desfile pudimos ver la reedición de la icónica camiseta de John Galiano "J'adore Dior". ¿Cuál sería tu camiseta con mensaje?

Me gustó la de "We should all be feminist" de Maria Grazia, aunque nunca me la puse. ¿Mi mensaje en una camiseta? Lo primero que se me ocurre es "El silencio también habla".

moda |



HAPPY

DAYS

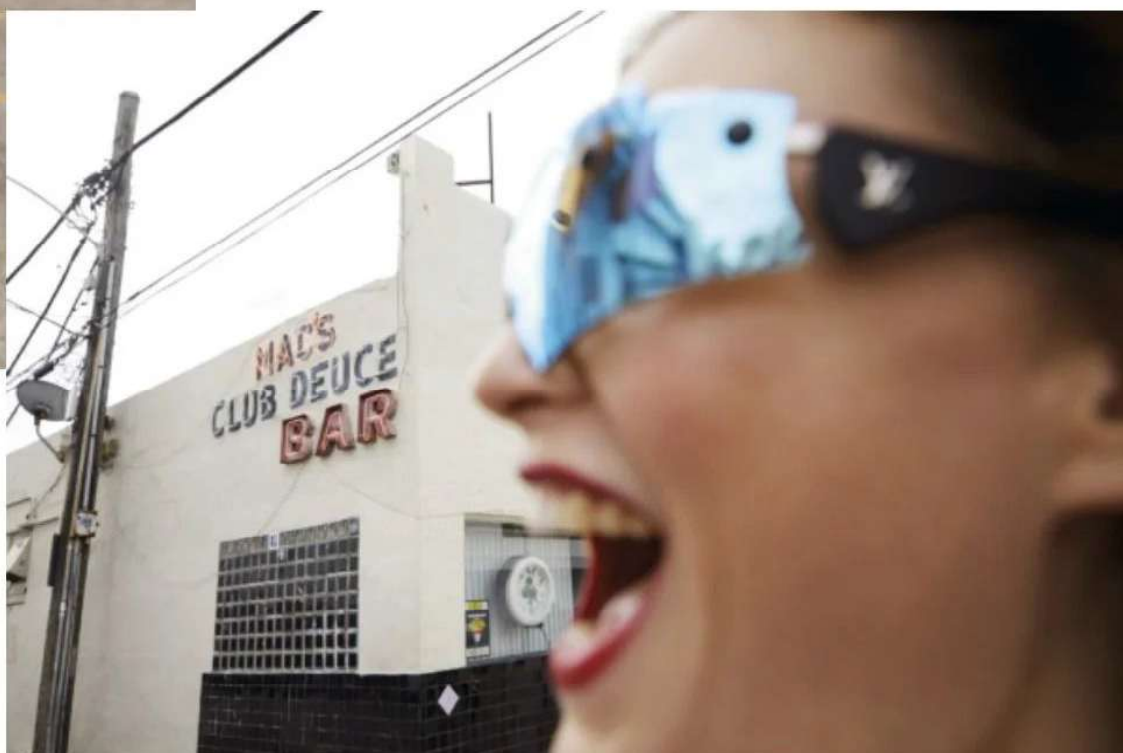
Una explosión de energía recorre los accesorios pop en una temporada a todo color.

FOTO MARILOU DAUBÉ ESTILISMO CAROLE MATRAY
MODELO HAZEL REYNOLDS (FORD MODELS)



A TRAVÉS DEL ESPEJO

Bolso LV Biker, en cuero Grège, bolso Side Trunk, en cuero y metal dorado, gafas de espejo, joyas y ropa, todo LOUIS VUITTON.



SUTIL DORADO

Bolso Mamma
Baguette, de cuero y
malla, vestido,
braguitas y gafas,
todo FENDI.

En los labios, Rouge
Coco Los Angeles,
CHANEL.



DULCE PASTEL

Bolso Hobo de cuero rosa, conjunto de chaqueta y shorts, joyas y zapatos, todo CHANEL. Bolso Cookie de metal dorado AQUAZZURA, gafas LOEWE.





UN TOQUE DE BRILLO

Bolso de ante color teja, minibolso de satén rosa y chaqueta, todo EMPORIO ARMANI. Gafas MIU MIU, sandalias GEOX, shorts blancos POLO RALPH LAUREN.

En los labios, Rouge Coco Rotonde, CHANEL.



**IMBATIBLE
BLANCO Y
NEGRO**

Bolso D-Journey
Large, en toile
jacquard Dior
Oblique, chaqueta,
pantalones y botas
altas, todo DIOR.



**AMARILLO
TRENDY**

Bolso Serpenti
Forever
Day-to-Night, de
cuero y cristales,
BVLGARI. Bolso
Pétalos y vestido a
juego, ambos LORO
PIANA. Gafas
VICTORIA BECKHAM,
chaqueta LACOSTE.



REVISITAR LAS RAYAS

Bolso rígido de metal
dorado, AQUAZZURA,
bolso de cuero con
dos asas IL BISONTE,
charms de bolso
VERSACE, reloj OMEGA.
Vestido trenzado y
mules, todo MISSONI.

moda |

¡AL agua, PATOS!

Se acerca el verano, por eso te proponemos cuatro vibrantes destinos donde disfrutarlo. Ponte elegante, caribeña, bohemia o deportiva, pero con mucho estilo.

POR ESTER AGUADO



ELEGANTE SAINT-TROPEZ. Brilla con un lujo silencioso.

1. Bandeau bikini (32,99 €) y braguita con anilla (19,99 €) Zagara ETAM. **2. Toalla** CHANEL (750 €). **3. Bañador** bicolor con volante SIMORRA (210 €). **4. Sombrero** de algodón con logo FENDI (550 €). **5. Bañador** de cuadros BURBERRY (490 €). **6. Vestido** Careyes Palmeras BO STAR (149 €). **7. Bañador** con cinturón Bona VOGANA (129 €). **8. Bolso Shopping** V73 Venezia (89 €). **9. Bañador** asimétrico drapeado MANGO (36 €). **10. Bolso** Dior Toujours Denim DIOR (3.700 €). **11. Bañador** degradé de lurex MAX MARA BEACHWEAR (245 €). **12. Sandalias** transparentes de strass GIORGIO ARMANI (990 €). **13. Vestido** negro con cuello halter BABBAKI (119 €). **14. Gafas de sol** Mundet 945 tricolor COTTET (119 €).



CARIBEÑA SAINT BARTH. Larga vida al animal print.

1. Trikini animal print GUESS SWIMWEAR (110 €). **2.** Cesto de rafia a rayas Mara, SÉZANE (300 €). **3.** Caftán de viscosa THAIS AMICH (165 €). **4.** Camiseta de pedrería con tigres LOLA CASADEMUNT BY MAITE (59,95 €). **5.** Bañador PRIMARK (16 €). **6.** Pareo Palamos de leopardo ETAM (19,99 €). **7.** Bolsito con flecos y flores Soleil BOURET (190 €). **8.** Top Cyprae (253 €) y braga Nautila (265 €) ERES. **9.** Gafas de sol MÓ X OLIVA (69 €), en multioplicas.com. **10.** Top bikini (39,95 €) y braguita tropical (29,95 €) DESIGUAL. **11.** Sombrero Cowboy LEFTIES (12,99 €). **12.** Shorts con print de guepardo Uma BAD HABITS (155 €). **13.** Camiseta con leopardo IKKS (60 €). **14.** Traje de baño con palmera ÉNFASIS EL CORTE INGLÉS (45,99 €).



BOHEMIA IBIZA. El hippie se eleva con un toque fashion.

1. Bikini tie dye ANANAS WEAR (56 €). **2. Smartphone** Pixel 9a GOOGLE (desde 549 €), resistente al agua. **3. Top** bikini triangular (29,99 €) y braguita (19,99 €) WOMEN'S SECRET. **4. Sombrero** Carioca RUE MADAM (91 €). **5. Sandalias** planas con cuentas EXÉ SHOES (59 €). **6. Body** de ganchillo TWINSET (246 €). **7. Vestido** degradé POMANDÈRE (510 €). **8. Top** bikini triangular (29,90 €) y braga con lazos (24,90 €) NATURA X GUILLERMINA BAEZA. **9. Bolso** Cangrejo Sebastián MONA MOON (69 €). **10. Top** Pam Bras ANTIK BATIK (110 €). **11. Zuecos** de antelina KIABI (24 €). **12. Top** Jane Bra (69 €) y braguita Tina Bottom (64 €) BELAMER. **13. Vestido** de crochet SPRINGFIELD (45,99 €). **14. Bolso** Paula's Ibiza LOEWE (1.500 €).



DEPORTIVA TARIFA. Chic antes y después de la tabla.

1. Bañador Gladi RED POINT (84,90 €). **2. Gorra** Evil Eye KURT GEIGER (105 €). **3. Smartphone** Magic 7 Pro HONOR (1.299 €). **4. Top** bikini (20 €) y braguita (15 €) ELLESSE. **5. Reloj** Trendy LOTUS (119 €). **6. Top** triángulo (64 €) y braga con cintas (64 €) MUR SWIMWEAR. **7. Camiseta** con doble tirante SANDRO (125 €). **8. Altavoz** inalámbrico resistente al agua Miniroll ULTIMATE EARS (64 €). **9. Bikini** Gregal Ocean MONNUR (245 €/conjunto). **10. Sandalias** de plataforma Getaway W CROCS (40 €). **11. Neopreno** SPEEDO (70 €). **12. Bolsa de viaje** Chasm 30 THULE (129,95 €). **13. Bañador** asimétrico TRIUMPH (75 €). **14. Gafas** Kabuki Tiwi (110 €). **15. Shorts** de felpa BLAUER (94 €). **16. Polo** Bacuri NUDE PROJECT (69 €). **17. Chanclas** Slim Point HAVAIANAS (33,99 €).

1-2-3 ¡SPLASH!

Tory Burch presenta Bon Bon,
su cápsula de verano 2025:
tan fresquita y con esa
elegancia atemporal que
dan ganas de tatuársela.

POR ESTER AGUADO
FOTO JC DE MARCOS



Un icono reinventado

*El modelo Miller Mini Crossbody de Tory Burch (345 €)
se viste de piel acharolada en azul y verde lima para darle un aspecto sofisticadamente refrescante
a tus looks de verano. Una bandolera del tamaño perfecto para lucir 24/7.*

Colores flúor

*Las sandalias planas Miller de Tory Burch (260 €)
visten de un bitono fluorescente azul/verde su piel acharolada para renovar un clásico de verano.
Tienen ese aire tan chic que combina con cualquier estilo.*



PURO TALENTO

El diseñador, de espaldas, en el backstage del desfile Primavera-Verano 2025 de la Milan Fashion Week. N21, a la venta en centros seleccionados. EL CORTE INGLÉS y numeroventuno.com



N21, ave FÉNIX

Alessandro dell'Aqua resurgió tras verse abocado a abandonar su propia firma de moda en 2007. Quince años después –y tras relanzar la casa Rochas– sigue demostrando que su talento es mucho más grande que su apellido.

POR ESTER AGUADO

Jamás defrauda. El diseñador napolitano, *enfant terrible* de la moda allá por los noventa, es sinónimo siempre de esa elegancia italiana con un diferencial y rompedor twist tan propio de la casa. Este año cumple 30 años en el mundo de la moda –comenzó en 1985, en la casa italiana Genny y en 1996 lanzó su firma homónima– y su espíritu luchador no afloja: dice que, dentro de 10 años, se ve en una casa a la orilla del mar... trabajando. Aunque su sueño de ser actor sigue intacto.

¿Qué ha sido lo más gratificante y lo más complicado de toda tu carrera?

El momento más difícil de afrontar fue perder la marca que llevaba, y aún lleva, mi nombre. Mis últimos cinco años en la firma Alessandro Dell'Acqua fueron un infierno: mis socios, que sucedieron a los anteriores, no tenían ningún respeto por mí ni por mi trabajo. Cuando me enteré de que estaban dispuestos a venderla de nuevo, decidí irme para siempre. Fue en 2007: me sentí libre. Por otro lado, uno de los momentos que recuerdo con más placer fue mi nombramiento como director creativo de Rochas, una casa francesa con una historia y un legado incommensurable. Fue un verdadero honor poder participar. Mi carrera, hasta ahora, se ha dividido en varios actos, como las películas que siempre me han gustado. El nacimiento de N21 representó, de alguna manera, el comienzo de una segunda carrera, una segunda parte que he disfrutado mucho más. Crecí, maduré y me volví más consciente. Confío en que el futuro nos depare nuevos estímulos y aventuras, como las vividas hasta ahora, para bien o para mal. Espero tener siempre el deseo de empezar de nuevo.



Colección Primavera-Verano 2025

La propuesta de N21 bebe de subculturas inglesas como los mods o los punks, pero reinterpretadas bajo los códigos de la casa. El modelo de la falda roja (arriba), el que mejor lo representa.

Hubo algo más profundo que un simple cambio de nombre en esta segunda etapa, ¿verdad?

No poder utilizar tu propio nombre y ver que la marca que fundaste sigue existiendo sin ti, me causó una profunda amargura. Tras la liberadora decisión de dejar la firma, me arremangué y me enfrenté a una industria que había cambiado por completo tras la entrada del marketing, las finanzas y la crisis económica. Mientras intentaba encontrar apoyos para sacar adelante N21, recibí muchos noes: consideraban que era un proyecto arriesgado porque mi nombre no podía aparecer. Al final, algunos productores de Bérgamo confiaron en mí y todo salió bien. Ha habido algunos cambios respecto al diseño: antes me enfocaba mucho en vestidos de noche y fiesta; ahora, con N21, me centro más en la ropa de día, mezclando lo masculino y lo femenino, o declinando prendas preciosas para el uso diario.

Poco a poco has ido introduciendo calzado, zapatos, perfumes: ¿la diversificación es una forma de sobrevivir en la moda?

No puedo negarlo, es verdad. Nuestra estrategia siempre ha sido ir introduciendo cosas nuevas poco a poco. Ocurrió con el calzado de mujer, un segmento al que tengo un gran cariño, pero también con los accesorios y las licencias de gafas, perfumes y moda infantil.

Sin embargo, no te has animado a crear una línea de decoración, como otras marcas, aunque sí has colaborado con Kartell...

Para mí es más fácil imaginar el cobranding y la colaboración con empresas líderes en diversos sectores, con el fin de crear un diálogo entre la experiencia y las almas de las dos marcas. El diseño industrial requiere procesos creativos y un ritmo muy diferente al de la moda. ¡Pero no descarto nada para el futuro próximo!

¿Qué buscas en otra marca cuando te animas a colaborar con ella? ¿Hay algún proyecto que te haga soñar?

Como ya he dicho antes, siempre acepto con gusto colaborar con casas que admiro, aunque estén lejos de mi imaginación, como ya he hecho antes con Fila, K-Way, Wolford, Tod's y, más recientemente, con Scholl. Me encantan los >



Colección Pre-Fall 2025

«Como si una niña hubiera rebuscado en el armario de su madre, combinando conjuntos al azar», explica el diseñador, que se apoya en la ambigüedad de los contrastes yuxtaponiendo lo burgués con el grunge.

desafíos y salir de mi zona de confort. En el futuro, me gustaría probar suerte en un proyecto de belleza o en una marca de ropa de trabajo como Dickies.

¿Es más fácil diseñar para un hombre o para una mujer?

La creatividad es una actitud: no puedo quedarme quieto, siempre estoy buscando nuevos estímulos. Por eso sigo haciendo consultoría: por la mañana trabajo en N21, y por la tarde paso a otras cosas y trato de transmitir este método también a mis colaboradores: poder pasar de una cosa a otra rápidamente. Para mí es importante no separar al equipo, sino trabajar juntos en diferentes proyectos, con mucho diálogo. Desde el punto de vista técnico, puedo trabajar más en el vestuario femenino, que es más versátil y con reglas menos rígidas que el masculino, del que todavía me gusta robar piezas y reinterpretarlas en clave femenina.

¿Qué te inspiró a presentar la colección SS25? ¿Y qué look crees que la representa mejor?

Para la colección Primavera/Verano 2025 investigamos subculturas inglesas como los mods y los punks. Obviamen-

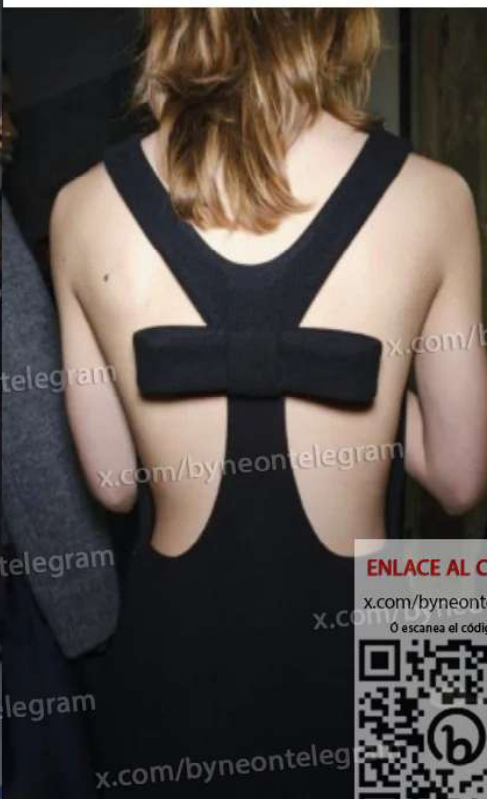
te, los reinterpreté a mi manera y traté de hacer dialogar nuestros puntos más característicos –bordados, faldas lápiz y transparencias– con piezas más atrevidas como parkas, cazadoras de cuero y gabardinas. Creo que el look 38, con falda roja y chaqueta de cuero, es la síntesis perfecta. Siempre busco fallos, errores, combinaciones inesperadas...

Dime una tendencia imprescindible para este otoño...

No puedo evitar mencionar los lazos: los protagonistas absolutos de mi colección Otoño/Invierno 2025 y que hemos definido como *invasivos*, tanto desde el punto de vista decorativo como en cuanto a su presencia masiva en las pasarelas, así como en la calle.

En este mundo globalizado, ¿sientes que hemos perdido identidad? Cuando paseas por París o Milán, el estilo es el mismo...

Cuando fundé mi primera marca a finales de los años 90, había más experimentación. Las revistas propusieron nuevos fotógrafos, nuevos estilistas, distintos puntos de vista. Me parece que en la actualidad hay una tendencia a la uniformidad, una prudencia peligrosa que frena la creatividad en muchos ámbitos. Deberíamos redescubrir



ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

O escanea el código QR:



«No poder utilizar tu propio nombre y ver que la marca que fundaste sigue existiendo sin ti me provocó una profunda amargura... pero me remangué y fundé N21».

Colección Otoño-Invierno 25/26

«Los lazos –que hemos definido como invasivos– son los protagonistas indiscutibles de mi colección de invierno», afirma Dell'Aqua.

el efecto sorpresa, lo inesperado, incluso lo escandaloso.

¿Te interesan las nuevas generaciones, usar la IA en tus creaciones?

Tengo curiosidad. Me gusta buscar inspiración en todas partes. En mi equipo hay muchos jóvenes: intento observarlos y escucharlos, aprender de ellos, de cómo eligen expresarse a través de la ropa, pero también de la tecnología y las redes. Lo que no ha cambiado a lo largo de los años es mi forma de trabajar: dibujo a mano alzada todos los días, nunca uso el ordenador. No sé nada de Photoshop. Dibujar es mi momento favorito.

De todos los grandes profesionales y celebs con los que has trabajado, ¿con quién te quedas?

Me gusta recordar dos momentos clave: uno, al principio de mi carrera, cuando rodamos una campaña con Juerger Teller y una jovenísima Devon Aoki. Teníamos tantas ganas de provocar que las imágenes fueron inicialmente censuradas, al igual que las que hice con Steven Klein o modelos como Stella Tennant y mi amiga Kirsten Owen... pero hoy la gente las sigue recordando. Otro momento épico fue en 2003, cuando filmamos la campaña del perfume en la casa del temible Helmut Newton con Helena Christensen. Estos encuentros me han marcado a nivel personal y cultural: aún hoy, la fotografía sigue siendo, junto con el cine, una de mis principales fuentes de inspiración.



FOTO ENRIK BLOMQUIST (RETRATO) Y SPOTLIGHT LAUNCHMETRICS.



AL NATURAL

Hija de André Messika, reputado comerciante de diamantes, viajó con su padre durante cinco años para aprender, buscar y comprar las piedras más bellas del mundo. A pesar de su éxito, no puede ser más cercana y encantadora.

MESSIKA *está* de FIESTA

Hace 20 años, Valérie Messika lanzó al mercado su propia marca de joyas. Sus creaciones, símbolo de feminidad, emancipación y poder, no solo han conquistado las alfombras rojas... sino a la mujer de a pie que adora ese perfecto mix entre el chic y el rock&roll. Única.

POR ESTER AGUADO FOTO NICOLAS GERARDIN Y PIERRE V.

Muy pronto inaugurará tienda en Madrid... Está tan ilusionada, que es lo primero que nos confiesa al abrirnos las puertas de su precioso ático con vistas a una de las principales arterias de París. Valérie es vital, cercana, amable, la dueña de un imperio que es capaz de servirte la ensalada en la mesa. Fan.

Justo ahora se cumplen 20 años de la creación de tu empresa: ¿cuáles fueron los mejores momentos y los más difíciles?

Lo mejor fue la ilusión del comienzo, con mi marido, mi primo y mi mejor amiga... éramos nosotros cuatro. Fuimos un poco naïves y lo tomamos como un juego al principio, lo hacíamos todo. Los primeros encargos del mercado de Oriente Medio fueron enormes y estábamos saturados, tan pequeños éramos... ¡Estábamos entusiasmados! Después, lo más difícil fue la escalabilidad. En realidad, las etapas de crecimiento de una empresa en términos humanos, rodearse de buenas personas... Se llama crisis de crecimiento: tener filiales, mantener el ADN de tu empresa en el extranjero... Y eso es difícil.

¿Cómo definiríais vuestro estilo? Esa mezcla de elegancia y rock and roll tan parisina...

Buena definición, aunque yo añadiría sensualidad. Porque cuando diseño, la manera en que corto los diamantes, es para que estén realmente cerca de la piel, como cuando jugaba con ellos de niña. Para que me recuerde esa sensación de desnudez del diamante sobre la piel. Y eso lo hace también moderno y confortable. Y también, quizás, añadiría atemporalidad. Un diamante nunca pasará de moda porque es puro, esencial.

Siempre has sido muy libre a la hora de crear, sin jefes que marcaran tus pasos pero, ¿nunca te has sentido sola?

Bueno, siempre pude contar con mi marido, aunque seamos muy diferentes y con mi padre –aunque ahora vive en Italia–. Así que, en realidad, estoy muy arropada. A veces, dudo y tengo miedo, claro, pero como estoy rodeada de gente que me conoce y me da fuerza, eso ayuda mucho.

Te inspiras en el presente y en las personas que te rodean para crear: ¿no te tiente experimentar con la inteligencia artificial?

Ah, sí, me encantaría, pero como no entiendo nada...

Sí me gustaría probar como experimento, porque es emocionante, aunque también da un poco de miedo. Si tuviera más tiempo, quizá me animaría [risas].

¿Qué tesoros guardas en tu joyero? No me pega que alguien tan moderno como tú atesore piezas vintage...

Bueno, sí, tengo una pulsera riviére de diamantes de mi abuela que adoro y también un diamante precioso que mi padre le regaló a mi madre y ella me dio después, de 5,55 kilates, porque adoramos ese número. Pero no lo llevo porque es una pieza importante y no suelo tener ocasión. Y también un anillo de Chevalier con amatista de mi abuela. Como verás, no acumulo piezas vintage, quizás más adelante. Para mis dos hijas creé dos pulseras, Romane y Noa, y me gustaría regalárselas como tributo por inspirarlas.

Acabas de lanzar un nuevo acabado para el oro, el Ciselé (cincelado): ¿es una forma de acercarlo a la calle, de popularizarlo?

No, lo hice para darle un aire vintage. Me gusta el contraste del oro mate, que recuerda los años 60, con los diamantes que brillan. Parece como si fuera una tela y le da un aire muy sensual.

¿Hay algún diseñador en el mundo de la moda con el que te gustaría colaborar?

Me hubiera encantado con Azzedine Alaïa –del grupo Richemont– y con Yves Saint Laurent –del grupo Kering–, pero no es posible. Son dos diseñadores a los

que adoro y respeto y hubiera sido un sueño trabajar con ellos si estuvieran vivos.

¿De las celebs que has conocido, quién te ha dejado huella?

Kate Moss, porque era mi ídolo cuando era joven. Cuando la conocí me sorprendió su dulzura, que no casaba nada con la imagen tan punk que tenía de ella. Es divertida y al mismo tiempo, frágil y fue genial hacer una colección juntas en 2020, partiendo de su joyero vintage.

Pusiste de moda el mix&match en joyería. ¿Qué tendencia crees que arrasará en los próximos años?

Las *statement jewel*: las joyas rotundas que te den status, que demuestren una poderosa posición. Podrían ser las bangles o la manchette, un poderoso brazalete.

«Mis joyas
te ayudan,
te dan ese
suplemento
para sentirte
fuerte, sexy y
poderosa».

COLECCIÓN ALTA JOYERÍA

Para celebrar los 20 años de la marca, Valérie creó, en 2015, un atelier de Alta Joyería: Collar So Move Max, en oro blanco y diamantes en pavé y talla baguette; collar Midnight Sun, en oro amarillo y diamantes y anillo Midnight Sun, en oro amarillo y diamantes; todo, MESSIKA PARIS.



COLECCIÓN NUDO

Las gemas *desnudas*, libres de marcas, encarnan el espíritu milanés. Anillos Nudo con diamantes, en oro blanco con engaste de oro rosa, topacio azul Londres (7.400 €), topacio azul tallado (6.500 €), prasiolita tallada (6.500 €) y diamantes 0,73 ct.



LIDERAZGO *en femenino*

Sabina Belli, CEO de Pomellato, forma parte de ese 6% de directivas que no solo nos demuestran que se puede, sino que impulsa, desde su empresa, el cambio social.

POR ESTER AGUADO

Comprometida y brillante deberían ser sus dos apellidos. Cuando no está leyendo, viajando y disfrutando de sus hijos y amigos, escribe libros (*D come Donna, C come CEO, Ed. Roi*) a beneficio de las mujeres víctimas de la violencia de género. Vinculada al mundo premium a lo largo de su exitosa carrera (Armani, Dior, Moët, Bulgari), afirma que el lujo consiste en crear significado, no solo objetos bonitos, y ahora ha hecho de Pomellato sinónimo de sostenibilidad, artesanía italiana y empoderamiento femenino.

Acabas de celebrar tu décimo aniversario como CEO de Pomellato: ¿qué balance haces?

Estos diez años han sido un increíble viaje de transformación. El aspecto más satisfactorio ha sido guiar a Pomellato a través de un proceso de evolución: lo que era una joyería familiar, hoy es una casa de lujo mundial. Y me enorgullece decir que, mientras nos expandíamos, fuimos capaces de proteger y alimentar los sólidos valores y el auténtico espíritu que el fundador, Pino Rabolini, inculcó en la empresa desde el principio, un ADN de empoderamiento femenino y exquisita artesanía. ¿Lo más difícil? Navegar por un delicado equilibrio: el que existe entre la innovación y la tradición; cuando diriges una casa de

lujo que ha sido revolucionaria desde 1967, tienes que seguir superando los límites a la vez que preservas una herencia artesanal única.

¿Por qué debería alguien elegir Pomellato?

Porque no es solo una joya, es una declaración de independencia. Cuando eliges Pomellato, eliges joyas que celebran quién eres, no quién esperan otros que seas. Nuestros diseños son deliberadamente poco convencionales, nuestros colores inesperadamente atrevidos. No seguimos las tendencias; creamos piezas para

mujeres que escriben sus propias reglas. Cada una está hecha a mano en Milán por artesanos que ponen toda su pasión en cada detalle.

Tu favorita...

La colección Nudo ocupa un lugar especial en mi corazón porque son 100% Pomellato: la alegría por los colores, su versatilidad y su discreta elegancia. Llevo mis anillos Nudo casi todos los días. A veces los apilo, puedo jugar con su increíble paleta de colores y son la joya perfecta para la noche y el día. O elijo un collar de cadena Iconica en oro rosa, que interpreta la tradición orfebre milanesa.

Apostáis por la sostenibilidad: que el oro sea 100% responsable y que las piedras preciosas sean trazables es muy honesto. ¿Cuándo te diste cuenta de que el futuro de la joyería pasaba por esto?

No fue una decisión de marketing: fue un imperativo moral. En 2018, logramos el 100% de abastecimiento de oro responsable, siendo pioneros en la industria, y tanto nuestros diamantes como nuestras piedras preciosas proceden de proveedores certificados, lo que garantiza la total transparencia de la cadena de suministro. Pero la sostenibilidad no es solo una cuestión de materiales, sino también de preservar la artesanía para las generaciones futuras. Por eso la Academia de Virtuosos Pomellato en Milán transmite nuestro saber hacer único a las próximas generaciones.

Eres una representante del 6% de mujeres CEO en el mundo: ¿te enorgullece o te pesa la responsabilidad?

Es a la vez privilegio y responsabilidad. Pero no lo veo como una carga, sino como una oportunidad de mostrar a otras mujeres lo que es posible. La verdadera presión no es ser una mujer CEO, sino saber que tenemos que acelerar el cambio. Predicar con el ejemplo es la forma más poderosa de inspirarlo.

Collar Nudo Alta
Joyería de
POMELLATO, una pieza
única en oro blanco,
tanzanita y
diamantes.

POMELLATO FOR WOMEN

Sabine es una pionera: embajadora LGBTQI+ del grupo Kering, hace 8 años creó esta plataforma para destacar el papel de las mujeres como líderes en el mundo, la igualdad y la hermandad. «Nosotras lideramos con una perspectiva diferente, con un enfoque más colaborativo, mayor inteligencia emocional y capacidad natural para la multitarea. En Pomellato, el 70% de nuestra plantilla es femenina, no por cuotas, sino porque aquí las mujeres pueden prosperar siendo ellas mismas». Una defensora de esta iniciativa es Jane Fonda: «Es inspiradora con su autenticidad intrépida. Es vulnerable mientras lucha por lo que cree, porque el liderazgo no consiste en la perfección».



HENRY CAVILL: NUEVA CARA
El actor británico, conocido por encarnar a *Superman* y al hermano detective de *Enola Holmes*, es el nuevo y atractivo fichaje de la casa suiza.

- FICHAJE -

CHICO NUEVO

Hablamos con Bernardo Tribolet, vicepresidente de marketing de Longines y responsable del flamante fichaje de Henry Cavill.



MENTE ABIERTA

Antes de asomarse a la industria relojera, este arquitecto portugués trabajó para Vitra y montó su propio estudio. Tras casi 9 años en Swatch, hace dos que llegó a Longines para sumar con su visión disruptiva.

En la oficina, Bernardo nos recibe con un traje exquisito, aunque debajo de la impecable camisa asoman sus anillos moteros y su Longines Ultra-Chron, un icono de la alta frecuencia. Entre la prensa no se habla de otra cosa: el fichaje de *Superman*—que acompañará a iconos como Kate Winslet o Jennifer Lawrence— como nuevo embajador de Longines. Si hasta puede que sea el próximo James Bond... ¡Cómo nos gusta este hombre!

¿Cómo llegaste a conquistarlo, Bernardo?

No ha sido tanto una conquista, sino más bien una sincronización de las dos partes. Él es un descubrimiento... porque es encantador como persona y no puede estar más en línea con la marca. Le gusta la tecnología—es un friki de los ordenadores y los videojuegos— y está entusiasmado con

los movimientos de la relojería, además de que, como buen inglés, le fascina el momento *heritage*: trabajar para una marca con casi 200 años de historia.

¿Por qué Henry Cavill?

Es un tipo tranquilo y elegante, que valora mucho el tiempo de calidad; tiene una presencia magnífica, igual que su voz y una naturalidad que le ha llevado incluso a comprar vacas en Galicia.

¿Qué valores debe tener alguien para representar a Longines?

Tiene que ser elegante, auténtico, que sepa dónde pisa. Son iconos sólidos que tienen algo que decir, como Kate Winslet o Jennifer Lawrence... o Javier Rey, en un plano más local, más español. Son gente con pasión que se siente identificada con la marca.

También mueven mucho público los embajadores orientales...

Son auténticos ídolos, ya a nivel

casi mundial gracias a la globalización. Tenemos a dos actores chinos (Zhao Liying y Eddie Peng) y a dos coreanos (Suzy y Jung Woo-Sung) muy elegantes, con estilo y actitudes distintas.

Da la sensación de que buscáis ampliar el target del cliente Longines...

Exacto. Tenemos 50% de hombres y mujeres desde 18 a 56 años. La marca ha estado muchos años enfocada a coleccionistas y ahora vamos a hablar con gente distinta, como la top Barbara Palvin—imagen de la campaña del Conquest, un reloj muy de diario—, que nos ha abierto caminos nuevos. Queremos que otros nos miren. Nos interesa captar a los jóvenes, que son los que quieren nuevas historias, con valor. Ellos buscan dar cuerda a su propio tiempo.

¿Qué aprendiste, después de años en Swatch, que ahora aplicas a Longines?

Que la pasión lo es todo, aunque el sujeto sea distinto [risas].

- FÓRMULA 1 -

CURVAS *con* FIRMA

Louis Vuitton se convierte en uno de los patrocinadores oficiales del Mundial de Fórmula 1 para los próximos 10 años y crea el baúl en el que viaja la Copa del 75 Aniversario.

Desde 1897, la casa francesa ha estado muy unida al mundo del motor: desde el taller de Asnières se diseñaron los primeros baúles para automóviles bajo la dirección de Georges, hijo de Louis Vuitton. Durante los siguientes 125 años, la Maison se ha mantenido estrechamente vinculada a la cultura automotriz. Cuando Georges previó la creciente popularidad de los automóviles y los viajes, creó un material de lona resistente llamado *Vuittonite* para sustituir el cuero, lo que garantizaba la resistencia de los baúles a las inclemencias del tiempo. Este invento se convertiría en la icónica lona Louis Vuitton actual.

Con esta creación, la Casa perpetúa una tradición muy querida: idear baúles para transportar, proteger y exhibir los trofeos de las competiciones deportivas más esperadas del mundo (como el Balón de Oro, los JJOO París 2024, la Copa América de Vela o la FIFA). El Trophy Trunk de la F1 se crea por primera vez en colaboración con el Automóvil Club de Mónaco entre 2021 y 2024, de ahí el lema: "La victoria viaja en Vuitton". Tras el éxito de la serie documental de Netflix *Formula 1, Pilotos de su destino*, que acaba de estrenar su séptima temporada, y la película *F1*, protagonizada por Brad Pitt (25/6 en cines), el mundo de las carreras está en alza, incluso ha dado lugar a la tendencia *racingcore*.

POR ESTER AGUADO.

BAÚL DE ANIVERSARIO

Con motivo del 75º aniversario de la Fórmula 1, LOUIS VUITTON ha creado una edición especial del Trophy Trunk en Asnières, para el Campeonato Mundial de F1 de la FIA.



VUELVE EL RACING

A la izda., monos de Nicolas Ghesquière para la colección Otoño-Invierno 2025/26 de Louis VUITTON. Debajo, la nueva zapatilla Sneakerina LOUIS VUITTON (850 €).



JUEGO DE PERSPECTIVAS

Paisajes naturales vistos desde las alturas, diseños desenfocados o líneas que no encajan a la perfección en rojo, azul y tierra, así es el Toyota CHR-Hybrid, inspirado en la última colección de Thinking Mu, *Wide the Lens*. Junto al coche, la influencer Nat Cebrián.



- COLABORACIÓN -

TOYOTA x *Thinking Mu*

La firma de moda 100% sostenible creada en Barcelona por Pepe Barguñó hace 16 años customiza el primer CHR-Hybrid de la casa nipona. Dos espíritus afines.

Conseguir una manera consciente y responsable de vestir siempre fue el objetivo de este diseñador balear, que hace 18 años lanzó al mercado una firma ecosostenible llamada Intrépida Mu. Con los años, la renombró como Thinking Mu, pero su pionero objetivo siempre fue comprar menos prendas, que duraran casi toda la vida y que el impacto de cada producción fuera el menor posible –gracias a ecosistemas regenerativos de materiales como el cáñamo, el EcoVero o el Cupro, una seda sostenible–. Hoy, la firma de Pepe Barguñó puede presumir de estar presente en 30 países y de haber customizado el híbrido más molón de Toyota. «Nos dejaron barra libre, así que hicimos un coche muy divertido, arty, cuyo estampado a mano –llamado River– salió directamente de nuestro equipo... era un concepto que tenía mucho que ver con nuestra comunidad, ese grupo de gente un poco diferente pero con estilo. Es genial que una marca tan global como Toyota se fije en una tan nicho, que al final defiende los mismos valores», explica Pepe.

POR ESTER AGUADO.
FOTO JORGE PINTADO.

FUSIÓN DE ESTAMPADOS

Vuelven los icónicos estampados de los años 90: flores margaritas y rayas, por separado o juntos, un mix muy alegre y colorido.



Vestido midi
HARMONT&BLAINE
(241 €).

- ESTILO MEDITERRÁNEO - *un verano* AZUL

De Capri a otras islas divinas, la nueva colección cápsula Mare Blu '90, de la firma Harmont&Blaine, nos traslada a los estíos más soleados y frescos de la costa mediterránea. Imágenes de los archivos de la firma italiana han inspirado unos looks en los que predomina el color, desde trajes a juego hasta bolsos y otros complementos para los días de playa. Sin nostalgia: prendas de algodón, polos de toalla con el bordado insignia del perro salchicha, camisas multicolores o lisas, trajes de baño... todo en clave contemporánea.



Bikini estampado
HARMONT&BLAINE
(135 €).



Sombrero de
pescador
HARMONT&BLAINE
(103 €).

Pantalón chino
HARMONT&BLAINE
(199 €).



POR MYRIAN SERRANO.

Bañador con
eslabones de ÉNFASIS,
EL CORTE INGLÉS
(120€)



Pareo print geométrico de
ÉNFASIS, EL CORTE INGLÉS
(25,99€)



Bolso crochet
de ÉNFASIS,
EL CORTE INGLÉS
(45,99€)



Elegancia atemporal

El dúo blanco y negro jamás
pasa de moda. Eso sí, para
estar a la última, súmame un
plus de tendencia como el
tejido crochet o el toque
'old money' en los detalles y
en los accesorios.

Bañador escote
halter de ÉNFASIS,
EL CORTE INGLÉS
(45,99€)



Bolso crochet
de ÉNFASIS,
EL CORTE INGLÉS
(45,99€)



Vestido sin mangas
de ÉNFASIS,
EL CORTE INGLÉS
(39,99€)



Camisola
de ÉNFASIS,
EL CORTE INGLÉS
(59,99€)

Bañador metalizado
de ÉNFASIS,
EL CORTE INGLÉS
(45,99€)



Capazo con bolsa
retráible de LATOUCHE,
EL CORTE INGLÉS
(99€)



¡LISTAS PARA EL PRI

Bañador con escote 'bandeau' de ÉNFASIS,
EL CORTE INGLÉS
(45,99€)



Capazo con bolsa
retraíble de LATOUCHE,
EL CORTE INGLÉS
(130€)



Vestido largo de
ÉNFASIS,
EL CORTE INGLÉS
(45,99€)

Bañador tipo
camiseta de ÉNFASIS,
EL CORTE INGLÉS
(45,99€)



Sandalia destalonada
de STELLA RITTWAGEN,
EL CORTE INGLÉS
(70€)



Caftán con bordado de
STELLA RITTWAGEN,
EL CORTE INGLÉS
(80€)

Vestido largo de
ÉNFASIS,
EL CORTE INGLÉS
(49,99€)



Bañador tipo
camiseta de ÉNFASIS,
EL CORTE INGLÉS
(45,99€)

Verbena de color

Los nuevos prints se inspiran
en los destinos más lujosos: de
Miami a los Hamptons o la
Costa Azul. ¡Multiplica el
glamour apostando por twin
sets que combinan el bañador
con vestidos y caftanes!

MER BAÑO!

ESTA TEMPORADA se impone el
bañador de una pieza. Encontramos
nuestros favoritos en El Corte Inglés.



Tan chic

Este verano, tu mejor accesorio viene con nombre propio. María F. Rubíes firma en exclusiva para Woman un bolso de mano (o neceser, tú eliges), con cremallera y en cuatro estampados diferentes. Diseñado para acompañarte en todos tus planes de verano, es ese esencial versátil que encaja igual de bien en un chiringuito junto al mar como en un paseo al atardecer por la ciudad.

No te lo pierdas: consíguelo con el próximo número de julio. ¡Y querrás los cuatro!



FOTO MARÍA F. RUBÍES MIRTA ROJO.

- EL BOLSO DE MANO DEL VERANO -

con el PRÓXIMO NÚMERO de WOMAN

Hazte con el bolso de mano diseñado por María F. Rubíes en exclusiva para Woman. Sol, mar, moda... y tu nuevo it bag favorito.

FIRMA INVITADA

Tras dos años de ausencia en las pasarelas, la diseñadora danesa-española Maya Hansen escogió este entorno para celebrar sus 2 décadas en el mundo de la moda. Presentó 20 corsés, uno de ellos, creado en honor a Tenerife.



la HORA del BAÑO

Llega el buen tiempo y las ganas de conocer las tendencias en moda de baño. Si hay una autoridad en esta materia, es la pasarela Tenerife Fashion Beach, que se celebra en Costa Adeje. Seleccionamos algunas de las propuestas clave de los diseñadores que desfilaron en ella.





DE FESTIVALES

Arranca la temporada de conciertos y, con el cambio climático, hay que ir preparada para todo: hazte con el popular chubasquero de K-Way (60 €), que se hace riñonera para tu comodidad; con las últimas *wellies* de Hunter junto a LoveShackFancy (190 €) y con las Crocs fruto de su colab con Barbour (80 €). Mona, pero precavida.

últimas NOTICIAS

CON ANTIFAZ

Del terreno de juego a la calle: para **Adidas Originals**, el deporte es cuestión de cultura. Y la tendencia athleisure, que inundó las pasarelas primavera-verano 2024 –Dior, Miu Miu y Rabanne dixit– no ha hecho más que potenciarlo. Gracias también al **clubbing** y a esas increíbles sesiones tecno que arrastran a miles de fans a Ibiza o Berlín, las gafas máscara están desdibujando las fronteras entre deporte, club de noche o moda. Por eso, apostamos por este modelo de Marcolin para Adidas Originals (199 €).



Sudadera conmemorativa AMERICAN VINTAGE (175 €).

CUMPLEAÑOS FELIZ

¡La firma **American Vintage** cumple 20 años! Fue en 2005 cuando Michaël Azoulay lanzó desde Francia su primera colección de ropa femenina basada en un básico como la **camiseta blanca**. Hoy, su moda cómoda y atemporal triunfa en 20 países.



Nude Project es la firma española que obsesiona a la Gen Z: no hay más que scrolllear en IG. Madonna lleva sus gorras y las colas en sus tiendas son infinitas: acaban de abrir su flamante flagship en Madrid (Fuencarral, 18). Bruno Casanovas y Álex Benlloch lo petan en streetwear. Y ya tienen colección femenina.

EDITOR'S CHOICE

Cositas que han llegado a mi vida para quedarse: moda eco y artesanal y tecno chic que hace más fácil el día a día. ¡Apunta!

Ester Aguado, jefa de Moda



A todo gas

Lenovo presentó en el último CES 2025 la Yoga Tab Plus, su primera tablet con IA integrada (tiene AI Note y AI Transcript), que además incorpora pantalla 3K de 12,7 pulgadas antirreflectante. Una herramienta para trabajar de lujo (799 €/256 Gb).

Con-ciencia

Ecoalf ha eco-diseñado una colección de camisetas de algodón 100% regenerativo, que ayuda al suelo cultivado a regenerarse (59,90 €).



Crush del verano

Las bailarinas Rita, de la firma alicantina Porronet, son artesanales, cómodas y tan buenas que aguantan muchas temporadas en tu armario (69,95 €).



Datos seguros

La nueva memoria USB de SanDisk, con Pitufina, me ha enamorado. En ella podrás almacenar hasta 256 Gb de datos y fotos (31,99 €).



Leer ligero

Ficha el libro electrónico SPC Dickens Light2 Pro (119,90 €), con luz regulable, pantalla giratoria antirreflejos, gran autonomía y USB-C.

- LA RESPUESTA PARA PIELES SENSIBLES Y SENSIBILIZADAS -

WOMAN

madame
FIGARO

En SENSILIS llevan más de 40 años buscando la sensorialidad que las pieles sensibles se merecen, asegurándose de que sus fórmulas e ingredientes sean los mejores para ellas. Suscríbete a WOMAN MADAME FIGARO y descubre sus productos.

Durante más de cuatro décadas, Sensilis ha desarrollado fórmulas que combinan eficacia clínica y sensorialidad, ofreciendo soluciones con resultados visibles sin renunciar a texturas agradables. Su enfoque se basa en la innovación científica y la sostenibilidad, con productos formulados y fabricados en España con la mayor calidad.

1. Skin Glow [Juicy Cream]: una crema hidratante de textura fundente que da una luminosidad inmediata, especialmente diseñada para pieles con signos de fatiga o estrés.

2. Skin Glow [Beyond C Serum]: un sérum ultraligero que reactiva la luminosidad de la piel cansada, estresada o fatigada. Ilumina e hidrata en el momento y a largo plazo.

3. Skin Glow [K Eyes]: un tratamiento intensivo corrector que ayuda a combatir la fatiga del contorno de ojos, mejorando la coloración de las ojeras e hidratando la zona.



12 NÚMEROS DE WOMAN MADAME FIGARO PREMIUM 47 € o POCKET 24 €
LLAMA AL 915 862 220* O ENVÍA UN CORREO A: ATTSUSCRIPTOR@WOMAN.ES
O ENTRA EN: [HTTPS://WOMAN.ELPERIODICO.COM/SUSCRIPCION/](https://woman.elperiodico.com/suscripcion/)

Horario telefónico de 9 a 14 h, de lunes a viernes. Promoción válida para España y hasta agotar existencias. Puedes suscribirte a la revista Woman Madame Figaro sin regalo con un 25 % dto. Formato Premium, 36 € y Pocket, 17,10 €. Bases legales suscripciones en woman.es/suscribete

LUZ DIFUSA

Este verano la piel se lleva con una luminosidad soft focus y menos efecto glass, que se materializa en una aplicación más discreta del iluminador –que huye de los tonos metalizados– y la búsqueda de un resultado mate pero luminoso. Para ello, los polvos sueltos o compactos son clave.



LUISA SPAGNOLI

POR MARTA BONILLA

Tres grandes mujeres, la actriz Belén Écija, Nieves Álvarez y Paula Echevarría, nos hablan de MAQUILLAJE Y BELLEZA DESDE DIFERENTES PUNTOS DE VISTA, damos por inaugurada la temporada de sol con una llamada a disfrutarlo sin jugarnos la piel. Y el maquillador más top del momento nos desvela sus secretos. Pasen y lean.

belleza |

Belén lleva vestido
de crochet en tonos
marrón y crudo
TWINSET.



4 LOOKS BRONCE para llevar en VERANO

LA ACTRIZ BELÉN ÉCIJA, que este mes se casa y estrena *Aves de corral*, nos presenta los maquillajes para lucir sobre la piel bronceada. Creados por Roberto Siguero (premio Talento en la IV edición de los Woman Belleza) para celebrar su 25 aniversario como make up artist de Lancôme y en el que Belén Rueda, madre de nuestra protagonista, confía su imagen.

POR MARTA BONILLA FOTO ANTONIO TERRÓN DIRECTORA DE MODA MARTA LASIERRA

Sus padres, Belén Rueda y el productor Daniel Écija, intentaron disuadirla de ser actriz y (casi) la obligaron a que terminara una carrera universitaria, pero el gusanillo que ella había sentido desde niña por lo que veía en casa, no se pasó. «Se me veía venir desde pequeña y ellos pensaban, "no, por favor". Yo creo que unos padres prefieren que los hijos se dediquen a algo más tranquilo y ellos saben mejor que nadie que esta profesión es muy inestable, que muy pocos actores pueden vivir de ello... también me decían que intentara escoger algo que me gustara y tuviera privacidad. Y esto te la quita de un plumazo. Ahora mismo me voy a casar y de repente, se publican cosas que no quieres, tu pareja lo sufre... Pero cuando vieron que era inevitable, me apoyaron hasta el final», nos cuenta Belén (Madrid, 1994), que reconoce que tiene miedo a los prejuicios y a que se la considere *hija de*.

Quizá por eso se ha preocupado de prepararse bien como actriz: «Por las mañanas estudiaba comunicación audiovisual y por las tardes me metí en la Escuela de Interpretación de Ángel Corazza. Salía a las once de la noche, pero ahí me di cuenta que daba igual el sacrificio, que me encantaba. Puedo

tener una vida más fácil si quiero, sé que he tenido mucha suerte, pero para ser feliz, tengo que hacer esto. También he estado cinco años en la escuela de Raquel Pérez. Me he sobrepregado, pero no quiero que alguien piense que no me he esforzado. Esto no es un capricho, ni estoy aquí por nadie, voy muy poco a poco y al final, es un trabajo de cara al público. Nadie te quiere ver si no te creen». A pesar de tantos cursos, reconoce que donde más se aprende es trabajando: debutó en la serie *La Valla* (2021), participó en la serie diaria *4 estrellas* —«ese ritmo sí que es un máster como actriz»— y en *Madres* coincidió por primera vez con la suya en una escena, repitieron en un episodio de *La agencia* y lo han vuelto a hacer recientemente, en *El vestido*, un thriller de terror que acaban de terminar de rodar en Canarias. «Me da mucha paz trabajar con ella. Hemos ensayado mucho juntas en casa, me ayuda a preparar los castings, a saber dónde dirigir la mirada, ni muy lejos ni muy cerca de la cámara...», nos cuenta Belén que, físicamente, se parece mucho a su progenitora.

El 27 de junio estrena *Aves de corral*, una road movie sobre un grupo de ladrones de poca monta, aunque a ella la pillarán de luna de miel. Se casa el día 14 en Menorca: «Es mi isla, los recuerdos de mi infancia, mis padres juntos, ya separados, los veranos con mi padre, mi madre también sigue yendo... Es nuestro sitio de desconexión. Queríamos una boda íntima y privada [ríe] pero se nos ha ido todo de las manos. Al final, además de los amigos y sus parejas, está la familia, primos, tenemos cuatro padres separados con sus parejas, amigos de mis padres que me han visto crecer... Esta profesión tiene esto pero también muchas cosas buenas. La gente nos da mucho cariño, las marcas nos cuidan, tenemos facilidades que otras personas no tienen. Así que hay que relajarse y saber que no pasa nada. Yo respeto el trabajo de todo el mundo», nos dice Belén, que en los rodajes tiene fama de «remar siempre a favor y hacer equipo». Y damos fe: lo puso muy fácil en un día que no olvidaremos nunca, el del gran apagón en España. Ella tiene luz.

Luz natural

«El look cara lavada requiere tanta atención como uno muy creativo», explica Roberto Siguero, make up artist de Lancôme. «Primero, hidratamos bien la piel con Génifique. Después, aplicamos la nueva base Skin Tint, un agua de maquillaje muy ligera, que aporta tono a la piel y deja un acabado luminoso y transparente. Y un toque de colorete coral en el centro de las mejillas. En los labios, Juicy Tubes (tono 8)», dice. Todo, Lancôme.

Contraste mate-brillo

«Dibujamos y rellenamos los labios con el lápiz Lip Idôle tono 53, en coral mate, que contrasta con el glitter de la sombra de ojos Idole Tint, aplicada con efecto monoblock, con la yema del dedo sin buscar la perfección, para un resultado más moderno», explica Roberto. Todo de Lancôme. El pelo se recogió en una coleta alta «con ondas y dejando muy limpio el rostro», explica Natalia Pérez, de Salón Cheska. Belén lleva camisa Mango y brazalete Luxenter.





Todo al coral

El efecto monocromático protagoniza este look en el que se ha aplicado «el colorete Teint Idole Blush Subtil, tono Folie Rouge, en coral carmesí a juego con el que hemos aplicado en el párpado móvil y difuminado suavemente hacia las cejas. En los labios lleva la misma gama para conservar esa armonía de color en boca, ojos y mejillas», explica Sigüero. Todo con productos Lancôme.

La melena la ha trabajado Natalia Pérez, de Salón Cheska con una plancha ancha, para crear una onda rota.

Belén lleva vestido María de la Orden y pendientes Platonik.



Noche de verano

Un look ideal para potenciar la mirada sobre una piel bronceada. El maquillador la preparó con un suave contouring, y aplicó Blush Subtil en un coral muy naranja en las mejillas. En los ojos, «rellenamos la línea del agua con un crayon Köhl marrón, más cálido y que endurece menos la mirada que el negro. Difuminé sombra coral sobre el párpado y marrón en la raíz de las pestañas. Es clave aplicar doble capa de máscara de pestañas», explica el experto.

Todo de Lancôme.

Belén lleva vestido Karl Lagerfeld y collar Platonic.

MAKING OF

1. Fondo de maquillaje Teint Idole Ultra Wear (55 €), combina ligereza y larga duración, con una cobertura alta pero un resultado muy natural. Formulado con ácido hialurónico, como un sérum. **2. L'Absolu Rouge** (44 €), con aceite de rosas, ayuda a mantener la hidratación. **3. Colorete en polvo Blush Subtil**, tono Orange Phoria (51 €), con textura ultrafina y pigmentación, para un resultado muy natural. **4. Idole Tint** (33 €), fórmula versátil que se puede utilizar en ojos, labios y mejillas, para crear looks naturales o atrevidos. **5. Máscara de pestañas Lash Idôle Flutter Extension** (39 €), separa, define y alarga las pestañas, hasta 5,5 mm, con efecto extensiones. Su fórmula y cepillo de precisión evitan que se apelmacen. **6. Paleta de sombras Hypnôse** (67 €) con 5 tonalidades engamadas y con texturas mate y brillo. **7. Gloss Juicy Tubes** (25 €), vuelve el icónico gloss de Lancôme, con una fórmula mejorada, que aporta brillo sin resultado pegajoso y con su aroma azucarado. Además, se puede convertir en charm para colgar del bolso.



PRIMERA PERSONA

Estudió Bellas Artes, pero la moda se cruzó en su camino y terminó en el maquillaje. Ahora celebra su 25 aniversario en Lancôme y ha presentado su libro *Ellas al desnudo* (Planeta), protagonizado por mujeres anónimas y muchas de las famosas que han marcado su carrera, de Inés Sastre a Belén Rueda.

¿Cómo ha cambiado el maquillaje?

En las fórmulas, las texturas, la calidad... cada vez es más ligero y llegamos a más con menos esfuerzo.

¿Qué visión refleja en tu libro?

Tiene trucos, claro, pero no es un manual de belleza, creo que es más bien un ensayo sobre el mundo del maquillaje. Es algo que va más allá de la frivolidad con la que a veces nos quedamos. Por ejemplo, hay una parte terapéutica de la que no se habla.

¿En qué consiste?

Lo utilizamos en patologías graves como cáncer o parálisis para que la gente se sienta mejor. Lo nota cualquiera: el día que se levanta con mala cara, se maquilla y le sube la autoestima. El maquillaje no cura, pero ayuda a normalizar.

¿Qué famosas han influido más en todos estos años?

La que me abrió la puerta y marcó mi carrera fue Inés Sastre con esa mítica frase suya: «No intentes lucirte con tu maquillaje, déjame guapa». Cuando eres joven y crees que lo sabes todo y te encuentras con un bellezón así... piensas "voy a ponerle todo". Y ella te suelta: «Ponme lo justo y necesario para que yo, Inés Sastre, me encuentre bien, y no para que tú me encuentres bien». Luego ya vinieron Marta Hazas, Belén Rueda, que es como familia, Juana Acosta...



PAULA ECHEVARRÍA y NATALIA *de la* VEGA MÁS QUE AMIGAS

Se conocieron hace una década, Natalia ha planificado todos los tratamientos de belleza para que Paula esté físicamente mejor que nunca y ella ha sido clave en la notoriedad de Tacha como el centro de belleza más famoso de nuestro país. Ambas son embajadoras de Pantene y se ríen mucho juntas. Nos sumamos a la fiesta.

POR MARTA BONILLA FOTO ALBERTO SAGUAR DIRECTORA DE MODA MARTA LASIERRA

Fue un flechazo. Una amiga común llevó a Paula a conocer Tacha Beauty, que empezaba a adquirir notoriedad porque allí se cuidaban actrices como Maribel Verdú y Aitana Sánchez-Gijón, pero aún no era el famoso centro de belleza que es hoy. Situado en un acogedor chalet en El Plantío –posteriormente se inauguraría el buque insignia en el Pº de la Castellana, 60–, «desde el primer día que entré, tuve claro que era la persona y mi lugar. Lo tengo cerca de mi casa, es el sitio ideal en el que te puedes hacer desde el tratamiento más sofisticado a una manicura, los pies, cara, cuerpo, pelo... Ese concepto integral que se inventó Natalia es una maravilla. Ahora es mi casa. Voy mucho, porque para mí cuidarme y estar bien es parte de mi trabajo. Es lo que proyecto. Yo trabajo de cara al público y no puedo ser imagen de Pelo Pantene, como llevo 19 años siéndolo, teniendo el pelo fatal. Intento que el color esté bonito, que se vea hidratado, sano...», dice Paula, que reconoce que Natalia y Tacha han contribuido mucho a que físicamente haya llegado a los 47 años mejor que nunca. «Se lo dicen a ella y me lo dicen a mí sobre ella. Paula tiene una cosa muy buena, que es muy constante y disciplinada y eso es el mejor camino hacia el éxito. Se lleva cuidando años en todos los sentidos», nos cuenta la experta en belleza.

La prueba de fuego la superaron con el posparto de Paula, tras el nacimiento de su hijo Miguel. «Con 43 años engordé 33 kilos en el embarazo. Para recuperarse de eso cuando ya no eres tan joven, había que ir con todo. Fui muy disciplinada con la dieta, con el ejercicio físico y con los tratamientos en Tacha», cuenta Paula. >

EMBAJADORAS PANTENE

La línea Molecular Bond Repair, la más sofisticada de PANTENE, está en Tacha Beauty, el centro de Natalia de la Vega, en el que se cuida Paula, que lleva vestido DOLCE&GABBANA. Natalia de la Vega luce un modelo de VICTORIA COLECCIÓN, la firma de Vicky Martín Berrocal.



«Llevo 19 años como chica Pantene. Han vivido toda mi evolución y yo la suya. El pelo es una seña de identidad».

Paula Echevarría

Natalia cuenta cómo lo afrontaron: «Iniciamos un plan corporal completo: primero drenar, luego quitar la grasa y después moldear y reafirmar al mismo tiempo. Utilizamos distintas tecnologías: Morpheus 8, Thermage, Onawave, Ultraformer... En la cara, el objetivo era que al adelgazar no se notara la flacidez. Y creo que hemos conseguido recolocar todo de una forma natural».

La realidad es que ahora está espectacular físicamente: «Esto es una labor de cada día del año. Llevo una alimentación equilibrada. Por supuesto que me tomo una fabada y me encanta el chorizo... pero eso lo hago un día y el resto, como de forma sana. Si me paso con la comida, ceno una tortilla francesa», explica Paula, que tiene interiorizada la filosofía de belleza de Natalia: «No lucho contra el paso del tiempo, no se trata de aparentar menos edad, sino de ofrecer tu mejor versión».

Y el interior preocupa a Paula tanto como «la carcasa. Yo quiero cuidarme y conservarme joven... pero por dentro. No quiero resignarme a, en 10 años, tener dolores de rodilla, de articulaciones... Por eso tomo magnesio, omega 7 y, cuando me noto un poco floja, me hago una sesión de Emerald, una aparatología nueva de Tacha que a mí no me interesa porque ayude a adelgazar, sino porque regenera las células y es como un chute de vitalidad desde dentro», cuenta Paula, que reconoce que en cuestión de belleza, Natalia es su gurú.

PERSONAS VITAMINA

«Le aconsejo lo mejor de lo mejor, durante el embarazo, después, según ha ido cumpliendo años... Ella, siempre que tiene dudas, me llama y me pide consejo: "Nata quiero mejorar esto, tú que harías", dice la empresaria, la mejor aliada para que Echevarría esté así de bien. Paula, a su vez, ha contribuido, junto a otras muchas celebridades, a la fama de Tacha, popularmente conocido como *el centro de las famosas*: «Nosotras compartimos nuestras experiencias de manera desinteresada. Natalia nunca ha tenido que pagar a alguien. Y al final, la gente puede ir porque lo ve, pero repite porque funciona».

Hoy, la relación entre ellas es personal: «Natalia es familia, está en todos los acontecimientos importantes de mi casa, mi hijo la adora, viajamos juntas, con maridos... ¿Lo mejor que tiene? aparte de su generosidad, es que es una persona vitamina, que siempre quieres tener cerca. Es positiva, trabajadora, luchadora, se apunta a un bombardeo, nunca la oyes quejarse... Lo más

parecido a una superwoman que conozco», asegura Paula. A la inversa, para Natalia, Paula «es una de esas amigas en las que puedes confiar siempre, que sabes que puedes contar con ella, con la que me lo paso genial y me río muchísimo y eso es fundamental en la vida».

CASI 20 AÑOS CON PANTENE

Paula es de relaciones largas. Y eso dice mucho —y bueno— de ella. Lleva toda la vida fiel a la misma representante, al mismo maquillador, a Tacha... y a Pantene. El próximo año celebra su XX aniversario como embajadora de la marca. «Grabé mi primer spot en 2006. Empecé con 20 años, han vivido toda mi evolución, he pasado por todos los estados que una mujer puede pasar en cuestiones de pelo: dos embarazos, el paso del tiempo... y he ido adaptando mis tratamientos a cada necesidad. Ahora estoy en un momento hormonal diferente y mi pelo también tiene otras exigencias para las que encuentro soluciones. Hay que escuchar el pelo, como hay que escuchar la piel», sostiene Paula, que ha vivido la evolución de la marca en este tiempo: «De líneas más básicas a cuidados sofisticados como tienen ahora, específicos... con fórmulas científicas», nos explica la actriz, para quien la melena es una de sus señas de identidad. «El pelo es clave en la imagen. Hoy Miguel me maquilló antes de peinarme y no me estaba viendo... hasta que no me ha soltado el pelo, no me he visto. Si falla el cabello, falla todo el look», reconoce. Siempre lo ha llevado largo, solo se lo cortó una vez, un largo bob, «y perdí la fuerza como Sansón», se ríe. «Lo cortamos para una de las campañas, para que la chica Pantene no llevara siempre la típica melena, pero nunca más. Lo he llevado así desde que tengo uso de razón y así se va a quedar mientras me lo permita el pelo», asegura la actriz, fan de las ampollas Rescate 1 min de Pantene. «Un día de pelo rebelde, en verano, que en la playa con el salitre, el sol... se queda como un estropajo, estas ampollas obran el milagro en 1 minuto», reconoce.

La actriz estrenará en breve la serie *Arcadia*, junto a William Levy (Showtime y Vix), «es mi vuelta a la ficción después de mucho tiempo. He pasado una época que el cuerpo no me pedía trabajar como actriz. No me llegaba nada lo suficientemente valioso como para renunciar a disfrutar del momento vital que estaba viviendo, con una hija adolescente, un pequeñajo... Tengo la suerte de que con mis campañas, *Got Talent*... me podía permitir rechazar otras cosas. Yo quiero que en mi lecho de muerte, si alguien me pregunta ¿has sido feliz? la respuesta sea ¡sí!». Y para ello, se guía por «hacer lo que yo espero de mí, no lo que los demás esperan de mí. Es súper enriquecedor. Animo a todo el mundo a decir que no más veces».



EL PELO VISTE

«Normalmente, hasta que no tengo el pelo arreglado, no me veo. Es soltármelo y soy yo», dice la embajadora de PANTENE sobre la importancia del cabello. «Lo cuido con los productos PANTENE adecuados a cada momento», afirma, con vestido ZIMMERMAN y zapatillas ADIDAS.



BUENA ENERGÍA

Se la contagian una a la otra: «Estar con Natalia es un regalo», asegura Paula, con vestido VOGANA y pendientes DOLCE&GABBANA. «Con Paula me río muchísimo», responde Natalia, con vestido TOMMY HILFIGER y americana ALBA CONDE.

REPARAR Y REVITALIZAR EL CABELLO

La regeneración del cabello significa **cuidado, salud y bienestar**. La línea Molecular Bond Repair, la más exclusiva de Pantene, se ha formulado con miles de perlas Pro V, que se disuelven al aplicarlas sobre el cabello, liberando todos sus nutrientes, junto a provitamina B5, exclusiva de la firma, lípidos y otros activos consiguen reconstruir los enlaces moleculares desde el interior y eliminar los daños visibles del cabello, permitiéndole lucir más bonito y saludable. Con champú, acondicionador, mascarilla y tratamiento intensivo, la línea ha crecido con la nueva Miracle Hair Cream Molecular Bond Repair, último paso de esta potente rutina. Se trata de un sérum sin aclarado que repara el cabello desde el interior para devolverle suavidad y brillo desde el primer uso. Además, lo fortalece para que resista las agresiones futuras, sella las puntas abiertas, controla el frizz y le devuelve vitalidad. Se usa en seco y húmedo.

A la izda., acondicionador para suavizar y enriquecer el pelo (5,99 €) y a la dcha., champú (5,99 €) que repara mientras limpia. Ambos de la línea Molecular Bond Repair, PANTENE.



A la izda., Miracle Hair Cream (19 €) nutre, fortalece, repara puntas, suaviza y protege. Dcha., tratamiento intensivo (9,99 €) para reparar daños graves. Ambos de la línea Molecular Bond Repair, PANTENE.



ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

O escanea el código QR:



«La nueva Miracle Hair Cream de Molecular Bond Repair de Pantene es una crema multiusos, perfecta para llevar en la bolsa del gym o en el bolso para dar un toque en cualquier momento, incluso para dormir con ella y levantarte con el cabello mucho mejor».

«Actúa como un sérum regenerante espectacular, pero además es antifrizz, hidrata y da brillo».

«Pantene da un salto de calidad y sofisticación con esta línea, detrás de la que hay 7 años de I+D y un potente cóctel de activos. Por eso, confiamos en ella en Tacha». Natalia de la Vega



PROTECCIÓN +

«Uso factor 50 en cara y cuerpo. No me gustan las texturas grasas ni las que dejan rastro», nos dice Nieves. «Por eso he tardado casi dos años en lanzar mi protector, quería estar segura de que reunía lo mejor». Daily Skin Perfector SPF50, NIEVES Beauty (36,99 €).

NIEVES ÁLVAREZ

«*Cuido mucho mi espacio y mi tiempo*»

Con tres décadas de exitosa carrera y dos al frente de su marca de cosmética, NIEVES Beauty, la modelo de 51 años recién años cumplidos da un paso más con el lanzamiento de un nuevo producto, el protector solar Daily Skin Perfector SPF 50. «Voy despacio, porque creo que es la forma más coherente de hacerlo en mi caso», nos explica una prudente Nieves, que desde el principio se rodeó de buenos amigos para llevar a cabo un proyecto empresarial que funciona muy bien, basado en un ingrediente protagonista, las células madre de la flor de las nieves (edelweiss), y a la venta en su página web, para farmacias de El Corte Inglés y ahora también farmacias y un punto en París. «¿Has visto qué bonitas son las fotos de Mario Sierra? Con él es todo tan fácil... Cada uno aporta sus ideas y estoy súper feliz», nos dice sobre el reconocido fotógrafo de moda, que firma las imágenes de esta entrevista.

Contemplarlas nos ayuda a vislumbrar ya el verano... ¿Qué es lo que más te gusta de esta estación?

Me encanta el verano, soy una persona que disfruta de la luz, del calor y de la energía que me da esta época del año que, sin duda, es mi favorita. >

Nuestra modelo más internacional combina el mundo de la moda con su pasión por la belleza, en la que triunfa como empresaria. Ella es calma y energía.

POR MYRIAM SERRANO FOTO MARIO SIERRA

«El ritmo acelerado que llevamos no es bueno y eso se refleja, hay que parar para reflexionar y encontrar el equilibrio con momentos para ti».

Parece que hay que hacer siempre un fuerte sprint final antes de poder disfrutar de las vacaciones, ¿tú también tienes mucho trabajo en esta época del año?

Totalmente. Creo que, en la mayoría de los trabajos, cuando se acercan fechas de descanso todos intentamos dejar todo preparado y terminado antes de desconectar. ¡Los meses de junio y julio suelen ser frenéticos, igual que diciembre!

¿Cómo llevas el hecho de vivir tan rápido como lo hacemos ahora?

Estamos inmersos en una espiral frenética que no todos llevamos bien... Sinceramente, no creo que sea bueno este ritmo acelerado que nos hace muchas veces no disfrutar de las cosas como deberíamos. A veces, es importante hacer una pausa, reflexionar y encontrar pequeños momentos de calma. La búsqueda de equilibrio se vuelve crucial en medio de la velocidad.

La falta de tiempo es un mal común del que nos quejamos mucho últimamente, ¿Cómo crees que afecta a nuestro bienestar y a nuestro físico?

La presión por cumplir con múltiples responsabilidades genera mucho estrés y ansiedad. La falta de tiempo hace que tengamos hábitos poco saludables que nuestro físico, más tarde o más temprano, refleja.

¿Cómo encuentras el equilibrio? ¿A qué cosas no puedes ni quieres renunciar?

Cuido mucho de mi salud mental, mi espacio, mis tiempos... la vida que llevamos nos genera un gran estrés, que yo necesito combatir con tiempo de silencio y de estar con los míos. El gimnasio –ya llevo años practicando el método Tracy Anderson– es otro de los espacios que no solo me aporta salud física, sino también mucha paz mental. Transmito serenidad y, en cambio, soy una persona bastante nerviosa, con una gran capacidad de resiliencia.

Autocuidado, una palabra tan de moda... ¿cómo trabajas el tuyo? ¿Cuáles son los aspectos fundamentales para ti?

Lo importante es saberlo practicar y ser consciente de que hay que cuidar la propia salud física y emocional. Eso implica tomar decisiones –a veces no fáciles–, pero es fundamental encontrar ese tiempo solo tuyo, para no caer en el desgaste y seguir teniendo la energía y la ilusión para afrontar nuevos retos.

Empecemos por la piel, ¿la protección solar siempre ha sido básica para ti?

Sí. Nunca me ha gustado tomar el sol, quizá porque mi madre se ha arrepentido de tomarlo en exceso cuando era más joven, por las manchas. Yo, debido a mi profesión, siempre he evitado ponerme muy morena... pero a partir del nacimiento de mis hijos empecé a sufrir también de manchas en la cara, con lo cual ahora tengo todavía más cuidado que antes. Me las trato durante el invierno y me protejo muchísimo del sol.

O sea, que más que en una hamaca tumbada, te veríamos a la sombra o con un gran sombrero y caftán.

Exacto, yo soy de sombra, sombrilla, enorme sombrero, caftán, gafas de sol, gorra si me meto en el agua, un libro y lista. Lo de tumbarme al sol es imposible en mi caso, incluso me provoca estrés.

¿Algún truco de hidratación después de la ducha o antes de arreglarte para una noche de verano?



TODO A MANO

El **Glow Set** de NIEVES Beauty x Lonbali combina belleza y moda, los dos mundos que apasionan a la modelo. «Por eso hemos creado **este neceser-bolso tan versátil y útil**, que se puede utilizar de ambas maneras. Con la calidad y el **diseño de Lonbali** y nuestros productos estrella: el nuevo **Daily Skin Perfector SPF 50** y el tratamiento labial **Triple Lip Elixir**, ¡al que soy adicta!» (89 €). nievesbeauty.com



CAMBIO DE PIEL

«En invierno, con la sequedad, sigo unas rutinas y en verano, con la exposición al sol, otras, pero siempre mantengo una buena limpieza y la protección solar. No me olvido del escote ni de las manos, y la reaplico cuando es necesario».

Utilizo muchas mascarillas y un sérum para cuidar mi cabello. Para el cuerpo, aplico aloe vera tras una jornada en la playa.

Ese recogido total y tirante que tan bien te sienta, y con el que impactaste en los Goya 2025, además de elegante para una gala, ¿es práctico para el verano?

Tengo el pelo fosco, con lo cual la humedad hace que sea difícil en verano. Todo lo que sean recogidos informales, engominados o con trenzas, que son mis favoritas y muy de tendencia, se convierten en mis peinados.

Moda y belleza, qué dos mundos tan relacionados... ¿Cuál te interesa más ahora mismo?

Los dos. La belleza es mi reto, este es mi sueño, mi ilusión: crear productos de calidad que consigan el reconocimiento de las personas es algo increíble, me inspira cada día a dar lo mejor de mí. Por otro lado, la moda es mi pasión y gracias a ella he podido trabajar con los mejores profesionales, con las mejores marcas, aprender y poder desarrollar mi línea de skincare NIEVES Beauty.

¿Qué has aprendido sobre ti misma después de haber pasado los cincuenta?

Que continúo manteniendo la misma ilusión y las ganas por seguir aprendiendo. Sobre todo, he sido consciente de la importancia de ser yo mi prioridad.

Qué maravilla vivir esta época en la que se celebra la belleza sin edad, ¿verdad? ¿Te ha quitado eso presión de algún tipo?

Es que yo siempre digo que el tiempo es nuestro aliado, no nuestro enemigo. Tenemos que celebrar la belleza, la experiencia que la edad te aporta sin limitaciones ni tabúes.

¿Dónde y cómo pasarás las vacaciones este año?

En familia, en pareja, un poco de todo... siempre las disfruto con mis tres hijos y con mi pareja todos juntos, estar con ellos es el mejor regalo.

¿Qué llevarás en tu neceser tan chic de L'Oréal?

La verdad es que me sorprende a mí misma con la cantidad de cosas que puedo llevar en él... Pero algo que nunca puede faltar es el protector solar, mi mascarilla de labios, unas gafas de sol y otras para leer, porque no veo nada sin ellas... ¡Me cabe de todo!

¿Y en tu maleta de verano? Danos, por favor, algunos consejos para hacerla con sentido común...

¡Siento mucho no poder ayudaros! después de más de 30 años como modelo sigo siendo de las de «y por si acaso», con lo cual mis maletas suelen ser enormes. Cuando tengo viajes más cortos no me fallan nunca una camisa blanca, unos vaqueros y un vestido negro midi, que puedo llevar con zapatos planos o darle un punto sofisticado con un buen tacón. En general, intento llevarme prendas que pueda combinar de día, de noche y de playa. Incluso un bañador, con el estilismo adecuado, se puede convertir en un top para la noche.

«Mantengo la ilusión y las ganas por seguir aprendiendo. Me he hecho consciente de la importancia de ser yo mi prioridad».

O sole MITO

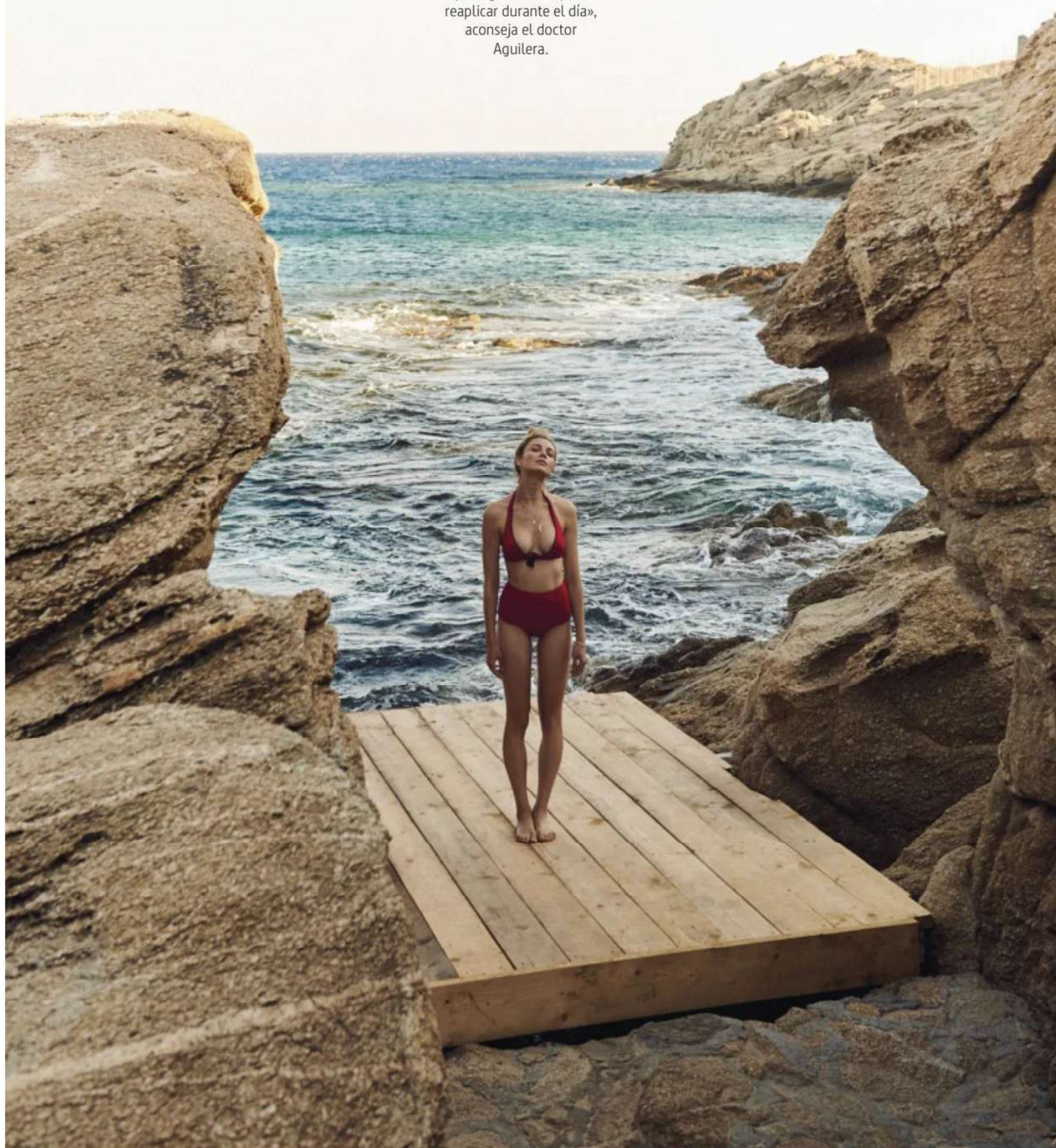
Es nuestra fuente de vida y nos aporta alegría, pero en pleno verano constituye un riesgo para nuestra salud. Hay que protegerse de él para disfrutarlo sin jugarnos la piel. La buena noticia: cada vez hay más concienciación y la cosmética solar es más sensorial.

POR MARTA BONILLA FOTO THANASSIS KRIKIS / TRUNK ARCHIVE

«*¿Hasta cuándo se puede tomar el sol?* Hasta que es peligroso; y en verano, en las horas centrales del día, es un enemigo muy poderoso», se responde a sí mismo el doctor José Aguilera, coordinador del Grupo Español de Fotobiología y autoridad internacional en el estudio del impacto de la radiación solar. La buena noticia es que la concienciación sobre la necesaria fotoprotección solar aumenta en España –a pesar de la dañinas corrientes negacionistas–, según se desprende del *Estudio All*, impulsado por los laboratorios Pierre Fabre sobre los hábitos frente al sol en 20 países. «Nos encontramos con una buena noticia: el 82% utiliza protección de forma regular, pero menos del 40% la renueva cada dos horas, como es la recomendación de la OMS. Por lo tanto, no se usa bien, porque para que sea realmente eficaz hay que utilizar la cantidad recomendada –2 mg por centímetro cuadrado– y reaplicarla para mantener la concentración en la superficie de la piel», explicó la >

RECETA SOLAR

No todas las texturas protegen igual: «Lo ideal es aplicar una crema o leche fotoprotectora por la mañana y después utilizar los sprays y sticks, tan populares y rápidos, pero que protegen menos para reaplicar durante el día», aconseja el doctor Aguilera.



dermatóloga Magdalena Troya. La mayoría lo hacemos para no envejecer ni desarrollar cáncer de piel, aunque un 16%, para exponerse más al sol: «Error. Eso es garantía de quemadura, porque lo que más incrementa este riesgo es el tiempo de exposición, sobre todo, en las horas centrales del día». Precisamente, las favoritas para exponernos: «El 80% de la población reconoce saber que son las horas más peligrosas, pero el 47% se lo salta porque afirma que es cuando está disponible o puede realizar las actividades que quiere». En definitiva, como reconocen los expertos, queda mucho camino por recorrer en la educación y concienciación solar: «La piel es el órgano más extenso y externo del cuerpo humano. Ejerce de escudo y se sacrifica para que lo malo no llegue al resto del organismo; por eso, es la que sufre con las agresiones externas, como el sol, y debemos protegerla», aconsejó la dermatóloga Victoria Gálvez durante la presentación de las novedades de Heliocare de Cantabria Labs, que a su eficaz complejo Fernblock suma una planta sudafricana ultrarresistente, con su propio filtro solar.

DESCIFRAR LA RADIACIÓN SOLAR
Conocer la forma en que actúa esta energía que emana del sol en forma de luz y calor nos permitirá entender mejor

LA VITAMINA D NO ES EXCUSA

Porque también se sintetiza si usas protector solar, según un estudio publicado en la revista *Journal of Dermatology*.



¿QUÉ FOTOPROTECTOR COMPRO?

«El mejor es el que te pones», coinciden todos los expertos del sector. «Y te pones el que te apetece ponerte», puntualizan. Es decir, el que cubra tus necesidades y, sobre todo, te guste y te resulte cómoda su textura, lo que genera adherencia al producto. Hoy las fórmulas han alcanzado un grado de sofisticación, ligereza y perfección que dejan sin excusas a quienes no usan fotoprotector porque no encuentran el que necesitan. Elige el tuyo.



Absorbe el calor

Beach Serum, Reviderm (84 €), protege del sol y combate el calor térmico, un factor de deshidratación y envejecimiento. Con hialurónico.



Piel desnuda

Spray Cuidado Solar 100% invisible SPF 50 Avène (25,50 €), con textura que se transforma de leche a agua y sensación de piel desnuda.



Refreshante

Active D Hidra Gel SPF50+, Martiderm (24,60 €), con textura gel, para pieles mixtas y grasas y filtros que se activan con la radiación.



Para deportistas

Stick Sport SPF 50+, Sensilis (15 €), con el tamaño de unos cascos, textura ligera, resistente al sudor y con una fórmula hidratante.

su efecto sobre nuestra piel. Está formada por diferentes tipos de rayos, con sus distintas longitudes de onda, entre los que destacan la luz visible, la radiación infrarroja (IR-A), responsable de la sensación de calor y bienestar, que penetra profundamente y provoca un daño oxidativo importante, pero sobre todo, en lo que a daño solar se refiere, nos afectan los UVA y UVB de la radiación ultravioleta. «Los UVB penetran muy poco en la piel, pero son los principales responsables de las quemaduras solares y del cáncer. También son los que provocan el bronceado, mecanismo de defensa frente al sol», nos explica el doctor Aguilera. Los UVB también pueden provocar inmunodepresión, «por eso, si en verano te sale un herpes labial, que es muy habitual, es bastante probable que sea por la bajada de defensas provocada por el sol», señaló la doctora Gálvez. A la protección frente a los rayos UVB se refiere el SPF que aparece en los envases de los solares: un SPF 50 indica que tardas 50 veces más quemarte que si no usaras protector solar, siempre que lo apliques bien. «En términos generales, nos aplicamos entre 3 o 4 veces menos cantidad de la recomendada para que el producto cumpla la función del etiquetaje», lamenta el doctor José Aguilera.

Los UVA llegan a niveles más profundos de la dermis, causan la alergia al sol y son los principales responsables del envejecimiento: «Actúan como unas tijeras en la piel. Rompen colágeno, hialuronasa, elastina, provocan flacidez, arrugas...», explica Arkaitz Felices, cosmólogo y director técnico de Reviderm. Son los que traspasan las nubes

y los cristales. Cuando en los envases de los solares vemos un símbolo UVA rodeado por un círculo indica que nos protege, al menos, 1:3 parte del SPF frente a esta radiación.

TRES NIVELES DE PROTECCIÓN

En cualquier caso, por muy alto SPF que nos apliquemos el 3% como mínimo de esa radiación penetra en la piel. «La protección solar perfecta y total no existe –advierte Arkaitz–. Por eso, hay que utilizarlas todas para conseguir el mayor grado posible de seguridad frente a las radiaciones». Hay tres niveles de protección: física, interior y tópica y todas son importantes, porque ninguna por sí sola ofrece la seguridad total. La primera, la constituyen las prendas de ropa, gorras, gorros, sombrillas... pero, «¡cuidado con sentirse seguras debajo de las sombrillas y prescindir de la fotoprotección. Por un lado, porque hay radiaciones que la atraviesan pero también porque rebotan en la arena y tienen una incidencia de hasta un 30% en la piel», advierte Arkaitz.

En segundo lugar, la fotoprotección oral ejerce una acción antioxidante desde el interior y «previene también la mutación del ADN celular. Además de una función de SOS muy importante, que salvaguarda un poco las carencias a la hora de aplicarnos los fotoprotectores», explicó la doctora Gálvez.

Como última barrera frente al sol tenemos la fotoprotección tópica (la aplicamos sobre la piel), que «deberíamos usar los 365 días del año y estar compuesta por un cosmético con vitamina C, un potente antioxidante que no solo previene la aparición de manchas sino que hay evidencia científica de >

«Los solares SPF 50+ con color protegen más que los transparentes gracias a que el óxido de hierro de los pigmentos hace de barrera de la luz visible, a la que se suman los filtros».

Doctor José Aguilera, coordinador del Grupo Español de Fotobiología



Para niños

Kids Protege & Cuida, Nivea Sun (15,50 €), en spray, resistente al agua y al sudor. Su fórmula con pantenol y vitamina C no deja residuos blancos.



Rostro y cuerpo

Sun Oil Gold, Nuxe 50 SPF (35,90 €), aceite con acabado glow que proporciona un bronceado uniforme, luminoso y duradero.



Más sostenible

Water Lover Sun Mist, Biotherm (17,93 €), con una botella biorreciclada, 5 veces más circular y una fórmula respetuosa con el agua.



Piel sensible

Protector solar FPS50, Mary Kay (32 €), de rápida absorción y resistente al agua, apta para todo tipo de pieles, incluso las más sensibles.



Elimina glicación

Sunleja G.E. 50+, Sisley (252 €), un solar con tratamiento antiedad que "deglica", eliminando una de las causas del fotoenvejecimiento.



Doble protección

Helicare 360° Advanced Gel SPF50, Cantabria Labs (17,90 €), suma una planta sudafricana con filtro solar a su eficaz complejo Fernblock.

«El sol provoca inmunodepresión. Por esa bajada de defensas, en verano son más frecuentes los herpes labiales en personas con cierta propensión a sufrirlos».

Victoria Gálvez, dermatóloga

sobra como para afirmar que ayuda a prevenir el cáncer de piel», explica la dermatóloga Lidia Maroñas. Sobre ese cóctel antioxidante es imprescindible la aplicación de un fotoprotector: «Protegerse del sol es una cuestión de salud pública», afirma la doctora Magdalena Troya, jefa del Servicio de Dermatología del Hospital Costa del Sol y directora de Soludable, un programa pionero en España, en colaboración con la Junta de Andalucía, que impulsa unos hábitos saludables frente al sol al estilo de los que ya han demostrado su eficacia en otros países tan soleados como Australia, donde se ha conseguido reducir notablemente la incidencia del melanoma. Durante la presentación de las novedades de Avène para esta temporada, en las que destacaron las texturas invisibles y ultrafluidas, la doctora Troya insistió en que «la mejor estrategia es educar sobre los riesgos del sol desde los colegios, incidir en las campañas de información desde los gobiernos y confiar en la responsabilidad de cada persona. Desde las empresas cosméticas es importante seguir evolucionando en las texturas, porque un gran parte de quienes dicen no usar solares es porque no les resultan agradables. Y hay que alertar sobre ese porcentaje creciente de gente que piensa que no se tiene que poner fotoprotector».

NEGACIONISTAS DEL RIESGO SOLAR

Hoy, la corriente negacionista y la desinformación sobre los fotoprotectores se expande a sus anchas por las redes sociales. Una tendencia que anima a tomar el sol de forma progresiva y sin protección para que la piel genere resistencia de forma

natural. Lo que se ha bautizado como callo solar. Sus principales argumentos, como que las cremas solares producen déficit de vitamina D o actúan como disruptores endocrinos que pueden provocar cáncer, son rápidamente desmentidos por dermatólogos y expertos, con el aval de estudios científicos. «Que deportistas y líderes de opinión se apunten a esta corriente hace mucho daño», advierte Magdalena Troya, en referencia a lo que su-

cedió el verano pasado con un futbolista que se convirtió en altavoz de estas corrientes negacionistas. «Las estrellas del deporte tienen un impacto muy alto en la sociedad y por eso es importante una actitud responsable», reclama la doctora.

De hecho, los deportistas se han convertido en la imagen ideal para la concienciación sobre los múltiples riesgos del sol: Rafael Nadal, embajador de Heliocare de Cantabria Labs; Carlos Alcaraz, que colabora con Isdin y tiene su propio Fusion Water; o la top 3 del pádel femenino, Delfi Brea, nueva embajadora de Sensilis. Más allá de la labor social, la práctica de deporte al aire libre bajo la exposición solar conlleva ciertos peligros: «Durante el ejercicio físico la piel ve alterada su función barrera, se aumenta la temperatura corporal y hace que el desgaste antioxidante sea mayor. Somos más vulnerables al sol», señaló la doctora Paloma Borregón durante la presentación de Isdin. La experta también destacó la importancia de conseguir «texturas ligeras, de tacto seco, no pegajosas y sobre todo, muy resistentes al sudor» para facilitar su aplicación y crear la adherencia de los usuarios. Entre las novedades en fotoprotección para este verano nos han conquistado el Stick Sport 50+ de Sensilis y Fusion Water Magic Glow 50 de Isdin.



Pieles grasas

Sun Face Crema Oil Control FPS50+, Eucerin, (14,69 €), específica para piel mixta-grasa, regula la producción de sebo y es antibrillo.



Protector mineral

Sun Perfect Glow Mineral Cream, Lancaster (60 €), con filtros 100% minerales. Full technology que proporciona amplia protección celular.



Muy sensorial

Aceite solar sedoso SPF 50, Lierac (29 €), con aceite vegetal, extracto de algas para prevenir el envejecimiento y una fragancia adictiva.



Cuerpo glow

Fusion Water Magic Glow SPF 50, Isdin (27,95 €) combina alta protección y luminosidad en la piel y tiene una fórmula no grasa.



Efecto detox

Photoderm Xdefense Ultrafluid SPF50+, Bioderma (21,40 €), doble protección con una textura ultrafluida y seca.



Acabado satinado

Bruma Solar Embellecedora SPF 50+, Clarins (35,50 €), bifase, con textura fresca y ligera, hidratante y con un acabado invisible.

PROTEGER *tu piel*, del SOL *nunca* fue tan FÁCIL



Sun Perfect Unifying Serum SPF50, Sun Perfect Mineral Glow Cream SPF50 y el mejorado Clear & Tinted Duo Stick (el favorito de Eugenia Silva) se unen a la sensorial Illuminating Cream y al Tinted Fluid SPF50 dentro de la icónica gama de Lancaster.



La protección solar es un paso esencial de la rutina de belleza diaria. Una vez interiorizado el mensaje, lo más importante es elegir los productos adecuados. Para una tarea tan importante como el cuidado de nuestra piel, en Woman solo confiamos en los mejores. Por eso elegimos Lancaster, la marca número 1 en protección solar en Europa gracias a su línea avanzada Sun Perfect, una gama híbrida que combina la experiencia en protección solar de Lancaster con una potente acción antienvjecimiento. Dirigida a tratar la deshidratación, manchas oscuras, arrugas y falta de firmeza, Sun Perfect ha incorporado la novedosa tecnología Full Light Technology Protect & Repair, que proporciona la protección solar más amplia posible, repara los daños inducidos por el sol y mejora la luminosidad de la piel durante todo el año.

Para este verano, dos productos se suman a la línea Sun Perfect: el nuevo suero nutritivo ultrapotente Sun Perfect Unifying Serum SPF50 y la crema mineral Sun Perfect Mineral

La línea avanzada de solares antienvjecimiento de Lancaster se renueva para convertirse en un must de tu rutina diaria.

Glow Cream SPF50, el producto más adecuado para las pieles más sensibles gracias a sus filtros minerales y que, además, aporta un brillo precioso a la piel. Como no podía ser de otra manera perteneciendo a la gama Sun Perfect, ambas novedades incluyen fotoprotección de amplio espectro y potente corrección del fotoenvjecimiento. Además, el popular Sun Perfect Clear & Tinted Duo Stick, en un práctico formato en barra para llevar en el bolso y que es perfecto para proteger zonas específicas de la piel, se renueva con una fórmula sin fragancia también apta para los labios.

Serums bronceadores

Ideales para cara o cuerpo, suben el color de forma inmediata y se pueden aplicar solos, mezclar con tu crema o base de maquillaje o utilizar como iluminador en pómulos, escote o clavículas. **1.** Sunny Serum Sun Instant Face Bronzer, Isle of Paradise (19,99 €, en Sephora). **2.** Glow Island Body Radiance, Twelve Beauty (44 €).



GOTAS AUTOBRONCEADORAS

Proporcionan un tono progresivo y personalizado, ya que permiten «modular la intensidad del color añadiendo de 2 a 6 gotas en tu tratamiento facial», aconsejan desde Caudalie. En Patyka recomiendan: «Una vez que se haya obtenido el color deseado, utilízalas dos veces a la semana para mantenerlo». **1.** Gotas Solares Autobronceadoras, CAUDALIE (19,90 €). **2.** Gocce Magiche, COLLISTAR (38 €). **3.** Bronze, PATYKA PARIS (26,90 €).

- ACEITES IRIDISCENTES -

A medida que coges color, la piel va perdiendo luminosidad debido al engrosamiento de su capa córnea. Los aceites actúan como un tratamiento iluminador exprés del bronceado y se pueden utilizar tanto en el cuerpo –piernas, clavículas, hombros...– como en el rostro. «Aplicálos con una brocha plana o con las yemas de los dedos en las zonas que captan la luz: los pómulos, el puente de la nariz y sobre las cejas», aconseja Ingrid Longuet, directora de Formación de Nuxe. Además, tienen propiedades extra: nutren en profundidad y aportan aroma.



The Ritual of Yozakura Body Oil, RITUALS (22,40 €), con partículas rosas, doradas y plateadas.

Aceite Corporal Almendra L'OCCITANE (39 €), el bestseller de tratamiento, iridiscente.

Huile Prodigieuse Or Florale, NUXE (26 €), un cóctel de siete aceites preciosos.

bronceado DIVINO



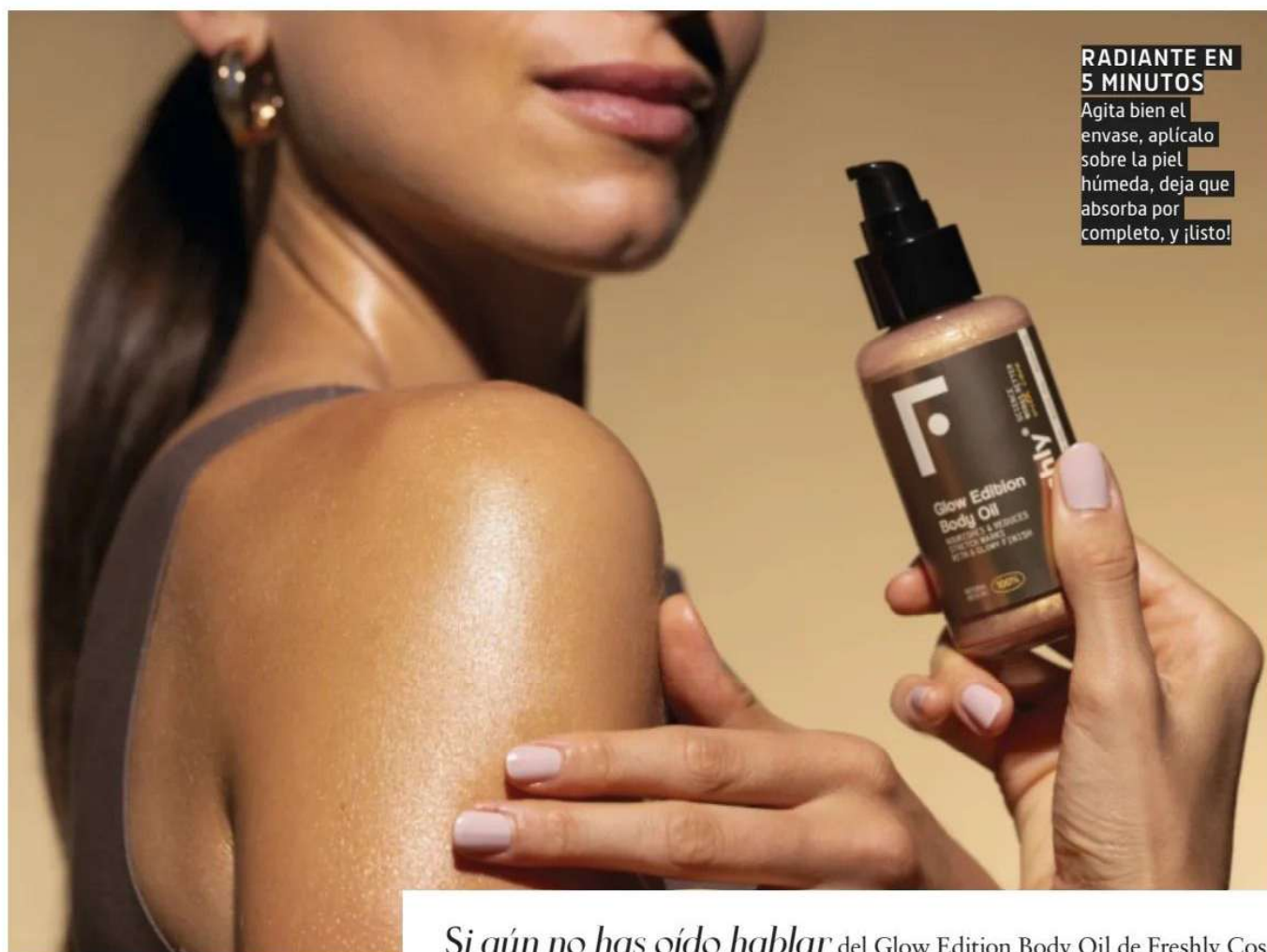
POLVOS BRONZING

Son un básico para aportar **buena cara** en casi todos los neceseres de maquillaje, pero **no todos los polvos bronceadores son iguales**. Para obtener el resultado natural y luminoso hay que buscar productos formulados con polvos micronizados, imperceptibles, muy ligeros y que dejen un acabado transparente; además de contener activos hidratantes. Si buscas el deseado efecto sunkissed sigue estos pasos: Primero, elige una brocha mediana y no muy tupida. Después, pásala suave y a toquecitos, sin arrastrarla, sobre la piel y sin depositar mucho producto. Por último, aplícalos sobre el hueso del pómulo, en horizontal en el centro de la nariz y en la barbilla, para renovar el clásico método del 3 (sienes, bajo pómulo y mandíbula), ideal para el contouring.

1. Ultraligeros, aportan color, luminosidad y prolongan el bronceado, Forever Nude Bronze DIOR (56 €). **2.** Cuatro tonos para usar juntos o por separado, Prisme Libre Bronzer Power GIVENCHY (58 €). **3.** Los icónicos polvos bronceadores con motivos Carey y tonos dorados y vitaminados, Terracota Light GUERLAIN (60 €).

piel BRILLANTE Y JUGOSA

Ilumina tu cuerpo con Glow Edition Body Oil, un aceite 100% natural y nutritivo, un must para lucir una piel radiante con destellos dorados este verano.



RADIANTE EN 5 MINUTOS

Agita bien el envase, aplícalo sobre la piel húmeda, deja que absorba por completo, y ¡listo!



Si aún no has oído hablar del Glow Edition Body Oil de Freshly Cosmetics, prepárate: este iluminador corporal 100% natural es el aliado perfecto para lucir una piel radiante justo a tiempo para el verano. Nada de purpurina ni brillos exagerados. Su secreto está en sus micas minerales que aportan un efecto glow con destellos dorados, y en su fórmula ultra nutritiva a base de 12 aceites vegetales como marula virgen, babasú orgánico o jojoba, que hidratan la piel en profundidad con una textura ligera, de rápida absorción y sin dejar sensación grasa.

Pero el Glow Edition Body Oil no solo embellece. Gracias a su innovadora tecnología de microalga, también protege del estrés oxidativo, mejora la elasticidad de la piel, y ayuda a prevenir estrías y cicatrices, mientras combate los signos del envejecimiento. Todo ello con un perfume adictivo que mezcla pomelo, bergamota, naranja, piña, manzana, granada y sándalo: un cóctel exótico de ingredientes naturales. ¿Lo mejor? Está libre de microplásticos, es apto para pieles sensibles y con tendencia atópica, está testado dermatológicamente y es un must durante el embarazo. Esta joya de Freshly Cosmetics es el secreto mejor guardado para una piel luminosa, hidratada y naturalmente irresistible.

REVELAR *tu* IDENTIDAD

Esto es lo que da sentido al maquillaje, según Thomas de Kluiver, director global de maquillaje de Gucci y uno de los creadores más reconocidos del mundo. Hablamos con él.

POR MARTA BONILLA



1. Máscara L'Obscur, GUCCI (48 €), con una fórmula cremosa que aporta volumen y levanta las pestañas.
2. Barra de labios mate 509 Gucci Rosso, GUCCI (54 €).

Criado en Perth (Australia), con una madre directora de teatro, Thomas de Kluiver creció rodeado de artistas y con una temprana pasión por la creatividad en cualquiera de sus manifestaciones. «Siempre pensé que me dedicaría a la moda, pero el maquillaje ha sido una bonita forma de expresar mis ideas», nos dice Thomas. Desde que de adolescente maquillaba a sus amigos para noches de fiestas rave hasta atender a las clientas detrás de un mostrador, aprendió la profesión desde cero. A los 20 años se mudó a Londres y empezó a trabajar como portero en una discoteca. Él mismo se maquillaba y así, poco a poco, empezó a hacerse notar. De ahí a los editoriales y las pasarelas de moda, hasta convertirse en director global de maquillaje de Gucci y uno de los make up artists más reconocidos del mundo, con un estilo propio en el que igual destacan los looks beauty de piel luminosa y bocas rojas a creaciones artísticas y mucho más provocadoras con garabatos infantiles, labios imperfectos y mucha purpurina... también señas de identidad de su estilo.

¿Cómo llega un niño de Perth a convertirse en uno

de los maquilladores más famosos del mundo?

Es importante seguir tus sueños y hacer algo que te apasione. Me encanta lo que hago. Creo que esa fascinación por el maquillaje es lo que me ha ayudado a lo largo de toda mi carrera. No tuve formación académica, simplemente maquillaba de una forma que me parecía hermosa y ahora, por fin, la industria abraza esa libertad.

En muchos de tus looks derrochas creatividad, ¿cuál es para ti la función del maquillaje?

Me gusta la idea de que sea una extensión de tu personalidad, una forma de identidad. El ADN de Gucci Beauty gira en torno a la inclusión y al uso del maquillaje como una forma de expresión personal. Lo especial de nuestra gama de productos y colores es que se pueden utilizar en todos los tonos de piel y que muchos de ellos son multiusos.

Pero tú puedes llegar a ser también muy extremista en tu visión del maquillaje, con garabatos, grunge... ¿Cómo surgen estas ideas?

Mi trabajo puede parecer instintivo, pero está muy meditado. Investigo mucho y pruebo ideas en mi estudio de Londres antes de llevarlas a cabo.

Creo que esta exploración de diferentes técnicas y no tener miedo a cometer errores es lo que da originalidad a lo que hago. Trabajo en colores para Gucci Beauty de la misma manera que siempre estamos buscando inspiración y creando mezclas especiales para asegurarnos de que tenemos algo único, que no se pueda encontrar en ningún otro sitio.

¿Dónde encuentras tú la inspiración?

Por suerte, me gustan muchas cosas: la música, la moda, el arte, el cine, el teatro... me inspira lo que veo a mi alrededor. Hace poco, hicimos una masterclass de Gucci Beauty en Tokio. Y ahora me inspira mucho la atención al detalle, los colores de la vida cotidiana y la cultura underground de Japón.

¿Hacia dónde va el maquillaje?

La gente está entusiasmada con la belleza como forma de exploración de su identidad y no tanto con ajustarse a un look predeterminado o a una tendencia.

¿Qué look nos propondrías para este verano?

Para esta estación, me encanta Blush de Beauté. Es un producto muy versátil que se puede utilizar tanto en las mejillas como en los ojos, así que es divertido. También me gusta el nuevo iluminador Glow de Gucci y mi barra de labios favorita en estos momentos es Rouge de Beauté Brillant, el 217 es perfecto para todos los tonos de piel y realza el color natural de los labios. Lo he utilizado en casi todas las sesiones fotográficas que he realizado últimamente.



Iluminador Glow, Gucci (58 €), producto multiusos que aporta un brillo natural a la piel.

«Hay que maquillarse como te sientes. Tan atrevido es ir sin maquillaje como llevar un look muy marcado. La clave es que seas tú misma».



EDITOR'S CHOICE

Cuidarse por dentro y por fuera y lucir una piel sana, en la que la protección es clave, es el mantra de la belleza moderna.

Marta Bonilla, redactora jefa y responsable de Belleza



Un aroma para sentirse bien

Me ha encantado Full Iris, The Body Shop, con notas de bayas de enebro, lirio y madera de cedro, perteneciente a la nueva colección de cinco fragancias inspiradas en una flor.

Holístico

La Bioterapia corporal de Secretos del Agua relaja y transforma la piel, con un masaje exfoliante, drenante y reafirmante.



Piel resistente

Llega la cuarta generación de Ultimune, el icónico sérum de Shiseido que fortalece la piel y al que soy fiel desde su lanzamiento. Si no lo uso, lo noto.



Easy to go

La nueva Nutribullet Flip es una batidora portátil, en un vaso que conserva el smoothie frío 24 horas. Para llevar a todas partes.



Protección 10

La nueva bruma facial con SPF 50 Never Mist Me, Sensilis, es ligera e invisible y se pulveriza sobre el maquillaje. Ideal para llevarla en el bolso este verano.

- FÓRMULAS SOSTENIBLES ALTAMENTE EFICACES -

Cuidado capilar con BUEN ROLLO

Lola From Río nació como una marca profesional que pronto se convirtió en un fenómeno global. ¿Las claves de su éxito? Fórmulas súper eficaces para todos los cabellos y estilos, siempre sostenibles, mucha alegría, felicidad y buen rollo... que llega directamente desde Brasil.

Es la marca que está en boca de todos. Sus productos crean adicción y ya tienen legiones de fans. Lola From Río nació en Río de Janeiro en 2011 bajo el nombre de Lola Cosmetics y, aunque inicialmente fue creada para el público profesional, pronto se convirtió en un auténtico fenómeno global. Inspirados en los rituales de belleza brasileños y en innovadoras técnicas de cuidado capilar, los productos de Lola From Río se elaboran con ingredientes naturales que nutren, fortalecen y restauran cualquier tipo de cabello.

LLEGA LA REVOLUCIÓN

Pero, ¿qué tiene esta marca que ha revolucionado el cuidado capilar? La respuesta es ¡todo!: fórmulas limpias y eficaces, una extensa variedad de productos, un packaging único y una filosofía de sostenibilidad que nos encanta. Lola From Río lleva más de una década liderando el camino de la belleza consciente con envases 100% reciclables y biodegradables, así como fórmulas veganas y cruelty free que no contienen ingredientes innecesarios como parabenos, sulfatos o ftalatos.: sólo lo que tu cabello necesita. Y por si esto fuera poco, su compromiso con la inclusión y la belleza real y diversa va más allá: no importa si tu cabello es liso, ondulado, rizado o afro, Lola tiene un producto pensado para las necesidades de tu cabello.

LOS LOLETES

Todos estos atributos han conseguido que la marca brasileña también haya causado una revolución en las redes sociales, donde ha surgido una extensa comunidad de “Loletes” -como ellas mismas se denominan- que disfrutan compartiendo rutinas, trucos y opiniones sobre los productos más virales de la marca. Con un sello único que reconocerás al instante, la marca nunca dejará de sorprenderte. Innovadora en tecnología, cercana en su forma de comunicar y comprometida con el planeta y los animales, nunca pierde de vista lo más importante: el amor por el cabello en todas sus formas.



En definitiva, Lola From Río es eficacia, pero también diversión, estilo, energía, felicidad, alegría y color.

¡APRÉNDETE SUS NOMBRES!

Los nombres de los productos son tan originales como instagramables y te van a enamorar. Aunque el catálogo de la marca incluye algunos bestsellers como la colección hidratante Morte Súbita, la reparadora Danos Vorazes o el cronograma

La clave del éxito de Lola From Río, que ha demostrado resultados y promete dar que hablar, es su eficacia y energía. Hay productos para todo tipo de cabello.



capilar viral Be(m)dita Ghee, echa un vistazo a estas líneas:

1. **DREAM CREAM.** Es la famosa gama super hidratante que fortalece el cabello y combate la sequedad en profundidad para un pelo flexible, sano, con movimiento... La vas a amar.
2. **PINGA!.** Sea como sea tu cabello, este aceite multifunción te va a enamorar. Se puede utilizar como producto de acabado o para potenciar tus mascarillas de tratamiento favoritas.
3. **RAPUNZEL** Consigue una melena como la de Rapunzel con esta línea que estimula el crecimiento saludable del cabello haciéndolo fuerte y resistente. Te encantará el brillo que da.
4. **ELA É CARIOCA.** La rutina definitiva para nutrir, hidratar y reparar el pelo expuesto al sol, mar, sudor, polución.
5. **PAPO RETO.** La última incorporación de la marca que repara cabellos secos, porosos y con frizz. ¡Supackaging!
6. **PLOT TWIST.** Si tienes el cabello rizado, en esta línea te ayudará a potenciar tus rizos y lucir su mejor versión.

- EN EL CORAZÓN DEL BARRIO DE SALAMANCA -

LA PISCINA urbana más chic de Madrid

La temporada de terrazas arranca con la reapertura de la pool zone de Picos Pardos Sky Lounge, el icónico rooftop de BLESS Hotel Madrid. Vistas, sol, relax y gastronomía en plena Milla de Oro.

Llega el sol y el calor a Madrid y la terraza del Hotel Bless, en plena calle Velázquez, se transforma para acoger a los urbanitas empedernidos que buscan los espacios más refrescantes y cool de la capital. Se retiran los acogedores iglús invernales y el espacio estrena nueva distribución y decoración para celebrar los atardeceres más impresionantes del cielo de Madrid. Picos Pardos SkyLounge se reafirma como el lugar ideal para desconectar en una cama balinesa, brindar con un cóctel de autor o disfrutar de una cena de altura con vistas al skyline madrileño. Diseñada por la interiorista Alejandra Pombo, todo el espacio ofrece una experiencia visual y sensorial inigualable, donde la gastronomía



Los clientes del hotel podrán acceder gratuitamente. Los clientes externos deberán acceder con reserva previa. picospardos@blesscollectionhotels.com

y la coctelería se fusionan con el diseño y acogen tanto a clientes locales como a visitantes.

GASTRO "5 ESTRELLAS" Y COCTELERÍA DE AUTOR

La propuesta de Picos Pardos Sky Lounge, firmada por el chef ejecutivo Álvaro Frutos, ofrece una carta fresca y cosmopolita para los días de verano. Una experiencia gastronómica para cada momento del día, maridada con cócteles artesanales con Martini. Y para los amantes de los sabores intensos, la BBQ de última generación 2XL Big Green Egg, con elaboraciones como el lomo bajo de la sierra de Madrid, una sugerencia gourmet para paladares exigentes.



- ARRANCA EL CIRCUITO WOMAN GOLF 2025 -

Un día de GOLF Y SOL

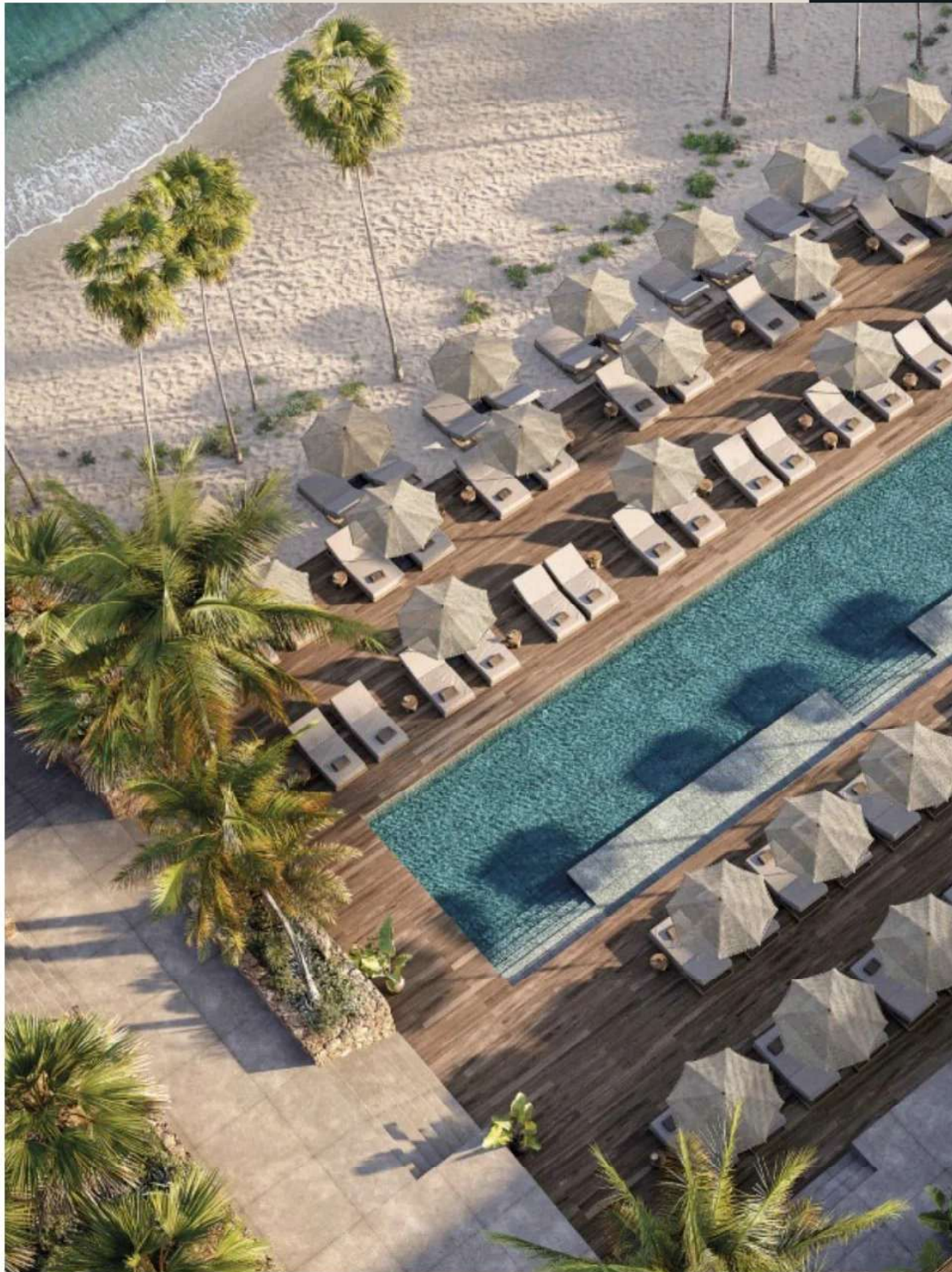
El pasado 28 de mayo dio comienzo una nueva edición del Circuito Woman Golf by Summum en el Real Club de Golf La Herrería, en San Lorenzo del Escorial.

Pistoletazo de salida a una nueva edición del Circuito Woman Golf by Summum en el Real Club de Golf La Herrería, en San Lorenzo del Escorial. Bajo un día soleado y con un gran ambiente, numerosas amateurs participaron en la primera cita del calendario. El recorrido tuvo carpas de avituallamiento repletas de ibéricos, fruta y bebidas. Al finalizar, las participantes disfrutaron de un refrescante Gin Tonic con Royal Bliss y recibieron un Welcome Pack con productos de los colaboradores de Woman Golf.

PREMIOS, GANADORAS Y NUEVAS CITAS

A pesar de un apagón eléctrico que afectó a gran parte del país, el torneo se desarrolló sin incidentes gracias a la excelente coordinación de los organizadores del evento y el personal del torneo. La jornada concluyó con la entrega de premios a las ganadoras, que ya tienen su plaza en la final nacional en la Costa del Sol, y con el tradicional sorteo de regalos entre todas las asistentes, cortesía de patrocinadores y colaboradores.

- **Scratch:** Graciela Del Moral Barilari
- **1ª Categoría:**
Ganadora: María Reyes Manteca Gómez Pallete
- **2ª Categoría:**
Ganadora: Piedade Lagos Colaco.



ESTRÉNALO

Situado entre Sotogrande y San Roque y rodeado de exuberantes jardines, el nuevo OKU Andalusia cuenta con 255 habitaciones (algunas suites tienen piscina privada) y una villa exclusiva, un spa de 2.000 m², un pabellón de yoga, un club deportivo, cuatro piscinas, cuatro restaurantes, kids club y beach club solo para adultos. Querrás quedarte a vivir.

POR ISABEL LOSCERTALES

El lujo descalzo sigue sumando adeptos. Exclusividad sin ostentación y experiencias enriquecedoras y muy conectadas con lo autóctono, el bienestar y el slow life encontrarás en el HOTEL BOUTIQUE OKU ANDALUSIA. Sí, con "s". Un alojamiento con alma que abrirá sus puertas este mes de julio en la gaditana playa de la Alcaidesa.



ILUSTRAR EL CAMPO

La ilustradora Laura Agustí (aka @lauri) dejó Barcelona para mudarse a un pequeño pueblo del Pirineo catalán.

EL NUEVO RURAL

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

O escanea el código QR



La vida en el campo toma impulso gracias a jóvenes que apuestan por erradicar prejuicios: además de las conocidas ventajas de tranquilidad, naturaleza, comunidad y economía, ser de pueblo también puede ser radicalmente moderno.

POR ISABEL LOSCERTALES

SOMOS DE PUEBLO

Además de jóvenes, audaces y creativos.

Cuando le comunicaron que le subían el alquiler, dijo basta. Tras veinte años viviendo en Barcelona, la ilustradora Laura Agustí decidió parar el estilo de vida gentrificado y estresante de la ciudad e irse a vivir con su pareja a la casa de los abuelos de él, en una pequeña población de Girona. Fue allí, rodeada de bosques de cuento, cuando volvió a conectar con sus orígenes rurales y con el mundo de las flores, las plantas y los árboles.

¿Cómo te ha cambiado la vida mudarte de Barcelona a Nevà? ¿Qué ventajas dirías que tiene para ti vivir en un pueblo?

La vida me ha cambiado muchísimo y no podría estar más contenta. Hemos pasado de vivir en pleno centro de la ciudad a un pequeño pueblo donde apenas somos veinticinco personas durante todo el año. Lo que más valoro de este cambio es la tranquilidad, la conexión profunda con la naturaleza y el silencio que aquí se respira.

Tú ya venías de un pueblecito de Teruel, ¿crees que ha cambiado la percepción de la vida rural?

Crecí en un pueblo y, cuando me

fui a estudiar, solo tenía ganas de ciudad, de movimiento y de conocer gente nueva. Sin embargo, con los años, mi forma de ver las cosas ha cambiado, igual que aquella ciudad de la que me enamoré. Después de mucho tiempo disfrutándola, empecé a notar cada vez

más el peso de sus aspectos negativos: el ruido, la masificación y unas condiciones de alquiler cada vez más abusivas. Creo que, especialmente después de la pandemia, la vida en el entorno rural ha empezado a valorarse muchísimo más.

Desde Nevà nace tu nuevo libro, *Furor Botánico*, dedicado a tu pasión por las plantas. ¿Qué vamos a encontrar en él?

Es un libro en el que comparto el proceso de este cambio de vida y la importancia que ha tenido para mí reconectar con

la naturaleza y con la pasión por las plantas que compartimos todas las mujeres de mi familia. A través de sus páginas hablo de memoria, de raíces, del lenguaje silencioso pero poderoso de las plantas y de cómo el acto de cuidarlas puede convertirse también en una forma de cuidarnos a nosotros mismos.



EL LIBRO

En *Furor botánico* (Lumen), Laura Agustí mezcla autobiografía, conocimiento botánico, amor por lo rural y, como siempre, hermosas ilustraciones.



Celia Pereira & Borja Piñeiro

La joven pareja trasladó recientemente su restaurante creativo LADO al pequeño municipio de Muíños, en Orense. En Lugo tenían mucha aceptación, pero ellos preferían menos ruido y más raíces.



Belén Rodríguez

La artista vallisoletana crea obras textiles –que ella misma teje, compone y tiñe a partir de materiales que le otorga la propia naturaleza– desde su taller en el pueblecito de Esles, en Cantabria.



PATRIMONIO ORAL

Cinco veinteañeros de la provincia de Jaén –Ana Rodríguez, Víctor Carrillo, Laura Esteban, Aitor Benito y Lucía Rodríguez– están detrás del interesante proyecto Relatidos. Con el ánimo de preservar la memoria de nuestros pueblos, han lanzado una aplicación donde recopilan las historias y anécdotas de la gente mayor de la España rural. Además, organizan eventos para crear comunidad, potenciar el comercio local y fomentar el turismo rural responsable a través de audioguías narradas por los propios habitantes de cada localidad. En plena campaña de crowdfunding, el proyecto está en crecimiento para conseguir llegar a más municipios. Y todo con una estética atractiva que mezcla lo rural con lo rabiosamente moderno. relatidos.es

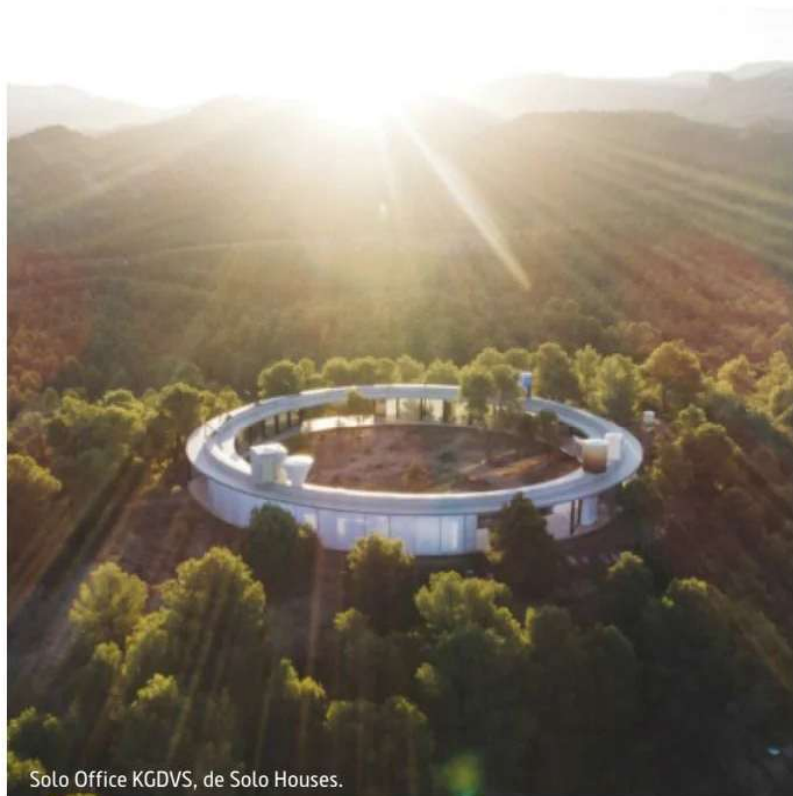


Ana Climent

Esta joven ha decidido dar continuidad al proyecto agrícola de su familia, Ca Climent. Su propósito: rescatar los cacahuets valencianos denominados collaret y cacaua del peligro de extinción.



Casa Suro, de Viu Empordà.



Solo Office KGDVS, de Solo Houses.

DE DISEÑO

Los alojamientos rurales apuestan cada vez más fuerte por la arquitectura y el diseño vanguardistas, a menudo sin perder su esencia agreste o, si no, su conexión con la naturaleza. El proyecto **Viu Empordà**, ideado por el empresario **Pablo Rovira**, ofrece una cuidadísima selección de casas de alquiler vacacional en esta región de Girona, célebre por sus pueblos con encanto y por la Costa Brava.

Todos sus alojamientos –una veintena en total– son singulares, cuentan con una gran sensibilidad estética y pertenecen a diseñadores, arquitectos o empresarios con un fuerte compromiso con la preservación del patrimonio local. Desde grandes masías restauradas a pequeños estudios con encanto, cada una de las casas emocionan, se ubican en diferentes pueblos como Ullastret, Rupià Pals o Begur, y están disponibles para alquilar por

COSAS DE PUEBLO



LO QUE QUEDA DE TI

En esta película, la primera de Gala Gracia, la protagonista es una pianista afincada en Nueva York (Laia Manzanares), que se plantea volver a su pueblo tras la muerte de su padre. Desea preservar su legado.



FESTIVALES TERRITORIO

Ribeira Sacra, Esférica Rioja Alavesa, Tierra Bobal Fest, Nómade y Canari, cinco festivales de música que apuestan por aunar patrimonio rural, gastronomía y arte. Más info: festivalesterritorio.com



TERRAE

Este año, este encuentro internacional de gastronomía rural ha celebrado su tercera edición. "La cocina rural es una expresión viva de la cultura, un lenguaje de sabores, memorias y territorio" reza su manifiesto.

días o semanas. Además del hospedaje, proponen participar en experiencias locales genuinas, de la mano de artesanos, chefs, historiadores y demás expertos, con algunas tan sugerentes como un paseo olfativo de la mano de un perfumista, una excursión en un llaüt –embarcación tradicional de la zona– o un taller de cerámica. viuemporda.com

Solo Houses, por otro lado, es el espectacular proyecto de los galeristas de arte contemporáneo **Albarrán Bourdais** –Eva Albarrán (Madrid) y Christian Bourdais (París)– en la inexplorada comarca turolense de **Matarraña**. La iniciativa es ambiciosa y cuenta con varias ramas: **alojamientos vacacionales** creados por renombrados arquitectos en perfecta comunión con la naturaleza y en igual de perfecta libertad creativa, la **Bodega Venta d'Aubert** –con prácticas artesanales y biodinámicas–, una exposición permanente de arte al aire libre que puede recorrerse a pie o en bici –**Solo Sculpture Trail**– y un futuro hotel que diseñará el arquitecto chileno **Smiljan Radic** y que tiene previsto abrir sus puertas en 2028. De momento, hay dos espectaculares casas en alquiler ya construidas y autosuficientes energéticamente hablando: **Solo Office KGDVS**, un edificio circular con fachadas totalmente abiertas al entorno y disponible para seis personas, y **Solo Pezo Von Ellrichshausen**, con una plataforma que parece flotar sobre la naturaleza y disponible para cuatro personas. solo-houses.com



UN PUEBLO CON ESTRELLA

Apenas 35 habitantes tiene **Sardas**, en el **Pirineo de Huesca**, el pueblo más pequeño del mundo con una estrella Michelin. La luce con orgullo el chef **Toño Rodríguez** en su restaurante gastronómico **La Era de los Nogales**. Desde esa casa de campo de piedra con increíbles vistas a la montaña, sirve dos menús degustación inspirados en la tradición aragonesa y en su infancia: *Recuerdos*, de dieciséis pases, y *Ambición*, de veintidós. laeradelosnogales.com

Recuperar los VINOS DE PUEBLO es el propósito de Viñedos El Pacto, de la compañía Vintae. La fórmula: dar vida a viñas viejas ajenas a la industrialización y preservar la autenticidad local. Así, EL PACTO DE CÁRDENAS revive la tradición ojo gallo del municipio riojano de Cárdenas, mezcla de variedades tintas y blancas.



FOTO ARNAU SIDERA, NACHO ERRANDO, CORTESÍA ALBARRÁN BOURDAIS, MATÍAS MONSTERKID.



MUSEO DE LA ERA POP

El músico y presidente de la Fundación Club 45, **Álex Cooper**, está detrás de este centro cultural ubicado en Santa Colomba de Somoza, capital histórica de la Maragatería, en León. fundacionclub45.com



RED DE PUEBLOS GASTRONÓMICOS DE ESPAÑA

Este nuevo proyecto turístico acoge por ahora a Alcázar de San Juan, Almendralejo, Aracena, Baena, Cangas del Narcea, Llerena, San Cristóbal de La Laguna y Sigüenza.



TINTOREMUS

La moda también apuesta por el desarrollo rural: esta marca sostenible española cuenta con el cultivo de índigo más grande de Europa y produce tintes naturales. Su lema: "Ruralmente urbanos".

DOS CIUDADES

Puentes colgantes conectan la montañosa y tranquila Buda con la plana y bulliciosa Pest, dos ciudades unidas en 1873, con majestuosos edificios del imperio austrohúngaro.



- ESCAPADA -

BUDAPEST *imperial*

Bellísima, cercana, accesible (y asequible), la capital de Hungría tiene muchos alicientes para disfrutarla en cualquier época del año. Prohibido olvidarse el bañador: es la ciudad europea con más balnearios y spas.

POR MYRIAM SERRANO

Si te gustaron Viena y Praga, prepárate. Forman una tríada de gran valor arquitectónico y cultural que nos adentra en el esplendor de épocas pasadas en el centro de Europa. Aquí el tiempo parece transcurrir de forma más lenta, entre castillos (el de Buda es símbolo de la ciudad), palacios, jardines y rincones que justifican el sobrenombre de la Perla del Danubio. Además de su esplendor, el hecho de que compañías low cost como Wizz Air incluyan Madrid y Barcelona entre sus destinos directos influye en que miles de españoles visiten Budapest durante todo el año, en los meses más fríos con el reclamo de sus mercadillos navideños y con la llegada del buen tiempo con el encanto de los interminables y tranquilos paseos.

Entre los imponentes edificios construidos principalmente en el imperio austrohúngaro, des-

taca su Parlamento (entre 1884 y 1909), el tercero más grande del mundo tras el de Rumanía y Argentina, que merece una visita guiada que te deja sin habla. Iluminado de noche, desde un paseo en barco que deja huella en la retina es aún más majestuoso si cabe. Muy cerca, los visitantes fotografían sobrecogidos la obra *Los zapatos en la orilla del Danubio*, ideada por el director de cine Can Togay con el escultor Pauer Gyula para honrar a los judíos que fueron fusilados y arrastrados por las aguas del río a finales de la Segunda Guerra Mundial.

Llega el momento de despojarse de unas buenas botas o sneakers para caminar y echar mano del bañador. La balneoterapia está muy arraigada en la historia y la cultura de Budapest, con más de cien manantiales de agua caliente que la convierten en un paraíso para los que disfrutan de esta tradición

de bienestar. Para muchos ciudadanos es un ritual, como ir a tomar el café matutino, y llevan 40 o 50 años acudiendo a diario a beneficiarse de sus aguas terapéuticas como una fuente de salud para mejorar la circulación, favorecer el sueño, reducir el estrés, tratar enfermedades dermatológicas o simplemente mantenerse jóvenes. Es casi obligatorio hacer una visita a uno de los muchos templos termales al aire libre o en interior, donde puedes encontrar a mayores jugando al ajedrez o a jóvenes compartiendo ocio nocturno los fines de semana. El más antiguo (y frecuentado) se creó en 1913 en un complejo majestuoso neobarroco: Széchenyi Thermal Bath, con 21 piscinas y un halo decadente que multiplica el encanto y que envuelve a toda la ciudad. El mismo que ostenta el New York Café, para muchos el más bonito del mundo, aunque si la cola es demasiado larga puedes optar por otros igual de elegantes si necesitas hacer un alto en el camino en esta ciudad cautivadora como pocas.

ALOJARSE EN UN PALACIO

La experiencia se completa en un hotel que es un auténtico palacio exquisitamente renovado. Inspirado en la Emperatriz Sissi (1854-1898), el Áurea Ana Palace Hotel es un 5 estrellas muy bien ubicado, junto al Parlamento y otros puntos de interés, como la avenida comercial Andrásy o el Castillo de Buda. En todas las habitaciones, amplias y

elegantes, hay retratos de la que fuera Emperatriz de Austria y Reina de Hungría, esposa de Francisco José I y una de las mujeres más célebres y queridas de la época, que frecuentó los bailes y reuniones palaciegas del Budapest del siglo XIX. Un enorme retrato suyo preside el antiguo salón de baile, con lámparas de araña y un magnífico buffet donde se desayuna como una auténtica reina, entre políticos parlamentarios y otros personajes de la ciudad, antes de disfrutar, cómo no en esta ciudad, de su acogedor spa. Está ubicado en la calle Akadémia 15-17 y se reparte entre dos edificios con el estilo arquitectónico característico del historicismo.

Info: aureasignatureplaces.com.

Desde pasear por sus jardines y palacios hasta sumergirse en las aguas termales de sus antiguos baños, esta ciudad de cuento invita al relax y al placer.



FOTO: VISIT HUNGRIA Y ÁUREA HOTELS.



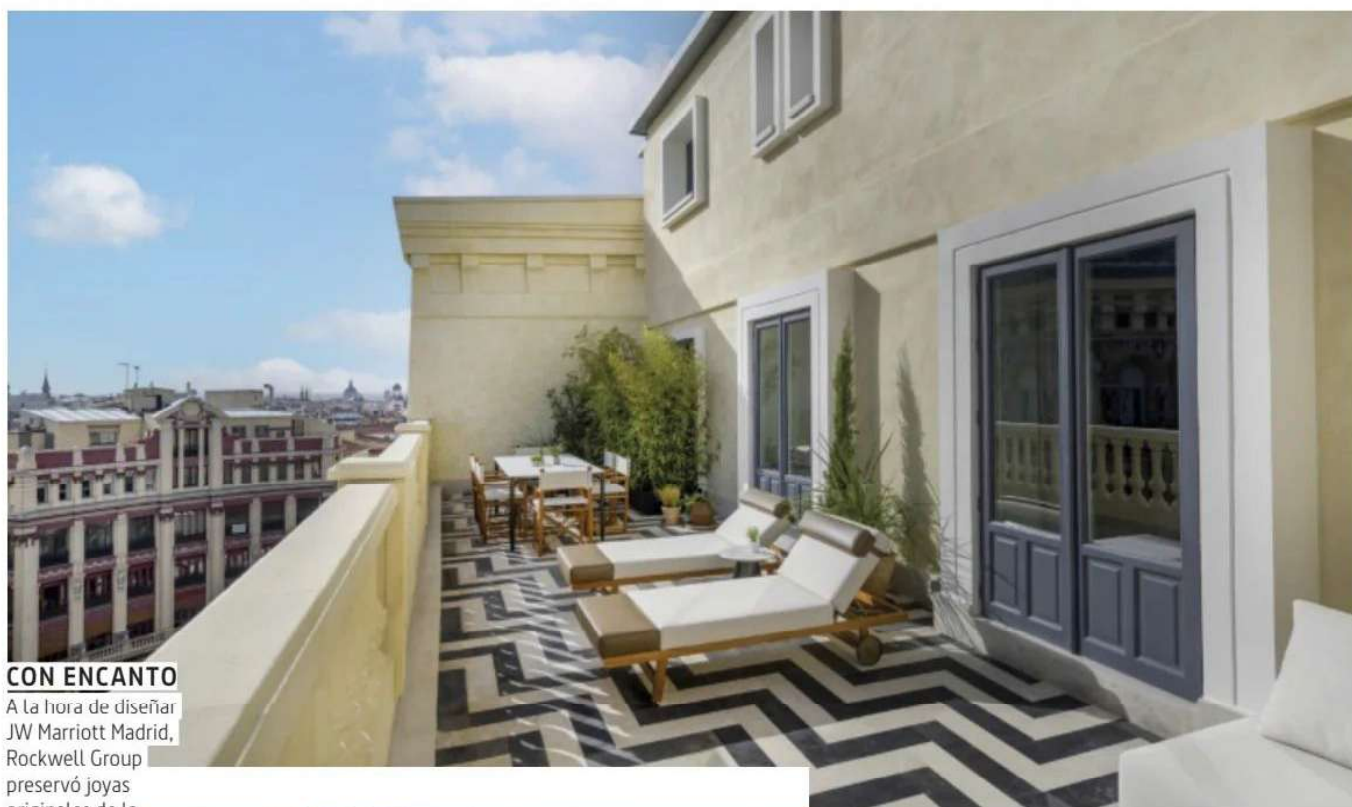
1. Restaurante IDA Bisztró, donde degustar platos típicos como el gulash especiado o postres de antigua tradición. 2. Vestíbulo del hotel Áurea Palace Hotel 5*, un palacio de estilo neoclásico que homenajea a la emperatriz Sissi. 3. Uno de los ruin bars del barrio judío, hoy punto de ocio nocturno. 4. Piscinas exteriores de Széchenyi Thermal Bath, el más antiguo de la ciudad con más balnearios de Europa.

- HOTELES -

4 escapadas TOP

¿Necesitas un pequeño parón antes de las vacaciones de verano? Tres días en estos estimulantes alojamientos –en Madrid, Cáceres, Sevilla e Ibiza– te cargarán de la energía que estabas necesitando.

POR ISABEL LOSCERTALES



CON ENCANTO

A la hora de diseñar JW Marriott Madrid, Rockwell Group preservó joyas originales de la antigua perfumería Álvarez Gómez, como las columnas de hierro forjado (abajo). Arriba, una de las doce suites con terraza y vistas.



JW MARRIOTT MADRID

Desde su apertura hace dos escasos años, este **cinco estrellas en pleno centro** se ha convertido en un verdadero templo de bienestar, ideal para equilibrar cuerpo y mente. Sus 139 habitaciones cuentan con esterillas de yoga, acceso digital a rutinas de **meditación y entrenamiento físico** y amenities de la puntera Alqvimia. Su conexión con el mundo de los aromas (antes fue una histórica perfumería) y la cocina de **Mario Sandoval** en **Qú**, apela además a los sentidos. jwmarriottmadrid.com



CASA PIZARRO (CÁCERES)

En el corazón del casco histórico de Cáceres se alza este coqueto **hotel boutique** cuatro estrellas que fusiona con elegancia el legado de una **casa señorial del siglo XVIII** con el diseño y el confort contemporáneo. Tras una meticulosa restauración, este edificio –testigo del floreciente comercio de lanas en aquel siglo– conserva su esencia histórica con la escalera y los muros de piedra originales, cuyo encanto se multiplica gracias al **mobiliario de autor**. Está, además, a dos pasos del Museo Helga de Alvear y el restaurante Atrio. casapizarrohotel.com

LA CASA DEL LIMONERO (SEVILLA)

Historia, diseño y arte se abrazan en este lujoso hotel boutique en pleno centro histórico. Enclavado en una casa-palacio que aún contiene vestigios de la antigua **Hispalis romana**, cuenta con catorce habitaciones –cada una con identidad propia–, una increíble **colección de arte** –con obras de artistas top como Joana Vasconcelos o Manolo Valdés– y múltiples elementos que invitan a la calma: desde un extraordinario **patio con arcos mudéjares** (en la foto), hasta una piscina privada y un hammam. hotelcasalimonero.com



NH COLLECTION IBIZA

En **Ibiza capital**, a pocos minutos de los puertos deportivos y del centro histórico, este **cinco estrellas** sorprende con las líneas contemporáneas –geométricas y minimalistas– de su arquitectura, obra de **José Ribas Folguera**. Cuenta con 38 habitaciones –algunas con terraza privada e inmejorables vistas–, pool bar y dos restaurantes: **SLVJ** y **Arrogante**, emblemas ambos de una gastronomía cuidada y un ambiente divertido. nh-collection.com



1. Máximo Cabrera en Fronda Pasaje.



2. Ravioli de parmigiano en Agreste Mar.



3. Comedor La Mar Madrid by Gastón Acurio.



4. El chef Iñigo Lavado, de Itzuli.

- RESTAURANTES -

SABORES AUTÉNTICOS

Alta gastronomía plant-based, cocina italo-catalana de aplauso, gastronomía peruana con pedigrí y creatividad vasco-francesa: cuatro aperturas que son un acierto seguro.

1. Fronda Pasaje (Barcelona) revoluciona la alta cocina botánica desde un rincón íntimo del Born, gracias al visionario argentino Máximo Cabrera. Aunando ciencia, arte y sostenibilidad, sorprende con platos que no son lo que parecen, como la melena de león a la brasa, el paté de tempeh o el tiradito de sandía. Banys Vells, 20. **2. Agreste Mar (Barcelona)**. La pareja Fabio Gambirasi (a los fogones) y Roser Asensio (en sala), aclamados por su restaurante Agreste (ahora en obras), trasladan su excelente cocina italo-catalana al hotel Serras. Prueba los ravioli de parmigiano madurado, los tagliarini con cigala o el pichón con salsa café de París. Pº Colom, 9. **3. La Mar**

Madrid by Gastón Acurio. A pocos pasos del estadio Santiago Bernabeú, el restaurante peruano del célebre chef Gastón Acurio (en su regreso a la capital) se va a convertir seguro en un nuevo hotspot. Un homenaje a las cevicherías de su país con un toque innovador y unos pisco sour de excepción. Av. General Perón, 36. **4. Itzuli (San Sebastián)**. El regreso con mayúsculas de Iñigo Lavado a Donosti. Recién inaugurado en el Hotel Luze, en el Monte Igueldo, aquí sirve su *cocina de emociones* en dos menús degustación que mezclan tradición vasca, elegancia Belle Époque y talento. Dos joyas: su terraza con vistas al mar y su vinoteca abierta. Gudamendi, 21.

POR ISABEL LOSCERTALES. FOTO JAVIER BRAVO, ANTONIO CAPOTE.



Desde un aperitivo informal hasta el clásico tardeo al sol, Mionetto se convierte en el compañero esencial para capturar momentos especiales

Brindis con ESTILO

Desde el corazón de Valdobbiadene hasta las terrazas más chic de nuestras ciudades, Mionetto aterriza en España con la promesa de convertir cada brindis en una experiencia única y auténticamente italiana. Más de 135 años de savoir-faire espumoso se condensan en cada botella, llevando consigo la

esencia vibrante y sofisticada de la Bella Vita italiana.

Fundada en 1887 en la región del Véneto, Mionetto es mucho más que una bodega: es un icono. Su secreto reside en un meticuloso proceso de elaboración: el método Charmat-Martinotti- que permite capturar toda la frescura, ligereza y carácter afrutado de la uva Glera. ¿El resultado? Un prosecco fresco, ligero y afrutado que seduce desde el primer sorbo.

UNA GAMA PARA TODOS LOS ESTILOS

Desde el icónico Prosecco DOC Treviso Brut hasta el delicado Prosecco DOC Rosé, pasando por una opción 0.0% que conserva el espíritu festivo sin alcohol. Para los más exigentes, la joya de la corona: el Valdobbiadene DOCG Brut, máximo exponente de la excelencia enológica italiana. ¿Para completar? Mionetto presenta su propio aperitivo, un elixir de color naranja rojizo elaborado con hierbas aromáticas, frutas y cítricos, que evoca el alma vibrante de un Spritz al atardecer.

Porque Mionetto, más que una bebida, es una invitación a vivir con buen gusto. A brindar sin motivo. A disfrutar del momento con el entusiasmo y la distinción que solo el espíritu italiano sabe inspirar.



MÁS INFORMACIÓN EN WWW.MIONETTO.COM

CON LUPA

Acude al dermatólogo ante cualquier signo de alerta, como lunares o marcas en la piel que han cambiado de color, tamaño o forma. Vigila si son asimétricas, tienen bordes irregulares o un tamaño superior a seis milímetros.



- SALUD -

asignatura PENDIENTE

Que levante la mano quien acude al dermatólogo cada año para revisar lunares, pecas o manchas. Y quien utiliza fotoprotección a diario. Prevenir el cáncer de piel es un reto en un país con casi 300 días de sol al año.

POR MYRIAM SERRANO

Empieza la temporada de baños, pero también la de toma de conciencia del riesgo del daño solar. El 23 de mayo es el Día Mundial del Melanoma y el 13 de junio el de Prevención del Cáncer de Piel. Por mucho que la comunidad científica y médica se esfuerce en divulgar datos y normas preventivas, los mismos expertos advierten de que los españoles no aprobamos esta materia. Y eso que en nuestras zonas costeras, de la meseta norte hacia el sur e islas, gozamos de cerca de 300 días de sol al año y un estilo de vida al aire libre. «A favor tenemos un fototipo medio II-III con pelo castaño y ojos castaños, es decir, una piel adaptada, una alimentación y hábitos saludables, y hemos tomado conciencia, pero no es suficiente», asegura el doctor y fotobiólogo José Aguilera. «La cultura de la fotoprotección no es únicamente ponerse crema y ya, se trata de entender y adoptar una filosofía de vida

El 50% de la población aún no se aplica fotoprotección de forma regular. El 30% no la reaplica de forma adecuada.

que implica que cada mañana, igual que te arreglas y desayunas antes de salir de casa, hay que protegerse del sol; en el caso de los niños debería ser obligatorio porque la piel tiene memoria y el daño es acumulativo. Hay que concienciar que la luz solar, a la larga, es peligrosa y puede derivar en cáncer».

El 80% de los casos de cáncer de piel son a causa del daño solar y se diferencia en tres tipos de tumores: «El primero y más común es el carcinoma basocelular, que se produce en la capa basal de la epidermis, la más superficial, con una incidencia de 120-130 casos por cada 100.000 habitantes; el segundo es el carcinoma espinocelular, con unos 40 casos por 100.000, ambos son externos y crecen hacia afuera, se extirpan y ya está. Pero el tercero, el melanoma, lo hace hacia dentro y es el más peligroso, puede ser mortal. Se da en un porcentaje más bajo debido a la exposición solar, ya que también influye un perfil genético específico. Un lunar no vigilado puede convertirse en un melanoma en cuestión de meses», advierte el doctor Aguilera.

DETECCIÓN DEL MELANOMA

Este tumor cutáneo maligno, menos frecuente y más agresivo, deriva de los melanocitos, las células que fabrican el pigmento de la piel. «Puede aparecer en cualquier localización, incluyendo palmas de las manos y plantas de los pies, cuero cabelludo o mucosas», explica la doctora Laura Rodríguez, >



.....
Dr. José Aguilera
Coordinador del
grupo español de
Fotobiología de la
AEDV. Universidad
de Málaga.

«El mejor protector»

Al doctor José Aguilera le gusta decir que «el mejor fotoprotector que existe es el que la gente usa». Si alguien sabe del tema en nuestro país es este didáctico fotobiólogo malagueño. Ha liderado un *dream team* de dermatólogos españoles para crear un innovador producto, Dermaprotect de Rilastil, adaptado a las necesidades de la piel en las condiciones reales del sol en nuestro país.

¿Y cómo es el sol en España?

Vivimos y disfrutamos el sol como en ningún otro lugar del mundo. Tenemos mucha incidencia de radiación solar, a la que nos exponemos por nuestros hábitos de vida y por ser una zona vacacional. Desde Cap de Creus hasta Málaga, en toda la costa mediterránea es muy parecido. En el norte no es tan intensa, pero ojo porque los rayos UVA son muy engañosos con la nubosidad, también en las Canarias. Estos nos envejecen por fuera y por dentro.

Peor están en Australia...

Sí, junto a otros países más cercanos a la línea del ecuador. Los que tienen mayor incidencia de cáncer de piel son aquellos donde la sociedad proviene de los países nórdicos o escandinavos, que tienen fototipos de piel I y II, pieles muy blancas, rubios con ojos claros o pelirrojos con pequitas. Los originales de Australia son los aborígenes, negros, pero su sociedad se construyó con emigrantes nórdicos, ingleses e irlandeses que se fueron allí y a Nueva Zelanda, donde la radiación es muy fuerte y sus pieles no adaptadas han sufrido. Después vendrían Estados Unidos y Europa con los nórdicos a la cabeza. Los españoles nos ponemos morenos pero no nos quemamos, estamos por encima de Italia, donde son más blanquitos.

Se está innovando mucho con los fotoprotectores, tanto en texturas como en alta eficacia, ¿qué está fallando?

La vagancia, así de claro. Y la poca conciencia, nosotros llevamos a cabo una ardua tarea de divulgación, pero falta cultura, y es desde niños cuando se tiene que educar para que llegue a los adultos. La tasa de protección entre las mujeres cada vez es más alta, y también parece que con toda la moda del skincare, las niñas y adolescentes están tomando conciencia. A los hombres, en cambio, les cuesta más. Y no vale ponerse crema solo en la playa o la piscina.

¿El precio es un factor disuasorio?

Hay diferentes opciones, aunque yo siempre pido que se use un producto que tenga detrás investigación y esté avalado científicamente. No debería ser una excusa, más dinero se gasta uno en otras muchas cosas, y aquí estamos hablando de una cuestión de salud.

¿Qué aporta de nuevo el fotoprotector que han creado?

Llevamos una batalla de 100 años en investigación, desde que entre los marines de Estados Unidos se empezaron a detectar casos de melanoma debido a la exposición solar continuada. Los niveles de exigencia ahora son altísimos, la FDA en Estados Unidos exige muchísimo, allí un fotoprotector es un fármaco, y en Europa se obliga a un etiquetado muy claro. Nosotros hemos incluido principios activos que aportan y reestructuran el daño y que no interfieren en tratamientos estéticos ni cosméticos, testados en pacientes con todo tipo de problemas de piel.

¿Los niños son los más vulnerables?

Sí, los primeros daños solares los vemos en sus pecas, las primeras manifestaciones de hiperpigmentación. Son muy necesarias las campañas de educación en los colegios. En Australia no pueden salir al recreo sin usar su fotoprotector, que llevan en la mochila junto a una gorra. Y no pierden vitamina D, al contrario. Pues aquí debería ser igual, tenemos que llegar a eso.



- PROTECCIÓN DE AQUÍ -

1. Dermatólogos expertos españoles se han unido para crear un protector solar pensado para protegernos (y disfrutar) bajo las características de nuestro sol: Dermaprotect de Rilastil, avalado científicamente, con textura ultraligera y que protege de la radiación, polución y daño oxidativo (30,75 €). 2. Isdin, marca referente en el sector, tiene un producto específico recomendado en casos de cáncer de piel no melanoma: Eryfotona AK-NMSC Fluid, para la prevención y tratamiento adyuvante de la queratosis actínica (AK) y otras formas de cáncer cutáneo no melanoma (NMSC). También reduce y mejora el campo de cancerización cutáneo subclínico (30,95 €).

dermatóloga de MGC Mutua. «En la mayoría de los casos empieza como una mancha en la piel, inicialmente sin relieve pero de un color muy oscuro o negro. En algunos casos, nos podemos encontrar con lesiones que ya tienen relieve desde el inicio. Las personas más propensas a padecerlo son las de fototipo de piel clara y ojos azules, que se pigmentan poco tras la exposición solar; las que presentan múltiples lunares en el tronco y las extremidades; los pacientes con antecedentes familiares de melanoma y aquellos que tuvieron una exposición excesiva a la luz solar, sobre todo en edades tempranas».

La mejor prevención es la protección, especialmente importante en niños y adolescentes. «El 39% de los niños se quema frecuentemente cada verano. Sufrir 5 quemaduras de piel antes de los 20 años aumenta el riesgo de padecer melanoma en un 80%», explica la doctora Georgina Logusso, medical marketing manager de Isdin, marca especializada en fotoprotección.

Otro factor importante son «las revisiones periódicas por parte del dermatólogo, sobre todo, si detectamos una mancha nueva en la

piel o un cambio en algún lunar previo y si presenta una zona total o parcialmente negra, si sangra o si se aprecia alguna herida en la superficie», aconseja la doctora Rodríguez. «El tratamiento del melanoma es básicamente quirúrgico, con escisión de la lesión, para utilizar después quimioterapia, radioterapia o inmunoterapia», concluye.

LA REGLA DE ABCDE

El 99% de los melanomas son curables si se diagnostican en su inicio. La autoexploración es esencial, coinciden los especialistas. Atención si presenta algún elemento de la regla ABCDE: Asimetría en su forma; Bordes irregulares o difusos; Color desigual o con dos o más tonos; Diámetro mayor de 6 mm; Evolución con cambios de forma, tamaño o color. Examina todo el cuerpo, incluso por detrás con un espejo. Si detectas algún lunar sospechoso o una lesión, ve al dermatólogo. En mayo y junio puedes apuntarte a las revisiones gratuitas de la Campaña Euromelanoma, que en España cumple 25 años (euromelanoma.eu), o visitar Skin&Cancer (skinandcancer.es), de Laboratorios Pierre Fabre. No hay excusas.

FOTO: ISTOCK.

Prevención y cuidado

Ante el aumento de casos, la doctora Gracia-Cazaña apela a la eficacia y la responsabilidad.

¿Qué incidencia tiene el cáncer de piel en España?

En los últimos años ha experimentado un alarmante aumento, creciendo un 40% en solo cuatro años. Más de 78.000 personas son diagnosticadas cada año solo en nuestro país y se estima que unos 7,3 millones de europeos conviven con esta enfermedad. Aunque existen varios tipos, los más comunes son el carcinoma de células basales, el de células escamosas y el melanoma, el más agresivo y con peor pronóstico. A pesar de que es uno de los tipos de cáncer más prevenibles, se espera que para el año 2040 el melanoma se convierta en el segundo tumor más frecuente a nivel mundial. Estos datos reflejan la importancia de la prevención y el cuidado frente a la exposición solar, ya que actuar a tiempo puede marcar una gran diferencia.

¿Hay que temer al sol?

No se trata de vivir con miedo, pero hay que disfrutarlo con responsabilidad: evitar la exposición en las horas de mayor intensidad, usar protección solar adecuada y adoptar pequeños hábitos a largo plazo.

¿Qué le pides a un fotoprotector?

Que sea eficaz ante cualquier tipo de radiación, pero que también respete las pieles sensibles y las que han recibido tratamientos para el campo de cancerización por queratosis actínicas.

Que tenga una textura agradable que facilite su uso diario y fomente la constancia, sobre todo en pacientes que ya han padecido algún tipo de cáncer de piel.



Dra. Tamara Gracia-Cazaña
Fundación Piel Sana AEDV, a cargo de las campañas de protección solar. Hospital Universitario Miguel Servet, Zaragoza.

- DESTINOS INOLVIDABLES CON SELLO MELIÁ -

Una historia mágica DE VERANO

Es tiempo de disfrutar y visitar lugares sorprendentes que transformen nuestro verano en un recuerdo imborrable. Meliá te propone destinos y hoteles únicos para que este verano lo difícil sólo sea elegir.

Esperamos todo el año la llegada del verano para desconectar, descubrir y vivir momentos inolvidables. Buscamos destinos especiales, que nos inspiren, nos sorprendan y nos hagan vivir sensaciones únicas. Desde las aguas cristalinas de las playas de Baleares y la belleza salvaje de las Islas Canarias hasta la energía de la costa española o el encanto inexplorado de la Riviera Albanesa. Cada destino tiene su propio encanto.

¿DÓNDE VAMOS?

En Baleares la oferta es de altura. Cualquiera de sus islas es una maravilla que aglutina la esencia mediterránea de la que te vas a enamorar. En Meliá Ibiza vivirás en mediterráneo puro; descubrirás las playas más espectaculares en Meliá Cala Galdana (Menorca); y disfrutarás del estilo auténtico y vibrante de Meliá Calviá Beach y Meliá South Beach (Mallorca).

Pero si lo que buscas es naturaleza y tranquilidad, Meliá La Palma es la opción ideal. Rodeado de plataneras junto a la playa de Puerto Naos, este fantástico hotel en la Islas Canarias te brinda días de naturaleza transformadora y noches de calma bajo un cielo estrellado.

En la Costa Brava, Meliá Lloret del Mar combina ocio y descanso en un entorno idílico. Es un verdadero refugio único a orillas del Mediterráneo.

Y para los que quieran descubrir nuevos destinos fuera de nuestras fronteras, Meliá Durres Albania, en la impresionante Riviera Albanesa, te sorprenderá por sus playas vírgenes y su inesperado encanto mediterráneo.



Arriba, las vistas desde Meliá Cala Galdana y a la derecha, su suite The Level. Debajo, el The Level Roof Top Pool en Meliá Ibiza.



THE LEVEL, LA EXPERIENCIA QUE BUSCABAS

Este verano, vive una experiencia incomparable con The Level, el servicio exclusivo de Meliá Hotels & Resorts que eleva tu estancia a un nivel único. Accede a suites con las mejores vistas y disfruta de áreas privilegiadas del hotel, donde cada momento se convierte en algo extraordinario. Relájate en espacios reservados, recibe servicios personalizados y disfruta de atenciones excepcionales que harán de tus vacaciones una experiencia inolvidable. Un cóctel al atardecer, despertar con vistas a la naturaleza y el mar...The Level transforma tu experiencia en un recuerdo imborrable.

no solo COCHES

Toda una declaración de intenciones: CUPRA Design House ve la luz en la Semana del Diseño de Milán 2025, dejando claro que es, desde ya, una rebelde e innovadora marca de estilo de vida.

POR ESTER AGUADO

Han abierto las puertas a todo un universo, el del lifestyle, porque el del diseño ya lo dominaban con sus coches disruptivos, poderosos, elegantes... El caso era sorprender, salirse de lo convencional sin renunciar al estilo. Y lo han logrado. Ahora, con luces que responden al entorno y crean experiencias inmersivas, tejidos innovadores que cambian de color y muebles modulares vanguardistas con alma deportiva. Así es la CUPRA Design House que ha revolucionado Milán. Y eso, en la capital de la moda y del diseño industrial, es decir mucho.

Desde esta premisa, CUPRA ha empezado ya a colaborar con creativos visionarios de diferentes disciplinas (como MAM, Zellerfeld o Harper Collective) para reclamar el diseño de moda e industrial como un nuevo pilar dentro de su filosofía de marca en la que cada línea, textura, detalle es una expresión de su espíritu rebelde. Hablamos con Cécilia Taieb, directora de operaciones (COO) de la CUPRA Design House y Directora Global de SEAT y CUPRA, que nos desvela más secretos...

¿De dónde parte este proyecto?

La idea surge hace algo más de nueve meses... Desde que nació CUPRA, en 2018, siempre hemos tenido un merchandising muy diferencial y los clientes, sobre todos los más jóvenes, pedían más. Así que nos reunimos internamente y pensamos *outside the box* en cómo aplicar nuestra obsesión por el diseño más allá de la automoción y extenderla a los ámbitos de la creatividad, la innovación y la conexión humana. Así que fuimos desarrollando productos y cuando hemos tenido algo tangible, se lo hemos presentado al mundo.

¿Y hacia dónde se dirige CUPRA Design House?

La estrategia es clara: tenemos tres pilares importantes: CUPRA Collection, CUPRA Collabs y CUPRA Beyond. La Collection se compone de esa ropa con nuestro

logo que vamos a llevar más allá, porque estamos trabajando en toda una línea deportiva empleando tecnologías que utilizamos en los coches, como el 3D Knitting –que también emplea Nike–. La segunda pata es Collabs y aquí entran colaboraciones con empresas que comparten nuestros valores. Por ejemplo, un prototipo futurista que combina un chaleco con capucha con una mochila integrada, creando una llamativa pieza que deja entrever nuestra próxima colaboración con la casa de joyas MAM, o las maletas de plástico reciclado de Harper Collective, la empresa de Sebastian Manes y Jaden Smith –el hijo del actor Will Smith–, un apasionado de la sostenibilidad. No sé si sabes que parte de los interiores de nuestros coches también están hechos con plástico reciclado de los residuos que se recogen del mar.

CUPRA Beyond incluye proyectos en distintos espacios y territorios, como el diseño de productos, la arquitectura y el interiorismo...

Ése es el tercer pilar. Y ahí nos ofrecemos a crear lo que nos pidan: ahora mismo tenemos una cadena de hoteles que nos ha propuesto que diseñemos una habitación para ellos con la estética de CUPRA. Para la Copa América, De Antonio Yatchs nos encargó que customizáramos unos de sus barcos.

¿Y esos objetos podrán comprarse?

Algunos sí y otros son prototipos que nos llevarán a cosas más comerciales. Por ejemplo, la Adaptive Knitting Piece, hecha con materiales y tecnología que utilizamos en nuestros coches, ha inspirado la colección de ropa deportiva que presentaremos en octubre, que se podrá adquirir en CUPRA Marketplace (es-shop.CUPRAofficial.com). Por ejemplo, las zapatillas en 3D que hemos hecho con Zellerfeld (249 €), ya se pueden comprar. Y las maletas de Harper Collective llegarán en septiembre.

¿Es una forma de que los jóvenes que aún no se pueden comprar un coche se acerquen a la marca?

¡Exacto! Pero es que siempre hemos sido una marca de lifestyle, en la que los valores de coherencia y autenticidad y el diseño diferencial, transgresor, están en el centro. Todo lo que desarrollamos respeta nuestro código de diseño, nuestros colores... incluso nuestro refresco de Vichy Catalán de CUPRA nos representa. Y todo, sin comprarte un coche.

La firma de joyas
barcelonesa MAM ha
diseñado una mochila
con capucha muy
futurista para CUPRA.
Abajo, la zapatilla en
3D ZELLERFELD x
CUPRA.



EL EQUIPO CREATIVO

Abajo, el Adaptive Knitting Piece. A la dcha., el equipo directivo de CUPRA Design House: Jorge Díez, Francesca Sangalli, Cécilia Taïeb e Ignasi Prieto.



El nuevo y espectacular sillón CUPRA Lounge Chair.



«No hemos hecho un spin-off, esto no es una compañía diferente: somos los mismos, para asegurar la coherencia y la autenticidad».

Cécilia Taïeb, COO de CUPRA Design House



Las maletas de HARPER COLLECTIVE, la marca de Jaden Smith y Sebastian Manes.

- MOTOR -

BUENO, BONITO y barato



El nuevo Citroën C3 Aircross es el SUV compacto más asequible del mercado. Llega completamente reinventado y es tan elegante, inteligente, confortable y funcional que no podrás resistirte: seas aventurera o familiar. ¡Y es el único con 7 plazas!

Aprovechando la reciente renovación de su modelo C3, Citroën se ha animado a hacer lo mismo con el Aircross, su SUV compacto, con el que comparte plataforma en su variante europea, de ahí su atractivo precio. El nuevo C3 Aircross ofrece protección, robustez, facilidad de acceso—su gran distancia al suelo facilita la entrada de los pasajeros, al tiempo que ofrece mejor visión de la carretera— y sensación de seguridad... y todo con un estilo musculoso y moderno. Su altura y sus dimensiones han cambiado: 4,39 metros de longitud para el 5 plazas, que ofrece el mejor espacio interior entre los SUV compactos en la segunda fila; además, es el único con una versión de 7 plazas en el mismo y versátil espacio.

También va bien equipado: con nuevos asientos para una sujeción óptima, un volante de tamaño reducido, una suspensión con doble tope hidráulico progresivo y todas las tecnologías de asistencia a la conducción, junto con un sistema de infoentretenimiento de última generación que incorpora una pantalla táctil de 10,25 pulgadas. Hasta que llegue la versión híbrida 136, el C3 Aircross está disponible a partir de 18.990 € en gasolina y desde 26.490 € en versión eléctrica, la primera en un SUV compacto dentro de la casa francesa, con autonomía de más de 300 km. citroen.es

- LLÉVATELOS DE VIAJE -

Te traemos algunos gadgets tecnológicos que te harán disfrutar del camino... ¡Pruébalos!



Fotos al instante

Con la nueva cámara instantánea Instax Mini 41 de Fujifilm (109 €) podrás disfrutar de tus fotos impresas en papel segundos después de hacerlas.



Con la música a otra parte

LG nos trae este nuevo altavoz portátil de 30 W: se llama Xboom Grab by will.i.am (149 €): es resistente, lleva sonido 1A y es perfecto porque cabe en la mochila.



Para oírte mejor

Estos auriculares inalámbricos de Huawei se llaman FreeArc (99 €) y son una deportiva apuesta muy interesante: ergonomía y calidad unidos.

Deco mediterránea

Entrar en la nueva tienda de Mango Home es hacerlo en una casa soñada. Un recorrido por todas sus estancias, desde la cocina y el comedor, con vajillas de porcelana de Portugal o ropa de casa multicolor en tejidos orgánicos, hasta el espacio más singular, un patio de inspiración mediterránea. Sucesivas colecciones y colaboraciones con artesanos. En Avenida Diagonal, 586, Barcelona. Pronto en Madrid, Zaragoza y Bilbao.



Fuente para tartas
MANGO HOME
(29,99 €).

Vivir MEJOR

EDITOR'S CHOICE

Un vino personalizado, la lectura de una colega, un detalle para casa, un baño aromático y algo rico, pequeños grandes placeres.

Myriam Serrano, redactora jefa.

Almodovariana

Roche Bobois celebra el vínculo entre el cine y el diseño, con una colección dedicada a Pedro Almodóvar y otra firmada por Rosy de Palma.



Fitoterapia

MyGreen Cosmetics mezcla aceites vegetales, plantas medicinales y aromaterapia. Para uso facial, como booster o para un baño relajante.



Díselo con vino

Bodegas Figuero propone su vino Milagros, un tinto Ribera del Duero de carácter frutal, para expresar sentimientos. Su bonito estuche incluye un rotulador rojo.



Debut literario

La periodista Mayka Jiménez de Arana se estrena como escritora con esta novela sobre tres mujeres, dos épocas y un único secreto que atrapa.



Café Pagès cumple 15 años

El emblemático café del barrio de Gràcia (BCN), hermano pequeño de Casa Pagès, mantiene un público fiel a sus tapas clásicas, sus cuidados menús y sus sesiones de rumba.

- HUAWEI WATCH 5 CON MULTI-SENSOR X-TAP -

Deporte y salud en tu muñeca

Huawei celebra una década de innovación con el lanzamiento del nuevo HUAWEI WATCH 5: un smartwatch que introduce una nueva tecnología X-TAP, el primer Multi-sensor todo en uno de la industria que supone una verdadera revolución en salud inteligente.

Gracias al Multi-sensor X-TAP puedes obtener un mini chequeo de salud completo en tan solo 60 segundos. Así de rápido y así de fácil: basta con apoyar el dedo sobre la esfera del reloj durante tres segundos y, en un solo gesto, accedes a la medición simultánea de hasta siete indicadores de salud, incluyendo ritmo cardíaco, oxígeno en sangre, respiración y, como gran novedad, la variabilidad de la frecuencia cardíaca, un parámetro esencial para detectar el estrés físico y emocional.

La precisión de sus mediciones no tiene precedentes: con su nueva función de oxígeno en sangre en la punta del dedo, supera a todos los relojes inteligentes del mercado e incluso rivaliza con los oxímetros de pulso profesionales en la punta de los dedos. ¡Una auténtica pasada!

Además, su ajustado control de gestos permite interactuar con el reloj de forma fluida y sin tocar la pantalla. Con solo un doble deslizamiento o doble toque, puedes responder llamadas, navegar o acceder a tus funciones favoritas. Una solución práctica y elegante para un estilo de vida activo.

LA TECNOLOGÍA MÁS PUNTERA

Equipado con funciones como llamadas, navegación móvil, control por gestos, doble modo de batería e interacciones

Huawei demuestra que lo funcional y lo bello pueden coexistir sin compromisos

intuitivas, este smartwatch redefine lo que significa estar conectado. Compatible tanto con Android como con iOS, se adapta sin esfuerzo a tu ritmo de vida ofreciendo una experiencia diez.

Para coronar, la nueva pantalla LTPO 2.0 deslumbra con hasta 3000 nits de brillo, biseles ultrafinos y una impresionante relación pantalla-cuerpo del 82,5%, asegurando una visualización perfecta incluso bajo el sol del mediodía. Todo lo que puedas imaginar para un reloj que tiene y debe estar a la altura.

ALMA DE ALTA RELOJERÍA

Huawei se inspira en el universo para diseñar un smartwatch con acabados de auténtico lujo. Desde la aleación de titanio de grado aeroespacial hasta el acero inoxidable 904L de altísima resistencia, el WATCH 5 encarna el equilibrio perfecto entre durabilidad y refinamiento. Su diseño aerodinámico, inspirado en la línea Kármán, el límite invisible entre la Tierra y el espacio, abraza suavemente la muñeca, creando una silueta pulida, ligera y cómoda para llevarlo en el día a día.

COLORES INÉDITOS: AMOR A PRIMERA VISTA

El nuevo HUAWEI WATCH 5 se estrena con 4 modelos diferentes en 2 tamaños, 8 colores y tres materiales: titanio de grado aeroespacial en colores marrón, plata y púrpura; acero inoxidable 904L en oro arena y beige; y acero inoxidable 316L en negro, blanco y verde. Tonos únicos que transforman cada modelo en una joya tecnológica ¡con mucho estilo!



No es solo un accesorio: es una declaración de estilo, precisión y sofisticación

MULTI-SENSOR X-TAP

Permite medir
7 indicadores
de salud en tan
solo un minuto.
Todo un hito de
la tecnología
punta de Huawei,
en constante
evolución.





Safe & chic

El verano es para disfrutarlo con libertad y romper reglas, pero protegerse los ojos de la radiación solar es vital. Mr. Boho lanza su colección de gafas de sol más atrevida e irreverente, para que estés protegida y te sientas bien: 90 novedades, incluyendo 6 monturas nuevas y una actualización de las líneas esenciales de la marca (en la foto, modelo Naive-El Patio). En cuanto a los colores, van de laminados complejos a acetatos exclusivos, junto al Carey clásico en contrastes.

buenas IDEAS



FLUIDO LIGERO

Time-Filler Intensive 5XP, de Laboratorios Filorga, es un sérum (inspirado en las inyecciones de toxina botulínica) que trata específicamente las líneas de expresión (entrecejo, patas de gallo, frente, labio superior y surco nasogeniano) para corregirlas sin inyecciones.

Fitness facial antiedad

Es una de las tendencias en bienestar, con resultados visibles sin cirugía ni procedimientos estéticos. La fundadora de la plataforma de fitness facial UpFace, Katia Sol, ha desarrollado un método antiaging propio para incorporar a la rutina diaria.



UN BONITO DETALLE

Jose Luis Joyerías, con más de 50 años de historia, se ha unido al diseñador Juan Vidal para crear un **pañuelo único** (inspirado en **los colores y las tallas** de las gemas de las joyas de la marca) con el que agradecer la fidelidad de sus clientes. Se puede conseguir en las más de 100 joyerías de la marca y en su tienda online hasta fin de existencias.

NO SIN MI SPF50+

Tanto si practicas deporte al aire libre como si te sientas a una terraza a tomar el aperitivo, no olvides proteger tu piel. SPF 50+ Active [D] Hydra Gel es el nuevo protector solar facial de MartiDerm, con una textura gel de rápida absorción, **efecto matificante y fórmula oil control**. Tu piel te lo agradecerá.



ELEGANCIA ETERNA

La colección de joyería CK Meridian, de Calvin Klein, muestra un **equilibrio natural entre sensualidad y minimalismo**.

Inspirada en la ligereza del verano y la arquitectura de la vida moderna, refleja una elegancia refinada, con líneas limpias y geométricas, que se materializan en tres piezas: reloj, brazalete y anillo.



- LUZ GRADUADA -

Las cortinas Velux –en una amplia gama de colores y opciones: plisadas, opacas o translúcidas– son la solución ideal para ajustar la luminosidad y crear el máximo confort en tu hogar, día a día. Podrás graduarlas a mano con la barra de control o a distancia, estés donde estés, con la Velux app Control.



LABIOS BIEN CUIDADOS

Flor de Mayo, de Laboratorios Neum Spain, lanza una línea especial de cuidado labial, Lovely Lips, con **ingredientes reparadores, nutritivos e hidratantes**. Se presenta en dos sets distintos: Lovely Cherry Glow (aceite labial y mascarilla de noche, en la foto) y Lovely Lips Cherry & Vainilla (bálsamo hidratante en dos aromas y exfoliante labial).

Inspirándose en las *zonas azules del planeta* (cuya población tiene una elevada longevidad), Futura, la línea antiedad de Collistar, actúa sobre los 4 procesos ligados al envejecimiento cutáneo: inflamación, oxidación, glicación y metilación.



flechazo |

feliz CUMPLEAÑOS

Loewe celebra el 10º aniversario del icónico bolso Puzzle con una espectacular colección de 19 reediciones y un nuevo diseño conmemorativo.

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegian

O escanea el código QR:



Bolso Puzzle 10
Pixel Re-edition
LOEWE (4.000 €).

En 2015 nació uno de los bolsos más emblemáticos de nuestros días: el Puzzle, el primero que Jonathan Anderson diseñó para Loewe durante su década como director creativo, inspirado en el arte japonés del origami. Pronto se convirtió en todo un icono y, para celebrarlo, la casa de origen español acaba de presentar Puzzle 10, una colección con 19 espectaculares reediciones... Como el Pixel, que vio la luz en el desfile SS23, donde los juegos retro y los gráficos digitales conquistaron la pasarela y a figuras como A\$AP Rocky, que convirtió este modelo en viral. Elegantemente futurista.

POR ESTER AGUADO.
FOTO UGE RUBIO. AGRADECIMIENTOS: LEGO.

biokera
—natura—

BIO PLAS TIA

ALISADO BOTÁNICO QUE REVOLUCIONA LOS TRATAMIENTOS PROFESIONALES

Alineamiento profesional
con moléculas AHAs naturales

**SULFATE,
PARABEN FREE
& VEGAN**

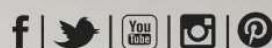


Revitaliza • Cauteriza • Nutre • Reestructura • Sella •
Resultados excepcionales y duraderos



SaLerm
COSMETICS

www.salerm.com



HardWear by Tiffany

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

Una expresión de la fuerza
transformadora del amor.



Tiffany.com | © 2023 T&CO.

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