

ELLE

MAYO 2026 N° 476
6,99 € (SPAIN)
CANARIAS 7,14 €

MODA CON TWIST

**EL
NUEVO
HIT**

**EL PAÑUELO
MARCA ESTILO**

**EL PODER
DE LA MÚSICA**

OLIVIA DEAN
en portada

**LOLA ÍNDIGO
CARMINHO
LUZ CASAL**

**ESPECIAL
BELLEZA**

**CUERPOS EN
CLAVE DE SOL**



8 4 13042 680604



LOEWE
AIRE

SUTILEZA
Elixir

A close-up, high-resolution portrait of a woman's face, focusing on her eyes and nose. Her hair is dark and appears to be blowing in the wind, creating a sense of movement. The lighting is soft and directional, highlighting the texture of her skin. The word "LOEWE" is printed in a bold, yellow, serif font across the lower-left portion of her face.

LOEWE

CHANEL







Loro Piana

טווח טווח





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



HardWear by Tiffany
Un símbolo del poder del amor.



THE NEW INTENSE FRAGRANCE

ZADIG & VOLTAIRE

ZADIG



Nueva Boutique
Ortega y Gasset 8, Madrid

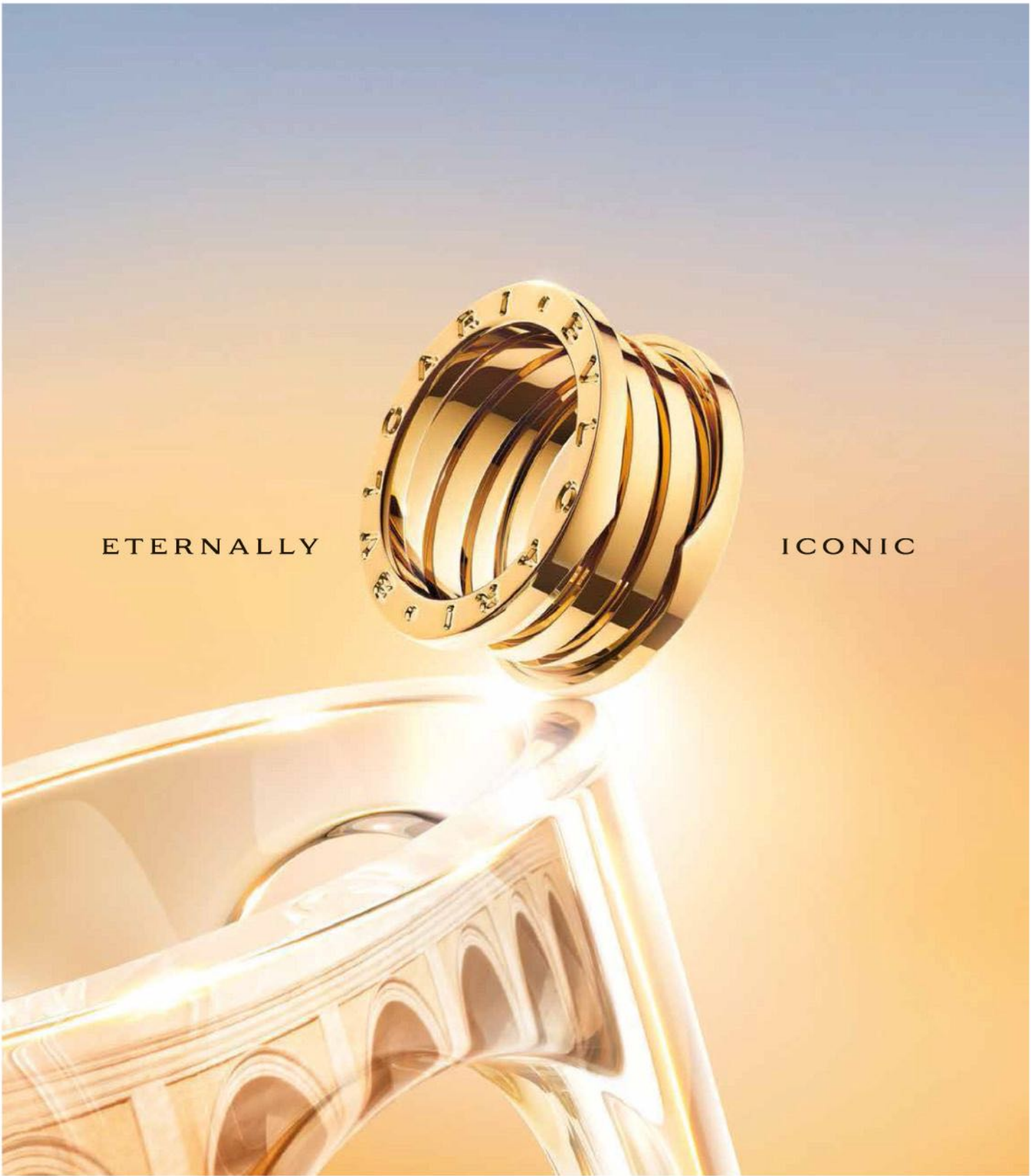
Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme desde 1906





Lucky Spring
Anillo Entre les Doigts



ETERNALLY

ICONIC

BVLGARI

ROMA 1884

B·ZERO1 COLLECTION

ELLE

MAYO N° 476

FOTO: XAVI GORDO. MAQUILLAJE Y PELLUQUERÍA: CRISTO RODRÍGUEZ (@CRISTORODRIGUEZ). ASISTENTES DE FOTO: PIETRO FRIZZI Y MARIANA MAGLIO. SET DESIGN: ALESSANDRO GUERRIERI Y CAMILA CONIGLIANO. ASISTENTE DE ESTILISMO: EMMA GUARDANS. LOLA INDIGO LLEVA CAZADORA ROSA EN NYLON, DE SEDA CON CUELLO DE TUL Y CREMALLERA DE FENDI, Y PENDIENTES Y PULSERA 'CLASH' EN ORO ROSA, ÓNIX Y DIAMANTES, TODO DE CARTIER.



98

Una nueva
Lola Indigo

SECCIONES

28 OPINIÓN Ana Iris Simón.

252 HORÓSCOPO ¿Qué te deparan los astros este mes?

254 UNO ENTRE NOSOTRAS
Jacobo Bergareche.

ESTILO

31 VÍCTOR O VICTORIA La fusión masculino y femenino arrasa.

40 SYBILLA FOREVER Las piezas atemporales de una diseñadora icónica.

46 EL JUEGO DEL PAÑUELO Todas las opciones para lucir este 'must'.

48 UN LIENZO EN TUS MANOS Tres artistas crean el pañuelo de ELLE.

54 ESCUELA DE COLOR Las gafas de sol de Lucía y Helena Cuesta.

58 ODA A LA ARMONÍA Alex Rivière nos abre su armario perfecto.

64 FRONT ROW Toma asiento y ficha los bolsos 'cool' de la temporada.

72 EL ARTE DE BRILLAR La modelo Almudena Cañedo: pintora de moda.

78 FLECHAZOS Para 'fashion lovers'.

MAGAZINE

87 OLIVIA DEAN La estrella del 'neo-soul' que no podemos dejar de escuchar.

98 LOLA ÍNDIGO Regresa, tras un parón necesario, exultante y con gira.

106 CARMINHO La sensibilidad exquisita de la nueva reina del fado.

114 FANGORIA Alaska, Nacho Canut y su esperadísimo disco.

122 NIL MOLINER El cantante vuelve con 'Nexo' y un optimismo renovado.

126 LEIRE MARTÍNEZ Su debut en solitario con 'Historias de una niña'.

AGENDA

130 AGENDA Exposiciones, teatro, lecturas, música... Toda la inspiración para vivir un mes de planes sin fin.

ELLE 40X40

142 LAS 40 FABULOSAS DE LA MÚSICA Reconocemos la relevante aportación de 40 españolas destacadas a este arte imprescindible.

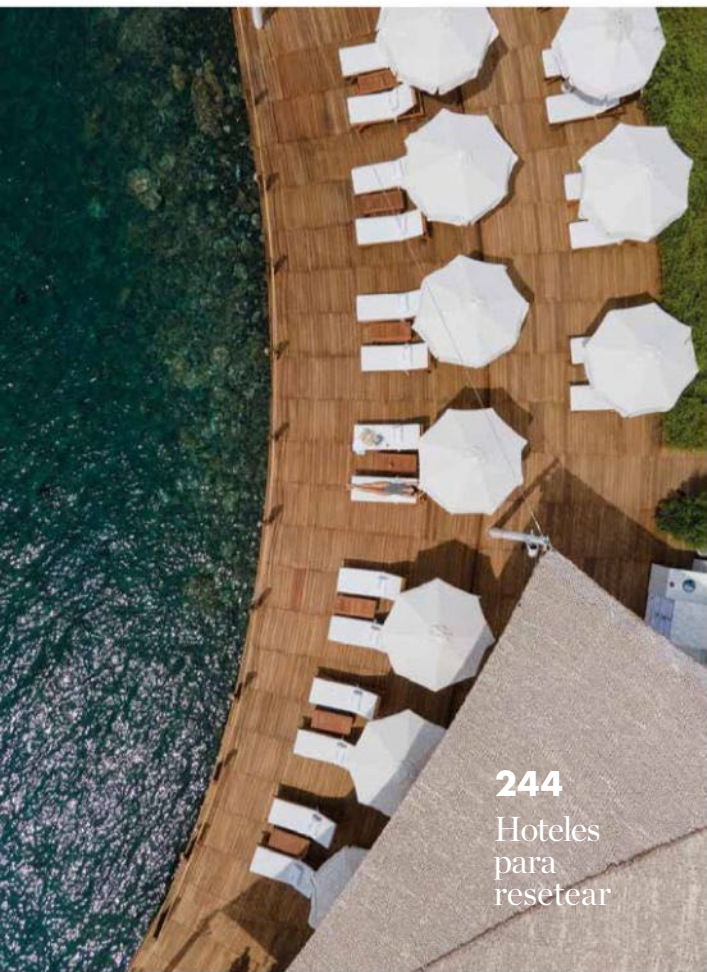




MESSIKA
PARIS



106
Carminho:
siempre
brillante



244
Hoteles
para
resetear

ELLE

150 EL JURADO Así se hizo la lista.

152 LUZ CASAL Una voz pionera, inigualable y libre de nuestra música.

160 UNA REVOLUCIÓN SILENCIOSA El papel femenino en el sector musical a lo largo de la historia y la historia que nos queda por escribir.

164 ELLE X WOMEN Una gran jornada emocionante y reflexiva.

ESPECIAL BELLEZA

172 ¡OPERACIÓN PELAZO! Las melenas más deseadas de la temporada.

178 EL HECHIZO DE LILY-ROSE Nos citamos con la actriz y su belleza natural.

184 OTRO PUNTO DE VISTA Ama tu cuerpo y regálale cuidados.

194 MISIÓN GLAM La actriz Vanessa Kirby y sus trucos para brillar.

198 MÁS ALLÁ DE UN ACORDE El nuevo perfume de la primavera.

200 ¿Y DESPUÉS QUÉ? Analizamos cómo evolucionan con el tiempo los tratamientos con toxina botulínica.

202 ON THE GO El multiusos imprescindible de tu 'make-up'.

206 TU REFUGIO Una fragancia que te hace sentir como en casa.

208 A PEDIR DE BOCA Los labios perfectos según Fabiana Sevillano.

214 ALIADOS PARA LA LONGEVIDAD Los suplementos 'proaging' con mayor potencial.

218 ALTO IMPACTO 'Beauty hits'.

220 Y SE HIZO LA LUZ... El aroma más radiante del momento.

222 UNA DÉCADA DE ÉXITOS La última entrega de una saga top.

224 FLECHAZOS ¡A la 'wishlist'!

MODA

228 A TODO BRILLO 'Looks' eclécticos que adoran las joyas.

236 EFECTO MINIMAL Estos son los nuevos básicos de tu guardarropa.

TRAVEL

244 CALMA TOTAL Refugios perfectos para desconectar.

248 EL FIN DEL MUNDO EN MADRID La banda La La Love You y sus lugares imprescindibles de la capital.

QUIOSCO



SUSCRIPCIONES



PORTADAS

Izquierda: **Lola Índigo** lleva 'blazer' negra con escote corazón abierto y camisa de algodón con puños XL, y pantalones de traje rectos, ambos de Givenchy, y pendientes 'Clash' en oro rosa y ágata verde de Cartier.

Foto: Xavi Gordo. Realización: Sylvia Montoliú. Maquillaje y peluquería: Cristo Rodríguez (@cristorguez). Asistentes de foto: Pietro Frizzi y Mariana Maglio. 'Set Design': Alessandro Guerrieri y Camila Conigliano. Asistente de estilismo: Emma Guardans.

Centro: **Olivia Dean** viste chaqueta 'sport' de Balenciaga, 'shorts' lenceros de Dolce & Gabbana y pendientes y anillos, todo de Cartier.

Derecha: La cantante con vestido de Chanel y pulseras y anillos, todo de Cartier.

Fotos: Felix Cooper. Realización: Alex White.

Peluquería: Sophie Jane Anderson. Maquillaje: Celia Burton para Hourglass Cosmetics. Manicura: Ella Vivii para Essie. Producción: MMXX.

CARMINHO LLEVA CAZADORA DE ANTE, CAMISA BLANCA Y JEANS; TODO DE STELLA MCCARTNEY. MOCA SINES DE CHURCH'S Y COLLAR DE LA COLECCIÓN 'TRINITY EN ORO AMARILLO'. ORO BLANCO Y ORO ROSA DE CARTIER. SILLA DE CUERO METÁLICA DE MAISONS DU MONDE. FOTO: XIMENA Y SERGIO. REALIZACIÓN: BARBARA GARRALDA. MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA: RAQUEL ÁLVAREZ (THE CREW ART). PISCINA DEL HOTEL D MARRIS BAY MARMARIS (TURQUÍA). FOTO D.R.

Ω



ELLE

DIRECTORA
BENEDETTA POLETTI

DIRECTORA DE BELLEZA
BLANCA GONZÁLEZ RUFINO

DIRECTORA DE MODA
LAURA SOMOZA

DIRECTORA CREATIVA
ANA NICIEZA RUBIO

DIRECTORA DIGITAL
AMAYA ASCUNCE

REDACTORA JEFE
HELENA R. MEDINA

ACTUALIDAD

JEFE DE ESTILO DE VIDA CRISTINA ALTOZANO
JEFE DE CULTURA Y ACTUALIDAD CLAUDIA SÁIZ
JEFE DE ENTERTAINMENT NOELLA HERMIDA

MODA Y BELLEZA

JEFAS DE ESTILISMO BÁRBARA GARRALDA Y SYLVIA MONTOLIÚ
PRODUCCIÓN CARMEN CAVESTANY

DISEÑO GRÁFICO

DIRECTORA DE ARTE YOLANDA MARÍN
JEFE DE EDICIÓN GRÁFICA ROSA RODRÍGUEZ

ELLE.ES

REDACTORA JEFE CARMEN BEJERANO
JEFE DE MODA PAULA LLANOS
REDACTOR JEFE DE ELLE GOURMET JOSÉ MANUEL RODRÍGUEZ
JEFE DE CULTURA BEGOÑA ALONSO
REDACCIÓN MARÍA MUÑIZ, LORETO BLANCO Y SARA ALCOCEBA
SOCIAL MEDIA STRATEGIST MARTA COLLIN LADRÓN DE GUEVARA
ASISTENTE DE REDACCIÓN Y DIRECCIÓN CRISTINA GIRONA
DOCUMENTACIÓN PILAR SANZ CALONGE
CESIÓN DE DERECHOS Y MATERIAL GRÁFICO documentacion@hearst.es

COLABORADORES Gemma Serrano, Jacobo Bergareche, Lidia A. Costa, Sylvia Obell, Marion Ruggieri, Amor Sáez, Isabel Salinas (redacción).
Elisabeth Akessoul, Anna Carraro, Hortense Manga, Diego Serna, Tam Vekic, Alex White (realización).

Elena Gracianteparaluceta (almacén). Ana Blanco Canalejo, Amanda Prado, Adriana Rodríguez, Laura Soria, Juan Carlos Sastre, Ángela del Río, Marita Alonso (web).

FOTÓGRAFOS Felix Cooper, Oriana Durán, David Ferrua, Rafa Gallar, Bea de Giacomo, Xavi Gordo, Guillermo Jiménez, Carlo Scarpatto, Rocío Ramos, David Roemer, Fernando Roi, Uge Rubio, Ana Ruiz, Pablo Sarabia, Matteo Scarpellini, César Segarra, Félix Valiente, Ximena y Sergio, Alessandro Zeno.

AGENCIAS Gtres, Getty, Launchmetrics.com/Spotlight.

Madrid: Agustín de Foxá, 4, Madrid, tel.: 917 28 70 00. Barcelona: Consell de Cent 334-336, tel.: 935 66 15 58 Valencia BÁRBARA SANCHÍS Tel.: 650 82 94 19

ELLE PUBLICIDAD

RUBÉN CORDERO DIRECTOR DE PUBLICIDAD Y SOLUCIONES DE COMUNICACIÓN
SANDRA PROSPERI DIRECTORA AD INTELLIGENCE & OPS
LUIS QUINTANA DIR. DE HEARST MADE
INÉS PÉREZ MARTÍN DIR. DE HEARST LIVE
MARÍA MORUNO DIR. PUBLICIDAD INTERNACIONAL IMPORT

AMPARO BASTIT DIRECTORA COMERCIAL
NORA RECIO DIRECTORA COMERCIAL
ESTER IBÁÑEZ DIRECTORA DE PUBLICIDAD
SILVIA GARCÍA COORDINADORA
LUZ ROCA DE VIÑALS DIRECTORA COMERCIAL BARCELONA
AMPARO GASULL COORDINADORA BARCELONA

CEO DE HEARST ESPAÑA CRISTINA MARTÍN CONEJERO

DIR. EDITORIAL BENEDETTA POLETTI
DIR. FINANCIERO Y DE OPERACIONES JUAN MANUEL MARTÍN-MORENO
DIR. DE DESARROLLO DE MARCAS Y CONSUMIDORES JOSÉ ANGEL MORALES
DIR. DE ASESORÍA JURÍDICA IGNACIO DÍAZ CORTÉS
DIR. DE RECURSOS HUMANOS JOAQUÍN MILLÁN
DIR. CREATIVA INMACULADA JIMÉNEZ
DIR. DE ESTRATEGIA DIGITAL CARLOS ALONSO
DIR. DE DESARROLLO DE NUEVO NEGOCIO PALOMA GONZÁLEZ-BLANCH



DIR. DE DESARROLLO DE CONSUMIDORES MANUEL POYATO
DIR. DE MARKETING ANA PRIETO
DIR. DE COMUNICACIÓN EVA CALLE
DIR. DE PRODUCCIÓN CARLOS BOHÚA
DIR. DE INFORMÁTICA CARLOS AMORÓS
DIR. DE CONTROL DE GESTIÓN CÉSAR PORTILLA
DIR. DE HEARST STUDIO MIGUEL RUIZ-BRAVO

MADRID: AGUSTÍN DE FOXÁ, 4, 28036, MADRID. TEL. 917 28 70 00. FAX 917 28 91 35.

ATENCIÓN AL CLIENTE Y SUSCRIPCIONES: TEL. 91 112 62 60 (DE LUNES A VIERNES LABORABLES, DE 9:00 A 14:00 H), SUSCRIPCIONES@HEARST.ES. **PREIMPRESIÓN:** HEARST ESPAÑA.

IMPRESIÓN: ROTOCOBRI, RONDA DE VALDECARRIZO, 13, 28760, TRES CANTOS (MADRID). PRINTED IN SPAIN. D. L.: M-25772-2012 (NORMAL) / M-25773-2012 (POCKET).

DISTRIBUCIÓN: SOCIEDAD GENERAL ESPAÑOLA DE LIBRERÍA (SGEL). AV. VALDELAPARRA, 29. POL. INDUSTRIAL ALCOBENDAS, 28108 MADRID. TEL. 916 57 69 00.

PRECIO CANARIAS: 7,14 € (SIN IVA, CON TRANSPORTE). POCKET: 3,65 € (SIN IVA, CON TRANSPORTE).

PRECIO CEUTA Y MELILLA: 6,99 € (SIN IVA, CON TRANSPORTE). POCKET: 3,50 € (SIN IVA, CON TRANSPORTE).

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por Ley. Diríjase a CEDRO (www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. ELLE no se responsabiliza de las opiniones vertidas por sus articulistas y entrevistados.

HEARST MAGAZINES INTERNATIONAL

PRESIDENT OF HEARST MAGAZINES INTERNATIONAL JONATHAN WRIGHT
SVP/GLOBAL EDITORIAL & BRAND DIRECTOR KIM ST. CLAIR BODDEN


LAGARDÈRE NEWS

CEO CONSTANCE BENQUÉ
CEO ELLE INTERNATIONAL LICENSES FRANÇOIS CORUZZI
CHIEF CONTENT OFFICER/INT. DIRECTOR OF ELLE VALÉRIA BESSOLO LLOPIZ
DEPUTY EDITORIAL DIRECTOR VIRGINIE DOLATA
FASHION DIRECTOR ALEXANDRA BERNARD

CREATIVE DIRECTOR IRIS ROMBOUTS
INTERNATIONAL EDITORIAL & SYNDICATION COORDINATOR EKATERINA MUDRIK
COPYRIGHTS MANAGER KENZA ALLAL
DIGITAL & DATABASE MANAGER CÉCILE VASSEUR MORIN
MARKETING DIRECTOR MORGANE ROHÉE

INTERNATIONAL ADVERTISING: LAGARDÈRE GLOBAL ADVERTISING
CHIEF REVENUE OFFICER ELLE INTERNATIONAL MEDIA LICENSES JULIAN DANIEL jdaniel@lagardernews.com



A woman with long brown hair is posing in a black, ruffled, long-sleeved dress and black high-heeled shoes. She is sitting on a zebra-print surface. The background is a golden, sunburst pattern of light rays. She has a black wristband with a white flower design on her right wrist. In the bottom right corner, a pair of black high-heeled shoes with a white flower design on the side is shown.

GOOD GIRL
GOOD TO BE BAD

GOOD GIRL & GOOD GIRL JASMINE ABSOLUTE
THE NEW FEMININE FRAGRANCE

CAROLINA HERRERA

LA VOZ EN ON

A veces basta una nota. Sólo una y algo acude a tu cabeza: una imagen, una emoción, un recuerdo que creías olvidado... Porque hay acordes que se escuchan, sí, pero también se sienten, se viven. Se cuelan en la memoria y, sin avisar, te llevan a otro lugar, a otro tiempo, a otras personas. Me pasa con *Volare*. Empieza a sonar y me veo con 18 años en un minibús, zigzagueando por las cuestas de Ibiza, cantando a todo pulmón con mis amigas, riendo sin pensar en nada más. Me pasa con *Nuvole Bianche*: el atardecer frente al mar, mi bahía preferida de Menorca, ese instante suspendido en el tiempo. Me pasa con *A quién le importa*: todo se vuelve baile, libertad, vida. Y me pasa con *Sauvignon Blanc* de Rosalía: un brindis por seguir siempre adelante.

La música tiene ese poder: el de transportarnos sin pedir permiso. Y también el de definirnos. Y el de ponernos de buen humor. Y el de crear lazos... Tiene tanta fuerza que este número de ELLE de mayo va dedicado a ella. A la música como motor. Como lenguaje. Como identidad. Pero también a las mujeres que la están reescribiendo. Artistas que se reinventan, que se arriesgan. Voces reales, miradas propias, artesanas de las melodías que construyen relatos y arman historias. «La gente está ávida de algo más honesto, con sentido, que alimente el alma», nos dice Olivia Dean desde la portada de la revista. La cantante y compositora británica de soul y R&B —recién galardonada con el Grammy a Mejor Artista Revelación— está conquistando el mundo con esa mezcla de verdad, talento y sensibilidad que hoy se hace imprescindible. Quizás ahí esté la clave de todo...

Porque en la era de lo inmediato, en un mundo cada vez más interconectado, donde lo digital lo invade todo —donde incluso se crean intérpretes con inteligencia artificial— sentimos una necesidad cada vez más fuerte de regresar a algo auténtico. Algo que permanezca. A lo que deja huella. Por eso, frente a lo efímero, vuelve lo tangible. Frente a la velocidad, el tiempo lento. Vuelve el vinilo, con su ritual. Ese hábito casi olvidado de elegir un disco, de sacarlo de su funda, de colocar la aguja. De escuchar. Y luego guardarlo, o incluso exponerlo, casi como un trofeo, un objeto que nos representa. Puede parecer mentira, pero la generación Z —que creció sin tocadiscos y con Spotify como banda sonora permanente— está comprando elepés, aunque algunos ni siquiera tengan dónde reproducirlos. Es una tendencia al alza en el mundo (sólo en España creció un 31% en 2025). Un gesto que lo dice todo. El vinilo ya no es un formato: es un símbolo. Una declaración cultural. Una forma de decir quién eres. No es nostalgia, es identidad. Confieso que yo misma he ganado puntos con mi hija Federica —que vive 24/7 con los auriculares puestos— cuando descubrió, en casa de mis padres, cajas de vinilos de 33 y 45 revoluciones: desde los Beatles hasta Fleetwood Mac, Lucio Battisti, Mina, Lionel Richie, Madonna o Jovanotti. De pronto, algo que era mío empezó también a ser un poco suyo.

Es ese impulso de ralentizar, de disfrutar de la calma, de ponerse límites frente a la pantalla, lo que define el fenómeno JOMO (*Joy of Missing Out*). Es el deseo de desconectar del ruido y de la prisa para reconectar con lo esencial. Como ha hecho Lola Índigo, otra de las protagonistas de este número. Ella decidió parar. Alejarse unos meses de los escenarios para escucharse, entenderse, priorizarse. Para recomponerse. Y ahora regresa con una nueva gira que conecta con sus raíces, un tributo a la magia de Granada y a su admirado Federico García Lorca. A la fuerza del directo, de la experiencia compartida. A lo que no puede comprimirse ni automatizarse. A lo que emociona de verdad.

Porque la música siempre ha sido eso: algo físico, profundamente humano. No es sólo lo que suena, es lo que nos pasa cuando suena. Y cada artista de este número lo sabe bien. Por eso, desde Luz Casal hasta Carminho o Fangoria, hemos reunido una gran banda en la que todos han compartido las canciones que les tocan, que les mueven, que les acompañan. En cada entrevista encontrarás un código QR que te llevará a descubrir su Cara A —su *playlist* preferida— y su cara B —más íntima—, con recuerdos, anécdotas y momentos que forman parte de su historia. Nuestro personal *bonus track*. Ojalá lo disfrutes y ojalá haya un día en que una nota te haga volver a este momento, a nuestro lado.



BENEDETTA POLETTI
Directora de ELLE

sisley
PARIS

CONCENTRÉ À LA ROSE NOIRE

SÉRUM ÉCLAT JEUNESSE

ACTIVA EL PODER
DE LA ROSA NEGRA

Libera todo el poder de las
antocianinas con un nuevo sérum de
una eficacia antioxidante única.

REPULPA
RETEXTURIZA
REVITALIZA
ILUMINA



FIRMAS ELLE



CRISTÓ RODRÍGUEZ BELLEZA ESENCIAL

Desde Tenerife a Madrid, este maquillador y peluquero de pulso sutil ha afinado durante más de una década una mirada donde menos es más y cada gesto cuenta: trabaja la belleza con intención y medida. En 'Lola' (pág. 98), muestra a la cantante Lola Índigo desde la luz y el carácter, sin artificio, hipnótica y natural.



DIEGO SERNA ESTILO EN ESCENA

Este estilista entiende la moda como lenguaje: viste, sí, pero también narra. Su ingenio afila siluetas y su creatividad convierte cada 'outfit' en carácter. Ha envuelto a Carmen Machi, Ana Belén y Milena Smit con precisión escénica. En 'Bailar para resistir' (pág. 114), eleva a Fangoria a icono vivo y vibrante, lleno de ritmo.



DISEÑADORAS ELLE TEAM PAÑUELO

Lucila Figueroa (arriba), Anita Suárez de Lezo (sobre estas líneas) y Andrea Zarraluqui (izquierda) no se lo pensaron ni un momento ante nuestra ambiciosa propuesta: idear los estampados de los tres pañuelos que este mes acompañan a la revista y con los que se da forma al bolso ELLE del verano (el asa incluida y unas fáciles instrucciones así lo hacen posible). En el reportaje 'Un lienzo en tus manos' (pág. 48), las artistas nos cuentan su inspiración para crear esta obra única y nos dan su manual de uso de este accesorio imprescindible esta temporada.



NUESTRO STAFF COREOGRAFÍA EDITORIAL

El equipo de ELLE España orchestra 'Piel nueva' (pág. 126) con detalle y sensibilidad. Pedro Cedeño moldea iluminación y actitud; Rafa Gallar captura verdad en cada encuadre, junto a Pablo Mingó. Bárbara Garralda construye relato desde el estilo y Claudia Sáiz guía la conversación. Con Leire Martínez, firman juntos una historia íntima y de emoción contenida.



FÉLIX VALIENTE UN OBJETIVO MAGNÉTICO

Félix Valiente mira con una sensibilidad rara. Convierte la intimidad en un espectáculo sereno y el gesto, en relato. En 'Bailar para resistir' (pág. 114), su blanco y negro envuelve a Alaska y a Nacho Canut, Fangoria, en una coreografía emocional. Fotógrafo de moda y mirada precisa, retrata la belleza y la verdad con calidez inesperada.

VERSACE.COM



VERSACE
CRYSTAL EMERALD

La última frase

P O R A N A I R I S S I M Ó N

Hay arranques de libros que todos conocemos, que sabemos recitar de memoria incluso si no hemos leído la obra. «*En un lugar de La Mancha de cuyo nombre no quiero acordarme*» es quizá el más famoso, pero hay otros: «*Muchos años después, frente al pelotón de fusilamiento, el coronel Aureliano Buendía había de recordar aquella tarde remota en que su padre lo llevó a conocer el hielo*». Hay primeras frases de libros que preguntan («*¿Encontraría a la Maga?*») y otras que sentencian («*Todas las familias felices se parecen unas a otras, pero cada familia infeliz lo es a su modo*»).

Camila Cañeque, filósofa, artista y escritora barcelonesa, era consciente de ello. Sabía que los comienzos casi siempre son memorables, que los inicios son una promesa, un signo de esperanza. Pero lo que a ella le obsesionaba eran los finales. Iba a librerías, a casas de amigos a husmear en sus estanterías, compraba ejemplares y siempre los abría por la misma página: la última. Primero las empezó a mirar, y después comenzó a fotografiar las frases finales de cientos, de miles de títulos. Cuando la memoria de su móvil avisó de que estaba llena, las transcribió en su ordenador y empezó a jugar con ellas. A ordenarlas según distintos criterios: por épocas, por autores... Hasta que las puso a bailar.

El proceso duró años. Años en los que Cañeque se obsesionó no sólo con los finales de los libros, sino con los finales en general. Con la idea de la desaparición, de la inactividad y del descanso. Con lo que significan e implican en una sociedad hiperactiva e hiperpresente. En febrero de 2013, visitó la feria de arte contemporáneo más famosa de nuestro país, ARCO, con un traje de flamenca rojo. Se tiró boca abajo en uno de los pasillos y derramó alrededor de su cabeza un montón

de claveles y cuartillas arrancadas del *Romancero gitano* de Lorca. Aquella acción simbolizaba la muerte de España a manos del capitalismo global, pero apenas duró unos minutos: Camila Cañeque fue obligada a levantarse y marcharse a los pocos minutos, porque no tenía permiso para llevar a cabo su *performance*. Y el título, que colocó junto a ella, *Mi obra es la única que no se vende aquí*, cobró sentido.

En febrero de 2024, se reunió en Barcelona con los editores de La Uña Rota, junto a quienes estaba a punto de publicar *La última frase*, el resultado tras años recopilando y pensando finales de libros. No era una novela ni un ensayo, no era un *paper* académico ni un dietario, sino todo junto y revuelto, un experimento maravilloso e insólito. Unos días después de aquella cita, Camila murió en su cama mientras dormía, de muerte súbita. Tenía 39 años, estaba a punto de publicar su primer libro y de ser madre por primera vez.

Así que *La última frase* se lee como leía Camila los libros: sabiendo como acaba. Y es muy triste pensar en esa muerte que no tocaba, en ese final imprevisto, en ese niño que murió junto a su madre y en esa madre que murió junto a su hijo. Incluso de manera egoísta, es triste pensar en la escritora, en la artista que nos hemos perdido, en qué habría hecho si la muerte no le hubiera llegado de sopetón una noche de San Valentín. Pero es muy bello también asomarse al enigma que Camila encarnó en vida, a través de su arte, y al que supone su muerte. Porque en un momento en el que, como ella denunciaba, la modernidad y el capital han vaciado el mundo de sentido y lo han desprovisto de misterio, acercarse a la vida y la obra de Camila Cañeque es recordar que siguen existiendo.

TOUS

A photograph of two women. The woman on the left is smiling and wearing a yellow top, a necklace with keys, and several bracelets. The woman on the right is leaning her head against the first woman and wearing a red top and a necklace with keys. The background is plain white.

THANKS MOM

YOU ARE THE KEY

TOUS.COM

GEOX

Respira™





TIME	DESTINATION	FLIGHT
09:45	BARCELONA	A44
09:57	NEW YORK	A18
10:03	DUBAI	A29
10:09	SHANGHAI	B03
10:14	DHAKA	B97
10:25	LONDON	C15
10:30	TOKYO	C57
10:35	SAO PAULO	D20
10:40	PARIS	D08
10:45	SAO PAULO	D73

FASTin
RÁPIDA DE CALZAR

geox.com



 **TRANSPIRACIÓN**  **FAST IN SYSTEM**

ELLE

ESTILO

LA MODELO LLEVA CHAQUETA CORTA DE SEDA DE PRÍNCIPE DE GALES Y FALDA A JUEGO, JERSEY DE SEDA, BRAGUITAS DE LANA Y SEDA, CINTURÓN, BOLSO '2.55' DE PIEL, COLLAR Y PULSERAS DE METAL Y ZAPATOS DE SALÓN EN PIEL BICOLOR. TODO DE CHANEL. FOTO: BEA DE GIACOMO. REALIZACIÓN: ANNA CARRARO.



CON
PERSONALIDAD

FUSIÓN DE ESTILOS Y GÉNEROS, LAS PIEZAS ETERNAS DE SYBILLA, EL ARMARIO 'TOP' DE ALEX RIVIÈRE Y LOS PAÑUELOS ELLE CON MUCHO ARTE.

THOMAS SABO
Anillo de plata
de ley (198 €).



VÍCTOR O VICTORIA

Masculino y femenino
SE FUSIONAN para
crear los 'looks' con más
estilo de la primavera.

POR LAURA SOMOZA. FOTOS: BEA DE GIACOMO.
REALIZACIÓN: ANNA CARRARO



Chaqueta de
'tweed' y bolso
'Dior Crunchy',
ambos de **Dior**,
y pantalones
'denim' de
Weekend
Max Mara.



BLAZÉ
MILANO
'Blazer' de
lana (1.690 €).

GUESS
Vaqueros rectos
estilo años
ochenta (99 €).



RAESO
Exfoliante
de piel
(75 €).



ESCANEA Y
COMPRA



DIOR
Bolso 'Dior Bow' en piel
negra (3.700 €).



NATALIA CRIADO
BY MYTHERESA
Cubertería (895 €).

HERBERT LEVINE
Mocasines
'Soft Touch.'



LOLA CASADEMUNT

BARCELONA



45

Years dreaming



Camisa en popelín de algodón y minifalda con volantes de Dior.



LAAGAM
Camisa blanca de corte asimétrico.

PATOU BY FARFETCH
Falda 'Bubble' (590 €).



ARMANI BEAUTY
Máscara de pestañas 'Vertigo Lift'.



VALENTINO GARAVANI
Cartera (520 €).



CABANA
Jarra 'Blossom' de cerámica (110 €).



LA NUEVA LADY

El combinado 'black & white' que tanto amaba Carolyn Bessette se lanza al verano 2026 con un extra de flores.

TOTEME
Bailarinas de ante (460 €).



PANDORA
'Charm' del alfabeto (49 €).

ESCANEA Y
COMPRA





6:00 Gym
7:10 Shower
8:20 Off to school
8:45 Office
14:00 Lunch
15:30 Time for myself
16:30 Pick up at school
17:30 Call
19:40 Dinner
20:45 Kids to bed
22.00 Unwind

MAJORICA



MANGO
Top 'crop' de
lino (29,99 €).

SOEUR
Falda
cruzada de
lino (275 €).



'Crop top', cinturón elástico y sandalias, todo de **Max Mara**, falda midi de raya diplomática de **United Colors of Benetton** y calcetines 'vintage'.

TORY BURCH
Bolso
'minimal'
(195 €).



CARTIER
Pluma estilográfica
'Panthere' (10.900 €).



CÉCRED
'Spray' protector
de pelo (26,95 €).



ESCANEA Y
COMPRÁ



DÍAS DE OFICINA

Trabaja tu estilo también en vacaciones con faldas sastré y accesorios 'working'. En tu equipo, siempre el gris y el negro.

YALEA
Gafas ópticas
'Brigitte'.



SAINT LAURENT
BY ANTHONY VACCARELLO
Salones (1.400 €).



CAUDALÍE

N°1 Antimanchas⁽¹⁾

-63%
de manchas⁽²⁾



Prescrito por dermatólogos⁽³⁾

EN FARMACIAS, PARAFARMACIAS Y CAUDALIE.COM

(1) IQVIA - Pharmatrend International - mercado de los productos despigmentantes en farmacias - España - YTD enero 2026 - en valor. (2) Estudio clínico, puntuación dermatológica, 56 días, 65 mujeres. (3) GERSDATA - GersOrigin, Unidades dispensadas en farmacias, derivadas de prescripciones de dermatólogos, Mercado: Sérum Vinoperfect, en Francia - MAT septiembre 2025.

Chaleco con cremallera de **Guess**, pantalón en crepé de seda de **Giorgio Armani**, zapatos de **Prada**, brazalete de **Chanel** y calcetines 'vintage'.



LOEWE
Camisa
trapecio de piel
(3.500 €).



TIFFANY & CO.
Pulsera 'Hardwear'
con diamantes.



MANGO
Pantalón de
lino (39,99 €).



CLÉ DE PEAU
Crema solar
(131,50 €).

LUPO
Bolso 'Abanico L'
(799 €).



DÚO DINÁMICO

'Toffee' y negro se alzan como la mezcla ganadora de la temporada en estilismos con guiños 'gentleman' o ultrafemeninos.

ETRO BY MYTHERESA
Set de póker 'Arnica' (1.550 €).



CHANEL
Escarpinas
bicolor (1.200 €).



ESCANEA Y
COMPRA



MODELO: MEES AANRAAD (PLATFORM); MAQUILLAJE: SERENA CONGIU (@BLEND); PELLUCERIA: MAIKO SHIBATA (MGMT) PARA LORD & BERRY; ESCENOGRAFIA: ALINA TOTARO; DIRECTOR ARTISTICO: TOMMASO GARNER; ASISTENTES DE FOTOGRAFIA: NOEMI SORZE Y SIMONDO AL FERRICO; CONI & COTI; APOYACION DE CARTI INA TOLI U

PHYTO

PARIS

NUEVO

PHYTO 7 ELIXIR

CREMA CAPILAR
NUTRITIVA

TRANSFORMACIÓN INSTANTÁNEA
DEL CABELLO SECO
NUTRICIÓN | DISCIPLINA | 48H ANTIENCRSPAMIENTO*

MEDIOS A PUNTAS
7 EXTRACTOS BOTÁNICOS ACTIVOS
SIN SILICONA • TEXTURA FUNDENTE

LA BOTÁNICA ATREVIDA

DISPONIBLE EN FARMACIAS, PARAFARMACIAS Y ES.PHYTO.COM

*Estudio clínico bajo control dermatológico, 27 mujeres - 21 días - puntuación clínica.





La diseñadora Sybilla con chal en 'cashmere', blusa de 'lyocell' y seda y pantalón anaranjado, todo de Sybilla.

SYBILLA *forever*

La sencillez de sus diseños exquisitos y atemporales, trabajados con mimo y sin prisa, es PURO ARTE. Un concepto, el de la moda 'slow', que ya dominaba hace 40 años esta creadora eterna y siempre moderna.

POR LIDIA A. COSTA. FOTOS: ORIANA DURÁN. REALIZACIÓN: SYLVIA MONTOLIÚ



A la izquierda, vestido 'strapless' en crepé de acetato de Sybilla y sandalias de tiras de Aquazzura. En el centro, la diseñadora con blusa de lyocell y seda y pantalón anaranjado de Sybilla. A la derecha, vestido largo en viscosa verde de Sybilla.



Vestido en popelín de algodón a rayas con cinturón de Sybilla y bailarinas rojas de Zara.

«El color, para mí, es alimento. Distintos tonos proporcionan diferentes sensaciones y, combinados entre sí, crean nuevos efectos. Como con los sabores o la música, disfruto jugando con las mezclas». Sybilla (Nueva York, 1963) habla tan bonito como diseña. Hija de un diplomático argentino y una artista polaca, es una de nuestras diseñadoras más influyentes. Los 80 y los 90 fueron décadas prodigiosas para ella, triunfando con su exquisita elegancia *minimal* y vibrante no sólo en España, sino en medio mundo. Pero un país se rindió a su excelencia y artesanía con especial furor: Japón. «Allí tenemos un socio que fabrica las colecciones y las comercializa desde hace años, realiza un gran papel. Es un mercado muy competitivo y exigente que, además, me permite innovar técnicamente y probar cosas. Es muy estimulante, y son muy respetuosos con lo que hago». Siempre manteniendo un perfil bajo, pero *non stop*, la creadora hizo un esperado regreso en 2024, abriendo tienda en Noviciado, una de las zonas más céntricas e históricas de Madrid. Y a finales del pasado año inauguró una segunda *boutique* en la capital, esta vez en el barrio de Salamanca, que confirma la fidelidad de sus clientas. «La tienda de Lagasca 21 nace del deseo y la valentía de nuestro inversor, llevándonos un paso más allá. Además, me alegro de volver al lugar donde empecé hace cuarenta años, al lado del callejón de Jorge Juan, en un barrio que hoy es tan sofisticado y cosmopolita. Tener dos establecimientos en

Madrid es como habitar dos ciudades distintas. Son dos caras de una capital que amo profundamente y que disfruto muchísimo. Esta ciudad está viviendo un momento realmente increíble».

En efecto, estas *boutiques* en zonas tan diferentes evidencian que el público de Sybilla es muy diverso. «Noviciado sorprende: es auténtico, castizo y moderno al mismo tiempo. Está lleno de vida, de pequeños negocios originales con sus dueños al frente. Lagasca, en cambio, resulta perfecta para captar nuevos clientes, sobre todo extranjeros, y también para reencontrarme con personas que me habían perdido la pista y vuelven con mucha alegría», comenta feliz. La creadora, Premio Nacional de Diseño de Moda 2015, adora tanto a sus clientas como estas a ella. La relación es personal y cercana; imposible de otro modo. «Mi compradora ideal es aquella con la que siento que mi trabajo resulta útil. A menudo son mujeres con vidas intensas o desafiantes, a las que un vestido puede ayudar a afrontar ocasiones especiales con fuerza y ánimo, o a las que disponer de un buen fondo de armario les simplifica la vida. Muchas desarrollan actividades importantes, y cuidar su imagen puede convertirse en un peso añadido», explica a ELLE. Y nos hace una confesión: «Disfruto mucho viendo a distintos tipos de mujeres probándose mi ropa: desde actrices bellísimas a ejecutivas, chicas muy jóvenes o señoras mayores. Esta profesión es un privilegio que me permite estar en contacto con personas tan distintas». ►



A la izquierda, vestido en crepé de acetato naranja y bolso 'riñón' en cuero natural, ambos de Sybilla. A la derecha, vestido tipo globo en crepé verde de acetato y bolso 'riñón' con rayas doradas, los dos de Sybilla, y sandalias de satén con cristales Swarovski de Pedro García.



Vestido en 'twill' de seda inspirado en los cuadros de Elvira Amor y bolso 'empanadilla' dorado de Sybilla. Sandalias con tiras de Aquazzura.

En la otra página, vestido en 'twill' de seda inspirado en los cuadros de Elvira Amor, de Sybilla.

«No pienso en crear piezas atemporales, sólo en lo que me resulta bello. Y para hacerlas se necesita técnica, amor y tiempo»

Sybilla sabe tratar la belleza como pocas. Todo en ella es excelente, exquisito y sofisticado. Pero también sorprendentemente amable y cercano. Como sus diseños. «A veces, la experiencia de comprar y entrar en un probador puede hacerte sentir vulnerable. Tengo un equipo estupendo, que sabe generar relaciones bonitas con las personas que vienen a nuestras tiendas. Y eso, al final, se refleja en las colecciones: las clientas son parte esencial de nuestro proceso de creación», asegura. Y nos habla de esa idea de belleza que guía su metodología de principio a fin. «Tiene que ver con la emoción y el deseo. Es también algo sensual, armonioso...», explica.

Sobre su estilo único y atemporal —sus creaciones son piezas con vida eterna, inalterables al paso del tiempo—, confiesa que no es algo voluntario. «No diseño con esa intención, sólo me fijo en lo que me resulta bello en cada momento. Dedico mucho tiempo a cada pieza, afinándola poco a poco: probándola en distintos cuerpos, usándola yo misma, observándola en movimiento». Y nos cuenta que a su equipo a veces le cuesta entender que dedique esfuerzo a algo aparentemente sencillo. «Creo que las clientas lo perciben en cuanto se prueban la ropa. Hay pequeños trucos para alargar las piernas, disimular lo que queremos ocultar o realzar los puntos fuertes. Al final, esas prendas a las que hemos dado tantas vueltas son las que terminan convirtiéndose en clásicos: piezas que perduran y que las clientas vuelven a adquirir», afirma con la sabiduría que únicamente alguien con su experiencia y sensibilidad posee.

Y del mismo modo que no busca de manera consciente su reconocido estilo eterno, asegura que sus diseños también aparecen casi sin pretenderlo, sin que ello merme un ápice su proceso a fuego lento y totalmente artesanal. «Para hacerlos realidad, la técnica es fundamental. Y mucho amor, cuidado y, sobre todo, tiempo. Mi oficio no es relevante en un mundo tan complicado como el que vivimos, pero me gustaría sentir que soy eficaz, aportar lo que pueda con amor». Y reconoce que, «aunque es un periodo triste y feo en muchos aspectos, hay motivos para la esperanza. Pero nunca creí que llegaría el día en que lo más ecológico sería usar poliéster reciclado, un material que se sabe que es altamente contaminante. Por suerte, el mercado de segunda mano se encuentra en auge y supone la mejor manera de alargar la vida de las prendas»,

afirma sobre la necesaria sostenibilidad en el mundo de la moda. Y lanza un deseo: «Poder llegar cada vez a más gente, sin las limitaciones del precio. Somos aún pequeños y artesanos, pero hay nuevos proyectos en marcha que nos harán más accesibles». ■

ESTILO





CELINE

HERMÈS

FOTOS: GETTY / LAUNCHMETRICS.COM / SPOTLIGHT.

EL PAÑUELO DA JUEGO

EL ACCESORIO ESTRELLA de la(s) temporada(s) se reinterpreta llevado de mil y una maneras: al cuello, a la cintura, a la cabeza, al tobillo... y hasta de muñequera. Desde la pasarela hasta el 'street style', no te faltará inspiración.

POR LAURA SOMOZA

Hemos pasado todo el invierno con el pañuelo al cuello, convirtiéndolo, por méritos propios, en la pieza *must* de la temporada. Este verano 2026 el juego continúa y las maneras de llevarlo son infinitas. Celine lo presenta como su complemento fetiche a modo de bandana (al más puro estilo *western city*) o enganchado a la cintura (no transformado en cinturón, que también nos gusta), y Hermès hace de su icónico *carré* el *twist* perfecto para reinterpretar tops *minimal*. Carolyn Bessette-Kennedy nos ha dejado grabada su imagen con este accesorio perfectamente colocado en el pelo (al estilo campes- tre), mientras que Carolina de Mónaco nos ha enseñado a ponerlo al modo pirata. ¿Más opciones? Como chal sobre los hombros, anudado de corbata o más *lady* con lazada, de cinturón o fajín, como top *bandeau* triangular o asimétrico... Pero la mejor y más original forma de todas la tenemos muy clara: como bolso *it* del verano con el regalo que ya tienes en tus manos, nuestro bolso pañuelo de ELLE mayo. ¿Juegas?



Las maneras de llevar el pañuelo sobre el asfalto son infinitas, échale imaginación. Arriba, Carolina de Mónaco marcó tendencia con él en los 80. Derecha, Alexa Chung nos demuestra que el manual de uso es simple: combínalo con básicos y acertarás.



Carolina de Mónaco y Carolyn Bessette-Kennedy hicieron de él un aliado para aportar personalidad

Anita con jersey 'oversize' y 'jeans' de Zara, sandalias de TwinSet y a la cintura el pañuelo que ha diseñado para ELLE.



UN LIENZO EN TUS MANOS

El BOLSO PAÑUELO del verano y muchas ganas de jugar. ELLE colabora con tres artistas para ofrecerte todo un 'must': puro arte (y accesorio) en movimiento.

POR LAURA SOMOZA. FOTOS: ANA RUIZ. REALIZACIÓN: BÁRBARA GARRALDA Y SYLVIA MONTOLIÚ



Arriba, el taller de la artista con algunas de sus obras. Derecha, su pañuelo para ELLE transformado en bolso gracias al asa que incluye, que permite múltiples posibilidades de uso con la técnica Furoshiki. Izquierda, Anita en pleno proceso creativo.



Anita Suárez de Lezo

En el universo propio que ha construido Anita Suárez de Lezo (Madrid, 1980) la geometría, el color y la emoción dialogan con un rigor casi arquitectónico. Formada en la Parsons School of Design de Nueva York, su trayectoria ha transitado desde la moda hasta el diseño gráfico antes de encontrar en el arte un lenguaje más libre y personal. «No fue un cambio radical, sino más bien una evolución inevitable dentro de mi propio recorrido creativo», explica. Hoy, su obra —vibrante, estructurada y sensorial— refleja ese equilibrio entre disciplina e intuición que define tanto su carácter como su trabajo.

«El optimismo forma parte de mí y, de alguna manera, también del ADN de mi obra», afirma. No es casual que alguien la haya bautizado como «artista vitamina»: sus composiciones, construidas a partir de planos geométricos y colores intensos, buscan ir más allá de lo visual. «Para mí es importante que una creación no sea sólo algo que se mira, sino que puedas convivir con ella y te aporte alegría». Su práctica artística, metódica y reflexiva, se articula en torno

a series que funcionan como investigaciones visuales. En ellas, el color «es casi la estrella» y se materializa a través de recursos tan distintivos como los tonos flúor, el espejo o el oro fino. Proyectos como *The Code-X* o *Colornnection* evidencian su gusto por explorar conexiones: «Me interesa esa tensión entre lo racional y lo intuitivo, entre la precisión y la emoción. Y la unión entre arte y tecnología. He buscado generar una pausa en medio del ruido digital y obligar a mirar y descifrar», subraya.

Esa misma búsqueda encuentra ahora una nueva forma de expresión en el diseño del pañuelo que ha creado para ELLE. «Me ha gustado volver a la moda, pero esta vez desde el arte. Adoro cuando mi obra puede salir del lienzo y convertirse en objeto. Es como darle otra vida», confiesa. Inspirado en una de sus obras de *Colornnection*, el diseño adapta su lenguaje geométrico al movimiento del tejido: «Este accesorio no es rígido, se pliega, fluye... Así que pensé la composición para que funcionara desde cualquier ángulo». ¿El resultado? Un complemento lleno de energía positiva (como ella), que eleva lo cotidiano a experiencia estética.



Izq., rincón del taller de Lulu Figueroa. Dcha., la pintora trabajando en su atelier con su pañuelo para ELLE a modo de bandana. Abajo, paleta de mezclas de la artista.



Lucila Figueroa Domecq

Conocida como Lulu (Madrid, 1986), esta artista ha hecho de la pintura un ejercicio de sensibilidad que mira hacia lo esencial. Observadora nata, su mundo creativo se nutre de esa «belleza cotidiana que gira en torno a la naturaleza y la combinación inesperada de sus colores», con una visión que conjuga romanticismo y contemporaneidad. Formada en Historia del Arte, su vocación no responde a una decisión puntual, sino a una pulsión constante: «Llevo pintando desde que tengo uso de razón».

Su trabajo, profundamente intuitivo, «parte siempre de una emoción o de una imagen que se me queda grabada y que me gusta traducir en el lienzo», explica. En su *atelier*, el tiempo se diluye en un proceso casi meditativo: deja reposar las pinturas, las retoma, las transforma... «Sigo mi instinto y la obra se va creando paso a paso... A veces incluso vuelvo a empezarla». Esa libertad se expresa en un lenguaje pictórico que oscila entre lo figurativo y lo evocador, con un marcado protagonismo del universo botánico. Las flores, en su obra, trascienden lo ornamental

para convertirse representaciones del devenir y los sentimientos. «Me gusta captar su fragilidad con colores fuertes que conectan con el espectador y así detener en el tiempo algo efímero», afirma. Su evolución la ha llevado desde una pintura más realista hacia un gesto más independiente e incluso abstracto, aunque recientemente ha vuelto a «escenas cotidianas que me permiten capturar momentos».

Esa poética visual encuentra ahora una nueva expresión en el diseño del pañuelo-bolso ELLE. «Me hizo mucha ilusión este encargo. Es una manera especial de unir arte y moda», confiesa. Fiel a su lenguaje, ha optado por un motivo floral «muy conectado conmigo y representativo de mi trabajo», trasladando al tejido esa delicadeza que define su pintura. Para ella, este accesorio «es un símbolo de elegancia y ofrece muchas posibilidades para dar un toque especial a cualquier *look*». Versátil y personal, se transforma –igual que su producción– en múltiples posibilidades de expresión. «Me encanta la idea de que algo que empieza en mi estudio acabe teniendo vidas distintas y que cada persona lo interprete a su manera».



Lulu lleva camisa de rayas y pantalón de ante, ambos de Mon & Pau, botines de Jimmy Choo y el pañuelo que ha diseñado para ELLE.



Andrea con chaleco de Weekend Max Mara, camisa de rayas de Zara, falda estampada de Zimmermann y el pañuelo que ha diseñado para ELLE.



Izq., el bolso-pañuelo de ELLE con el diseño de Andrea. Junto a estas líneas, el pañuelo muestra las hojas de banana, muy presentes en su obra. Abajo, la artista decorando un plato en su taller.



Andrea Zarraluqui

Creativa, observadora e inquieta —«me aburre hacer o pintar siempre lo mismo»—, Andrea Zarraluqui (Londres, 1973) despertó su vocación, latente desde siempre, hace algo más de una década, cuando decidió dar un giro vital y profesional. «Siempre quise ser artista, únicamente tardé un poco en dejar mi vida en el *marketing* y la publicidad para dedicarme a lo que realmente me hace feliz», confiesa. Desde entonces, su estudio se ha convertido en su centro de gravedad: «Paso más horas allí que en todos los demás sitios combinados».

Su imaginario es amplio y deliberadamente heterogéneo. Zarraluqui trabaja sobre porcelana, cerámica y azulejo, dando forma a platos, vajillas, murales y piezas escultóricas donde la naturaleza actúa como hilo conductor. «Es mi mayor fuente de inspiración: flores, animales, árboles, peces...», explica. Sus obras, a menudo de carácter femenino y decorativo, están concebidas para dialogar con el espacio y embellecerlo, transformarlo. El proceso creativo, sin embargo, es para ella un ejercicio íntimo

de focalización: «A veces me concentro tanto que se me calientan las orejas», bromea. Esa dedicación absoluta la llevó incluso a reorganizar su vida personal en torno al trabajo, trasladándose a vivir cerca de su taller tras comprobar que su casa no podía sostener —literalmente— el peso de su producción. Hoy, ese equilibrio le permite mantener una rutina donde la creación y la calma conviven.

En este contexto, el diseño de su pañuelo emerge como una extensión coherente de su territorio visual. «Me hizo mucha ilusión compartir proyecto con otras artistas muy cercanas», cuenta. Y frente a los lenguajes de sus compañeras, optó por una propuesta orgánica: «Pensé que algo verde y fresco sería una buena alternativa». Inspirado en los bananos —motivo recurrente en su estética—, el diseño conecta con sus inicios: «Siempre me han fascinado... Mis primeros encargos giraron en torno a esta planta». Como ella misma defiende, los pañuelos «siempre mejoran un *outfit*», y su creación, sin duda, es una pieza chic que aspira a acompañar la vida diaria con naturalidad y mucho arte. «Me hará mucha ilusión verlo por la calle». ■



A la izquierda, Helena Cuesta lleva bañador de Etam y gafas de sol 'Ibiza N°14' de Etnia Barcelona. A su lado, su hermana, Lucía, con body con cremallera y top 'bandeau' color verde de All That She loves y gafas de sol 'Ibiza N°13' de Etnia Barcelona.

ESCUELA DE COLOR



A la izq.,
Lucía lleva
polo de seda,
de La Veste y
gafas de sol
'Ibiza N°12'
de Etnia
Barcelona.
Helena, a la
dcha., con
jersey de
punto de La
Veste y gafas
'Ibiza N°14'
de Etnia
Barcelona.

Las gemelas Lucía y Helena Cuesta expresan una energía serena y alegre que dobla su intensidad cuando están juntas. Diseñadoras y estilistas, comparten ADN y lenguaje estético. Este verano te invitan a experimentarlo con las GAFAS DE SOL de la colección 'Ibiza', de Etnia Barcelona, que hacen de las rayas el gesto 'cool' de la temporada.

POR SARA TRUEBA. FOTOS: CÉSAR SEGARRA. REALIZACIÓN: SYLVIA MONTOLIÚ



A la izq., Helena lleva bikini color coral de Eres y gafas de sol 'Ibiza Nº13' de Etnia Barcelona. A la dcha., Lucía, con bañador de All That She Loves y gafas de sol 'Ibiza Nº12' de Etnia Barcelona.

El filósofo del siglo XVII John Locke decía que las experiencias de la infancia moldean al individuo y le empujan a su desarrollo futuro. Así, Lucía Cuesta (Madrid, 1989) se recuerda desde bien pequeña visitando repetidamente el Museo del Prado («no se me hacía nada tedioso», nos cuenta), mientras que a su gemela idéntica, Helena, le marcó de manera especial la obra de teatro *Mi bella Helena*, interpretada por su tía, la cantante Ana Belén, a mediados de los 90. Si la cultura impregnó su infancia, el color, claramente influido por artistas como Hilma Af Klint, Georgia O'Keeffe, Willem de Kooning o Cy Twombly, sus favoritos, define su forma de ver la vida. Y sentirla. «Lo necesito en mi vida, me encanta utilizarlo como lenguaje estético en la moda, pero también en la decoración de mi casa», dice Helena. «Rodearse de color te hace más feliz, así lo siento también». Aseguran que es así desde siempre y admiten que es difícil, a priori, distinguir las a través de sus preferencias estéticas. «Helena es más loca, hace combinaciones más atrevidas, yo,

sin embargo, soy más *soft*», espeta Lucía. Al evaluar su propio estilo, no tardan en identificar los accesorios como piezas clave con auténticos poderes para cambiar cualquier *outfit*. «Nos pasa con las gafas de Etnia Barcelona, tenemos muchísimas desde hace años, siempre han apostado por una estética *arty* que nos encanta», comenta Lucía. «Unas gafas de sol como estas, de silueta clásica y rayas de colores, mi estampado preferido, son todo lo que necesitas para levantar un *look* con vaqueros y camisa blanca, por ejemplo», matiza su gemela. Como si estuvieran predestinadas, las hermanas, amigas de la marca, reconocen en *Ibiza*, su nueva colección, algunas características que les reconectan con su isla favorita. «Añaden un equilibrio perfecto entre vanguardia y clasicismo». Enamoradas de las Pitiusas, viajan cada verano. «El año que no vamos no es un buen año», dicen.

Las dos se dedican al diseño de moda, la dirección creativa y el estilismo y tienen su

«El color es importante en nuestra vida. Como mujeres mediterráneas, nos hace felices»

propia firma de joyas, Them Bones, que concibieron como un proyecto divertido que hoy fluye con ritmo propio, sin dejar que palabras como *presión* u *obligación* entren en la ecuación. Trabajan juntas y por separado y celebran que el paso del tiempo les haya dado más independencia y libertad. «Ser gemelas es algo más que ser hermanas», declara Helena, «pero hemos aprendido a soltarnos. No hay que depender nunca de nadie y en el ámbito laboral, menos. Ahora tenemos un proyecto nuevo y vamos a diseñar al alimón, pero cada una tiene su parcela autónoma», añade Lucía. ■

A la izq., Lucía lleva
bañador asimétrico
de Eres y gafas de sol
'Ibiza N°14' de Etnia
Barcelona. A la dcha.,
Helena, con bikini
asimétrico de Eres,
jersey (a la cintura)
de American Vintage
y gafas de sol 'Ibiza
N°14' de Etnia
Barcelona.



Alex Rivière
lleva gabardina con
maxisolapas de Alex
Rivière Studio.

En la otra página,
vestido en satén de
Alex Rivière Studio.



Oda a la ARMONÍA



Amante de la moda desde la cuna y diseñadora por vocación, la empresaria Alex Rivière suma seguidores con la firma que lleva su nombre. ELEGANCIA Y COHERENCIA se unen en un armario perfecto.

POR LAURA SOMOZA. FOTOS: ROCÍO RAMOS. REALIZACIÓN: BÁRBARA GARRALDA

Cuando el espíritu emprendedor de Alex Rivière-Sieber (Barcelona, 1992) comenzó a imaginar un proyecto personal a largo plazo (una firma de moda), el nombre no podía ser otro que el suyo: Alex Rivière Studio. Una etiqueta trabajada a fuego lento, extremadamente elegante, de alma atemporal y, sobre todo, elaborada con la misma dosis de pasión que de calma, de referencias masculinas que de femeninas y con un equilibrio perfecto de diseño y calidad. Un lema claro recorre cada pieza *made in Alex*: «menos es más». Un *leitmotiv* que ha abanderado su carrera y del que ella parece tener la patente. Discreta en su forma de crear, de comunicar y de vivir, ha plasmado en su propuesta su esencia coherente, comenzando la andadura (en 2021) con una pequeña cápsula de prendas *resort-wear*, y de ahí el salto a colecciones más completas —con un impecable armario para el día o la noche—, hasta llegar a desfilar en 2025 en la Mercedes-Benz Fashion Week. ¿Su último logro? Abrir tienda con nombre propio en la capital. Allí se encuentran sus nuevas colecciones, en las que, con el propósito de crear un armario «para toda la vida», se repiten piezas ya convertidas en iconos de la casa como sus amplias túnicas, sus impecables sastres o cualquier prenda estampada con su *animal print* de leopardo, sello de la etiqueta.

¿Es esta una firma completamente hecha a tu imagen y semejanza?

Sin duda, ha nacido de mí y de mi forma de entender la moda, aunque no es un yo en sentido literal. Se trata de una extensión de mi visión estética, aquello que me gusta y que uso en mi día a día, pero también está pensada para otras mujeres que tienen sus propios ritmos y necesidades. Busco que sea un reflejo de todas nosotras, que cualquiera se identifique con las prendas y las haga completamente suyas.

¿Pero hay alguna mujer en concreto que esté en tu foco a la hora de buscar inspiración?

Hay una mezcla de varias, porque admiro el estilo de muchas, pero, entre todas, mi madre es mi mayor referente. También amo la naturalidad y el toque desenfadado de Kate Moss, el minimalismo impecable de las gemelas Olsen o la elegancia eterna de Jacqueline Kennedy. Opino que la belleza de la moda consiste en construir un estilo singular a partir de diversos modelos, pero es muy importante que estos siempre sean filtrados por quién eres tú.

«Me inspira la forma de entender el estilo sin esfuerzo de París y el ritmo pausado de Suiza»

¿Qué más cosas avivan tu creatividad?

La mirada de mi madre ha sido clave en mi forma de componer una estética. Ella me enseñó a observar, a valorar los detalles y a entender el arte como un todo, desde la música a la arquitectura, el diseño... Películas como *Instinto básico* o *El secreto de Thomas Crown* me han marcado por su sofisticación, también el trabajo de artistas en los que prima la pureza del gesto, como Kazuo Shiraga, o la corriente minimalista. Y si pienso en un lugar, sería París, por su forma de entender el estilo sin esfuerzo, o el ritmo pausado y los paisajes de Suiza. Allí es donde considero que todo vuelve a su esencia.

¿Y cuál es la esencia de Alex Rivière Studio?

Articular un lenguaje estético basado en atemporalidad, elegancia y funcionalidad. Diseñamos prendas pensadas para acompañar a la mujer en su día a día, que evolucionen con ella y a las que siempre quiera regresar. Nuestra visión persigue la sofisticación sin artificio, y creo que con el tiempo hemos conseguido

dar forma a una identidad definida con vocación de permanencia. No buscamos seguir las tendencias, queremos confeccionar piezas con sentido, especiales pero fáciles de integrar, y lo más importante, que conformen un armario coherente y duradero.

¿Hay en ese armario una prenda que piensas que es la que más te define?

No existe una en concreto que lo haga; es el conjunto de todas ellas. En mis colecciones siempre hay una base muy clara de sastrería, como puede ser una *blazer* de esmoquin o unos pantalones bien estructurados, y son propuestas que se combinan con esenciales impecables, como las camisas de popelín o las cami-

setas. En contraste, también ofrecemos piezas más fluidas, como las maxitúnicas de lino o las de *animal print*.

¿Y cuál dirías que es la pieza estrella?

En verano, sin duda, la túnica *Amber* en nuestro estampado animal, que ya es bastante reconocible, o la *Constantin* larga en lino blanco. Me encanta su volumen y su versatilidad. En invierno, apuesto por los pantalones de sastre *Casimir* en color crudo entallados a la cintura; son el perfecto ejemplo de nuestra armonía entre el mundo masculino y el femenino.

¿Cuál es la parte que más disfrutas de todo el proceso que conlleva una firma de moda?

Me siento muy cómoda en el desarrollo creativo, desde perfilar la idea hasta verla materializada. Ahí es ►

Chaqueta
'Emmanuelle'
con estampa-
do de leopardo
y 'shorts', los
dos de Alex
Rivière Studio.



Bañador 'Anja'
palabra de honor
con estampado
de leopardo y
pantalones 'Ca-
simir' de pinzas,
ambos de Alex
Rivière Studio.



*«Las redes sociales pueden acelerar
el reconocimiento de una marca,
pero no la sostienen por sí solas»*

MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA: INÉS CASTAÑOS. ASISTENTE DE ESTILISMO: ELENA GRACIANTEPARALUCETA. AYUDANTE DE FOTÓGRAFO: PABLO MINGO. AGRADECIMIENTOS: IKEA.

«Disfruto muchísimo la parte creativa, especialmente cuando conecta con la estratégica»

donde pienso que apporto más valor, porque me apasiona diseñar, ya sea un producto o una campaña, y disfruto mucho cuando conecta a la perfección con la parte estratégica, que es donde mi socia, Beatriz Villarroya, lleva el liderazgo. En la intersección entre creatividad y negocio es donde todo cobra sentido, y esa es, sin duda, la forma de erigir una marca sólida.

¿Opinas que tu repercusión en redes ayuda a las ventas?
Las redes sociales contribuyen en términos de visibilidad y también hacen que puedas conectar de forma directa con tu audiencia. Las considero una herramienta muy potente para comunicar el universo de la firma o para mostrar proyectos con mayor profundidad, pero para mí suponen un canal más dentro de una estrategia mucho más amplia. Por supuesto, pueden acelerar el reconocimiento, pero no sostienen una propuesta por sí solas. Lo que realmente marca la diferencia a largo plazo es la coherencia, la calidad del producto y una visión clara.

¿Notas que se venda mejor una pieza si antes la has mostrado tú en un evento o en Instagram?

Es cierto que cuando luzco una determinada prenda hay una reacción más inmediata, porque la gente puede verla en contexto y entender mejor cómo se lleva. Pero no es algo que busquemos de manera estratégica, es más una consecuencia natural de compartir mi día a día y mis gustos a la hora de vestir. Al final, cuando una prenda funciona es porque tiene sentido por sí misma: por su diseño, su calidad y por cómo encaja en el estilo de quien la adquiere.

¿Cómo ves la evolución de las creadoras de contenido en redes sociales y su actual relación con las marcas?

Considero que el cambio es bastante profundo y responde a una madurez natural del sector. Durante años, el foco estuvo en perfiles cuyo valor principal era la visibilidad, pero hoy las marcas están desplazando ese interés hacia figuras con una identidad profesional asentada fuera de internet. Cada vez vemos más colaboraciones con actores, artistas, músicos o diseñadores, porque aportan no sólo alcance, sino también criterio, trayectoria y un imaginario propio. Las marcas ahora buscan afinidad real, credibilidad y coherencia estética, no sólo exposición, a la vez que el público es mucho más sensible a esa



Camiseta 'Rivi Tee' gris y falda 'midi', ambas de Alex Rivière Studio.

autenticidad: distingue cuándo hay un vínculo genuino y cuándo no. Tengo la sensación de que estamos entrando en una etapa más selectiva, donde las colaboraciones funcionan mejor cuando nacen de una conexión verdadera entre la firma y la persona, y no únicamente de una oportunidad de visibilidad.

¿Cómo vislumbra la evolución de Alex Rivière Studio?
Nuestro sueño es convertirnos en una referencia en la moda, que nuestro universo perdure en el tiempo.

Y tú... ¿en qué momento vital te encuentras?

Me siento en una etapa de plenitud y mucha serenidad, tanto personal como profesional. Haría un balance lleno de gratitud; estos años de matrimonio han sido de crecimiento compartido, de apoyo mutuo y de construir una vida juntos con mucha complicidad. Respecto al futuro, soy de las que piensa que las cosas llegan cuando tienen que hacerlo, de manera natural. Mi mayor sueño ahora mismo es mantener este modo de vida sano y equilibrado, rodeada de mis seres queridos y siguiendo adelante con todos los proyectos que me ilusionan. ■

ESTILO



Bolso modelo 'Whitney' de estilo arquitectónico en color verde aceituna (1.655 €), de Max Mara. Silla 'Dudet' de Cassina.
En la otra pág., 'Baguette', con cuentas y lentejuelas bordadas (4.200 €), de Fendi. Silla 'Luisa' de Cassina.

FRONT ROW



Toma el mejor asiento y disfruta
de un desfile de lujo protagonizado
por LOS BOLSOS MÁS
DESEADOS de la temporada.

POR LAURA SOMOZA. FOTOS: UGE RUBIO



'Capucine BB', en ratán trenzado a mano e inspirado en la cesta de picnic creada por Louis Vuitton en 1892 (6.300 €), de Louis Vuitton. Silla 'Scarpa 121' de Cassina.

ESTILO



Bolso 'Oskan' tipo 'hobo' en ante con aplicaciones de medallones (1.390 €), de Isabel Marant. Butaca 'Soriana' de Cassina.

ESTILO

'Vittoria', en cuero con bordados florales, de Dolce & Gabbana. Silla 'Zig Zag' de Cassina.



Bolso modelo 'Ring Bag' con silueta curva y detalles metálicos (1.290 €), de Rabanne. Silla 'Tulu' de Cassina.



ESTILO


Bolso de lino y piel con cierre dorado (2.200 €), de Giorgio Armani. Butaca 'Utrecht' de Cassina.



Almudena Cañedo



EL ARTE DE BRILLAR



Camiseta blanca de American Vintage, 'jeans' de Levi's, collar tipo corbata en oro blanco con diamantes multita-lla de la colección 'Red Carpet' de Rabat y pulsera, anillo cruzado y alianzas, todo en oro blanco con diaman-tes, de la co-lección 'Diamonds' de Rabat.

En la otra página, cazadora de ante de Blauer, camisa de Easy Wear ECL, collar y anillo de eslabones en oro rosa con corazón en pavé de diamantes de la colección 'Diamonds' de Rabat y anillo con corazón en oro rosa de la colección 'Essentials' de Rabat.

Modelo y pintora a partes iguales, ALMUDENA CAÑEDO deslumbra por sí sola, pero aún más si cabe gracias al oro y a los diamantes 'black & white' de las apasionantes joyas de Rabat. Un combinado de lujo con mucho arte.

POR LAURA SOMOZA. FOTOS: RAFA GALLAR. REALIZACIÓN: SYLVIA MONTOLIÚ

Sonríe, por favor. Una frase significativa aparece grabada en un sencillo anillo que acompaña allá donde va a Almudena Cañedo (Madrid, 1994). «El año pasado falleció mi abuela materna y mi hermana y yo nos hicimos el mismo. En el mío grabé algo que ella siempre me decía. Lo encargamos y, curiosamente, me llamaron para recogerlo la misma fecha en la que había fallecido un año atrás. Reconozco que no tenía un buen día y, cuando lo leí, me cambió el *mood* por completo... Creo mucho en las señales y me pareció precioso». Un recuerdo muy especial hecho joya... A Almudena le apasiona la joyería, y las piezas de Rabat que lució en nuestra sesión le fascinaron. Maravillosas creaciones en oro blanco o amarillo, mezcladas muchas de ellas con diamantes en blanco y negro (colección *Black & White*), con sinuosas siluetas onduladas (colección *Waves*) o con guiños geométricos a la arquitectura (*Evergold*). Aunque si hablamos del mundo de la modelo, el color lleva la voz cantante en su universo forjado por la influencia de unos padres artistas que le han transmitido el amor por la pintura y, en concreto su padre, por la música. «Me atrapó desde pequeña. Él es muy *musiquero* y he crecido con canciones. Recuerdo ir en el coche escuchando Cat Stevens. Adoro el ritmo de los años 60 y 70, el *blues*, los Rolling Stones... De hecho, uno de mis tatuajes (*tiene más o menos una docena*) es una de sus canciones, *Wild Horses*, también llevo *Chelsea Hotel* de Leonard Cohen». Pero si hay una canción que define el momento vital en el que se encuentra, sería *I Am Right On Time* de Bleachers. «Me da alegría escuchar esta banda, y sobre todo me siento identificada con la letra de este tema. Habla de vivir el presente sin pensar mucho en el futuro, y así soy un poco. Tengo esa sensación de ir muy deprisa, de llegar tarde a muchas cosas y perdermelas. El caos me caracteriza, pero, en lo importante, siempre estoy». Y así es ella. La familia representa el pilar que antepone a todo, y su carácter tímido y, como ella reconoce, algo desordenado, se complementa a la perfección con su empatía y su perfeccionismo meticuloso en

el trabajo. «Mis dos oficios, el de modelo y el de artista, me han enseñado la paciencia, porque en ambos la espera está muy presente. En la moda existen los *casting*, el tiempo entre desfiles... Y pintar sobre tela requiere muchas horas, muchas capas, mucho silencio... Pero para mí es terapéutico, puedo estar sola sin ruido horas, a veces me pongo un *podcast* o una película fácil de fondo».

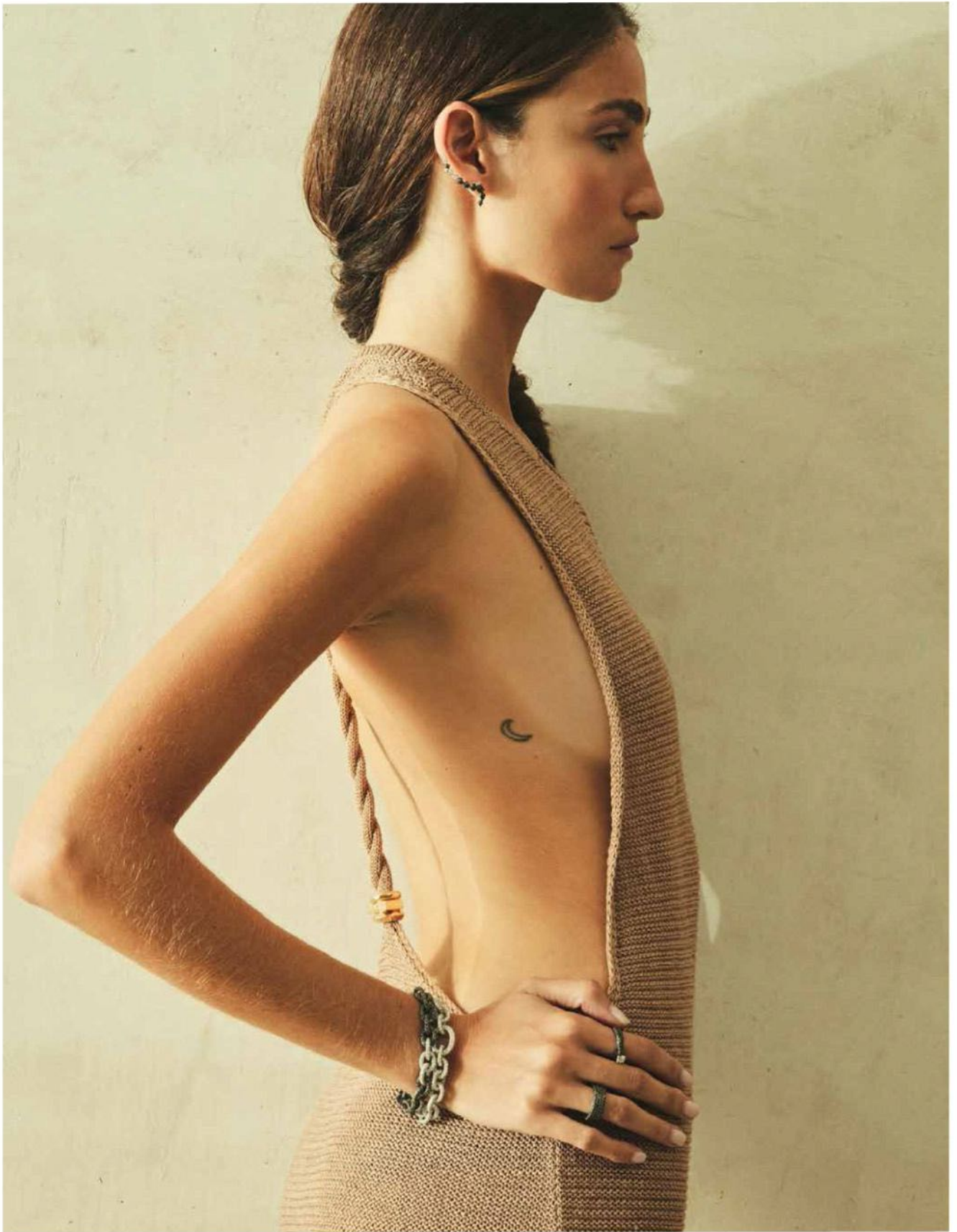
Y precisamente en una de esas pausas, durante la pandemia, recibió la petición de un amigo: «Me mandó una chaqueta y me dijo que pintara la cara de David Bowie en la espalda, subí la imagen a Instagram y me llovieron los encargos». A raíz de aquello decidió lanzar su firma, *When at Home*, en la que pinta prendas bajo pedido y fusiona a la perfección sus dos facetas profesionales. ¿Su último trabajo? Un sueño hecho realidad: ha visto como todas las modelos del último *show* de Gabriela Hearst, celebrado en el parisino Petit Palais, calzaban botas de *cowboy* decoradas por ella: «Reconozco que en el *carroussel* final se me saltaron las lágrimas (*risas*)». Un desenlace creativo fruto de un par de encuentros entre la artista y la diseñadora en Madrid y NY. «La conocí en un evento aquí y nos volvimos a ver el noviembre pasado en Nueva York por su cumpleaños, entonces le llevamos de regalo unas botas pintadas por mí. Al día siguiente, me llamó para vernos y me propuso pintar las de su desfile. ¡A los tres días las tenía en casa! Fue emocionante, porque al *show* también vinieron mis padres, que en las últimas jornadas me ayudaron a pintar; las personas que me enseñaron, ¿no es precioso?». El amor por su familia está siempre presente, es su joya más preciada. Eso nos hace preguntarnos si sueña con formar la suya propia. «Me gustaría, porque tengo el ejemplo de una muy unida. Aunque no poseo un gran instinto maternal, pero sí que soy muy niñera, y muy niña (*el tatuaje de su personaje favorito, Jack Sparrow, da fe de ello*). Tengo mi lado infantil muy desarrollado, y por eso pienso que me encantaría tener niños para hacer piña con ellos (*risas*)». Conclusión: Almu es brillante por fuera y por dentro. ■



Camisa vaquera de Easy Wear ECI, vaqueros con cintura trenzada de Maje, pendientes tubogas, collar tipo corbata tubogas, esclava tubogas, maxipulsera con filas de tubogas y pavé de diamantes, anillo ancho y anillo cruzado tubogas, todo en oro rosa con pavé de diamantes de la colección 'Evergold' de Rabat, y anillo de oro rosa con corazón de pavé de diamantes y alianza en oro rosa con diamantes, ambos de la colección 'Diamonds' de Rabat.



Camiseta de algodón, 'shorts' y cinturón, todo de Isabel Marant, collar de eslabones en oro rosa con anillas de pavé de diamantes de la colección 'Diamonds' de Rabat, y pendientes de oro rosa con pavé de diamantes, pulsera de oro rosa con pavé de diamantes, pulsera de oro blanco con pavé de diamantes, pulsera de oro rosa, pulsera de oro amarillo y anillos de oro con diamantes, todo de la colección 'Waves' de Rabat.



MAQUILLAJE Y PELLUQUERÍA: PEDRO CEDEÑO (NS MANAGEMENT)

Vestido con tira trenzada en la espalda de Elisabetta Franchi y pendientes 'earcuff' y pulsera de eslabones, ambos con diamantes blancos y negros, pulsera de eslabones con diamantes blancos, anillo con filas de pavé de diamantes negros y anillo cruzado con rodio negro con pavé de diamantes negros y diamante central, todo en oro blanco y de la colección 'Black & White' de Rabat.



Je t'aime

Ponemos un pie en el verano enamoradas de todas las propuestas de Sezane. Desde sus clásicos, como la chaqueta 'Will', el cárdigan 'Gaspard' o la camisa 'Tomboy', hasta sus nuevas creaciones: 'shorts' y minivestidos de estampado floral o sus biquinis de lunares o 'print' animal (sezane.com).

EN FAMILIA

Hazte con un anillo tipo sello y haz de él tu emblema. ¿Nuestra propuesta? El de silueta rectangular y bisel lapidado en oro de 18 quilates de joyerías Jose Luis (1.449 €, jose Luisjoyerías.com).



DESEOS CUMPLIDOS

Cintas de satén 'en punto', accesorios para quedarte helado y demás SORPRESAS DE VERANO llegan para alegrarte el guardarropa.



VACACIONES EN FRANCIA

Vestidos con 'print' vichy, camisetas a rayas marineras y con destino Cap Ferret o faldas bordadas nos trasladan al chic francés de la mano de El Ganso (elganso.com).



SUMMER DAYS Los días de sol y playa (y, por qué no, también de ciudad) comienzan con Prada y su bolso elaborado con efecto rafia y el detalle del icónico logotipo de la casa bordado (a tamaño 'maxi') en el frente (2.200 €, prada.com).

PIEL MÁS JOVEN

en solo 10 días

Las pieles secas tienen la barrera cutánea debilitada, pierden nutrientes y envejecen.

El poderoso **Urea ProLactic¹⁰** de Lactourea **penetra y actúa en profundidad**, reparando la barrera cutánea desde dentro, y **estimula la síntesis de colágeno y elastina** para mantener la piel fuerte y joven.

lactourea¹⁰

PIEL REPARADA PIEL JOVEN

PIEL REPARADA
100%
USUARIOS*

Tras el uso de la rutina de **Gel y Loción Lactourea** durante 10 días



*Test de uso. El 100% de usuarios nota la piel reparada después de 10 días de uso.



BLAUER

Amamos el estilo boho y 'hippy' de Maison Hotel. Vaporosas blusas bordadas, pantalones con flores estampadas, chalecos con aplicaciones de espejos y un sinfín de propuestas de alma 'seventies' prometen hacer que tengas un verano estilísticamente inolvidable (maisonh.com).



BUEN SABOR

Los bolsos se refrescan con Balenciaga y sus divertidos 'charms' con motivos de envoltorios de helados 'sweet treat' (495 €, balenciaga.com).

HORA FELIZ

Una sofisticada cinta de satén que marca el tiempo es el alma de los relojes 'D de Dior' (dior.com).



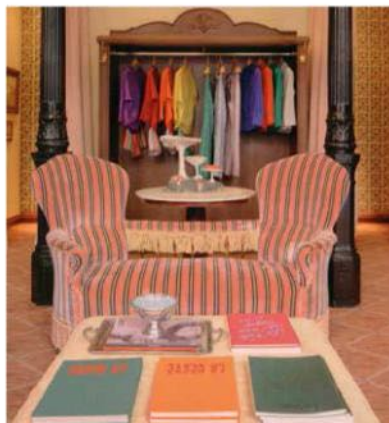
ESCANEA Y
COMPRÁ



PASOS MAESTROS Los famosos mocasines 'Gommino' de Tod's (los conocerás por sus minitacos de goma, los 'gommini', de la suela) veranean en ante con colores pasteles como amarillo sorbete, azul cielo, rosa bebé... (590 €, tods.com).

VISITA OBLIGADA

La Veste, fundada por Blanca Miró y María de la Orden, abre su primera tienda en España, en la madrileña calle de Orfila. Un espacio decorado por Quintana Partners en el que encontrarás sus coloristas propuestas (lavestelaveste.com).



LOOK ELLE



1. INDI AND COLD

Camisa 'oversize' (79,90 €, indiandcold.com).

2. POLO CLUB

Vaqueros azules de corte 'slim' (poloclub.com).

3. LOLA

CASADEMUNT

Bandolera estilo 'hobo' bicolor (99 €, lolacasademunt.com).

4. FITPLOP

'Mules' con plataforma (150 €, fitflop.com).



FUERZA FEMENINA

La actriz **Emma Mackey** representa a la perfección los valores de la fragancia 'Burberry Goddess': el poder de una manada de leonas sin renunciar a la confianza en una misma.

Pensada para mujeres valientes, seguras y con carácter, *Burberry Goddess Eau de Parfum* desprende un aroma único, marcado por un trío de vainilla intenso y sofisticado que deja huella, como la fuerza de una manada de leonas. Una metáfora que establece un paralelismo entre la fuerza del grupo y el poder femenino individual. El frasco, tan elegante como la propia fragancia, está lleno de alusiones al legado de la firma en la moda, como su icónica gabardina. Recargable y cargado de personalidad, está pensado para quienes entienden que el aroma es un lenguaje.

PARA TU MADRE
'Burberry Goddess Eau de Parfum' es el regalo perfecto para el Día de la Madre y una demostración de lo que es para ti.





«VIVIR MÁS CONECTADOS NO SIEMPRE SIGNIFICA VIVIR MEJOR»

Con el objetivo de recuperar el criterio que a veces perdemos a causa del mal uso de la tecnología, **Domingo Guillén, director general de Fnac España**, nos invita a analizar nuestra relación con los dispositivos electrónicos para saber cuándo hay que desconectar... para vivir y disfrutar.

Domingo Guillén, director general de Fnac España, está al frente de *Menos Smart*, una iniciativa que mira a una realidad muy nuestra, la relación casi automática que tenemos con los dispositivos electrónicos. Lejos de demonizar la tecnología, la propuesta invita a usarla con más conciencia y a recuperar lo que a veces se nos puede escapar entre notificaciones, pantallas y prisas: el tiempo, la atención y la presencia.

La campaña se convierte, además, en una historia muy cercana en *El Contrato*, un spot protagonizado por el propio Domingo, en el que interpreta a

un padre que pacta con su hija el uso del primer *smartphone*. Una escena doméstica, sencilla y muy reconocible, que aterriza una conversación cada vez más presente en muchas familias.

¿Qué es *Menos Smart*?

Es una invitación a mirar la tecnología con más calma. No va de renunciar al móvil ni de vivir de espaldas a lo digital, sino de preguntarnos si realmente lo estamos usando nosotros o si, poco a poco, ha terminado por ocupar demasiado espacio en nuestros días. *Menos Smart* es una forma de recuperar criterio, de elegir mejor y de volver a poner la vida en el centro.



DOMINGO GULLÉN,
Además de dirigir Fnac España, protagoniza el spot 'El Contrato', que analiza el papel de la tecnología en la familia, y cómo está presente en las relaciones entre padres e hijos.

Soy padre de una adolescente y sé que el primer móvil es casi un rito de paso en muchas casas. Hay ilusión, claro, pero también dudas, límites y conversaciones necesarias. Quisimos reflejar ese momento desde la cercanía, sin exagerar nada. Al final, lo más importante cuando hablamos de tecnología en familia es acompañar, no imponer.

¿Dónde ves el mayor riesgo de la hiperconexión?

En la pérdida de atención. Cuando todo compite por nuestra mirada, resulta mucho más difícil concentrarse, descansar o disfrutar de un momento sin interrupciones. Y eso no afecta solo al ocio. También toca la manera en que vivimos la cultura, las relaciones y hasta

«LA CULTURA PRESENCIAL NOS DEVUELVE ALGO MUY VALIOSO: ATENCIÓN PLENA, EMOCIÓN COMPARTIDA Y PROFUNDIDAD, ALGO QUE LAS PANTALLAS NO PUEDEN SUSTITUIR»

la forma en que nos sentimos con nosotros mismos. Para combatir este riesgo, la clave está en tratar de disfrutar más a través de los propios sentidos.

Fnac habla mucho de cultura. ¿Qué papel juega en esta iniciativa?

La cultura presencial nos devuelve algo muy valioso: atención plena, emoción compartida, profundidad... Tiene algo que las pantallas no pueden sustituir. Leer un libro en papel sin mirar otra pantalla, escuchar música en vivo, ir al cine, a una exposición o a una obra de teatro, son experiencias que nos devuelven al presente. *Menos Smart* también es una forma de defender eso, de recordar que vivir mejor no siempre es vivir más conectados.

¿Qué te gustaría que quedara de esta campaña?

La idea de que ser *smart* hoy no significa estar conectado todo el tiempo. A veces, lo más inteligente es saber cuándo parar. Y, sobre todo, entender que desconectar, lejos de ser una renuncia, puede ser una forma muy valiosa de cuidarnos y también, ¿por qué no? de disfrutar.



¿Por qué lanzar esta conversación ahora?

Porque no se trata de un debate abstracto, sino que ya forma parte de nuestra vida cotidiana. La mayoría de nosotros miramos el móvil muchas veces sin darnos cuenta, y eso tiene efectos en cómo descansamos, cómo nos concentramos y en nuestra forma de estar con los demás. En Fnac pensamos que, si hablamos de cultura y de experiencias que nos benefician, también teníamos que hablar de aquello que hoy nos roba parte de nuestro bienestar, y también de cómo utilizar mejor todo lo que nos aporta la tecnología.

El spot te sitúa como padre de una adolescente.

¿Qué te interesaba contar desde ahí?

Me interesaba contar una historia muy real porque, además, es algo que vivo en primera persona.

EN BUSCA DEL BIENESTAR

El 83 % de los españoles afirma que el espacio de baño **influye de forma directa en su bienestar**, según un estudio realizado por Roca.



Cuando el espacio de baño reúne diseño, orden y practicidad es fácil encontrar el relax y el confort.



La colección 'Meridian' de Roca, con sus líneas simples, tonos neutros y acabados perfectos, combina la funcionalidad con la elegancia.

De entre todas las estancias del hogar, el espacio de baño es nuestro refugio más íntimo. Roca, firma líder en soluciones para esta estancia, ha impulsado un nuevo estudio sobre tendencias para conocer las preferencias de los españoles en el espacio de baño y cómo impacta en su bienestar físico y emocional. Y es que cada vez dedicamos más tiempo a actividades ligadas al bienestar, más allá de la higiene personal: las mujeres destinamos una buena parte del tiempo al cuidado de la cara y el pelo (afirma el 87 % de las encuestadas), a la lectura y a la relajación (71 %) y al maquillaje (63 %). Los españoles también destacaron el diseño, el orden y la amplitud (65 %), la temperatura (56 %), la luz (58 %) y los aromas (53 %) como los elementos que más contribuyen a conseguir esta sensación de bienestar. En conjunto, estos factores son capaces de transformar la estancia en un auténtico templo de autocuidado.



INSPIRÁTE

CASAS, ARTE, TENDENCIAS, VIAJES ...



La revista de diseño y decoración más leída del mundo.

¡YA EN TU QUIOSCO!

Abrigo de Gucci,
pulseras y anillos,
todos de Cartier, y
zapatos de Christen.



ES TAN
FÁCIL
AMAR
A
OLIVIA
DEAN...

LA CANTANTE BRITÁNICA ESTÁ EN
TODAS PARTES, Y CON RAZÓN.

POR SYLVIA OBELL. FOTOS: FELIX COOPER. REALIZACIÓN: ALEX WHITE



Es el fin de semana de la Super Bowl y me encuentro en un almacén de casi 18.500 m² situado en un muelle del paseo marítimo de San Francisco repleto de gente, entre la que se encuentran varias de las caras más conocidas del mundo del deporte y el entretenimiento. Russell Wilson y Ciara se deslizan, cogidos de la mano, por la abarrotada zona VIP. Cardi B, Jon Hamm y Ty Dolla \$ign deambulan entre los invitados. Atletas de renombre llenan los rincones. Faltan dos días para el partido y, este viernes por la noche, Olivia Dean (Londres, 1999) es la cabeza de cartel que todos han venido a ver. «Este es el primer concierto que hago desde que gané el Grammy», dice sonriente desde el escenario, dando vueltas en un pequeño y vertiginoso círculo mientras el público se agita.

En los cinco días transcurridos desde que se llevó a casa el premio a la Mejor Artista Revelación no ha tenido tiempo ni de respirar. Ha pasado directamente del fin de semana más importante de la música en Los Ángeles al más crucial del fútbol en la Bahía. Esta actuación, en la fiesta de lanzamiento de la Super Bowl organizada por Uber, es su último compromiso antes de volar de regreso a Londres para tomarse un descanso muy necesario. Aunque no lo sospecharías al verla en el escenario, brillando como un faro.

Unas horas antes del evento, me reúno con la cantante de 27 años en su *suite* del The St. Regis para procesar en tiempo real este momento triunfal de su carrera. Incluso fuera del escenario, está rebotante de energía cuando llego. Me saluda calurosamente con una gran sonrisa y un abrazo de bienvenida, vestida de manera informal con unos Levi's holgados, unos zapatos Manolo Blahnik de lunares blancos y negros y una camiseta oscura ajustada. «Me gusta crear ambiente», me dice, haciendo un gesto hacia las fragantes velas *Baies* de Diptyque que estaba encendiendo cuando entré. Son poco más de las 17:00, y las ventanas de suelo a techo enmarcan una puesta de sol perfecta sobre el centro de San Francisco. Mientras nos acomodamos

en el sofá y nos echamos a reír tras unos minutos de conversación ligera, rápidamente se hace evidente que la cantante concibe la vida de la misma manera en que hace música, convirtiendo lo ordinario en instantes en los que merece la pena quedarse. Al enterarse de que es mi cumpleaños, insiste en regalarme una botella de champán Veuve Clicquot. «¿Por qué estás aquí trabajando?», exclama. «¿Sabes quién eres?! ¡Acabas de ganar un Grammy!», contraataca. Sacude la cabeza, con las manos pegadas a la cara, riendo en voz baja; aún no está lista para creérselo. «Mi corazón se encuentra lleno de una manera difícil de describir», dice antes de hacer una pausa para encontrar las palabras adecuadas. «No creí que esto fuera a suceder. No te voy a mentir. Nunca antes había ganado un premio de música».

Ganar uno de los Grammy más codiciados por primera vez es bastante icónico, pero es el resultado lógico del impulso que ha ido acumulando desde el lanzamiento de *The Art of Loving* el pasado septiembre. Si bien no fue su debut (ya había publicado varios EP y un álbum de estudio en 2023, *Messy*), sí fue la primera vez que logró abrirse paso a ambos lados del Atlántico. El disco alcanzó rápidamente el platino en Reino Unido y el oro en Estados Unidos, y canciones como *So Easy (To Fall in Love)*, *Man I Need* y *A Couple Minutes* se hicieron virales en TikTok e Instagram. Si a esto le sumamos destacadas actuaciones en directo, una campaña con Burberry y elogios de la crítica, Dean se convirtió en una figura ineludible.

Cuando su constante aparición en mi algoritmo me llevó a escuchar el álbum, me sorprendió la rapidez con la que su propuesta me convirtió en fan. Se trataba de una meditación cautivadora sobre el amor, el romance y la compasión en un año que parecía carecer de esos sentimientos. En sólo tres meses, se posicionó como mi disco más escuchado de 2025.

Se acurruca en el sofá con una pierna debajo de ella y la otra estirada, sujetando el tacón en la mano mientras recuerda con nostalgia cómo compartió espacio ►



Vestido de Chanel
y pulseras y anillos,
todo de Cartier.



Vestido de Gucci
y pendientes,
pulseras y anillos,
todo de Cartier.



«MI PROPÓSITO EN LA MÚSICA ES AYUDAR
A LAS PERSONAS, INCLUIDA YO MISMA»



Abrigo de Gucci y
anillos de Cartier.

con tantos de sus héroes musicales apenas una semana antes. «Tengo que intentar explicar esto bien, para que puedas entenderlo de verdad», dice. «Ahí estoy, en los Grammy, viendo a Lauryn Hill, que está haciendo un increíble homenaje a D'Angelo. Está en mi línea de visión. Y me parece que yo en la suya. Pienso que no me estaba mirando a mí, pero yo a ella sí. Ganó el premio a la Mejor Artista Revelación el año en que nació; mi segundo nombre es Lauryn en su honor... Fue un momento de serendipia en el que el círculo se cerró. Estaba en mi casa en Londres hace un par de semanas, sentada en mi salón. Y de repente tengo un Grammy en la mano y Queen Latifah me está viendo».

De algún modo, entre el deslumbramiento y el *shock*, logró pronunciar uno de los discursos más conmovedores de la noche, dedicado a una heroína más personal: «Estoy aquí como nieta de una inmigrante», dijo en el escenario. «Soy fruto de su valentía y creo que esas personas merecen ser celebradas... No somos nada los unos sin los otros». La decisión de mencionar a su abuela materna, que emigró al Reino Unido desde Guyana a los 18 años, fue natural. «Hablé con mi madre y mi tía y me dijeron: "Representas a esta familia y el coraje de tu abuela". Me pareció sincero reconocerla. Tengo esta vida gracias a ella».

Si te preguntas de dónde saca su arrojo y determinación, no hay más que fijarse en las mujeres que la criaron. La cantante las describe como intrépidas y directas. «Nos oyes antes de vernos», dice con una sonrisa. «Pero se toman muy en serio la creación de una comunidad. La cocina de mi tía era un punto de encuentro constante. Mi madre y yo siempre estábamos allí. Tomaban su copa de vino. Escuchábamos a Angie Stone. Me dieron mi educación musical».

Su madre, Christine, es abogada y trabajó en derecho de menores y familia antes de convertirse en la primera mujer negra en ocupar el puesto de líder adjunta del Partido por la Igualdad de las Mujeres del Reino Unido. Gracias a ella, Dean aprendió la relevancia del esfuerzo y de empoderar a otras mujeres. «Me decía: "Vas a tener que ser cinco veces mejor". Eso siempre ha estado muy presente en mí. No soy perezosa cuando se trata de lo que hago. Todo es muy intencionado. Trabajo duro. Y soy feminista hasta la médula».

Sus padres fueron sus primeros maestros en lo que respecta al amor. «Me han enseñado que es una elección y que requiere dedicación», dice. «No siempre hay mariposas y cuentos de hadas. Es constancia. Es elegir amar cada día, en lugar de optar por la frustración o la huida».

También apoyaron sin fisuras su decisión de dedicarse a la música. De hecho, fue su madre quien le sugirió inscribirse en la BRIT School, la misma institución por la que

pasaron Adele y Amy Winehouse. Y aquel no fue sólo el lugar donde agudizó su sensibilidad musical o descubrió su pasión por componer; es donde encontró la aceptación y la capacidad de asumir su autenticidad. «Me permitió liberarme de la vergüenza que sentía por ser quien era», explica. «Fue muy reconfortante estar rodeada de gente que pensaba que la música molaba y que querer destacar era bueno. En cambio, en mi colegio anterior, los compañeros me hacían sentir como si fuera demasiado». Le cuesta admitir que la acosaran («Creo que lo guardé en una caja y me dije: "No, no sufrí *bullying*"»), pero admite que le costó hacer amistades femeninas mientras crecía, hasta que conoció a sus mejores amigas en BRIT, de las cuales la más cercana sigue siendo su compañera de piso a día de hoy. «Nos encontramos el primer día de clase, y yo le dije: "He estado comiéndome el almuerzo en el baño. ¿Quieres que seamos amigas?"», recuerda.

Dean atribuye a sus amistades haberse mantenido centrada en esta etapa tan surrealista. «Mi vida puede ser bastante extrema, con todo ese *glamour*... Observo cómo muchos pueden sentirse perdidos y confundidos dentro de esta industria. Tienes que ser muy fuerte mentalmente. Soy afortunada por disfrutar de espacios donde nada de eso importa. A mis amigos les da igual, como a mí. Mi existencia no es más importante que la de los demás».

Ese fuerte sentido de identidad es un superpoder que se refleja en sus canciones. «Mi propósito es ayudar a las personas –incluyéndome a mí– a encontrar compasión y conexión. La gente está ávida de algo más honesto y significativo, algo que alimente el alma. Intento proporcionar un territorio donde pueda darse esa conexión».

En una era definida por el maximalismo y la urgencia, ella apuesta por la sutileza, dejando que su voz, su narración y sus elecciones musicales respiren. *The Art of Loving* reúne 12 temas en apenas 34 minutos, atravesando géneros como el *R&B*, el pop o el *neo-soul*. Encarna su inteligencia emocional; sus letras rechazan las narrativas tóxicas, impulsadas por la lujuria y empapadas de inseguridad, que dominan gran parte del Hot 100, y exploran la autoestima: ser exigente frente al maltrato (*Let Alone the One You Love*) o saber alejarse de alguien a quien todavía quieres (*A Couple Minutes*) da como resultado una música que sienta tan bien al sistema nervioso como al oído. Es un álbum para chicas que han curado sus corazones, de las que han acudido al psicólogo, pero siguen anhelando una relación acorde a su crecimiento personal. «Ahí es donde estoy», confiesa sobre la mirada sana y matizada de su disco en torno al amor. «He estado en terapia mucho tiempo. Me ha permitido ser consciente de mí misma y entender que no debo dejarme arrastrar por emociones negativas hacia el amor y el sexo masculino. ►



Chaqueta 'sport' de Balenciaga, 'shorts' lenceros de Dolce & Gabbana y pendientes y anillos, todo de Cartier.



*LAS 10 CANCIONES
DE SU VIDA

**«HAY QUE ELEGIR AMAR CADA DÍA,
EN LUGAR DE OPTAR POR LA HUIDA»**

«LA GENTE ESTÁ ÁVIDA DE ALGO MÁS HONESTO Y SIGNIFICATIVO, ALGO QUE ALIMENTE EL ALMA»

No me aporta nada. Puedo estar enfadada y herida, pero intento encontrar perspectiva y compasión. Leer a Bell Hooks también me ha ayudado a lograrlo».

Describe su idea de romance feminista como aquel que permite a las mujeres hacer lo que es mejor para ellas y, al mismo tiempo, anima —desde el afecto— a los hombres a estar a la altura. «*Man I Need* es una llamada a la acción», explica. «Es como decir: “Sé que puedes ser el chico que necesito si das un paso al frente y respondes como espero”». Sin embargo, no imaginaba que el *single* fuera a resonar en tanta gente. «Había hecho algo de lo que estaba orgullosa, aunque sé que eso no se traduce necesariamente en éxito», dice. «Hay música increíble que no llega de la misma manera, pero por alguna razón la mía lo hizo». Entre sus fans está Victoria Monét, ganadora del Grammy a la mejor artista revelación en 2024, que destaca «su calidez» y su gran capacidad para conectar.

A pesar del triunfo, evita que el criterio externo la defina. Tras los Grammy, eliminó las redes sociales de su móvil. «A pesar de que el amor ha sido abrumador, no creo que debas conocer la opinión de todo el mundo sobre ti. He decidido vivir en una dulce ignorancia».

La victoria en los Grammy la catapultó a una nueva estratosfera dentro del discurso de los *hashtags*: esa zona en la que te vuelves demasiado querida para el gusto de algunos. Es un desafortunado rito de iniciación por el que muchas mujeres exitosas, especialmente las racializadas, se ven obligadas a pasar. Dean entiende que, parafraseando a Audre Lorde, debe definirse por sí misma o correría el riesgo de ser devorada por las proyecciones ajenas. «Muchos de los debates en internet son bastante improductivos. Sé quién soy y que actúo desde un lugar sincero. No puedes gustar a todo el mundo. Y eso me da paz».

Aun así, hubo algo que sí la emocionó especialmente: aparecer mencionada en los juegos de *The New York Times*. Lleva tres años resolviendo el minicrucigrama con regularidad y hace poco descubrió que ella misma era una de las pistas. «Tiré el teléfono al otro lado de la habitación», cuenta. La clave pedía una palabra para describir el género musical de Olivia Dean y Daniel Caesar. «¡No lo acerté!», dice entre risas. «Seguro que era *R&B*. Yo no lo definiría así, pero, bueno... vale».

Más allá de la anécdota, sigue esforzándose por definir el éxito en sus propios términos, mientras navega en este

nuevo nivel de popularidad. Nunca ha sido de las que se dejan deslumbrar por los galardones o el reconocimiento. «Para mí, el éxito es la cantidad de personas que puedes reunir en un mismo espacio, a cuánta gente puedes llegar», afirma. Con ese baremo, ha superado sus propias expectativas. Las entradas para su primera gira como cabeza de cartel por Norteamérica se agotaron a una velocidad vertiginosa —muchas de ellas acaparadas por *bots* para su reventa—, dejando a parte de sus fans sin acceso. Es un problema habitual, pero Dean fue de las pocas artistas que exigió una solución a Ticketmaster, que finalmente reembolsó a los seguidores afectados y se comprometió a limitar los precios en el futuro. Espera que esto sienta un precedente para otros colegas de profesión, especialmente teniendo en cuenta que ellos no participan en los beneficios del mercado secundario. «De ninguna manera voy a subirme a cantar con todo mi corazón mientras alguien, desde casa, gana 500 o 600 dólares a costa tuya y mía», afirma. «Quiero que la gente pueda permitirse venir a los conciertos. No creo que tengas que tener mucho dinero para poder disfrutar de tu música favorita. Punto».

La gira arranca el 22 de abril en Reino Unido y continuará por Norteamérica en julio y agosto. Adelanta que los asistentes pueden esperar una experiencia compartida: todos preparados para cantar y bailar. También habrá una dosis de moda —es deliberadamente discreta con los detalles, aunque me guiña un ojo cuando le pregunto si habrá *looks* personalizados para cada ciudad— y canciones que aún no ha interpretado en directo.

Actuar ha sido siempre su parte favorita del proceso. «Es cuando me siento más segura y cómoda», confiesa. «Es donde lo que he creado respira de verdad y podemos tocar; todo se siente fresco y emocionante».

Su espíritu juguetón se manifiesta con especial claridad sobre el escenario. Ver a una joven artista negra moverse con tanta libertad, suavidad y optimismo desbordante resulta reconfortante y, en cierto modo, radical. «Siento que a veces es mi responsabilidad demostrar que podemos ser así», reflexiona. «Mi alegría es más poderosa que cualquier idea que otros tengan sobre mí o sobre cómo debería ser. Siempre voy a elegir la felicidad. Este trabajo es demasiado increíble como para no disfrutarlo. Sería absurdo haberme esforzado tanto para luego no vivirlo con pasión. Quiero divertirme todo lo posible». ■



Cartier

Lola

Tras tomar la decisión de alejarse unos meses de los escenarios para recomponerse mental y físicamente, LOLA ÍNDIGO regresa con una energía más luminosa que nunca y un 'tour', 'Romance de 1 noche de verano', con el que recorrerá todo el país y que servirá de aperitivo perfecto para su nuevo disco que, adelanta, es el más increíble de su carrera.

POR NOELIA HERMIDA. FOTOS: XAVI GORDO. REALIZACIÓN: SYLVIA MONTOLIÚ



Abrigo de plumas de Max Mara y pendientes, pulsera y anillos 'Clash' en oro rosa, todos de Cartier.





Escucharse, entenderse y priorizarse. Tres verbos que varios artistas jóvenes están utilizando, en los últimos años, de manera recurrente para explicar algunas decisiones que han tomado en sus carreras y que les han llevado, incluso, a apartarse por un tiempo de los escenarios. Una de ellos ha sido Miriam Doblás (Madrid, 1992), conocida artísticamente como Lola Índigo, o Mimi para muchos. En septiembre de 2025, durante un concierto en Madrid, anunció públicamente que necesitaba tomarse un *break*, después de una gira de estadios por España, que vieron más de 120.000 personas y que supuso un hito en su trayectoria. «Estaba agotada, como dije, mental y físicamente. Tenía unos ataques de ansiedad muy *heavies*. Necesitaba estar en terapia de forma más continuada y llegar hasta el final. Había sonado una alarma fuerte y yo le había estado dando al botón de posponer y, después de un año muy muy duro, ya no podía más. Así que, tuve que dedicarle atención a mi bienestar psíquico y, por otro lado, también a mi salud física, porque empecé a notar fallos del sistema. Por ejemplo, he tenido una lesión que, al principio, fue en el tendón de Aquiles, pero acabó derivando en una sobrecarga de la otra pierna... Mi cuerpo estaba pidiendo ayuda. Y decidí escucharlo», explica con una tranquilidad contagiosa. Se ha despojado de una mochila pesada, y se nota. Desprende luz, entusiasmo y emoción por esta nueva etapa, que festejará por todo lo alto en su nuevo *tour*, *Romance de 1 noche de verano*. Arranca el 17 de mayo en México, pero su puesta de largo será el 30 de ese mes en Granada, la tierra que la ha visto crecer y que es su fuente de inspiración constante. Actuará en *GRX La Feria*, un proyecto musical y cultural que ella misma ha creado para rendir tributo a sus raíces, a la alegría y a la magia de la ciudad andaluza. «Será el gran estreno de toda la escenografía, el vestuario, la historia teatral que envuelve el *show*, para la que nos hemos inspirado en Federico García Lorca con algún toquecito de Shakespeare. Habrá muchos amigos, invitados... Vamos a contar un relato a través de mis canciones, de discos anteriores y de algunas nuevas», anuncia. Y es que este parón ha sido muy inspirador para ella en todos los sentidos, en el profesional también. Porque si hay algo que Mimi ha demostrado desde que su rostro se hizo popular en televisión, primero, por su participación en el concurso de baile *Fama Revolution*, y luego, en 2017, al formar parte del *talent Operación Triunfo*, es su tenacidad y entrega, tanto en su labor de cantante como en su faceta de bailarina. Ha recibido críticas, ha generado dudas y le han cerrado puertas, pero ella siempre ha salido a flote y ha corroborado que es, como dice uno de sus grandes *hits*, la reina. **Más de siete meses sin subirte a un escenario... ¿Te ha costado?**

El tiempo es muy relativo, y para cada persona resulta diferente, pero para mí ha supuesto un *hiatus* largo. Llevaba ocho años tocando, componiendo y sacando música sin pausa. Empujé con mucho coraje y ganas mi carrera desde el principio. Fui a muerte con todo. Toqué hasta durante la pandemia, fui de las pocas artistas que hice muchos bolos en esos años. Entonces, aunque parar era necesario, ha sido duro. Hay gente que piensa que no es tanto tiempo, pero a mí me ha parecido muchísimo. Ha sido un periodo triste y difícil.

Anunciaste tu *break* durante un concierto, ¿por qué elegiste hacerlo así?

Cuando lo dije, todavía me quedaban dos por dar: uno en Argentina y otro en Chile. Pero necesitaba hacer ese alegato para que las personas que me estaban forzando a seguir se dieran cuenta de que no era un farol. Suena crudo, pero es la verdad. Tuve que expresarlo públicamente para obligarme a mí misma a frenar y para dejarle claro a los que me estaban presionando que lo iba a hacer sí o sí. Porque he pedido ayuda muchas veces, he gritado socorro muchas veces, y no me tomaban en serio. Así que, pensé que la única manera de que lo hiciesen era esa, quedándome totalmente expuesta delante de todo el mundo.

¿Tienes identificados los hechos que te llevaron hasta esa situación?

Han sido varios los traumas que he ido aplazando, colocando tiritas y parches, sin dejarlos curar. Pero, al final, todas esas heridas te hacen estar totalmente vulnerable, desconectada. Y, realizando terapia, me he dado cuenta de que esa es la zona peligrosa: cuando tu cuerpo para protegerse deja de sentir. Yo estaba aislada, completamente ida. He tenido pérdidas personales, familiares, picos de estrés absoluto, y sólo pensaba en tirar y seguir. He sentido falta de ayuda, de sensibilidad y de humanidad dentro del equipo, y he tenido que reconstruir ►

Top 'cropped' de tirantes en cuero y falda de plumas, ambos de Balenciaga.



«MI RITMO DE TRABAJO NO ERA SAÑO Y MI CUERPO, PARA PROTEGERSE, DEJÓ DE SENTIR. ESA ES LA ZONA PELIGROSA»



Cazadora rosa en 'nylon' de seda y pendientes y anillos 'Clash' en oro rosa, ónix y diamantes, todos de Cartier. En la otra página, camiseta de canalé sin mangas de Levi's, falda larga de plumas en tono coral y sandalias a juego, todo de Givenchy, y collares y anillos 'Clash' en oro rosa con ónix y con calcedonia, todos de Cartier.



'Blazer' negra con escote corazón abierto y puños XL de camisa de algodón, y pantalones de traje rectos, ambos de Givenchy, y pendientes 'Clash' en oro rosa y ágata verde de Cartier.

*SI QUIERES VER EL VÍDEO DE LA PRODUCCIÓN, ENTRA EN WWW.ELLE.ES

«NO NACÍ SIENDO LOLA ÍNDIGO. ME TUVE QUE BUSCAR LA VIDA AÑOS PARA PAGAR MI HABITACIÓN EN LAVAPIÉS»

todo, empezar de cero y crear un entorno sano. Y es importante que los chavales que están en la industria sepan que parte de su trabajo consiste en prestar atención a tener un entorno saludable, para estar bien emocionalmente y poder trabajar de forma óptima pero a un ritmo adecuado, porque el que yo he llevado hasta ahora era nocivo.

¿La industria y el ritmo de consumo actual permiten a un artista frenar?

Cuando te conviertes en algo rentable, si por ellos fuera... Pero tienen que entender que lo principal para un artista es tener la cabecita en su sitio, para poder meterse en el estudio y hacer cosas bonitas. ¡Todo lo demás depende de que eso salga bien! Entonces, yo les dije: «Chavales, quiero ir al estudio y que me dejéis en paz». Y es lo que he hecho. Olvidar el teléfono en casa, coger el iPad por si tenía que buscar alguna referencia, una libreta para escribir y ya. Y estoy componiendo el disco más increíble de mi carrera y del que más orgullosa me siento. Hay mucha historia personal. Estoy contando detalles de mi vida que no había podido antes.

¿Por ejemplo? ¿Qué temas abordes en las canciones de este nuevo álbum?

A mí no me gusta hablar de mi intimidad romántica, así que lo he cubierto todo siempre de metáforas, de cuentos de hadas. Y es la primera vez en mi carrera en la que voy a contar la cruda realidad de una etapa, explicar todo lo que fue para mí 2025.

¿En qué punto se encuentra? ¿Saldrá a la luz un nuevo trabajo de Lola Índigo pronto?

Está más avanzado de lo que pensaba. Pero, claro, ahora vas a poner esto y me van a matar, porque van a preguntarme: «¿Cuándo? ¿Cómo?». *(Risas)*. Será cuando tenga que ser, pero, sorprendentemente, es la primera vez que me he sentado delante de algo y le he dicho a mi productor: «Creo que lo tenemos». Y, además, las colaboraciones son demasiado gigantes, increíbles. Hay una cosa que tenía muchas ganas de hacer. Quería volver con una canción que me representara como mujer, un matriarcado con mucha fuerza, raza y pureza. Y tengo una amiga, Salma, que es una de mis artistas favoritas, que me enseñó una que había escrito y me enamoré. Poco a poco, fuimos terminándola juntas, dándole forma, se fue sumando gente... El resultado ha sido espectacular, y compartido con tres mujeres que adoro: Salma, Lia Kali y Queralt Lahoz.

Te etiquetaron como «la que baila» y has demostrado que eras mucho más. ¿Lo sientes así?

Me he quitado esa espinita gracias al curro. Hay mucha gente a la que no le gusta ensayar. Es muy difícil sentirte torpe cuando ya controlas algo. Pero hay que ser muy valiente para dudar de tu destreza y no rendirte. Cuando hice mi primera clase de canto en *Operación Triunfo paniqueaba* a muerte. No entendía qué pasaba en mi garganta. Pero, poco a poco, lo vas controlando. Nunca he pensado que sea una bailarina de diez, ni una cantante de diez, pero sí me considero un artista de diez, porque cojo todo lo que sé y lo transformo en lo más bonito que puedo hacer en ese momento. Yo, en esfuerzo, nunca voy a escatimar, te lo aseguro.


Has dicho muchas veces que estabas segura de que ibas a vivir de esto. ¿Estás satisfecha?

Lo estaré cuando pueda decir: «El equilibrio entre mi vida profesional y personal es perfecto». El día que llenamos el Metropolitano cumplí un sueño, pero a nivel personal estaba hecha polvo. No alcancé mi plenitud donde pensaba que iba a hacerlo. Tuve que girar el reloj y empezar de nuevo, porque estaba todo mal. Cuando llenas estadios y tus canciones se escuchan por todos lados, casi siempre, es cuando más caótico estás, con menos tiempo para tu círculo, para acudir a terapia, comer bien o dormir. Así que, he aprendido que la armonía es la meta. Seguro que hay gente que lee esto y piensa: «No debe ser tan difícil, no te quejes». Yo no nací siendo Lola Índigo. Me tuve que buscar la vida durante años como bailarina para pagar mi habitación en Lavapiés. Entonces, cuando me llega esto, pienso: «Es mi obligación tirar para adelante con todo». Y luego viene lo que ha pasado, el colapso de la artista y del ser humano.

¿Con quién te sientes más identificada en este momento, con Lola o con Mimi?

Con Mimi, porque estoy más conectada con la gente, conmigo, con mi familia y con mi arte. ■





Chaqueta y camiseta con cuello rígido de Louis Vuitton y pendientes 'Clash', en oro rosa, diamantes y ónix, y anillo 'Panthère', en oro rosa, ónix y diamantes, todo de Cartier.
En la otra pág., levita, camisa y zapatillas de Dries Van Noten, pantalones de Tommy Hilfiger y anillo 'Clash' en oro amarillo y ónix de Cartier.

CARMINHO

SENTIDO Y SENSIBILIDAD



VOZ IMPRESCINDIBLE DE LA MÚSICA PORTUGUESA CONTEMPORÁNEA, LA FADISTA SABOREA EL ÉXITO QUE LE HA TRAÍDO SU COLABORACIÓN CON ROSALÍA DESDE LA CALMA Y LA PAZ INTERIOR QUE REINAN EN SU VIDA Y EN SU CANTO.

POR NOELIA HERMIDA. FOTOS: XIMENA Y SERGIO. REALIZACIÓN: BÁRBARA GARRALDA

Carminho es como lo que canta: pureza, poesía y sensibilidad. La artista –María do Carmo de Carvalho Rebelo de Andrade (Lisboa, 1984) es su nombre oficial–, que ha hecho que el fado suene en medio mundo, es una artesana de la canción. Una de esas creadoras que elabora música como si fuese un traje de alta costura, con mimo, con delicadeza, con exquisitas puntadas minuciosas en forma de palabras y melodías, que dan como resultado piezas que sacuden el alma. Porque si algo es el fado, es alma, y ella lo canta con todo el sentido y sensibilidad. Sirvan de ejemplo *Pela minha voz*, *Canção à ausente* y *Sofrendo da alma*, canciones de su último álbum, *Eu Vou Morrer de Amor ou Resistir*, que presentará en directo el 21 de julio en el festival La Mar de Músicas de Cartagena, el 25 de julio en el Teatro Real de Madrid y el 9 de noviembre en el Gran Teatro del Liceo de Barcelona. Y, por supuesto, *Perdóname*, la canción junto a Pablo Alborán que se coló en las listas de éxitos de España en 2011, y que supera los 40 millones de reproducciones en Spotify, y *Memória*, el tema que interpreta junto a Rosalía y que la artista catalana ha incluido en su último disco, *Lux*, convirtiéndolo en un fenómeno mundial. «Rosalía me contó que supo de mí por la canción que hice con Pablo y empezó a escuchar mi música. A ella le gustaba el fado y me dijo que cantaba algunas de mis canciones en bares de Barcelona, cuando no era tan famosa. Durante el *tour* de *Motomami*, fui a un concierto suyo en Lisboa y nos conocimos. ¡Ese día cantó un fado en el escenario y fue bellísimo! Cuando escribí *Memória*

pensé en ella, y la invité para que la cantase conmigo en mi disco. Cuando la escuchó, me dijo que se la quería quedar para el suyo, y se la di sin pensarlo. Me dolió un poquito la pérdida, claro, pero, la verdad, es que me encantó la idea y el resultado, y se ha convertido en algo mucho más grande. Y, encima, me invitó a cantar con ella, así que, al final, de alguna manera, me devolvió la canción. Me hace mucha ilusión tener un tema juntas. Esta colaboración ha sido algo precioso», afirma. Una unión mágica de dos artistas inmensas que el público de Lisboa tuvo la suerte de ver en directo hace unas semanas, durante los conciertos de la gira de Rosalía en la capital lusa. «Su interés por la tradición, su curiosidad, su arte... Es una artista completa, iluminada, genuina, con una visión muy amplia. Y muy humilde, porque, con la dimensión que tiene ahora en el mundo, cantar la música de otros es un acto de humildad enorme. A ella le gusta el fado, lo que transmite, y ha tenido la valentía de escoger esta canción e incluirla en su álbum como una más. Pienso que cuando dos artistas confluyen, hay un tercer mundo que se abre. En cada colaboración, se está proporcionando al público un viaje. Una posibilidad de descubrir. Es una puerta nueva que se abre. Me sucedió con Pablo, que nos enamoramos desde que nos conocimos y la canción apasionó a miles de personas. Y ahora con Rosalía. Además, esto hace que venga más a España, que me encanta», concluye entre risas, mientras da un sorbo al *pisco sour* que tiene delante y saborea un trozo de la ración de jamón ibérico que el camarero ►



Camisa, pantalones con forma de 'blazer' y cinturón, todo de Issey Miyake, y collar 'Clash' en oro amarillo y ónix y reloj 'Tank Americaine' en oro amarillo, ambos de Cartier.



Jersey de punto
con cuello en
raso y falda
larga abullona-
da, ambos de
Christian Dior.

ha dejado hace un rato en la mesa que compartimos en un restaurante del centro de Madrid. «¿Cómo se llama este pan que nos han puesto con tomate?», me pregunta. «Pan de cristal», le respondo. «Yo creo que debería llamarse pan de diamante. Qué cosa más deliciosa, por favor», afirma con una carcajada contagiosa. Carminho es natural, cercana, curiosa y cariñosa. Y aunque cada vez más gente conoce su nombre, identifica su rostro y escucha su música —tiene múltiples reconocimientos, entre ellos el Globo de Oro a la mejor intérprete y una nominación a los Latin Grammy—, sus pies están bien enraizados al suelo y su cabeza, en perfecto orden.

Tu fama se ha disparado en los últimos meses, ¿asusta?

Para nada. Tener a más gente que quiera escuchar lo que hago, saber más sobre la historia del fado, es un privilegio. No tengo pretensiones de ser una artista famosa, pero sí global, que se escuchen mis canciones en todo el mundo. Y está pasando, así que estoy en un lugar muy bonito, en el mejor, que me permite ser libre y poder hacer la música como a mí me gusta.

¿Cómo se canta la alegría en el fado, al que muchos asocian directamente con la *saudade* y la tristeza?

El fado es un género fatalista, determinista, un poco como el flamenco, ¿no? Es verdad que casi todo el mundo cree que nace del sentimiento de *saudade*, de nostalgia. Y, por ejemplo, para este disco me encantó descubrir un poema popular que habla de esa ambigüedad, de ahí el título de morir o no de amor, desde otro lugar. Desde el recuerdo bonito. Me interesa muchísimo el tema de la memoria. Tengo varios fados escritos sobre eso, porque soy un poco olvidadiza.

¿Siempre has tenido claro que el fado es tu lugar?

Parecía algo obvio, porque es la música que escucho desde que estoy en la barriga de mi madre (*la también fadista Teresa Siqueira*), y canto desde que era una niña en casa, con mis hermanos, mis tíos... Pero era un *hobby*, no lo veía como una profesión. Estudié Marketing y Publicidad y, al terminar, sentí que no estaba plena, no era feliz, así que cogí la mochila y viajé sola por todo el mundo para conocerme mejor. Realicé voluntariado, descubrí

«ROSALÍA ES UNA ARTISTA GENUINA. CON LA DIMENSIÓN QUE TIENE, CANTAR TEMAS DE OTROS ES UN ACTO DE HUMILDAD ENORME»

¿Hay que sacrificar mucho para lograrlo?

Ciertas cosas se quedan atrás, sí. Puedo estar pocas veces con mis amigos y mi familia, pero con mi hijo y mi marido no cedo. Viajamos mucho juntos, vienen en los *tours* conmigo. Es importantísimo para mí poder estar con mi hijo y que pueda vivir mi vida también. Es una oportunidad para él de conocer el mundo. Tiene 5 años y sueña con hacer su fiesta de cumpleaños en Tokio, porque le gustó mucho la ciudad y quiere llevar allí a sus amiguitos (*risas*). Cuando ve una foto de unas palmeras reconoce Los Ángeles y distingue los sabores de México. Eso es un privilegio para él y para mí.

¿Qué te ha supuesto la maternidad?

Yo era muy melancólica, pero cada vez estoy más interesada en la parte brillante de la vida, en la alegría. La llegada de un hijo hace que te des cuenta de lo que influyen tus emociones e impulsos en los demás, y es importante ser responsable de con qué vas a invadir el mundo. Con la falta de empatía que existe hoy, es fundamental no dejarse arrastrar. Si tú regalas una sonrisa, recibirás sólo buenas *vibes*.

diferentes culturas y conocí a mucha gente distinta. Regresé mucho más consciente, madura, segura. Antes de marcharme, varias discográficas me habían ofrecido hacer un disco, pero en ese momento no tenía claro qué grabar, porque no podría defenderlo en un escenario. El viaje me transformó, me hizo estar mucho más preparada para mi labor artística. Así que, a los 25 años, presenté *Fado*, mi primer álbum. Yo escuchaba muchos géneros y cantaba de todo, pero para expresar lo que sientes, para decirle a alguien que lo amas, no hay nada como tu propia lengua, como la materna, y el fado es la mía.

¿Cómo reaccionó tu familia a tu ingreso en la música?

Mis padres siempre me apoyaron en todo. Fueron impecables. ¡Me fui un año sola de viaje por el mundo, sin teléfono, sin nada, con 21 años, y nunca se opusieron! En mi casa no se decía: «Vas a ser músico» o «Tienes que ser fadista». Jamás se dio esa conversación, no proyectaban eso en mí ni en mis hermanos, yo soy la última de cuatro. En mi casa, la música era como un brazo más, algo que está ahí de siempre. Había muchos talentos musicales y cantares. Y, antes de grabar el disco, le confesé a mi ▶

padre: «No puedo cantar profesionalmente porque no me supone trabajo. No es justo». Y él me respondió: «Agradécelo, no mucha gente puede decir que se dedica a lo que le gusta en la vida. Y, además, pronto te dará trabajo». Y se cumplió. A los 25 lancé el disco y me di cuenta de lo laborioso que era. Y aquí sigo, esforzándome y con las mismas ganas de hacerlo bien, de superarme, de quebrar los preconceptos que se tienen del fado, de salir de lo convencional... Es apasionante, pero trabajoso (*risas*).

¿Alguna vez has pensado en probar otros géneros?

Me fascina el fado. Quiero cantarlo y escribirlo, me sale de dentro. Yo me centro en mi trayectoria, no me comparo, no sufro al ver los éxitos de otros, todo lo contrario. Ante un bache, mi cabeza rápidamente dice: «Esto no era para ti, continúa». Es salud mental y creo que es lo más importante en esta profesión. No caer en la frustración.

¿Cómo lo consigues?

Hago terapia, psicoanálisis, desde hace 12 años.

porque Carminho, a la que ella ve en la tele, está allí. Dice: «Qué suerte, Carminho pasa la Navidad conmigo. Qué honor». Y le digo: «¿Sabes qué es lo mejor? Que soy tu nieta». Y se emociona muchísimo. Cada año le doy la noticia y es maravilloso.

Hablas mucho de las mujeres que han marcado tu vida: tu madre, tu abuela... ¿En el fado también te ha pasado?

Claro, empezando por mi madre, que me ha influido también como artista. Por eso, en mi último disco, hay una idea de homenajear a todas las que me influenciaron de forma directa o de una manera inconsciente, pero que, seguramente, están aquí en mi voz. Son como una especie de ADN, una genética que se va fundiendo y está presente en todo lo que interpreto. Esas mujeres que, sean portuguesas o no, con sus historias, sus actitudes, su coraje y determinación en cada una de sus profesiones, permitieron a otras, como yo, estar hoy aquí. Gracias a ellas puedo componer mis propias canciones, producir mis discos, dedicarme a lo que me gusta y cantar lo que

«NO ME COMPARO, NO SUFRO AL VER LOS ÉXITOS DE OTROS. ES SALUD MENTAL Y ES LO MÁS IMPORTANTE EN ESTA PROFESIÓN»

¿Te quieres a ti misma?

Muchísimo. Ahora estoy contando las calorías con una *app*, pero porque me amo y quiero hacer la gira en plena forma. Aunque me estoy bebiendo un pisco, así que no soy muy victoriosa en mis objetivos (*risas*). Pienso que es fundamental mimarte, protegerte y cuidarte.

¿Qué hace que te sientas protegida y en calma?

Saltar con mi hijo, pintar acuarelas, pasear por mi barrio o ir al de mi madre y tomar un café con ella. Leer, me encanta Patti Smith, que siempre me descubre a nuevas artistas; Joan Didion o Rosario Castellanos, una autora mexicana que ha escrito mucho sobre el feminismo. Escuchar música con mi marido y mi hijo, que a él le encanta todo. Pide canciones de Ringo Star, de Red Hot Chili Peppers, de Iron Maiden... Conoce a muchos artistas y sabe tocar la batería. E ir a ver a mi abuela... ¿Te cuento una cosa? Mi abuela paterna tiene 96 años y está perdiendo la memoria. Yo estoy muy unida a ella, me marcó mucho, porque viví largos años a su lado. En las últimas Navidades, cuando llego a su casa y me reconoce, se pone muy contenta,

libremente escojo. Y siento que yo también he abierto puertas para otras mujeres que vienen detrás y me satisface poder ser ese referente.

¿Qué nuevos planes tienes sobre la mesa?

Quiero hacer un álbum sinfónico, pero no sé cuándo podré. Y estoy trabajando en algunas cosas de las que no puedo hablar mucho, que no son para un disco.

¿Quizás algún proyecto audiovisual?

No lo he dicho yo, has sido tú (*risas*). Puede ser...

¿Tienes alguna asignatura pendiente?

Me dejo fluir. Confío y espero que el curso del mundo me traiga más alegrías. Intento comprender que los acontecimientos que ocurren no son ni buenos ni malos, sino que forman parte del discurrir propio de la vida. Todo es por alguna causa y para obtener alguna consecuencia. No creo que nada sea por casualidad. Todo acontece porque tienes que sacar algún aprendizaje de ello. Sólo pido una cosa: que haya más cuidado al prójimo, conocido y desconocido. Está siendo muy duro vivir en esta sociedad, porque nos protegemos mucho del otro. ■

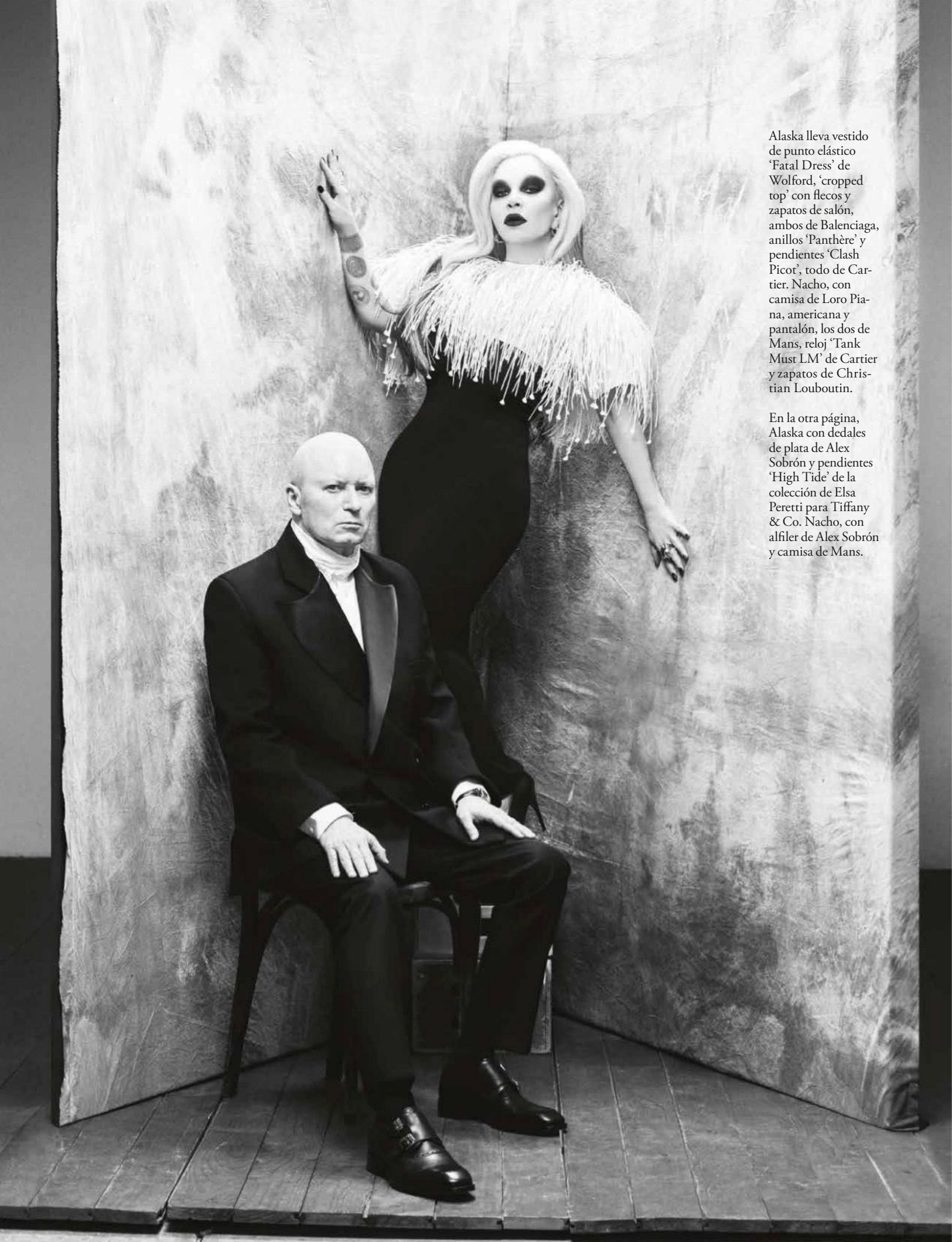


*LAS 10 CANCIONES
DE SU VIDA



'Blazer' con cinturón y pantalones acampanados, ambos de Celine, y collar y anillo 'Panthère' en oro blanco, diamantes, ónix, zafiros y esmeraldas de Cartier.

*SI QUIERES VER EL VÍDEO
DE LA PRODUCCIÓN,
ENTRA EN WWW.ELLE.ES



Alaska lleva vestido de punto elástico 'Fatal Dress' de Wolford, 'cropped top' con flecos y zapatos de salón, ambos de Balenciaga, anillos 'Panthère' y pendientes 'Clash Picot', todo de Cartier. Nacho, con camisa de Loro Piana, americana y pantalón, los dos de Mans, reloj 'Tank Must LM' de Cartier y zapatos de Christian Louboutin.

En la otra página, Alaska con dedales de plata de Alex Sobrón y pendientes 'High Tide' de la colección de Elsa Peretti para Tiffany & Co. Nacho, con alfiler de Alex Sobrón y camisa de Mans.

BAILAR PARA RESISTIR



FANGORIA REGRESA SIN PRISA Y CON UNA LUCIDEZ AFILADA CON SU DISCO 'LA VERDAD O LA IMAGINACIÓN'. ALASKA Y NACHO CANUT CONVIERTEN LA PISTA DE BAILE EN SU TERRITORIO MÁS ATREVIDO, DONDE REALIDAD Y FANTASÍA SE ENTRELAZAN.

POR CLAUDIA SÁIZ. FOTOS: FÉLIX VALIENTE. REALIZACIÓN: DIEGO SERNA

En un tiempo que se desliza a golpe de *scroll*, donde todo caduca antes de ser comprendido, Fangoria vuelve a hacer algo casi subversivo: detenerse, observar y fabular. Alaska (Ciudad de México, 1963) y Nacho Canut (Valencia, 1957) regresan sin prisa. Sin necesidad de demostrar nada. Pero con una lucidez intacta, afinada tras décadas leyendo el pulso de la época mejor que nadie. Cada aparición suya es algo más que un lanzamiento. Es un pequeño reajuste del relato. En *La verdad o la imaginación* se despliegan, una vez más, como narradores de un universo donde la pista de baile también piensa, aunque uno de ellos no dance, y donde la emoción convive, sin conflicto, con la ironía. Tras años esquivando el formato clásico, encadenando EPs, versiones y experimentos, ahora entregan un álbum con unidad y propósito. Un artefacto pop de precisión *techno-house* melódico. Aquí laten el vértigo de las historias que nos contamos, el refugio de lo inventado y ese impulso tan humano de embellecer la realidad para hacerla soportable. No hay nostalgia. Tampoco tendencia ni presión. Hay método, intuición y una forma muy suya de seguir girando cuando todo parece a punto de

la vida» se te quedan dentro. Esa idea de que eres tú frente al mundo. Siempre lo he tenido presente, aunque a veces pienso que igual es un defecto.

Alaska: No lo es. De hecho, cuando empezábamos, por edad y por contexto, podríamos haber caído en el *hippismo*, que estaba en plena efervescencia. Pero no ocurrió. Nos sentimos más atraídos por el *glam*, por el punk... Por ciertas vanguardias de mediados del siglo que ponían el foco en el individuo. Pienso en Pollock, por ejemplo. Todo lo que nos ha seducido, de una manera u otra, apunta hacia ahí: a la expresión individual.

Nacho: A mí, en general, me generan cierta desconianza las propuestas demasiado colectivas, de grupo. Y sí, puede que eso también sea un fallo.

Alaska: O una elección. Al final, las burbujas vitales funcionan así: yo construyo la mía, pero no pretendo imponértela. No quiero cambiar tu mundo, quiero entender y ordenar el mío. Y tú, con el tuyo, haz lo que quieras.

Nacho: Lo que no soporto es que alguien intente imponerme su manera de ver las cosas. En cuanto alguien trata de convencerme de que el mundo es como él dice, me sale una rebeldía inmediata. Esa burbuja

«TODO LO QUE NOS HA SEDUCIDO A AMBOS, DE UNA MANERA U OTRA, APUNTA HACIA A LA EXPRESIÓN INDIVIDUAL» *Alaska*

detenerse. También una certeza: en su mundo, nunca hay que elegir entre la verdad o la imaginación, sino decidir cuánto de cada una estás dispuesto a creer.

Me voy es el primer *single*. ¿Queríais empezar dando caña o asustando a los fans con versos como «Se terminó, tú te quedas, yo me voy / vete a saber si me vuelvo a arrepentir»?

Nacho: Ayer leí que pensaban que nos separábamos.

Alaska: Lo obvio. En cuanto dices «me voy», ya se activa el drama. Y, además, pronunciarlo es difícilísimo.

Nacho: Yo nunca lo digo. Desaparezco directamente.

Alaska: Eso lo hace mucha gente...

Nacho: Claro. Te vas sin despedirte y luego mandas un mensaje. Pero aquí es lo contrario. Es alguien que insiste en que se va. No es «me quedo» ni «ya veremos». Es irse.

El escapismo y el individualismo han sido constantes en vuestra música. ¿Es una elección consciente?

Nacho: En nuestro caso tiene mucho que ver con de dónde venimos. Yo crecí con una cultura familiar marcada por Estados Unidos: mis padres emigraron allí, y ese imaginario de «arréglatelas tú solo y búscate

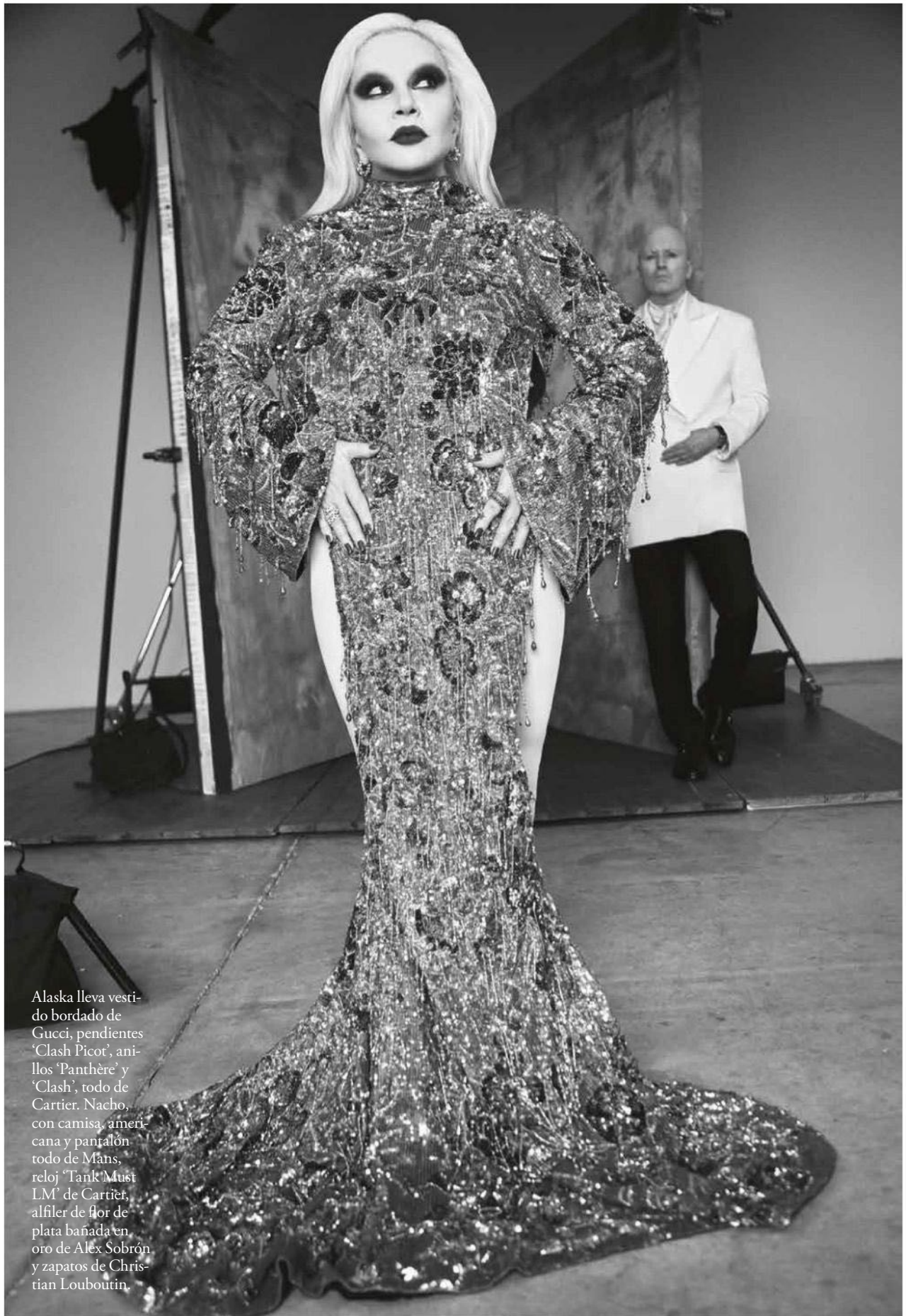
vital es, en el fondo, una forma de resistencia tranquila: un modo de revestirte para no desesperar. Te refugias en lo tuyo, haces tu pequeña construcción, sin molestar a nadie. Sin ir dando lecciones. Sin decirle a los demás: «Esto tiene que ser así porque a mí me funciona». Es una manera de sobrevivir sin invadir.

El título plantea casi un dilema: la verdad o la imaginación. ¿Es una forma de escapar de la verdad o, en el fondo, de comprenderla mejor?

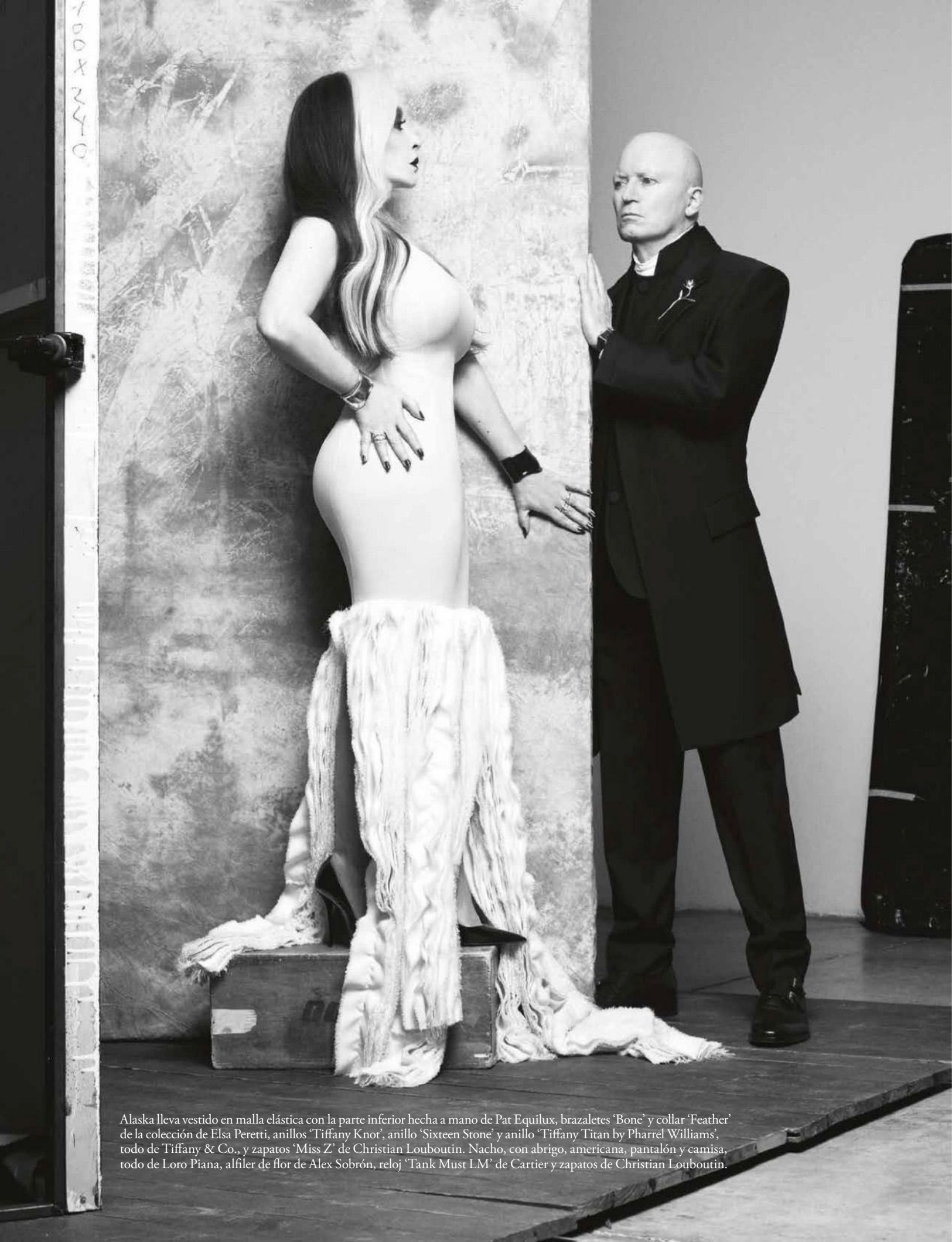
Nacho: En realidad, ni siquiera fue el título inicial. Durante bastante tiempo el disco se iba a llamar *Consecuencias*, como una de las canciones. Pero, según avanzábamos, vimos que el álbum no hablaba sólo de eso, sino de algo más resbaladizo, más difícil de acotar: ese territorio difuso entre lo verdadero y la mentira.

Alaska: Y ahí nosotros lo tenemos claro: casi siempre nos inclinamos por la fantasía antes que por la realidad.

Nacho: Lo cual también tiene su trampa. Porque elegirla como refugio, sobre todo cuando la realidad no te gusta, puede acabar convirtiéndose en una especie de encierro. ►



Alaska lleva vestido bordado de Gucci, pendientes 'Clash Picot', anillos 'Panthère' y 'Clash', todo de Cartier. Nacho, con camisa americana y pantalón todo de Mans, reloj 'Tank Must LM' de Cartier, alfiler de flor de plata bañada en oro de Alex Sobrón y zapatos de Christian Louboutin.



Alaska lleva vestido en malla elástica con la parte inferior hecha a mano de Pat Equilux, brazaletes 'Bone' y collar 'Feather' de la colección de Elsa Peretti, anillos 'Tiffany Knot', anillo 'Sixteen Stone' y anillo 'Tiffany Titan by Pharrel Williams', todo de Tiffany & Co., y zapatos 'Miss Z' de Christian Louboutin. Nacho, con abrigo, americana, pantalón y camisa, todo de Loro Piana, alfiler de flor de Alex Sobrón, reloj 'Tank Must LM' de Cartier y zapatos de Christian Louboutin.

«BAILAR, AUNQUE YO NO LO HAGA, ES UNA FORMA DE RESISTENCIA FRENTE AL RUIDO, FRENTE A LA LÓGICA, FRENTE A LA REALIDAD» *Nacho*

Y ahora, además, todo se vuelve aún más complejo: la narrativa ya no es únicamente algo que construyes tú. También te la configura un algoritmo, a medida, devolviéndote una versión del mundo que encaja contigo.

Alaska: Una realidad editada, casi.

Nacho: Y ahí todo empieza a volverse inquietante.

A lo largo de los temas, surge la idea de que la realidad está sobrevalorada. En una época en la que cada uno crea su propio relato, entre redes, identidades y ficción, ¿qué papel juega la fantasía en cómo contamos las cosas?

Alaska: Para mí, representa absolutamente todo. La imaginación no es un adorno, es el motor.

Nacho: Es lo que nos salvó cuando éramos pequeños. Estar en clase, aburrido, mirando por la ventana y pensar: «¿Y si ahora aterrizara Bowie en un platillo volante y me llevara de aquí?». Eso no era evasión gratuita, sino una forma de resistencia.

Alaska: Era, directamente, supervivencia.

Nacho: La diferencia es que ahora puedes recrear algo así con inteligencia artificial, darle forma, incluso hacerlo verosímil. Pero no ha sucedido.

Alaska: No deja de no ser verdad para ti.

Nacho: Sigue siendo imaginario. Y ahí está su valor: no necesita validarse como realidad para tener sentido.

Alaska: Pero también conviene afinar esa distinción. Una cosa es la imaginación que habita dentro de ti, esa que te sostiene, que te acompaña, y otra muy distinta son las ficciones que proyectas hacia fuera. Porque ahí ya entran otros códigos. Puede ser lúdico, incluso liberador... aunque también tiene un filo. Y no siempre es inocente.

¿Qué significa para vosotros la pista de baile?

Alaska: Esta pregunta es interesante, porque se la haces a una persona que jamás ha pisado una.

Nacho: Yo no bailo. Nunca.

Alaska: Es decir, el autor de una letra como *Bailo* no baila. Es maravilloso. Escribe sobre alguien que danza para no volverse loca, como una forma de salvación... y él no ha estado nunca en una pista de baile.

Nacho: Ya, no tengo defensa posible. Pero me obsesiona la idea de la pista de baile.

Alaska: Le encanta el concepto.

Nacho: Sí, porque es un lugar donde puedes estar solo o acompañado. Encerrarte en ti mismo o cruzar

una mirada que lo cambie todo. Es, todavía, uno de los pocos espacios de libertad donde puedes dejar de pensar. Bailar, aunque yo no lo haga, es una forma de resistencia frente a todo lo demás: frente al ruido, frente a la lógica, frente a la realidad.

Alaska: Tiene algo casi ritual.

Nacho: Totalmente. Las tribus, el tambor... El *trance* no es casual que se llame así. Hay algo ancestral en ese estado, en esa repetición que te saca de ti.

Alaska: Y aun así escribe «*bailo, bailando...*».

Nacho: Porque para mí es casi una imagen, una escena final: bailar en medio del apocalipsis. Que todo se derrumbe, una bomba nuclear, llega la radioactividad, el fin... y que te pille ahí, bailando.

Alaska: Y que te pille bailando, sí.

En *La verdad o la imaginación* cantáis: «Cuando no haya nada que contar, el mundo habrá dejado de girar». En plena avalancha de contenido, ¿qué historias siguen mereciendo la pena ser narradas?

Nacho: Absolutamente, todas. Sin excepción.

Alaska: El contenido, en sí mismo, es vital. Es casi una pulsión: todo tiene que moverse, todo debe seguir generando relato, aunque sea mínimo.

Nacho: Incluso en lo personal. Me inquieta pensar en el futuro, en cuando tenga 80 o 90 años... Voy a necesitar historias, algo que me siga llenando por dentro.

Alaska: Y ahí también hay una trampa: creer que lo que te nutre a ti tiene más valor que lo que alimenta a otro.

Nacho: ¿Kant o *La isla de las tentaciones*? No hay jerarquía posible. Cada uno elige.

¿Cuál es el secreto para que algo dure?

Alaska: No lo hay.

Nacho: A nosotros, por ejemplo, nos importa bastante poco tener razón...

Alaska: Cuando uno insiste demasiado, el otro cede. Y luego sucede al revés, sin dramatismos.

Nacho: La convivencia debería parecerse a eso: saber cuándo sostener y cuándo soltar. Sin necesidad de ganar.

¿Tiene límites el universo de Fangoria?

Nacho: Sí. Hace poco nos encontramos con uno muy concreto: una guitarra flamenca.

Alaska: Quedaba bien, pero no era nuestro lenguaje.

Nacho: Definitivamente, no lo podíamos defender. ►

Ahora que todo parece observarse, discutirse y juzgarse, ¿es más difícil no seguir las corrientes?

Alaska: En realidad, la mayoría de la gente no está pendiente de nosotros. Tendemos a pensar que nuestro mundo es *el mundo*, pero no es así. Vivimos en un microuniverso que convive con otros, sí, pero con bastante independencia. Y eso también es una forma de libertad.

Nacho: La experiencia me dice que el mundo real es una fuente inagotable de disgustos.

Alaska: Por eso intentamos gobernar sin demasiadas ataduras, ni morales ni contractuales.

Nacho: Trabajamos con amigos. Todo lo que hacemos tiene algo de artesanal. Fangoria es una mezcla un poco improbable: lo místico con el cabaret, la frivolidad con algo más oscuro. La contradicción constante.

Alaska: Somos géminis, bipolares por naturaleza.

¿En qué términos estáis con la nostalgia?

Nacho: Para mí es una droga dura. Muy adictiva. Y procuramos no consumirla.

Nacho: Nosotros no funcionamos así. Siempre construimos sobre lo anterior.

Alaska: Afortunadamente, nunca hemos hecho nada de lo que tengamos que arrepentirnos.

Nacho: Pero la canción sí plantea ese vértigo: la posibilidad de empezar desde cero, de prescindir de todo. Y quizá es algo que tiene sentido en el presente, sobre todo con la información. Con la inteligencia artificial cada vez es más difícil distinguir entre lo real y lo fabricado. Incluso con imágenes nuestras que sacan, podrías dudar.

Alaska: Dentro de unos años será aún más difuso. Nadie sabrá con certeza qué retrato fue el original.

La representación de esos Tigres de escayola en el salón es potente: algo que un día fue salvaje y ahora es puro adorno. ¿La rutina sostiene o asfixia?

Alaska: Ay, esos tigres...

Nacho: Son casi una metáfora perfecta: dos figuras que un día tuvieron vida, fuerza, instinto... y que ahora están ahí, quietas, sin hablar. Como dos

«HAY QUE ESTAR ABIERTO AL CAMBIO. CUANDO EMPIEZAS A ESCARBAR DEMASIADO EN EL PASADO, TE ARRIESGAS A QUEDARTE SIN FUTURO» *Alaska*

Alaska: Aunque está en todas partes. Y es comprensible en ciertos casos: alguien de nuestra edad puede mirar atrás y, si su presente no es especialmente brillante, confundir el haber sido feliz a los 20 con que aquel tiempo era mejor. Lo curioso es cuando esa melancolía aparece en gente joven, que añora un pasado que ni siquiera ha vivido. Ahí es donde algo no encaja. Porque hay que distinguir. Una cosa es la cultura: el interés, la curiosidad, el conocimiento... y otra distinta la nostalgia. Es esencial tener referencias, pero no quedarte ahí atrapado.

Entonces, ¿qué es ser moderno?

Nacho: No tiene nada que ver con las revistas de tendencias. Es ser contemporáneo y no conservador.

Alaska: Es mantener una disposición constante al cambio. Estar abierto, moverte, no quedarte fijo en un lugar cómodo. En cuanto empiezas a escarbar demasiado en el pasado, te arriesgas a quedarte sin futuro.

Nacho: No es una cuestión de apariencia, no está relacionado con ir a la última, nosotros lo somos por carácter.

En *Punto de partida* decís: «La memoria ya no vale nada si basta con que parezca que es verdad». ¿La apariencia pesa más que la verdad?

personas que ya no tienen nada que contarse. En ese punto, el mundo deja de girar para ellas.

Alaska: Como los vampiros: inmortales pero inmóviles, eternamente encerrados en sí mismos.

Nacho: Aparece una palabra clave: *aburrimiento*.

Alaska: A mí, sin embargo, la rutina me gusta. Me ordena. Pero claro, hay que vigilarla.

Nacho: Por eso intentamos introducir modificaciones cada cierto tiempo. Aunque tiene su ironía. Cambiar puede acabar convirtiéndose en otra forma de costumbre.

Alaska: Vivimos en una época en la que todo parece caducar a una velocidad absurda, lo bueno, lo malo, dura apenas 24 horas. Pero en lo personal, yo no lo siento así.

Nacho: No trabajamos desde esa urgencia. Este disco ha tardado años en hacerse. Sin esa ansiedad de tener que estar constantemente produciendo o reaccionando.

¿Por qué mejor quedarse con un sueño sin cumplir?

Alaska: Porque es más bonito el deseo.

Nacho: Cuando todo se explica o se expone, ¿qué lugar queda para el misterio?

¿Cómo se ve el mundo desde el escenario?

Alaska: Mejor que desde mis 154 centímetros de altura.

Nacho: Lleno de falsas expectativas. ■



*LAS 10 CANCIONES
DE SU VIDA



Alaska con vestido
de lycra drapado
de Daniela Lina-
res, brazalete
'Daisy' de madera
de acacia con hoja
de plata de Monies
y zapatos de salón
'Miss Z' de Chris-
tian Louboutin.

*SI QUIERES VER EL VÍDEO
DE LA PRODUCCIÓN,
ENTRA EN WWW.ELLE.ES

CONEXIÓN ESTELAR

LA ENERGÍA POSITIVA DE SUS CANCIONES LE HA COLGADO LA ETIQUETA DE ARTISTA DEL BUEN ROLLO, Y **NIL MOLINER** LA VISTE CON ORGULLO. A PUNTO DE SUBIRSE AL ESCENARIO CON SU NUEVO DISCO, 'NEXO', SABOREA SU GRAN ÉXITO: PODER VIVIR DE LA MÚSICA.

POR NOELIA HERMIDA. FOTOS: RAFA GALLAR. REALIZACIÓN: BÁRBARA GARRALDA

«Hay dos momentos en mi vida que son claves para que yo haga música. El primero es mi padre, enseñándome cuatro acordes con la guitarra. Me provocó algo increíble. Un instrumento que, pisando unas cuerdas, te genera una emoción tan fuerte que pensé: “Esto es lo que quiero provocar en los demás”. Y el segundo está relacionado justo con eso. Una fiesta de pijamas, en una casa de colonias, en quinto de primaria. Tengo grabado un círculo, con todos sentados, y yo tocando la guitarra. Esa experiencia de comunión, de ritual casi, de estar sintiendo a la vez, aunque cada uno lo hiciera a su manera, me pareció mágico. Cuatro acordes, una canción y *boom!*, creas un momento que, ahora, con 33 años, estoy recordando. Así que, la conexión para mí es la explicación de todo. Con la melodía, con las letras, con mi banda en el escenario, con mi equipo técnico, con el público... Y el papel que hago como conector; porque no soy el protagonista de los conciertos, sino el canal por el que pasa la canción. La transmito y empiezan a surgir las historias que cada uno tiene con ella. Eso es lo más increíble y emocionante

que puedes ver desde el escenario», afirma Nil Moliner (San Feliu de Llobregat, 1992). El cantante y compositor de temas como *Libertad*, *Mi religión*, *Soldadito de hierro*, *Tu cuerpo en braille* o *Me quedo*, que cuenta con más de 2 millones de oyentes mensuales, 12 discos de platino y 10 de oro, vuelve a ocupar las listas de éxitos con *Nexo*, el cuarto álbum de estudio de su carrera con el que, como él mismo reconoce, culmina «una etapa en la que lo pasé muy mal y de la que he salido renovado».

Hablas de un momento difícil, ¿qué sucedió?

En 2022 hago una gira muy larga, tantos conciertos que llego a agobiarme. Sentía un: «*Wow*, estoy actuando mucho, pasando poco por casa, no tengo tiempo para mí...». Una serie de situaciones me hacen decidir parar un año y medio. Tenía un disco entre manos, *Lugar Paraíso*, con salida prevista para octubre del 23, y en diciembre del 22 decidí que no hacía nada más. Para mí no era sacar nada nuevo, porque se había grabado antes, y por eso mi discográfica ya me estaba preguntando por más material. Les dije: «De verdad, no puedo más. ▶



Cárdigan y pantalones 'beige' con pinzas, ambos de Zara, camiseta blanca con cuello redondo de Mango y botines 'Chelsea' de Martinelli. La gorra es del propio artista.



* LAS 10 CANCIONES
DE SU VIDA

Jersey de manga corta con
cuello polo de Sandro,
pantalones 'oversize' con
pinzas de Zara y botines
'Chelsea' de Martinelli.
La gorra es del artista.

* SI QUIERES VER EL VÍDEO
DE LA PRODUCCIÓN,
ENTRA EN WWW.ELLE.ES

Lo estoy pasando mal». Así que determiné mudarme a Madrid y vivir, porque para escribir canciones te tienen que pasar cosas. Y fue una sensación extraña. He estado en grupos desde los 12 años, con los que, mínimo, daba un concierto al mes y, de repente, tenía fines de semana libres. En 2023 todo había vuelto a la normalidad tras la pandemia. Festivales a tope, todos mis compañeros girando, y yo tenía un disco que estaba funcionando muy bien, pero no lo tocaba. Empecé a subirme por las paredes (*risas*). Y me sucedió algo muy curioso: el 20 de abril de 2024 empiezo la gira de *Lugar Paraíso*, actúo en el Palau Sant Jordi, y, en cuanto me subo a la tarima, me viene todo de golpe y pienso: «Esta era la cura». Lo que significa para mí el directo, estar con la banda, ver a la gente cantando mis temas... La semana siguiente me encerré en el estudio y compaginé la gira con escribir, sin presión. Y me planté con 30 temas nuevos ante mi equipo (*risas*). Estaba en una nueva etapa sin darme cuenta.

¿Es la que se refleja en *Nexo*?

Exactamente. Después de haber pasado un ciclo tan duro a nivel personal, pero a la vez vital, he vuelto al Nil del principio, al de las guitarras de Fito y Fitipaldis y Pereza,

eso, si volviese a tocar ante un centenar de asistentes, sé que lo disfrutaría. Tendría que lidiar con algo, no voy a ser hipócrita, pero estoy muy tranquilo con los números, tanto de venta de entradas como de discos.

¿Cómo has conseguido estabilidad rodeado de caos?

No sé si fue para protegerme, por mi salud mental. Cuando hacíamos salas pequeñas, preguntaba y me preocupaba. Y un día pensé: «¿Qué más te da? ¿Vas a tocar distinto si hay 150 que si hay 200?». Hice un ejercicio muy grande y empecé a desconectar de eso. Y ahí sigo.

Te has ganado la etiqueta del artista del buen rollo...

Yo no fui a una tienda y pedí el cristal del optimismo para ver la vida (*risas*). Ni he escogido el bolígrafo de escribir letras positivas. Pero está claro que eres de una manera y tus canciones lo reflejan. Y sí, a mí me gusta pasar el tiempo bien, reírme, sentirme a gusto con la gente que trabajo y ser muy consciente de que lo que estoy viviendo ahora es lo que siempre he soñado. Muchas veces me levanto, me veo en mi casa, que es alquilada, y digo: «Esto lo está pagando la música y mis conciertos. ¡Qué guapo!». ¿Cómo voy a ir a los sitios? ¿Cómo voy a componer? Con la mejor de las intenciones. Claro que hay días

«Tuve que decirle a mi *discográfica*: “No puedo más, tengo que *parar*; lo estoy *pasando mal*”»

a mis raíces, porque tuve una banda hace años en la que tocábamos folk en catalán, y en el disco incluyo una canción así; he incorporado palos latinos, que me encantan... Necesitaba sacar todo. Este periodo ha supuesto un viaje y un aprendizaje del que ha salido un álbum precioso.

El 8 de mayo arrancas la gira. ¿Sientes la presión de conseguir *sold out* como en las anteriores?

Te mentaría si dijese que me da igual que sólo vengan 100 personas a un concierto. En una gira trabaja mucha gente. Varios de mi equipo están contando los días para que volvamos a los escenarios y así tener un equilibrio económico o laboral, porque estos meses se han tenido que buscar la vida con otros trabajos. Y eso pesa, te sientes responsable, porque sólo si se venden entradas todo el engranaje funciona. Pero debes encontrar el equilibrio y que no te domine esa presión. Y para eso miro mucho al pasado. Recuerdo los bolos en Madrid en el Costello con 100 personas, en la sala El Sol con 400, en Joy Es-lava o La Riviera con 2.500, hasta que llegó el Movistar Arena. Y así en el resto de ciudades de España. Y, de verdad, esa fue una de las mejores épocas de mi vida. Por

malos, pero intento agarrarlos con esperanza y creer que todo va a mejorar. Que si nos tenemos que ir a la mierda, por lo menos nos vayamos contentos (*risas*).

¿Qué te hizo pensar que tu sueño podía realizarse?

Mi hermana. Era modelo y se fue muy pronto de casa. Estuvo viajando por todo el mundo, y volvía y me contaba su *shooting* en Tailandia, su Semana de la Moda en Madrid... Mis padres la abrazaban y la apoyaban mucho, y a mí me hizo darme cuenta de que se podían recorrer caminos distintos. Empecé a ver conciertos en YouTube de El Canto del Loco, Fito... Cogía la guitarra, me ponía la distorsión, apagaba las luces, cerraba los ojos y te juro que estaba tocando en Las Ventas de Madrid. Ríete tú de la IA con lo que yo visionaba en mi cabeza (*risas*).

Ahora que estás ahí, ¿vives los conciertos de otros igual?

¡Completamente! No vas a ver a un artista en directo únicamente porque te sepas todo su repertorio y seas el fan número uno. Las actuaciones en vivo generan sentimientos, emoción, comunidad, y eso para mí no ha cambiado. Con la que está cayendo, todos necesitamos la cultura para ser felices durante un ratito. ■

PIEL NUEVA

LEIRE MARTÍNEZ DA UN PASO AL FRENTE CON 'HISTORIAS DE AQUELLA NIÑA', SU PRIMER ÁLBUM EN SOLITARIO. UN VIAJE ÍNTIMO HACIA SU NOMBRE, SU VOZ Y ESA VERSIÓN DE SÍ MISMA QUE, POR FIN, DECIDE ABRAZAR SIN MIEDO.

POR CLAUDIA SÁIZ. FOTOS: RAFA GALLAR. REALIZACIÓN: BÁRBARA GARRALDA

De repente, sucede algo que parece casual, pero no lo es. Voy en un taxi cuando en la radio termina *I Just Might*, de Bruno Mars. Y sin transición empieza a sonar *Mi nombre*. La conductora no repara en ello. No tiene por qué... Para ella es otro *hit* más en la emisora. Sin embargo, para mí, que voy camino de encontrarme con Leire Martínez (Rentería, 1979), el momento tiene algo de sincronía, de pequeño guiño del destino. La voz es inconfundible. Durante años formó parte de la banda sonora de toda una generación al frente de La Oreja de Van Gogh. Pero ahora hay algo distinto. Más desnudo. Más firme. Más propio. Es Leire Martínez, sí. Aunque también es otra. O, mejor dicho, es más ella que nunca. Porque hay momentos en los que decir tu nombre deja de ser un gesto automático para convertirse en una declaración. Y, detrás, todo lo que implica: lo que fuiste, lo que callaste, lo que te dijeron que debías ser... y lo que, por fin, decides sostener. Con *Historias de aquella niña*, su primer álbum en solitario, no sólo inicia una nueva etapa musical, hace algo más valiente: se mira hacia dentro sin filtro, sin personaje, sin red. No nace de la ruptura, sino del reencuentro con esa parte de sí misma que durante años quedó en segundo plano mientras daba forma a proyectos colectivos. Pero ahora sí. Ahora hay

una narrativa propia. La necesidad de entenderse, de reconciliarse, de recuperar la espontaneidad, de volver a esa pequeña que fue, curiosa, creativa, llena de mundo interior, para reactivar lo que nunca debió quedarse en pausa y entender a la mujer que es hoy. De quitar capas, ruido y expectativas ajenas hasta quedarse con lo esencial. Con su nombre. Con su voz. Y eso, en tiempos de tanto ruido, es casi un acto de resistencia.

¿Qué has descubierto con este disco?

Que tengo mucha más capacidad de la que imaginaba, como si durante un tiempo me hubiera puesto límites sin darme cuenta. Este trabajo ha sido, en parte, un ejercicio de dejarme llevar, de confiar y de atreverme a probar. Y en ese proceso he reconectado con algo sustancial en mí: la creatividad, la espontaneidad y la frescura. Son cualidades que a menudo apartamos, casi como si fueran ingenuas o infantiles, pero para mí son justo lo contrario, son la raíz de lo que nos hace únicos. Redescubrir que todo eso seguía ahí, intacto, esperando a ser escuchado, y aprender a regresar a ello, me ha colocado en un lugar muy sereno. Me siento más feliz, más tranquila y, sobre todo, más completa.

A lo largo de las canciones, validas emociones y hablas de la culpa y la vergüenza como herramientas que ejercen ▶



Traje de
chaqueta
cruzado de
Giorgio
Armani.



*LAS 10 CANCIONES
DE SU VIDA



Gabardina 'extralarge' y botines de tacón, ambos de Mango, y vestido combinación blanco de Coosy.

*SI QUIERES VER EL VÍDEO
DE LA PRODUCCIÓN,
ENTRA EN WWW.ELLE.ES

«A veces dejamos de *hacer cosas* porque a otros *les incomoda*, y eso lo aprendemos desde muy pequeños sin darnos cuenta»

su peso especialmente sobre las mujeres. ¿En qué momento identificaste esos mecanismos en tu propia vida? No hubo un instante concreto, fue más bien un proceso silencioso. Empiezas a percibir que algo no encaja del todo: que no te sientes bien, que no avanzas con naturalidad, que incluso te observas y te ves apagada. Yo soy muy de analizarme, de ahondar en el autococonocimiento, y en ese recorrido aparece un destello de lucidez en el que te cuestionas: «¿Qué estoy haciendo?». Y entonces entiendes que tienes que desprenderte de todo eso que no es tuyo. Ahí empieza el cambio. ¿Cómo se aprende a soltar mochila?

Practicándolo. Me di cuenta de que cargaba con miedos, frustraciones e inseguridades que no eran míos. Y me pregunté: «¿Por qué me responsabilizo de algo que no me corresponde?». A veces dejamos de hacer cosas, como bailar o hablar en público, porque a otros les incomoda. Y eso lo aprendemos desde muy pequeños. Arrastras lastres de tus padres, de tu entorno... Hasta que llega un momento en el que te dices: «No puedo seguir así, porque me miro al espejo y no sé quién soy». ¿Te costó llegar a esa mirada compasiva contigo misma? Sí. Me he abrazado mucho, porque durante un tiempo no lo hice. Fui muy exigente conmigo misma, incluso dura, me machacaba, y eso termina pasando factura. Con los años entendí que esa forma de tratarme no era sana. Que sí, que puedes vivir así, apretando los dientes y tirando hacia adelante, pero el precio es alto: se sufre más. Y llega un punto en el que decides que no quieres seguir ahí, que prefieres mirarte con más afecto.

¿Y cómo se construye esa relación más amable? Intento, sobre todo, quitar ruido y retornar a lo esencial. Escucharme de verdad, sin tanto filtro. A veces es algo muy simple: si me apetece reírme, me río; si quiero bailar, bailo; si tengo hambre, como; si me da por disfrazarme, me disfrazo. De niña hacía todo eso sin cuestionármelo, y en algún momento vamos perdiendo esa ligereza. La capacidad de asombro, de entusiasmarnos, de lanzarnos a pequeñas aventuras sin miedo, de aceptar retos sin ponernos la zancadilla antes de empezar. A mí me ha ayudado mucho volver a ese lugar, recordar quién era y qué me hacía vibrar. Por eso regreso tanto a la infancia: porque ahí sigue habiendo muchas respuestas.

Tengo curiosidad por saber cómo eras de cría. Muy vergonzosa, nunca quise llamar la atención. Siempre en segundo plano, ahí estaba cómoda. Sin embargo, por dentro tenía un mundo interior enorme y curiosidad. Gracias a mis padres viajé mucho, y eso me abrió la mente. Entendí que mi realidad es una entre millones. Mi terapeuta dice que yo me ponía «las gafas de aventurera». Y es cierto. Pero si sentía que alguien me observaba, me retraía. Tenía miedo al juicio. Y también hubo algo de *bullying*, porque, aunque yo quisiera pasar desapercibida, había rasgos en mí que llamaban la atención y generaban burlas. Y eso hizo que no quisiera destacar. ¿Qué parte de ti ha despertado más esta etapa? La creativa. Siempre ha estado ahí, pero la había dejado en pausa. Durante años funcioné con el talento de otros. Y un día pensé: «¿Por qué no usar el mío?».

¿Qué significa ser *Cabeza de ratón*? La compuse con María Peláe y Alba Reig para poner un punto de ironía a situaciones absurdas que vivimos como mujeres en la industria, escenas cotidianas (*y se arranca a cantar*): «Posa para el cuadro y no sonrías. Se te ve tan guapa, tan bonita. Y todos detrás del cristal, viendo dónde colgarlo...». Y lanzar un idea clara: no importa tanto el lugar que ocupes, sino que sea uno elegido por ti.

Aquí estaré tiene versos como «*tu música me ha salvado*». En tu caso, ¿cuál es tu refugio? Mi familia. Mi hijo y mi marido. Hay mucho humor y mucho amor en casa. Practicamos el amor cada día, y no hablo de sexo. Nos abrazamos, nos miramos, nos escuchamos... Necesito el contacto físico. También me encanta cocinar. Para mí, es una forma de expresar cariño. ¿Con qué frase de este álbum te gustaría que la gente se quede tras escucharte?

Con «*No tienes la culpa de no haberte dado cuenta antes, no tienes la culpa de haber perdido tu palabra, tu voz...*», del tema *Aquella niña*. Es importante recordar que hacemos lo que podemos con lo que tenemos, que no hay que exigírnos más de lo que somos capaces de dar. A menudo nos contemplamos desde un lugar poco realista, y ahí empieza a aparecer la culpa. Por eso es esencial agradecer, tomar conciencia de que no estamos solos, de que hay gente que cree en el amor y la igualdad, en acoger en lugar de expulsar. Todo eso es lo que nos sostiene. ■

LO QUE PASA...

Arte, danza, festivales... marcan el pulso con planes que invitan a mirar, escuchar y **DEJARSE LLEVAR** un poco más lejos.

POR CLAUDIA SÁIZ



Can Vivot es el punto de encuentro para XTANT.

EL HILO CONECTA MUNDOS

Hay lugares donde el tiempo no avanza en línea recta, sino que se entreteje. En Palma de Mallorca, del 8 al 12 de mayo, XTANT alcanza su séptima edición, convirtiendo espacios como Can Vivot en escenarios vivos de intercambio. Bajo el título *Nomad*, y en diálogo con el Año Internacional de los Pastizales y los Pastores declarado por la ONU, el encuentro revisita saberes ancestrales desde una mirada actual. Exposiciones, talleres y charlas trazan una historia colectiva que une materiales, territorios y futuro, y sitúan la artesanía en el centro de la conversación (xtant.io).





Bailar sin reglas

Centro Danza Matadero de Madrid celebra el Día Internacional de la Danza con 'Porque yo lo bailo', una propuesta que invita a moverse sin normas. Entre cuerpos, ritmos y miradas, el baile se convierte en un lenguaje común y vivo, donde lo importante no es saber, sino atreverse (29 de abril).



Xanthe Somers enrolla a mano sus trabajos y luego los perfora, los teje y los adorna con detalles moldeados y pintados.

EL PULSO DE HACER

El Loewe Foundation Craft Prize reúne a 30 finalistas de 19 países que trabajan disciplinas como cerámica, textil, madera o metal desde una mirada actual. El ganador se anunciará el 12 de mayo, y del 13 de mayo al 14 de junio, la National Gallery Singapore acogerá la exposición con todas las obras. Además, la Fundación Loewe impulsará tres residencias de dos meses en La Residencia, A Belmond Hotel, Mallorca, en Deià, para apoyar a finalistas de ediciones anteriores.



Tanto Pedro Almodóvar como Baryshnikov caen rendidos a los movimientos y los pasos de Rocío Molina.

EL BOSQUE COMO ESCENARIO

Entre árboles centenarios y senderos que invitan a la pausa, 'Rite' regresa a la finca Can Bordoí, en Llinars del Vallès (Barcelona), a las puertas del Montnegre-Corredor. Impulsado por el Laboratorio de Artes Contemplativas, el festival entrelaza artes escénicas, música y pensamiento con voces como la escritora Sara Torres, la bailaora Rocío Molina y la compositora Rita Payés (del 29 al 31 de mayo, rite.artscontemplatives.com/es).



Color sin límites
Okuda San Miguel celebra tres décadas de ingenio con nuevos proyectos como un documental, un máster y una 'expo' itinerante.



Swatch Art Peace Hotel transforma su espacio en talleres y exposiciones inmersivas marcadas por la imaginación, la experimentación y la expresión. A la izq., su director creativo y CEO, Carlo Giordanetti.

TIEMPO PARA CREAR

«Swatch es una marca que vive, a menudo, en un doble plano: estética y relato, juego y significado, innovación técnica y actitud desenfadada... Es parte de su ADN», dice Carlo Giordanetti, director creativo y CEO del Swatch Art Peace Hotel (swatch-art-peace-hotel.com). Bajo ese mismo espíritu nació, en 2011, este alojamiento, una residencia artística situada en pleno Bund de Shanghái: uno de los barrios más vibrantes, marcado por su pasado colonial. A lo largo de estos 15 años, sus 18 apartamentos-taller han acogido a más de 600 artistas, dando forma a una comunidad diversa, en constante diálogo y evolución. Trabajan en sus proyectos durante estancias de tres a seis meses, sin límite de edad ni compromiso con la firma. El único requisito: presentar una propuesta que convenza al comité de selección. **¿Cómo ha influido Swatch Art Peace Hotel en tu manera de entender la creatividad y la colaboración entre culturas?** Para mí, este lugar es como una ventana abierta de par en par al mundo del arte contemporáneo: un núcleo vibrante de personalidades visionarias que no dejan de hacerse preguntas, desafiar el *statu quo*, abrazar lo nuevo y desarrollar prácticas artísticas con sentido. Como reflejo del espíritu de Swatch, está abierto a todas las culturas, disciplinas y generaciones, dando lugar a una especie de energía aumentada, donde cada persona contribuye a enriquecer la experiencia de residencia y convertirla en algo transformador. **En un mundo que avanza tan rápido, ¿qué papel desempeñan hoy espacios como este para los artistas?** Para algunos se convierte en un refugio donde encontrar calma tras la intensidad incesante de Shanghái; para la

mayoría representa una comunidad dinámica donde intercambiar, aprender y enamorarse de personas o de ideas distintas a las propias; y para todos es un enclave generoso donde vivir y crear adquiere una dimensión nueva.

De cara al futuro, ¿qué impacto te gustaría que siguiera construyendo para las próximas generaciones?

Desearíamos que continuara siendo un faro de creatividad, que mantuviera su reputación de sitio donde confluyen generosamente el espacio, el tiempo y la libertad, y que siga creciendo como una comunidad cuya identidad cobra vida tanto en la residencia como más allá de ella.

Si las paredes hablaran, ¿qué nos revelarían?

Algunas historias de amor secretas, destellos de conexiones inesperadas entre artistas y, quizá, por fin, aclararían si la leyenda de un fantasma en la habitación 33 es real...

Si pudieras invitar en secreto a cualquier artista, del pasado o del presente, a vivir allí durante un mes, ¿quién sería y qué tipo de lío creativo provocaría?

A Mark Rothko, con la esperanza de que interpretara la energía del edificio a través de su visión cromática; y a Andy Warhol, para que retratara a todos los artistas residentes...

ELLE
likes



PODER ABSOLUTO

El objetivo de los Laboratorios Lierac es claro: hacer brillar el poder de cada mujer. Para lograrlo, desarrollan tratamientos que combinan activos de referencia en medicina estética y poderosos extractos botánicos. ¿El resultado? El *Sérum Absoluto* y la *Crema Sedosa*, de la gama Premium. Dos cosméticos antiedad que reactivan la longevidad celular para corregir todos los signos de la edad.





1. 'Get Away From My Fish' de Marisol, 1975, en lápiz de color sobre papel. 2. 'Gestalt' de Joana Vasconcelos, 2017. 3. 'Homenaje a Mondrian' de Aurèlia Muñoz, 1987. Un 'collage' de papel hecho a mano y teñido por ella misma, en una urna. 4. La obra de Virginia Chihota.

CONSTELACIÓN DE MUJERES

Cuatro exposiciones, cuatro artistas, cuatro maneras de imaginar y transformar el mundo desde lenguajes que conversan con lo íntimo, lo político y lo material. En el CAAC de Sevilla, **Virginia Chihota** despliega en *Kupinduka* una obra introspectiva y vibrante, donde grandes lienzos y delicadas piezas sobre papel conviven con una instalación textil que ocupa el espacio casi como un cuerpo vivo (hasta el 6 de septiembre). La ruta continúa en Santander, con el Centro Botín, que revisita a **Marisol Escobar** en *Marisol: cuando todo está por comenzar*, una mirada a sus dibujos que amplía el relato de una creadora clave del pop, acompañada de esculturas, archivos y la complicidad fílmica de Warhol (del 23 de mayo al 25 de octubre). Desde allí, el recorrido se desplaza a Málaga, al Museo Picasso, donde **Joana Vasconcelos** transforma lo cotidiano en extraordinario con *Transfiguración*, reafirmando su capacidad para convertir materiales, símbolos y escalas en experiencias inmersivas (del 29 de mayo al 27 de septiembre). El cierre llega en Madrid, en el Reina Sofía, con **Aurèlia Muñoz** y *Entes*, una recuperación del textil como lenguaje escultórico con fibras y nudos que construyen formas suspendidas (del 29 de abril hasta el 7 septiembre).



FOTOS: © MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA / © ATELIER JOANA VASCONCELOS, DMF LISBOA / © UNIDADE INFINITA PROJETOS: VEGAP, MÁLAGA, 2026 / © ESTATE OF MARISOL / ARTISTS RIGHTS SOCIETY (ARS), NUEVA YORK; FOTO: BRENDA BIEGER, BUFFALO AKG ART MUSEUM / D.R.

TINTED LIP GLOSS SPF50

La hidratación de un lip balm,
con el color de un lip tint
y los efectos de un protector solar.

Cherry.

Terracotta.

Rose.



SCAN TO SHOP

Descúbrelo en [nichebeautylab.com](https://www.nichebeautylab.com)

@nichebeautylab

La banda
Ginebras.



AGENDA

CAMBIO DE CICLO

Ginebras –de izq. a dcha.: Sandra Sabater (Alicante, 1996), guitarra; María Berto, *Magüi* (A Coruña, 1996), voz y guitarra; Raquel López (Madrid, 1991), bajo, y Julia Acosta, *Juls* (Cádiz, 1994), batería– son fresca, letras directas, melodías pegadizas y, en resumen, la banda sonora de una generación. El grupo, que se alzó con el premio Ondas a Fenómeno Musical del Año en 2024, arrasa por su habilidad para transformar en canción sus vivencias y pensamientos, con un tono de humor muy personal, creando un diario sonoro en el que se ven reflejados sus coetáneos y públicos de otras edades, que esperaban con ansia su tercer disco. Y, después de que las chicas se tomasen un respiro, la cuenta atrás ha llegado a su fin. *Donde nada es para tanto* ya está en la calle, y en él, la banda celebra un cambio de etapa y advierte: «Lo único que pasa es que tienes 30 años». **Cumplís 30 y lanzáis tercer disco. ¿Qué hay de nuevo?** El álbum se ha gestado mientras estábamos de gira. Nos dimos cuenta de que teníamos la necesidad de hablar de otros temas más personales, de desnudar un poco nuestros sentimientos. Ginebras siempre ha sido diversión, cachondeo,

pero ahora ofrecemos, quizás, algunas cosas más trascendentales. Sin renunciar a nuestro lenguaje, por supuesto. **¿Habéis sentido algo de vértigo?** Ha habido dudas y miedos, claro, pero ha sido el primer trabajo en el que nos hemos parado a reflexionar sobre qué queríamos contar. Seguro que el cambio de década tiene que ver (*risas*). Y, en cuanto hemos terminado, se ha disipado todo. Hemos hecho el disco que queríamos. *Nada es para tanto. ¿Hay que recordarlo en estos tiempos?* En un mundo donde todo el rato hay caos, hemos buscado crear un espacio donde nada sea para tanto. Un lugar, una experiencia o personas que te hagan olvidar los problemas. Encontrar ese rayo de esperanza que lleva con nosotras desde siempre, pero ahora hablando de asuntos más cruditos. **¿La clave de vuestro éxito ha sido la cotidianidad?** Sí, expresarnos de manera natural y no forzar los temas. **¿Es más difícil llegar siendo una banda de mujeres?** Hemos tenido suerte desde el principio. Nos han dado oportunidades, hemos estado en muchos sitios... Quizá hayamos enfrentado situaciones que otros compañeros no, como topar con algún técnico que cree que sabes menos de música por ser mujer, pero como nunca experimentaremos cómo lo viven ellos... Sí nos pasa que coincidimos poco con otros grupos de chicas. Nos programan en días distintos en los festivales, y nos gustaría tener amigas en los camerinos. **¿Habéis sentido que intenten encasillar vuestro estilo?** Parece que la música que hacen los hombres es para todos y la compuesta por mujeres es sólo para mujeres. Y no, eso está cambiando. En nuestros conciertos, el público es variadísimo. **¿Y nos encanta ver a muchas niñas! Sus madres nos dicen: «Ha montado una banda con sus compañeras en el cole por veros a vosotras». ¿Eso es la bomba!** **Los referentes ¿son la clave para dar el paso?** Crecimos con Undershakers y Bangles, pero fueron Hinds y Cariño las que nos convencieron de que podíamos escribir y cantar nuestras canciones. Es esencial.



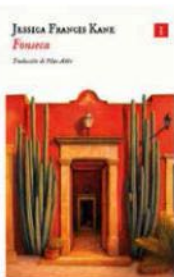
*LAS 10 CANCIONES
DE SU VIDA

Los libros...



AL COMPÁS

Tras causar sensación con 'Antes del salto', Marta San Miguel regresa con 'Ultima escala' (Libros del Asteroide), una novela que sigue la huella del pianista Enrique Granados entre memoria, enigmas y música.



EN TRÁNSITO

En 'Fonseca' (Impedimenta), Jessica Francis Kane sigue a Penelope Fitzgerald en un viaje inesperado a México. Plagada de intrigas y personajes excéntricos, en esta novela escritura, maternidad y supervivencia se entrecruzan.



DESBORDE

Con un humor afilado, en 'Ese dolor que no existe' (Sexto Piso), Giulia Caminito da forma a la ansiedad con Catástrofe, un personaje magnético que atraviesa los miedos mientras busca una salida hacia la libertad.

ENTREVISTA: NOELIA HERMIDA. FOTOS: DEL ASCHUCHES/D.R.

MARAÑONES TINTO 2022

Su maduración pausada otorga a este vino un equilibrio único que lo hace ideal para acompañar esas comidas que se alargan en el tiempo.

**MARAÑONES PICARANA 2022**

Una propuesta llena de matices, fruto de una bodega que conoce la tradición y mira al futuro. Su textura es inseparable del terruño único del que procede.



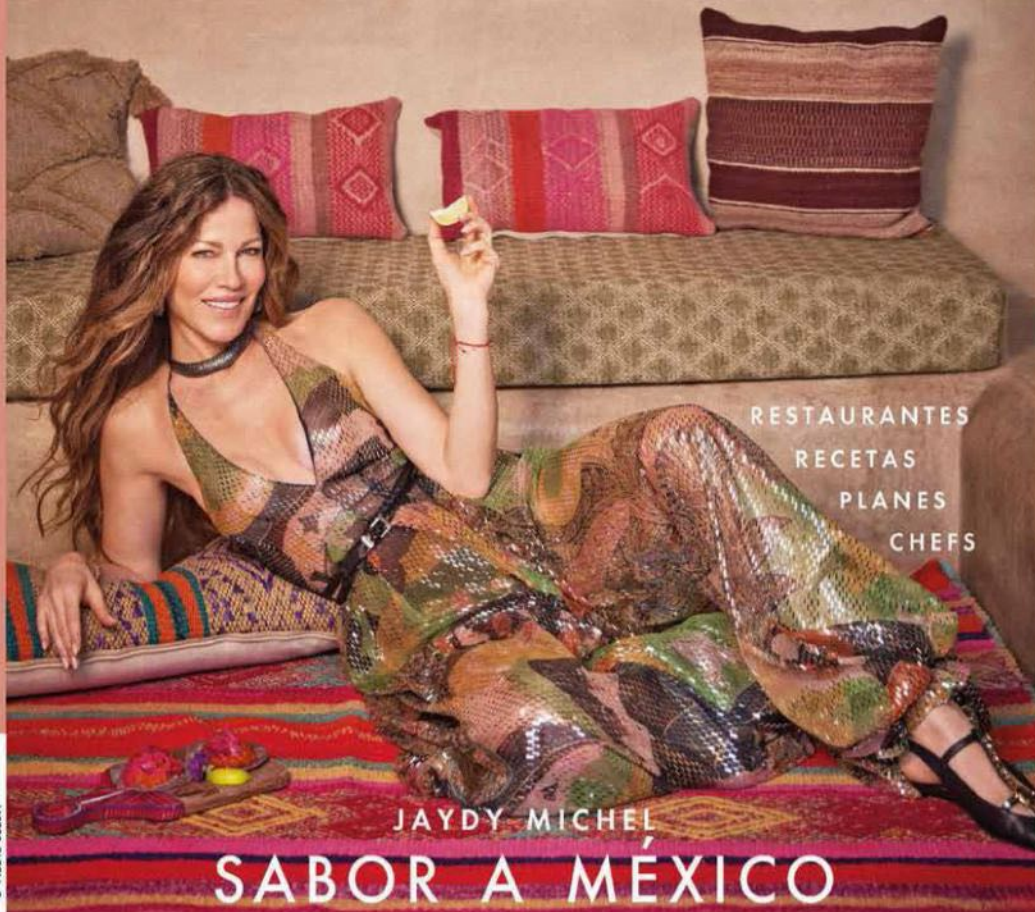
VINOS PARA CELEBRAR

Con la **profundidad de un tinto** o la **sutileza de un blanco**, Alma Carraovejas presenta dos de sus vinos de Bodegas Marañones, ideales para veladas de primavera.

Los encuentros en torno a la mesa con la familia, los amigos o esa persona especial suelen componer un mosaico inolvidable de colores y aromas. Hay que cuidarlos y acompañarlos con un vino de altura, que en ocasiones se convierte en protagonista de la charla. Para estas citas, Alma Carraovejas no falla. En este caso con vinos de su bodega en la DO Vinos de Madrid, Bodegas Marañones. Por su equilibrio entre vivacidad y mineralidad, Marañones Tinto es ideal para una comida o cena de carácter formal y elegante, mientras que Marañones Blanco (Picarana) encarna la frescura de una tierra cuya escasa producción logra vinos especiales. Su perfil de albillo real se sitúa entre la complejidad y la delicadeza, y sus matices florales lo convierten en una opción siempre apetecible.



ELLE GOURMET



PRIMAVERA/VERANO 2026 N.º 48
4,50 € ESPAÑA CANARIAS €



RESTAURANTES
RECETAS
PLANES
CHEFS

JAYDY MICHEL

SABOR A MÉXICO

LA BUENA VIDA CON ESTILO

elle.es/gourmet



[@ellegourmet_es](https://www.instagram.com/ellegourmet_es)

YA EN TU QUIOSCO

ELLE

40x40

MÚSICA



IN PARTNERSHIP WITH

Roca

SHISEIDO
GINZA TOKYO



MUSEO NACIONAL
DEL PRADO



SHISEIDO
GINZA TOKYO

BENEFIANCE

Rutina experta antiedad

Repara las arrugas existentes, y bloquea la formación de arrugas futuras

**SIÉNTETE
LIBRE DE
EDAD**



Wrinkle Smoothing Cream

Reduce visiblemente las arrugas en 2 semanas⁽¹⁾.



Wrinkle Smoothing Eye Cream

Reduce los 6 tipos de arrugas del contorno de ojos⁽²⁾.



(1) Test instrumental en 33 mujeres. (2) Clínicamente testado en 34 mujeres

LAS 40 FABULOSAS DE LA MÚSICA

De la mano de FNAC, Renault, Roca, Shiseido y El Prado, elegimos a 40 mujeres que, desde sectores diversos, han hecho crecer este arte en España. Ellas marcan el ritmo de nuestro tiempo.



**M^o MARTÍNEZ
ITURRIAGA**

**BERKLEE COLLEGE
OF MUSIC**

Esta madrileña es una figura clave en la educación musical internacional. Primera mujer española vicepresidenta del Berklee College of Music, también dirige su campus en Valencia. Su liderazgo ha sido fundamental para posicionar a Valencia como un enclave estratégico en la formación musical contemporánea, fomentando la excelencia académica y el desarrollo de nuevas generaciones de profesionales de este ámbito.



**SALOMÉ LIMÓN
PRODUCTORA**

Compositora, ingeniera y diseñadora de sonido, es una de las figuras más destacadas de la producción musical en España y Latinoamérica. Ha sido reconocida con cinco Latin Grammy, consolidando una trayectoria de excelencia. Especializada en flamenco, ha contribuido a modernizar y expandir sus fronteras sonoras. Como fundadora y presidenta de la Asociación Iberoamericana de Mujeres Productoras e Ingenieras de Audio, también impulsa la visibilidad y el liderazgo femenino en la industria.



**MELANIE PAREJO
SPOTIFY**

Es Head of Music para el sur de Europa en Spotify, una de las posiciones estratégicas más relevantes de la industria digital. Desde España, lidera equipos que seleccionan y promocionan el catálogo en las 'playlists' más influyentes de la plataforma, gestiona alianzas con artistas y discográficas y diseña estrategias que conectan con audiencias diversas. Figura clave en la transformación digital de la música en la región, impulsa tanto a estrellas como a nuevos talentos.



**CRISTINA
PERPIÑÁ-
ROBERT
SGAE**

La presidenta de la Sociedad General de Autores y Editores ha sido la primera mujer en ocupar este cargo en la historia de la entidad. Su llegada supuso un giro hacia la transparencia y la modernización tras años de convulsión institucional. Su gestión se centra en recuperar la confianza de los socios, agilizar la distribución de derechos y adaptar la sociedad a los retos digitales. En un cargo históricamente masculinizado, representa una nueva etapa que sitúa a autores y editores en el centro del ecosistema musical.



**ANA BELÉN
CANTANTE, ACTRIZ**

María del Pilar Cuesta (Madrid, 1951) es una de las figuras más longevas e icónicas de la música española. Niña prodigio, debutó en el radio a los diez años y ha compaginado su carrera musical con la interpretación en cine, teatro y televisión. Su discografía incluye más de 30 álbumes con himnos como 'La puerta de Alcalá' o 'Sólo le pido a Dios'. Ha recibido un Grammy Latino a la Excelencia Musical, el Goya de Honor y la Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes, entre muchos galardones. La suya es una voz imprescindible que aúna calidad, compromiso y popularidad.



SOLE GIMÉNEZ
PRESIDENTA DE LA
ACADEMIA DE LA MÚSICA

Nacida en París en 1963, es una de las voces más reconocidas de la música española, tanto en solitario como al frente de Presuntos Implicados. Actualmente, preside la Academia de la Música de España, desde donde impulsa la defensa de los derechos de los creadores, la visibilidad del talento nacional y una industria más inclusiva. Su liderazgo destaca por promover la diversidad en el panorama discográfico, reforzando el papel de la música como motor cultural y social.



ALMUDENA
HEREDERO
MUJERES EN LA
INDUSTRIA MUSICAL

Heredero acumula más de 25 años de trayectoria en la industria musical. Entre sus hitos destacan la dirección de Primavera Sound Madrid en 2023 y Primavera Pro durante 12 años. Ha estado vinculada a eventos como Jazzmadrid y Madrid es Moda, y a instituciones como el INAEM o el Instituto Cervantes. Es profesora en másters de gestión cultural y actualmente preside la Asociación de Mujeres en la Industria Musical (MIM), que aboga por la igualdad de género en el sector.



ANA
VALDOVINOS
TICKETMASTER

La Directora General de Ticketmaster en España (Madrid, 1972) lidera la plataforma de venta de entradas más importante del país. Su gestión ha sido decisiva en la transformación digital del sector, facilitando el acceso del público a los grandes eventos y festivales. Con una carrera consolidada en el ámbito de la cultura, ha contribuido a profesionalizar la industria musical. Su liderazgo en un campo estratégico la posiciona como una personalidad esencial para el desarrollo de la música en directo en España.



MARÍA DUEÑAS
VIOLINISTA

Esta joven violinista (Granada, 2002) pertenece a esa estirpe de músicos que desmontan la idea de que lo clásico es cosa del pasado. Su técnica deslumbrante y su sensibilidad conectan el repertorio tradicional con nuevas audiencias. Las grandes citas internacionales avalan su talento, pero su verdadero logro es revitalizar el interés por el violín entre jóvenes músicos y público general. Con su presencia en los escenarios más exigentes del mundo, se ha convertido en embajadora de la música clásica española y en un referente para nuevas generaciones.



SILVIA PÉREZ CRUZ
CANTANTE

Natural de Palafrugell (Girona, 1983), Silvia Pérez Cruz es una de las voces más singulares y versátiles del panorama musical español. Con una amplia formación musical, en especial 'jazz' y flamenco, ha desdibujado las fronteras entre géneros con una sensibilidad única que fusiona la tradición mediterránea con la vanguardia. Su voz, inconfundible y desgarradora, posee la rara virtud de habitar cada canción como si fuera la última, llevando la emoción al límite. Con más de una veintena de trabajos discográficos, ha compuesto bandas sonoras para cine y ha colaborado con artistas como Residente, Rosalía, Joan Manuel Serrat, Natalia Lafourcade o Jorge Drexler, demostrando una versatilidad que pocas intérpretes alcanzan. Merecedora de numerosos galardones —en 2022 recibió el Premio Nacional de Músicas Actuales—, su influencia trasciende lo musical: es referente para nuevas generaciones de artistas que buscan una expresión sin etiquetas, construyendo un camino propio donde la excelencia artística, la raíz cultural y la modernidad dialogan en armonía e igualdad.



LIDIA GARCÍA
INVESTIGADORA
Y DIVULGADORA

Lidia García (Albacete, 1989) está especializada en cultura popular, música y memoria histórica. Directora del 'podcast ¡Ay, campaneras!', aborda la copla y la canción española desde el feminismo y la disidencia sexual. Su labor reivindica figuras caídas en el olvido y analiza cómo los géneros populares construyen identidades. Autora de ensayos y colaboradora en medios, es una de las voces más lúcidas y versadas en la recuperación de la memoria musical española.



PALOMA
CONCEJERO
REALIZADORA

Hay quienes retratan artistas y quienes construyen escenarios para que nuevos talentos brillen. Paloma Concejero hace ambas cosas con una sensibilidad poco común. Como realizadora ha firmado documentales esenciales sobre Jeannette y Antonio Vega y, como directora de Miradas Flamenkas, ha convertido ese ciclo madrileño en un espacio sin corsés, donde conviven la tradición y la transgresión. Su mirada, siempre atenta al detalle, la convierte en una creadora imprescindible del audiovisual en España.



SANDRA GARCÍA
SANJUÁN
FESTIVAL STARLITE

La cofundadora del Starlite Festival (Tenerife, 1972) es una de las figuras más influyentes en la gestión y producción musical en España. Su propuesta ha revolucionado el concepto de eventos 'boutique', combinando música, lujo y experiencias exclusivas en un entorno único. Además, ha impulsado iniciativas solidarias vinculadas al festival y ha diversificado el modelo hacia la promoción cultural y turística. Su visión innovadora ha redefinido la industria del directo en España.



BLANCA SALCEDO
SONY MUSIC

Representa una de las figuras clave en la industria musical española contemporánea. Directora general de Sony Music Spain en 2024, lidera un catálogo que incluye artistas como Rosalía, Ana Belén o Ricky Martin. Su trayectoria, iniciada de forma inesperada tras estudiar Geografía e Historia, refleja una gran capacidad de adaptación en un sector en constante cambio. Testigo de la transformación digital de la música, ha defendido el valor del trabajo creativo y ha abierto camino para las mujeres en puestos de liderazgo dentro de la industria.



LOLA ÍNDIGO
CANTANTE

Es el 'alter ego' de Miriam Doblas (Madrid, 1992), una artista que ha convertido su imagen de «primera expulsada» del programa 'Operación Triunfo' en un imperio artístico basado en el esfuerzo y la autenticidad. Su gran influencia se encuentra en fusionar la danza profesional con el pop urbano, elevando el listón de los directos hasta convertirlos en espectáculos totales. Feminista declarada, sus letras son himnos de empoderamiento que rompen con la estética tradicional y reivindican el espacio de la mujer en la industria musical. Pero su mayor gesta ha sido otra: demostrar que las mujeres también llenan estadios. El año pasado conquistó recintos de gran capacidad, un hito que hasta hace poco parecía reservado a unos pocos artistas masculinos. Con esa misma determinación, prepara ahora su nueva gira 'Romance de 1 noche de verano'. Lola Índigo ha cambiado el relato: en su mundo, las mujeres no únicamente ocupan el escenario, lo dominan.



PILAR VILA TOBELLA

DIRECTORA CREATIVA

Es la hermana de Rosalía y su mano derecha artística. Como directora creativa, su visión ha sido clave en la construcción de la identidad visual de la estrella española, siendo la responsable desde los estilismos de videoclips como 'Malamente' hasta las puestas en escena de giras internacionales como el Motomami World Tour. Formada en moda y arte, Pilar combina la cercanía familiar con un criterio estético riguroso y vanguardista. Pero su trabajo va más allá del vestuario: participa en la conceptualización de cada detalle visual que acompaña los lanzamientos y las presentaciones en vivo, contribuyendo a que Rosalía se haya convertido en un referente global también en el ámbito del estilo. Aunque su labor transcurre a menudo entre bambalinas, su influencia es determinante en uno de los proyectos artísticos más importantes de la música contemporánea.



ROSALAGARRIGUE

MÁNAGER

La fundadora de RLM (actualmente GTS, compañía de representación y 'management' perteneciente a Universal) es una pionera en el desarrollo de carreras a largo plazo, ha trabajado con artistas clave del panorama nacional como Alejandro Sanz, Miguel Bosé, Malú o Pablo López, consolidando modelos de gestión modernos y sostenibles. Su visión estratégica ha sido fundamental para profesionalizar el sector e impulsar el papel del mánager como figura de referencia en un ámbito históricamente masculinizado.



AINHOA ARTETA

SOPRANO

Ainhoa Arteta (San Sebastián, 1964) es una de las grandes voces de la lírica española de las últimas décadas. Su privilegiada tesitura y su versatilidad la han llevado a los escenarios más prestigiosos del mundo, donde siempre despliega elegancia escénica y dotes interpretativas. A lo largo de su trayectoria, respaldada por numerosos premios, ha sabido acercar la ópera a nuevos públicos, lo que la consolida como un referente imprescindible de la cultura española y una embajadora de excelencia de la música clásica.



GRAÇA RAMOS

TEATRO REAL

Dirige la comunicación del Teatro Real, la principal institución española de ópera y artes escénicas. Desde su puesto, gestiona la estrategia mediática y amplifica una programación que combina clásicos, creación contemporánea y compromiso social. Con una sólida trayectoria cultural, ha posicionado al coliseo en el centro del debate, impulsando una comunicación cercana e innovadora. Su trabajo ha abierto el teatro a nuevos públicos y fortalecido su presencia en medios tradicionales y digitales.



ESTRELLA MORENTE

CANTAORA

Estrella Morente (Granada, 1980) es una de las máximas exponentes del flamenco actual. Hija del maestro Enrique Morente y la bailaora Aurora Carbonell, creció inmersa en una de las sagas más importantes de este arte. Debutó con sólo siete años acompañada por Sabicas, y con 17 se presentó como solista en la Peña de la Platería de Granada. Publicó su primer trabajo, 'Mi cante y un poema', en 2001, producido por su padre, que fue disco de platino y la consagró internacionalmente. Le siguieron 'Mujeres' o 'Autorretrato' —con colaboraciones de Paco de Lucía o Pat Metheny—, 'Copla' y 'Leo', donde rinde homenaje a grandes como Frida Kahlo. En el cine, puso voz a Penélope Cruz en 'Volver' de Almodóvar y participó en películas de Carlos Saura. Ha recibido el Premio Ondas, la Medalla de Andalucía y una nominación al Grammy Latino. Su papel en la música es el de una cantaora que ha sabido heredar la tradición familiar con una voz dulce y un estilo propio que conecta lo ancestral con lo contemporáneo.



MESTIZA **DJS**

Mestiza es el dúo de DJs y productoras formado por Pitty Bernad y Belah, dos veteranas de la escena electrónica con más de una década de trayectoria individual que unieron sus fuerzas en 2021 para crear un proyecto único. Su sello distintivo es la fusión del flamenco y la electrónica, un electrofolclore que ha conquistado tanto al público nacional como internacional. En diciembre de 2023 lanzaron su álbum debut, 'Quëreles', que alcanzó el número 1 en ventas de vinilos en España. Son además creadoras de Sacro, su propia fiesta y sello discográfico, con el que buscan dar voz a artistas que exploran esta misma fusión.



ANDREA MOTIS
MÚSICA DE JAZZ

Nacida en Barcelona en 1995, es una de las artistas más destacadas del jazz europeo contemporáneo. Trompetista, saxofonista y cantante, se ha consolidado como referente internacional. Su estilo combina elegancia, sensibilidad y un profundo conocimiento de la tradición 'jazzística', incorporando también matices de 'bossa nova' y música popular. Ha actuado en prestigiosos escenarios de todo el mundo y colaborado con grandes músicos, representando a una generación que conecta tradición e innovación con naturalidad.



NIÑA PASTORI
CANTAORA

Niña Pastori (San Fernando, Cádiz, 1978) es una de las cantaoras de flamenco más importantes de España, con más de 25 años de carrera y dos millones de discos vendidos. Hija de la cantaora Pastori de la Isla, comenzó a cantar con cuatro años. A los 12, Camarón de la Isla la presentó en Cádiz fascinado por su talento. Debutó en 1996 con 'Entre dos puertos', producido por Alejandro Sanz y Paco Ortega, cuyo sencillo 'Tú me camelas' fue un todo un 'hit'. Entre sus mayores éxitos destacan 'Cai' y 'Cartita de amor'. Ha recibido seis Grammy Latinos, siendo la artista con más premios en la categoría de flamenco. En 2023 ganó por 'Camino', y en 2024 por 'Raíz, nunca me fui', junto a Lila Downs y Soledad Pastorutti. Su legado: heredar la tradición flamenca más profunda y fusionarla con las corrientes contemporáneas, manteniéndose como referente indiscutible durante más de tres décadas.



INDIRA
PAGANOTTO **DJ**

Esta canaria de 33 años es una de las DJs y productoras más influyentes de la escena electrónica internacional. Reconocida por su estilo enérgico, que fusiona 'psytrance' y 'techno', ha llevado su sonido a algunos de los festivales y clubes más prestigiosos del mundo, desde el festival de Coachella al EXIT de Serbia, pasando por el número 1: Tomorrowland, donde su propio sello, Artcore, tuvo un escenario propio. Su proyección global y su capacidad para innovar la sitúan como referente de una nueva hornada de creadoras en la música electrónica.



ALASKA
CANTANTE

Olvido Gara (México, 1963) es una de las figuras más emblemáticas del pop en español. Protagonista fundacional de la Movida Madrileña, su extensa trayectoria abarca desde Kaka de Luxe, Alaska y los Pegamoides y Dinarama hasta Fangoria, junto a Nacho Canut desde 1989. En ese camino, la artista ha vendido más de seis millones de discos. Su papel en la cultura española es el de un icono, capaz de reinventarse durante décadas sin perder su esencia vanguardista.



LAIA TOUS
FESTIVAL DE PERALADA

Directora artística del Festival Castell de Peralada, uno de los certámenes culturales más prestigiosos de España, ha logrado equilibrar la tradición lírica y clásica del festival con una apertura a la música popular, el jazz, la danza y las propuestas contemporáneas. Su mirada ha renovado el certamen apostando por grandes nombres internacionales, talento local y una programación transversal. Representa a una nueva generación de programadoras que actualizan los festivales históricos con visión fresca, inclusiva y compromiso con la excelencia artística.



GEMA RECODER
CANET ROCK

Al frente del Canet Rock desde su recuperación en 2014, ha convertido esta cita histórica, nacida en los años setenta como símbolo de la contracultura, en el gran acontecimiento de la música en catalán. Bajo su dirección, el festival equilibra grandes nombres consagrados con la escena emergente, convirtiéndose en un termómetro imprescindible del género. En un sector tradicionalmente masculino, su criterio y determinación han profesionalizado el evento sin perder su esencia identitaria.



AITANA
CANTANTE

Aitana Ocaña (Barcelona, 1999) irrumpió en 2017 en 'Operación Triunfo' y desde entonces no ha dejado de crecer. Cuatro álbumes número 1 en España avalan una carrera que ha transitado del pop a la música urbana logrando un sofisticado estilo personal. Su palmarés incluye un Grammy Latino, un Ondas, un MTV EMA, seis Odeón y diez LOS40. Considerada la «princesa del pop español», ha renovado este género comercial, logrando una conexión masiva con nuevas generaciones y una exitosa proyección internacional.



CRISTINA
REGATERO
LOCUTORA DE RADIO
Y PRESENTADORA

Nacida en Madrid en 1987 es una de las presentadoras y locutoras más reconocidas del panorama musical español. Su cercanía y energía la han convertido en referente de 'Los 40' para millones de oyentes, y su popularidad se amplificó al formar parte del jurado de 'Operación Triunfo' en 2023 y 2025. Desde la cabina de radio hasta la televisión, su trayectoria refleja la flexibilidad de una comunicadora que entiende la música como un vínculo generacional.



INMA SHARA
DIRECTORA DE
ORQUESTA

Nacida en Amurrio (Álava, 1972) ha dedicado su vida a romper una de las barreras más sólidas de la música: la dirección de orquesta, un espacio históricamente reservado a los hombres. Con una batuta que desafía prejuicios, se ha convertido en referente global al frente de formaciones como la Filarmónica de Berlín, la Sinfónica de Londres, la Filarmónica de Viena o la Orquesta Nacional de España. Su trayectoria no es sólo la de una directora excepcional, sino la de una mujer que ha abierto camino donde apenas había referentes femeninos. Más allá del rigor artístico y el carisma sobre el escenario, ha hecho de la divulgación musical una misión personal. Conferenciante, embajadora cultural y activista por la igualdad, utiliza su visibilidad para inspirar a niñas y jóvenes que sueñan con la música. Su legado trasciende las salas de conciertos: es una inspiración para toda una generación que encuentra en ella la prueba de que los límites están para romperse.



VANESA MARTÍN

CANTANTE

Nacida en Málaga, en 1980, Vanesa Martín se ha consolidado como una de las compositoras e intérpretes más relevantes de la canción de autor en España. Su influencia radica en una conexión única con el público a través de letras honestas que exploran el amor, la vulnerabilidad y la fortaleza femenina. Con 12 álbumes publicados, múltiples discos de platino y giras que llenan los recintos más importantes del país —incluyendo el WiZink Center y el Estadio de la Cartuja—, ha demostrado que la independencia creativa y el éxito masivo pueden ir de la mano. En 2024, recibió el Premio Honorífico de los Premios Odeón por su trayectoria. Feminista desde la acción más que desde la consigna, ha allanado el camino para las nuevas artistas del panorama nacional. Referente indiscutible del pop de autor, su carrera es un testimonio de que la sensibilidad y la autenticidad, cuando se sostienen con talento y trabajo, construyen un legado imparable.



PILAR RIÚS

ASOCIACIÓN DE MUJERES EN LA MÚSICA

Guitarrista especializada en música contemporánea, presidente de la Asociación de Mujeres en la Música, una organización que trabaja por la visibilidad y el reconocimiento de las profesionales del sector en todos sus ámbitos: interpretación, composición, musicología, gestión y pedagogía. Esta labor, unida a su trayectoria artística y su investigación sobre el repertorio femenino para guitarra, la sitúa como una figura crucial en el fomento de la igualdad y el asociacionismo en la industria musical española.



RIGOBERTA BANDINI

CANTANTE

El 'alter ego' de Paula Ribó (Barcelona, 1990) es una creadora total que desborda los márgenes de la música. Su irrupción en 2022 con 'Ay, mamá' en el Benidorm Fest rompió esquemas: la canción se convirtió en un himno feminista y número 1. Desde entonces, ha acumulado un Goya a la Mejor Canción Original, dos álbumes de estudio y una versatilidad que abarca doblaje, escritura y la presentación de los Goya 2025. Su pop electrónico, teñido de referencias feministas, la ha consagrado como un modelo generacional sin etiquetas.



EVA SANDOVAL

RADIO CLÁSICA (RNE)

Es una de las divulgadoras musicales más reconocidas de España. Vinculada a Radio Clásica (RNE) desde 2008, en 2025 asumió su dirección, marcando el rumbo de la emisora en un momento clave para la difusión de la música clásica en la era digital. Con sólida formación académica y vocación comunicativa, ha sabido acercar este repertorio a audiencias diversas. Su estilo cercano y su capacidad para contextualizar las obras la han consolidado como una voz imprescindible del panorama cultural patrio.



MARINA TUSET

MÚSICA DE JAZZ

Esta cantante, compositora y productora catalana (Sant Vicenç dels Horts, 1995) combina en su obra jazz, soul, bossa nova, pop y ritmos latinos. Graduada en la Berklee College of Music, se ha consolidado como una de las artistas más destacadas de la escena contemporánea, reconocida por su exquisita sensibilidad interpretativa y su cuidado trabajo sonoro. Su primer álbum, 'Canto a la imaginación', fue galardonado con un Latin Grammy a Mejor Ingeniería de Grabación, un logro poco habitual en un debut. En su propuesta artística confluyen elegancia, creatividad y una atención minuciosa a los detalles técnicos. Con una trayectoria en crecimiento, se posiciona como una de las voces emergentes más interesantes del jazz español, aportando una mirada personal y sofisticada al panorama actual.



EVA AMARAL CANTANTE

Eva Amaral (Zaragoza, 1972) marcó un antes y un después en el pop-rock español como la 'frontwoman' que abrió camino para muchas otras mujeres. Su voz inconfundible y honestidad sobre el escenario han roto roles de género, demostrando que una mujer podía ser compositora y productora en igualdad, desafiando el machismo imperante en los estudios de grabación. Con himnos generacionales como 'Sin ti no soy nada', ha vendido millones de discos y su compromiso feminista ha hecho de la autenticidad su marca de calidad.



CINDY CASTILLO BOOKER

Una de las artífices invisibles del gran negocio de la música en directo: como responsable de programación del Mad Cool Festival, su criterio y su red de contactos con artistas, agencias y managers la han convertido en una de las mujeres más influyentes —y discretas— de la industria festivalera en España. En un sector tradicionalmente masculinizado, se ha labrado un nombre a base de exigencia, pasión y un ojo clínico para equilibrar grandes estrellas internacionales con talento emergente proponiendo un cartel cada vez más diverso y femenino.



SAKIRA VENTURA MUSICÓLOGA

Ella es la creadora del 'Mapa de compositoras', un catálogo pionero que ha revolucionado la visibilidad de las mujeres en la historia de la música. Nacida en Valencia en 1985, su herramienta interactiva recopila cientos de creadoras de todas las épocas, ofreciendo un recurso accesible para investigadores, docentes y público general. Su labor ha sido fundamental para derribar el sesgo de género en el canon musical tradicional, y es una de las voces más influyentes en la recuperación del legado femenino en la música.



MERCEDES ZAVALA GIRONÉS COMPOSITORA

Nacida en Madrid en 1963, es una de las mayores impulsoras de la música de compositoras históricas en España. Su catálogo abarca obras orquestales, camerísticas y vocales con proyección internacional. Profesora durante tres décadas, ha compaginado su carrera compositora con una intensa labor divulgativa. Como presidenta de la Asociación Mujeres en la Música ha impulsado distintos proyectos para visibilizar a las creadoras en las aulas y los escenarios, consolidándose como un referente en igualdad.



LUZ CASAL CANTANTE

Nacida en Boimorto (La Coruña) en 1958, es una de las voces más influyentes de la música popular española. Su carrera despegó en los ochenta, destacando por su voz potente y su estilo rockero en un panorama dominado por hombres, pero fue en los noventa cuando alcanzó la cima con 'Piensa en mí', tema que Pedro Almodóvar incluyó en 'Tacones lejanos' y que la convirtió en un fenómeno internacional. Con más de cinco millones de discos vendidos a lo largo de su recorrido, ha recibido los máximos reconocimientos de la industria: un Premio Goya, un Grammy Latino honorífico, el Premio Nacional de las Músicas Actuales y un Premio Ondas a su trayectoria. Superó un cáncer de mama que marcó profundamente su vida y su música, reflejado en discos como 'Vida tóxica'. En 2023 publicó 'Las ventanas de mi alma', su álbum más autobiográfico, y en 2025 recibió un reconocimiento institucional por su contribución a la cultura. Porque Luz Casal no sólo ha cantado: ha sido faro, refugio y testimonio de que la música, cuando nace desde lo más hondo, puede sostener una vida entera.



AL RITMO DEL TIEMPO

Un universo infinito de talento, dentro y fuera de los escenarios: así se gestó LA LISTA de las 40 españolas más influyentes en la categoría de Música de ELLE 40x40.

Hubo un tiempo en el que la música parecía cosa de nombres propios masculinos. Pero hoy, en plena eferescencia de una industria que mueve cifras millonarias y congrega a miles de jóvenes en cada concierto, resulta más necesario poner en valor a aquellas personas —mujeres en este caso— que lo hacen posible.

Y, para celebrar su 40 aniversario, la revista ELLE continúa con la segunda entrega de su iniciativa ELLE 40x40, un proyecto que busca visibilizar a 40 mujeres

españolas que, desde diferentes ámbitos —la industria, los escenarios, la historia, la producción, la divulgación...—, están transformando el panorama musical.

La cita para elegir a estas protagonistas tuvo lugar una mañana en el club Monteverdi de Madrid, un espacio privado con alma y con una conexión especial con la música desde sus orígenes. Allí se reunió un jurado de excepción, integrado por seis mujeres de perfiles diversos y todas comprometidas con el talento femenino.



1. Ainhara Viñarás, directora general de Shiseido Prestige. 2. Beatriz Navarro, CMO de Renault en España. 3. Anna Maresch, directora de Marketing, Comunicación y Producto del Grupo Roca para Iberia. 4. Beatriz Carderera Arnau, responsable de prensa internacional del Museo del Prado. 5. Marina Chinchilla, directora adjunta de administración del Museo del Prado. 6. Benedetta Poletti, directora de ELLE.

Las elegidas para esta tarea fueron: Beatriz Navarro, Chief Marketing Officer de Renault en España; Ainhara Viñarás, directora general de Shiseido; Anna Maresch, directora de Marketing, Comunicación y Producto del Grupo Roca para Iberia; Marina Chinchilla, directora adjunta de administración del Museo del Prado, y Beatriz Carderera, responsable de prensa internacional de la institución, y Benedetta Poletti, directora de ELLE España.

Sobre la mesa, una premisa clara: no se trataba únicamente de elegir nombres conocidos. El objetivo era más profundo y, a la vez, más necesario. Beatriz Navarro lo resume con precisión: «Fundamentalmente hemos elegido a mujeres que representan a toda la industria y de todas las generaciones. No solo las que tienen la cara más visible, como pueden ser las cantantes, sino muchas de las que están detrás o las que están ahora mismo emergiendo». Esa declaración de intenciones marcó el tono de un encuentro en el que se valoró tanto la trayectoria consolidada como el impulso de quienes empiezan a brillar.

Uno de los aspectos que más sorprendió al jurado fue constatar que el talento femenino en este sector no está siempre en las primeras filas. Sin embargo, todas coincidieron en la necesidad precisamente de apostar por estas iniciativas para hacer justicia a muchas de ellas. Ainhara Viñarás, directora general de Shiseido Prestige, señaló que, para la selección, se valoró «una mezcla de proyección y de trayectoria. Y también que muchas de estas mujeres han ampliado la visibilidad del talento femenino, así como los valores asociados en las carreras profesionales de las seleccionadas».

Viñarás también puso sobre la mesa un dato que evidencia el buen momento que vive el sector: «Esta es una industria que está en auge y en la que se está invirtiendo muchísimo». Y señaló, bromeando pero recalando una realidad, que «hoy los jóvenes casi prefieren tener una entrada para un concierto a un bolso». En esa línea, Benedetta Poletti, directora de ELLE España, subrayó el peso cultural que la música tiene para las nuevas generaciones, advirtiendo que para ellos es una «nueva religión». Una afirmación que conecta con la transformación de hábitos culturales que este proyecto busca reflejar.

«Hemos elegido a mujeres que representan a toda la industria y generaciones. No sólo las que tienen la cara más visible, sino muchas de las que están detrás o están emergiendo»

Beatriz Navarro, Renault

Anna Maresch, por su parte, destacó otro de los criterios clave que guiaron las deliberaciones: la disrupción. «También hemos tenido en cuenta aquellas que brindan innovación y disrupción a la industria», afirmó la directora de Marketing, Comunicación y Producto del Grupo Roca para Iberia. Esa apuesta por la innovación se tradujo en una selección que mira al futuro sin olvidar los cimientos sobre los que se construye.

La conexión con el arte y el reconocimiento de figuras invisibilizadas también tuvo un peso especial gracias a la presencia de las representantes del Museo del Prado. Beatriz Carderera y

Marina Chinchilla trasladaron al ámbito musical una reflexión que la institución ya ha trabajado en profundidad a través de su iniciativa *El Prado en femenino*. «Creemos que se ha hecho una selección en la que hemos reconocido el papel de esa mujer que está detrás en muchas ocasiones, pero que hace posible que disfrutemos de la música, en este caso». E incidieron en un paralelismo con el proyecto del museo «con el que hemos podido descubrir que gran parte de la colección y la riqueza de muchísimas obras se debe a mujeres, a reinas, a mecenas o a patronas de arte, que no habían sido reconocidas hasta este momento. Y hacer una lectura desde este punto de vista siempre nos beneficia», explicaron.

Esa mirada transversal, que combina trayectoria, proyección, humanidad, disrupción y visibilización del talento oculto, ha dado forma a una lista de 40 mujeres que representan lo mejor de la música española en su sentido más amplio. Desde artistas que llenan estadios hasta productoras, *managers*, divulgadoras y profesionales que trabajan entre bambalinas, todas ellas comparten un mismo mérito: haber contribuido a transformar una industria que, hasta no hace tanto, parecía tener un único rostro.

Con esta segunda entrega de ELLE 40x40, la revista no solo celebra sus cuatro décadas de historia, sino que consolida un proyecto que visibiliza el talento femenino en todas sus dimensiones. Porque la música es mucho más que nombres que suenan en las listas de éxitos: es una industria, una comunidad y, sobre todo, un espacio donde las mujeres están dejando una huella imborrable.

EL ALMA EN LA GARGANTA

VOZ IMPRESCINDIBLE DE LA HISTORIA DE LA MÚSICA,
LUZ CASAL HA CONSTRUIDO SU CARRERA SIENDO UN VERSO
SUELTO. CON NUEVO DISCO Y EN PLENA GIRA, SABOREA EL
ÉXITO DE HABERSE MANTENIDO SIEMPRE FIEL A SÍ MISMA.

POR NOELIA HERMIDA. FOTOS: ROCÍO RAMOS. REALIZACIÓN: BÁRBARA GARRALDA

Vestido bicolor
con mangas
abullonadas de
Gabriela Hearst
y collar rígido
'Juste un Clou'
en oro amarillo
de Cartier.
En la otra pág.,
vestido asimétrico
largo con capa
de Balenciaga.

MUJERES INSPIRADORAS

ELLE
40&40

La han definido como voz imprescindible de la historia de la música, leyenda y arquitecta emocional sin parangón. Es I Marquesa de Luz y Paz –nombrada por el rey Felipe VI en 2025–, Comendadora de las Artes y las Letras de Francia, Premio Nacional de las Músicas Actuales y otros tantos reconocimientos de primer nivel imposibles de enumerar al completo en estas páginas. Ha publicado decenas de discos, incluyendo álbumes de estudio, bandas sonoras y recopilatorios, ha vendido millones de discos y, a sus 68 años, y tras más de 40 de carrera, Luz Casal (Boimorto, A Coruña, 1958) asegura que de lo que más orgullosa está es de «tener la seguridad de que he hecho siempre lo que he querido y de poder escuchar cada una de mis canciones sin pensar: “Qué horror”, explica con su tono de voz envolvente y ese acento cantarín del norte que nunca ha perdido. Porque, si hay algo, además de su esencia como artista, que ha mantenido intacto es el arraigo a sus orígenes y el foco siempre bien dirigido hacia lo importante. «Yo sé de dónde vengo, dónde he nacido y cuál es el árbol del que se cayó mi madre en mi pueblo, llevándome en la barriga con 7 meses, porque nunca dejó de trabajar. Agradezco todos los cumplidos y los galardones, y recibo estas distinciones como se debe hacer, pero, cuando me insisten mucho en el halago, me siento un poco superada. Cuando me entregaron las primeras llaves de una ciudad, que fue en París, dije: “¿Esto qué es?”. Luego me nombraron Comendadora y pensé: “Pero, vamos a ver, ¿me van a poner una estatua al lado de Juana de Arco o cómo?”. Luego me hicieron marquesa, y lo primero que me vino a la cabeza fue mi madre. Qué pena que ya no esté, porque a ella le habría encantado. Supone todo un honor, claro, pero no me levanto, me miro al espejo y digo: “Buenos días, marquesa” (*risas*). Soy consciente de lo que he conseguido. Sé que es la recompensa a muchas horas, días, meses y años de mi vida dedicados a la música. Y, cuando haces de vez en cuando balance, o miro el sitio en el que tengo todos los premios, pienso: “Qué barbaridad”. Pero ya está. La vida es otra cosa. También influye que no soy mala persona, que era uno de los objetivos marcados a fuego por mi madre y, dentro de mis posibilidades, lo cumplo, y por eso creo que a mucha gente le caigo bien, ¿no?», explica con su exquisita sorna la artista, sumergida en plena gira de su nuevo disco, *Me voy a permitir*.

«Mi primer
cáncer me
enseñó a
permitirme
ser frágil y
mostrar mis
debilidades»

¿El título es una declaración de intenciones?

Es una reafirmación, en realidad. Nunca he hecho lo contrario a lo que quería musicalmente. Me lo he permitido todo. A veces con grandes dificultades para conseguirlo, pero lo he llevado a cabo. Y a nivel privado o íntimo, igual. Así que, es más una ironía, una actitud sarcástica de “me importa un carajo todo”. Me considero una persona sincera y franca, pero es verdad que ha habido veces que, en vez expresar: “Esto es una mierda”, te vas y no lo dejas claro. Y llega un momento en el que no puedes perder el tiempo intentando no herir o molestar al prójimo y sí hacértelo a ti misma. Si tienes que elegir, cuida de ti. Así que, esto va de que me voy a permitir ser mediocre que, traducido de una manera macarra, es mostrarme cómo soy, porque no todo el rato eres estupenda. Por un lado, está la exigencia personal, por carácter, por tu profesión, por tu responsabilidad de ser y ofrecer lo mejor de ti misma, pero, por otro, no tengo necesidad de demostrar nada. Y hay días en los que estoy cansada, no me he pintado los labios ni los ojos y me da igual. No puedes ser brillante todo el tiempo, y enseñar las debilidades o las fragilidades me parece que conforma la imagen real.

Es bueno mostrar que todos somos humanos...

Yo eso lo aprendí cuando atravesé mi primer cáncer (*superó dos de mama*). Permitirte ser frágil, y más en una situación en la que pierdes la salud. Me he quedado sin pelo, ¿por qué me voy a poner una peluca? Si quieres, vale, pero no tienes que demostrar que eres fuerte. Albergo vulnerabilidades, fragilidades, momentos de dudas y errores. Por ejemplo, los que me siguen en los conciertos saben perfectamente que yo me equivoco, y no lo escondo. Y, además, generalmente me pasa con las letras que he escrito yo, que eso tiene más mérito (*risas*). No uso

teleprompter, porque creo que las letras tienes que metértelas en vena, pero, claro, te distraes un segundo, y se te van. Y soy bastante dispersa.

¿Desde siempre? Dicen que es un rasgo común en mentes creativas.

Soy hija única, con una situación familiar peculiar, y siempre he tenido mucha imaginación. Soy bastante observadora y me entretengo con cualquier cosa. ¿Qué hago si a veces estando en el escenario, como me fije en algo o piense que me está doliendo el pie por la bota, pierdo el hilo de la letra? A veces hasta me preocupo y me digo: «A ver, concéntrate», pero sé que me ▶

Vestido largo con
capa de Carolina
Herrera New York
y pulsera 'Clash'
en oro de Cartier.



«He tenido
que *romper*
techos de
cristal y
de cemento.
Y no me
importa
pegarme
contra una
pared si creo
que *debo*
tirarla»



'Trench' en
charol con es-
tampaciones de
Weekend Max
Mara, medias de
Calzedonia y
zapatos salón de
Jimmy Choo.

entretengo por el camino. Con los años he ido cogiendo truquillos y tengo una regla con mi equipo: centrarme sólo en lo inmediato. No quiero saber planes ni compromisos más allá de las próximas semanas.

Y a la hora de componer, ¿eres igual?

Absolutamente, porque lo que me inspira son los estímulos, la vida. Tengo canciones que empecé tres o cuatro años antes de acabarlas y otras, en cambio, las he hecho en horas. *Un nuevo día brillará* la terminé entre Santiago de Chile y Viña del Mar, en una noche de tormenta. Yo por más disciplina, dentro de mis posibilidades, que me pueda autoimponer, para componer necesito vivir, conocer gente, estar en lugares distintos... Aparte de lo que es mi propio sentir. Por eso me atrae cantar géneros diferentes y hacer versiones.

De hecho, este nuevo trabajo empezó gestándose como un álbum sólo de versiones, ¿verdad?

Me apetecía un disco para destacar mi parte de intérprete. Empecé con la idea de incluir canciones sólo de mujeres, pero, al escuchar muchas que me gustaban, veía que o bien no las habían compuesto ellas o se trataba de versiones que se habían hecho famosas en una voz femenina. Así que, el espectro se empezó a ampliar y a diversificar y, al final, también hay temas nuevos.

Y colaboraciones, como en *Ella* con Carla Bruni.

¿Cómo surgió compartirla?

Las uniones artísticas en mi carrera siempre han sido casualidades, nunca han tenido un propósito, y mucho menos discográfico. En el caso de Carla, surgió porque era indispensable que hubiera una mujer y salió su nombre. Y guardo un recuerdo muy bonito de la grabación. Además, fue lo último que hicimos del álbum. Ese día, salí del estudio y les dije a las personas que me acompañaban: «Qué jornada más total. Qué final. Estoy super-satisfecha». Y es una sensación muy chula.

Cantas géneros muy variados, ¿ha sido un problema?

Durante mis primeros cinco álbumes era un horror tener que defender por qué hacía una canción. Yo decía: «A ver, acabo de componer un tema de amor porque se lo dedico a este tío. Pero luego no lo aguanto más y sale otro. ¿Cuál es el problema?». Estoy cantando y expresando dos sentimientos: uno, el amor hacia una persona, la fascinación y las vueltas que mi mundo dio, y luego otro sobre el cansancio por ser una muñeca más. ¿Por qué no puedo? Siempre he dicho que la mayor sensación de libertad que experimento es a través de la música, porque hago lo que me sale en el momento. Puedo expresarme de la manera más dulce, de la forma más rotunda o de la más basta. Y eso lo consigo porque

voy a mi aire y nunca he hecho caso a los que quisieron encasillarme o a los juicios. Para el fan del rock no eres suficientemente rockera y para el de la balada no eres lo bastante romántica. ¿Por qué? ¿Porque no llevo vestidos y canto con delicadeza? ¿Porque no me pongo chupas de cuero? Soy más rockera que tú, aunque no tenga más tatuajes que varias cicatrices.

¿Te has visto obligada a dar puñetazos en la mesa?

Hay una canción que hice con Carmen Santonja que se llama *Muro invisible* y justo va sobre eso. He tenido que romper techos de cristal y de cemento. Y a mí no me importa pegarme contra una pared si considero que debo tirarla. Le dedico tiempo y esfuerzo. O sea, cuando estoy segura de algo, es casi imposible que alguien me tuerza la idea. Eso igual tiene que ver con la genética, porque las mujeres gallegas somos... Mi madre fue un grandísimo referente. Tenía una voluntad tremenda, era muy trabajadora. Algo que yo creo que no era mi padre biológico, por ejemplo. Un hombre cumplidor, pero nada que ver con mi madre, que lo mismo te plantaba un árbol, que se subía a él y lo cortaba, lo que fuera necesario. Se sacó el carnet de conducir cuando ninguna de las mujeres de su entorno lo tenía. Son detalles que tal vez parece que no fueron importantes, pero sí lo fueron. La educación que recibes en tu casa, las imágenes que has visto en tu hogar, son imborrables. Y, sobre todo, cuando son buenas. Cuando representan una guía. Y, en ese sentido, sin ninguna duda, ella ha sido un faro impresionante. Y me he dado cuenta de ello, todavía mucho más, cuando la perdí. La cantidad de cosas que son la consecuencia de su ejemplo, de su actitud.

¿Notas cambios en la industria para la mujer?

Ahora, leo críticas o escucho un comentario de un determinado concierto, cuya protagonista es una mujer, y ya no veo lo mismo que cuando a mí me los hacían, que tres cuartas partes estaban dedicados a la ropa que llevaba. Cuando tampoco es que yo me pusiera una farola en la cabeza, ¿eh? Y pienso que la evidencia de que las cosas están mejorando es observar la cantidad de mujeres que hay en la música hoy. Si te fijas, los grandes nombres de la escena mundial son femeninos. Hace tres décadas estaban Madonna y algunas buenas cantantes de *soul*, ahora existen decenas de nombres que llenan enormes superficies durante días y que, además, marcan la estética y los intereses de generaciones. Es maravilloso.

¿Te has encontrado muchas piedras en tu camino?

Como vivo tan en el presente, me cuesta echar la vista atrás. Y, sobre todo, con los aspectos que me hayan podido resultar duros. Los metí en el cajón y cerré. Me ▶

ha tocado vivir muchas cosas y he ido con todo el armamento posible para poder pasar de aquellos aspectos del entorno que pudieran afectarme negativamente. Y en eso me ha ayudado mi carácter.

¿Tienes alguna fórmula para escribir canciones?

Todos mis discos son como una especie de diario del momento en el que me encuentro. El reflejo de lo que estoy viviendo en lo personal, lo que me ha impactado, lo que he experimentado con un colega, al que acabo de conocer o no, y con quien he hecho música o escrito una letra... Pero, ¿sabes?, uno de los pocos objetivos que tengo cuando me enfrento a un nuevo disco es que ofrezca esperanza. Que, aunque estés hablando de odio, tengas una canción que contrarreste, porque opino que es una responsabilidad como artista. No puedes hablar desde la ira y la rabia todo el rato. Hay un álbum que hice durante el primer cáncer, cuando estaba con el tratamiento, que se titula *Vida tóxica*. En ese momento, tenía tantas sensaciones complejas, especiales, diferentes a todas las que había vivido... Y la primera canción de ese álbum se titula *Sé feliz*. Es una canción de unos compañeros; yo no intervine en nada más que en la producción y la grabación. Pero me interesaba que, dentro de ese título —ya de por sí evidente, *Vida tóxica*, porque la mía lo era por todos los líquidos que me estaban metiendo, que arrastraban con lo bueno, lo malo, lo regular y lo irregular—, también se mostrara el otro lado. La gente sabía por lo que estaba pasando, sobre todo los seguidores, pero no quería lanzar un mensaje de pesar, de pena, de drama. Enfermas, sí, pero mira a tu alrededor, todos los que te quieren y te cuidan. Así que sé feliz.

¿Qué lección te dio la enfermedad?

Darme cuenta de mi dependencia, de que el tiempo es finito, que esa fue una de las primeras frases que me dijo mi oncólogo. Hay mucha gente que no quiere saberlo, y a mí me parece importantísimo, porque eso te ayuda a no perderlo, a no emplearlo mal, a sacarle partido a cada minuto de algo que te hace sentir bien, porque, cuando pase, ya pertenecerá al pasado y no vuelve. Fui más consciente de la importancia de la amistad, de la cantidad de gente que me quería, que estaban dispuestos a ayudarme con cosas desde las más peregrinas a otras verdaderamente necesarias. Aprender que la vida es un misterio. Y que, cuanto más segura

estás de tener sus riendas en tus manos, de repente, hay un episodio que provoca que todo se tambalee. También descubrí mi fortaleza mental, cómo no me vine abajo. Y eso fue gracias, en gran parte, a la música. Haber decidido en cada capítulo de cáncer seguir trabajando como podía, me sirvió muchísimo. Por eso dije en la presentación de *Vida tóxica* que había valido la pena, algo que alguna gente interpretó mal. Me refería a que para mí ese periodo fue muy fructífero, porque tuve la suerte de contar con gente a mi lado que me cuidó, me trató y salió adelante. No una, sino dos veces.

¿Qué porcentaje ocupa la música en tu vida?

¿La mitad? (*Risas*). No, no sé estar sin ella. Pero también me encanta apreciar y disfrutar la vida, porque me alimenta. Es lo que me nutre para hacer música. Llevo desde muy chica subiéndome al escenario y, no es que me realice en él, sino que me da la oportunidad de ser muchas *Luces*. Mi vida está relacionada con la música desde que me acuerdo, entonces, no es un plan establecido, pero acabo la gira y suelo tomar distancia, sólo para poder empezar luego algo nuevo, otras ideas y canciones.

¿Escribes todos los días?

Sí. Siempre tengo múltiples libretas repartidas por todas partes. Necesito hacerlo en papel, y preferiblemente a lápiz, para poder borrar y corregir encima. En el móvil únicamente grabo trozos de canciones que me gustan para luego acordarme, pero nunca escribo.

¿Qué tienes entre manos en este momento?

Un cuento, que estoy intentando crear en *galego*.

Eres una ferviente lectora. ¿Con qué estás ahora?

Esta mañana he cogido un libro, que es un regalo, sobre Quico Rivas, que fue un músico, pintor y crítico. Falleció no hace demasiado, y además a una edad bastante temprana. Es una crónica de su labor como especialista

de artes plásticas. Y me interesa, porque aparte de la música y la literatura, la pintura es una disciplina que me traslada a otros lugares.

Además de encima del escenario, ¿dónde te sientes en paz?

Cuando voy a Galicia o a Asturias y me pongo en plan jardinería. Deberías verme... Para empezar, visto la ropa de mi madre, que era bastante más bajita que yo, y todos los pantalones me quedan cortos. ¡Voy hecha un cromo! Pero, no sé, es una manera de tenerla más presente. A ella le apasionaba la jardinería y a mí también. Me siento en calma así. ■

«Cuando me hacían críticas, tres cuartas partes eran sobre mi ropa. Eso ha cambiado»



*LAS 10 CANCIONES
DE SU VIDA

Traje de chaqueta con puños blancos y falda 'midi' con abertura, top corsetero y sandalias con lazada, todo de Givenchy, medias de Calzedonia y pendientes 'Clash' en oro de Cartier.

*SI QUIERES VER EL VÍDEO
DE LA PRODUCCIÓN,
ENTRA EN WWW.ELLE.ES

UNA REVOLUCIÓN SILENCIOSA

DEL ESCENARIO A LA COMPOSICIÓN, LA PRODUCCIÓN Y LA GESTIÓN: LAS MUJERES HAN PASADO DE SER MUSAS A CONVERTIRSE EN DUEÑAS DE SU VOZ, DE SU NEGOCIO Y DE LAS DECISIONES QUE MARCAN EL RUMBO DE LA INDUSTRIA.

POR PALOMA LEYRA

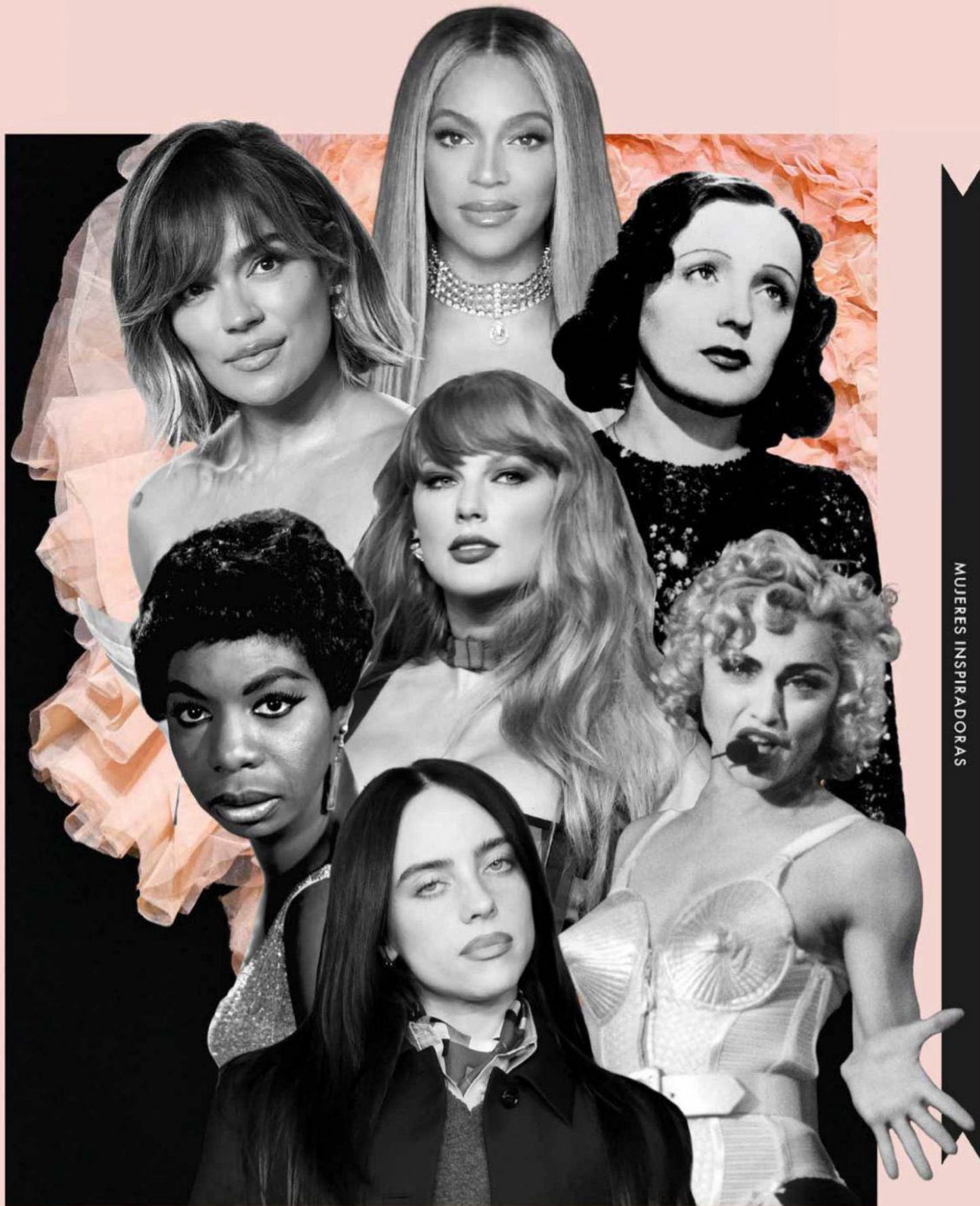
«Las mujeres son anarquistas y revolucionarias naturales, porque siempre han sido ciudadanas de segunda clase y han tenido que abrirse su propio camino». La frase, extraída de *La chica del grupo*, las memorias de Kim Gordon (Sonic Youth), podría leerse como un mantra que atraviesa toda la historia de la música popular. No como una consigna puntual, sino como una constante que se repite generación tras generación, adoptando distintas formas según el contexto cultural. Porque la industria musical siempre ha funcionado como un espejo deformante: ellas estaban ahí —en las canciones, en los escenarios, en el imaginario colectivo—, pero rara vez en los espacios donde se tomaban las decisiones. Eran visibles como intérpretes, pero invisibles como autoras, productoras o gestoras de su propio relato. En los últimos años, sin embargo, esa imagen ha cambiado. Las listas de éxitos están dominadas por artistas femeninas, el discurso del empoderamiento forma parte del lenguaje habitual del pop y la presencia de mujeres en la música comercial es hoy incuestionable. Nunca habían ocupado tanto terreno ni generado un impacto cultural tan inmediato y global. Pero ¿hablamos de un cambio real o sólo de una nueva forma de envolver viejas desigualdades?

La sensación de avance es real pero no nueva. Ya a mediados del siglo XX, Nina Simone desbordó los márgenes

impuestos a las mujeres en la música. Pianista, cantante y activista, no únicamente redefinió el *jazz* y el *soul*, sino que convirtió su obra en un espacio de intervención política, algo profundamente inusual en una industria que esperaba de las mujeres contención y neutralidad. En un contexto marcado por la segregación racial y de género, su figura encarnaba una doble disidencia. Su legado abrió una fisura: la posibilidad de que una artista no sólo interpretara, sino que pensara y dirigiera su propio discurso.

Esa grieta se fue ensanchando con el tiempo. En los setenta, figuras como Patti Smith o Joni Mitchell reclamaron una voz autoral propia, alejándose de los moldes prefabricados de la industria. No se limitaban a escribir sus canciones: imponían una mirada, una narrativa y una forma de estar en el escenario que desafiaba los roles asignados. En los ochenta, Madonna llevó esa lógica un paso más allá al apropiarse de su imagen y convertirla en herramienta de poder, desafiando tanto las normas de la industria como las expectativas sobre el cuerpo y la sexualidad femeninas. Su figura inauguró una nueva relación entre control mediático, identidad y mercado que sigue vigente hoy.

Más tarde, artistas como la islandesa Björk o la estadounidense Missy Elliott ampliarían ese territorio, incorporando producción, experimentación y control creativo a sus carreras. En paralelo, el *hip-hop*, la ▶



MUJERES INSPIRADORAS

Desde arriba, de izquierda a derecha: Beyoncé, Karol G, Edith Piaf, Nina Simone, Taylor Swift, Madonna y Billie Eilish. Siete figuras de la música de los últimos 100 años: mujeres que han roto barreras, desafiado a sus industrias y abierto camino para las que vinieron después.

electrónica o el *R&B* se convirtieron también en espacios de disputa donde las mujeres comenzaron a reclamar autoría en terrenos históricamente masculinizados.

EL ESPEJISMO DE LA VISIBILIDAD

La narrativa actual tiende a mostrar el presente como el momento de una igualdad conquistada. Nombres como Taylor Swift, Rosalía, Billie Eilish o Karol G dominan las plataformas digitales y marcan el pulso cultural internacional. Pero esta imagen de equilibrio es, en gran medida, un espejismo. Según un informe de *Women in Music*, sólo el 22,5% de los artistas que aparecen en las listas de éxitos anuales son mujeres, una cifra que desmiente la impresión de paridad. La omnipresencia de ciertas figuras genera una ilusión óptica que no se corresponde con la base real de la industria.

La visibilidad se concentra en unas pocas figuras que alcanzan niveles extraordinarios de éxito, mientras que la estructura del ámbito musical sigue reproduciendo desigualdades profundas. Es una lógica de excepción: casos individuales que funcionan como prueba aparente de igualdad en un sistema que sigue siendo desigual en su conjunto. Algo similar ocurre con el relato del empoderamiento, que en muchos casos ha sido absorbido por la lógica del mercado. Como señala la teórica Angela McRobbie, buena parte de la cultura popular contemporánea resulta «altamente efectiva a la hora de socavar los logros del feminismo, al tiempo que aparenta estar respondiendo a él». En ese sentido, el *girl power* puede funcionar como una estrategia que visibiliza la autonomía femenina sin necesariamente transformar las estructuras de poder. El empoderamiento se convierte así en estética, en narrativa y en producto.

Algunas trayectorias ilustran bien esta ambivalencia. Sinéad O'Connor irrumpió a finales de los ochenta con una ruptura frontal de los códigos establecidos. Su negativa a ajustarse a los estándares del negocio —estéticos, religiosos, políticos— la convirtió en una figura incómoda, evidenciando el coste que puede tener para una mujer ejercer una autonomía radical. Su carrera es también un recordatorio de cómo la disidencia femenina suele ser castigada con mayor dureza. En los noventa, Lauryn Hill llevó esa tensión a otro terreno: su único álbum en solitario, *The Miseducation of Lauryn Hill*, redefinió los límites del *hip-hop* y consolidó una voz autoral femenina en un espacio dominado por hombres. Su posterior retirada también puso de relieve las dificultades de sostener esa posición en una industria que exige exposición constante. El éxito, en estos casos, no garantiza la estabilidad ni la continuidad.

Pero si la visibilidad ha cambiado, el reparto del poder lo ha hecho mucho menos.

La visibilidad se concentra en unas pocas figuras de éxito, mientras que la industria sigue reproduciendo desigualdades

La desigualdad se vuelve especialmente evidente cuando se observa quién escribe, produce y toma decisiones. Según un estudio de la University of Southern California, las mujeres representan sólo el 12,5% de los compositores y productores en las canciones más escuchadas entre 2012 y 2022. En la producción musical, la presencia femenina es residual: apenas un 2% de los créditos corresponden a mujeres.

Esta desproporción no es únicamente cuestión de números, sino de control creativo. Quien produce define el sonido, orienta la narrativa y condiciona el resultado final. Las razones de esta brecha son estructurales: acceso desigual a la formación técnica, a los estudios de grabación y a redes profesionales, además de estereotipos persistentes que asocian la tecnología con lo masculino.

Aun así, algunas artistas han logrado tensionar ese reparto de poder. Taylor Swift ha reivindicado el control sobre su obra hasta regrabar su catálogo para recuperar sus derechos, mientras que Billie Eilish ha participado activamente en los procesos de producción junto a su entorno creativo más cercano. Sin embargo, estos casos siguen siendo excepciones dentro de una estructura desnivelada.

ESPAÑA: CONTINUIDAD, ESCENA Y GRIETAS

El contexto español introduce un matiz específico. Durante décadas, la música popular ha contado con mujeres que han sostenido carreras de largo recorrido, algo poco habitual en una industria marcada por la caducidad. Nombres como Alaska, Ana Belén o Luz Casal han atravesado generaciones, manteniendo una presencia constante y adaptándose a los cambios del sector.

Sin embargo, esa continuidad convive con una falta de relevo estructural. En los últimos años, la irrupción de nuevas artistas ha sido desigual. Aunque fenómenos como Rosalía o Aitana han demostrado la capacidad de las mujeres para liderar el mercado, su éxito no siempre se traduce en un ecosistema más equilibrado. En escenas como el *indie* o la música urbana, la presencia femenina sigue siendo escasa y muchas artistas continúan enfrentándose a dinámicas de invisibilización. Según datos de la Asociación de Mujeres en la Industria de la Música, solo el 23% de las actuaciones en festivales españoles en 2024 correspondieron a mujeres o bandas lideradas por ellas. Más allá de los escenarios, la desigualdad se acentúa en los espacios de decisión: producción, dirección artística, programación o gestión.

A esto se suman factores estructurales como la precariedad o la dificultad para conciliar. Y al mismo tiempo, han surgido nuevas escenas y colectivos que tratan de



La actuación de Rosalía junto a Björk en los BRIT Awards 2026, en los que la española se llevó el premio a Mejor Artista Internacional, fue aclamada.

revertir esta situación. Redes de apoyo, sellos independientes y espacios de formación están contribuyendo a generar un tejido más diverso, aunque todavía frágil. El cambio, en este sentido, parece venir más desde los márgenes que desde el centro de la industria.

MÁS ALLÁ DEL ÉXITO INDIVIDUAL

La evolución del papel de las mujeres en la música es, sin duda, una de las transformaciones más visibles de la cultura contemporánea. Desde las pioneras que desafiaron las normas hasta las estrellas globales actuales, el recorrido es evidente. Han ampliado los límites de la representación, han introducido nuevas narrativas y han ocupado espacios que durante mucho tiempo les fueron negados. Pero este avance no puede entenderse meramente en términos de éxito individual. La existencia de figuras excepcionales no elimina, por sí sola, las barreras estructurales que afectan al conjunto del sector. De hecho, en muchos casos, estas trayectorias conviven con una base mucho más amplia de desigualdad.

El reto, por tanto, no pasa sólo por aumentar la visibilidad, sino por garantizar el acceso a los espacios donde se toman las decisiones. Porque la pregunta de fondo sigue siendo la misma: quién decide qué música se hace, cómo se ejecuta y quién se beneficia de ella. Y aunque hoy las voces femeninas suenan con más fuerza que nunca, la respuesta a esa pregunta sigue marcando los límites del cambio. ■

LA MÚSICA EN CIFRAS

Las mujeres representan el **33%** de los 100 mejores artistas (un aumento respecto al 26% de 2020).
(Informe 'Make Music Equal 2025', de Chartmetric)

En España, solo el **25%** de artistas en el Top 100 de Spotify son mujeres.
(Spotify)

2,6% de las mujeres encuestadas en la industria musical en España trabajan como técnicas de grabación.
(Asociación de Mujeres de la Industria de la Música, MIM)

El **95%** de los conciertos de las orquestas sinfónicas los dirigen hombres, tan solo el 1% de las obras programadas son de compositoras y el 23% de los conciertos con solista incluyen una mujer a la cabeza.
(Informe '¿Dónde están las mujeres en la música sinfónica?', 2018/19)

4,4% es el porcentaje de mujeres acreditadas en el mundo como productoras en la lista 'Billboard Hot 100' de 2025, bajando la cuota del 5,9% de 2024.
(Informe de la industria musical de la USC Annenberg School for Communication and Journalism)

Las actividades audiovisuales y de música presentan la **mayor brecha salarial** de género en el sector cultural español.
(Informe 'Los sectores culturales y creativos en España: análisis de su valor económico', Fundación COTEC)

807,2 millones de euros son los ingresos registrados por venta de entradas de conciertos en España (un 11,24% respecto al año anterior).
('Anuario 2026' de la Asociación de Promotores Musicales)

ELLE



1

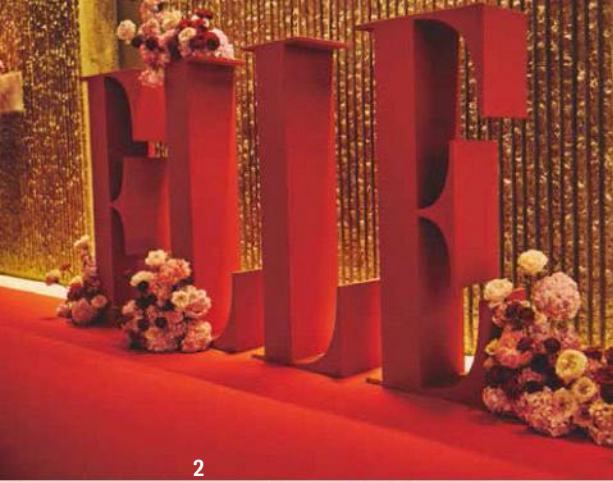
ALUMBRAR EL CAMBIO

UN AÑO MÁS **ELLE X WOMEN** REUNIÓ VOCES CLAVE DEL TALENTO FEMENINO EN UN ENCUENTRO QUE INVITÓ A REPENSAR EL PRESENTE PARA CONSTRUIR UN FUTURO MEJOR.

POR GEMMA SERRANO. FOTOS: ANA RUIZ, FERNANDO ROI, PABLO SARABIA Y GUILLERMO JIMÉNEZ

El pasado 19 de octubre, el espacio El Beatriz Madrid acogió el evento ELLE x Women, una convocatoria impulsada por CaixaBank, Renault y Cantabria Labs, que contó con el apoyo de HP, Lancôme y Quirón, para celebrar el Día Internacional de la Mujer y poner en valor el talento y la trayectoria de mujeres en distintos ámbitos —de la cultura a la tecnología, del activismo al emprendimiento—. Bajo el lema *Un día para cambiar el resto de tu vida*, la jornada apostó por activar ideas y generar preguntas desde un enfoque cercano, así como por remover conciencias, con intervenciones como la de Masih Alinejad, periodista y escritora iraní, que se dirigió (y conmovió) por videoconferencia a los asistentes denunciando la represión que sufre su país. El programa recorrió diferentes conversaciones —desde el cinefórum de *Estrella negra*, con Sara Martínez Sanz y Clara Alvarado, hasta el

debate sobre IA con María Jesús Puerta, Rosa Martínez y Valeria Corrales—, abriendo paso también a reflexiones sobre vulnerabilidad y reconstrucción personal con Carmen Giménez, Laura Escanes y Julieta Rueff, y a una mirada crítica desde el humor con Ana Brito, Raquel Córcoles y Eva Soriano. Por la tarde se reunieron figuras del emprendimiento y la cultura como Inés Bermejo, Amaya Arzuaga o Rosa María Calaf, y se procedió a la entrega de premios a Paula Leitón, Alaska, Laura Ponte y Teresa Helbig. Más allá de las ponencias, la cita reforzó una visión compartida: la importancia de crear espacios de escucha y conexión como motor de cambio. Porque como la directora de ELLE, Benedetta Poletti, remarcó: «Sólo necesitamos una cosa: no parar. No parar de avanzar, de empujar, de abrir camino. Y, sobre todo, no parar de estar las unas para las otras».



2



3



4



5

6



15



16



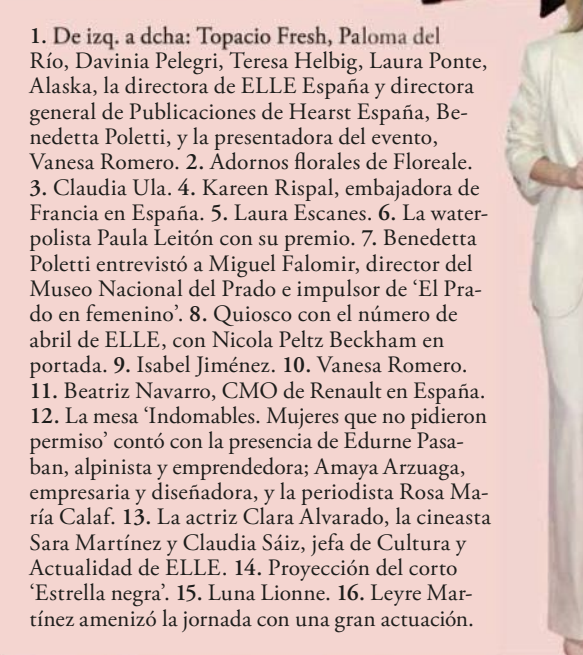
7



14



13



10



9



12



11

1. De izq. a dcha: Topacio Fresh, Paloma del Río, Davinia Pelegri, Teresa Helbig, Laura Ponte, Alaska, la directora de ELLE España y directora general de Publicaciones de Hearst España, Benedetta Poletti, y la presentadora del evento, Vanesa Romero. 2. Adornos florales de Floreale. 3. Claudia Ula. 4. Kareen Rispal, embajadora de Francia en España. 5. Laura Escanes. 6. La waterpolista Paula Leitón con su premio. 7. Benedetta Poletti entrevistó a Miguel Falomir, director del Museo Nacional del Prado e impulsor de 'El Prado en femenino'. 8. Quiosco con el número de abril de ELLE, con Nicola Peltz Beckham en portada. 9. Isabel Jiménez. 10. Vanesa Romero. 11. Beatriz Navarro, CMO de Renault en España. 12. La mesa 'Indomables. Mujeres que no pidieron permiso' contó con la presencia de Edurne Pasaban, alpinista y emprendedora; Amaya Arzuaga, empresaria y diseñadora, y la periodista Rosa María Calaf. 13. La actriz Clara Alvarado, la cineasta Sara Martínez y Claudia Sáiz, jefa de Cultura y Actualidad de ELLE. 14. Proyección del corto 'Estrella negra'. 15. Luna Lionne. 16. Leyre Martínez amenizó la jornada con una gran actuación.



1. María Vitale, dermatóloga y medical manager, se encargó de exponer el taller de Cantabria Labs. 2. Sara Giménez y Sofía Bustin, de Casto, con sus 'goodie bags' posando con el Renault 'Clio Full Hybrid E-Tech'. 3. Los diseñadores de Alvarno, Arnaud Maillard y Álvaro Castejón. 4. Mesa redonda 'Ciberconciencia, ética y uso inteligente de la IA en la vida real' con María Jesús Puerta, ingeniera de minas, ganadora del NASA Lunar Recycle Challenge; Valeria Corrales, divulgadora científica y cofundadora de ValPat STEM, y Rosa Martínez, Director of Artificial Intelligence at CaixaBank Tech. 5. La mesa redonda 'Cuando el miedo no tiene voz. Un diálogo humano sobre la violencia invisible, las redes de apoyo y la reconstrucción personal' con Carmen Giménez, deportista paralímpica y presidenta de Run For You; Laura Escanes, creadora de contenido y 'podcaster', y Julieta Rueff, emprendedora y CEO de FlamAid. 6. La farmacéutica y divulgadora científica Boticaria García. 7. El escritor Jacobo Bergareche y su hija Pepa dialogaron sobre la nueva paternidad. 8. Lancôme obsequió a las asistentes con un neceser que contenía sus 'best sellers' de cuidado facial. 9. Andrea Barber, CEO y cofundadora de RatedPower, VP Power & R Renewables Enverus, e Inés Bermejo, directora general de HP España y Portugal, participaron en la mesa 'Emprendimiento y tecnología: mujeres que crean futuro'. 10. Melody. 11. La galerista Topacio Fresh entregó el nuestro galardón a su amiga Alaska. 12. 'Stand' con productos de la línea 'Endocare' de Cantabria Labs. 13. Masih Alinejad, periodista y escritora iraní, durante su intervención.





1. Carminho emocionó con sus fados a todos los presentes. 2. La activista paquistaní Malala Yousafzai envió un vídeo en el que recaló una vez más la trascendencia del acceso a la educación. 3. La fotógrafa Rosa Copado. 4. Las asistentes se llevaron nuestra 'goodie bag', compuesta por el perfume 'Burberry Goddess Eau de Parfum', un set de cuidado facial de Cantabria Labs, el tratamiento 'UniqOne' de Revlon Professional, el número de abril de nuestra revista y una agenda ELLE.



11



12



2



8



9



10



3

5. Alma Carraovejas cerró con broche de oro ambas jornadas, mañana y tarde, con sus mejores vinos. 6. La mesa moderada por la periodista Isabel Jiménez, titulada como 'Vivir más y mejor: una reflexión sobre salud, longevidad y bienestar' estuvo compuesta por la Dra. Almudena Fernández Bravo, jefa del Servicio de Rehabilitación y Medicina Física de la Fundación Jiménez Díaz; Alejandra Carratalá, farmacéutica, experta en dermofarmacia, y el Dr. Carlos Morales Raya, dermatólogo especialista en láser, estética y acné. 7. Cantabria Labs montó una mesa de juego, y obsequiaba a las ganadoras con sus productos. 8. La cómica Ana Brito. 9. La humorista Raquel Corcoles. 10. La presentadora Eva Soriano. 11 y 12. Lourdes Carmona, comandante de líneas aéreas, que participó en la última mesa redonda, 'Calmate y atención. Cómo transformar la conversación con nosotras mismas' junto a Mar Cabra, periodista y premio Pulitzer, y Marta García López, piloto y campeona de F1 Academy.



7



6



5





MÚSICA

EN MOVIMIENTO

Conducir no es solo desplazarse. Cada trayecto está marcado por el destino, pero también por la canción que suena en ese viaje. **Analizamos la importante relación entre música y automoción.** Sube el volumen. ¡Arrancamos!

Qué sería de la vida sin música? Seguramente alguna vez te lo has preguntado y la respuesta nunca es positiva. Sería como quitar la banda sonora de nuestra vida, pues la música trasciende el lenguaje de las palabras, conectando con nuestras emociones más profundas. La ciencia no tiene ninguna duda al respecto: escuchar música reduce los niveles de cortisol en el cuerpo,

la hormona del estrés. No es casualidad que todos y cada uno de los momentos más importantes de nuestro camino estén indisolublemente ligados a una melodía. Las notas poseen la capacidad casi mágica de evocar recuerdos y traer de vuelta a personas y a sensaciones. Cada momento cuenta con su propia canción: la que escuchamos al comenzar el día; la que eliges cuando necesitas desconectar, cuando necesitas reír, llorar o celebrar.

Y hay un lugar donde todo eso cambia. ¿Te has parado a pensar alguna vez en los viajes en coche que has hecho, cada uno con su propia banda sonora? La música, además de ser un lenguaje universal, es la mejor compañera de viaje posible. A veces la eliges tú. A veces no. Puede ser una *playlist* que decidas antes, sin prisa, o puedes dejarte llevar por la selección que te ofrece tu

emisora favorita. Hace más tiempo del que queremos admitir, incluso, la música llegaba en forma de cassette elegido en una gasolinera del trayecto o ese CD que, con tanto cariño, te regalaba una amiga. ¡Y cómo olvidar aquellas cintas grabadas a conciencia, tema a tema, en cuanto el locutor dejaba de hablar en la radio! ¿Sabes qué tienen en común? En todos los casos, las cintas de cassette, los CD o los USB estaban destinados a sonar en el coche. Y no es casualidad.

EL PODER DE LA MÚSICA EN EL COCHE

Escuchar música en el coche tiene un plus que no ofrece ningún otro dispositivo (con permiso de los conciertos en directo, por supuesto). Es un lugar donde, como ocurre en los directos, la música no se escucha, se vive. Porque no es lo mismo escuchar una canción en casa o en la oficina que hacerlo en movimiento. El coche es un escenario improvisado donde la música cambia porque todo lo demás cambia a su alrededor: el paisaje, la luz, la ocasión, el destino, la compañía... A veces solo son necesarios un par de acordes para que varíe nuestro *mood*: la forma en la que encaramos el trayecto, la manera en la que llegamos al destino o ese temazo que repites de camino al trabajo. Da igual. Ese preciso instante en el que subes el volumen en un semáforo, porque sí, porque esa es la melodía que necesitabas escuchar en ese instante. Ese trayecto corto que se convierte en un espacio solo para ti. Ese camino compartido en el que no hace falta hablar... solo cantar a voces. Así, el coche deja de ser solo un medio de transporte con

el que desplazarse y se convierte en el espacio intermedio entre tu casa y el trabajo, entre un destino y otro. En él, desconectas, te concentras o simplemente te dejas llevar. Un lugar propio donde la música no acompaña: sucede.

EL UNIVERSO SONORO DE JEAN-MICHEL JARRE AL VOLANTE

Desde hace años, Renault trabaja precisamente en esa relación entre sonido, tecnología y emoción, explorando la música no solo como acompañamiento, sino como parte de la experiencia. De ahí nace su colaboración con el artista Jean-Michel Jarre, pionero de la música electrónica y referente mundial en diseño de sonido. El francés es el responsable de crear la identidad sonora de los vehículos eléctricos e híbridos de la firma: suyo es el sonido exterior a baja velocidad y también la secuencia de bienvenida al entrar en el vehículo. Renault ha impulsado iniciativas, festivales y formatos que entienden la música como algo compartido, accesible y conectado con la vida urbana.

En este contexto, el nuevo Renault Twingo E-Tech, urbano y 100 % eléctrico, nace con la vocación de convertirse en el escenario perfecto donde la música se disfruta y forma parte del viaje. No como protagonista, sino como algo que sucede mientras la vida cambia. Su interior está diseñado para ofrecer una acústica inmejorable y crear una experiencia inmersiva. Este icono de 1992 se reinterpreta en 2026 para conducirse mejor, y sobre todo, para escucharse. Porque, al final, no se trata solo de dónde vas, sino de todo lo que pasa mientras llegas. Y, si es con música, mucho mejor.



MODA, BELLEZA Y PLANES
PARA TRIUNFAR



Este mes, tu accesorio perfecto o tu capricho beauty



LOQI



Lolita Lempicka

REVISTA + REGALO: SÓLO 6,50 € ¡YA EN TU QUIOSCO!

ESPECIAL BELLEZA

¿ENVEJECE
BIEN LA TOXINA
BOTULÍNICA?

ACORDES
OLFATIVOS
QUE SON
LUZ Y REFUGIO

TUS ALIADOS
PARA LA
LONGEVIDAD

EL CUERPO
PERFECTO
ES EL TUYO

¡Operación PELAZO!

RIZADO Y A TODO
VOLUMEN, CON
ONDAS MARCADAS,
ROTO ESTILO
'SURF WAVES'...
REPASAMOS
CON LA ACTRIZ
PORTUGUESA
MARGARIDA
CORCEIRO,
Y DE LA MANO
DE KERASTASE,
LOS 'LOOKS' MÁS
FAVORECEDORES
DEL MOMENTO.

POR BLANCA GONZÁLEZ RUFINO.

FOTOS: RAFA GALLAR. REALIZACIÓN: SYLVIA MONTOLIÚ

Chaleco beis
de Polo Ralph
Lauren y va-
queros de Maje.





EL PODER DE LA MELENA RIZADA

Hay un dicho que afirma que «siempre quieres lo que no tienes», pero si luciésemos este melenón, que creó Jesús de Paula para Margarida Corceiro, estoy convencida de que no desearíamos cambiarle ni un solo pelo. Para trabajar el volumen, antes de la herramienta de calor, se aplicó *Blond Absolu Cicaplasme Hair Serum* de Kérastase, que, además de proteger el cabello, incluye en su fórmula extracto de flores de edelweiss para hidratar y fortalecer. Como toque final, unas gotas de *Huile Glaze Drops*, un aceite ligero que evita el encrespamiento, suaviza y aporta brillo.

ESPÍRITU SALVAJE

El acabado *intentionally messy*, algo así como un peinado despeinado, es *cool*, actual, juvenil y perfecto para llevar tanto de día como de noche, siempre y cuando esté bien trabajado. Para este *look*, Jesús de Paula ideó una melena con volumen, sobredosis de brillo y un flequillo suave y abierto que le aporta el toque diferenciador. Además de la gama *Blond Absolu*—se utilizó el champú *Bain Lumière*, el acondicionador *Cicaflash* y la mascarilla *Masque Cicaextreme* para cabellos sensibilizados—, se aplicaron unas gotas de *L'Huile Originale*, el aceite *best seller* de Kérastase, que potencia la nutrición y el brillo.

Chaleco de Polo
Ralph Lauren.

En la otra página,
traje de baño de
Siroko y chaqueta
de Bimba y Lola.

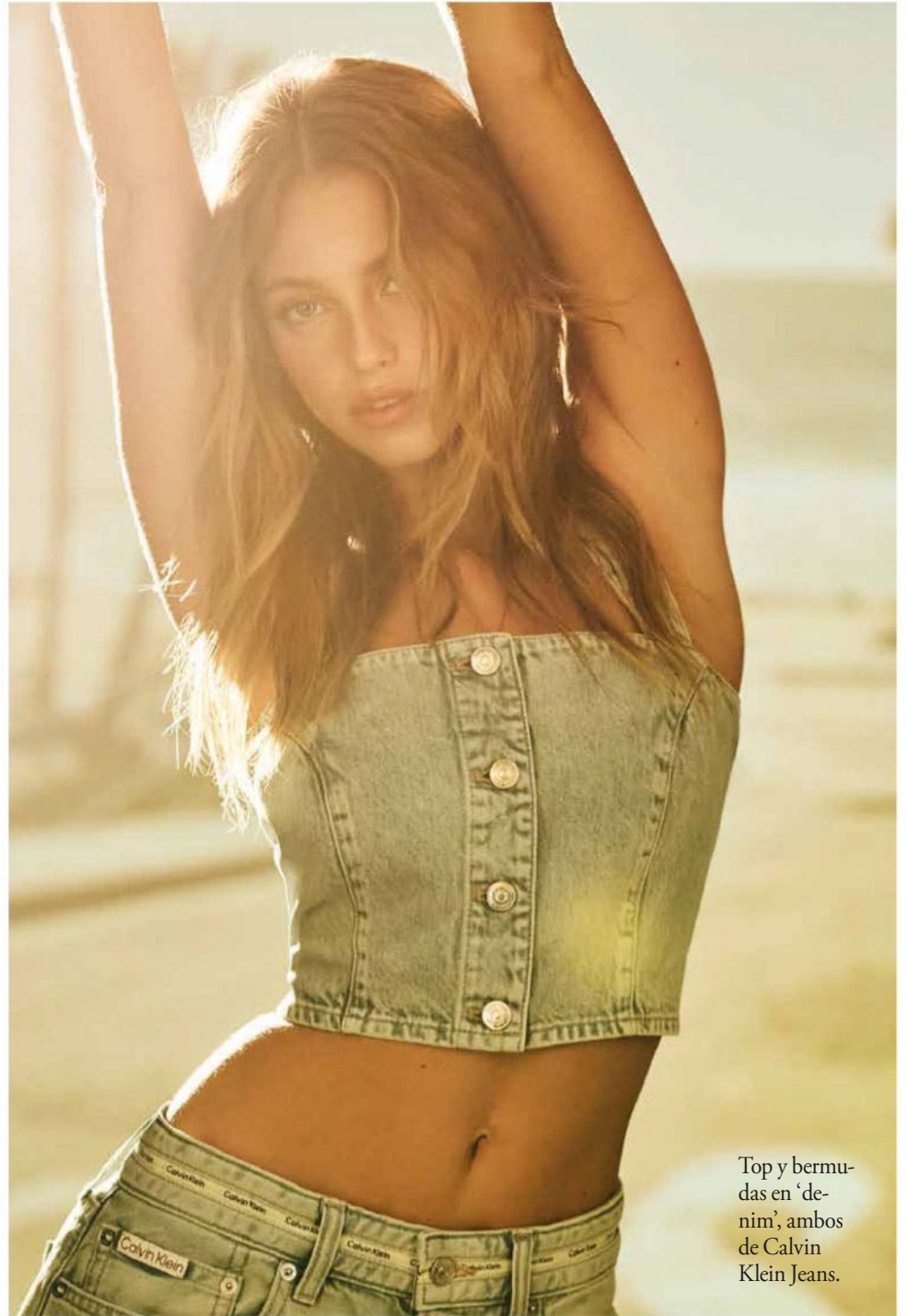


ACABADO BRILLANTE

La nueva narrativa del rubio se escribe en clave *glow*... Para potenciar los reflejos nada mejor que unas maxiondas como las que lleva Margarida: su melena refleja la luz con naturalidad y matices que oscilan entre el vainilla frío y el dorado cremoso. Sin duda, el mejor aliado para que el tono se mantenga intacto incluso tras un verano al sol es la gama *Blond Absolu* de Kérastase.

Blazer de lino de Polo by Ralph Lauren y *jeans* blancos de Guess.

* SI QUIERES VER EL VÍDEO
DE LA PRODUCCIÓN,
ENTRA EN WWW.ELLE.ES

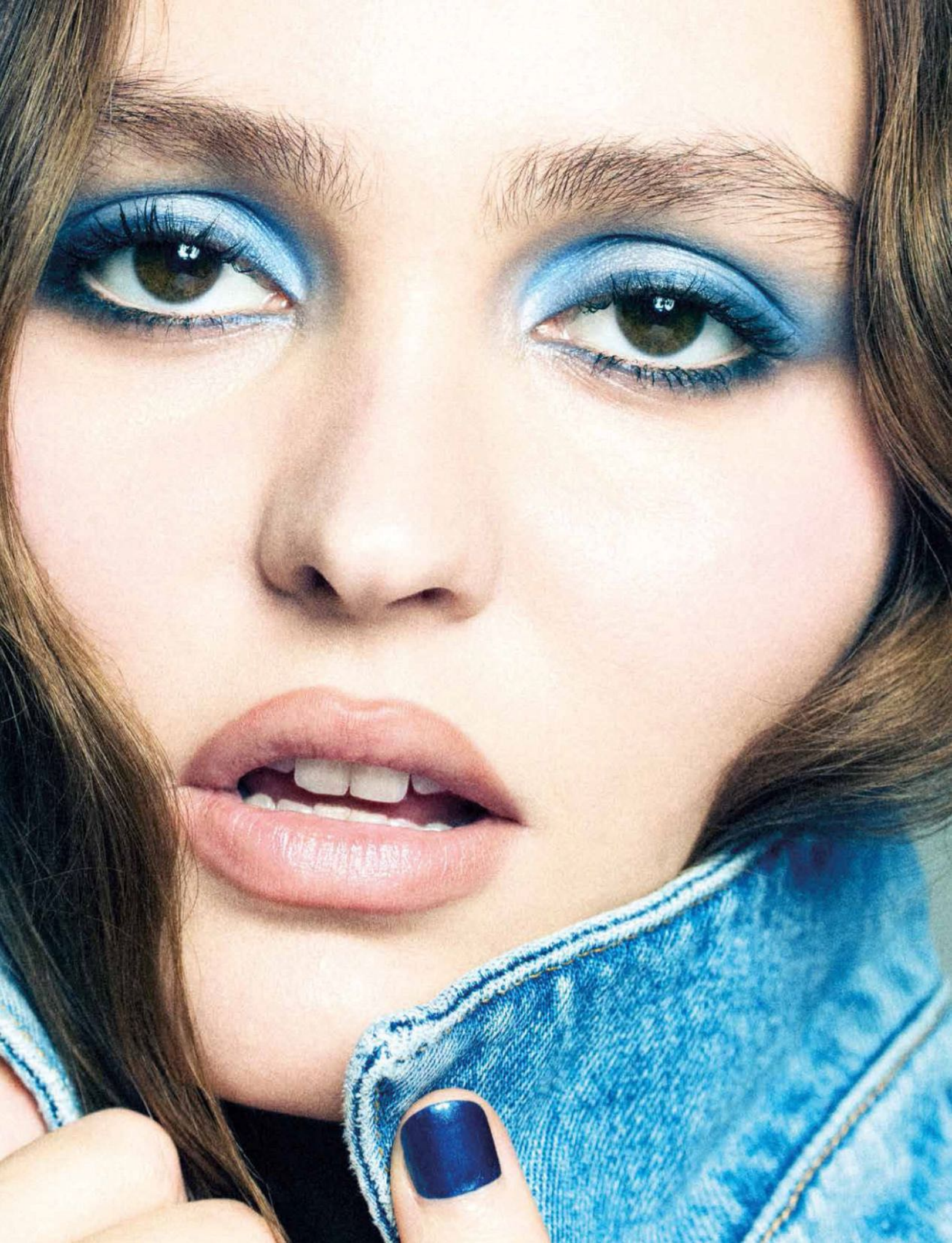


Top y bermudas en 'denim', ambos de Calvin Klein Jeans.

LOS INDISPENSABLES

Todas sabemos que el secreto de un 'look' sobresaliente es disponer de una buena base, y en esta ocasión nos referimos a tener una melena cuidada, hidratada y con una fibra capilar bien estructurada. Cuando se cumplen estas premisas, todo luce más. Hablamos desde la experiencia, porque para tratar la melena de Margarida Corceiro se utilizó la línea completa 'Blond Absolu' de Kérastase: 'Bain Lumière' (32,80 €), un champú que repara el daño superficial en un solo uso, 'Blonde Guard', un escudo protector con ácido hialurónico y vitaminas con una textura ultraligera, y 'Cicaflash' (45,20 €), un acondicionador fortificante intenso con propiedades antioxidantes.

FOTOS: D.R. MAQUILLAJE: ERIKA SÁNCHEZ (COOL), PELUQUERÍA: JESÚS DE PAULA (COOL) PARA KÉRASTASE. TALENT: MARGARIDA CORCEIRO.



EL HECHIZO *de Lily-Rose*



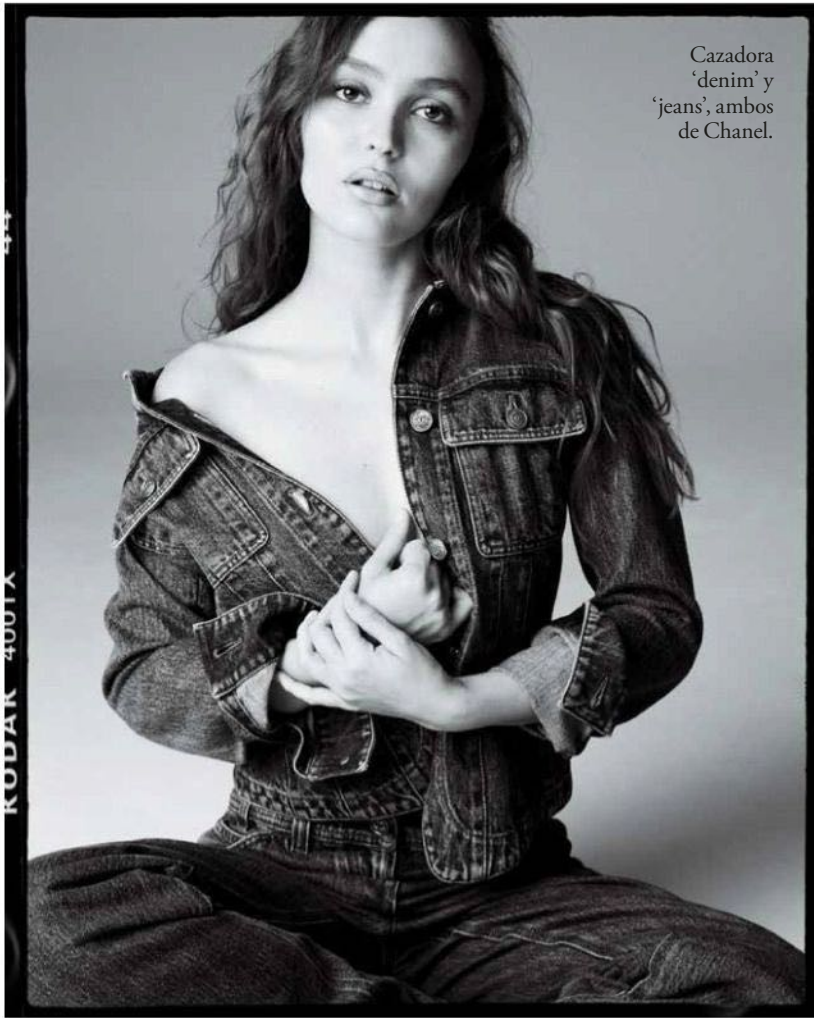
Cazadora vaquera y pendiente 'earcuff Coco Crush', ambos de Chanel.

En la otra página, cazadora vaquera de Chanel.

Lily-Rose lleva las sombras de ojos 'Les 4 Ombres Denim Dream' de la 'Denim Makeup Collection' de Chanel.

La hija de Vanessa Paradis y Johnny Depp ya no es una niña. En diez años, la actriz y embajadora de Chanel ha pasado de ser un diamante en bruto a un VALOR SEGURO. Y promete seguir sorprendiendo...

POR MARION RUGGIERI. REALIZACIÓN: HORTENSE MANGA



Cazadora 'denim' y 'jeans', ambos de Chanel.

«El tiempo pasa rápido» es una frase que nos repiten cuando somos niños. Y es cierta. ¿Cuántos años tiene ya Lily-Rose Depp? ¡26! Cuando la conocimos contaba sólo 16, daba sus primeros pasos en el cine bajo la dirección de Rebecca Zlotowski en *Planetarium* y posaba para Karl Lagerfeld, entonces al frente de Chanel. Ha pasado una década, la *maison* tiene un nuevo director creativo que está hechizando a todo el mundo, Matthieu Blazy, y, sin embargo, ella casi no ha cambiado.

Sigue siendo igual de encantadora, educada, atenta. En la sesión de fotos lo demuestra recordando el nombre de todos, multiplicando los detalles, derrochando *charme* sin perder profesionalidad. Desde hace diez años, Lily-Rose desafía los pronósticos inherentes a su linaje que le otorga ser hija de una de las grandes de la música francesa, la actriz, modelo y cantante Vanessa Paradis, y la estrella hollywoodense Johnny Depp. En los últimos tiempos, la hemos visto protagonizar una serie que

«ELIJO PAPELES QUE ME EXIGEN MUCHO, ES LO QUE ME EMOCIONA. ME GUSTA PREGUNTARME SI PUEDO HACERLO»

dio mucho de qué hablar, *The Idol*, dirigida por Sam Levinson (autor de la serie de culto *Euphoria*), donde está fantástica como una *pop star* ultra-sexualizada que se enamora de un tipo problemático, para bien y para mal. Después, en la espléndida película *Nosferatu*, de Robert Eggers, que revisita el mito convirtiendo al vampiro en esclavo de su heroína, brilla en pantalla. En ambos casos, hay un juego ambiguo de dominación. «Tiendo a elegir papeles que me exigen mucho, es lo que me emociona», analiza la actriz, que ya se ha sumergido de nuevo en el universo gótico de Robert Eggers en *Werewolf* (cuyo estreno está previsto a finales de año), junto a Aaron Taylor-Johnson como hombre lobo. «Me gusta preguntarme si puedo hacerlo. Me encanta tener un poco de miedo, aunque el reto no lo es todo. Y, además, también depende del director: Sam o Robert pueden pedirme cualquier cosa, ¡la confianza está ahí! Rodar *The Idol* fue uno de los mejores momentos de mi vida, una experiencia tan increíble que ninguna crítica, positiva o negativa, puede alterarla».

En algún momento de su discurso, con un tono suave o más marcado, se diría que se oye a su madre a través de ella. Es sin duda algo que Lily-Rose aprecia, que incluso cultiva y *explota* a través de pequeños trazos de *eyeliner*, una melena rubia y salvaje y ese *je ne sais quoi* heredado y moldeado. «Descubrí Chanel rebuscando en el armario de mi madre, ¡creo que intentaba ponerme sus zapatos de tacón cuando todavía

estaba en pañales!» A los 14 años, esa edad en la que estás moldeando tu propio estilo, esta autoproclamada fanática del *make-up*, que pasó su adolescencia viendo tutoriales de belleza y que hoy aporta su frescura a la nueva línea de maquillaje *Denim* de Chanel, descubrió una fotografía de Vanessa Paradis, entonces imagen de la fragancia *Coco*, tomada en los años 90.

«Llevaba lápiz de labios, ¡la gran tendencia de la época! Me dije: “Eso es lo mío”. Quería ser como ella, por su estilo, su *glamour*, pero también y, sobre todo, porque ►

iconproducts.com

QUALITY HAIR

RTI.C.O.N.[®]





'Jeans' de Chanel y sujetador y braguitas de Intimissimi.

Para preparar la piel de Lily-Rose se utilizó la línea 'Hydra Beauty' y posteriormente se aplicó la base de maquillaje 'Les Beiges Touche de Teint', de textura ultraligera, todo de Chanel. La máscara de pestañas 'Noir Allure Mascara' es de la 'Denim Makeup Collection' de Chanel.

es una persona excepcional. A veces me oigo hablar o me sorprendo reaccionando como ella. Me estoy convirtiendo en mi madre y eso me hace bastante feliz». Por supuesto, la herencia no siempre ha sido tan fácil de llevar como una prenda. «Puede que haya sentido una cierta presión al principio. Cuando eres hija de dos grandes artistas, la comparación es inevitable... Este mundo puede resultar intimidante para quien tiene grandes sueños, pero a mí no me intimidaba hasta el punto de no intentarlo. Ahora me es más fácil no tomarme las cosas demasiado a pecho. Con el tiempo se entiende que no se puede gustar a todo el mundo, ¡y no pasa nada! Además no es mi objetivo, hay que seguir tu propio camino...».

Advierte que va a estornudar, «¡Cuidado!». Tras el tradicional «*À tes souhaits*» (el equivalente a nuestro «¡Salud!», que significa «a tus deseos»), pregunta si también se añade «*À tes amours*» («a tus amores»). «Sólo si estornudas una segunda vez» le explican. «Y se puede añadir “que duren para siempre”». Silencio. Lily-Rose tiene un francés materno salpicado de anglicismos paternos, especialmente cuando habla de cine. Usa una forma impersonal para un efecto poético. «El cine llena tu vida, sin eso te sientes estancada, es tan necesario como el oxígeno, un vehículo para crecer». O también: «El cine es un trabajo que puede exigirte ir hasta lo más profundo de ti, a lugares tristes, incómodos, llenos de rabia, pero al final acaba ejerciendo poder sobre esas emociones, explorándolas a través de otras historias.

Y eso sana.» Y por último, cuando se le pregunta por la dificultad de salir de un personaje, responde categórica: «Me gusta ese efecto de montaña rusa que aporta este trabajo». Por ahora, la joven, de prodigiosa fotogenia, que tiene como afición la cocina («en Navidad, fui yo quien hizo el pavo para toda la familia», comenta con una gran sonrisa), continúa su trayectoria con muy buen criterio.

Pronto la veremos en *Alpha Gang*, de los hermanos Zellner, la historia de unos extraterrestres contaminados por una epidemia humana, junto a Cate Blanchett y Léa Seydoux. También va a rodar con Jacob Elordi la adaptación de László Nemes de la novela *Outer Dark*, de Cormac McCarthy, una historia incestuosa entre hermanos. «Es un director al que admiro muchísimo, el guion me entusiasmó. El libro se desarrolla en el sureste de Estados Unidos, la familia de mi padre viene de allí y me conmovió». Lily-Rose aún no ha visto *Cumbres borrascosas*, pero es que no se ha recuperado de *Hamnet*. «Ese filme me destrozó, está tan bien realizado, dirigido, interpretado... Jessie Buckley, el niño... ¡Estaba inconsolable!». ¿Deseo de maternidad? «No he esperado a ver la película para sentirlo, ¡siempre he querido tener hijos! Desde que era una cría. No será algo inmediato, aunque tengo ganas de llegar a ese momento de mi vida». En una relación desde hace tres años con la rapera Danielle Balbuena, alias 070 Shake, cuando se le pregunta si sigue enamorada, es rotunda: «Sí, mucho. ¿Qué decía Victor Hugo? “Naturaleza de rostro sereno...”». ■

21 THERMAL PROTECTOR

Nutrición y defensa térmica avanzada

21 BENEFICIOS. INFINITAS POSIBILIDADES



Vitamina E y B5 • Proteína de seda • Thermal Stability

* TEST INSTRUMENTAL SOBRE EL ACTIVO TERMOPROTECTOR

TU TESORO MEJOR GUARDADO

Salerm
COSMETICS
www.salerm.com
Instagram Facebook TikTok YouTube Pinterest



EL AUTÉNTICO GLOW

Ha revolucionado el sector gracias a sus resultados en tiempo récord: deja una textura ultrasuavosa, aporta un extra de luminosidad y previene los signos de envejecimiento en tu rostro. Es Clear & Brilliant, de Soltra Medical, un láser facial fraccionado no ablativo, cero invasivo. «Los cuatro primeros días puedes sentir la piel ligeramente rugosa, le suelen llamar *piel de lija*. Transcurrido este tiempo aparecen sus beneficios», nos cuenta la Dra. Teresa Madrid, de Grupo Pedro Jaén (grupopedrojaen.com). Se recomiendan tres sesiones, con una diferencia entre una y otra de 30 días, aunque los resultados los ves y sientes después de la primera.

Anillo de diamantes, de **Chaumet**.



Otro punto de
VISTA

PORQUE EL CUERPO PERFECTO ES EL TUYO, Y ESTO ES LO PRIMERO QUE TENEMOS QUE TENER EN MENTE, TODO LO QUE HAGAS CON ÉL DESDE EL AMOR, EL RESPETO Y LA ADMIRACIÓN QUE MERECE SERÁ, SIMPLEMENTE, UN REGALO... NO ALGO QUE NECESITES PARA TRANSFORMARLO. TE PRESENTAMOS ALGUNOS CUIDADOS QUE NOS HAN CONQUISTADO.

POR BLANCA GONZÁLEZ RUFINO. FOTOS: DAVID FERRUA REALIZACIÓN: ÉLISABETH AKESSOUL

Brazalete en oro y con diamantes de **Cartier** y bañador color negro de **Princesse tam.tam**.

En la otra página, pulsera de platino con diamantes y anillo con zafiro de **Chopard** y bañador de **Banana Moon**.



MELENA EXPUESTA

En las jornadas de playa y piscina la piel es nuestra principal ocupación dejando, en demasiadas ocasiones, el pelo en un último plano. Además de protección física con sombrero y *sprays* que velen por la fibra capilar, frente a los rayos solares es conveniente realizar una hidratación intensa antes de las vacaciones y, a ser posible, al volver. El aliado perfecto es un tratamiento que también repare, como *El Clandestino*, de Moncho Moreno (monchomoreno.com) –que puedes hacerte en salón o en casa–, reforzando la estructura interna del cabello, sellando las cutículas y evitando la rotura y la fragilidad.



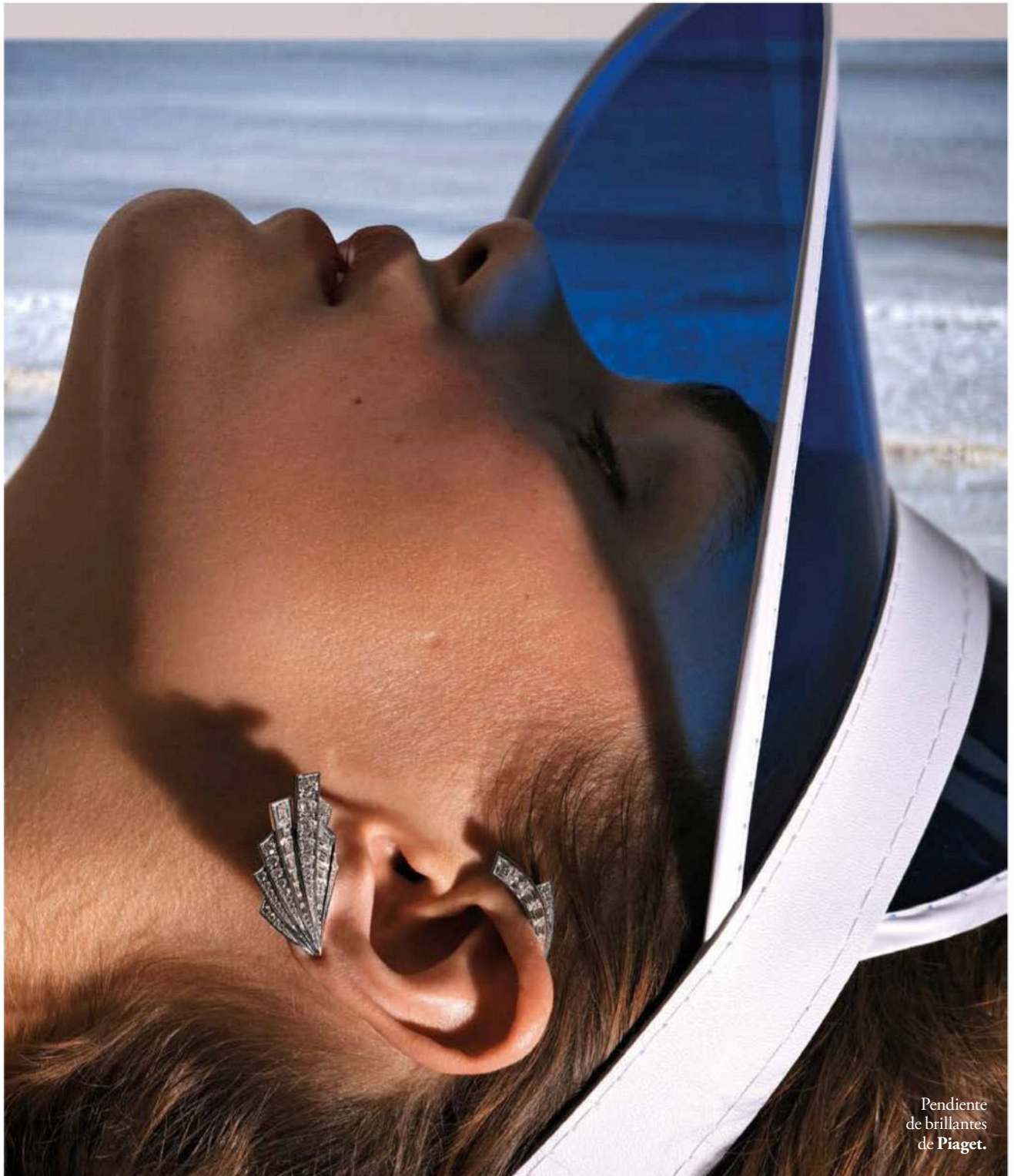
HEALTHYTAN

Sí, es posible, siempre y cuando este venga de un bote. Atrás quedaron, afortunadamente, las teorías del bronceado saludable bajo el sol. Los autobronceadores son los reyes del verano. Mención especial merece *Self Tanning Instant Glow*, de Clarins, que hidrata, ilumina y aporta color de una forma gradual con un efecto natural ultrafavorecedor. Por supuesto, no podemos olvidar que siempre hay que utilizar también spf, porque tener la piel con buen tono no significa que no lo necesite...

LAS CAPAS DE LA PIEL A EXAMEN

Trabajar en los planos fasciales –los más superficiales– y musculares –profundos– mejorando la calidad de los tejidos, su oxigenación y circulación venosa y linfática es lo que hace *Drenovate*, el exclusivo protocolo corporal de 90 minutos que se ha hecho viral. «La salud del tejido es la base del equilibrio corporal, por eso este es un tratamiento único al combinar maniobras de pinzado rodado manual, terapia de percusión profunda y electroterapia», asegura Natalia de la Vega, fundadora de Tacha Beauty & Wellness (tacha.es). Es ideal para cuerpos estresados y recuperación después del entrenamientos.

Reloj de **Tissot**,
anillos con zafiros
de **Repossi**, pulse-
ras de diamantes
de **Graff**, gorra de
Vanessa Bruno y
camiseta blanca de
Majestic Filatures.



Pendiente
de brillantes
de Piaget.

ALTA PROTECCIÓN

El efecto buena cara que da un toque de sol es algo que perseguimos todas, independientemente de donde vayamos, incluso de la época del año que sea. Pero en verano es casi una obligación lucir un rostro bronceado que nos trasporte a ese *modo vacaciones*. Por eso nos declaramos fans de las cremas solares y color. Formatos en *stick* como *Heliocare Pigment Stick Color Spf 50*, de Cantabria Labs, que aseguran una protección de amplio espectro, acción antimanchas, un acabado maquillaje superligero y luminoso y una textura que se funde con la piel, ganan adeptas día tras día.



Pulseras y anillo de oro blanco con diamantes de **Boucheron**, camiseta de **Petit Bateau** y 'shorts' de **Sonia Rykiel**.

EL MÚSCULO COMO GUARDIÁN DEL CALCIO

Hacer deporte y trabajar la fuerza ha pasado de ser un tema de estética a ser sinónimo de salud y longevidad. El músculo se crea con ejercicio constante y disciplinado, pero es posible potenciarlo con tratamientos que mejoran su rendimiento y mejoran la estabilidad muscular para mantener la fortaleza ósea, como *Vigor Thermodexia*. Un protocolo que propone neuroestimulación sincronizada, radiofrecuencia y torsión muscular, para una activación profunda y controlada muy difícil de conseguir de otra forma y fundamental para fijar el calcio al hueso. En Carmen Navarro (carmennavarro.com).

ROSTRO, CUERPO Y MENTE

Es el favorito de las *celebrities* antes de la ceremonia de los Oscar porque son 90 minutos de desconexión total. Hablamos de *3D Collagen (R)evolution*, de Natura Bissé, un protocolo pensado para pieles maduras en plena revolución hormonal, que incluye masaje facial, que combina cosméticos de última generación con maniobras *lifting*, y un masaje remodelante Kobido-Ayurvédico, diseñado para potenciar la firmeza y redefinir los contornos. También tiene en cuenta zonas corporales para eliminar tensiones, lograr un objetivo de 360 grados y poner el contador de cortisol a cero.

Gargantilla de
zafiros de **Stellar
Time** y biquini de
Louis Vuitton.



Brazaletes y anillo en oro amarillo y anillo en oro con rubíes y esmeraldas, todo de **Van Cleef & Arpels**, y bikini de **Eres**.

UN PUSH EXTRA

Pensado para generar más músculo y controlar el exceso de grasa corporal, *Emsculpt: Muscle Sculpt*, que realizan en Maribel Yébenes (maribelyebenes.com), es el tratamiento corporal más solicitado de los últimos tiempos. Combinado con sesiones de ejercicio cardiovascular y de fuerza, tiene buenisimos resultados en tiempo récord. Trabaja con energía electromagnética focalizada de alta intensidad, generando miles de contracciones que ayudan a la creación y fortalecimiento del músculo. Ideal para la zona del abdomen y los glúteos, en los que también se nota el efecto 'push up'.

CUIDADO SOLAR A TU MEDIDA

Protegerse del sol adquiere ahora una nueva dimensión: la de **elegir productos con tratamiento** que miman tu piel y le aportan lo que necesita. Dos en uno.



La modelo Eugenia Silva elige 'Sun Perfect Air SPF 50' de Lancaster, con cuatro productos híbridos que combinan la protección solar con el cuidado de la piel.

No podemos vivir sin él, pero hemos de cuidarnos de sus efectos. El sol, con sus intensos rayos, puede suponer un riesgo importante para la salud y el estado de la piel. Según algunos estudios, el 80 % de los signos del envejecimiento están causados por el sol. Por eso, necesitamos una protección de última generación como la que han desarrollado los laboratorios Lancaster. La línea *Sun Perfect Air SPF 50 Daily Invisible Fluid* ha sido formulada gracias a dos tecnologías punteras: *Full Light Technology** (protege frente a todo el espectro solar) y *Air-O2*** (que utiliza el poder del oxígeno para despertar la vitalidad celular de la piel).

El resultado es una línea de protectores solares de textura ligera que incluye cuatro fórmulas: *Glow Booster*, para pieles apagadas que necesitan luz; *Pore&Imperfections*, para combatir la grasa y el acné; *24H Hydration*, con ácido hialurónico para pieles secas; y *Sensitive*, para eliminar rojeces e irritaciones. Una protección que es posible alargar con *Face Mist*, la bruma perfecta para reaplicar en cualquier momento y lugar.

*Tecnología Full Light con un espectro solar 10 veces más amplio; tecnología dirigida al espectro solar completo. Ningún producto puede proporcionar una protección total contra los rayos solares. La sobreexposición al sol es una grave amenaza para la salud.
**Método patentado de suministro de oxígeno, US10278914B2.



MISIÓN GLAM

Actriz versátil, productora y madre, VANESSA KIRBY ha demostrado que puede hacerlo todo. A punto de aparecer en 'Avengers: Doomsday', esta incansable defensora del empoderamiento femenino en la industria cinematográfica es ahora el nuevo rostro de Lancôme.

POR VIRGINIE DOLATA. FOTOS: DAVID ROEMRY PARA LANCÔME

Con su cabello rubio y una piel impecable, Vanessa Kirby (Londres, 1988) aparece en nuestra pantalla a través de Zoom. Es todo menos invisible, a diferencia de su personaje en *Avengers*, Sue Storm, cuya última entrega, *Doomsday*, se estrenará a finales de año. Con un cierto *je ne sais quoi* que recuerda a Carolyn Besette-Kennedy, es una de las mejores embajadoras del lujo discreto, luciendo una simple camisa a rayas y pequeños pendientes de aro con una elegancia increíble. Desde *The Crown*, donde interpretó a la extravagante princesa Margarita, hasta su conmovedor papel en *Fragmentos de una mujer*, la actriz de 38 años se ha consolidado como una de las voces más distintivas de su generación, ganando premios (BAFTA, Copa Volpi...) mientras apoya sin descanso el cine liderado por mujeres a través de su propia productora.

Comenzó su carrera recitando a Shakespeare y Chéjov, y desde entonces ha navegado entre superproducciones y cine de autor, pasando de la acción al drama, de Ridley Scott a Marvel, actuando junto a Tom Cruise, Pedro Pascal o Joaquin Phoenix. «¡La *crème de la crème!*». Discreta por naturaleza, es una superheroína de la reserva, incluida por supuesto su vida privada. Ahora la bella británica presta su aura a la ilustre casa

parisina Lancôme. La firma siempre ha sido ejemplar en su fidelidad a sus musas: 17 años con Julia Roberts, 24 con Isabella Rossellini... ¿Vanessa Kirby tiene un futuro largo y brillante por delante!

¿Qué te impulsa a aceptar o no un proyecto en el cine?

Que me entusiasme la visión del director. Si se trata de un personaje que no he interpretado nunca antes, me fascina. Me pregunto: «¿Puedo entrar en su psicología? ¿Qué aprenderé?». Cada papel me ha enseñado muchísimo y me ha cambiado. Siempre busco algo que me aporte una enseñanza: sobre lo femenino, sobre mí misma, sobre el mundo. Nunca sabes cómo se desarrollará una producción, pero el viaje siempre resulta transformador de alguna manera.

¿Incluso físicamente?

En *Misión imposible*, mi personaje, White Widow, sabía luchar, era una traficante de armas internacional bastante turbia. Nunca había explorado esa psicología desde esa perspectiva o género. Pasé directamente de terminar la segunda temporada de *The Crown* a esta saga de acción, y fue un giro radical. Tom Cruise realmente te motiva a conocer tu cuerpo y a trabajar muy duro para desarrollar una fuerza que nunca tuve antes de conocerlo. No era buena en deportes en la escuela. ►

«REALMENTE ESTOY DISFRUTANDO DE ENVEJECER. ME ALEGRA NO TENER YA 21 AÑOS»

Fundaste tu productora, Aluna Entertainment, con la ambición de recentrar las narraciones de mujeres. ¿Qué historias femeninas esperas abordar próximamente?

Tenemos cosas muy emocionantes entre manos. Una en particular: un *western* clásico con una mujer como protagonista. Estamos explorando géneros donde las mujeres normalmente no han ocupado el primer plano y preguntándonos: ¿cuál es el relato femenino aquí? No se trata de una mujer viviendo el viaje de un hombre, sino navegándolo ella misma. Tenemos unos 15 o 16 proyectos en desarrollo. Mi hermana y yo estamos disfrutando mucho este trabajo. ¡Es una verdadera hermandad!

Cada vez más guiones se escriben pensando en el doble visionado de pantalla, ya que el público usa redes sociales mientras ve películas. ¿Esto influye en tu forma de pensar? Aún no me dejo llevar por eso. Todo es diferente ahora: antes se hacía para el cine, luego para la televisión, y ahora para los teléfonos. Pero como actriz no puedes ajustar demasiado tu enfoque. Vengo del teatro, que es completamente analógico, e intento aplicar el mismo proceso: ensayo, inmersión y presencia. Es un formato tan vivo... ¡Lo echo muchísimo de menos!

¿Cuál será tu próxima producción?

Sebastian Stan y yo protagonizaremos y produciremos *Ruins*, basada en el libro de Amy Taylor. Es mi amigo desde hace muchos años. Lo adoro. Buscábamos el proyecto adecuado para hacer juntos, y este resulta perfecto. Es genial cuando conoces a alguien desde hace tanto tiempo y puedes llevar con él una historia a la pantalla. **Entre Martha, Josefina de Beauharnais y la princesa Margarita, has explorado distintas formas de feminidad... ¿Qué te han enseñado estos roles?**

Intento conocer su interior y luego lo exterior surge de ahí. Martha era muy introspectiva, al igual que Margarita, que era muy frágil y sufría mucho, pero formaba parte de un sistema público enorme. Josefina también vivía en una época donde no podía expresar quién era de verdad. Rompió barreras y llevó su origen tropical a la sociedad parisina. ¡Fue una superviviente!

¿Cómo regresas a tu propio ser después de meterte en la piel de personajes tan complejos?

Tratando de simplificar todo, volviendo a mis hábitos:

llegar a casa, cuidar mi piel con una buena rutina de hidratación... Uso el sérum *Génifique Ultimate* de Lancôme por la noche y me veo mucho mejor por la mañana. No necesito ni ponerme maquillaje, mi piel se ve radiante. ¡Ah, y bebo mucha agua!

¿Sigues alguna dieta?

Intento comer lo mejor posible: alimentos naturales durante el día y agua con limón por la mañana. Y la verdad es que noto mucho la diferencia.

¿Te aplicas el lema de «menos es más»?

Definitivamente. Aunque mis personajes a veces no. Me encanta lo que aprendí interpretando a la princesa Margarita: amaba la moda. En *Los Cuatro Fantásticos*, ambientada en los años 60, nos inspiramos en Vanessa Redgrave y Brigitte Bardot. Pero en mi vida diaria lo cierto es que uso siempre lo mismo.

¿Qué tipo de prendas te hacen sentir segura?

Cualquier cosa de Sarah Burton. Diseña perfectamente para la mujer. Adoro sus desfiles. Soy su mayor fan.

¿Qué se siente al ser embajadora de Lancôme junto a Julia Roberts e Isabella Rossellini?

Es un gran honor, ellas son icónicas. Además, mi madre usaba Lancôme cuando yo era pequeña; para mí es una marca realmente especial.

¿En qué consiste habitualmente tu ritual de maquillaje?

Es muy simple: base ligera y máscara de pestañas. Eso es todo. Quizás añadido lápiz labial si salgo.

¿El lipstick es algo que asocias siempre a diversión?

Sí. Aprendí mucho de la princesa Margarita: cambiaba su color de labios según su estado de ánimo.

¿Qué te produce alegría genuina?

Pasar tiempo con mis amigos y mi hermana. Volver a casa y poder cenar todos juntos.

¿Tu placer culpable...?

¡Las galletas!

¿Cuál es el mejor consejo de belleza que te han dado?

Cuida tu interior y tu exterior lo reflejará.

¿Qué ves cuando te miras al espejo?

Disfruto envejecer. Lo considero un privilegio.

¿Y la maternidad?

Sin duda, con ella cambia todo. Te preocupas menos por temas sin importancia, y eso es una bendición. ■

«ESTAMOS EXPLORANDO GÉNEROS DONDE LAS MUJERES NORMALMENTE NO HAN SIDO REPRESENTADAS»



Más allá de un ACORDE

Una declaración de intenciones, un alegato a la FEMINIDAD, un 'bouquet' de notas que te envuelven como un abrazo y te empoderan... Así es 'Eternal Aura', lo nuevo de Elizabeth Arden.



'Eternal Aura' (100,70 €/100 ml), de Elizabeth Arden.

Cada año se venden más de 1.200 millones de perfumes en todo el mundo, normal teniendo en cuenta que el sector *beauty* nos sorprende con cientos de grandes lanzamientos de forma constante. Pero la elección de una fragancia es una cuestión de piel. Un momento de intimidad y encuentro con uno mismo. Conseguir tocar el corazón del público es algo que sólo algunos aromas consiguen y estos suelen tener un común denominador: te hacen sentir especial. La última creación olfativa de Elizabeth Arden, *Eternal Aura*, es

pura sensualidad y calidez, como el abrazo de alguien muy querido. Una composición olfativa que juega con los contrastes, moviéndose con maestría de las notas vibrantes tan características de la pimienta rosa a otras más dulces y suaves como son los acordes de la pera, o el efecto chispeante de la magnolia antes de florecer y la peonía. ¿El resultado? Un jugo ultrafemenino, que embriaga y envuelve, te empodera y te eleva para celebrar la inmensa belleza de ser tú misma. Un perfume luminoso que desearás llevar sobre tu piel día y noche.

HELENA ARCHILLA

«CADA PIEL ES UN MUNDO»

Los tratamientos estéticos son un gran aliado para mejorar la piel, pero hay que dar con el adecuado. Para resolver dudas, **consultamos a una especialista que presenta babyGlow™**, la nueva propuesta de Teoxane.

Helena Archilla, cirujana general y digestiva, médica estética y faculty de Teoxane, explica cómo la combinación de tratamientos estéticos como babyGLOW™ puede potenciar la luminosidad, la textura y la salud de la piel con resultados duraderos.

¿Por qué es importante cuidar la calidad de la piel antes de un tratamiento estético?

Para mí, el cuidado de la piel no es un paso previo al tratamiento estético, sino una parte imprescindible del propio tratamiento.

¿Cómo impacta la calidad de la piel en la luminosidad y elasticidad del rostro?

Una piel sana es una piel más bonita, más jugosa, más hidratada y más elástica. En resumen, una piel más joven.

Para quienes no lo conocen, ¿qué es babyGLOW™ y sus beneficios?

Es una técnica innovadora con el skin booster de Teoxane basada en la combinación de ácido hialurónico no reticulado –uno de los mayores estimuladores fisiológicos de colágeno– y un complejo dermorrestructurante con vitaminas, antioxidantes y aminoácidos. Además, proporciona un efecto glow inmediato tras el tratamiento y minimiza riesgos gracias a una técnica depurada basada en la anatomía facial.

¿Qué pacientes suelen notar mejores resultados con babyGLOW™?

Es un tratamiento apto para todo tipo de pacientes; a partir de los 25 años la piel comienza a perder colágeno y ácido



“EL CUIDADO DE LA PIEL ANTES DE CUALQUIER TRATAMIENTO ESTÉTICO ES IMPRESCINDIBLE”

Helena Archilla

Cirujana general y digestiva, médica estética y Faculty de Teoxane.

hialurónico. El protocolo y el número de sesiones se adaptan a cada caso.

¿Qué resultados ofrece?

Mejora visiblemente la calidad de la piel, aportando hidratación profunda, mayor luminosidad y una textura más uniforme.

¿Qué preparación previa y cuidados posteriores recomiendas?

Una piel limpia es esencial antes de cualquier procedimiento médico-estético. Me gusta combinar babyGLOW™ con cuidados que potencien la hidra-

tación y la recuperación de la piel, junto con un buen masaje con crema postratamiento y una mascarilla hidratante.

¿Qué rutina de skincare recomiendas?

Aunque cada piel es diferente, recomiendo vitamina C por el día y retinol por la noche. Siempre es fundamental individualizar tanto los tratamientos como la cosmética, por lo que es importante dejarse asesorar por un médico estético.

En tu experiencia, ¿cómo influye la percepción de una piel saludable en nuestra confianza y bienestar?

Es clave y es lo que busca la mayoría de los pacientes en medicina estética: mejorar su piel sin perder naturalidad ni caer en resultados que parezcan artificiales.

¿La combinación de cuidados estéticos y cuidado diario es fundamental para el resultado final?

Los tratamientos médicos son esenciales para mejorar la piel, pero el cuidado diario es lo que mantiene y prolonga los resultados a largo plazo. La cosmética no hace milagros, pero sí es imprescindible cuando es de calidad. Por eso trabajamos con firmas como Teoxane y su línea *Aesthetic Skincare*; el sérum RHA es el complemento ideal para tratamientos como babyGLOW™, ya que hidrata en profundidad y aporta un aspecto luminoso y saludable a nuestra piel.



¿Y después QUÉ?

La aplicación de la TOXINA BOTULÍNICA aporta beneficios evidentes en el corto plazo, pero, tras un uso constante, ¿qué sucede con el paso de los años? Los expertos en la materia responden.

POR ISABEL SALINAS

Según la Sociedad Española de Medicina Estética (seme.org), los rellenos con ácido hialurónico y la toxina botulínica figuraban entre los cinco tratamientos más demandados en nuestro país en 2023. Ahora, mientras muchos anhelan disolver sus infiltraciones, el comúnmente llamado bótox «ha ganado incluso más protagonismo dentro del enfoque actual de la medicina estética, que tiende a procedimientos más preventivos, sutiles y personalizados», afirma la Dra. Mar Mira, pionera en intervenciones estéticas sin huella y directora de la clínica homónima (dramarmira.com). Con un origen médico, «la toxina botulínica es una proteína purificada que, explicado de forma sencilla, lo que hace es disminuir la contracción de determinados músculos, por lo que se utiliza para suavizar las arrugas de expresión que aparecen al gesticular (entrecejo, frente o patas de gallo)», expone el Dr. Carlos Morales Raya, dermatólogo especializado en estética, acné y láser, y director de la clínica que lleva su nombre (docmoralesraya.com). Desde que la agencia federal estadounidense encargada de la salud pública (fda.gov) lo aprobara en 2002 para el tratamiento estético de las líneas del entrecejo, su utilización se ha ampliado a otras zonas del rostro y del cuello, convirtiéndose en una de las técnicas más estudiadas y realizadas del mundo. Tras más de dos décadas como aliado, analizamos cuáles son las consecuencias de una aplicación constante del famoso neuromodulador.

SUAVIZA LA ACTIVIDAD, NO CONGELA EL ROSTRO

En primer lugar, cabe señalar que un uso adecuado no sólo provoca que las arrugas dinámicas se suavicen, también ayuda a que, con el tiempo y en cierto sentido, puedan prevenirse. «Cuando llevas años realizándote el tratamiento de forma periódica, es frecuente que desarrolles una mayor conciencia al sonreír, fruncir el ceño o elevar las cejas», afirma la Dra. Mira. Lo describe como una reeducación del movimiento facial, donde los músculos funcionan con menor intensidad, pero los gestos naturales se mantienen en una expresión más relajada que hasta influye en lo que transmites.

Pero existen estudios que sostienen que la aplicación de manera regular de esta toxina puede generar cierto grado de atrofia del tejido muscular en la zona tratada, ya que cuando se contrae con menos intensidad durante mucho tiempo, puede reducir su volumen y fuerza. Sin embargo, el Dr. Morales Raya sostiene que «en el rostro, suele tener muy poca relevancia, porque los

músculos afectados cuentan con una gran capacidad de movimiento y de recuperación».

Por otra parte, la idea de que el uso del neuromodulador incide de forma negativa a la textura y aspecto de la tez parece un mito. «Suele deberse más al envejecimiento natural, al daño solar acumulado, a factores hormonales o a hábitos perjudiciales, que al propio tratamiento», apunta el doctor. De hecho, reconoce que ahora también se aplica con técnicas más superficiales con las que se busca actuar sobre la piel (afinar el poro, disminuir la producción de sebo, iluminar...). Gracias a que puede modular ciertos componentes inflamatorios, en algunos pacientes complementa el manejo del melasma o la rosácea.

Algo que debemos tener presente es que ninguna musculatura facial es perfectamente simétrica y, si al inyectar la proteína no se tiene en cuenta, esto puede hacerse más evidente. La Dra. Mira recuerda que un objetivo del protocolo es buscar el equilibrio, por lo que un profesional cualificado, con una valoración individualizada y una técnica que se adapte en el tiempo, ayuda a compensar la gestualidad y armonizar el rostro con resultados naturales.

La acción del neuromodulador suele durar entre tres y seis meses, según la zona y las particularidades del paciente. El Dr. Morales Raya explica que al desaparecer, el músculo vuelve a contraerse y las líneas dinámicas surgen de manera progresiva, pero no suelen presentarse peor por haber usado toxina botulínica. Aunque no podemos hablar, como tal, de beneficios acumulados por un uso continuo, gracias a la reeducación gestual y a que los músculos se debilitan ligeramente, sí es posible que los resultados se alarguen o que se requieran dosis más ajustadas. Pero no existe una regla fija.

CONCLUSIONES

La toxina botulínica es una de las propuestas rejuvenecedoras más populares por su eficacia y seguridad. La Dra. Mira admite que lo esencial es acudir a una clínica acreditada, con profesionales cualificados que realicen una valoración previa de la anatomía facial, la fuerza muscular y el tipo de piel, sin obviar las expectativas, que deben ser realistas. Por último, insiste en que la medicina estética debe entenderse como parte de un cuidado integral del envejecimiento del rostro, donde la fotoprotección diaria, los hábitos saludables y la combinación de tratamientos resultan factores decisivos para el mantenimiento de la piel a largo plazo.



ON THE GO

Auténtica, LUMINOSA Y SENCILLA, así es la belleza de Sara Foster, la actriz, modelo y productora estadounidense que acaba de ser nombrada embajadora global de Bobbi Brown: «Lo importante es realzar lo que ya eres, desde la piel hasta la actitud».

POR BLANCA GONZÁLEZ RUFINO

«Recuerdo ir a Neiman Marcus cuando salió la base en *stick* de Bobbi Brown... Dios mío, ¡era muy joven! Fue mi punto de inflexión para convertirme en mujer y empezar a pensar en el maquillaje y la piel», rememora riendo Sara Foster (Los Ángeles, 1981), la actriz, modelo y productora que acaba de ser nombrada embajadora global de la firma de belleza Bobbi Brown. Un rostro perfecto que encarna como nadie los valores de la marca: belleza natural, sin artificios, acabados impolutos y *glow*.

Sara comenzó pronto en el universo del *make-up* y su enfoque ha sido claro desde siempre: el único punto de partida posible es una piel cuidada y el fin, un *look* que mejore, no que transforme. «La mujer Bobbi Brown hace de todo en su día a día y quiere sentirse auténtica en el camino. No se trata de cambiar quién eres, sino de mejorar lo que ya tienes», asegura la estadounidense.

«Si tu piel no está lista de verdad, ningún producto va a funcionar como deseas. Yo arranco con una superhidratación, porque un rostro bien hidratado es lo equivalente a un lienzo en blanco para un pintor». Esta filosofía de Foster es lo que se refleja también en su último producto favorito: el *Skin Enhancer Multi-Stick*, de Bobbi Brown, un híbrido de maquillaje y tratamiento que ilumina también mejillas y labios con un acabado natural y saludable. «Es fácil de usar e infalible. Puedes jugar con los tonos según tu estado de ánimo o la ocasión», afirma.

Para la actriz, la belleza no consiste en seguir reglas estrictas, sino en sentirse bien consigo misma en cualquier momento del día. Con los años, ha aprendido que menos puede ser más: prefiere una piel luminosa y saludable, con un maquillaje que respete sus rasgos. «Si haces un ojo muy marcado, deja el resto limpio. Cada rostro tiene su equilibrio, y aprenderlo fue parte del proceso». ¿Su regla de oro? Nunca salir de casa sin un *lip liner nude* que acentúe sus labios sin exagerar. «Elijo un tono un poco más oscuro que el mío; así se ven más grandes, pero naturales. Lo puedo mezclar y usar en cualquier momento del día... De hecho se han viralizado varios vídeos míos maquillándome en el coche. Cualquier momento es bueno, y con productos tan versátiles todo es más sencillo», comenta.



«UNA PIEL BIEN HIDRATADA Y TRABAJADA ES LO EQUIVALENTE A UN BUEN LIENZO EN BLANCO PARA UN PINTOR: LA CLAVE DEL ÉXITO»

Sara también es muy consciente de cómo la luz y el entorno influyen en la percepción de la piel y el maquillaje. «En una alfombra roja, con luces artificiales, necesitas más polvo; en la vida real, menos. Cada ocasión requiere un enfoque distinto, y eso es parte del aprendizaje». Esta sensibilidad refleja su larga experiencia frente a la cámara: años de prueba y error la han llevado a conocer qué funciona para su rostro y cómo equilibrar maquillaje, luz y estilo personal.

La relación de Foster con la belleza también está marcada por la evolución de su estilo a lo largo del tiempo. Confiesa que en sus primeros años fue más experimental, a veces exagerando ▶



blush o probando *looks* arriesgados. Con el tiempo, ha aprendido a ser más intencional: «Ahora sé qué funciona para mi cara. Menos es más, y lo que hago, lo hago para sentirme yo misma, no para imitar a nadie». Más allá del maquillaje, su filosofía de belleza se extiende a su rutina de bienestar y *lifestyle*. Adaptarse al caos diario es su manera de mantenerse equilibrada: rutinas improvisadas de ejercicio mientras sus hijos ven televisión, desayunos rápidos de café negro con tostada de aguacate, almuerzos que celebran la comida local y cenas familiares casi todas las



‘Weightless Skin Foundation’ (60 €), base de maquillaje ligera que mantiene la piel hidratada durante todo el día.

noches. Pequeños rituales marcan la diferencia: meditar 30 segundos por la mañana, beber un vaso de agua con limón y sal antes del café o simplemente priorizar la hidratación y el sueño siempre que es posible. «Eso realmente pone el tono para un mejor día», asegura.

En un mundo saturado de filtros y tendencias, Sara defiende la confianza en la autenticidad. «La belleza viene de la vida, de la experiencia y de lo que tienes para ofrecer. Esta relación con Bobbi Brown celebra justamente eso: a mujeres que han vivido, aprendido, y que quieren sentirse bien en su propia piel», dice. Para ella, la verdadera sofisticación no está en seguir todas las modas, sino en sentirse cómoda y segura en su propio estilo —el suyo lo define como cómodo, chic y clásico—. Estar guapa no requiere un esfuerzo constante ni un maquillaje perfecto, sino conocerse, cuidarse y disfrutar de los pequeños gestos que te hacen sentir tú misma. Ese es el sueño de todas, y Bobbi Brown es, para ella, la marca que mejor lo hace realidad. ■

«YO CREO QUE LA BELLEZA VIENE DE LA AUTENTICIDAD, DE LA VIDA, DE LA EXPERIENCIA Y DE LO QUE TIENES PARA OFRECER. ES IMPORTANTE SENTIRTE BIEN EN TU PROPIA PIEL»



PARA TODO Y PARA TODAS

El 'Skin Enhancer Multi-Stick' (35 €) es desde ya nuestro último objeto de deseo. Disponible en 10 tonos, desde el 'blush' rosa intenso o empolvado a los iluminadores sutiles, pasando por 'bronzers' superfavorecedores, todos son multiusos—ideales para pómulos, ojos y labios—, con texturas que se funden con la piel, una fantástica pigmentación y mucha hidratación gracias a las esferas de ácido hialurónico. Te enamorarán si lo que quieres es una piel maravillosa con el 'glow' que buscabas.



Tu REFUGIO

Después de casi una década de clientes llevándose las ‘amenities’ de las habitaciones de los hoteles Bvlgari (algo de lo que en la casa están orgullosos), han hecho el camino de vuelta y presentan ‘Eau Parfumée Thé Impérial’: para que te sientas como en una de sus ‘suites’, pero EN TU CASA...

POR AMAYA ASCUNCE

Las habitaciones de hotel son un refugio. Son tu casa cuando no tienes tu casa cerca. Esto nos sucede en los viajes de placer después de recorrer, pongamos de ejemplo, Roma, ciudad en la que se inspira el nuevo perfume de Bvlgari. Llegas agotada después de absorber toda la belleza de la capital italiana. Después de haber sido sorprendida por fuentes, adoquines, helados, *risottos*; por ruinas, no tan ruinas, más fuentes, campanas, *cappuccinos*; por romanos y romanas muy expresivos, atascos y todo tipo de platos de pasta, por supuesto, con parmesano. Si la escapada es de trabajo, aún conoces más esa sensación de aterrizar en ese hogar improvisado en el que puedes ser tú misma, dejar salir tu yo en zapatillas y albornoz prestados.

Esa emoción es la que el perfumista Jacques Cavallier (uno de los más reconocidos) ha querido transmitir al último lanzamiento de la marca italiana. «Llevaba mucho tiempo buscando este perfume. Soy un viajero constante. En los años 90 iba a Nueva York varias veces por semana y, cada vez que entraba en mi habitación de hotel, buscaba algo familiar. Viajar genera mucho estrés. Quería algo que me hiciera sentir cómodo, como en una burbuja, en mi propio entorno». Esa es la idea detrás de *Eau Parfumée Thé Impérial*, la nueva incorporación olfativa a la icónica colección de la casa de alta joyería que traslada, por primera vez fuera de sus alojamientos, el aroma creado en 2017 por Cavallier para las estancias de Bvlgari Hotels & Resorts y sus *amenities*, esos mismos que todos los clientes se llevan *ocultos* en sus maletas en el *check-out*.

La nueva fragancia mezcla té negro (extraído con una técnica que preserva toda su pureza) con limón, mandarina y

bergamota y mucho almizcle, un ingrediente que imita el olor de la piel y que ha obsesionado a su perfumista durante años. El diseño del frasco está inspirado en las columnas romanas. «Lo que me encanta de Roma es su curiosidad por descubrir cosas y convertirlas en algo excepcional. Un limón es un limón, pero los romanos lo han elevado: en la cocina, en bebidas, en cosmética y en perfumes. En realidad, esta ciudad es un símbolo de sofisticación: hacer cosas simples de manera elegante». El cuello del frasco, el *décolleté*, simula el cuello de una mujer donde lucir una joya.

De la mezcla resulta un curioso equilibrio entre Oriente y Occidente poco común entre las miles de novedades que llenan las perfumerías, que tiran a las notas dulces y opulentas. Hace unos años que el mundo de la perfumería vive un *boom*. Millones de vídeos en TikTok de jóvenes menores de 20 años con armarios llenos de botes explican esa avidez por los aromas de una generación, que, según Jacques Cavallier, no entiende de medias tintas. «Lo que queda en medio no funciona. Es como la cocina: no vas a McDonald's esperando alta creatividad. Sabes lo que es, te gusta y pagas un precio justo. Pero si desembolsas 20, 30 o 40 euros por una hamburguesa, esperas algo diferente, quizá ingredientes especiales. En perfumería pasa lo mismo: hay perfumes accesibles y otros más caros que transmiten otra idea de seducción».

Esa es su idea de refugio: una segunda piel, nada agresivo, con carácter, pero muy confortable. «La personalidad no significa necesariamente algo explosivo o llamativo; puede ser fresca. Es algo que no olvidas...». Algo parecido a llegar a tu habitación de hotel después de patear Roma, darte una ducha e impregnarte de ese aroma único.



Los perfumes 'Eau Parfumée Thé Blanc' (120 €/75 ml), 'Eau Parfumée Thé Vert' (120 €/75 ml) y la nueva incorporación a la colección: 'Eau Parfumée Thé Impérial' (120 €/75 ml), todos de Bvlgari. Abajo, el perfumista Jacques Cavallier.





A PEDIR DE BOCA

Los 'looks' en los que los labios son protagonistas se viralizan en segundos, y esto lo sabe bien MAC Cosmetics, que ha creado, junto a la 'influencer' Fabiana Sevillano, un LIP COMBO irresistible.

POR BLANCA GONZÁLEZ RUFINO. FOTOS: RAFA GALLAR. REALIZACIÓN: DIEGO SERNA



ALTA DEFINICIÓN

El secreto de este 'look' está en el equilibrio entre una piel impecable trabajada con la base 'Studio Radiance Face & Body Radiant Sheer Foundation' y el iluminador 'Strobe Beam Liquid Brozelighter' en el tono 'Warmlite', el ojo marcado con el 'eyeliner Brushstroke 24-Hour Liner' y el 'lip combo' con Lip Pencil' en el tono 'Whirl' junto el labial 'Lustreglass Sheer-Shine Lipstick Thanks It's MAC', porque, como dice Sevillano, «siempre que me maquillo, los labios son lo primero». En la otra página, se logró ese acabado disruptor con 'Powder Kiss Lipstick 304 Sultriness' y 'Lip Pencil Cyber World'. Todo de MAC Cosmetics.

'Ear cuff' de plata bañado en oro de Suot Studio. En la otra pág., gafas de sol de Valentino Garavani.

EN CLAVE FRESH

El pelo recogido con un 'clean look' es el aliado perfecto del maquillaje que creó David Peláez. Neutralizó imperfecciones con la paleta 'Light Studio Fix Conceal and Correct Palette', subió la intensidad en las pestañas gracias a la 'Black Stack Superstack Mega Brush Mascara', un ligero rubor con 'Extra Dimension Blush Rosy Cheeks' y, en la boca, el perfilador 'Lip Pencil Whirl' y el labial 'Lustreglass Sheer-Shine Lipstick Thanks It's MAC'. Todo de MAC Cosmetics.

Gabardina con cuello desmontable de Stella McCartney.





EXTRA DE BRILLO

La piel, la mirada y los labios de este 'make-up', creado por el maquillador David Peláez, irradian luminosidad. Para lograrlo, utilizó las sombras de ojos 'Metallic Single Eye Shadow Pro of Pan' en el tono 'Kiss of Klimt' de larga duración con acabado metálico, la base de maquillaje 'Studio Radiance Serum Powdered Foundation', el corrector 'Studio Fix 36HR Smooth Angles Concealer' y, en los labios, además del perfilador 'Lip Pencil Whirl' muy difuminado, el brillo indiscutible de 'Lipglass Air' en el tono 'Zephyr'. Todo de MAC Cosmetics.



MÁS ES MÁS

«Esa es mi máxima con el maquillaje. Quizá es porque lo he visto siempre en casa, pero para mí es muy importante ir bien arreglada allá donde vaya, y eso, obviamente, se traduce en un maquillaje impoluto y sofisticado donde el foco esté siempre son los labios y las cejas», nos cuenta Fabiana Sevillano. En este 'look' con su 'lip combo' -'Lip Pencil Whirl' y el labial 'Lustreglass Sheer-Shine Lipstick Thanks It's MAC'-, se potencia ambos con un golpe de brillo con el 'Lipglass Air' y unas cejas bien definidas con el fijador flexible y transparente 'MAC Pro Locked Brow Gel'. Todos los productos son de MAC Cosmetics.

Blusa estampada de lunares con flecos de N21 by Alessandro Dell'Acqua.

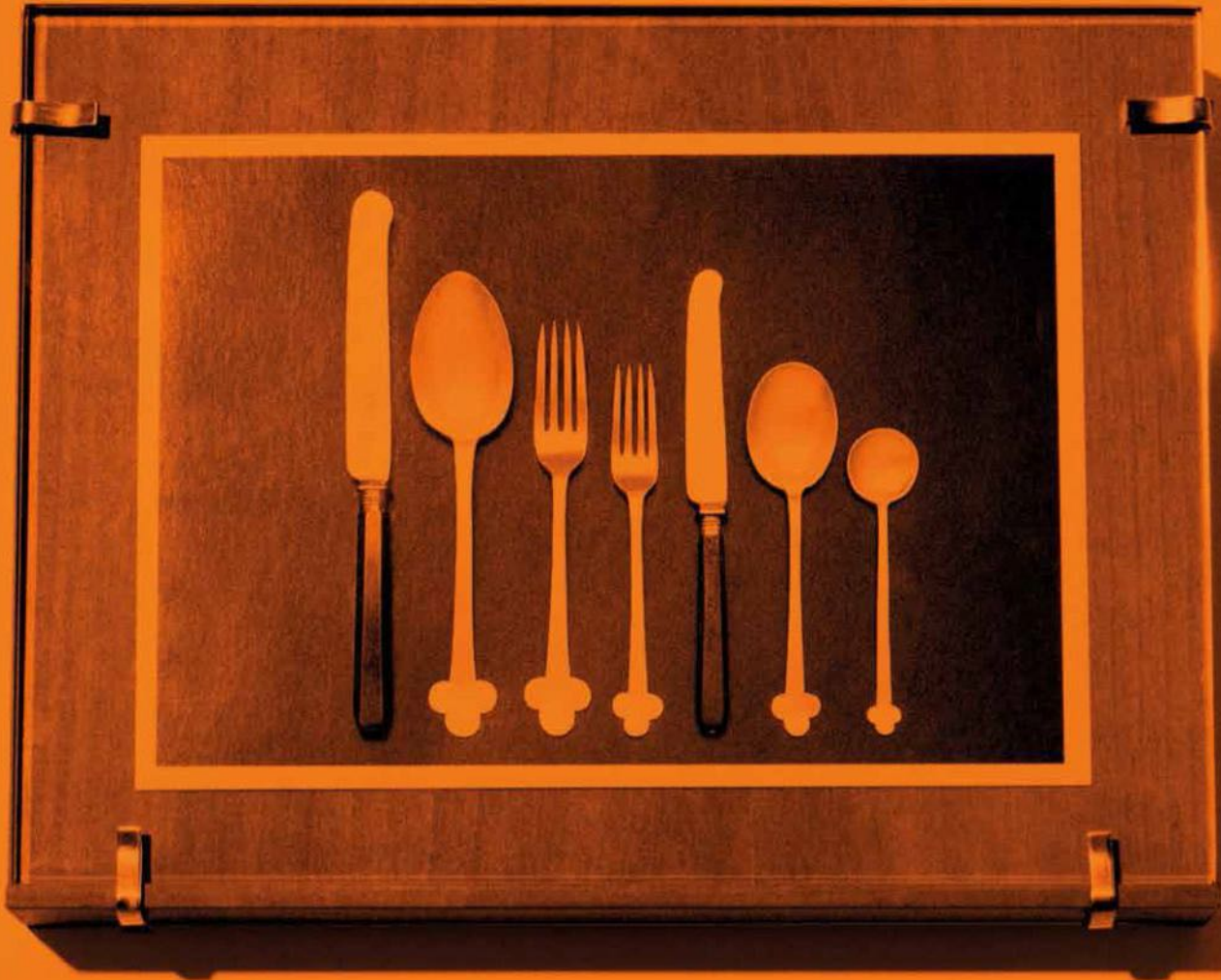
*SI QUIERES VER EL VÍDEO
DE LA PRODUCCIÓN,
ENTRA EN WWW.ELLE.ES



LOS PROTAGONISTAS

1. LABIAL 'Lustreglass Sheer-Shine Lipstick' en el tono 'Thanks It's MAC' (27 €). 2. ILUMINADOR 'Strobe Beam Liquid Brozelighter' (29 €), aporta un toque de luz con color bronceado. 3. CORRECTOR 'Studio Fix 36HR Smooth Angles Concealer' (29 €). 4. BASE 'Studio Radiance Serum Powered Foundation' (52 €). 5. CORRECTORES 'Studio Fix 24-Hour Corrector Concealer' (18 €/u.). 6. BRILLO DE LABIOS 'Squirt Plum-ping Gloss Stick' en el tono 'Clear' (27 €). 7. PERFILADOR 'Lip Pencil' en el tono 'Whirl' (27 €). 8. MÁSCARA DE PESTAÑAS 'Black Stack SuperStack Mega Brush' (37 €). 9. LIP COMBO 'MAC + Fabiana Sevillano Lip Combo' (39 €), en edición limitada. Todo de MAC Cosmetics.

FOTOS: D.R. PELUQUERÍA Y MAQUILLAJE: DAVID PELÁEZ (COOL PRODUCCIONES) PARA MAC COSMETICS. TALENT: FABIANA SEVILLANO.



Aliados para la LONGEVIDAD

Un 87% de españoles ha tomado algún suplemento en el último año para mejorar su salud y envejecer mejor. La metformina y la rapamicina son dos de los fármacos PROAGING más prometedores, pero hay otras alternativas naturales. Te lo contamos.

POR AMOR SÁEZ

El consumo de suplementos en España no deja de crecer, con más de 17 lanzamientos nuevos al año de media por empresa. De hecho, se calcula que alrededor de un 87% de españoles ha consumido algún complemento alimenticio en el último año, según el estudio *Usos y prácticas de los complementos alimenticios en España*, elaborado por IPSOS para AFEPADI (Asociación Española de Complementos Alimenticios). ¿Las motivaciones? Un 43% lo hace con el objetivo de mejorar su salud actual, el sistema inmunológico o aumentar el rendimiento. En este contexto, en los últimos años la comunidad científica, centrada en medicina de la longevidad, ha puesto el foco en dos fármacos: la metformina y la rapamicina. ¿Por qué? «La gente ya no sólo quiere no estar enferma, desea envejecer mejor, con más energía y autonomía», comenta Aurelio Rojas, cardiólogo en los hospitales HM El Pilar y HLA El Ángel (Málaga) y asesor médico de Kobho Labs. No se trata de vivir para siempre, pero sí de aumentar los años de vida con calidad (*healthspan*): «Disfrutar de más años con movilidad, claridad mental y equilibrio metabólico», apunta Carmen Oliva, ingeniera agrónoma y nutricionista de Pleniage. Y en este sentido, «los suplementos pueden ayudar a cubrir déficits nutricionales y a que el organismo funcione mejor, apoyando el estado óptimo de los órganos y favoreciendo un envejecimiento más lento y saludable», asegura Ilona Calparsoro, experta en suplementación y CEO de Longévitás.

Nos centraremos en estos dos medicamentos *proaging* y en sus alternativas naturales sin receta. Ahora bien, que nadie se lleve a engaño: «La ciencia del envejecimiento ha avanzado mucho, pero todavía no existe una pastilla que sustituya dormir bien, moverse, comer sano y gestionar el estrés», advierte Aurelio Rojas. En la misma línea, se muestra Calparsoro cuando advierte que «la longevidad se construye con unos pilares básicos: fuerza muscular y cardio, sueño optimizado, nutrición y suplementación, y equilibrio mental».

La metformina es un fármaco que se utiliza desde hace décadas para tratar la diabetes tipo 2. «Más allá de bajar el azúcar, actúa sobre rutas celulares relacionadas con el metabolismo, la inflamación y la señalización energética, especialmente una vía llamada AMPK, muy vinculada al envejecimiento celular», explica el doctor Rojas. Vamos a aterrizar el discurso: «Lo que se ha objetivado en personas que la toman desde hace años, es que viven más y desarrollan menos enfermedades asociadas al envejecimiento (cardiovasculares, cáncer y deterioro cognitivo) que otros diabéticos e incluso no diabéticos. Su potencial geroprotector ha despertado un enorme interés», asegura Mariana Sada, médico especialista en envejecimiento de la Clínica Neleva. Pero que quede claro: «No alarga la vida por sí sola, aunque puede ayudar a envejecer con mejor salud a algunos individuos», aclara Ilona Calparsoro. Además, no está exenta de efectos secundarios: «Náuseas, diarrea o molestias ►

ALTERNATIVAS NATURALES Y SIN NECESIDAD DE RECETA

Estos son algunos de los principios activos más prometedores que no precisan receta y, en principio, puede tomar casi todo el mundo. Siempre previa analítica e historia clínica, y bajo consejo y seguimiento profesional.

Berberina Es un alcaloide vegetal que se encuentra en la raíz de algunas plantas. Se la conoce como el 'Ozempic natural' por sus efectos metabólicos (para la pérdida de peso). «Por su mecanismo de acción, a menudo se la compara con la metformina. Ayuda a regular la glucosa, el colesterol y los triglicéridos. Además tiene efecto antiinflamatorio y contribuye al equilibrio de la microbiota intestinal», asegura la Dra. Sada. Puede causar molestias digestivas.

El nicotinamida ribósido (NR) Es un derivado de la vitamina B3 que contribuye a conseguir un envejecimiento saludable, mejorando la salud metabólica y cardiovascular, la función cognitiva y la vitalidad celular. Un pero: «Puede ocasionar malestar digestivo y cefalea ocasional», advierte Carmen Oliva.

Quercetina Es un flavonoide presente en verduras y frutas, como la cebolla, la manzana, los frutos rojos, las uvas, las alcaparras y el té verde. Y se estudia como geroprotector, ya que elimina las células senescentes del organismo. «En estudios experimentales, ha mostrado un efecto senolítico, especialmente al ayudar a reducir la acumulación de células envejecidas asociadas a la inflamación y al deterioro con la edad», cuenta Ilona Calparsoro. «También, puede mejorar los niveles de ácido úrico, la salud cardiovascular e incluso modular el sistema inmune y aliviar las alergias», añade la Dra. Sada. «Pero puede causar trastornos digestivos, cefalea o interactuar con otros medicamentos», advierte Oliva.

Espermidina Es una poliamida que puedes obtener de alimentos como las legumbres, las setas, el queso curado, el germen de trigo y los frutos secos. Y «activa la autofagia (limpieza celular), además de aportar beneficios a nivel cardiovascular, por lo que está asociada a menor mortalidad», asegura Mariana Sada.

Curcumina Es el principio activo de la cúrcuma, una planta de la India. Un potente antiinflamatorio y antioxidante natural. Su gran pero es una mala asimilación, por eso «conviene tomarla con comida y con algo de grasa para mejorar su absorción», aconseja la CEO de Longévitas. «Puede interactuar con medicamentos anticoagulantes y no es conveniente para personas con litiasis biliar (formación de cálculos en la vesícula).

abdominales y puede provocar déficit de vitamina B12. El efecto adverso más serio, aunque muy raro, es la acidosis láctica en casos de insuficiencia renal grave, deshidratación o enfermedades agudas graves», advierte Rojas. Y algo más: «Su interés deriva de estudios preclínicos (animales) y observacionales, pero esto aún no justifica su uso *antiaging* en personas sanas», según Oliva.

Por su parte, la rapamicina es un inmunosupresor utilizado para prevenir el rechazo en trasplantes y en algunas enfermedades raras. «Inhibe la vía mTOR, una de las rutas biológicas más importantes del crecimiento celular y del envejecimiento», explica el cardiólogo Rojas. No sólo eso, «en modelos animales es el fármaco que más consistentemente ha demostrado prolongar la vida y mejorar la salud en edades avanzadas. Y es que, al inhibir la vía mTOR, activar la autofagia y ser un mimético de la restricción calórica puede actuar como un medicamento antienvjecimiento», asegura la doctora Sada. Ahora bien, tampoco está exento de efectos secundarios: puede producir inmunosupresión, aumentar el riesgo de infecciones, alterar lípidos y producir aftas y edema. Además, «extrapolar su capacidad para favorecer la longevidad en humanos es prematuro», según la bioquímica.

BENEFICIOS DE LA MELATONINA MÁS ALLÁ DEL SUEÑO

Según investigaciones recientes, esta hormona aporta beneficios digestivos, neurológicos y cardiovasculares. El intestino es uno de los órganos que más la producen: «Ahí actúa como moduladora de la inflamación, protectora de la barrera mucosa (reduce el paso de toxinas al torrente sanguíneo) y reguladora de la microbiota», según Alfonso Galán, médico experto en antienvjecimiento de Neolife. También influye positivamente en el cerebro: al regular los ritmos circadianos, contribuye a un descanso de calidad y, con ello, a un mejor rendimiento cognitivo, y tiene acción neuroprotectora: «Modula señales inflamatorias y el estrés oxidativo, vinculados a la fatiga mental y el envejecimiento cerebral», cuenta el experto. Y, por último, «posee potencial antioxidante y antiinflamatorio coadyuvante sobre el miocardio (capa muscular del corazón) y el endotelio (tejido), además de reducir la presión arterial nocturna», asegura Galán. ■

SHOPPING



1. **IVB** 'Wellness Lab Metabolic-Max' (38,90 €), con berberina para controlar el azúcar, el colesterol y proteger el hígado.
2. **PLENIAGE** 'NR NAD+ Nicotinamide Riboside' (37,90 €), precursor directo de NAD+.
3. **LONGÉVITAS** 'P-Resolvinas' (99 €), antiinflamatorio natural contra la inflamación persistente.
4. **KOBHO LABS** 'Trans Resveratrol + Quercetin' (31,95 €), protege las células del daño oxidativo.

SINCE
1945
& FOREVER

ELLE

EYEWEAR COLLECTION | elleboutique.com | [#parisiananywhere](https://twitter.com/parisiananywhere)

¡ENIGMÁTICO!

Envolvente como un abrazo, con personalidad y una duración inigualable, 'Born in Roma Donna Purple Melancholia' (175 €/100 ml), de Valentino, es la última incorporación a la familia 'Born in Roma' y, sin lugar a dudas, una de las apuestas más atractivas e intensas gracias a sus acordes de ciruela y extracto de vainilla.



LA CURVA DE LA SOFISTICACIÓN

La de las pestañas debe ser prolongada, perdurable y que marque un antes y un después definitivo en el resultado, y la máscara 'Lash Idôle Curl Goddess' (40 €), de Lancôme, lo consigue. Una curvatura de infarto, un negro intenso sobresaliente y la promesa —y cumplimiento— de una larga duración.



LA COMBINACIÓN PERFECTA

'Prada Reflection' (46 €/u.), de Prada, es la opción ideal para las que queremos llevar los labios tratados e hidratados con un toque extra de brillo. Diez tonos irresistibles que van desde el burdeos hasta los más traslúcidos y reflectantes, como el 'Universal Green' o el mítico 'Banana Yellow'. Todos ellos están enriquecidos con microesferas de ácido hialurónico.



MUCHO 'GLOW'

Además de una cobertura óptima y modulable, y una textura fluida apta para todo tipo de cutis, 'Luminous Silk Perfect Natural Glow Foundation' (62 €), de Armani, se ha convertido en la base viral de 2026 gracias a su acabado sedoso y al increíble efecto luminoso que deja en la piel. El 'healthy glow' que buscabas está aquí.

ALTO IMPACTO

Acaban de aterrizar en tienda y ya han levantado los suspiros de las BEAUTY LOVERS. Estos cinco 'hits' te van a enamorar.

POR BLANCA GONZÁLEZ RUFINO



SEGUNDA PIEL

Sutiles, hidratantes, perfeccionadores y con unos tonos ultrafavorecedores, los labiales 'Love Nude Lip Blusher' (47 €), de Yves Saint Laurent, son lo que necesitas si buscas un efecto colorete para tus labios. Además, su fórmula está enriquecida con aceites vegetales que mantienen la nutrición de esta delicada piel intacta.

muro

Una nueva forma
de entender
la belleza en el
barrio de
Salamanca

HAIR · EXTENSIONS · BEAUTY · WELLNESS

CLAUDIO COELLO 18, MADRID · SERRANO 47, PLANTA 1, MADRID

91 805 82 05





LOS PERFUMISTAS DE LUMIÈRE: DE ISSEY MIYAKE, MARIE SALAMAGNE Y FABRICE PELLEGRIN. FOTOS: D.R.

Y se hizo la LUZ...

Como un destello, una ráfaga o un rayo que te ilumina y te hace brillar, así es la nueva (y deslumbrante) CREACIÓN OLFATIVA de Issey Miyake.

POR BLANCA GONZÁLEZ RUFINO

Traducir la luz –sin forma, sin peso, sin olor– a una experiencia que se pueda llevar sobre la piel, esa fue la premisa que recibieron los perfumistas Fabrice Pellegrin y Marie Salamagne cuando les encargaron el proyecto de idear la nueva fragancia de Issey Miyake. *Lumière* no nace de una nota de moda, una necesidad del equipo de *marketing*, una obsesión por un ingrediente raro, ni de ese sentimiento –tan 2020– de convertir cada lanzamiento en un manifiesto. Su punto de partida es mucho más sencillo y, precisamente por eso, más ambicioso: la luz. Pero no como metáfora, sino como experiencia real, casi física. Ese instante en el que el sol entra por una ventana y cambia el humor de una habitación; el dorado breve de un atardecer entre edificios o reflejado en la superficie del mar; el brillo filtrado por los árboles que te obliga a entrecerrar los ojos. En Issey Miyake lo formularon con una pregunta que suena más a diseño que a campaña de publicidad: si la luz no tiene forma, ni se puede tocar, ni huele a nada... ¿se puede llevar de algún modo? A esa intuición la llamaron *Wearing Light*: vestir la luz, no como efecto literal, sino como lo que deja dentro cuando aparece –una mezcla de sorpresa, calma, optimismo y una especie de impulso suave hacia adelante–. En esa idea hay algo muy Miyake: la confianza en que el diseño sirve para acercar lo intangible.

Yusuke Matsumoto, del Miyake-ku Zen Institute y creador del frasco, lo expresa con una frase que funciona casi como brújula

creativa: «Creo que hay esperanza en el diseño». Para él, siguiendo el pensamiento de Issey Miyake, diseñar es un oficio que entrega alegría, asombro, felicidad. «El perfume –en este proyecto– no se entiende como un simple accesorio aromático, sino como una encarnación de tus sensibilidades, recuerdos y experiencias más íntimas». Es decir, algo que no sólo se huele, también se rememora.

La fragancia, creada por Fabrice Pellegrin y Marie Salamagne, se construye desde un método que se aleja de la pirámide olfativa explicada como receta. Pellegrin lo cuenta de una manera muy gráfica: «Trabajamos un poco como pintores, aplicando toques olfativos para expresar esa luz que, en el universo Miyake, es simple, visible, legible y arquitectónica». La luminosidad se traduce desde el primer segundo en un acorde de salida que busca el destello. La mandarina aparece como un *flash* cítrico, chispeante, con una energía inmediata que levanta el conjunto y lo hace sonreír en la piel. Es una salida que ilumina sin gritar. El corazón, sin embargo, es la verdadera proclama. Para expresar esa luz emocional, el eje elegido es la flor de azahar. En el fondo, el sándalo aporta esa sensación cremosa, lechosa, limpia y cálida, como un velo suave que sostiene toda la composición. A ese confort se suma una faceta de madera de pistacho que introduce un magnetismo discreto que hace que quieras volver a oler.

Y es que cuando la claridad empieza a bajar, *Lumière* no se apaga: se torna envolvente.



'Lumière' (157 €/100 ml), de Issey Miyake, con acordes de mandarina, madera de pistacho, flor de azahar y sándalo.



'Good Girl Jasmine Absolute' (155 €/80 ml), de Carolina Herrera.

Diez años no se cumplen todos los días, y menos para una fragancia que se ha convertido en un verdadero icono de la perfumería. Para Karlie Kloss, embajadora de la línea *Good Girl*, este aniversario representa un hito que va más allá de la cifra: «Es un momento para celebrar lo que esta saga ha significado para mujeres en todo el mundo, y también para imaginar lo que viene después», comenta. Con motivo de esta efeméride, Carolina Herrera lanza *Good Girl Jasmine Absolute*, una reinterpretación audaz que pone el jazmín —la flor favorita de la diseñadora venezolana— en el centro de la composición. El aroma combina notas de *toffee* caramelizado, jazmín *gourmand*, haba tonka y benjuí, creando una fragancia embriagadora y succulenta que encarna una versión contemporánea de la *femme fatale*: misteriosa, segura y empoderada. «El jazmín siempre ha sido protagonista de *Good Girl*», explica Carolina A. Herrera, directora creativa de Herrera Beauty. «Es la flor que inspiró muchos elementos de la marca, desde vestidos hasta joyas, y ahora la consagramos como estrella absoluta de esta nueva versión». Más allá del jugo, el emblemático *stiletto* de *Good Girl* también se reinventa. Por primera vez, incorpora una joya en relieve con forma de jazmín y acabado perlado, sobre un negro profundo y reluciente que lo hace más *sexy*, radical y sofisticado que nunca. Cada detalle refuerza la narrativa de la mujer actual: elegante y dueña de su propia historia. La *top model* siente que *Good Girl* es mucho más que un perfume; es un ritual de empoderamiento. «Cuando lo llevo, me siento lista para lo que la noche traiga. Es una capa silenciosa de confianza», dice. Y su edición *Jasmine Absolute* lleva esa idea aún más lejos, convirtiendo el jazmín en un amuleto que celebra la complejidad, independencia y fuerza femeninas. Una década después, *Good Girl* no sólo sigue marcando tendencia: se reinventa para inspirar a nuevas generaciones a abrazar su autenticidad y poder, y con esta última incorporación a su saga se mantiene fiel a ese espíritu rompedor, mientras escribe un nuevo capítulo en su historia de seducción y reafirmación.

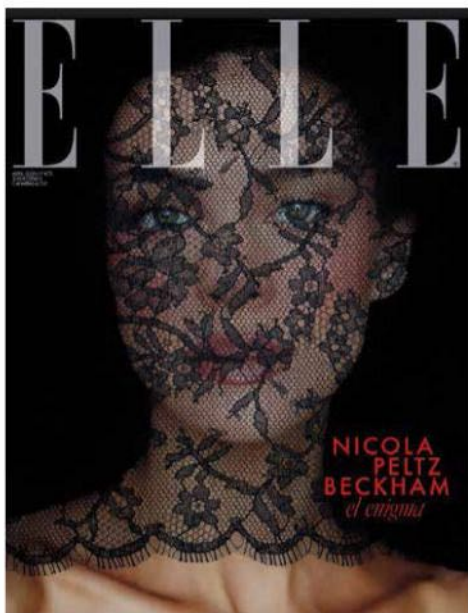
Una década de EXITOS

El icono de la perfumería 'Good Girl' cumple una década y lo celebra con un giro audaz: 'Jasmine Absolute', donde el JAZMÍN se convierte en protagonista.

ELLE

SUSCRÍBETE

A LA REVISTA FEMENINA Nº 1 EN EL MUNDO



10%
DESCUENTO

12 NÚMEROS ELLE: SÓLO 48 €



SUSCRÍBETE AQUÍ

NUESTRA WISHLIST

1 Brilla más Reducir el estrés oxidativo con un suplemento es uno de los pasos para tener una piel sana y joven, si además este reduce la fatiga y aumenta la masa magra, será tu mejor aliado.

2 Desde el interior Mejorar la luminosidad de tu piel es una tarea global. Si es tu foco, prueba fórmulas con prebióticos y vitaminas que cuidan el microbioma intestinal.

3 'Full' de vitalidad El citrato de magnesio es perfecto para quienes buscan mejorar su energía y composición musculoesquelética, además de disminuir el cansancio.



FOREO FAQ PURE
'BEAUTY-TECH ELIXIR'
(119 €), KIT PARA 30 DÍAS DE SUPLEMENTO 'ANTIAGING' EN POLVO.



ADVANCED NUTRITION PROGRAMME
'SKIN INTEGRATE 28 BIOME POWDER' (69 €, EN PURENICHELAB.COM), CON PREBIÓTICOS.



SOLGAR
'MAGNESIUM CITRATE' (1790 €), DE ALTA CONCENTRACIÓN.

FLECHAZOS *de mayo*

Queremos cuidarnos y hacerlo con FÓRMULAS POTENTES, texturas que envuelvan y aromas que nos acompañen todo el día. Estos son nuestros elegidos.

¿MANCHAS?

La clave para mantenerlas a raya es utilizar a diario SPF 50. Si ya te ha salido alguna, elige fórmulas que, además de proteger, tengan acción despigmentante, como 'Pigment Zero DSP-Crema FPS 50+', de Martiderm.



EN CLAVE 'GOURMET'

Lleva menos de un año en España, pero Skin & Co ya ha conquistado a las pieles más exigentes. ¿Nuestro último flechazo? 'Truffle Therapy Dew Cream' (52 €), con un 97% de ingredientes naturales y trufa negra de Umbría –que actúa como escudo contra los radicales libres– como gran protagonista.



SÍ AL RETINOL

Sólo por las noches, respetando los tiempos de nuestra piel para retinizarse y aplicando SPF por las mañanas. 'Sérum Retinol' (48,95 €), de Skin Routine by Paloma Sancho, enriquecido y apto para pieles sensibles, es un imprescindible.



UN NUEVO CAPÍTULO

Con la cantante Rosalía como imagen global, Calvin Klein Fragancias aumenta su familia olfativa 'Euphoria' con 'Euphoria Elixirs', formada por tres creaciones más intensas y magnéticas: 'Bold Elixir' (125 €), amaderada con notas de vainilla, 'Magnetic Elixir' (125 €), sensual y almizclada, y 'Solar Elixir' (125 €), luminosa y afrutada. Un capítulo que se acerca a un público joven, rompedor y atrevido.

EN TU PROPIA PIEL

Perfeccionado, iluminado, hidratado y suave, pero sin enmascararlo. Así sentirás tu cutis con la base de maquillaje 'Natural Radiance Longwear Foundation' (56 €), de Nars, con una cobertura modulable.



50 AÑOS DE ÉXITOS

La firma inglesa vegana The Body Shop celebra este año medio siglo cuidando, embelleciendo y acompañando a muchas generaciones.



THE BODY SHOP 'WHITE MUSK' EAU DE PARFUM (36 €).

MÁS EN MENOS
SILAS RUTINAS SENCILLAS SON LO TUYO, TE VA A ENAMORARLO NUEVO DE AVÈNE: 'ULTRA SERUM' (32,90 €), UN SUERO CON SPF 50 QUE ADEMÁS DE PROTEGER REPULPA GRACIAS A SU 1.2% DE ÁCIDO HIALURÓNICO.



PARA NIÑOS

Con la más alta protección y agentes hidratantes, de textura ligera y capaz de proteger la función barrera, 'Pediatrics Body Lotion 50 SPF' (29,95 €), de Isdin, es una apuesta segura para las pieles de los más pequeños.



DE JAPÓN A ESPAÑA

'Kire x Cristina Mitre' (39,90 €), de Gema Herrerías, es la famosa emulsión limpiadora nipona que trabaja en profundidad y, además, hidrata. ¡La queremos!



KIT ELLE



1. FORTÉ PHARMA 'Xtra Slim Chrono' (17,95 €), para el control de peso.
2. I.C.O.N. 'Rebalance Leave-In Protective Mist' (39 €), tratamiento capilar sin aclarado.
3. JO MALONE 'English Pear & Sweet Pea Cologne' (150 €).
4. OLEVI COSMETICS 'Shock Treatment' (125 €), para cara, cuello y escote.



Foto: Darío Aranyo. Realización: Sylvia Montoliú y Bárbara Garralda

ÚNETE A LA COMUNIDAD

ELLE


[@elle_spain](https://www.instagram.com/elle_spain)


[@elle_es](https://www.x.com/elle_es)


ELLE España


ELLE España


[@elle.spain](https://www.tiktok.com/@elle.spain)

ELLE

M O D A

LA MODELO LLEVA: TOP DE BICOINI, CAMISA EN MANEJA Y PANTALÓN CORTO EN ANTE, TODO DE LA COLECCIÓN 'PAULAS IBIZA' DE LOEWE. COLLAR 'SERPENTI ABSTRACTION' EN ORO AMARILLO CON MADREPERLA, ONIX, GRANATE MANDARIN Y PAVE DE DIAMANTES DE LA NUEVA COLECCIÓN 'ECLETTICA' DE ALTA JOYERÍA DE BVLGARI Y ANILLO EN ORO ROSA CON UN GRANATE MANDARIN Y DIAMANTES DE LA COLECCIÓN 'COLOR TRESURES' DE ALTA JOYERÍA DE BVLGARI. FOTO: RAFA GALLAR (REALIZACIÓN: SYLVIA MONTOLIÚ, MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA: KLEY KAYE, AYUDANTE DE FOTOGRAFÍA: DAVID MARTÍNEZ, MODELO: NURIA ROTHCHILD (THE ROAD MODELS)).

LUXURY
MOOD

LAS JOYAS SE CONVIERTEN EN EL HILO NARRATIVO DE LOS 'LOOKS' MÁS DIVERSOS Y LAS PIEZAS MINIMALISTAS TRIUNFAN EN TU ARMARIO DE TEMPORADA.

'Blazer', sujetador, braguita alta y pantalón semitransparente, todo de **Dolce & Gabbana**. Collar, pendientes y anillo, todos en oro blanco con diamantes y pavé de diamantes de la serie 'Brilliant Spirals' de la colección 'Ecclettica' de Alta Joyería de **Bvlgari**.

A TODO BRILLO

'Looks' clásicos, mezclas atemporales y estilismos en clave 'cool' deslumbran hilvanados por la fascinante ALTA JOYERÍA de Bvlgari.

FOTOS: RAFA GALLAR. REALIZACIÓN: SYLVIA MONTOLIÚ



Jersey de cuello alto, suéter colocado encima de los hombros (2.200 €), bermuda de pinzas (1.100 €), cinturón de cuero (450 €), calcetines (115 €) y zapatos de piel (790 €), todo de **Celine**. Collar en oro amarillo con ónix y pavé de diamantes con una moneda de bronce (Roma, Domiciano César, 79-81 d. C.), en diamantes y pavé de diamantes, y reloj con caja de oro blanco, esfera con diamantes, brazalete de oro blanco con esmeraldas, diamantes y pavé de diamantes, ambos de la serie 'Monete' de la colección 'Eclettica' de Alta Joyería de **Bvlgari**.



Abrigo de seda, camisa y pantalón en verde militar, todo de **Prada**. Pendientes en oro rosa con esmeraldas y pavé de diamantes y pulsera 'Serpenti' en oro rosa con esmeraldas, ónix y pavé de diamantes, todo de la colección 'Eclética' de Alta Joyería de **Bulgari**.



Chaqueta de ante con botones dorados (625 €) y polo de rayas (145 €), ambos de **Sandro**. Pantalón vaquero y mocasines de piel, los dos de **Zara**. Cinturón (450 €) de **Celine**. Collar 'Cinquecento Fresco' en oro rosa con malaquita, morganitas, rubelitas, tanzanitas, diamantes y pavé de diamantes de la colección 'Eclética' de Alta Joyería de **Bulgari**, y anillo en oro rosa con madreperla, kunzita, amatistas y pavé de diamantes de la colección 'Color Treasures' de Alta Joyería de **Bulgari**.




Chaqueta y falda con volumen a juego, ambas de **Dior**. Broche 'Moresque Gate' en oro blanco con diamantes 'fancy', diamantes y pavé de diamantes, y pendientes en oro blanco con diamantes color fantasía, diamantes y pavé de diamantes, ambos de la colección 'Eclettica' de Alta Joyería de **Bvlgari**.



Falda de lentejuelas (1.890 €) y blusa azul a rayas, ambas de **Rabanne**. Collar en oro blanco con pavé de diamantes y anillo en platino con diamantes y pavé de diamantes, ambos de la colección 'Le Magnifique' de Alta Joyería de **Bulgari**, y reloj 'Tubogas Manchette' en oro blanco con aguamarinas, zafiros amarillos, zafiros rosas, turmalina, tsavoritas, diamantes y pavé de diamantes de Alta Relojería de **Bulgari**.



'Bustier' con estampado y brillos, body con rayas, braguitas con flecos estampadas, cinturón de espiga y bailarinas destalonada con detalles joya, todo de **Etro**. Collar 'Tubogas' en oro amarillo con esmeraldas y pavé de diamantes de la colección 'Eclética' de Alta Joyería de **Bulgari** y pendientes en oro amarillo con esmeraldas y pavé de diamantes de la colección 'Color Treasures' de Alta Joyería de **Bulgari**.



'Crop top' de lino (590 €), falda a juego (815 €), sombrero de fieltro (460 €) y guantes de piel (390 €), todo de **Cortana**. Zapatos de piel de **Celine**. Collar 'Ars Reflecta' en oro blanco con diamantes y pavé de diamantes de la colección 'Eclética' de Alta Joyería de **Bulgari**, y anillos en oro blanco con diamantes y pavé de diamantes de la colección 'Le Magnifique' de Alta Joyería de **Bulgari**.

Modelo: Nuria Rothchild (The Road Models). Maquillaje y peluquería: Kley Kafé. Ayudante de fotógrafo: David Martínez.



Efecto minimal

La artista SHARON ALEXIE cambia las vistas de París por las de Madrid para mostrarnos las últimas propuestas de la siempre esperada colección 'Selection' de Mango.

POR LAURA SOMOZA. FOTOS: CÉSAR SEGARRA. REALIZACIÓN: SYLVIA MONTOLIÚ



'Tank top', camiseta de manga corta, falda de flecos, sandalias 'thong' y colgante con forma de concha, todo de **Mango 'Selection'**.

En la otra página, gabardina con doble botonadura, camisa de rayas, bolso tipo saco en azul y gafas de sol, todo de **Mango 'Selection'**.



'Blazer' de lino de corte 'oversize', polo amarillo, bermudas en 'denim' blanco, sandalias 'minimal' y colgante con multillaves, todo de **Mango 'Selection'**.



Vestido con espalda descubierta, pantalones de estilo masculino, babuchas en seda negra y pendientes con forma de concha, todo de **Mango 'Selection'**.



Body con escote barco, falda de seda estampada, sandalias de estilo 'minimal' y pendientes con forma de concha, todo de **Mango 'Selection'**.



‘Blazer’ cruzada, pantalón de lino con pinzas, sandalias de tiras, cinturón de piel marrón y pañuelo estampado, todo de **Mango ‘Selection’**.

MAQUILLAJE Y PELLUCUERÍA: KLEY KAFE / AYUDANTE DE FOTÓGRAFO: NOELIA SOTO / AGRADECIMIENTOS: HOTEL THOMPSON (PENTHOUSE).

«Mi día perfecto se resumiría en una mañana dedicada a estudiar filosofía. Seguramente, iría a Le Fumoir (*un maravilloso restaurante parisino situado frente al Louvre*), que es mi lugar favorito. Después, pasaría la tarde con mi pareja, hablando de lo que he aprendido horas antes mientras vamos a la Bourse de Commerce o al museo Quai Branly. Y, al caer la noche, me retiraría a mi taller o quedaría con otros amigos artistas para charlar tomando un té». Así transcurre una jornada ideal en París, ciudad en la que reside ahora, para Sharon Alexie (Niort, 2000). Una amante del arte que ha crecido admirando la creatividad de los diseñadores de moda —«creo que los estudios de Historia del Arte que cursé cuando estaba en el instituto me permitieron comprender mejor esa faceta del sector *fashion*»—, y a la que la firma Mango ha incluido en su *squad*, atraída por su visión tan especial del estilo y su particular forma de comunicar. «Abrí mi cuenta de Ins-

tagram (@sharon.alexie) cuando tenía 15 años, simplemente para seguir a mis amigos. Pero comenzó a cobrar importancia cuando empecé a usarla para compartir temas que iba aprendiendo, entre algún que otro *selfie* (*risas*). Disfruto mostrando mi trabajo artístico, mi entorno o mis investigaciones, y cuando quiero hablar sobre moda, me centro en la fotografía. Me encanta que las imágenes tengan un toque lúdico y combinarlas con un buen *look*». Y, cómo no, los encuentra en una de sus colecciones favoritas de Mango, *Selection*, que en su última entrega apuesta por piezas minimalistas (y ultrafemeninas), que se expresan a través de siluetas *oversize* como son las gabardinas (especial atención a la rosa pastel), los pantalones bombachos o las *blazers* masculinas. Piezas bañadas en tonos rojo, azul, amarillo o blanco roto. ¿Los favoritos de Sharon? «El top de punto, la falda *midi* estampada, la camisa... Es todo muy original». ■

FANBOOK
BAD BUNNY

MÁS DE 130 PÁGINAS SOBRE EL FENÓMENO QUE LO HA CAMBIADO TODO
¡CONSÍGUELO YA!



LA EDICIÓN DE COLECCIONISTA DEFINITIVA
ORÍGENES · MÚSICA · ÉXITO · ICONO

Ya en kioscos: Madrid, Barcelona y Valencia. O cómpralo **online aquí**



ELLE

TRAVEL

QUE EL RITMO NO PARE

RESETEA CUERPO Y MENTE EN LOS ALOJAMIENTOS
MÁS TOP Y SABOREA MADRID A RITMO DE PUNK POP.



1. **MAGDA BUTRYM** 'Blazer' (2.095 €, magdabutrym.com).
 2. **CELINE** Bolso 'Drop Bucket' (celine.com).
 3. **VAN CLEEF & ARPELS** Pendientes de oro amarillo (vancleefarpels.com).
 4. **CELINE** Bufanda (celine.com).

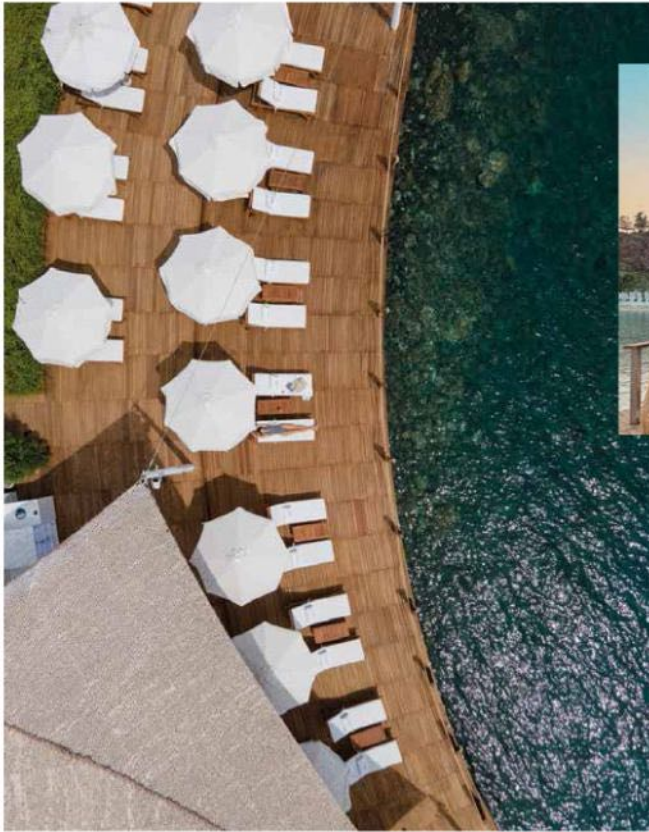
SLS BARCELONA (ESPAÑA)

A orillas de Port Fòrum, con la playa a pocos pasos, este 'resort' firmado por Rockwell Group combina interiorismo teatral, acento 'glam' y una energía vibrante que lo convierte en uno de los nuevos 'place to be' de la ciudad. Sus habitaciones y 'suites', abiertas al Mediterráneo, regalan vistas al mar, mientras sus tres piscinas —una 'infinity' y dos en la azotea— invitan a entregarse a la 'dolce vita'. Pero el verdadero cobijo está en Halcyon Spa, un lugar pensado para bajar revoluciones y resetear cuerpo y mente. Su zona de aguas, piscina de inspiración, cabinas de tratamiento y amplia bañera de hidromasaje elevan la experiencia 'wellness', que culmina con Shine & Dine, un ritual ideado para convertir el autocuidado en un plan 'top'. La propuesta 'foodie' se completa con los espacios Lora, Coral y Kyara, de cocina costera, guiños orientales y originales cócteles de autor, respectivamente (desde 212 €, slshotels.com).

CALMA TOTAL

'Dolce far niente' junto al mar, sofisticación urbana o desconexión máxima. ELIGE PLAN en tu refugio ideal.

POR CRISTINA ALTOZANO



D MARIS BAY

MARMARIS (TURQUÍA)

En la península turca de Datça, donde el Egeo se funde con el Mediterráneo, este paraíso despliega una de esas postales en clave turquesa. Un refugio 'deluxe' con seis playas privadas de arena fina conectadas entre sí por un barquito, ascensores que bajan hasta The Bay Beach y aguas cristalinas que invitan a nadar, bucear y desconectar. Hasta puedes reservar una playa sólo para ti. Su oferta 'gastro' viaja de Italia a Japón, pasando por Grecia. Un destino pensado para entregarse al deleite de estar junto al mar (desde 505 €, dmarisbay.com).



1. **CELINE** Pañuelo de seda (490 €, celine.com).
2. **ROLEX** Reloj de acero con esfera verde (rolex.com).
3. **KHAITE X OLIVER PEOPLES** Gafas de sol ovaladas (420 €, khaite.com).



CASA SAGNIER

BARCELONA (ESPAÑA)

Ubicada en el elegante barrio del Eixample, la antigua vivienda-estudio del arquitecto modernista Enric Sagnier se ha reconvertido en un coqueto hotel 'boutique' que respira, gracias al interiorismo de Federico Turull, un ambiente de lo más hogareño y acogedor. El Cafè del Arquitecte, con una oferta 'gastro' de sabor mediterráneo y horario 'non stop', es punto de encuentro de viajeros y locales (desde 398 €, hotelcasasagnier.com).



1. **DOONEY & BOURKE** Tarjetero de piel (75 €, dooney.com).
2. **CHANEL** Brazalette en oro 'beige' (chanel.com).



HOTEL DU LOUVRE

PARÍS (FRANCIA)

El primer 'grand hotel' de la ciudad, impulsado por Napoleón III en 1855, está situado en el corazón del elegante 1er arrondissement. Sus habitaciones de techos altos bañadas de luz miran al museo del Louvre, la Opera Garnier y a los jardines del Palais Royal. Además, alberga la única 'brasserie' Boccuse de París. Todo un derroche de 'savoir faire' francés (desde 889 €, hyatt.com).



1. **CHANEL** Cinturón de piel en color rojo (910 €, chanel.com).
2. **DIOR** 'Eau de Parfum Dior Addict Peachy Glow' (105 €, dior.com).



EMPERADOR MADRID (ESPAÑA)

Con una de las piscinas más espectaculares de la capital y unas vistas de infarto de 360 grados sobre los tejados madrileños, este mítico hotel de la Gran Vía alberga Sky Bar, el restaurante ideal para disfrutar durante todo el año de cenas 'al fresco' en la azotea, gracias a su terraza climatizada. Su carta desenfadada, donde triunfan platos como las patatas 'a la brava', la 'burger' Emperador o el entrecot de ternera, combina a la perfección con los cócteles de autor de inspiración castiza. Un lugar magnífico para celebrar la llegada del buen tiempo con la ciudad a tus pies (desde 345 €, emperadorhotel.com).



1. **SWATCH** Reloj 'skin Painted Paradise' (109 €, swatch.com).
2. **VIBIVENEZIA** 'Slippers' (69 €, vibivenezia.com).
3. **DINOSAUR DESIGNS** Collar (net-a-porter.com).
4. **GUESS** Pendientes 'Berbera' (450 €, guess.com).



JASHITA TULUM (MÉXICO)

Referente del lujo descalzo, este enclave familiar a orillas de la preciosa bahía de Soliman resulta inmejorable para una escapada 'relax'. Miembro del sello hotelero 'deluxe' Relais & Châteaux, se encuentra rodeado de una exuberante vegetación y aguas cristalinas, con habitaciones de inspiración caribeña que miran al océano y un Beach Bar donde extasiarse ante la puesta de sol. En su restaurante, Padano, elaboran comida casera mexicana con guiños a Italia e ingredientes de la tierra (desde 526 €, jashitahotel.com).



1. **TUMI** Maleta de aluminio (1.450 €, tumi.com).
2. **LOEWE** PERFUMES 'Eau de Toilette Aire Sutiliza' (105 €, perfumesloewe.com).
3. **PRADA** Collar (prada.com).

- 1. PATEK PHILIPPE** Reloj en oro rosa (patek.com).
- 2. LANCÔME** Crema facial 'Rénergie' con colágeno (110 €, lancome.com).
- 3. FENDI** Bolso 'Mamma Baguette' (fendi.com).



ONE SHOT PALÁCIO CEDOFEITA

OPORTO (PORTUGAL)

Experto en hospitalidad 'cool' sin rigideces, este dinámico grupo hotelero ha reconvertido con acierto un majestuoso palacete del siglo XIX del casco antiguo en hotel urbano. Combina el legado histórico con el confort contemporáneo y el diseño, consiguiendo un ambiente relajado con un punto de sofisticación. La piscina, rodeada de jardines, resulta un oasis para descansar del bullicio del centro (desde 144 €, oneshothotels.com).



FAIRMONT LA HACIENDA COSTA DEL SOL

CÁDIZ (ESPAÑA)

Esta moderna propiedad, situada en una zona virgen de la costa gaditana, combina la hospitalidad andaluza y la elegancia mediterránea del sur. Las espaciosas habitaciones con vistas, su gastronomía de autor y el entorno mágico que la rodea la convierten en un destino único (desde 278 €, fairmont.com).



- 1. MOMIJI** Cesta de picnic (173 €, modaope-randi.com).
- 2. SAUER** Anillo 'Lapis' en oro (2.600 €, modaope-randi.com).



GRAN HOTEL TAORO

TENERIFE (ESPAÑA)

Agatha Christie o Alfonso XIII se cuentan entre los ilustres huéspedes de este mítico establecimiento del Puerto de la Cruz. Recientemente restaurado con un estilo colonial moderno, ha recuperado todo su esplendor y promete convertirse en el emblema culinario de la isla, gracias a su alianza con chefs de renombre (desde 197 €, granhoteltaoro.com).



- 1. CELINE** 'Pouch' en piel de cordero azul (1.700 €, celine.com).
- 2. JUDE** Zapatos tipo 'mules' de cuero rojo (thejude.com).

EL FIN DEL MUNDO EN
MADRID



RECORREMOS LOS BARRIOS DEL CENTRO DE LA CAPITAL AL RITMO DE **LA LA LOVE YOU**, LA BANDA 'PUNK POP' MADRILEÑA QUE HA REVOLUCIONADO LA ESCENA 'INDIE' ESPAÑOLA CON SUS MILLONES DE REPRODUCCIONES Y QUE ESTRENA NUEVO DISCO: '¿POR QUÉ ME MIRAS ASÍ?'.

POR NOELIA HERMIDA. FOTOS: FERNANDO ROI. REALIZACIÓN: TAMARA VEKIC

Llevan el *cañallismo* madrileño en las venas. Muchas horas de conciertos en las salas más míticas de la ciudad y otras tantas bailándose la noche por las calles, las plazas y los bares del centro de la capital al ritmo de las bandas que han marcado su adolescencia y primera juventud. Así que, David Merino (Palencia, 1982), Roberto Amor (Madrid, 1982), Óscar Hoyos (Madrid, 1983) y Marta Berlín (Madrid, 1996) –conocida artísticamente como Mía Berlín–, los integrantes de La La Love You, la banda de pop punk que ha revolucionado la industria de la música española –autores del himno *El fin del mundo*, y de otros muchos *hits*–, son los guías perfectos para recorrer Madrid en clave musical. Y lo hacemos en un momento idóneo, porque el 29 de mayo sale a luz su cuarto álbum de estudio, *¿Por qué me miras así?* «Tiene mucho de nuestra esencia, de todos los discos anteriores, porque, aunque intentemos innovar mucho, luego no nos sale», cuenta David entre risas. «Es que la forma de hacer las canciones es siempre igual y, además, tenemos una identidad muy definida. Nos escuchas y sabes que somos nosotros. Tenemos un lenguaje muy propio, del que no podemos –ni queremos– huir. Pero sí que nos atraen géneros y estilos muy diferentes, y este trabajo los tiene. *La mitad de la mitad* suena un poco a rumba, hay otras canciones de la vieja escuela del pop y otras con matices electrónicos, como *Alguien ha boicoteado el ponche*», añade Roberto. Un cóctel que resume el *mix* que conforma su ADN como grupo, tanto en lo personal como en lo musical. David y Roberto, voz y guitarras de

la formación, son amigos desde el instituto. «Nos sentábamos juntos. Los dos y Rafa, que también fue miembro fundador de La La Love You, y es uno de nuestros mejores amigos. Fuimos los últimos en pegar el estirón de toda la clase, así que éramos los *nerds* bajitos de Parla», recuerda Roberto, arrancando las carcajadas de sus compañeros. Se compraron unas guitarras y un bajo y empezaron a tocar en un local en el que conocieron a Óscar, batería actual de la formación. «Entró oficialmente hace unos años, cuando se fue Rafa, pero llevaba vinculado a la banda toda la vida. Él grabó las baterías de los primeros discos, a principios de los 2000. ¡Es que ya era famoso en el sur de Madrid por su calidad!», recuerda Roberto. «¡Sigo siéndolo en Leganés, mi barrio!», puntualiza entre risas Óscar. «Mi grupo de entonces y ellos compartíamos local de ensayo y cuando los escuché, les dije: “¡Cómo mola esto!”. Y grabaron su primera maqueta como La La Love You», añade Óscar. No fue un éxito repentino. Para nada. Su primer concierto oficial fue el 6 de mayo de 2004 –una fecha que, como tantas otras, Roberto tiene grabada en su memoria a prueba de bombas–, y su disco debut, *Umm... qué rico!*, llegó en 2008. Luego vendrían muchas noches de salas pequeñas, de intercambiar confianzas en la Plaza del Dos de Mayo, de escuchar a otros en la sala El Sol (Jardines, 3), la Wurlitzer (Tres Cruces, 12) o el Ochoyomedio (Arenal, 11), de viajar en furgoneta y compartir Airbnb... Hasta que lanzaron *El fin del mundo* y, en 2020, todo estalló. «Esa canción tiene algo que nunca sabremos qué es, pero conecta con todo tipo ▶

De izquierda a derecha: Óscar Hoyos lleva cazadora de cuero negra, camiseta de algodón y pantalones vaqueros, todo de Diesel, y botas Dr. Martens; Roberto Amor viste gabardina de Herno, camiseta de cuello redondo y pantalones 'denim', ambos de Zara, gorra de Vans y zapatillas de New Balance; Mía Berlín, con chaqueta 'cropped' de Sportmax, top de algodón de Patrizia Pepe, 'jeans' acompañados de Desigual, gafas de sol de Miu Miu, joyas de Aristocrazy y zapatos de Jimmy Choo; y David Merino lleva cazadora de cuero marrón, camiseta gris y vaqueros oscuros, todo de Diesel, gafas de sol de Arnette y zapatillas de New Balance.

de público. Es un gustazo cantarla en un concierto y ver la energía que se genera», explica David. Esa onda expansiva, traducida en millones de reproducciones y en centenares de conciertos por todo el planeta, en recintos con los que nunca habían ni soñado, les cambió la vida.

Dejaron sus otros trabajos —menos Óscar, que combina el grupo con su puesto en una discográfica— para dedicarse en cuerpo y alma a su pasión: la música. Un plan al que también se ha sumado Marta, bajista del grupo, y la última en llegar. «Durante años, me dediqué a la publicidad y al *marketing*, compaginándolo con mi proyecto musical, Mía Berlín. Hasta que dije: “No puedo más”. Sé que la industria es muy difícil, pero necesitaba intentarlo y centrarme en esto, que es mi vocación. Me las apañé como pude hasta el año pasado, que fui a mi primer festival en Málaga, el Galaxy Sound, y coincidí con ellos. Al poco tiempo me llamó Óscar y me preguntó: “¿Quieres ser la bajista de La La Love You?”. ¡Oh, Dios mío! ¡Cómo voy a rechazar algo así! Dije que sí inmediatamente, y aquí estamos», explica sonriente, a punto de embarcarse en su primera gran gira como una componente más, que les llevará por distintos festivales en España este verano, y por varias ciudades de Europa, Estados Unidos y Latinoamérica hasta 2027. Su incorporación, como cada buena noticia que reúne a la banda al completo, se celebró en su restaurante de cabecera en la capital, Shi-Shang (Concepción Arenal, 3). «Siempre que nos juntamos a comer o tenemos que festejar algo, desde hace años, vamos a este *buffet* asiático vegano», afirma Óscar. Un local muy cercano a los barrios con los que más se identifican los cuatro integrantes: Malasaña y Chueca. «Desde que éramos adolescentes, veníamos en el cercanías al centro de Madrid y hemos crecido en él. Somos muy de cañas y tapas en sitios clásicos como Bodegas El Maño (Palma, 64) o el Café La Palma (Palma, 62). Y, cuando vienen amigos

de fuera, haces lo típico de recorrer la Gran Vía, ir a Cibeles, a la Puerta de Alcalá, Neptuno, pero les enseñas lo tuyo, Chueca, Huertas, Malasaña... Y los llevamos al Mercado de San Antón (Augusto Figueroa, 24), porque nos gusta probar cosas diferentes en cada puesto», explica Roberto. No son de ir a grandes restaurantes, aunque a Mía la podrás encontrar en La Flaca de Majadahonda (Av. España, 51) o en Madame Sushita (Paseo de la Habana, 15); pero sí de cafés de especialidad. «Nos quejamos siempre de los precios, pero acabamos volviendo una y otra vez», dice Óscar. Y también de dulces artesanales. «A mí me encanta Bite Me (Pl. Beata María Ana de Jesús, 2), cerca del Matadero. Tiene unos donuts veganos gigantes espectaculares», añade. «Pues yo me quedo con Alma Nomad Bakery. Su bollería está increíble», puntualiza David. Reconocen que su tienda preferida para comprar música es Marilians Records (Noviciado, 9) y, aunque van mucho menos de lo que les gustaría, sus cines de cabecera son los Renoir Princesa (Princesa, 3) y los Yelmo Cines Ideal (Doctor Cortezo, 6). «Y como yo soy de Majadahonda, que no falten en la lista los Cines Zoco (Av. España, 51). Voy un montón con mi madre y son pequeñitos, independientes, acude la gente del barrio... Me encantan», añade Mía.

En ese ambiente familiar es en el que ellos se desenvuelven bien. «Estamos viviendo nuestro sueño y, lo que nos ayuda a normalizar toda esta situación de éxito, que desde fuera se ve muy repentina, es que venimos desde abajo y sabemos lo que cuesta llegar. Eso no se olvida, ni queremos hacerlo. Llevamos toda la vida haciendo música sin ninguna pretensión más allá que disfrutar con nuestros amigos. Ahora esto es un trabajo y seguimos rodeados del mismo equipo de siempre y haciendo las cosas igual», afirman. Así que La La Love You son ya una banda como la ciudad que los vio nacer: un clásico que siempre funciona. ■

El 'La La Tour' castizo

SALA WURLITZER «Forma parte de nuestra historia como grupo. Hemos ido muchísimo, hemos tocado un montón allí y son familia para nosotros. ¡Nos sentimos como en casa! Y, además, es un lugar perfecto para descubrir bandas nuevas o ver a otras ya consolidadas muy cerquita».

BODEGAS EL MAÑO «No somos mucho de sentarnos en una mesa con mantel y comer un menú de varios platos. Preferimos unas cañas y unas tapas en una barra. Y la de El Maño es de nuestras favoritas desde siempre. Un imprescindible que nunca falla».

MARILIANS RECORDS «Es un sitio increíble para cualquier amante de la música. Vas a encontrar de todo y querrás volver una y otra vez. Sólo por la experiencia de entrar y sentir ese ambiente musical, de buscar entre los vinilos y encontrar joyas, de dejarte aconsejar y conocer cosas nuevas... Además, son amigos y son majísimos».

SHI-SHANG «Este 'buffet' asiático vegano, situado en una de las callecitas cercanas a la Gran Vía, es el sitio en el que La La Love You hacemos nuestras reuniones y celebramos todo lo que haya que celebrar».

SALA EL SOL «Hace un montón de años, reservar la Sala El Sol fue la primera cosa que hicimos con un poco de ambición como grupo. Porque tocar allí es un paso clave para alguien que empieza. De hecho, tuvimos que buscar a otra banda que actuase con nosotros. Fue un hito».

MERCADO SAN ANTÓN «Tenemos muchos amigos extranjeros y, cuando vienen, además de llevarlos a pasear por Malasaña, Huertas y Chueca, nos gusta comer aquí. Nos divierte eso de poder pedir cosas variadas, en puestos distintos y compartir todo».

MAQUILLAJE Y PELLUQUERÍA: SOFÍA CAMARENA (THE CREW ART), ASISTENTE DE MAUAH VERÓNICA CASTELL (THE CREW ART),
AGRADECIMIENTOS: FENÓMENO (RECOLETOS, 13, MADRID).



*LAS 10 CANCIONES
DE SU VIDA

Arriba, de izquierda a derecha: David, con cazadora vaquera estampada y camiseta de algodón, los dos de Levi's, pantalones vaqueros de Diesel, gafas de sol de Ray-Ban y botas de Tommy Hilfiger; Mía lleva vestido bicolor de Sportmax, gafas de sol de Prada y sandalias de Diesel; Roberto viste jersey estampado de Diesel, camiseta de algodón y pantalones vaqueros, ambos de Zara, gorra de Vans y zapatillas de New Balance, y Óscar lleva chaleco estampado de Deus Ex Machina, camiseta con manga larga de Diesel, pantalones cargo de Carhartt, gafas de Ray-Ban y zapatillas de New Balance.

*SI QUIERES VER EL VÍDEO DE LA PRODUCCIÓN, ENTRA EN WWW.ELLE.ES



Pulsera 'Tauro' de la colección 'Zodiaco' en oro amarillo de 18K (2.950 €), de Van Cleef & Arpels.

VIRGO

23 de agosto – 22 de septiembre
Este es un mes de expansión mental y emocional para ti. La luna nueva en Tauro te invita a abrirte a nuevos conceptos, caminos o personas. Marte en Leo remueve tu interior, sacando emociones ocultas. Cuando el Sol entra en Géminis, tus metas profesionales se verán favorecidas.

CAPRICORNIO

22 de diciembre – 20 de enero
Se abre un periodo creativo y muy intenso para ti. La luna nueva en Tauro despierta tus ganas de disfrutar y expresarte, así que no te lo niegues. Marte en Leo acelera cambios trascendentes que no podrás ignorar. A finales de mayo, Géminis te empujará a priorizarte y ser más práctica.

LIBRA

23 de septiembre – 22 de octubre
Estos 31 días te confrontarán con lo profundo. La luna nueva en Tauro mueve temas emocionales y financieros que afectan también a otros. Marte en Leo refresca tu vida social, pero puede traerte algunos roces. Con el Sol en Géminis, al final, recuperas la ligereza y las ganas de pasarlo bien.

ACUARIO

21 de enero – 21 de febrero
Mayo remueve tu sensibilidad. La luna nueva en Tauro pone el foco en el hogar y la familia: toca mejorar cosas. Marte en Leo dinamiza tus relaciones, trayendo energía y toma de decisiones. Con la llegada de Géminis, recuperarás ligereza, creatividad y alegría.

«LA MÚSICA ES AMOR BUSCANDO PALABRAS»

LAWRENCE DURRELL

TAURO

21 de abril – 21 de mayo
Mayo inaugura una etapa para renacer. El Sol y la luna nueva en tu signo marcan un comienzo potente para ti. Mientras, Venus suaviza tus emociones y te ayuda a atraer la estabilidad. Con Marte en Leo, habrá tensiones en casa que te pedirán firmeza y calma. Ante todo, sé tú.

GÉMINIS

22 de mayo – 21 de junio
Comienza una etapa introspectiva, pero, tranquila, te preparas para cerrar un ciclo y abrir otro lleno de oportunidades. A partir del 20, el Sol entra en tu signo y todo se acelera: planes, contactos y grandes éxitos. Lo tendrás todo para brillar y vivir esa vida que tanto anhelas.

CÁNCER

22 de junio – 22 de julio
Se anima tu vida social y te empuja hacia tus metas. La luna nueva en Tauro te trae buenos proyectos y amistades. Marte en Leo te induce a valorar más tus aptitudes y recursos. Al final, el Sol en Géminis te pedirá parar y escuchar tu voz interior: recuerda que nunca se equivoca...

LEO

23 de julio – 22 de agosto
Este mes eres la protagonista absoluta. Marte en tu signo enciende tu fuerza y tu magnetismo personal y profesional. La luna nueva en Tauro te impulsa, pero te pide constancia. Atenta, porque con la energía de Géminis a final de mes, te llegarán apoyos y conexiones clave para triunfar.

ESCORPIO

23 de octubre – 21 de noviembre
Las relaciones personales serán «el gran tema» estas semanas. La luna nueva en Tauro marca una forma diferente de relacionarte, más sana y coherente. Marte en Leo te trae tensiones en el ámbito laboral, pidiéndote calma. A final de mes, Géminis te ayudará a soltar el control y fluir mejor.

SAGITARIO

22 de noviembre – 21 de diciembre
Los próximos días te demandan orden y enfoque. La luna nueva en Tauro solicita que prestes atención a tus rutinas y salud: toca cuidarte y organizarte. Marte en Leo va a potenciar tu deseo de expandirte y aprender. Con Géminis a final de mes, las relaciones ocuparán el centro.

PISCIS

22 de febrero – 20 de marzo
Este mes activa tu mente y tu capacidad de comunicación. La luna nueva en Tauro favorece los acuerdos y las ideas originales. Marte en Leo te pide darte tu espacio y cuidarte más en tu día a día. A final de mes, el Sol en Géminis puede traer transformaciones internas o en tu hogar.

ARIES

21 de marzo – 20 de abril
Mayo te pide controlar tu ímpetu y actuar con cabeza. Marte en Leo desata tu pasión y te invita a arriesgar más. La luna nueva en Tauro del 15 abre un ciclo económico muy beneficioso para ti. Y hacia final de mes, tendrás que tomar decisiones importantes, sobre todo en pareja.

ESTÁ
ESCU
CHANDO
CADENA DIAL



DESCUBRE QUÉ TEMA ES

dial

LO MEJOR DE
NUESTRA MÚSICA

Volver a bailar

por Jacobo Bergareche

Haga la prueba si quiere: vaya a un colegio, entre en una clase de niños de cinco o seis años y pregunte quién sabe cantar, quién sabe dibujar o quién sabe bailar. Inmediatamente verá cómo las manos se levantan con entusiasmo. Todos gritan «yo sé, yo sé...» y esperan con cierta excitación que les propongan cantar o dibujar o bailar.

Ahora, vuelva usted cinco años después y repita las mismas preguntas. Serán pocas las manos que se alcen, y las que lo hagan, por lo general, lo harán con cierta timidez. Si esperamos a que ese curso entre en el instituto, observaremos que ya el que diga que canta, dibuja o baila será probablemente el friki o la rara. Aquellos que han persistido lo suficiente como para hacerlo muy bien, casi de manera profesional, y que de ese modo tienen un cierto blindaje frente al juicio de los demás. O aquellos que se han quedado solos y ya no les importa lo que nadie piense de ellos.

Algo ha ocurrido por el camino educativo. Una especie de tragedia silenciosa por la cual perdemos nuestra conexión con la música, con el arte y con el baile. El dibujante Puño lo explicaba bien en una charla: nos enseñan a juzgarnos comparativamente. Nos explican qué es lo bueno y, cuando comparamos lo que somos capaces de hacer con lo que hacen los gigantes, concluimos que lo nuestro es ridículo.

Dejamos de cantar y bailar porque no somos Rosalía y dejamos de dibujar porque no somos Leonardo. Lo peor de todo es que dejar de hacer estas cosas nos parece normal, a nosotros y a nuestros padres y profesores. Sin embargo, no entenderíamos que dejáramos de hablar en alto porque no lo hiciéramos con la elocuencia de Churchill o que no cocináramos nunca porque no esferificamos como Ferran Adrià. Eso es porque pensamos que comunicarnos y comer son actos de supervivencia, y que bailar, cantar o rendirnos al arte, no. Y es cierto, pero creo que podemos permitirnos la ambición de vivir, y no meramente de sobrevivir.

Hemos convertido toda expresión artística en una competición. Subordinamos el disfrute de la música o del arte a la posesión de un talento innato, cosa que no hacemos con las matemáticas o la lengua. Pero además hemos relegado la enseñanza de estas habilidades —que tienen que ver con la creatividad, con el placer y con la conexión con los otros— a un lugar secundario frente a disciplinas que consideramos *serias* o *útiles*, con la absurda creencia de que el arte es un destino vocacional de unos pocos.

Pero la música y el baile son, en esencia, formas profundas de conexión con uno mismo y con los demás. Basta viajar a los antros de salsa de Cuba o Colombia para entenderlo. Allí todos saben bailar, no como exhibición individual, sino como diálogo entre cuerpos. Escuchan el ritmo, se coordinan dentro de la música como un instrumento más. En esos contextos, uno puede sacar a la pista a un desconocido y agarrarse a él sin que resulte extraño, porque se entiende que todos participan de la misma música. Pero los españoles, en un boliche de tango o un garito de salsa, nos quedamos sentados mirando cómo otros danzan y sintiendo que fuimos privados de algo esencial.

La buena noticia es que no es tarde. Cada vez veo a más amigos, ya cerca de los 50, subirse a ese tren que creían perdido: aprender a bailar salsa, tocar la guitarra, cantar sin vergüenza. No para hacerlo perfecto, sino para recuperar algo mucho más importante: el goce de la expresión y de la conexión.

A cierta edad uno aprende ya que no se trata de hacerlo bien, sino que se trata de hacerlo y no quedarse mirando a los demás en un rincón. Hay que volver a esa mano levantada en el aula y gritar otra vez «yo sé».

ELLE RESIDENCES MIAMI

The New Home of High Style



PERFECTLY FINISHED, FULLY FURNISHED AND READY-TO-LIVE
RESIDE IN FASHION AT THE FIRST **ELLE RESIDENCES** IN THE WORLD

180 RESIDENCES | **25** FLOORS | ONE TO ^{450 SF TO 845 SF}
TWO bedrooms

elleresidencesmiami.com +1 786 432 9039

Sales Gallery 600 NE 36th Street, Suite C1, Miami, FL 33137 Building Location NE 36th St. & 5th Ave. Miami, FL 33137



THIS ADVERTISEMENT IS NOT AN OFFERING. ORAL REPRESENTATIONS CANNOT BE RELIED UPON AS CORRECTLY STATING REPRESENTATIONS OF THE DEVELOPER. FOR CORRECT REPRESENTATIONS, MAKE REFERENCE TO THE DOCUMENTS REQUIRED BY SECTION 718.503, FLORIDA STATUTES, TO BE FURNISHED BY A DEVELOPER TO A BUYER OR LESSEE. THE ARTIST REPRESENTATIONS AND INTERIOR DECORATIONS, FINISHES, APPLIANCES AND FURNISHINGS ARE PROVIDED FOR ILLUSTRATIVE PURPOSES ONLY. DEVELOPER MAKES NO REPRESENTATIONS OR WARRANTIES EXCEPT AS MAY BE SET FORTH IN THE OFFERING PLAN. DEVELOPER RESERVES THE RIGHT TO SUBSTITUTE MATERIALS, APPLIANCES, EQUIPMENT, FIXTURES AND OTHER CONSTRUCTION AND DESIGN DETAILS SPECIFIED HEREIN WITH SIMILAR MATERIALS, APPLIANCES, EQUIPMENT AND/OR FIXTURES OF SUBSTANTIALLY EQUAL OR BETTER QUALITY. ALL DIMENSIONS ARE APPROXIMATE AND SUBJECT TO NORMAL CONSTRUCTION VARIANCES AND TOLERANCES. SQUARE FOOTAGE EXCEEDS THE USABLE FLOOR AREA. DEVELOPER RESERVES THE RIGHT TO MAKE CHANGES IN ACCORDANCE WITH THE TERMS OF THE OFFERING PLAN. PLANS AND DIMENSIONS MAY CONTAIN MINOR VARIATIONS FROM FLOOR TO FLOOR.*



WE ARE PLEDGED TO THE LETTER AND SPIRIT OF THE U.S. POLICY FOR ACHIEVEMENT OF EQUAL HOUSING OPPORTUNITY THROUGHOUT THE NATION. WE ENCOURAGE AND SUPPORT AN AFFIRMATIVE ADVERTISING AND MARKETING PROGRAM IN WHICH THERE ARE NO BARRIERS TO OBTAINING HOUSING BECAUSE OF RACE, COLOR, RELIGION, SEX, HANDICAP, FAMILIAL STATUS OR NATIONAL ORIGIN.

ELLE is a trademark owned by HACHETTE FILIPACCHI PRESSE SA, France.

DISPONIBLE EN DIOR.COM

j'adore

THE NEW INTENSE



EL NUEVO PERFUME INTENSO

DIOR