

www.instyle.es

Instyle

Nº 249 • ABRIL 2026

En portada
**INMA
CUESTA**

Minitendencias

**PEQUEÑAS
GRANDES IDEAS
PARA VESTIR A
LOS NIÑOS
DE PRIMAVERA**

TODO PARA EL PELO

**QUÉ INGREDIENTES
FUNCIONAN Y CÓMO.
DESDE EL CUERO
CABELLUDO A
LA MELENA**

*Las piezas
que suman*

ACCESORIOS

**BOLSOS, ZAPATOS
Y JOYAS
PENSADAS PARA
CADA ESTILO**

ESPAÑA 4 € • CANARIAS 4,15 €



8 428019 000538

00249



CHANEL



A photograph of a dog's head, possibly a golden retriever, peering out from a dark opening in a light-colored, textured rock wall. In the foreground, there are several cushions and a blanket. One cushion has a red and white striped pattern, another is plain white with the word 'WIR' written in red cursive script, and a third is a solid dark red color. The scene is lit from the side, creating strong shadows and highlights.

MARINA
RINALDI



50

ACTRIZ DE MODA

Marta Etura lleva top de Mango; pantalón, de Louis Vuitton, y anillo de Simuero.

Abril

SUMARIO

- 8** EDITORIAL
Carta de la directora.
- 12** HOT LIST
Lo más destacado de abril.
- 18** EL DESEO
Lujo en relieve.

TEMA DE PORTADA

- 22** INMA CUESTA
Los misterios de Inma.

MODA

- 34** CAER EN GRACIA
Moda con mucho flow.
- 42** BENDITA PRIMAVERA
Especial accesorios.
- 50** MARTA ETURA
Cine y conciencia.
- 56** ENTRAR EN DETALLE
Complementos (y trucos de estilo) que marcan la diferencia.
- 62** EL DISEÑADOR Y SU MUSA
Eva Dimas y Victoria Mitjans (SIMORRA) y Blanca Arimany.
- 68** ACIERTOS
Historia americana.
- 74** OTRA OPORTUNIDAD
Revival 2000.
- 78** LA WISH LIST DE...
Isabelle Aberman.

- 79** DÍA Y NOCHE
Paisley & ballet fit.
- 81** EL IMAGINARIO DE ROSALÍA
Sus imprescindibles.

ESPECIAL NIÑOS

- 82** AIRE LIBRE
Outfits in & out.
- 88** EXPLORADORES DE ESTILO
Nos vamos de compras.
- 90** LO HEMOS PROBADO
Mimos para su piel.

BELLEZA

- 94** BAJO CONTROL
Tratamiento integral de tu melena.
- 100** VOLVER A LA RAÍZ
Cuidados de (y con) cabeza.
- 104** EL PERFUMISTA
QUE EMBOTELLÓ LA LUZ
Jaques Cavallier-Belletrud,
nariz de Louis Vuitton.
- 106** EL EXPERTO
Juandiegoteo.
- 108** LO HEMOS PROBADO
Fotoprotector solar.
- 106** EL NÚMERO ETERNO
Chanel N°5,
un éxito que no cesa.

LIFESTYLE

- 113** LA AGENDA DE MARZO
Citas indispensables.
- 116** SANDRA DELAPORTE
A flor de piel.
- 120** BIBLIOTECA DEL MES
Libros que querrás leer.
- 121** SERIES
Nos vamos de estreno.
- 122** HOMBRE CON ESTILO
Tamar Novas.
- 124** DOS HOTELES,
DOS CIUDADES
En la diversidad está el destino.
- 126** NEWS
Última hora de moda,
belleza y living.
- 130** VALOR SENTIMENTAL
Luisa Mayol.



LA PORTADA

Tops de Sybilla.
Falda de Frankie Shop.
Joyas de Cleopatra's Bling.

Fotografiada para InStyle por
Rubén Vega.
Realización
Cristina Pérez-Hernando.
Maquillaje y peluquería
Paula Soroa.

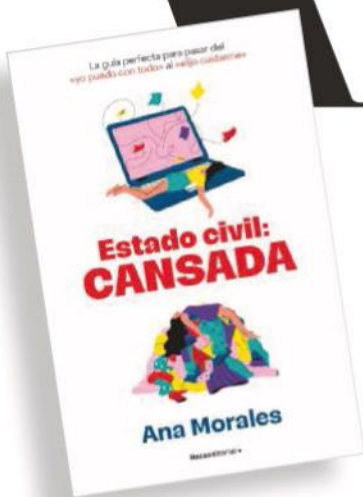


SIMORRA

ABRIL 2026

**Guapa, lista
y buena madre**

En *Estado civil: cansada* (Roca Editorial), la periodista Ana Morales describe cómo nos han vendido la moto del 'podemos con todo'. Abajo, Michelle Pfeiffer, madre sobrepasada en *Un día inolvidable*.



www.instyle.es



CANTAL CEÑA
Directora de *InStyle*

Estoy segura de que muchas se van a sentir identificadas con las mujeres que protagonizan este número de abril de *InStyle*, empezando por Inma Cuesta, la actriz de nuestra portada, que vuelve con varios estrenos bajo el brazo, entre ellos la serie *Si es martes, es asesinato* (el 31 de marzo en Disney+). Todas tienen algo en común, y es que la vida no es como nos la habían pintado. La mayoría de los días son una auténtica carrera por llegar a todo. Mientras estiramos las horas como si fueran chicle, la cabeza nos juega malas pasadas: del síndrome de la impostora a los complejos físicos, como si nunca se fuera lo bastante joven o se estuviera lo suficientemente delgada. Y todo sin quejarnos, no sea que al resto le parezca mal. “Me di cuenta de que cuanto más intentaba agradar más me abandonaba a mí, reconoce Sandra Delaporte, a la que entrevistamos con motivo de la publicación de su libro *Del barro al poema* (Lunweg). También hemos hablado con la actriz Marta Etura, que estrena *Calle Málaga*, y opina en la misma línea. “Es importante que aprendamos a ser conscientes de que estamos llenos de luces y de sombras y que nos abstraigamos de este mundo en el que todo el foco está puesto en lo bonito. No se puede estar alegre siempre”. Si a todo ello le sumamos la maternidad, la ecuación se complica. La misma Inma Cuesta lo reconoce: “Mi última serie ha sido uno de los rodajes más duros de mi vida, porque me iba a trabajar sin dormir, como les pasa a tantas otras madres. Pero luego he visto el resultado y la verdad es que no se nota, que es lo importante”. En su caso está justificado, su personaje no puede tener cara de madre que no duerme. Pero nosotras, que no interpretamos ningún papel, sí podemos. Porque en general nuestra situación vital es como el título del libro *Estado civil: cansada*, de mi compañera de profesión Ana Morales. Una lectura muy recomendable que a muchas nos ha hecho quitarnos esa culpa que llevamos a cuestas de forma alarmantemente injusta.

Cantal Ceña

TODAS LAS NOVEDADES EN NUESTRA WEB: www.instyle.es INSTAGRAM @instylepain

EL CORTE INGLÉS, S.A. C/ Hermosilla 112, 28009 Madrid

YA ES PRIMAVERA

El Corte Inglés

Adriana Lima de Woman Fiesta

InStyle

DIRECTORA EDITORIAL FEMENINAS Y DECORACIÓN ALTA GAMA Empar Pietro

DIRECTORA Cantal Ceña cantal-cena@rba.es

SUBDIRECTORA Y EDITORA DE BELLEZA Raquel Peláez raquel-pelaez@rba.es

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

REDACTORA JEFE Chus Salido chus-salido@rba.es

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

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

EDITORA WEB Diana Matilla diana-matilla@rba.es

REDACTORA WEB Patricia Lizeviche patricia-lizeviche@rba.es

COLABORADORES Cristina Pérez-Hernando, Piluca Valverde (Moda), Carlos Megía, Sara Trueba, Laura García del Río, Álvaro Fernández-Espina (Redacción), Gloria Espí, Lauren Izquierdo, Olga Tamarit, Rocío Ponce, Claudia Pérez, Mónica Heras, Cristina Vila, Celia Crespo, Sophie Fernández (Web), Rubén Vega, Danniell Rojas (Fotografía), Ángela del Val, Irene San Martín (Producción).

REDACCIÓN Méndez Álvaro 56, 5ª planta. 28045 Madrid. Teléfono: 91 510 66 00. E-mail: instyle@rba.es

RBA BRANDS

CEO ENRIQUE BLANC

DIRECTOR DE NEGOCIO DIGITAL Serafín González

MADRID

DIRECTORA DE OFICINA Arantxa Sánchez

DIRECTORAS DE PUBLICIDAD Belén González, Belén Pérez-Bedmar

SUBDIRECTORA DE PUBLICIDAD Silvia Montalbán

JEFA DE PUBLICIDAD Juncal Utrilla

COORDINADORA DE PUBLICIDAD Yolanda Trigueros

PUBLICIDAD MADRID Méndez Álvaro 56, 5ª planta. 28045 Madrid. Teléfono: 91 510 66 00. E-mail: publimad@rba.es

BARCELONA Y LEVANTE:

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

COORDINADORA DE PUBLICIDAD Ivana Stelmaszewski

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

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

RBA REVISTAS

PRESIDENTE RICARDO RODRIGO

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

DIRECTORA GENERAL DE MARKETING Y COMERCIAL Berta Castellet

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

DIRECTOR DE PRODUCCIÓN Ramón Fortuny

INSTYLE US

EDITOR-IN-CHIEF SALLY HOLMES

DOTDASH MEREDITH INTERNATIONAL

ASSISTANT MANAGER, INTERNATIONAL LICENSING Angelica Cruz

EXECUTIVE DIRECTOR, LICENSING OPERATIONS Paul Ordonez

VICE PRESIDENT, BUSINESS + STRATEGY Joy Evans

©Madrid 2026 RBA Revistas S.L. TI Gotham Inc. Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de cualquier información gráfica o escrita sin la autorización de la Dirección. InStyle no se hace responsable de la opinión de sus colaboradores, en los trabajos publicados, ni se identifica necesariamente con la misma. El nº 249 de InStyle España es propiedad exclusiva de RBA Revistas S.L.

© RBA REVISTAS, S.L. 2026

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

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

DISTRIBUCIÓN: LOGISTA PUBLICACIONES **IMPRIME:** Rotocobri S.A. **DEPÓSITO LEGAL:** B-6238-2012 **EDICIÓN:** 08/2026 **PRINTED IN SPAIN. ISSN** 1698-4544 **ISSN DIGITAL** 2938-6063 **ATENCIÓN AL LECTOR** Email: clientes@rba.es **SUSCRIPCIONES** Email: suscripciones@rba.es





ELENA MIRÓ

DESDE SIEMPRE, YO MISMA

hot list

TODAS LAS NOVEDADES QUE VAN A MARCAR TENDENCIA

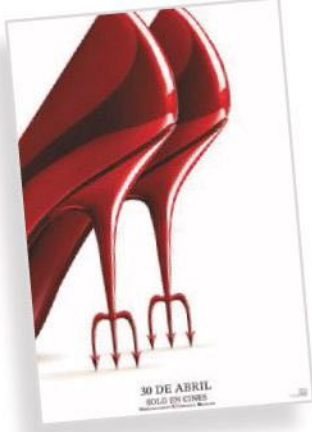
Reina de **ESTILO**

Este abril se conmemora el centenario del nacimiento de la reina Isabel II y Buckingham Palace lo celebra, entre otros eventos, con la exposición

Queen Elizabeth II: Her Life in Style,

una recopilación de los muy fotografiados looks que la monarca paseó durante las diez décadas de su vida. Cerca de 200 piezas (entre ropa y accesorios), bocetos y hasta cartas manuscritas se podrán ver en The King's Gallery hasta octubre. Información y entradas en la web rct.uk.





Working Girl DE CINE

Nos inspiramos en la nueva entrega de **El diablo viste de Prada** (estreno el 30 de abril) para encontrar nuestros looks de oficina favoritos. Desde las elecciones de la más osada Andy al impecable chic de Emily pasando por los pluscuamperfectos outfits de Miranda, sus armarios son lección (de elegancia).

Anne Hathaway es Andy



Majorica Collar de perlas doble; (majorica.com).
Zara Pañuelo; (zara.com).
Dior Bolso grande *Diorly*; (dior.com).
Alexander McQueen Blazer y pantalones de traje; (alexandermcqueen.com).
Tintoretto Cinturón con hebilla abierta; (elcorteingles.es).

Meryl Streep es Miranda

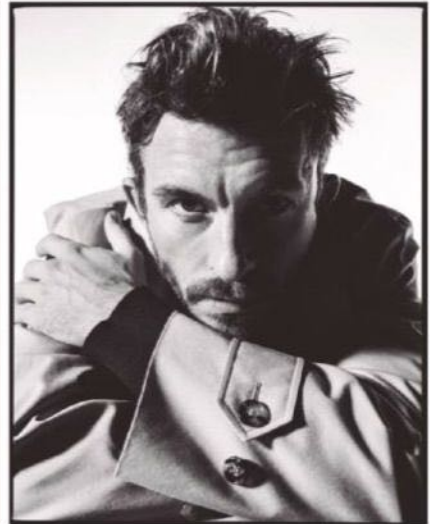


Dolce & Gabbana Gafas de sol modelo *Marlene*; (dolcegabbana.com).
Max Mara Gabardina abierta; (es.maxmara.com).
Luxenter Pendientes con acabado en oro amarillo circonita; (luxenter.com).
Prada Zapatos destalonados de charol; (prada.com).

Emily Blunt es Emily



Moliane Pulsera; (moliane-studio.com).
Karl Lagerfeld Camisa sin mangas; (karllagerfeld.com). **Christian Louboutin** Bolso; (eu.christianlouboutin.com).
Adolfo Domínguez Falda con doble cintura; (adolfo Dominguez.com).
Roberto Cavalli Mules con serpiente en el tacón; (robertocavalli.com).



TRIBUTO A UN CLÁSICO

Nacido como prenda para la soldadesca y canonizado por el cine gracias a Humphrey Bogart y su *Casablanca*, el trench de Burberry cumple 70 años y lo hace con una campaña -*The Trench, Portraits of an Icon*- fotografiada por Tim Walker y protagonizada, entre otros, por Kate Moss, Kristin Scott Thomas o Jonathan Bailey (es.burberry.com).

Todo vuelve

Fueron creados en 2010 por Pier Paolo Piccioli y Maria Grazia Chiuri y ahora tienen su come-back gracias a la mirada de Alessandro Michele, director creativo de Valentino. La colección **ROCKSTUD** pisa fuerte sobre la alfombra roja (y promete volver a ser best seller).



Dakota Johnson
Ha sido la primera en llevarlos. Los nuevos Rockstud de Michele pertenecen a la colección Pre Fall 26 y pronto llegarán a tiendas.

Tachuelas y lunares
Entre el folclore y el rock and roll se encuentra este modelo de zapato con tacón de 10 cm (valentino.com).



BESOS QUE SABEN A CINE

Con su llamativo remolino de purpurina amarilla y blanca y su acabado brillante, el nuevo labial *Popcorn Bomb*, de Essence, evoca en los labios el aroma de las palomitas. Sin sensación pegajosa, 1,89 €; (essence.eu).



Viktor & Rolf
Denim sobre denim para unas bermudas que son más de lo que parecen; (viktor-rolf.com).



Pantalón
Boggy con print, de Pull & Bear; (pullandbear.com).



KEGELS



Jersey
Con dibujo de mangas, de Moschino; (moschino.com).

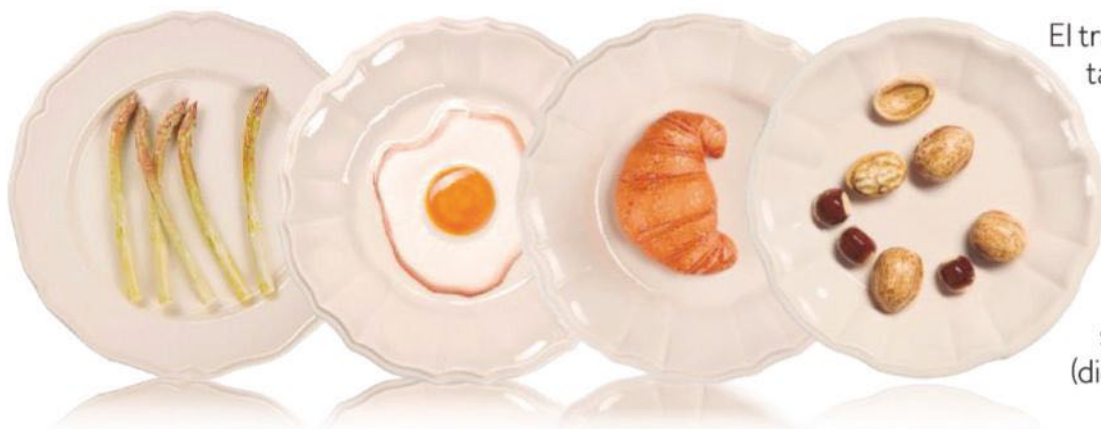
Bolso
Con print vaquero y de candado; (acne-studios.com).

MOSCHINO

Prácticamente MAGIA

“Trampa o ilusión con que se engaña a alguien haciéndole ver”. Esa es la definición que recoge la RAE de la palabra **trampantojo** y a ella se remite la moda para desplegar sus encantamientos y jugar con la realidad creando prendas que no son lo que aparentan. Joyas parecen, pintura sobre piel es; *cartoons* que decoran look más formales... Moschino, Gaultier o Chanel han hecho suyo este despliegue de ilusionismo que hechizó en la pasarela y embruja en el *street style*.

La moda se sienta a la mesa



El trampantojo se traslada también a la vajilla con la colección **Trompe l'oeil** de Dior Maison, platos ‘enriquecidos’ con alimentos y elementos cotidianos. La ficción sí supera a la realidad (dior.com).



ALEXANDER MCQUEEN

ZIMMERMANN

VICTORIA BECKHAM

TOD'S

HERMÈS



CHANEL

Tira por lo bajo (y acierta)

Marcó una generación en la cultura pop y la pasarela decide que esta primavera es momento de rescatarlo. El tiro bajo (*low rise*) nació en los años 2000, tuvo un conato de vuelta en 2019 y ahora da la cara con el descaro que le caracteriza. ¿La diferencia? Ya no acompañan siluetas estrechas y pantalones pitillo. Alejándose de la estética Y2K, faldas *midi* o a la rodilla y pantalones de vestir se apoderan de él (Chanel, Victoria Beckham y Hermès dixit).

CULTO A LOS 2000

Ellas -Keira Knightley, Britney Spears, Gigi Hadid, Christina Aguilera- los llevaron con tops minúsculos y *piercing* en el ombligo. Este uniforme se hizo global y hoy se redescubre con más soltura y *bralettes*.



Paso ultrafino

Antagonistas de las chunky, las **zapatillas slim**, también llamadas *sneakerinas*, suben al podio *fashion* en **2026**.



HOFF BRAND

Modelo *Bridge* en satén terracota; (thehoffbrand.com).



PRETTY BALLERINAS

Sneaker blue con piel metalizada y suela de goma flexible; (prettyballerinas.com).



JIMMY CHOO

Zapatilla rosa con encaje transparente; (jimmychoo.com).



GEOX

Zapatilla baja de piel; (geox.com).



MIU MIU

Zapatilla *Gymnasium* ultrafina con suela de alpargata; (miumiu.com).



BIEN ATADO

Hermès lo sublimó (ese *Birkin...*) y hoy firmas como Moschino, Miu Miu o Prada lo convierten en *must*. El bolso *belted* reivindica su legado y reimagina su diseño.

1. *Shuffle* en rafia y piel, de Balmain; (es.balmain.com).
2. *Puzzle Biker* en piel, de Loewe; (loewe.com).
3. Bolso de mano *Shoulder Broche*, de Osoi; (osoi.co.kr).
4. Modelo *Tie Me*, en napa, de Moschino; (moschino.com).
5. Bolso *Voyou* en ante, de Givenchy; (givenchy.com).

Un volumen... salvaje

La nueva máscara de Rabanne potencia tu mirada más feroz con una intensidad dramática y una fórmula enriquecida para cuidar cada pestaña.

EYEPHORIA XXXL, DE PACO RABANNE. 32 €; (rabanne.com).



Lujo en relieve

DE LAS PRIMERAS TUBERÍAS DE GAS SURGIÓ UNA TÉCNICA JOYERA ÚNICA; DEL TRENZADO EN RATÁN BEBE J.W. ANDERSON PARA INSPIRAR UN NUEVO BOLSO Y DEL AROMA LIMPIO DE SU FRANGANCIA ORIGINAL EMANA EL ÚLTIMO PERFUME DE LOEWE. ESTA ES LA HISTORIA DE TRES OBJETOS CON SAVOIR-FAIRE.

textos **SARA TRUEBA Y RAQUEL PELÁEZ**
fotografía **DANNIEL ROJAS** realización **PILUCA VALVERDE**

Bulgari

Alma industrial

Fue en 1948 cuando la casa romana comenzó a experimentar con un diseño de pulsera flexible y envolvente para su primer reloj *Serpenti*. El auge del diseño industrial facilitó la inspiración y así nació *Tubogas*, en honor a la tubería de gas empleada en la década de los 20.

Vanguardista desde su nacimiento

Hoy, dos señas de identidad de Bulgari, el oro amarillo y la técnica de las joyas *Tubogas*, resurgen en esta pulsera. Sus rayas en oro entrelazadas sin soldadura y sus tachuelas de diamantes ofrecen una versión ultramoderna realizada con el mismo arte de siempre.

Creatividad italiana, estilo ecléctico

Las nuevas creaciones *Tubogas*, entre las que se incluye esta pulsera, combinan comodidad con tradición artesanal, haciendo gala de más de 140 años de historia y amor por el detalle (bulgari.com).



Dior

Ha nacido un nuevo icono

Se llama *Crunchy* y es una de las creaciones de J.W. Anderson para esta primavera. Interpreta el motivo *cannage* (trenzado de ratán típico de las sillas) y se distingue por su silueta contemporánea y flexible de gran versatilidad.

Textura 'crujiente'

Imagina qué sentirás al tocarlo. Aunque la vista ya ofrece una idea de la sensación gracias a su tridimensional gráfica, es el sentido del tacto y el grano sutilmente arrugado el que catapultó este diseño hacia un lugar nuevo.

El arte de resaltar

Cada detalle está estudiado para que la funcionalidad no se escape de la intención estética. Disponible en dos tamaños y varios colores, las asas multiplican sus usos y el logo camuflado en las anillas da buena cuenta del lenguaje de esta nueva era de la casa Dior (dior.com).



Loewe

Con tradición de aire puro

Equilibrada y contemporánea, *Loewe Aire Sutileza Elixir Eau de Parfum* reinterpreta la fragancia original *Loewe Aire Sutileza* con una mayor concentración de aceites esenciales.

Elegancia nada invasiva

Este elixir floral, afrutado y almizclado, combina notas de pera, bergamota y limón con toques de flor de azahar, jazmín sambac y magnolia para desplegar un aroma tan delicado como exclusivo.

Arte para los sentidos

El perfume aparece encapsulado en un frasco de vidrio translúcido con un degradado en tono verde, haciéndose eco del que envuelve a la fragancia original, culminado por un tapón de madera wengué (perfumesloewe.com).



Transforma la luz en movimiento infinito



Descubre la tecnología Eco-Drive

El sistema Citizen Eco-Drive transforma cualquier fuente de luz en energía infinita, eliminando la necesidad de cambio de batería. Eficiencia ecológica y prestaciones duraderas: el futuro ya está en tu muñeca.

www.citizen.es



SISTEMA

Eco-Drive®

CITIZEN®

LOS MISTERIOS DE Inma

Todos esconden algo en la serie *Si es martes, es asesinato* (31 de marzo en Disney+), pero fuera de la ficción, su protagonista, INMA CUESTA, decidió hace tiempo que lo de esconderse no iba con ella. Con la intérprete hablamos sobre su regreso a los platós tras la maternidad o la relación con su imagen a lo largo del tiempo.

por CARLOS MEGÍA

fotografía RUBÉN VEGA

realización CRISTINA PÉREZ-HERNANDO

Ferragamo
Total look
pijama satinado:
(ferragamo.com).



The Frankie Shop
Bomber roja en satén;
(thefrankieshop.com).
Cleopatra's Bling
Criolla torque griego;
(cleopatrasbling.com).

Anillo, de la actriz.





Pedro del Hierro
Traje de chaqueta
en cuadros vichy;
(pedrodelhierro.com).
Cleopatra's Bling
Pendientes dorados;
(cleopatrasbling.com).
Weekend Max Mara
Palas metalizadas;
(es.maxmara.com).

Mans
Chaqueta morada
y camisa de chorrera;
(mansconceptmenswear.com).

Zara
Pantalón de pinzas;
(zara.com).

Cleopatra's Bling
Pulsera dorada;
(cleopatrasbling.com).

Aquazzura
Sandalias;
(aquazzura.com).



“

No me arrepiento de nada ni hay cosas que debería haber cambiado. Soy una persona que ha trabajado mucho psicológicamente, no paso por la vida de puntillas”.

-INMA CUESTA



Celine
Vestido y capa
en crepé naranja;
(celine.com).



Tory Burch
Top de algodón;
(toryburch.com).

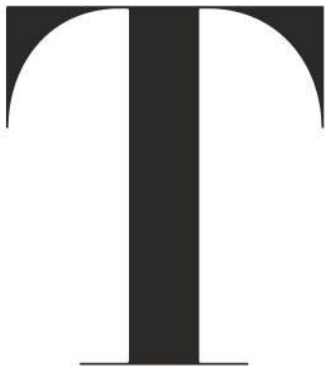
**Maquillaje y
peluquería**
Paula Soroa
(Ten Agency).

**Asistente
de realización**
Irene Caro.

**Asistente
de fotografía**
Mario Val.

Agradecimientos
Tiempo.madrid
(Antonio Maura I0;
tiempo-madrid.com).





odo viaje encierra una promesa y, a veces, también un misterio. En *Si es martes, es asesinato* (el 31 de marzo en Disney+), un grupo de turistas llega a Lisboa y acaba envuelto en una trama donde todos parecen tener algo que ocultar. En el centro está Inma Cuesta

(Valencia, 45 años), una de las intérpretes más queridas de su generación –de *La voz dormida* a *La novia*, ahora también a las puertas de sumarse al fenómeno global de *Berlín*– que regresa a la pequeña pantalla con un personaje atravesado por la pérdida y la sospecha. La serie, además, marca un punto de inflexión en su vida: fue el primer rodaje tras el nacimiento de su segundo hijo y la experiencia, asegura, resultó tan exigente como reveladora. “Una pequeña hecatombe familiar”, añade con honestidad. Porque, mientras en los relatos sobre crímenes nadie es quien dice ser, ella ha construido su carrera sin necesidad de ocultarse: a la vista, sin trucos, sin máscaras.

¿Qué nos puedes contar sobre tu personaje en *Si es martes, es asesinato*? Interpreto a Alicia, una policía que está de baja porque su sobrina desapareció en un parque y fue secuestrada. Ella sigue buscándola y sospecha que alguien del grupo puede estar implicado. Es muy Agatha Christie: nadie ni nada es lo que parece y todos ocultan algo. Nos iban dando los guiones poco a poco y descubrimos quién era el asesino al mismo tiempo que el espectador.

Al director de la serie, Salvador Calvo, le has dado las gracias por convertir la experiencia en “un viaje inolvidable”. Fue el primer trabajo que hice después de ser madre. Tuve la suerte de estar bastante tiempo con mi hijo, y este rodaje llegó cuando él tenía casi un año. Creo que lo cumplió en Lisboa. Fue un reto impresionante, sobre todo, porque no dormía. Ha sido uno de los rodajes más duros de mi vida porque me iba a trabajar sin dormir, como les pasa a tantas otras mujeres que son madres. Pero luego he visto el resultado y la verdad es que no se nota, que es lo importante.

“Siempre he intentado ser fiel a lo que soy. Todas tenemos nuestros complejos, pero no pretendo ser otra cosa”.

Aprovechabas para estar con tu hijo durante las noches... Claro, me lo tuve que llevar. Fue una pequeña hecatombe familiar. Pero tuve mucha suerte con el reparto, unos compañeros de viaje maravillosos, y con Salvador. Él sabía el esfuerzo que me suponía, que no descansaba nada. Me mandaba mensajes diciéndome que lo estaba haciendo muy bien, que estaba increíble y me daba las gracias.

Y en la vida de Inma Cuesta, ¿qué haces sí o sí los martes? Los martes no tenemos extraescolares, así que hay tarde libre. Solemos dar un paseo, vamos a la biblioteca...

También entreno. Me viene muy bien, porque mantener una rutina de deporte mientras ruedas es complicado. Le he cogido el gusto; cuando no lo hago no me siento bien. Me ayuda sobre todo a nivel psicológico, a estar activa.

La serie presume de un grupo de turistas muy diverso: solteros, parejas, jóvenes, adultos... ¿Un rodaje se parece a eso, a una comunidad formada por gente muy distinta? Sí, totalmente. En tu vida normal quizá no harías una amistad tan profunda con alguien con quien te llevas tanta edad, pero allí se crean unas conexiones muy intensa. Ellos salían más que yo, tengo que decir, se lo disfrutaron mucho, a mí me tocaba quedarme en casa con el niño... Vi muy poco de Lisboa, tengo ganas de volver.

Los portugueses utilizan mucho la palabra *saudade* para calificar ese sentimiento cercano a la nostalgia y la melancolía. ¿Eres de las que echan de menos? Una vez una psicóloga me dijo que las personas se diferencian entre las nostálgicas, que suelen mirar al pasado, y otras que ansían el futuro. Yo soy más de mirar atrás, no me angustio por lo que vendrá. Intento estar lo máximo en el presente y aceptar lo que no se puede cambiar, pero sí, soy bastante nostálgica.

Y cuando miras atrás, ¿estás contenta con lo que ves? Muchísimo. No me arrepiento de nada ni hay cosas que piense que debería haber cambiado. ¿Sabes qué pasa? Soy una persona que se ha trabajado mucho psicológicamente, no paso por la vida de puntillas; si me equivoco, me gusta reflexionar. He hecho muchos tipos de terapias diferentes, me analizo y analizo lo que me rodea.

Te voy a hacer mirar al pasado porque hace veinte años rodabas tu primera película, *Café solo o con ellas*. ¿Qué recuerdo guardas? Pues que era un personaje chiquitito y yo también era muy pequeña... (ríe). Estaba haciendo *Hoy no me puedo levantar*, que era un éxito absoluto, y recuerdo no tener prisa ni por llegar a un sitio concreto ni por hacerme famosa. Mi deseo era trabajar como actriz, pero no tenía una obsesión por hacer cine. Las oportunidades fueron llegando poco a poco. Recuerdo que la historia no me encantaba del todo y le dije a mi representante que no estaba convencida. Pero era una buena manera de empezar, el director era majísimo y estaba con compañeros que conocía, así que acepté.

Tras *Hoy no me puedo levantar* no has hecho tanto musical. Después estuve en *¡Ay, Carmela!*, dirigida por Andrés Lima, que también tenía parte musical y cantaba. Me apetece mucho hacer teatro, pero no ha llegado el momento todavía. A veces compaginarlo con el cine o la televisión es muy

difícil: es vivir solo para trabajar, y a mí también me gusta vivir. Si trabajas de lunes a viernes haciendo una serie y tienes teatro el fin de semana, te pasas la semana trabajando...

Al recoger un premio reciente en el festival Abycine decías que aún te quedaban muchos éxitos y fracasos por vivir. ¿A qué llama fracaso una actriz? Quizá a no trabajar durante mucho tiempo, a que no te llamen. A mí no me ha pasado, pero podría pasar. Más que fracasos, me refería a las subidas y bajadas. Esta es una carrera de fondo. Hay momentos en los que estás en la cúspide, pero duran poco, cinco o seis meses, y luego le toca a otra persona. Y cuando te encuentras en ese pico de éxito tampoco lo disfrutas tanto porque ni tú misma te enteras. Yo he vivido momentos de mucha popularidad y luego pasan. Forma parte de la profesión.

También tienes pendiente el estreno de la segunda temporada de *Berlín* (15 de mayo en Netflix). ¿Dudaste antes de unirse a una serie que tiene tantos millones de seguidores? No lo pensé demasiado. Con la edad, esas cosas te afectan menos. Es una serie muy potente a nivel mundial y hablé mucho con Pedro (Alonso) al respecto, pero me ofrecieron un personaje que era un caramelo. Candela es una ladrona con mucho carácter, arte y gracia. Lo he disfrutado; lo que pase después ya no depende de ti.

Mientras estudiabas arte dramático hacías pendientes y bolsos con los retales de tu padre, que era tapicero, para sufragar los gastos. ¿Has seguido haciéndolo? Pendientes y ese tipo de cosas no, pero me encantan las manualidades. Hago un poco de todo: collage, dibujo, cerámica... Hace poco me apunté a un curso de ramos de flores; me parecía un arte muy bonito e interesante. Todo lo que sea creativo y con las manos me gusta mucho.

Fuiste una de las primeras actrices españolas en denunciar públicamente el abuso del Photoshop. ¿El gesto abrió una grieta o el sistema lo ha disimulado bien? Hace poco un fotógrafo conocido me dijo una cosa preciosa: "Te tengo que dar las gracias porque, aunque no lo creas, hubo un antes y un después de aquello". Muchos se pararon a pensar por qué hacían eso. A algunos les sentó mal, pero a otros les hizo reflexionar. Para mí era algo que llevaba tiempo pasando. Al principio no entiendes por qué lo hacen, pero sí sabes que no te gusta que te dejen el brazo a la mitad si tú lo tienes más gordito. Yo exploté en ese sentido, aunque nunca pensé que alcanzaría la dimensión que tuvo. Creo que al menos deberían preguntar antes de hacerlo.

¿Te sientes hoy más libre y dueña de tu imagen? Me siento tranquila con el paso del tiempo. La presión sigue ahí, pero, por suerte, el móvil y las redes sociales llegaron a mi generación mucho más tarde. Si las hubiese tenido con dieciocho años habría sido durísimo. Aun así, siempre he intentado ser fiel a lo que soy. Todas tenemos nuestros complejos, pero no pretendo ser otra cosa. Escuché a Miren Ibarguren decir que si todas las mujeres del mundo estuvieran felices con su cuerpo, la mitad de las empresas quebrarían. Y es verdad. Te pasas la vida preocupándote, diciendo que te sobra de aquí o allí, y luego miras atrás y dices: "¡Pero si estaba buenísima y delgadísima! ¿Cómo pude rayarme por eso?". ■

Muy personal

1 ¿DE QUÉ PELÍCULA TE SABES DE MEMORIA LOS DIÁLOGOS?

De *La novia*, porque me sabía *Bodas de sangre* de memoria desde que estudié Arte Dramático. Y frases sueltas de Almodóvar, como las de *Mujeres al borde de un ataque de nervios*.

2 ¿A QUIÉN LE HAS PEDIDO ALGUNA VEZ UN AUTÓGRAFO O FOTO?

A Concha Velasco. Tuve la suerte de conocerla, pero no llegué a trabajar con ella, que hubiese sido todo un sueño. También a Luz Casal.

3 ¿POR QUÉ CAUSA ESTÁS DISPUESTA A SEGUIR LEVANTANDO LA VOZ?

Por muchas. Por ejemplo, los derechos del colectivo LGTBI+, la sanidad pública o la violencia de género.

4 ¿CÓMO ES TU NOCHE IDEAL?

Mi noche ideal es dormir ocho horas seguidas, no quiero menos. Que me despierte como si me hubiese hecho *Indiba* en la cara.

5 ¿CUÁL ES TU OLOR FAVORITO?

El jazmín.

6 ¿QUÉ CANCIÓN TE HUBIERA GUSTADO CANTAR?

Si tú supieras compañero. Es una copla de toda la vida del disco *Los Ángeles* de Rosalía que me encanta.

7 ¿CUÁL ES EL MEJOR POSTRE?

Mi favorito es el tiramisú, pero también me ha venido a la mente el arroz con leche de mi abuela, que hace años que no lo tomo.

8 ¿QUÉ PRENDA SIEMPRE TE HACE SENTIR TÚ?

Un vaquero, una camiseta y unas zapatillas.

9 ¿QUÉ MODA NO VOLVERÍAS A SEGUIR NUNCA AUNQUE REGRESARA?

Nunca la llevé, pero cuando era adolescente estaban en auge los flequillos abombillados. Era terrorífico; eso no le favorece a nadie.

10 ¿A QUÉ HORA Y EN QUÉ FILA TE ENCONTRAMOS EN EL CINE?

Suelo ir los jueves, que es cuando tengo libre, y a primera hora de la tarde. Me gustan las butacas de la mitad hacia atrás, centradas, aunque con lo chiquitita que soy como se ponga alguien delante...

11 ¿QUÉ MIEDO YA NO TE GOBIERNA?

No lo pienso mucho. Los miedos que tengo siguen ahí y son universales: perder a un ser querido, por ejemplo. Y el de que no te vuelvan a llamar para trabajar supongo que nunca se va del todo.

EL
LUJO
ES UNA MANERA DE ENTENDER LA
VIDA

LA PRIMERA REVISTA PREMIUM DE DISEÑO,
BELLEZA Y ESTILO DE VIDA



EDIT
& LIVE

LA BELLEZA
DEL PAPEL

NÚMERO 1 A LA VENTA EL 24 DE MARZO
DISPONIBLE EN QUIOSCOS Y LIBRERÍAS SELECCIONADAS

RBA

moda

TENDENCIAS, SHOPPING Y
LAS NOTICIAS MÁS FASHION

SUEÑOS SON

Siluetas en movimiento, tonos empolvados que aportan calma y equilibrio y el chic francés como referente definen una primavera donde los detalles, más que en los accesorios (que también), se revelan en los trucos de estilo.





Caer en gracia

Drapeados de gala que descienden libres y en cascada, abullonados arquitectónicos y pliegues envolventes se relajan para el día a día, llenando el espacio y dibujando siluetas inéditas.

fotografía

RUBÉN VEGA

realización


CRISTINA PÉREZ-HERNANDO



Loro Piana Top en seda y falda de seda drapeada; (loropiana.com). **Church's** Zapatos de charol; (church.com).
Louis Vuitton Collar; (es.louisvuitton.com).

En la página izquierda:

Louis Vuitton Vestido envolvente drapeado y plisado; (louisvuitton.com).
Celine Pendientes con cuentas de cristal; (celine.com).



Gabriela Hearst
Vestido de lino;
(gabrielahearst.com).
Theodóre
Pendiente *Juliette*
bañado en oro;
(about-theodore.com).

Loewe

Vestido negro con
asimetrías multicolor
y medias bicolor;
(loewe.com).

Celine

Pendiente;
(celine.com).

Giorgio Armani

Brazaletes rígidos;
(armani.com).





Sportmax
Vestido de punto
técnico y pantalones;
(sportmax.com).
Theodóre
Pulsera y pendiente en oro;
(about-theodore.com).



Dior

Falda de gasa abullonada con lazos negros llevada a modo de vestido; (dior.com).

Loro Piana

Bailarinas de terciopelo; (loropiana.com).

Theodóre

Pulsera bañada en oro y pendiente de aro; (about-theodore.com).



Doblas Top drapeado de lunares con hombreras; (carlosdoblas.com).
Celine Minifalda de viscosa y pendientes con cuentas de cristal; (celine.com).
Giorgio Armani Brazaletes rígidos; (armani.com).

Chanel

Vestido de seda bicolor asimétrico y pendientes en resina y strass; (chanel.com).

Loro Piana

Bailarinas de terciopelo; (loropiana.com).

Maquillaje y peluquería

Manu Fernández (Cool Producciones).

Asistente de realización

Irene Caro.

Asistente de fotografía

Adrián Ramos.

Modelo

Juliet Williams (Next Management).



ESPECIAL ACCESORIOS

Bendita primavera

LA TEMPORADA SE CIMENTA SOBRE **CUATRO TENDENCIAS** QUE ENARBOLAN LA BANDERA DE LA DIVERSIDAD ESTÉTICA. DESDE EL ESTILO MÁS ROMÁNTICO AL **PREPPY** MÁS 'FORMAL', EL TRUCO ESTÁ EN HACERLAS TUYAS.

por **SARA TRUEBA**

Vivaia
Zapatos *Ciara* transparentes con bordados, 190 €; (vivaia.com).



Fábula etérea

Colores pastel, tules y lazos, joyería romántica y flores se alían para convertirnos en hadas modernas que coordinan elegancia y sensualidad.



Dior
Bolso acolchado con cierre fruncido; (dior.com).



SIMONE ROCHA

Van Cleef & Arpels
Pendientes *Lucky Spring*, 5.300 €; (vancleefarpels.com).





GIAMBATTISTA VALLI



CAROLINA HERRERA



Jennifer Behr
Diadema metálica,
585 €;
(jenniferbehr.com).



Valentino
Sandalias
destalonadas de
terciopelo con
lazo, 890 €;
(valentino.com).



Brooke Shields

Las fotos que se conservan de ella durante la década de los setenta, en plena adolescencia, son epítome de la ensoñación que persigue la tendencia *ethereal core*. Volúmenes, tul, volantes y fluidez destacan su inocencia ¡y nos encanta!



Unión Suiza
Anillo de oro blanco
con diamantes
talla brillante;
(unionsuiza.com).

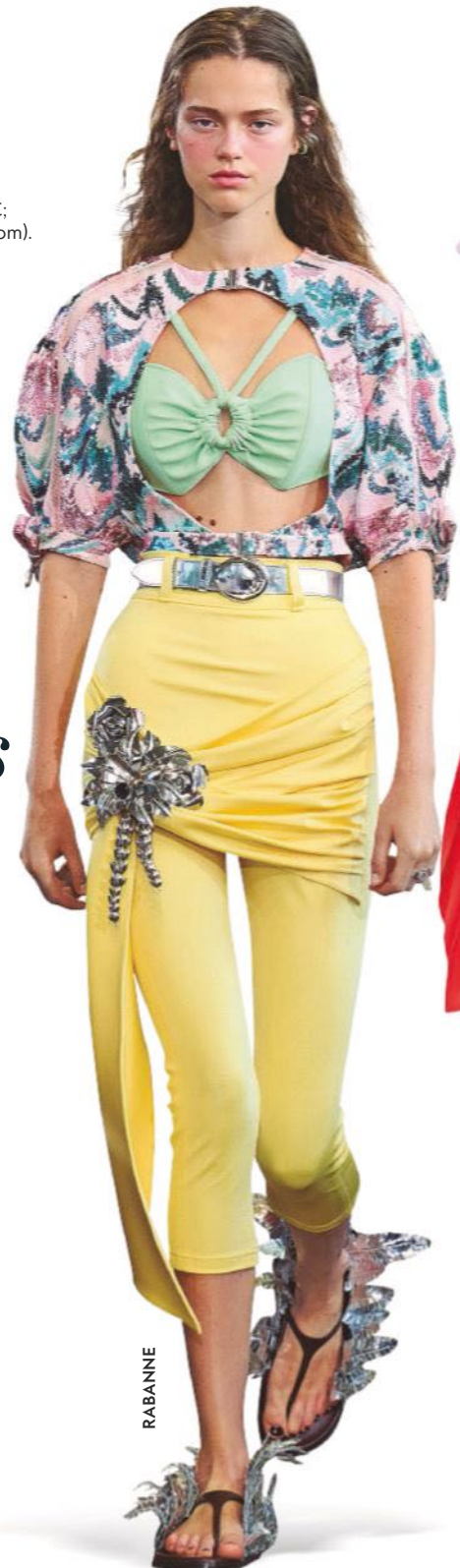
Isabel Marant
Sandalia de cuero con
lazo, 550 €;
(isabelmarant.com).



Chloé
Bolso cisne con
asa de cadena,
4.500 €;
(chloe.com).



Swarovski
Colgante
Idyllia, 330 €;
(swarovski.com).



RABANNE

Romper moldes

Algunos accesorios hablan alto y claro. Audaces, singulares y con espíritu excéntrico, llegan para monopolizar miradas y convertir lo extraordinario en imprescindible.



Tory Burch
Pumps con adorno
metálico, 420 €;
(toryburch.com).



Bianca Jagger & Rosalía

Studio 54 se revolucionaba cada vez que Bianca Jagger aparecía por allí y hoy Rosalía hace lo propio en cualquier alfombra roja. Ambas tienen algo en común: llaman la atención por su talento, pero también por sus elecciones estilísticas, que nunca pasan inadvertidas. En parte, gracias a pequeños gestos en forma de grandes accesorios.



DIOR

Mercules
Bolso Scott con charms de quita y pon, 235 €; (mercules.com).



CHANEL

Phoebe Philo
Broche XL de capas de tul, 950 €; (phoebephilo.com).



Bvlgari
Interpretación del reloj Bvlgari Tubogas de 1974 en oro amarillo, diamantes y gemas de color; (bulgari.com).



Loewe
Bolso bucket con adornos, 6.800 €; (loewe.com).



JW Anderson
Zapatillas sleepers, 690 €; (jwanderson.com).





Jimmy Choo
Gafas de sol Beth con montura recortada y perlas, 360 €; (jimmychoo.com).



Bulova
Reloj Sutton con movimiento de cuarzo, 299 €; (bulova.es).



JIL SANDER

Impecable

El diálogo con el pasado tiene un reflejo en el presente. Construye un armario intelectual con clásicos actualizados y estética vintage.

Bottega Veneta
Tote Barbara color mantequilla, 4.900 €; (bottegabeneta.com).



Dior
Zapato kitten heel con lazo; (dior.com).



Sandy & Kimberly

La imagen de no haber roto un plato define looks de pasarela que nos remiten a referencias del cine como Jo March (*Mujercitas*), la icónica Sandy (*Grease*) o personalidades como la perfecta Kimberley Wallace (Cameron Diaz) en *La novia de mi mejor amigo*. Discretas (y cool), sus accesorios son kitten heels y totes.



CARVEN

Parfois
Bailarinas
cerradas, 40 €;
(parfois.com).



FENDI



Golden Goose
Broche serpiente, 120 €;
(goldengoose.com).



Rue Madam
Bolso neceser, 149 €; (ruemadam.com).



Diadema
de cuadros, 60 €;
(mariadelaorden.com).



Hermès
Bolso Birkin;
(hermes.com).



(Mucho) más vanguardia

Aléjate de lo convencional y súmate a una corriente que elige la mezcla entre lo simple, lo expresivo y lo radical. La palabra moderno se queda corta.



Suot Studio
Charm Pepita
"Protégeme", 95 €;
(suotstudio.com).

Bottega Veneta
Zueco Gondola, 720 €;
(bottegabeneta.com).

Max&Co
Gafas de sol
con efecto
envolvente, 116 €;
(maxandco.com).

Mango
Bolso
escultórico, 80 €;
(mango.com).

LOEWE

Celine
Cinturón con placas metálicas y logos;
(celine.com).



BOTTEGA VENETA



CALCATERRA



P de Paola
Anillo con ojo de tigre, 159 €; (pdpaola.com).



Jil Sander
Bolso rectangular, 15 €; (jilsander.com).



Givenchy
Pendientes con placas metálicas, 550 €; (givenchy.com).



Tilda Swinton

A veces futurista, otras más arquitectónica, pero siempre conceptual, la personalidad estética de la actriz es única y ejemplo gráfico de un armario contemporáneo y rompedor.



Cult Gaia
Sandalia con tacón arquitectónico, 685 €; (cultgaia.com).

MODA

MARTA ETURA



El 1 de abril estrena *Calle Málaga*, película en la que interpreta a la hija de Carmen Maura. Dos generaciones enfrentadas por una casa y hermanadas en un filme que es puro disfrute.

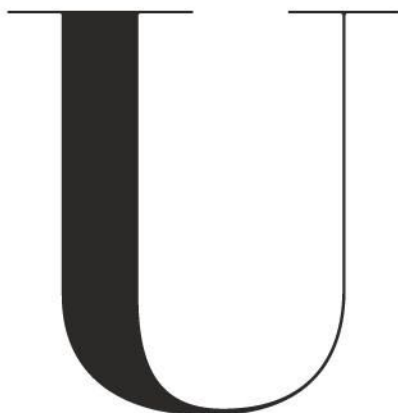
por CHUS SALIDO
fotografía DANNIEL ROJAS
realización PILUCA VALVERDE

Adolfo Dominguez
Chaqueta azul;
(adolfoadominguez.com).

**Michael Kors
Collection**
Pantalón abombado;
(michaelkors.es).

Pág. izda.:
Mango
Top de cuello alto fluido;
(shop.mango.com).





na madre, una hija y una casa que ambas, por motivos distintos, ambicionan. Ellas son Carmen Maura y Marta Etura y el domicilio de la discordia se encuentra en Tánger, la ciudad marroquí a la que la primera considera hogar. “El mío es un personaje muy chiquitito”, nos cuenta Marta (San Sebastián, 1978). “*Calle Málaga* en realidad es ella, Carmen Maura, su personaje y su historia, aunque sí es verdad que la hija desencadena la trama”. Trama donde un conato de desahucio llevará a la madre a redescubrirse a sí misma y a sus vecinos y a vivir una inesperada historia de amor.

Lujazo trabajar con Carmen, ¿no? Ha sido una suerte, sí, porque es una de nuestras actrices más grandes. Como también lo ha sido trabajar con Maryam Touzani, una directora superinteresante con una sensibilidad muy especial, y con el productor, Nabil Ayouch, quien también dirige y hace películas muy, muy buenas. Es un hombre comprometido con los derechos fundamentales que incluso ha creado una fundación en Marruecos para nuevos directores.

La película recuerda a ese cine de antes, pausado y lleno de luz. Maryam tiene un lenguaje con un ritmo muy de cine. Me explico: ahora hemos entrado en ritmos superfrenéticos y parece que todo debe ser *thriller*. El *thriller* está muy bien (a mí me encanta), pero hemos perdido el tempo distinto que tienen algunas narrativas. *Calle Málaga* es una delicia de película, una cinta hecha para disfrutar, enamorarte del personaje y hacer el viaje con él.

Y además trata varios temas que ahora son objeto de debate. Mi personaje aparece con un nivel de desesperación muy grande y es cierto que me quedó la pena de que no se pudiera desarrollar más para entender de dónde viene esa dureza. Las mujeres trabajamos dentro de casa, fuera, nos hacemos cargo de nuestros hijos, de su crianza... son muchas cosas. Clara se separa y ha de responsabilizarse de la economía familiar ella sola, pero no le dan los números porque la vivienda está disparada. Ahí es cuando se ve en la obligación de decir: “Mamá, tenemos que vender la casa; vente conmigo a Madrid”. La madre nació en Tánger y lo que le plantea su hija es irse en sus últimos días, desprenderse de su hogar, algo que le resulta inconcebible. Pero la película también habla de la falta de escucha que hay en la sociedad: la hija no entiende que para su madre irse sería la muerte y la madre tampoco es capaz de ver las dificultades por las que está pasando su hija, porque pertenece a una generación

en la que los maridos trabajaban y ellas solo (aunque ya es bastante) se hacían cargo de la casa.

Hubo un tiempo en el que a las personas mayores se las escuchaba; ahora se las arrincona. Es terrible, porque, aparte, todos vamos a llegar allí. Hemos creado una sociedad que da la espalda a hacerse mayor y en la que todo está asociado a la juventud: la belleza, la vida... Pero la belleza no es juventud, es belleza. Una pena que no se valore la adultez y la experiencia.

Ahí está el cine para poner el dedo en la llaga. Afortunadamente existen muchos creadores que se dan cuenta de que el cine es una herramienta fantástica para hacer ver las cosas. No me gusta esto del cine denuncia, pero sí que se vea como algo capaz de contar historias, de poder vivir la vida de otra persona. Genera empatía, te coloca en los zapatos ajenos y te permite asomarte a vidas que quizás no eras consciente de que existían. A través del cine puedes vivenciar la miseria, el exilio... y así aprendemos. Una cosa es coger un libro y leer una historia y otra que alguien te cuente su experiencia, te hable de su dolor y genere tu empatía. En un mundo tan loco y polarizado es fundamental escuchar y entender al otro.

Hace años dirigiste un corto llamado *Lucía*. ¿Repetirás? Fue una experiencia fantástica gracias a la cual viví lo que más me gusta de esta profesión, que es trabajar en equipo y nutrirme del talento de otros. Y aunque a veces cuando terminas y coges perspectiva te dices que habría cosas que hubieras hecho de otra manera, en general me quedé contenta. Conseguí lo que quería, que se entendiera la importancia de la escucha, pero ahora mismo aún no puedo hablar de cosas que no se han concretado.

¿Dónde se encuentra tu zona de confort? Lo que me da paz es estar con mi hija, con mis amigas, con mi familia... Pasear por la playa de Donosti, subir al monte y conectar con la naturaleza. Volví a vivir ahí porque necesitaba disfrutar del tiempo y en una ciudad tan pequeña puedo ir a recoger a mi hija y pasar muchos ratos con ella. Pero también soy una persona con una

“Hemos creado una sociedad en la que todo está asociado a la juventud: la belleza, la vida... Pero la belleza no es juventud, es belleza”.

Calcaterra

Gabardina oversized;
(dcalcaterra.com).

Louis Vuitton

Top blanco de popelín;
(es.louisvuitton.com).

Sportmax

Pantalón amarillo;
(es.sportmax.com).

Simuero

Anillo; (simuero.com).

Aquazzura

Zapatos;
(aquazzura.com).



Max Mara

Americana con cinturón
y detalle de puños
en negro y pantalón;
(es.maxmara.com).

Maquillaje y peluquería

Carmen de Juan
(Another Artist).

**Asistente de
realización**

Carmen Cruz.

Asistente de fotografía

Miguel Sancho.

Manicura

Nubia Janeth Soacha.



gran capacidad de adaptación; estar en mi ciudad me da paz, aunque de repente me apasione escaparme a otro sitio a rodar, vivir otras experiencias, conocer culturas...

A estas alturas, ¿te arrepientes de algo? ¿Sabes lo que pasa? Que llevo 26 años en esto y no sé cuántas películas habré hecho. Siempre hay proyectos que te venden una cosa y luego es otra. Mi criterio es aceptar filmes que a mí, como espectadora, me gustan, aunque desde que lees el guion hasta que se acaba la película el proceso es muy largo y pueden cambiar muchas cosas. En estos años me ha pasado de todo, desde no estar muy convencida y luego decir que no ha estado tan mal pasando por guiones que no me atraían tanto pero que acepté porque pensé que iban a ser un pelotazo y serían buenos para mi carrera (efectivamente lo fueron) hasta guiones que te venden una moto y luego resulta que es otra. En general me siento bastante contenta con mi trayectoria, aunque haya un par de títulos que no me aportaron nada.

¿Volverás al teatro? Siempre estoy abierta a ello, porque me apasiona y es el lugar en el que más creces como actor. Lo que pasa es que es muy duro y está muy mal pagado para lo duro que es. Al final haces balance y tiene que ser un proyecto superinteresante para animarme a hacerlo, porque tengo una niña muy pequeña. Así que me lo pienso mucho.

¿Cuántos años tiene tu hija? Acaba de cumplir nueve. Está demostrado que las personas nos continuamos formando hasta los 20 años. Nuestro cerebro no para de crecer y evolucionar hasta los 20, 22 o incluso 23. Te dicen que ya es mayor y yo pienso: “¿Mayor para qué?”. Quiero estar en el proceso de su crecimiento, lo cual no significa que no me pueda ir a hacer una película; de hecho su padre y yo tenemos un acuerdo: cuando él rueda yo no y al revés. Siempre ha de estar uno de los dos, ya que pensamos que es importante acompañarla. Precisamente en *Calle Málaga* se ve que no hay una buena relación entre madre e hija porque no son capaces de verse ni de escucharse.

¿Alguna afición que nunca te abandone? La danza. Llevo bailando toda mi vida. El baile es el lugar que me hace feliz, que me desconecta. Para mí es como meditar, porque cuando estás bailando no piensas; sigues una coreografía y a la vez mueves tu cuerpo y tu energía. Me apasiona. Voy a clases de contemporáneo y, si no, practico en casa con mi hija, a solas... Cuando estoy bajita de ánimo me pongo una canción y bailo. Y cuando noto que en casa hay una energía rara porque estamos frustrados por algo vivimos la frustración (no la pasamos por alto) y en cuanto parece que lo hemos superado es como, ‘bueno, vamos a bailar un rato’.

¿Qué cualidad dirías que te define? Uf, no lo sé. Somos seres tan complejos que elegir una cualidad me parece imposible. Te podría decir que soy una mujer trabajadora, apasionada; tengo

muchas virtudes y defectos, pero sí es cierto que siempre trabajo para ser mejor actriz y persona. Creo que es importante que aprendamos a ser conscientes de que estamos llenos de luces y de sombras y que nos abstraigamos de este mundo en el que todo el foco está puesto en lo bonito y luminoso. No hay luz sin oscuridad y vivimos en una sociedad y en una cultura que tapa las sombras. Yo vengo de una educación en la que las emociones eran bonitas y feas y ahora sé que las emociones no son bonitas ni feas, solo son. Depende de lo que hagas con ellas. Esa cosa de que hay que estar alegre... No se puede estar alegre siempre; hay que vivir la tristeza, la rabia, la ira, la frustración.

¿Te recreas demasiado o demasiado poco en los propios errores? Ni una cosa ni otra. Cuando me equivoco sufro mi error porque soy muy exigente y pertenezco a una familia que también lo es. Estoy trabajando en ello, ya que la exigencia es muy buena hasta un punto y cuando te pasas es muy mala. El equilibrio importa. Suelo sufrir mucho mis errores, pero también hay que aprender a decir aquello de “me he equivocado” y seguir adelante.

¿Fuiste una niña muy autoexigente? Nunca fui buena estudiante. Mis padres se separaron cuando yo tenía 12 años y lo pasamos mal todos, se trató de una separación muy dura. Ahí nos perdimos mucho y tuve una adolescencia complicada. Pero la exigencia no tiene que ver con sacar buenas notas sino con uno mismo, con sus resultados.

¿Siempre quisiste ser actriz? Desde que tengo uso de razón. Y creo que es porque mis padres eran muy cinéfilos. De pequeña pasaban de aquello de los dos rombos y me dejaban ver películas muy buenas: *Érase una vez en América*, *El Padrino*, *El resplandor*... A través del cine entendí que me encantaba contar historias.

¿Y qué historia vas a contar próximamente? Por fin me han llamado para hacer una comedia, que siempre me llamaban para dramas, y me hace mucha ilusión. Es un proyecto coral con Inma Cuesta, Ernesto Sevilla... Rodamos en abril y en casa, algo que estaba deseando. Me parece un regalo, una comedia y en Donosti!

Ya que hablamos de casa, ¿qué nos recomendarías hacer un fin de semana en tu tierra? En un día lo ves entero y caminando. Te das un paseo por La Concha, vas hasta el Peine del viento pasando por el Palacio de Miramar y luego subes al monte Igueldo, donde hay un parque de atracciones de 1930. Te puedes tomar unos pintxos en el Juantxo (mítico), el Txepetxa, el Tamboril... Hay muchos sitios y muy ricos. Después te acercas al monte Urgull para ver el atardecer y puedes acabar visitando la playa de Gros y ahí tomarte otros pintxos en la Bodega Donostiarra. Al final te has hecho todo, montaña, playa y comida. Maravilla. ■

“El cine genera empatía y te coloca en zapatos ajenos. En un mundo tan loco y polarizado es fundamental escuchar y entender al otro”.



Entrar en DETALLES

EN MODA, MUCHAS VECES **NO ES QUÉ SINO CÓMO SE LLEVA**. LO QUE EN JERGA SARTORIAL SERÍA ESTILISMO. DE UN BOLSO AZUL CERÚLEO COMO BROCHAZO DOPAMÍNICO A UN PAÑUELO CONVERTIDO EN TOP, LA ELECCIÓN MARCA LA DIFERENCIA ENTRE VESTIRSE Y TENER ESTILO.

por **LAURA GARCÍA DEL RÍO**

Cualquier foto de Carolyn Bessette, referencia inamovible de la elegancia sin aspavientos, corrobora la teoría. Su armario es un compendio de básicos: el vaquero recto, el vestido negro, la camisa blanca. Pero es la forma en que los interpreta —y se los apropia— lo que la ha grabado en el Olimpo de la moda. Cómo se remanga los puños de la blusa o superpone dos chaquetas; la manera en que se anuda un pañuelo en la cabeza o el cinturón de la gabardina; la distancia exacta entre el bajo del pantalón y el zapato. Nada de esto es carne de titulares. Pero la moda tampoco

tiene por qué serlo. Al menos no el tipo que se aleja del bucle de tendencias en favor de un vestir más mundano —aunque no por ello anodino— que funciona sin buscar teatralidad, impacto ni hipérbole. Porque, si algo sugieren la obsesión por los *looks* de Bessette y el *je ne sais quoi* sartorial de las francesas —ese del que, muy lejos de lo que *Emily in Paris* insinúa, se han escrito libros—, es que el estilo se trata, sobre todo, de una cuestión de actitud.

Es seguramente la única consigna capaz de poner de acuerdo a Coco Chanel y *Monsieur Dior*. El famoso “no es la apariencia, es la esencia; no es la ropa, es la clase” de la francesa resuena con el fervor por los detalles que el modisto



plasmó en su *Pequeño diccionario de la moda*. La premisa es casi unánime. Lo dice Ralph Lauren: “La ropa no crea estilo; lo revela”; Marc Jacobs: “La ropa no significa nada hasta que alguien vive en ella”; Karl Lagerfeld: “Cualquiera puede vestir chic con prendas baratas. El factor diferencial eres tú”; Diane Von Furstenberg: “La actitud lo es todo”.

En la práctica, la máxima se traduce en el jersey rojo atado a la cintura que monopolizó el *street style* este otoño; en la *french tuck* (llevar solo parte de la blusa por fuera); en la camisa con solo el primer botón abrochado; llevar el bolso abrazado en vez de colgado del hombro; hacer un nudo con el cinturón o agarrarse el abrigo por delante, gesto casi indisoluble de Raf Simons. Lo de llevar el pelo metido dentro del cuello alto fue cosa de Phoebe Philo; lo de los cinturones multiplicados, de Miuccia Prada. Y un clásico trazable a principios del siglo XX: ponerse el abrigo sobre los hombros en lugar de darle a las mangas su utilidad original.

Ninguno supone el tipo de *look* que acapara flashes en una alfombra roja ni ilustra portadas de revistas, pero es la miga de la moda que sí llega a la calle. La que explica el magnetismo de firmas como Toteme, COS, Studio Nicholson o la viral Frankie Shop. Detrás de la que, por cierto, está Suzanne Koller, la misma que firma los catálogos de Massimo Dutti y apuntaló el desfile de Bottega Veneta con el que Louis Trotter se marcó el debut del año la temporada pasada.

No es la única capaz de hacer magia estilística. Ahí está Brian Molloy convirtiendo el minimalismo de The Row en objeto de deseo; Karl Templer, mano derecha de Calvin Klein, elevando a fenómeno global un vaquero con un calzoncillo; Melanie Ward, clave en la estética de Helmut Lang y Lotta Volkova, que cambió la moda junto a Demna entre Vetements y Balenciaga no con prendas teatrales, sino dejando los hombros al descubierto bajo un plumas cualquiera, poniendo las medias por encima de los zapatos o abrochando mal –intencionadamente– un abrigo.

En la era de la microtendencia viral, donde la verdadera panacea sartorial es un *look* propio, el buen estilo pesa tanto –o más– que el buen diseño. Al caso: los cinturones a pares y los anillos a manos llenas en Celine; las americanas con solo el primer botón abrochado en Proenza Schouler y Ferrari; los pañuelos convertidos en cinturón en Coperni, en *top* en Hermès y hasta pendiente en Fendi; los tirantes de los vestidos estratégicamente caídos en Bottega; el bajo con vuelta en los tejanos de Givenchy y las superposiciones triples –y hasta cuádruples– de camisas en Loewe. Ya lo decía Diana Vreeland: “El estilo tiene que ver con la originalidad. Con tener un punto de vista”. ■

LAS PASARELAS: de izquierda a derecha, Acne Studios, Hermès, Stella McCartney, Celine, Loewe y Givenchy.



Valor añadido

Bastan unas hebillas o unas lazadas corseteras –que hilan, de paso, con la tendencia lencera– para que una prenda pase de anodina a especial.



ABRÓCHENSE

1. Cinturón de piel, de Sportmax, 315 €; (es.sportmax.com).
2. Camisa a rayas con dos hebillas, de Zara, 29,95 €; (zara.com).
3. Gabardina corta con cinturón doble, de Ganni, 495 €; (ganni.com).
4. Bolso *Anthem* en piel, de Balmain, 1.590 €; (es.balmain.com).
5. Pantalón sastrero con delantero cruzado, de Arket, 99 €; (arket.com).
6. Sandalia de tiras en piel, de la colección *Selection Mango*, 120 €; (mango.com).

SPORTMAX

ENLAZADO

1. Vestido *midi* estilo bustier, de Dolce & Gabbana, 5.950 €; (farfetch.com).
2. Pantalón corto, de & Other Stories, 89 €; (stories.com).
3. Set de pulseras con esferas de metal, de Parfois, 18 €; (parfois.com).
4. Polo de lana pointelle, de Sandro, 165 €; (es.sandro-paris.com).
5. Bolso *Escape* en piel, de Pinko, 465 €; (pinko.com).
6. Zapato destalonado en piel, de Senso, 238 €; (senso.com).

ALEXANDER MCQUEEN



Modus operandi

El quid está en la forma de llevar los complementos. De colorear un total look blanco con accesorios a darle nuevos usos al pañuelo.



GOLPE DE COLOR

1. Gorro, de Hermès (hermes.com).
2. Vestido de red, de Sportmax, 529 €; (es.sportmac.com).
3. Gafas de sol Casspea, de Pinko, 190 €; (pinko.com).
4. Vestido camisero, de Monki, 40 €; (ww2.hm.com).
5. Anillo de plata con cornalina, de Loren Stewart, 310 €; (net-a-porter.com).
6. Bolso Way de gamuza, de Fendi, 3.200 €; (fendi.com).
7. Sandalia destalonada en piel, de Aquazzura, 695 €; (aquazzura.com).

STELLA MCCARTNEY

RUTA DE LA SEDA

1. Top asimétrico, de Adolfo Dominguez, 129 €; (adolfo Dominguez.com).
2. Top halter de seda, de & Other Stories, 79 €; (stories.com).
3. Coletero Monogram de seda, de Louis Vuitton, 220 €; (es.louisvuitton.com).
4. Pantalón de traje, de Mango, 40 €; (shop.mango.com).
5. Bolso Emilio en seda, de Pucci, 950 €; (pucci.com).
6. Sandalia Miss Z, de Christian Louboutin, 945 €; (mytheresa.com).

HERMÈS



Vías alternativas

Basta un gesto para redefinir un look. Al caso: dejar el bajo del pantalón a la vista o ponerse tres camisas, una encima de la otra.



CON VUELTA

1. Camisa anudada, de Mango, 30 €; (shop.mango.com). 2. Vaquero con dobladillo, de Pull & Bear, 30 €; (pullandbear.com). 3. Bolso *Crush* en piel, de Balenciaga, 2.190 €; (balenciaga.com). 4. Vaquero con bajo contraste, de Zara, 50 €; (zara.com). 5. Anillo bañado en oro de 18 quilates, de Uno de 50, 125 €; (unode50.com). 6. Zapato en piel bicolor, de Chanel, 1.150 €; (chanel.com).

GIVENCHY

POR CAPAS

1. Camisa de popelina, de H&M Studio, 80 €; (www2.hm.com). 2. Gorra, de Thinking Mu, 40 €; (thinkingmu.com). 3. Polo, de Tommy Hilfiger, 80 €; (tommy.com). 4. *Charm*, de Etro, 35 €; (etro.com). 5. *Short* de piqué, de Miu Miu, 830 €; (miumiu.com). 6. Bolso *Luggage*, de Celine, 2.900 €; (celine.com). 7. Polo, de Mango, 26 €; (mango.com). 8. Sandalia *Romy Sport*, de Tory Burch, 375 €; (toryburch.com).

PARÍS



RUE MADAM

PARIS

DISEÑADORAS Y SU MUSA

Eva Dimas & Victoria Mitjans

Blanca Arimany

El dúo al frente de SIMORRA y su musa nos hablan de la relevancia de los tejidos y de la importancia de nutrir el armario con prendas atemporales, versátiles y de calidad.

por CHUS SALIDO *fotografía* ELENA BOFILL

A finales de la década de los 70, Javier Simorra dio forma al sueño de crear su propia firma vistiéndolo de diseños impolutos y texturas excepcionales. En 2016, la familia Dimas se sumó a la epopeya poniendo los cimientos de lo que hoy es SIMORRA, empresa que capitanean al alimón Eva Dimas como directora de marca y Victoria Mitjans, directora de diseño “Mi familia, actual propietaria del negocio, viene de tradición textil”, cuenta la primera. “Personalmente, siempre tuve claro que quería dedicarme a la moda, aunque no sabía muy bien si en su vertiente de diseño o de negocio. Al final estudié Administración y Dirección de Empresas y

luego hice un máster de moda de lujo en el Instituto Marangoni de Milán. Llevo diez años ya en la firma”. Por su parte, Victoria estudió Diseño de Moda y también pasó por Milán. Su trayectoria laboral comenzó “haciendo unos libros de tejidos para Textil Dimas y de ahí salté a SIMORRA, ya de la mano de Javier”. Hoy, ambas ejercen de ‘lideresas’ de la marca, aunque, como apunta Eva, “en realidad funcionamos como un triángulo compuesto por Victoria, mi madre Isabel y yo. Entre todas definimos qué tendencias, colecciones y conceptos vamos a ir llevando de cara al futuro. Victoria es quien lo baja más a nivel de prendas, de desarrollo de producto; yo trabajo a nivel de relato, de discurso de marcas y de campañas”.

Blanca (detrás),
Victoria (izda.) y Eva
lucen looks de *Fractal*,
la colección P/V 2026
de SIMORRA, en esta
y en el resto de las
imágenes.



“Cada colección implica el vértigo de empezar y querer hacerlo todo bien y bonito. *Fractal* es muy SIMORRA; nos tiene emocionadas y creemos que va a gustar mucho”.



En esta ecuación de diseño y creatividad falta una musa. Blanca Arimany, creadora de contenido, asume un papel que le incumbe de manera muy personal. “SIMORRA entra en mi vida de la manera más cotidiana que puedas imaginar; de hecho, algunos de mis mejores recuerdos están ligados a cómo descubrí la firma”, cuenta. “Todo empieza porque yo veraneo en la Costa Brava y da la casualidad de que SIMORRA cuenta con una tienda en el paseo principal de Platja D’Aro. He tenido la suerte de pasarme los veranos en casa de mis abuelos y mi abuela y yo teníamos la tradición de casi cada tarde ir a caminar por las tiendas y tomarnos un helado. Siempre nos parábamos en el escaparate de la marca y nos decíamos que era el más bonito del paseo. Entrábamos, mirábamos las prendas y volvíamos a casa”.

Un segundo recuerdo que atesora Blanca liga a la firma con su graduación. Más concretamente, con unos zapatos. La historia va así: “Se acercaba el verano y tenía el vestido, pero me faltaban los tacones. En una de esas tardes en las que fui a tomarme un helado con mi abuela, pasamos por SIMORRA y vi unos zapatos perfectos en blanco roto. ¡Además, eran muy cómodos! Mi abuela me los regaló. A día de hoy aún los tengo y me los pongo”.

La abuela de Blanca no solo es protagonista de su discurso; Victoria también la menciona con cariño. “La conocimos y nos estuvo hablando de varias prendas que tenía en su armario desde hace tiempo. Me gustó mucho charlar con ella y también con Blanca; me encanta que defina su estilo como ‘clásico pero actual, atemporal’. Pasa de las estridencias, de llevar cosas de esas que solo te pones una vez porque son demasiado llamativas. Y esa es nuestra filosofía”. Precisamente esto último, el crear prendas atemporales que lleguen al armario para quedarse, es el caballo de bata-



Me encanta que Blanca defina su estilo como ‘clásico pero actual, atemporal’. Esa es también nuestra filosofía”.

-VICTORIA MITJANS



Los tejidos son nuestra fuente de inspiración. Venimos de una empresa textil y, al final, contamos historias a través de ellos”.

-EVA DIMAS

lla de las grandes marcas de moda, SIMORRA incluida. ¿Resulta complicado educar al cliente en la compra que perdure? “Estamos en ello”, dice Eva. “Soy muy optimista. Hay una nueva generación mucho más concienciada en adquirir prendas que duren, que sean buenas, en lugar de comprar 40 cosas que luego va a tirar”.

TEJIDOS MARAVILLOSOS

La calidad es inherente a SIMORRA. Como también lo es el mimo que ponen en los tejidos. “Son nuestra fuente de inspiración”, se reafirma Eva. “Piensa que venimos de una empresa textil, dedicada a hacer tejidos especiales, y que al final contamos historias a través de ellos”. En la empresa hay un archivo donde guardan diferentes muestras y al que recurren al empezar a plantear cada colección. “Nos fijamos en algún trozo con un plisado concreto o algún bordado y lo reinterpretemos”, explica Victoria. “Obviamente, cada temporada surgen nuevos tejidos, lo que es maravilloso, porque aumenta la posibilidad de hacer lo que queremos”.

En esta primavera-verano, y mediante una colección llamada *Fractal*, lo que busca SIMORRA es contar la historia de los fractales a través de las telas. “El fractal es una repetición matemática que comienza con una forma que se va repitiendo en diferentes escalas”, explica Eva. “Diría que es la ecuación que define la belleza de la naturaleza”. “Buscábamos cómo plasmar la belleza dentro de un caos aparente”, apunta Victoria. Y nos explica una técnica que a ella le encanta y que consiste en un bordado textil radial realizado mediante piezas de tafeta cosidas una a una que van creando geometría en degradado de tamaño. O la técnica de corte a láser, “que nos permite hacer cortes superprecisos y también que el tejido no se deshilache al crear un perforado. Nos gusta jugar con diferentes texturas y hacer piezas que de primeras no creas que peguen con ese tejido. Estamos muy orientados a diseñar prendas ponibles, cómodas y sobre todo que realcen la belleza de la mujer”. Cuando le pedimos que seleccione algún ítem específico

de la nueva colección, Victoria se inclina por una camisa blanca de algodón de doble cuello camisero. “Tiene un hombro caído que me encanta y un volumen un poco *bomber* en el bajo que le da un punto muy actual. Es esa camisa de fondo de armario superponible y combinable. Aunque también tenemos una coraza de piel que puedes llevar en primavera con camisa debajo y, cuando haga más calor, sin mangas. Muy versátil”.

Blanca tiene algo que añadir cuando le preguntamos por sus favoritos de la colección: “Sin duda, me decanto por la gabardina de piel vegana (la luce en la primera foto del reportaje). Aunque yo no sea mucho de colores, siento que el amarillo mantequilla le queda bien a cualquiera y te favorece mucho si estás morena. Suelo tener un armario muy *casual*, con piezas que puedo combinar con absolutamente todo, y creo que la SS26 de SIMORRA es exactamente eso. Me encanta la gama de tonos que han escogido”.

Respecto a los colores, 2026 les ha hecho un regalo eligiendo el Cloud Dancer como tono Pantone del año. “En SIMORRA nos encanta el color blanco, lo tenemos interiorizado”, especifica Victoria. “También porque casi siempre las primeras muestras que desarrollamos de tejido las pedimos en blanco, ya que al final es como tener un lienzo virgen en el que caben todos los colores. Nos da la posibilidad de llenar aquello de color y de visualizarlo desde un tono que transmite mucha paz y pureza. No es que esteamos de acuerdo con la elección del Cloud Dancer, ¡es que estamos felices!” (risas).

VISIÓN DE FUTURO

La primavera trae más novedades para SIMORRA. Empezando por los desfiles. “Siempre solemos acudir a las pasarelas de Barcelona y Madrid, pero es verdad que esta



De pequeña, mi abuela y yo nos parábamos en el escaparate de la firma porque era el más bonito del paseo de Platja D’Aro”.

—BLANCA ARIMANY

temporada no podemos estar en las dos porque se celebran con pocos días de diferencia”, lamenta Eva. Con el cambio de fechas de la MBFWM 2026 se nos junta todo, así que tendríamos que ir a Madrid, luego vendría Semana Santa e, inmediatamente, la 080 de Barcelona. Nosotros hacemos lo que haga falta, pero creemos que la clienta no entenderá que estemos en dos desfiles distintos con dos semanas de diferencia. Ni la clienta ni la prensa. Así que hemos decidido ir a Madrid y ya más adelante, cuando veamos los calendarios, pensaremos qué hacer en las próximas citas”.

La segunda novedad viene de la mano de una colección de invitadas que las tiene enamoradas y que destaca por su amplitud. ¿El motivo? “Va dirigida a mujeres de todo tipo”, cuenta Eva. “Tenemos prendas que se combinan de distintas formas e incluso hay piezas versátiles que puedes llevar con camiseta y pantalón o ponerte en una cena más formal”.

El proyecto de la firma a corto plazo es el de abrir el segundo punto de venta en París y montar una *pop up* de baño (“una línea que funciona muy bien”), también en la Ciudad de la Luz. El de Blanca pasa por YouTube. “He decidido empezar en esta plataforma”, dice. “Es algo que llevaba tiempo pensando y que finalmente me he lanzado a hacer. Quiero que la gente vea una versión más diferente y relajada de mí”. Como prescriptora de estilo que es, le pedimos que nos recomiende una prenda estrella para añadir a nuestro armario y un truco de estilismo que no le falle. “Respecto a lo primero, para mí no hay nada mejor que una camiseta blanca de calidad, con cuello vuelto, unos *jeans* un poco *oversized* y un tacón que te saque de cualquier apuro. ¿Trucos de estilo? Tengo muchos, pero el que ahora me viene a la cabeza es el ponerte el pelo por dentro de cualquier chaqueta o *blazer* que lleves; siento que le das un toque muy chic a un *look* básico (parece una tontería, pero muchas veces hace la diferencia)”.

Las ‘chicas SIMORRA’ también reconocen que su propósito es marcar la diferencia. Desde el principio, aseguran, tenían clarísimo lo que querían conseguir y a la mujer a la que se dirigen. “Cuando nos preguntan a quién nos gustaría vestir nos resulta muy complicado dar nombres”, afirma Eva. “Aspiramos a que todas las mujeres al menos nos conozcan y sepan apreciar el trabajo que hay detrás de las prendas y colecciones. Es un sueño poder llegar a todo el mundo o que, después de leer este reportaje, la lectora se acerque a SIMORRA a ver la coraza o la camisa blanca de las que hablaba antes Victoria. Queremos convencer y enamorar”.

“Para mí la calidad es lo más importante. Siempre elijo calidad antes que cantidad y creo que SIMORRA y yo somos muy afines respecto a los valores que nos representan en un sector donde hay tanta variedad”.



HISTORIA AMERICANA

REPRESENTA LA SALVACIÓN DEL FONDO DE ARMARIO Y SU EFECTO ES TAN DIVERSO COMO LOS DETALLES QUE APORTA. ESTA TEMPORADA, LA BLAZER MULTIPLICA SUS PERSONALIDADES.

fotografía **DANNIEL ROJAS**
realización **PILUCA VALVERDE**
texto **SARA TRUEBA**

De la más pura ortodoxia emana esta versión de chaqueta que, aunque parece normal, es especial y con regusto conceptual. Cuadrada y perfecta, sin botones y ligeramente ladeada, su color enciende el armario.

Sportmax
Americana estructurada;
(sportmax.com).

Doblas
Top de manga larga
semitransparente
y falda plisada;
(carlosdoblas.com).

Hereu
Zapatos con tacón
de madera;
(hereustudio.com).

Celine
Pendientes dorados;
(celine.com).



Piensa en la palabra uniforme y...
voilà!, la americana siempre será
su pieza estrella (en *maison* Dior
también). Esta, con matices
college (el escudo, las solapas
pequeñas y el talle ajustado),
es el mejor exponente.

Dior

Americana ajustada,
camisa de cuadros,
zapatos con detalle
de flor y corbatín;
(dior.com).



Los híbridos son bienvenidos en la moda. A medio camino entre la camisa y la *blazer*, esta pieza suma puntos con un traje muy diplomático.

Sportmax

Americana y pantalón de raya diplomática; (es.sportmax.com).

New Balance

Zapatillas; (newbalance.es).


Celine

Pendientes dorados; (celine.com).

Christian Louboutin

Bolso camel; (christianlouboutin.com).





La llegada de
Matthieu Blazy a
Chanel inicia una
revisión de la
herencia estética
que, como ya hizo
Gabrielle con la
moda en general,
no da nada por
sentado. El nuevo
patrón de su mítica
chaqueta (mucho
más relajado) es
solo el comienzo.

Chanel

Americana corta,
broche de flor y bolso
efecto cocodrilo;
(chanel.com).

Calcaterra

Pantalones
vaqueros
con parches;
(dcalcaterra.com).

Roger Vivier

Zapatos de
tacón con hebilla;
(rogervivier.com).



Minimalista y oriental.
Simplificar la silueta
con cuello sin solapas y
combinarla con piezas
estrella de otras décadas
– como unos leggings –
compone un *look* no
tan sencillo y bastante
rompedor.

Loulou de Saison

Chaqueta de
cuello redondo;
(louloudesaison.com).

Doblas

Pantalones *fusseau*
blancos;
(carlosdoblas.com).

Chanel

Zapatos bicolor;
(chanel.com).

Tiffany & Co

Pendiente (a modo de
broche); (tiffany.es).

Maquillaje y peluquería

Olga Holovanova
(Kasteel Artists).

Asistente de realización

Carmen Cruz.

Asistente de fotografía

Miguel Sancho.

Manicurista

Nubia Janeth Soacha.

Modelo

Polina Dvoretzkaya
(Uno Models).

NUXE

PARIS



DÍA REAFIRMA



Merveillance LIFT

LE SOIN D'EXCEPTION

JOUR & NUIT 24H/24

FORMATO
EXTRA
GENEROSO
75^{ML}

NOCHE RENUEVA

INNOVACIÓN ANTIEDAD DÍA & NOCHE

El nuevo Tratamiento Excepcional Día & Noche reinventa la rutina diaria. Su promesa: fusionar **2** tratamientos en **1**, en un solo frasco de 75 ml, con una fórmula experta que actúa 24 horas y es eficaz tanto **de día como de noche**. Su exclusiva composición concentra el poder de la Niacinamida y del Concentrado de Microalga Ultra Corrector, para una piel más firme, repulpada y luminosa. Al despertar, la piel se ve descansada, como si tuviera 4 horas más de sueño⁽¹⁾, y las arrugas y líneas de expresión parecen alisadas.



NUXE, LABORATORIO N°1 EN TRATAMIENTOS DE ORIGEN NATURAL EN FARMACIAS Y PARAFARMACIAS®

(1) Test de uso - 31 voluntarias. % de satisfacción tras 1 día de uso.

(2) GERSDATA - SOGEARLY - Mercado de cosmética Nuxe - Selección del segmento de marcas de origen natural - Ventas en valor (PVP con IVA) - Farmacias y Parafarmacias - Francia - MAT Junio 2025.

STEVE MADDEN



OTRA OPORTUNIDAD

INCOMBUSTIBLE COMO POCAS, LA **ESTÉTICA DOSMILERA** REGRESA CARGADA DE REIVINDICACIÓN EMOCIONAL. ALGUNAS DE LAS FIRMAS QUE MARCARON ÉPOCA RESURGEN COMO EL AVE FÉNIX CON UNA ENERGÍA QUE HOY VUELVE A SENTIRSE NECESARIA.

por **ÁLVARO FERNÁNDEZ-ESPINA**

Aunque llevemos años intentando superarlo, la resaca emocional que nos dejó la primera década de los 2000 se nos está haciendo cuesta arriba. Y mucho. Veinte años después, ese refugio sentimental que supone el acuñado Y2K es, como cantaba Gwen Stefani –gran referente musical y estético de la época en cuestión–, una dulce escapada. Si de algo nos sirvió entonces la cultura pop fue como una vía de escape en el sentido más literal: una distracción total frente al ruido del mundo. La época latía al ritmo catódico de MTV, los *realities* y las portadas sensacionalistas, con las celebridades como protagonistas absolutas. La moda cambiaba casi tan rápido como la tecnología: en 2000, Jennifer Lopez deslumbró con su inolvidable vestido verde de Versace en la alfombra roja de los Grammy; ese mismo año, Christina Aguilera apostó por un *look* mínimo y lleno de brillo en los MTV Video Music Awards, y al siguiente, Justin Timberlake y Britney Spears sellaron la era con su inolvidable *total look* en *denim* a juego. Los primeros años del 2000 también marcaron un giro sociocultural que resultaría indeleble para las generaciones venideras: mujeres independientes y seguras redefinían la narrativa –y la sensualidad– en series como *Sexo en Nueva York* y *Las chicas Gilmore*. Y para qué hablar del repertorio estilístico con el que marcaron los armarios globales. La moda Y2K fue el reflejo, y a la vez la respuesta, a una época marcada por la incertidumbre, el miedo, el optimismo y la fascinación por lo nuevo. Se impuso con una actitud arrolladora y una estética despreocupada que mezclaba futurismo con nostalgia retro. Los colores explotaban en tonos vibrantes y audaces; las texturas brillaban con acabados metálicos y satinados y las siluetas apostaban por mostrar piel y abrazar las curvas sin pudor. Los *jeans* de tiro bajo, los *crop tops* y el tanga a la vista no pedían permiso: estaban hechos para atraer miradas. La logomanía y los codiciados *it-bags* se convirtieron en objeto de culto. En los pies, reinaban los stiletos, las sandalias de tiras y los mules de tacón kitten. Hola, Jimmy Choo; un placer, Manolo Blahnik. Con 2026 recién estrenado, el glamour estridente y el eclecticismo vertiginoso de aquella década tan polémica en la moda se han vuelto prácticamente imposibles de ignorar. Del mismo modo, han regresado

con fuerza algunas de sus marcas más emblemáticas y controvertidas: desde el reciente revival de Baby Phat, pasando por el renacimiento de Juicy Couture, hasta el resurgimiento imparable de las icónicas UGG o 7 For All Mankind que, con un nuevo director creativo al mando (el diseñador italiano Nicola Brognano, fogueado previamente en firmas como Blumarine y Giambattista Valli), regresó por todo lo alto con su primer desfile en la New York Fashion Week el pasado febrero para reclamar su lugar como marca de culto que un día colonizó los traseros de la aristocracia hollywoodiense encabezada por Paris Hilton, Sienna Miller, Nicole Richie o Jessica Alba. Convertida en un refugio generacional, lo que es cierto es que seguimos mirando con devoción una época que durante años juramos no volver a tocar. Pero la insistencia de esta estética no se sostiene en un imaginario sin más; se sostiene en una emoción. A principios de los dos mil, vestirse no era un ejercicio estratégico sino más bien un experimento ligeramente caótico. Las combinaciones podían ser cuestionables; los brillos, excesivos; los pantalones, peligrosamente bajos. Y aun así había una seguridad casi insolente en esa falta de cálculo. La moda no aspiraba a ser atemporal ni minimalista; aspiraba a ser divertida, a ser vista. Quizás por eso regrese triunfante. No porque necesitamos otra vez llevar vaqueros de corte *flare* con tiro bajo sino porque ansiamos (secreta o deliberadamente) esa sensación de libertad previa a la explosión de las redes sociales. Antes de que cada *look* fuera contenido potencial, antes de que cada estética tuviera que convertirse en marca personal. El Y2K supuso, en muchos sentidos, la adolescencia de la moda digital: ruidosa, brillante, a veces torpe, pero llena de optimismo. Como el sonido de un módem conectándose por primera vez: imperfecto, prometedor, eléctrico. En ese contexto, lo que estamos viendo en 2026 no es un revival anecdótico ni un simple ciclo de tendencia; es un reajuste cultural. Tras años dominados por la sobriedad del minimalismo y el reinado del ‘menos es más’, el péndulo necesitaba volver al exceso. Y las marcas que definieron los primeros dos mil estaban esperando su segunda oportunidad. La última edición de la semana de la moda de Milán nos lo confirmó materializado en la cápsula de Miss Sixty junto a Bella Hadid (cuyo armario vive anclado en

Estamos viviendo un reajuste cultural. Tras años dominados por la sobriedad del minimalismo, el péndulo necesitaba volver al exceso.



UNIFORME POP

Elevado a categoría estilística, el chandalismo fue, a mayor gloria de **Madonna** y **Paris Hilton** -enfundadas en Ed Hardy y Juicy Couture-, la obra maestra de la década de los 2000.

2003), quien además ejerce como directora creativa de la campaña, fotografiada por Yasmine Diba en un centro comercial noventero de atmósfera surrealista que evoca la energía audaz y juguetona de las películas *Chicas malas* y *Jennifer's Body*. Un gesto que tuvo algo más que estrategia comercial: fue un acto de memoria estilística.

EL PASADO SIEMPRE VUELVE

No ha sido un caso aislado. Lo interesante de este momento no reside en que una marca regrese, sino que muchas lo estén haciendo simultáneamente, cada una entendiendo que el archivo no es un disfraz, sino un activo. El terciopelo con strass de Juicy Couture, que durante años fue sinónimo de cultura paparazzi y *reality*, reaparece ahora como uniforme irónico del confort. Llevarlo ya no es aspirar a mirarse en el reflejo de una *celebrity*, sino a abrazar una teatralidad consciente. El chándal coordinado vuelve, pero con la seguridad de quien sabe que el lujo también puede ser una declaración

de intenciones. Von Dutch, por su parte, rescata la gorra *trucker* que definió la cultura dosmilera, pero la trae a un contexto *street* más depurado. Lo que antes era exceso mediático hoy se lee como guiño cultural. La diferencia está en la conciencia: ya no imitamos, referimos. Algo parecido ha ocurrido con True Religion. Aquellas costuras gruesas y contrastadas que en su momento parecían casi un exceso decorativo hoy se integran en siluetas más amplias y cómodas, pensadas para moverse con naturalidad y adaptarse a distintas formas de cuerpo sin imponer un molde rígido. La marca ha entendido que no se trata de repetir el patrón ajustado de los años dos mil, sino de conservar su identidad reconocible a metros de distancia y suavizarlo para una sensibilidad actual, más flexible y menos encorsetada. También Ed Hardy ha sabido encontrar nuevos horizontes. Su universo de tigres, dragones y calaveras, inspirado en la estética del tatuaje, estuvo durante años asociado al exceso y a cierta saturación visual. Sin embargo, en el contexto actual, donde la moda urbana convive con referencias gráficas potentes, esas ilustraciones encuentran un nuevo equilibrio. Ya no invaden la prenda; se dosifican, dialogan con cortes más depurados.

Incluso Abercrombie & Fitch ha asumido que regresar no significa mirar atrás sin matices. La firma que en su día construyó un ideal tan aspiracional como polémico reaparece reformulada, con campañas más diversas y una imagen que apuesta por la naturalidad. Su nueva etapa no reniega del todo de su pasado, pero sí corrige el enfoque: menos culto al cuerpo perfecto, más ropa pensada para acompañar la vida cotidiana. El éxito de 2026, en gran medida, radica precisamente en esa capacidad de edición: saber qué elementos del archivo merecen continuidad y cuáles es mejor dejar como recuerdo de otra época. El retorno de Baby Phat, de la mano de Kimora Lee Simmons, añade una dimensión cultural que va más allá de la tendencia. Lo que en los años dos mil se identificaba con el lujo accesible ligado a la cultura musical afroamericana se revisa ahora con mayor conciencia histórica. Baby Phat no fue solo brillo y logotipos felinos; también fue un espacio de visibilidad para mujeres negras dentro de un panorama dominado por otros referentes. Hoy esa lectura se amplía: el glamour se mantiene, pero se subraya su papel pionero en la construcción de una identidad femenina fuerte y autónoma dentro de la moda masiva. En paralelo, Gap ha demostrado que incluso el básico más reconocible puede aspirar a una nueva narrativa. La llegada de Zac Posen en 2024 marcó un antes y un después. El vaquero clásico, emblema del estilo estadounidense desenfadado, dejó de ser únicamente una prenda funcional para convertirse en materia prima de piezas pensadas para grandes eventos. Ver el *denim* desfilando por la alfombra roja de la gala del Met no fue un simple golpe de efecto, sino la prueba de que la herencia informal puede elevarse sin perder autenticidad. La tradición cotidiana se reinterpretó con ambición y precisión, demostrando que el pasado, bien trabajado, puede convertirse en una declara-

ción de futuro. Y luego está Steve Madden. La firma zapatera de Queens es, desde su fundación en 1990, uno de los ejemplos más elocuentes de cómo equilibrar herencia e innovación. Martin van Bentem, su responsable de PR y Comunicación, nos lo explica: “La marca nació capturando una actitud audaz, traduciendo pasarela y calle en calzado accesible pero con carácter. Hoy, ese espíritu sigue intacto. La nostalgia funciona como puerta emocional; la innovación es lo que mantiene la relevancia. No se trata de recrear el pasado, sino de usar su energía como impulso creativo.”

FENÓMENOS DE AYER, HOY Y SIEMPRE

Que la fórmula funcione es en parte gracias a esa querencia imparable por recuperar aquellos años que tanto echamos de menos. Especialmente alimentados tras el estreno de la serie viral *Love Story* sobre el noviazgo y matrimonio de John F. Kennedy Jr. y Carolyn Bessette, todo salpicado con los icónicos *looks* de la pareja. Inmortales en cualquier armario que se precie. “El revival de los 90 responde tanto a los ciclos naturales de la moda como a la influencia cultural contemporánea”, continúa van Bentem. “Las tendencias tienden a regresar cada ciertas décadas, y las redes sociales han acelerado ese proceso al rescatar estilísimos del pasado y resignificarlos como nuevos. Además, las marcas icónicas

de los 90 proyectan autenticidad, algo que conecta profundamente con el consumidor actual, que valora la individualidad y las firmas con carácter definido”.

En paralelo a este fenómeno, otra marca que ha sabido capitalizar el ciclo con inteligencia estratégica es Coach, cuya recuperación en los últimos años se ha convertido en uno de los casos más estudiados de reinención dentro del lujo accesible. Si en los 2000 la firma norteamericana vivió un momento de auge, también sufrió las consecuencias de la sobreexposición, lo que erosionó su posicionamiento aspiracional. Bajo la dirección creativa de Stuart Vevers, ha entendido que la clave no era replicar el pasado, sino afinar su identidad. Hacerse hueco colgados del brazo del elenco de la tercera temporada de *El verano en que me enamoré*, lanzando en paralelo una cápsula inspirada en la estética universitaria, ha sido la gran maniobra para subir enteros de viralidad. Todo esto confirma que el Y2K de 2026 no es literal sino una versión editada con la madurez que entonces no teníamos. Los tiros bajos conviven con *fits* más cómodos, los *crop tops* se equilibran con capas, el exceso se lleva con ironía. Sabemos que es un poco exagerado. Y esa es la gracia, vestirse vuelve a ser un acto emocional, no solo estratégico. No todo tiene que ser inversión inteligente o básico eterno. A veces basta con que una prenda te recuerde quién eras o quién te hubiera gustado ser. ■

SIETE GRANDES ÉXITOS DOSMILEROS



1. Camiseta con el estampado de archivo *Rock Cupid*, de Fiorucci, 150 €; (fiorucci.com). 2. Bolso de mano *Hamptons*, de Coach, 395 €; (coach.com). 3. Sudadera con capucha de terciopelo, 146 €, de Juicy Couture; (juicycouture.eu). 4. Sandalia de tacón de ante, de Steve Madden, 119 €; (stevemadden.es). 5. Jersey con efecto descosido, de Ed Hardy, 100 €; (edhardy.eu). 6. Gorra con estampado de camuflaje, de Von Dutch, 43 €; (vondutch.com). 7. Vaqueros *bootcut*, de True Religion, 150 €; (truereligion.com).

La 'wishlist' de...

Isabelle, CEO de **Majorica**, entiende que la elegancia comienza con un buen básico, pero también que el estilo se construye con actitud y raíces. Esta primavera buscará piezas de espíritu mediterráneo.



ISABELLE ABERMAN

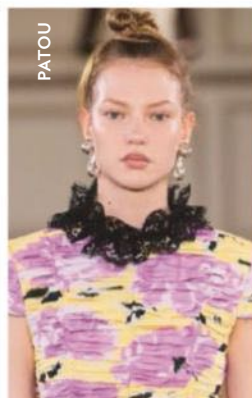
CEO de Majorica desde octubre de 2025, es la primera mujer al frente de la firma mallorquina, fundada en 1.890.



1. **Pantalones** vaqueros rectos, de Frame, 325 €; (frame-store.com).
2. **Polvos compactos** bronceadores multiusos, de Nuxe, 26 €; (es.nuxe.com).
3. **Camiseta** de algodón, de COS, 29 €; (cos.com).
4. **Jarrón** Ikebana, de Jaime Hayon para Fritz Hansen, 95 €; (nordicnest.es).
5. **Bálsamo** labial Lip Oil Balm, de Clarins, 31 €; (clarins.es).
6. **Falda** tableada, de APC, 290 €; (apcstore.com).
7. **Vela aromática** Narguile, de Dptyque, 60 €; (diptyqueparis.com).
8. **Perfume** Lavande 31, de Le Labo, 298 € / 100ml; (lelabofragrances.eu).
9. **Bolso** mini de rafia, de Polène, 350 €; (polene-paris.com).
10. **Vestido** camisero, de Ba&sh, 245 €; (ba-sh.com).
11. **Libro** de moda *The Jewelry Book*, de Phaidon, 66,45 €; (casadellibro.com).
12. **Pulsera** de eslabones entrelazados con perlas redondas, de Majorica, 139 €; (majorica.com).
13. **Bailarinas** Tabi, de Margiela, 950 €; (maisonmargiela.com).

A CUBIERTO

Como si quisieran darle gusto a Nora Efron, autora del libro *Nome gustami cuello*, la moda enriquece esta parte de la anatomía con sobrecuellos de quitaypon.



Paisley & barrel fit

Si los pantalones (en general) ejercen una fuerza sobrehumana en tu armario, estos de silueta *barrel* con estampado *paisley* y volumen ligero conquistan una nueva dimensión, *effortless & chic*.

DÍA

Martha Calvo
Pendientes con *charm* de pez y perlas, 170 €; (net-a-porter.com).



Yerse
Gorra con estampado de rayas, 36 €; (yerse.com).



Adolfo Dominguez
Chaqueta boxy de algodón, 269 €; (adolfo Dominguez.com).



Victoria Beckham
Gafas de sol, 290 €; (victoriabeckham.com).



Campomaggi
Bolso Luna, 490 €; (campomaggi.com).



Micuir
Bailarinas Sofía, trenzadas y en tono oro, 240 €; (micuir.com).

ALGO BONITO
Pantalones barrel con estampado *paisley*, 50 €; (algo-bonito.com).



NOCHE

Pandora
Pendiente earcuff, 139 €; (pandora.net).



El Corte Inglés
Blazer de antelina, 90 €; (elcorteingles.es)



Andrés Otálora
Top plisado con capas, 650 €; (andresotalora.com).



Chanel
Bolso dorado; (chanel.com).



AQUAZZURA
Sandalia con tacón, 695 €; (aquazzura.com).

ROSALÍA

EDICIÓN ESPECIAL **InStyle**



150
páginas
PURA
ROSALÍA

Universo Rosalía

El fenómeno que ha transformado la música y la estética urbana a nivel mundial.

¡Luces, cámara, show!

Un recorrido por sus discos, sus videoclips y sus actuaciones icónicas. Todo un espectáculo visual y acústico.

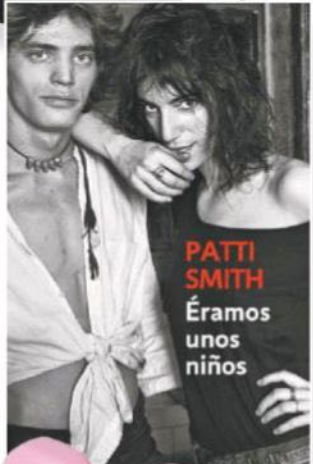
Su estilo

De sus looks más llamativos a su melena con halo dorado. Cada aparición pública tiene un mensaje.

YA EN TU QUIOSCO



PREMIOS BRIT 2026
 Coronada Artista Internacional del Año, acudió a la gala en Manchester con este diseño de Chanel.



EL IMAGINARIO DE ROSALÍA

SU UNIVERSO ESTÁ HECHO DE SÍMBOLOS, INTUICIÓN Y ESTILO AFILADO REPLETO DE GUIÑOS SECRETOS. ROSALÍA ES UNA PERLA, PERO DE LAS BUENAS.

1. Bandana de lana con logo bordado y pin, de Sonia Carrasco, 190 €; (sonia-carrasco.com).
2. Camiseta *Amor Meu*, de CentsdeCels, 20 €; (centsdecels.com).
3. Rosario gargantilla en plata, de Jose Luis Joyerías, 100 €; (joseluisjoyerias.com).
4. Libro *Éramos unos niños*, de Patti Smith, 10,40 €; (fnac.es).
5. Pesas neopreno de 1kg, de Doone en Sprinter, 9,99 €; (sprintersports.com).
6. Bolso bandolera *Egg*, de Simone Rocha, 595 €; (farfetch.com).
7. Zapato *Bella* destalonado, de Khaite, 1.220 €; (khaite.com).
8. Anillos de plástico confeccionados de manera artesanal, de La Manso, 49 € -azul- y 78 € -con perlas-; (lamanso.shop).
9. Top pañuelo, de Balenciaga, 1.100 €; (balenciaga.com).
10. Auriculares con cable de alta fidelidad *Fidelio X3/00*, de Philips, 244,18 €; (pccomponentes.com).

TEXTO: SARA TRUEBA./ FOTOS: GETTY IMAGES. D.R.

ESPECIAL NIÑ@S

Aire libre

¿DESEANDO QUE CORRAN POR LOS PARQUES Y SE CONECTEN ¡POR FIN! CON ACTIVIDADES EN EL EXTERIOR? DALES COMODIDAD, ESTILO URBANO Y NO NECESITARÁS SUGERIRLO DOS VECES.

fotografía
DANNIEL ROJAS

realización
PILUCA VALVERDE

texto
SARA TRUEBA





Scalpers
Sudadera crema;
(scalperscompany.com).

Springfield
Camisa de rayas;
(springfield.com).

El Corte Inglés
Pantalones de
chándal cortos;
(elcorteingles.es).

Primark
Termo de Mickey;
(primark.com).

Página Izquierda:

ELLA

Springfield

Polo de manga corta;
(springfield.com).

American Vintage

Cárdigan rojo;
(americanvintage-store.com).

Primark

Falda globo y gorra;
(primark.com).

Bobo Choses

Calcetines de rayas;
(bobochooses.com).

Geox

Zapatillas deportivas;
(geox.com).

ÉL

Springfield

Polo de manga larga de rayas;
(springfield.com).

American Vintage

Sudadera gris -al cuello-;
(americanvintage-store.com).

Bobo Choses

Pantalones vaqueros;
(bobochooses.com).

Geox

Zapatillas deportivas;
(geox.com).



El Corte Inglés
Cárdigan azul -al cuello-;
(elcorteingles.es).
Springfield
Polo de punto
relieve y rayas;
(springfield.com).
Primark
Pantalones de chándal
con rayas laterales y
termo de Mickey;
(primark.com).

Página derecha
ÉL
Dior
Polo blanco; (dior.com).
Bobo Choses
Polo de manga larga y rayas
-a la cintura-, pantalones
de chándal y banda elástica;
(bobochooses.com).
Geox
Zapatillas
deportivas; con velcros
(geox.com).

ELLA
Dior
Polo de rayas de
manga larga y zapatillas;
(dior.com).
American Vintage
Pantalones de chándal;
(americanvintage-store.com).
Primark
Gorra; (primark.com).
Bobo Choses
Calcetines;
(bobochooses.com).



Primark

Chaqueta deportiva;
(primark.com).

Bobo Choses

Cárdigan;
(bobochooses.com).

American Vintage

Camisa de rayas;
(americanvintage-store.com).

Blauer

Pantalones de chándal;
(blauerusa.com).

Geox

Zapatillas deportivas;
(geox.com).

Maquillaje y peluquería

Mara Fervi (Another Artist).

Asistente de realización

Carmen Cruz.

Asistente de fotografía

Álvaro Coronado.

Asistente de maquillaje

David Herrera

(Another Artist).

Modelos

Martina (Cool Kids),

Bosco y Emma

(Happy Kids) y Leo

(Delphos).



DENIM PARA PEQUES

Vaqueros para bebé con goma en la cintura y detalles de osito o cerezas. 12,99 €



ANIMALES SALVAJES

Alegres y suaves camisetas de manga corta. Pack de 3. 14,99 €



CONJUNTOS DE PRIMAVERA

Camiseta flor con brillos. 7,99 € y pantalón vaquero. Conjunto camiseta dinosaurios y shorts a rayas. 12,99 €



PARKA CON CAPUCHA

De tejido firme, con estampado de flores y cintura elástica con cordón. 25,99 €



FLORECITAS PARA TU BEBÉ

Conjunto de tres piezas: camiseta manga larga, leggings y diadema de canalé. 14,99 €



C&A Kids Collection ¡A jugar!

La nueva colección infantil de C&A para primavera-verano es moderna, cómoda y funcional, diseñada para el día a día de las familias y pensada para acompañar a los peques en cada etapa. Con un diseño alegre y colorido, ofrece sudaderas, camisetas de manga corta, denim... y prendas con licencias destacadas como Minecraft, Pokémon, Patrulla Canina y Spiderman. Destaca la colección Baby con tejidos delicados y respetuosos con la piel. El algodón orgánico es su material protagonista: suave y transpirable, abriga sin sobrecalentar al bebé. La mayoría de los bodys contienen al menos un 95% de algodón orgánico certificado. Una propuesta que aúna estilo, suavidad y precios que acompañan a las familias.

c-a.com



MOTIVOS INFANTILES

Denim para bebé con un gracioso osito bordado sobre el bolsillo. 12,99 €

Exploradores de estilo

American Vintage

Camiseta;
(americanvintage-
store.com).

Springfield

Camisa de
manga corta;
(springfield.com).

Bobo Choses

Pantalones
vaqueros con
cintura elástica;
(bobochooses.com).

Primark

Gorra roja;
(primark.es).



minimal

El Corte Inglés

Chaleco bordado;
(elcorteingles.es).

Coconut

Camisa bordada;
(elcorteingles.es).

Springfield

Pantalones
vaqueros;
(springfield.com).

Dior

Zapatos denim;
(dior.com).



boho

1



2



5



7



1



2



3



5



6



8



7

1. **Springfield** Camisa de algodón con cuello mao, 17 €; (springfield.com). 2. **Ziaja Kids** Gel de ducha para bebé, 3,49 €; (es.ziaja.com). 3. **Blauer** Cortavientos técnico, 176 €; (blauerusa.com). 4. **Zadig & Voltaire** Gorro bucket, 45 €; (zadig-et-voltaire.com). 5. **Dior** Camisa de rayas para bebé con bolsillos frontales, 290 €; (dior.com). 6. **Givenchy** Pantalones vaqueros barrel, 255 €; (givenchy.com). 7. **Victoria** Bamba de algodón, 30 €; (calzadosvictoria.com).

1. **Kiabi** Gorrito tejido, 8 €; (kiabi.es). 2. **Bijou Brigitte** Pinza de cangrejo para el pelo, 15 €; (bijou-brigitte.com). 3. **C&A** Vestido con bordados, 28 €; (c-and-a.com). 4. **Jose Luis Joyerías** Pulsera de estrellas, 469 €; (joseluisjoyerias.com). 5. **E'lifexir** Crema solar mineral SPF+50, 26 €; (elifexir.com). 6. **Coconut** Top asimétrico de lúrex con volante, 35 €; (elcorteingles.es). 7. **Mango** Sandalia con hebillas, 40 €; (mango.com). 8. **Primark** Pantalones vaqueros a rayas, 16 €; (primark.es).

DESCUBRIR COLORES, ESTILOS Y PERSONALIDADES DISTINTAS A TRAVÉS DE LA MODA ES UN JUEGO DIVERTIDÍSIMO CON EL QUE LOS MÁS PEQUEÑOS TAMBIÉN DEFINEN SU IDENTIDAD. INSPÍRATE Y ELIGE LAS PRIMERAS PIEZAS DE PRIMAVERA CON LAS QUE HACERLES EXPERIMENTAR.



American Vintage
Chaleco vaquero;
(americanvintage-
store.com).
Springfield
Camiseta gráfica y
pantalones cortos
estilo cargo;
(springfield.com).

rockero



1. **Marc Jacobs** Camiseta corta de cuadros, 55 €; (marcjacobs.com).
2. **El Corte Inglés** Vaqueros *skinny*, 20 €; (elcorteingles.es).
3. **Boss** Sudadera con logo gráfico y capucha, 89 €; (hugoboss.com).
4. **Oral-B** Cepillo eléctrico *iO Kids* para más de 6 años, desde 59,95 €; (oralb.es).
5. **Skechers** Zapatilla multicolor *Gametronix 2.0*, 60 €; (skechers.es).
6. **Karl Lagerfeld** Mochila negra con logo, 109 €; (karllagerfeld.com).
7. **Mango** Náutico en lona de algodón, 27 €; (mango.com).



Primark
Top de flores;
(primark.es).
Jose Luis Joyerías
Collar y
pendientes;
(joseluisjoyerias.
com).

romántica



1. **Chloé** Vestido con flores y volantes, 265 €; (chloe.com).
2. **Dior** Falda de tul plisado, 680 €; (dior.com).
3. **Springfield** Cazadora vaquera *Trucker* con margaritas bordadas, 28 €; (springfield.com).
4. **Montero & Cabana** Limosnera con volante de encaje y bordados, 95 €; (monterocabana.com).
5. **LOV'YC Kids** Jabón de manos infantil en espuma; (lovycc.com).
6. **Geox** Sandalia con hebillas, 55 €; (geox.com).
7. **C&A** Vestido con flores bordadas en la cintura, 30 €; (c-and-a.com).

Lo hemos probado

LOS PRODUCTOS INDISPENSABLES PARA EL ASEO DEL BEBÉ LLEGAN DE LA MANO DE SUAVINEX, CON FÓRMULAS QUE RESPETAN EL **MICROBIOMA DE LAS PIELS MÁS DELICADAS**. UN GEL-CREMA BAÑO SUAVE, UNA LECHE HIDRATANTE LIGERA Y UNA POMADA PROTECTORA DEL PAÑAL.

1

LA PROMESA

La nueva gama de cosmética pediátrica de Suavinex ofrece una fórmula innovadora: *Microbiome Tech*, un nuevo enfoque para el cuidado experto de las pieles delicadas inspirado en el microbioma cutáneo.

Gel-Crema Baño Suave
Limpia e hidrata sin jabón.



2

LA OPINIÓN

“La piel, desde el nacimiento, cuenta con una barrera microbiana invisible que la protege de forma natural”, explican desde Suavinex, líder en cosmética infantil. Por eso, la nueva fórmula combina la avena Bio con agentes prebióticos, protectores y bioestimulantes”.

3

EL VEREDICTO

Tanto el gel-crema, con su textura suave y su aroma reconfortante, como la crema hidratante, que promueve el bienestar de forma inmediata, y la pomada, protectora y reparadora (de eficacia clínicamente probada), convierten los momentos cotidianos en rituales de bienestar familiar.

Pomada protectora del pañal
Para la piel irritada.



Leche hidratante corporal
Emulsión sedosa.
Pack completo: 42,75 €;
(suavinex.com).

SPRINGFIELD KIDS ESTRENA TEMPORADA CON NOVEDADES



Springfield Kids se refuerza en España con la apertura de espacios anexos y tiendas independientes en los próximos meses en Madrid, Alicante, Salamanca, Murcia y El Puerto de Santa María.



Camisa rayas niño

Conjunto lúrex niña

NOVEDAD DE LA MARCA

Una evolución que, además de sus tallas habituales de 5-12 años, amplía el tallaje hasta la 13-14, conectando con el público *pre-teen* a través de un estilo casual y auténtico.

La nueva colección de Springfield Kids también está disponible en myspringfield.com/kids



Primera tienda independiente de Springfield Kids en el C.C. Palacio de Hielo, Madrid



Sudadera "Urban estrella" niño

Camiseta bici niño

Chaqueta antelina niña

Chino cargo niño

Jeans Bootcut niña

Cápsula Sporty de niño

Por su parte, la colección de niño apuesta por el varsity clásico en colores primarios con la icónica bicicleta de la marca. Por otro lado, la línea Waves presenta cortes más amplios, tipografías divertidas y colores naranja y verde menta en sudaderas, bermudas y camisetas. La propuesta de SS26 cierra con una colección más urbana, protagonizada por joggers y sudaderas en una paleta de negros, grises y toques flúor.



Total look de la cápsula Boho

La propuesta de moda para niña esta temporada se divide en tres ejes: el estilo varsity, con gráficos de inspiración college en tonos rosa empolvado y baby blue; una línea romantic punk de tendencia para *pre-teens* donde predominan los verdes, morados, blancos y negros; y una tercera colección de inspiración boho, donde cobran protagonismo los volantes, bordados, el croché y los tonos tierra en blusas, jerséis, vestidos y chaquetas, completándose con una prenda especial en antelina.



Top crochet niña



SPRINGFIELD
KIDS

instyle.es

 InStyleSpain

 InStyleSpain

 RevistaInStyle



www.instyle.es

belleza

TENDENCIAS, TRATAMIENTOS E INGREDIENTES QUE ESTÁN IN

UMA WANG



PELO SANO: LA ÚLTIMA OBSESIÓN

Los protocolos de las rutinas faciales llegan al cuero cabelludo y la industria ya habla de una nueva era para el cuidado capilar.

BELLEZA

Para crear las ondas con movimiento de María se necesita una base previamente tratada con productos como el Champú Keratin Alpha Sleek, que consigue un cabello más suave durante dos semanas.

Vestido *midi* marrón, de **Mango**; (shop.mango.com).

BAJO CONTROL

LAS CLAVES DE LA GAMA KERATIN ALPHA SLEEK, DE L'ORÉAL PROFESSIONNEL, LE SIRVEN A **MARÍA FERNÁNDEZ-RUBÍES** PARA LUCIR MELENA. BRILLAR Y SUAVIZAR SON SUS OBJETIVOS EN ESTE Y OTROS ASPECTOS DE SU VIDA. CON ELLA, QUE ACABA DE ANUNCIAR SU TERCER EMBARAZO, HABLAMOS SOBRE EL PRECIO -Y EL PRIVILEGIO- DE VIVIR EN PRIMERA LÍNEA DIGITAL.

por **RAQUEL PELÁEZ** fotografía **DANNIEL ROJAS**



El liso se construye controlando el frizz con la Mascarilla *Keratin Alpha Sleek*, que remodela la queratina capilar, aportando un brillo inmediato.

Vestido asimétrico con flecos, de **Mango**; (shop.mango.com).

BELLEZA

Con una protección
térmica de hasta
230°C, el sérum
Keratin Alpha Sleek
proporciona una
textura esponjosa e
hidratada.

Chaqueta burdeos
de piel, de **H&M**;
(www2.hm.com).
Pantalón y
cinturón, de María.





La coleta alta y pulida se consigue con el tratamiento *Smooth Transformer Keratin Alpha Sleek*, que evita el encrespamiento.

Camiseta blanca con cuello redondo, de **Skims**; (skims.com).

Maquillaje
Sandro Nonna.
Peluquería
Alba Esteban.
Realización
Carmen Cruz.
Asistente de fotografía
Miguel Sancho.

Llegó a las redes por instinto y se quedó por convicción. Le encantaba la fotografía, viajar con su cámara, compartir... Hasta que decidió saltar y apostar todo por una profesión que, en aquel momento, ni siquiera tenía nombre. Pero no fue un salto al vacío, llevaba arnés: el que había tejido con años de formación, de trabajo

y de una curiosidad que nunca ha dejado de alimentar. Su padre, banquero, fue paradójicamente el primero en animarla. Le dijo que siempre podría dar marcha atrás. Y eso le dio el empuje para no tener que hacerlo. Más de una década después, María Fernández-Rubies es una de las influencers más reconocidas de nuestro país. Pero detrás del *feed* milimetrado hay una mujer que habla sin rodeos de presión estética y salud mental. Nos lo cuenta mientras el equipo *beauty* prepara su melena con la nueva gama de productos *Keratin Alpha Sleek* de L'Oréal Professionnel.

Trabajamos hoy con una línea capilar centrada en el brillo y el control del encrespamiento. Si trasladamos esto a tu vida, ¿qué es lo que más te ilumina y lo que más te pone los pelos de punta? Lo que más me hace brillar es mi familia, mis hijos. Y si hablamos del entorno digital, lo que más me gusta es la libertad creativa que me permite, conocer a gente superinteresante todos los días o viajar. ¿Y la parte negativa? Lo expuesta que estás. Muchas veces, la gente cree que te conoce por ese pequeño porcentaje que muestras y se cree con derecho a opinar de todo y sin respeto. Eso es lo que peor llevo, sobre todo cuando ha afectado a mi familia: a mi madre, a mi marido, que no son nada de redes sociales.

Y después de todos estos años, ¿sigue pesando la responsabilidad de gustar? Nunca he tenido esa presión, porque desde muy pequeña he entendido que no le voy a gustar a todo el mundo. No me considero un perfil de masas. Tengo mi público, que es muy fiel, y poco *hate*.

Afortunadamente, ya se habla sin tapujos del desgaste mental de esta profesión. ¿Has tenido que pedir ayuda alguna vez para gestionar la presión? De momento no. Tengo buenos amigos dentro de las redes sociales, pero conservo mucho mi vida fuera de ellas. Y también estoy en paz con el hecho de no tener que estar siempre de moda. Intento hacer las cosas lo mejor posible, seguir a la vanguardia, pero entiendo que es muy difícil mantenerse. Mi abuelo ocupó un puesto importante y le regalaban de todo pero, cuando lo dejó, nadie se acordaba de él. Eso pasa en cualquier profesión. Por eso creo que, mientras estés arriba, tienes que ser humilde y agradecido.

Hay quien sigue pensando que las influencers vivís de lo superficial. ¿Te molesta esa etiqueta o has aprendido a no intentar convencer a quien ya tiene una opinión formada? Todavía hay muchísima gente que no cree que haya trabajo detrás de nuestra profesión, pero todo de-

pende de cómo te lo tomes. Tengo amigas creadoras de contenido que trabajan sin parar. Tanto, que a veces me agobian porque la vida pasa muy deprisa. Entiendo que hay quien considere que es superficial, pero a mí me parece un mundo precioso. Y mientras me llene, seguiré. No intento que la gente comulgue con esta profesión y entiendo también que se enfaden porque se gana dinero, porque da oportunidades, y que lo comparen con otras profesiones. Siempre pienso que ojalá ganaran más dinero los médicos, pero no está en mi mano cambiarlo.

¿Qué te parece la anunciada prohibición de las redes sociales a los menores de 16? Estoy súper de acuerdo. A mí esto me pilló ya mayor, con mi personalidad marcada y con capacidad para que no me afectara. Pero los niños buscan validación constante y se comparan todo el tiempo. Y con las redes ya no es solo con los de su clase, sino con el mundo entero. Por eso creo que se debe limitar de alguna manera. No sé si una prohibición total, pero hay que darles a los padres herramientas. Porque llega un momento en que, como padre, no tienes control. Yo sé gestionarlo y aun así, en momentos en los que he estado peor —un posparto, una crisis con una amiga—, cualquier cosa que en tu vida personal no esté bien, salir en redes no te favorece en nada. Imagínate con 13 años.

Con tres hijos (uno en camino), ¿te incomoda cómo se maneja la exposición infantil en redes sociales? En mi caso, a mis hijos los enseño muy puntualmente: en viajes o en verano. Pero no son el epicentro de mi contenido y no quiero que lo sean. Yo hago moda y *lifestyle*. También creo que, eventualmente, dejaré de sacarles del todo. Se trata de etapas. De bebés, cuando son más pequeños, no se les reconoce, no pasa nada. Pero ya hay un momento... Al mayor, de cinco años, no le obligo a hacerse fotos. Y a mi marido no le encanta salir, así que tampoco le saco mucho.

Otra presión: la eterna juventud. ¿Te preocupa envejecer en una industria obsesionada con la imagen? De momento me encanta cumplir años. Es sinónimo de estar aquí, viva, y de ser agradecida. Lo que sí me da pena es lo rápido que pasan los años en mis hijos y quiero estar muy presente pero, a nivel profesional, no me preocupa. Tengo 34 y me veo fenomenal. Hago mucho deporte y me cuido sin obsesionarme. Incluso me veo más guapa ahora que hace 10 años, porque lo que tienes dentro está mucho más seguro. Ya sé lo que me favorece, cómo peinararme, cómo sacarme partido.

Y el tema 'retoques' ¿cómo lo llevas? No tengo problema en reconocer que, si en algún momento quiero hacerme algo, me lo haré. He sido madre, me he operado el pecho porque me lo veía flácido tras la maternidad —con la prótesis más pequeña del mercado—, y también me cosí los abdominales porque tenía una diástasis muy grande que me provocaba dolores de espalda y digestiones muy pesadas. Lo pasé muy mal. Pero me veo bien, me siento bien. Y me gusta la gente que sabe envejecer cuidándose, sin transformarse demasiado. Ese es mi objetivo. ■



LISO CON BRILLO

Para conseguir este look es fundamental preparar bien antes el cabello. Una buena opción es utilizar la rutina completa de *Keratin Alpha Sleek*, que transforma la fibra desde dentro, no solo en la superficie. Su fórmula actúa a nivel alfa-queratina, que es la proteína que forma la estructura del cabello. De este modo, el pelo queda más suave, con menos volumen indisciplinado y más fácil de peinar.



Mascarilla Keratin Alpha Sleek. Nutre en profundidad, remodelando y suavizando la queratina del cabello. 37,80€.



Champú Keratin Alpha Sleek.

Suaviza e hidrata el cabello, aportando brillo instantáneo, control del frizz y volumen. Apto para todo tipo de pelo. 32,58 €.



ONDAS CON MOVIMIENTO

“Para que las ondas queden más naturales, y no caer en las típicas de sirena, empiezo por la raíz. Dejo unos cuatro centímetros tanto desde la raíz como desde las puntas”, explica Alba Esteban, *hair & makeup artist* y embajadora de L'Oréal Professionnel. Al final las abro con un cepillo plano para que estén más sueltas y se vea un toque playero natural.



TEXTURA ESPONJOSA

“Lo que buscamos con este estilo es movimiento, no una forma marcada. La forma se consigue trabajando el cabello antes de peinarlo, usando productos que aporten cuerpo, como *beach weaves*, espuma para volumen o spray texturizante. Además de darle un toque de secador con difusor para crear esa esponjosidad. Las ondas, cuanto más efecto deshecho, mejor”.



Sérum Keratin Alpha Sleek.

Sella la estructura de queratina del cabello para resultados duraderos. Se activa con calor. 33,57 €.

Smooth Transformer Keratin Alpha Sleek.

Tratamiento anti-frizz progresivo para después del champú. Dejar actuar 10 minutos y enjuagar. 32,58 €.



COLETA ALTA

“Para que la coleta quede más pulida y con un toque sofisticado, primero aliso el cabello y después giro las puntas con la plancha *Steampod*, que me aporta un liso extremo gracias a sus sistema de alisado con vapor. Además, al tener placas también en la parte exterior, simula el marcado como si fuese un cepillo redondo”.

La transformación empieza en el salón

La revolución capilar de la nueva gama *Keratin Alpha Sleek*, de L'Oréal Professionnel, está disponible en algunos de los mejores salones de peluquería. Te proponemos algunos.

Explican los expertos que la nueva línea de productos ha llegado para transformar el cabello desde dentro. Y la mejor forma de descubrirlo es vivir la experiencia en las manos de especialistas como La Nave by Carlos Ortigosa (Madrid), donde el cuidado personal se convierte en una experiencia sensorial única bajo el concepto *Luxury Brutalism*; en Sara Pérez Salón de Autor (Jerez), referente en naturalidad y personalización; o en Macavi Peluquerías (Santander), 8 salones con tratamientos capilares a medida.

FOTOS: D.R.



Sara Pérez Studio (Jerez)

Experta en *balayage* e integración de canas, Sara se enfoca en la naturalidad; (@saraperezsalondeautor).



Macavi (Santander)

8 salones especializados en cortes de tendencia, coloración avanzada y tratamientos personalizados; (@macavipeluquerias).



La Nave by Carlos Ortigosa (Madrid)

Un salón de belleza disruptivo, con estética industrial que propone un viaje sensorial único; (@carlosortigosa).

LOS ACTIVOS DEL ROSTRO SE SUBEN A LA CABEZA

Volver a la raíz

RUTINAS DE LIMPIEZA, RADIOFRECUENCIA, PÉPTIDOS, NIACINAMIDA... EL LENGUAJE DEL SKINCARE HA ENCONTRADO UN NUEVO TERRITORIO: EL CUERO CABELLUDO. INGREDIENTES QUE ANTES SE RESERVABAN PARA SÉRUMS FACIALES SE INFILTRAN EN EL CUIDADO CAPILAR Y, AL IGUAL QUE EN EL ROSTRO, LOS TRATAMIENTOS YA SE DIVIDEN SEGÚN LAS ZONAS.

por **RAQUEL PELÁEZ**

El cuidado capilar llevaba años mirando al sitio equivocado: el cabello como fibra visible sobre la que dar y pulir cera. Toda la industria cosmética volcada en el brillo. Acondicionadores, mascarillas o aceites habían sido formulados para actuar sobre la capa externa, pero la clave estaba más arriba, en el tejido vivo que la genera. Con sus folículos, su microbiota, su actividad sebácea y sus señales inflamatorias, el cuero cabelludo estaba siendo sistemáticamente ignorado. Hasta ahora. Porque la nueva ciencia capilar ha revelado que la cabeza alberga la piel más descuidada del cuerpo, que tiene su propia geografía con zonas diferenciadas y un ecosistema tan complejo como el del rostro. “Por eso, la personalización de los tratamientos capilares no se puede ver como una moda, sino como la consecuencia inevitable de empezar a mirar el tejido con microscopio en lugar de con espejo”, explica Arturo Álvarez-Bautista, químico y doctor en nanomedicina. El mercado ha definido esta tendencia como *skinificación* pero, más allá del márketing, los expertos coinciden en que aplicar aquí las rutinas reservadas al cuidado facial tiene sentido: “La evolución natural es pasar de productos ‘para cabello seco’ o ‘para brillo’ a intervenciones dirigidas a dianas concretas: inflamación subclínica, estrés oxidativo, disbiosis, alteraciones del ciclo folicular... Hablamos de trasladar la lógica biomédica al cuidado cotidiano”, indica el experto.

LA ‘ZONA T’ QUE NADIE NOS HABÍA ENSEÑADO

Cuando la dermatología facial estableció que el rostro no es una superficie uniforme, que la nariz y la frente producen más sebo, las mejillas son más sensibles o el contorno de ojos requiere activos más delicados, la industria respondió con tratamientos segmentados. Ahora, esa

misma lógica está llegando al cuero cabelludo. Aquí arriba también existe algo parecido a la ‘zona T’. Y los dermatólogos lo confirman. “Este mapa viene determinado, entre otras cosas, por la diferente sensibilidad a los andrógenos, que hace que determinadas áreas (como la zona de la raya en las mujeres o la parte superior del cráneo en los hombres) sean más sensibles a la pérdida de densidad capilar y otras, como la coronilla, tengan mayor seborrea”, explica la dermatóloga Virginia Velasco, responsable del departamento de Tricología de la clínica del Dr. Morales Raya. “Antes de pautar cualquier tratamiento es fundamental caracterizar el tipo de cuero cabelludo. En consulta, evaluamos estas diferencias mediante exploración clínica sistematizada por áreas”, continúa. “Por eso, cada vez vemos más productos específicos formulados por regiones”, añade Eduardo Senante, farmacéutico especializado en dermocosmética: “Exfoliantes para la zona grasa en la parte frontal, lociones o productos calmantes para las superficies más sensibilizadas como el contorno del cabello (la línea de la frente y la nuca) y sérums estimulantes de crecimiento capilar en la coronilla”.

LOS INGREDIENTES MIRAN AL NORTE

Uno de los fenómenos más llamativos de esta revolución es el trasvase de activos. Ingredientes que durante años fueron patrimonio exclusivo de la cosmética facial están redefiniendo las formulaciones capilares de nueva generación. Y hay una lógica fisiológica detrás. Senante despliega los nombres que sirven de puente: “Los péptidos actúan como estimuladores de la señalización celular y mejoran la calidad del folículo piloso; el ácido hialurónico ayuda a mejorar el confort del cuero cabelludo cuando está alterado o enrojecido y la niacinamida regula la producción de sebo y refuerza la función barrera, igual que lo hace en la piel del rostro”. Y la lista sigue: “Los

“La personalización de los tratamientos capilares no es una moda, sino la consecuencia de mirar el tejido con microscopio en lugar de con espejo”.

—ÁLVAREZ-BAUTISTA, QUÍMICO



exosomas se están empezando a utilizar para estimular el folículo y mejorar la intercomunicación celular y los ácidos exfoliantes suaves ayudan a controlar la producción de grasa y la descamación sin agredir la barrera cutánea”, concluye. Mientras, el director científico de Arturo Alba, Álvarez-Bautista, incide en la distinción que lo cambia todo: la diferencia no está en el nombre del ingrediente, sino en su propósito biológico. “Ya no formulamos para ‘suavizar’, sino para modular vías fisiológicas concretas: regulación sebácea, control inflamatorio, mejora del entorno folicular... En casos de inflamación, ingredientes con acción calmante real y algunos antioxidantes con evidencia pueden reducir el entorno proinflamatorio que precede a muchos cuadros de caída o sensibilidad”.

LA SKINIFICACIÓN SE HACE PROTOCOLO

En la nueva arquitectura del cuidado capilar, “el tratamiento profesional y el autocuidado en casa no son excluyentes, sino complementarios”. Lo cuenta la estilista Charo Palomo, en cuyo *atelier* se empieza siempre por un diagnóstico para continuar en cabina con pasos que hace apenas unos años serían impensables en un salón capilar: exfoliación del cuero cabelludo para eliminar residuos y excesos sebáceos, esencias calmantes o activos específicos aplicados por zonas. Incluso un champú de sal que elimina el exceso de sulfatos y residuos acumulados, para que cualquier tratamiento posterior resulte más eficaz. Otro de los tratamientos profesionales más representativos

“ Los péptidos mejoran la calidad del folículo piloso y la niacinamida regula la producción de sebo”.

-EDUARDO SENANTE, FARMACÉUTICO

que han cruzado del rostro a la cabeza es *Keravive*, de HydraFacial: un protocolo de tres pasos —exfoliación profunda del folículo, infusión de factores de crecimiento y péptidos nanosomados, y fototerapia LED roja— que traduce literalmente la lógica del facial al cuero cabelludo. Se realiza en tres sesiones mensuales e incluye un spray para prolongar los

resultados en casa. En esta misma dirección trabaja el tratamiento *TBC Colágeno*, de The Beauty Concept Hair, un ritual de hidratación profunda que usa colágeno activado con calor para hidratar desde dentro hacia fuera, revertir el daño capilar, rellenar la fibra, nutrir y devolver sedosidad y brillo.

También Llongueras se une al trasvase de conceptos e ingredientes con un menú de tratamientos que bien podría confundirse con una carta de spa facial. Su *Peeling Enzimático* usa enzimas de frutas para eliminar sin agresión células muertas, exceso de sebo y residuos de producto, dejando los folículos despejados y preparados para absorber los activos posteriores. Remata la propuesta el *Plasma Capilar*, un concentrado de antioxidantes, vitaminas y minerales como polvo de diamante y nácar de perla, que actúan como *anti-aging* sobre la estructura profunda de la fibra.

La aparatología completa el cuadro. Radiofrecuencia, fototerapia LED, microcorrientes... Tecnologías que llegaron desde la estética facial y que trabajan donde los cosméticos no alcanzan. La misma ciencia que durante décadas se centró en rejuvenecer el rostro y mantener el cabello sedoso ha subido, por fin, hasta la raíz. ■

LOS 5 BÁSICOS PARA TU CABELLO



Serene Scalp Densifying Treatment Spray, de Oribe

Tratamiento densificador para cabello afinado y debilitado, 85 €; (oribehair.es).



Sérüm Rosemay+ Peptides, de Tara

Tratamiento para el cuero cabelludo que combina romero y péptidos para conseguir un cabello más fuerte, 45 €; (taraformula.es).



Transformational Infusion, de I.C.O.N.

Mascarilla intensiva con antioxidantes puros formulada para combatir el envejecimiento capilar, 43,50€; (iconencasa.com).



Sérüm Anti-chute Fortifiant, de Kérastase

Fortalece el cuero cabelludo a largo plazo tras un uso continuado. Sin aclarado, 56,90€; (kerastase.es).



Exosome Lotion, de Sensilis

Fórmula diseñada para ayudar en tratamientos para revertir la longevidad capilar, miniaturización y alopecia androgenética, 28,40 €; (sensilis.com).

En dorado champán y con la flor de piel decorativa, el look sofisticado está asegurado.

P.V.P. 74,95 €

La pulsera tobillera le da un toque chic y la plantilla acolchada, máxima comodidad.

P.V.P. 74,95 €

Esta noche, brillarás

Glamur y confort no siempre van de la mano. Pero cuando hablamos de Pitillos, sí. La nueva colección de calzado de fiesta de la firma española es tan sofisticada como cómoda, un lujo para tus pies que te hará olvidarte de que llevas zapatos. Pitillos auna diseño, confort y durabilidad, gracias a la utilización de materiales naturales y resistentes, de primera calidad, que moldean con técnicas artesanales y tecnología moderna. Sandalias elegantes, peep-toes, salones destalonados, plataformas, tacones finos o gruesos... Tú eliges. Regala unos Pitillos a tus pies y disfruta toooda la noche. Porque cuando te sientes bien, todo lo demás fluye.



Con su diseño destalonado, es un zapato de salón elegante que estiliza la pierna.

P.V.P. 74,95 €



En negro y de líneas sencillas, es un modelo versátil, ideal tanto para fiestas como para trabajo.

P.V.P. 69,95 €



Este peep-toe de suela gruesa, estilo sesentas, tiene un aire clásico y glamuroso a la vez.

P.V.P. 79,95 €



El tacón ancho le aporta máximo confort y el doble elástico lateral, ajuste perfecto.

P.V.P. 79,95 €



Nieto e hijo de

perfumistas, Jacques Cavallier-Belletrud creció en Grasse, al sur de Francia, aprendiendo el lenguaje de los aromas como otros niños aprenden a leer. Desde 2012 es el maestro perfumista de Louis Vuitton y la nariz que ha dado forma a una de las colecciones de perfumería de lujo más ambiciosas del siglo XXI. Con *Ambre Levant*, su última creación, regresa a Oriente Medio, la tierra de inspiración recurrente en su obra, para capturar en un frasco la calidez sensual del ámbar, la profundidad misteriosa del oud (una madera resinosa) y el destello de luz de una mandarina. Una fragancia que, como él mismo explica, no se ve, se siente.

¿Qué aporta cada ingrediente al corazón de la fragancia y cómo interactúan entre sí sobre la piel?

El oud añade profundidad, calidez y una elegancia especiada y amaderada sin resultar nunca áspero, mientras que el ámbar trae sensualidad, una sutil salinidad y una frescura suave, casi rosada. Sobre la piel,

interactúan de manera hermosa: cada uno realza al otro, creando una fragancia que se siente intensa, sofisticada y viva, con una presencia mística y elegante que perdura.

Y la duda para los que somos ‘novatos olfativos’... ¿Cómo se mete en un frasco algo como ‘el resplandor que deja un atardecer’?

Para mí, la luz no es algo que se muestra sino que se siente. En perfumería, la traducimos a través de acordes y materiales que crean fluidez y transparencia, una sensación de claridad que lo ilumina todo sin dominar. Los cítricos, las notas frescas, ciertas maderas y las moléculas acuáticas actúan como rayos de luz, realzando los demás ingredientes. Para *Ambre Levant*, usé mandarina. Es perfecta: no se trata solo de un cítrico sino de una fruta llena de complejidad –floral, aromática, fresca y afrutada al mismo tiempo– que aporta una profundidad increíble al perfume. Actúa como un rayo de sol sobre la piel. Capturar un atardecer en un frasco consiste en superponer estos elementos para que la fragancia respire y viva, como una pintura donde la luz no está en un solo lugar, sino en todas partes a la vez.

El perfumista que embotelló LA LUZ

JACQUES CAVALLIER-BELLETRUD, EL MAESTRO QUE FIRMA EL ESTILO OLFATIVO DE **LOUIS VUITTON**, CUMPLE SU RETO: ATRAPAR EL RESPLANDOR QUE DEJA UN ATARDECER. LO HACE EN SU ÚLTIMA CREACIÓN: *AMBRE LEVANT*.

por **RAQUEL PELÁEZ**

Cuando se trabaja con elementos tan tradicionales, ¿cómo se equilibra el respeto por la tradición con un lenguaje olfativo contemporáneo?

Quería evitar los clichés habituales: los perfumes de oud pesados y nostálgicos. Louis Vuitton siempre ha sido moderno en su esencia y yo intento llevar esa frescura a cada creación. El oud es extraordinario, pero debe ser elegante, nunca abrumador; por eso lo combiné con mandarina. En *Ambre Levant*, el oud le da la columna vertebral al perfume, junto con el ámbar, la canela y un toque chispeante de mandarina. Es intenso, verdadero, pero al mismo tiempo muy moderno.

¿Cómo influyó venir de una familia de perfumistas en la forma de construir tus composiciones?

Desde que tengo memoria, estuve inmerso en el mundo de mi padre y mi abuelo, escuchando sus conversaciones en la mesa, oliendo los *blotters* (tiras de papel para probar perfumes), viendo a mi padre escribir fórmulas. Todo parecía sencillo, como magia. Con el tiempo comprendí que no existe un don innato. Crear un perfume es cuestión de curiosidad, pasión y trabajo incansable. Oler, estudiar, experimentar cada día. Igual que dominar un instrumento o la pintura. Así es como aprendes a expresarte. Para mí, el bagaje familiar me dio tanto inspiración como disciplina, y el valor de atreverse.

Llevas desde 2012 construyendo la historia olfativa de Louis Vuitton. ¿Cómo la definirías?

Aquí entiendo el perfume como la Alta Costura: cada frasco es artesanía y está hecho con los mejores ingredientes. Pongo un cuidado y un valor extraordinarios en cada creación, no solo para la apariencia, sino para hacer algo verdaderamente memorable. Disfruto creando fragancias con intenciones claras y comprensibles. Nuestros perfumes están pensados para contar una historia, evocar un viaje o una emoción. Y el hecho de que solo los vendamos en nuestras propias tiendas nos permite compartirlo directamente con la gente. Hoy, el estilo olfativo de Louis Vuitton es todo calidad, creatividad y libertad. Fragancias que se sienten únicas, vivas y completamente nuestras.

Los gustos cambian con cada era histórica y tú has creado fragancias icónicas a lo largo de distintas décadas. ¿Dónde estamos ahora? ¿A qué huele 2026?

Durante los últimos veinte años, la perfumería europea atravesó una especie de eclipse con perfumes que a veces carecían de emoción o interés. Hoy hay un regreso maravilloso, inspirado en parte por los estilos de Oriente Medio, con oud, maderas, frutas... Materiales reales que aportan profundidad más allá de los sintéticos. Las tendencias van y vienen, como las notas marinas o la frescura

en las fragancias *gourmand* (notas comestibles), pero lo que perdura es la calidad, la belleza de los ingredientes. Para 2026, noto que la gente se siente atraída por perfumes que mezclan ingredientes naturales con moléculas modernas, creaciones como *Imagination* que aman tanto hombres como mujeres. Personalmente, disfruto de las fragancias frescas, algo alegre y ligero, pero también llevo cada día fragancias de mis ensayos para entender por qué llegan a la gente. El perfume hoy tiene que ver con el sentimiento, la ocasión y la emoción. Eso es lo que hace que un aroma sea intemporal.

Desde tu experiencia, ¿sigue teniendo sentido distinguir entre perfumes masculinos y femeninos?

Para mí, lo más importante es la inspiración detrás de la creación. La feminidad siempre ha sido una fuente de inspiración real –mi madre, mi mujer, mis hijas–, la riqueza del carácter me fascina. La masculinidad tampoco está lejos de los clichés; me encantan los hombres que abrazan sus emociones, que tienen un lado femenino y aun así permanecen fuertes. Hoy, la gente se guía menos por el género y más por lo que les habla. Lo que cuenta es la historia, la emoción, la inspiración, venga de donde venga, y no la etiqueta de marketing. Un buen perfume es bueno para todo el mundo.

Ciertos materiales que nunca revelan todos sus secretos y la rosa centifolia es uno de ellos. Es infinitamente compleja, con facetas frescas, especiadas, frutadas e incluso metálicas. Los científicos han identificado solo entre 600 y 700 de sus moléculas de un total de quizás 1.200 a 1.500, lo que significa que aún hay misterios por explorar. Para un perfumista, eso es increíblemente emocionante: trabajar con un material tan rico que puede inspirar creaciones completamente nuevas cada vez.

¿Hay algún estilo o familia olfativa que todavía te fascine y que no hayas explorado del todo?

Los científicos han identificado solo entre 600 y 700 de sus moléculas de un total de quizás 1.200 a 1.500, lo que significa que aún hay misterios por explorar. Para un perfumista, eso es increíblemente emocionante: trabajar con un material tan rico que puede inspirar creaciones completamente nuevas cada vez.

Y mirando al futuro de la perfumería de lujo, ¿qué tendencias crees que marcarán las próximas décadas? No creo en perseguir tendencias. Para mí, ser disruptivo hoy significa devolver algo atemporal a la vida de una manera fresca y moderna. La tecnología nos permite capturar aromas como nunca antes, mientras que los clientes son cada vez más curiosos, formados y buscan autenticidad. La verdadera revolución es emocional: la gente quiere fragancias que se sientan personales, que cuenten su historia. El lujo verdadero es calidad, personalidad y crear una experiencia, no simplemente seguir una categoría. Cuando un perfume tiene una intención creativa clara y una conexión emocional, ahí es donde veo el futuro de la fragancia. ■



AMBRE LEVANT
El perfume rinde homenaje a Oriente Medio en la colección *Fragancias del Mundo*. 375 €; (louisvuitton.com).

Juandiegoteo en uno de los perfiles más influyentes del panorama capilar actual.



EL EXPERTO

Juandiegoteo

ESPECIALISTA EN COLORACIÓN, ESTILISMO Y CUIDADO CAPILAR, EL **PELUQUERO DE CONFIANZA** DE CELEBRITIES COMO MARÍA POMBO ACABA DE ABRIR SU PROPIO SALÓN EN MADRID.

Cuenta Juandiegoteo que siempre se ha inspirado en los mejores, empezando por la peluquería a la que iba su madre en Bullas (Murcia) y en la que comenzó a trabajar con 15 años. Ahora, y tras pasar por los mejores salones de belleza de España y México, nuestro experto confiesa que necesitaba crear un espacio propio donde ofrecer a sus clientas una experiencia integral de cuidado capilar. **Tu trabajo va más allá de un simple corte o color. ¿Cómo definirías hoy el papel del peluquero?** Mi intención es exaltar la belleza y la autoestima de



la mujer. Durante todos estos años he podido comprobar de primera mano que el cabello trasciende lo puramente estético, por eso nuestro nuevo salón ha sido diseñado como una experiencia sensorial.

De hecho, muchas mujeres confiesan que la peluquería es un espacio terapéutico.

Claro. A los peluqueros se nos ha catalogado siempre como un poco ‘psicólogos’ por esa capacidad de escuchar a nuestras clientas. A mí me encanta y, en muchos casos, acaban siendo mis amigas.

¿Qué es lo que más te piden hoy en día?

¿Hay alguna tendencia recurrente?

En general, las mujeres cada vez son más conscientes del cuidado del pelo y vienen con mucha información. Y aunque tenemos un perfil de clienta consumidora de moda que quiere ir a la última, también es muy fiel a su estilo conservador y elegante.

¿Cómo definirías vuestra filosofía?

Tenemos claro que lo que ofrecemos no es un cambio estético, sino un cambio de conciencia para cuidar y proteger la fibra capilar. Analizamos colorimetría y hacemos diagnósticos personalizados y, aunque seguimos algunos patrones de moda y tendencias, nos enfocamos más en el estilo y las necesidades de cada mujer.

¿Cuáles son los errores más comunes que detectas en el cuidado capilar?

El abuso de las altas temperaturas, como plancha y tenacillas, y evitar la hidratación del cabello por miedo a que se engrase, pero hay que acondicionarlo siempre después de cada lavado.

¿Hacia dónde crees que se encaminará la peluquería en los próximos años?

Un pelo saludable no es solo aquel que luce bonito, sino el que realmente está sano desde el interior. Por eso, cada vez habrá más conciencia de la importancia de continuar en casa el trabajo que hacemos en el salón.

Y si solo pudieras dar tres reglas de oro para cuidar el cabello en casa, ¿cuáles serían?

Aplicarse un buen acondicionador, tratamiento reparador y sérum todas las noches de medios a puntas. ■

SUS PREFERIDOS

Acidic Bonding Concentrate Leave-in, de Redken Tratamiento sin aclarado que repara, acondiciona y protege frente a la decoloración del cabello, 29,99 €; (redken.eu/es-es). **Olistic Women** Complemento alimenticio bebible con más de 30 ingredientes naturales que nutren y protegen el cabello, 49,90€; (olisticscience.com).

skin [SKG labs]
generics

ALL ABOUT
ACTIVE INGREDIENTS



Fórmulas de nueva generación, altamente concentradas.



Resultados reales, potenciados por ingredientes activos.

SÉRUM ILUMINADOR [CON VITAMINA C]

45%*

PIEL MÁS LUMINOSA

30%*

TONO MÁS UNIFORME
Y MENOS MANCHAS

skingenerics.com



*Resultados obtenidos del test realizado en 28 personas tras aplicar el producto durante 4 semanas por la mañana.

1

LA PROMESA

Mineral Tinted Sunscreen SPF50 ha sido formulado como el “dos en uno” perfecto: protege la piel frente a rayos UVA, UVB, infrarrojos (IR) y luz azul (HEV), además de prevenir arrugas, manchas y otros signos de la edad. Está disponible en tres tonos con color y en una versión sin él.

3

EL VEREDICTO

Es una excelente alternativa diaria al maquillaje, ya que cumple con su cometido de proteger y cuidar. Su textura ofrece una cobertura ‘efecto segunda piel’ que unifica el rostro sin dejar sensación pesada mientras actúa como protector solar.



2

LA OPINIÓN

“Nuestra diferencia radica en haber desarrollado una fórmula 100% mineral basada exclusivamente en óxido de zinc, optimizando su dispersión para minimizar el efecto blanquecino y apostando por una cobertura ligera que unifica el tono sin ‘efecto máscara’. De este modo, facilitamos que se pueda aplicar la dosis adecuada con un resultado natural”, explica Silvia Cortés, *Chief Scientific Officer* de Niche Beauty Lab.

Niche Beauty Lab
Mineral Tinted Sunscreen SPF50, protección solar con filtros físicos. 24,95 €; (nichebeautylab.com).

LO HEMOS PROBADO

ENRIQUECIDO CON PÉPTIDOS Y COLÁGENO DE ORIGEN VEGETAL, EL **FOTOPROTECTOR SOLAR MINERAL TINTED SUNSCREEN SPF50**, DE NICHE BEATUY LAB, AYUDA A PREVENIR EL ENVEJECIMIENTO PREMATURO, ARRUGAS Y MANCHAS SOLARES, CONTRARRESTANDO LOS EFECTOS DEL SOL.

Freshly®

Descubre la
dermocosmética natural
avanzada con Beta-Burner
Sculpting Treatment:

la sinergia perfecta
entre activos naturales
de alta potencia y eficacia
clínica demostrada.

Una fórmula de Freshly
Cosmetics, libre de siliconas
y parabenos y de rápida
absorción, diseñada para
esculpir tu cuerpo y restaurar
su equilibrio natural.



¿Celulitis? Redúcela actuando sobre la raíz

Reducir la celulitis es mucho más que una cuestión estética; es mejorar el funcionamiento de tu piel. Para lograrlo, el secreto reside en tres pasos clave: romper los enlaces de los ácidos grasos (la famosa beta-oxidación), quemar la grasa acumulada y favorecer su movilización a través de la lipólisis.

La crema Beta-Burner Sculpting Treatment, de Freshly Cosmetics, marca de dermocosmética natural avanzada, ha sido diseñada para activar estos procesos de forma precisa. Su fórmula, un 99,9% natural y testada clínicamente, combina 7 potentes activos —como el Beta Oxidation Active, la cafeína o la centella asiática— que actúan allí donde más se necesita. ¿Los resultados? Podrás comprobar la reducción de la piel de naranja en solo 28 días y una disminución de hasta 1,6 cm del contorno del muslo en apenas dos semanas.

Además de quemar grasa localizada, notarás una piel más elástica y menos hinchada. Si sientes que ya lo has probado todo, es porque aún no conocías la tecnología de Beta-Burner. ¡Presume de piel esta primavera!



Freshly Cosmetics® | Dermocosmética natural

Encuétranos en farmacias, El Corte Inglés y freshlycosmetics.com

¡Escanea el QR y descubre tu punto de venta más cercano!

CHANEL RELANZA SU **ICÓNICA FRAGANCIA** CON UN FRASCO REDISEÑADO, TAPÓN MAGNÉTICO Y EL MISMO PERFUME ETERNO QUE LLEVA MÁS DE UN SIGLO DEFINIENDO LA ELEGANCIA FEMENINA.

La actriz Margot Robbie es la embajadora de Chanel N°5.



Chanel N°5
Eau de Toilette,
75 ml., 150 €;
(chanel.com).



EL NÚMERO ETERNO

Hay perfumes que no necesitan presentación. Y luego está N°5. Cien años después de que Gabrielle Chanel eligiera esa quinta muestra de entre todas las que le presentó el perfumista Ernest Beaux, la *maison* lanza una nueva edición de su mítico eau de toilette con un frasco rediseñado y una actriz que lo encarna a la perfección: Margot Robbie. La decisión no es casual. La intérprete resulta natural, cercana, magnética. El tipo de mujer que hace que todos quieran saber qué perfume lleva. Pregunta que, en su caso, ya tiene respuesta.

Un frasco a la altura de una leyenda. La *maison* vuelve a la esencia del diseño original: cuadrado, de perfiles curvos y tapón cilíndrico, sin etiqueta y con el inconfundible N°5 en serigrafía negra minimalista. La gran novedad técnica es el tapón magné-

tico, que garantiza un cierre perfecto y mantiene siempre el logo de la doble C alineado con la grafía de N°5. Detalle aparentemente menor que lo cambia todo: “Es un gesto práctico y elegante a la vez. Garantiza el cierre perfecto y añade un toque de sofisticación y modernidad”, explica Sylvie Legastelois, Directora de Creación de Packaging e Identidad Gráfica de Chanel.

¿A qué huele 2026? En 1921, N°5 olía a misterio. En los años 50, a glamour. En los 70 y 80, a emancipación. Cada época proyecta sobre él algo diferente. Y la nuestra no es una excepción. Hoy, N°5 huele a lienzo en blanco, a ser quien uno quiera ser; a universalidad y, sobre todo, confianza en una misma. Huele a baile, a conexión, a esa noche que todavía no ha empezado pero que ya promete. Y con Margot Robbie de protagonista, también huele, inevitablemente, a cine. ■

Trucos de salón para elegir el rubio perfecto y mantenerlo adecuadamente



Universo BlondMe Se lleva el rubio natural

El rubio es uno de los tonos más deseados, aunque también de los más temidos por su mantenimiento. Sin embargo, este año triunfan los naturales y en ellos la textura y el brillo son igual de importantes que el tono. Lograr un rubio de calidad depende de muchos factores. Y es ahí donde entra la gama BlondMe, el sistema de color y cuidado de Schwarzkopf Professional. María Roberts, estilista y Embajadora de Color de la marca, nos da las claves para encontrar tu rubio perfecto y mantenerlo meses igual de impecable.

Como explica la embajadora de la marca, “los rubios de esta temporada son los vainilla, una mezcla entre el dorado y el ceniza que aporta mucha luminosidad al rostro”. Y el secreto para que ese rubio destaque está en el acabado: luz, suavidad y ese brillo que se percibe al instante. Por eso la gama incorpora la Tecnología Acidic Glow en todos sus matizadores, que sella la cutícula y envuelve cada mechón en una capa luminosa, haciendo que la luz se refleje en la superficie y también se potencie desde el interior.

Pero para conseguir ese acabado, y que se vea bonito desde el primer día, el camino hacia el rubio perfecto empieza en el salón: no solo poniéndote en manos de un buen profesional que emplee la técnica idónea para ti, si no utilizando productos profesionales de alta calidad. “Yo llevo 10 años utilizando Schwarzkopf Professional y me gusta tanto por su innovación en tonos como por su versatilidad. Los mejores resultados se consiguen con marcas que no solo priorizan el color, sino también el cuidado del cabello y del cuero cabelludo” explica María.

Además, “trabajar con sistemas que protegen la estructura interna capilar ayuda a mantenerla en perfecto estado, lo cual permite realizar más cambios de color en el tiempo, conservando el estado natural”. Y, aunque después de una decoloración, “es imprescindible usar mascarillas y productos específicos para garantizar un buen mantenimiento en casa”, es clave entender que el resultado no termina al salir del salón. De hecho, los rubios pierden fuerza y brillo antes de lo previsto si no seguimos una rutina adecuada con buenos productos en casa.

BlondMe: el camino al rubio perfecto

Su tecnología Bonding abarca todas las necesidades del rubio: crea una capa brillante en la melena, permite alcanzar una aclaración más profunda, protege los puentes, minimiza la rotura y sella la cutícula.



NUEVA COLECCIÓN

GUÍAS PRÁCTICAS EL MUEBLE

LOS MEJORES CONSEJOS DE NUESTRAS EXPERTAS
PARA GANAR ESPACIO EN UNA COLECCIÓN EXCLUSIVA



3^{er} libro
En tu quiosco
el 24 de marzo



RBA

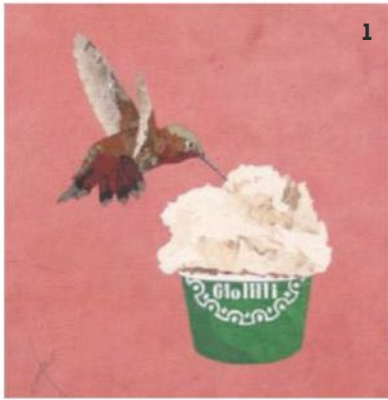
lifestyle

LAS CITAS DE MODA, ARTE Y CULTURA QUE NO TE PUEDES PERDER

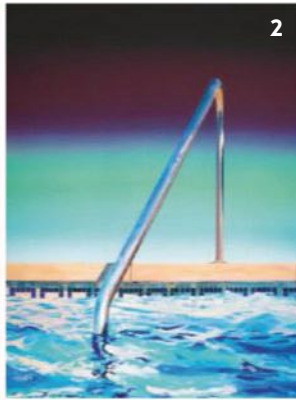
MARCA PERSONAL

Los grandes hoteles resumen su historia en grandes libros. The Mark, cinco estrellas insignia del Upper East Side neoyorquino que acaba de cumplir 100 años, se suma a la tendencia editando, en colaboración con Assouline, un recopilatorio de los momentos que han marcado su trayectoria y la de la ciudad que lo acoge (leshop.themarkhotel.com).





1



2



3

1. AVE VRBI

Hotel Thompson Madrid (Plaza del Carmen). Hasta el 30 de marzo.

El artista Daniel Esteban Fernández expone 12 obras (cada una de ellas asociada a un mes del calendario) que representan un viaje visual por Roma en este Año Jubilar 2026. Desplegadas por el lobby del hotel, todas están protagonizadas por aves que dirigen nuestra atención hacia un rincón singular de la ciudad.

2. FRAGMENTOS BINARIOS

Tamara Kreisler Gallery (Hermanos Álvarez Quintero 6, Madrid). 28 de marzo último día.

Date prisa si quieres ver la exposición de Jaime Velázquez, uno de los artistas jóvenes más interesantes de nuestros días. Con esta muestra, Velázquez reflexiona sobre el papel de la inteligencia artificial y ciertos códigos que conforman eso que se denomina ‘mundo moderno’. El resultado es una colección de propuestas sujetas a distintas lecturas y con un curioso toque onírico.

3. ARTE URBANO. DE LOS ORÍGENES A BANKSY

Fundacion Canal. Sala Mateo Inurria 2, Madrid. Finaliza el 3 de mayo.

El arte urbano nació en los años 60 como manifestación contracultural. Con el tiempo ha evolucionado –también en calidad– hasta conseguir redefinir los espacios públicos y, en algunos casos, incluso institucionalizarse. En una suerte de tributo a quienes hicieron esta disciplina posible, la Fundación Canal reúne un total de 60 obras de algunos de los artistas más destacados, empezando por Banksy y continuando por Keith Haring, Jean-Michel Basquiat, Os Gêmeos, Blek le Rat o SUSO33 (en la imagen, *Elige tu arma*, serigrafía sobre papel de Banksy, año 2010).

EXPOSICIONES

Ojos que ven

La historia (de la moda, del grafiti) se entrelaza con las diferentes **interpretaciones de la actualidad** que realizan artistas contemporáneos. En la variedad está el gusto.



4

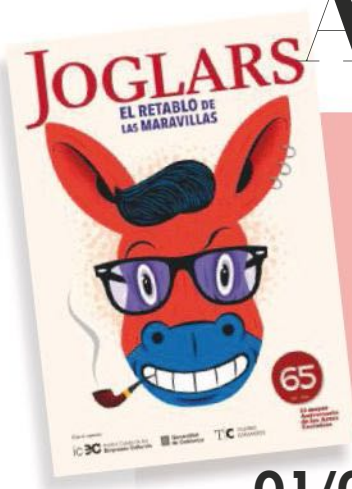
4. COLECCIÓN DIOR DE AZZEDINE ALAÏA

La Galerie Dior (galeriedior.com; hasta el 17 de mayo) y Fondation Azzedine Alaïa (fondationazzedinealaia.org; hasta el 24 de mayo).

Cuando Alaïa llegó a París, en la segunda mitad de la década de los 50, trabajó brevemente en los talleres de Christian Dior. Ese tiempo fue suficiente para convertir al creador tunecino en admirador y coleccionista de los diseños de la *maison* que hoy se exhiben en dos exposiciones parisinas.



AGENDA CULTURAL



65 aniversario

EL RETABLO DE LAS MARAVILLAS

La compañía de teatro Els Joglars está de cumpleaños y lo celebra con su imperdible revisión del clásico de Cervantes dirigida por Albert Boadella y Ramon Fontserè. Entérate de todas las fechas de la gira y los lugares que visitarán consultando la página web elsjoglars.com.



01/04

LAPÓNIA

Natalia Verbeke y Julián López encabezan el reparto de esta película navideña sobre una familia que visita Laponia en fechas tan señaladas... y a alguien se le ocurre soltar la verdad sobre Papá Noel. A partir de ahí, los problemas crecen.

01/04

SUPER MARIO GALAXY: LA PELÍCULA

Basada en el videojuego de la saga, la cinta ha creado mucho hype entre los seguidores de Mario, Luigi y sus locas aventuras. Prepárate para emociones a montones.



09/04

CASA DECOR MADRID

Palacio del Marqués de los Vélez y conde de Niebla. Por ese nombre atiende el lugar elegido para celebrar el gran evento de la decoración, en la esquina de la calle San Agustín con Cervantes; (casadecor.es).



10/04

A UNA ISLA DE TI

Comedia romántica centrada en un chef que se va de vacaciones a Gran Canaria y se enamora del padre de su mejor amiga. Ahí es nada. A la cabeza del reparto, Toni Acosta, Jaime Zatarain y el británico Freddie Dennis en el papel protagonista.



16-24/04

BCN FILM FEST

Con un cartel homenaje a la película *Encadenados*, el festival, que un año más tiene su sede principal en los Cines Verdi (Carrer de Verdi 32) proyectará filmes de Willem Dafoe, Diane Kruger o Ralph Fiennes.

20/04 a 3/05

MUTUA MADRID OPEN

El tenis vuelve a ser la estrella de la primavera madrileña. En la Caja Mágica y durante dos semanas, se batirán en 'duelo' las grandes figuras internacionales de este deporte. Las entradas, desde 24 €, están ya a la venta en la web tickets.mutuamadridopen.es. No pierdas tiempo porque se agotan.



24/04

MICHAEL

Por fin podremos ver la muy publicitada película sobre el rey del pop que protagoniza su propio sobrino, Jaafar Jackson (bajo estas líneas, en una escena de la cinta). Si eres fan, te encantará este repaso a la vida y milagros del icono.



24/04

LOVE ME TENDER

Con varios premios en su haber, el filme, basado en la novela homónima, habla de una madre que, tras contarle a su marido que mantiene relaciones con mujeres, pierde la custodia de su hijo.



A FLOR DE PIEL

Sandra Delaporte

LA ARTISTA SE ABRE EN CANAL EN SU PRIMER LIBRO, *DEL BARRO AL POEMA*, UN COMPENDIO DE POESÍAS, DIBUJOS Y TESTIMONIOS RESUMEN DE UN VIAJE INTERIOR COMPLICADO, EL MISMO QUE LA HA LLEVADO A APARTARSE TEMPORALMENTE DE LOS ESCENARIOS PARA CUIDARSE, SANAR Y ENCONTRAR LA RESILIENCIA.

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

E

n 2022, Sandra Delaporte (Madrid, 1994) concedió una entrevista donde contaba que se había ido a vivir a una casita en los Pirineos para estar sola. Un editor la leyó y la contactó proponiéndole publicar el libro que hoy ve la luz con el título *Del barro al poema*.

“Acepté la propuesta porque tenía muchos poemas: los escribía para mi abuela, que tiene 97 años, y se los enviaba. Luego me armé de valor y conté también la parte del barro. Porque si hay algo que me molesta de los libros, sobre todo los de autoayuda, es que te dicen eso de que tienes que estar presente, sentir seguridad... Te dan el resultado bonito, pero nadie te explica cómo llegar ahí, cómo se mueven tus entrañas y tu cuerpo. En mi caso, eso de tener que sentir paz me ha hecho ignorar el dolor e

intentar apartarlo, así que escribí este libro para contar mi verdad, que no es real que todo sea bonito y perfecto. En estas páginas hay fango del bueno”.

Imaginamos que tiene mucho de catártico. Ha sido una cosa extraña verlo publicado. Llegó un momento en que casi me echo para atrás porque creía que era demasiado crudo, demasiado fuerte y no sé si estoy lista para exponerme tanto. Era como si invadieran mi corazón. Pero este libro es la vida tal cual, sin filtro. Lo de que hay que ser feliz a mí no me vale, porque la vida tiene muchas caras y todas ellas nos acompañan. En mi caso supe que algo iba mal pero tiré para adelante. Una y otra vez. Hasta que, efectivamente, pude tirar más.

Quizás tendríamos que dejar de culpabilizarnos por sentir emociones negativas. Desconfío de cualquier persona que te diga que la vida es maravillosa. Tiene una parte maravillosa, pero también mucho dolor. Y creo que la única manera de sanar es tomar conciencia de que hay heridas, cosas que no están bien, y poder llamarlas por su nombre, hacer visible lo invisible. En *Del barro al poema* digo que darle palabra y estructura a lo que realmente sucede es lo que más nos cuesta, sobre todo a las mujeres, que siempre nos estamos convenciendo de lo dramáticas e intensas que somos. Si estás mal y sientes dolor hay que entender que esto forma parte de la vida y es preciso que lo comuniques, que lo expreses, porque si te quedas en silencio, el silencio mata.

En tu caso, ¿cuál fue el detonante que te llevó a darte cuenta de que tenías que parar? Llevo varios. El primero ocurrió en 2022, a raíz de la gira que hicimos con Delaporte y todas las entrevistas consiguientes. En el libro lo llamo ‘famositis’. Yo tengo el ego frágil y la autoestima baja,

SIN FILTROS

El libro *Del barro al poema* (Lunwerg) incluye un QR a través del cual se pueden comprar un álbum de poemas musicados. Los beneficios se destinan a la ONG Future4Women (future4women.org), asociación que organiza “talleres en África para tratar traumas sexuales en mujeres, pero también dan terapia a personas sin recursos aquí en España”.



Mango
Chaqueta ceñida
a la cintura;
(shop.mango.com).



LIFESTYLE

H&M Studio

Camisa oversized;
(www2.hm.com).

Sportmax

Pantalón de pinzas;
(es.sportmax.com).

Unisa

Baïlarinas;
(unisa-europa.com).

Suot Studio

Pendiente de perla
colgante;
(suotstudio.com).



Sportmax

Chaleco de doble solapa y pantalón de pinzas; (es.sportmax.com).

Maquillaje y peluquería

Olga Holovanova (Kasteel Artist Management).

Asistente de realización

Carmen Cruz.

Asistente de fotografía

Álvaro Coronado.



“Me di cuenta de que cuanto más intentaba agradar más me abandonaba a mí, a lo que soy yo, a lo que necesito”.

y todo eso de tienes que vestir de una determinada manera, has de ser de una determinada forma para encajar, para triunfar, para que tu música llegue... Me caló y me di cuenta de que cuanto más intentaba agradar más me abandonaba a mí, a lo que soy yo, a lo que necesito. Aquel verano colapsé y sufrí nódulos en la garganta, ataques de pánico, ansiedad... Soy una persona normal, vulnerable, y esos mensajes me hicieron más mal que bien. Dentro de las redes sociales

todavía es peor, porque la envidia, el idolatrar y el comparar genera mucho dinero: si quieres vivir de una manera concreta tienes que consumir de esa manera. Lo entiendo, pero hay que protegerse, aprender la forma de ser tú, de escuchar lo que necesitas.

Supongo que te habrás hecho con un núcleo de apoyo.

Yo los llamo mis hilitos de luz y son quienes me han devuelto la risa y me ayudan a sentirme segura siendo quien realmente soy. No me van a abandonar si dejo de agradarles o hacer lo que ellos quieren. Hablo de Ruth, mi terapeuta; Óscar, mi actual pareja, que no es de esas personas que son incapaces de tener presencia porque les asusta su vulnerabilidad, y Sergio, mi mejor amigo y compañero de Delaporte, que es mi alma de luz y de vida y me inspira mucho. Lo decía él el otro día: la música creó la amistad y ahora es la amistad la que va a crear la música. Yo no quiero un éxito brutal, no quiero la vida de Dua Lipa, no quiero ni dinero, ni poder, ni fama, sino estar sana y cuidarme de verdad.

¿Cómo es tu vida ahora mismo?

Tengo la fortuna y el privilegio de descansar. El año pasado pude ahorrar gracias al dinero de las entradas de cada

persona que vino a vernos, así que ahora soy capaz de dedicarme solo a escribir, pintar y leer mucho. Me encantan los libros de fantasía, porque me devuelven ternura y creo que ahora mismo la ternura, aunque superimportante, es escasa. También vivo en Cantabria y estoy muy conectada con el mar, con el monte y con la gente, que es poca, pero me hace sentir hogar. Estoy conociéndome, descubriéndome y sosteniéndome, y eso a mí ya me parece una proeza. ■

LANZAMIENTOS EDITORIALES

Silencio, se lee

Nuestras recomendaciones del mes vienen pisando fuerte. Literalmente, porque tenemos zapateros prodigiosos, pero también mucha intriga. El asombro y el entretenimiento están garantizados.



ROGER VIVIER: HERITAGE & IMAGINATION

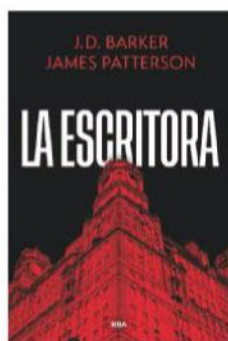
Una monografía que nos adentra en los archivos de Roger Vivier mostrando desde bocetos a documentos pasando por fotografías o prototipos. Y todo acompañado de testimonios de amigos de la firma tan relevantes como Catherine Deneuve, Cher o Isabella Rosellini.

Editado por Elisabeth Semmelhack para Rizzoli; (rogervivier.com/amazon.com).

CRISTÓBAL BALENCIAGA SHOES FROM SPAIN TRIBUTE

Este libro vendría a ser la continuación orgánica de la exposición celebrada en Milán hace un año y que reunía referencias e inspiraciones del universo creado por y en torno a Cristóbal Balenciaga. En resumen: un compendio de maravillas.

Info en balenciagatribute.com. Disponible en amazon.com.



LA ESCRITORA

Un detective recibe el aviso para que acuda a un apartamento de cierto lujoso edificio neoyorquino. Al llegar, ve a una mujer cubierta de sangre y, a sus pies, el cuerpo sin vida de un hombre. En las estanterías,

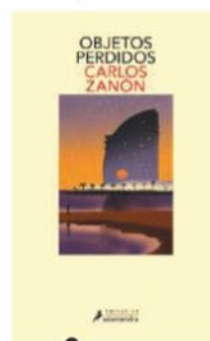
libros de la famosa escritora de crímenes Denise Morrow. Edita RBA Libros (rbalibros.com) y firman al alimón J.D. Barker y James Patterson.



LOS HEREDEROS DE LA CODICIA

Ambientada en la Barcelona actual, la novela de Brugués Mitjans cuenta los entresijos de una familia de alcurnia, los Torras-Miralles, cuya privilegiada existencia está a punto de dar un

vuelco toda vez que el patriarca, Carles, cae enfermo. Se avecinan luchas intestinas por la herencia (rbalibros.com).



OBJETOS PERDIDOS

Sin salir de Barcelona conocemos a Álex Gual, de profesión abogado y a quien se le da igual de bien encontrar personas y perder cosas. Cuando un jugador de rugby es asesinado y otro desaparece, nuestro protagonista se ve empujado a investigar mientras estrecha lazos con lo más turbio de la ciudad. Escribe Carlos Zanón y edita Salamandra (penguinlibros.com).



1

ESTRENOS

Fuera de serie

Las familias nacen, pero también se hacen. Este abril, las **tramas (y los traumas) se resuelven en casa**. Aunque también tenemos amigos disfuncionales y policías que se llevan como los asesinos a los que persiguen: a matar.

1. MARGO TIENE PROBLEMAS DE DINERO

Definida como “dramedia familiar”, esta serie que llega a Apple TV el 15 de abril está protagonizada por Elle Fanning y Michelle Pfeiffer, madre e hija que intentan escapar de una vida de penurias. Cuenta con la aparición estelar de Nicole Kidman.

2. HISTORIAL DELICTIVO

Segunda temporada de la serie (también de Apple TV) donde dos policías que se llevan regular deben resolver un asesinato en un mitin. La cosa se complica

nivel ‘amenaza de bomba en el centro de Londres’. Protagonizan Cush Jumbo y Peter Capaldi (a partir del 22 de abril).

3. EUPHORIA

Cinco años han pasado en la ficción y casi cuatro en la realidad, pero en abril se estrena la tercera temporada del éxito de HBO. Poco se sabe de su argumento salvo, si acaso, que Rue (Zendaya) está endeudada hasta las cejas o que Nate (Jacob Elordi) y Cassie (Sidney Sweeney) siguen juntos. Y que Rosalía se incorpora al elenco.

4. MALCOLM: DE MAL EN PEOR

La continuación de *Malcolm In The Middle*, serie que marcó el principio del milenio, llega a Disney+ el 10 de abril. 20 años después, los Wilkerson continúan absolutamente desatados.

5. LA CASA DE LOS ESPÍRITUS

La novela de Isabel Allende se convierte en serie (29 de abril en Prime) protagonizada por nuestra Nicole Wallace como Clara del Valle y Alfonso Herrera (de la serie *Rebelde*) en el papel de su señor marido.

2

3

4

5



HOMBRE CON ESTILO

Tamar Novas

EN MARZO ESTRENÓ PELÍCULA
-CAMINANDO CON EL DIABLO-,
EN ABRIL LLEGA LA SEGUNDA
TEMPORADA DE CLANES Y ESTÁ EN
PLENO RODAJE DE LA SERIE ARDORA.
EL ACTOR, QUE AL PREGUNTARLE
POR SUS OSADOS ESTILISMOS
DE RED CARPET CONFIESA QUE,
YA QUE TIENE QUE EXPONERSE,
"TRATO DE DIVERTIRME", NOS
DEMUSTRAS QUE SU VALENTÍA NO
SE LIMITA SOLO A LA ESTÉTICA.

por **CHUS SALIDO**



Dice Tamar Novas (Santiago de Compostela, 1986) que le encantan los retos. Y su personaje de la película *Caminando con el diablo* lo es: un tipo alcohólico y atormentado, entre otras cosas, por la desaparición de su hijo. El devenir de este filme, árido como el paisaje que lo envuelve, nos sumerge en una espiral de violencia absolutamente contrapuesta a *Rondallas*, la cinta-éxito del boca oreja- que el actor estrenó a principios de año y que le ha valido una nominación a los Goya como Mejor Actor de Reparto.

Caminando con el diablo no es una película fácil: personajes al límite, furia desatada... Había algo en mi personaje misterioso, enigmático y a veces frustrante. No sabes por qué hace lo que hace y que son cosas terribles. Eso te engancha como actor. Por el tono de la película puedes llegar a entender lo que le ocurre. Yo no he vivido algo así ni creo tener tantas heridas, pero sí es verdad que al interpretarlo me venía algo como de pesadilla; el guion me transmitía ese pulso, esa alteración de la conciencia no solo por el alcohol, sino por esa especie de limbo irrespirable que retrata la película con tanto calor, soledad, aislamiento...

El paisaje acompaña. Y el momento elegido también: es un país en transición, pero se trata de una transición casi a nivel teórico, porque aunque socialmente se esté avanzando mucho, los cambios tardan en germinar. Estamos en una España en la que ya se habla de democracia, y sin embargo al final es difícil de desarraigar esa 'bestialidad' que lleva tantos siglos anclada en el ser humano.

El 3 de abril llega la segunda temporada de *Clanes* (Netflix). Más amores ¿imposibles? El referente sería *Romeo y Julieta*, de Shakespeare. *Clanes* es una de esas historias que aúna familia y conflicto, puro entretenimiento. Engancha, pero también cuenta con personajes que se mueven en claroscuros, en un mundo alegal que aparece también en *El padrino* o *Los Soprano* y que me fascina.

Como gallego en ejercicio, ¿no crees que la ficción está exprimiendo demasiado el 'narcotema'? Estas temáticas no se agotarán

hasta que no se agoten en la sociedad. Es verdad que *Clanes*, en esta temporada, no se centra tanto en el negocio en sí. Aquí el ecosistema se basa en el comportamiento mafioso de narcotraficantes y sus familias, sí, pero que igual que se dedican a esto podrían dedicarse a otra cosa. Es la excusa para hablar de amores imposibles. Estoy de acuerdo con que en Galicia hay muchas historias aún por contar: a mí me pasó con *Rondallas*, que no sabía qué eran las agrupaciones que dan nombre a la película.

Este filme destila buen rollo. ¿Ha sido un éxito inesperado? La presentamos en el velódromo de Donosti ante 3000 personas y fue la sensación más cercana a estar en un concierto de rock. *Rondallas* ha llegado al público, tal vez porque cuenta una historia muy local pero a la vez muy universal y reúne a toda la familia. Sales del cine bailando y queriendo tocar la pandereta o la gaita (mucho ánimo, por cierto, porque es muy difícil).

¿Dónde ha quedado tu propósito de ser director? Yo no quería ser nada. Cuando debuté en *La lengua de las mariposas* no sabía

que existía el oficio de actor. Hasta que en *Mar adentro* me di cuenta de que era muy feliz entre 'acción' y 'corten', en el proceso de investigación, de búsqueda... La dirección sigue ahí, pero no es lo que primero me gusta probar cosas, y el trabajo de director implica mucha preparación.

¿Alguien en tu familia comparte tu vena artística? Mi hermano iba para futbolista y ahora le da más al billar. Siempre ha sido un referente imposible al que parecerme en cuanto al esfuerzo y porque además era una persona que destacaba, guapísimo. En cuanto a mis padres, mi madre fue maestra y mi padre se dedicó toda la vida a la hostelería. Son mundos que respeto, pero yo no valdría.

Cuando no ruedas te gusta... Viajar. Me ha fascinado Brujas y me encanta Irlanda. Quizás porque me gusta mucho lo que hace el director Martin McDonogh (*Almas en pena de Inisherin*, *Escondidos en Brujas*). Ves sus películas y dices: 'yo quiero estar en esos mundos'. No sé si hay paralelismos con Galicia, pero esos entornos me fascinan. ■

CURRICULUM VITAE



Mar adentro

La película de Alejandro Amenábar, no solo le valió el Goya al Mejor Actor Revelación en 2005; también fue el detonante de su vocación.



Clanes

"Estaba prevista una sola temporada. Para mí fue una sorpresa su renovación".

La pareja dispareja (abogada y delincuente) que compone con Clara Lago regresa en abril a Netflix.



Rondallas

Le ha reportado otra nominación a los Goya. En la película, y tras *Clanes*, forma de nuevo dupla con el actor Xosé A. Touriñán, "un tipo extremadamente generoso y muy buen amigo".

DOS HOTELES, DOS ESTILOS

CLÁSICO & *COSY* vs



MADRID

Relais & Châteaux HERITAGE Hotel

Solo 46 habitaciones decoradas al estilo Belle Époque conforman este hotel situado en el barrio de Salamanca (Diego de León 43) y donde el lujo se viste de detalles exquisitos. Aquí nada es casual: ni los papeles pintados de las paredes, ni los suelos, ni los objetos decorativos, ni las vajillas... Absolutamente todo ha sido seleccionado con mimo y expuesto para nuestro uso y disfrute.

Ante la llegada de la primavera, el encanto interno se traslada al exterior, más específicamente a las terrazas, un paraíso de calma y vida *slow* en el corazón de la capital. A pie de calle nos topamos con una de ellas, más urbana, y en la que puedes recalar para tomar un aperitivo o degustar la carta del restaurante Haroma, supervisada por el chef Mario Sandoval. En la séptima planta encontramos un segundo espacio, en este caso con vistas, y donde triunfan el brunch de Haroma (de sábados a domingos entre las 13:30 y las 16) o el Afternoon Tea, con su carta de tés seleccionados especialmente para el hotel por la *tea designer* Beatriz Parreño.

En resumen, una experiencia diferente que te trasladará a otro Madrid, mucho más insólito por lo relajado y tranquilo. Tu nuevo 'lugar feliz' (heritagehotelmadrid.com).

RETAZOS DE OTRO TIEMPO



HOUDINI. Un musical que nos lleva a principios del siglo XX, a los últimos días del mago y escapista más famoso (e innovador). Protagonizado por Pablo Puyol, que hace un alarde de canto, baile e ilusionismo, estará en el Teatro Calderón hasta el 3 de mayo (houdinielmusical.com).



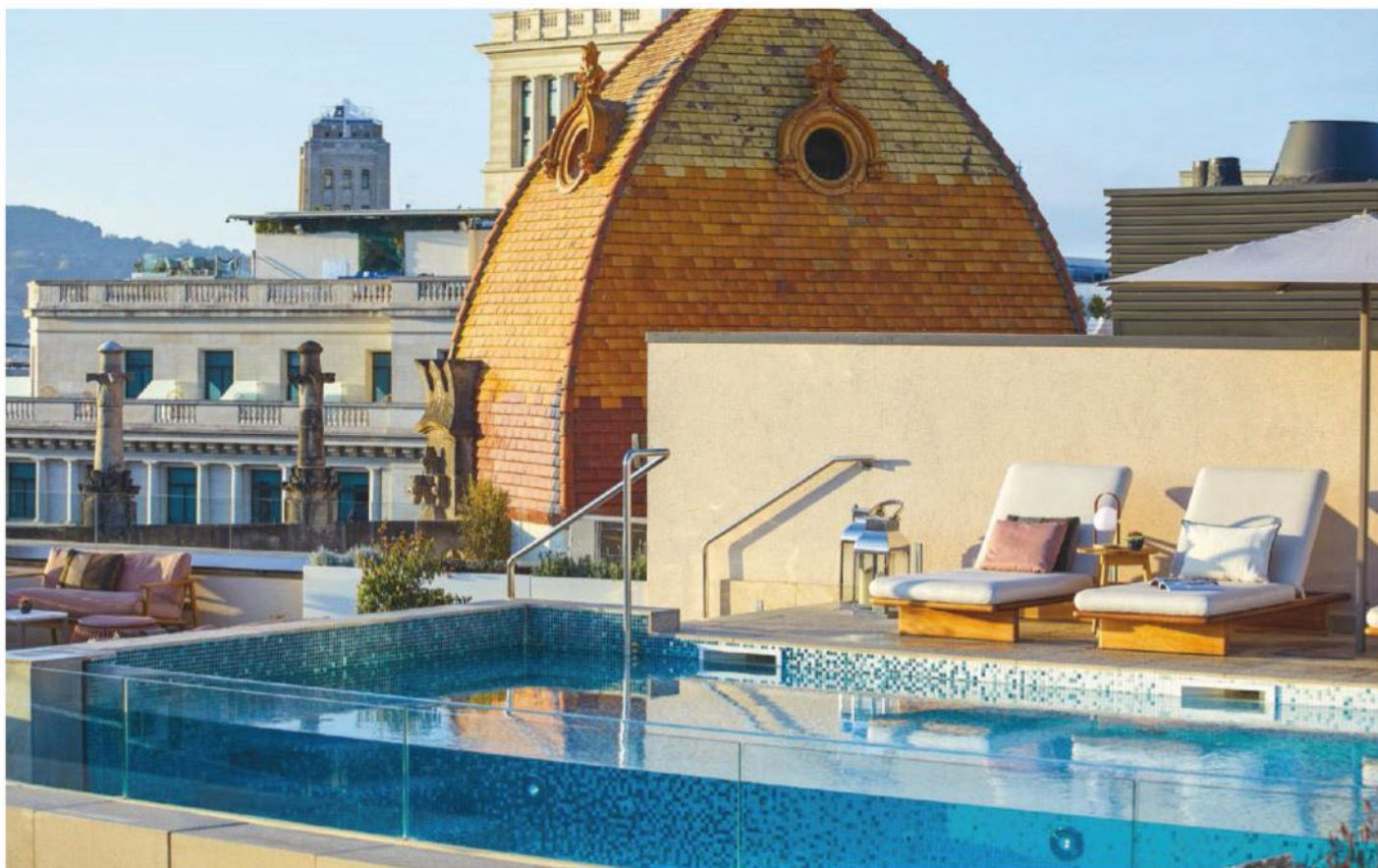
HORA DEL TÉ. Si eres muy fan de las infusiones sabrás que la ceremonia solo se completa cuando se sirve en vajilla con toque *vintage*. La tetera de la foto se llama *Floral Whisper* y viene con servicio individual (32,50 € en teashop.com).



MUSEO DEL ROMANTICISMO. El palacete de época que recrea la vida y costumbres de la alta burguesía madrileña del siglo XIX está en la calle de San Mateo 13 y, además de colección propia, su programación incluye exposiciones temporales. Info en cultura.gob.es.

COOL & CHIC

Dime lo que buscas... y te diré dónde alojarte. Entre el reposo y el frenesí, estas propuestas colmarán tus expectativas.



BARCELONA

ME BARCELONA

A pocos pasos de l Passeig de Gràcia y Plaça de Catalunya – en Carrer de Casp, 1-13 –, este cinco estrellas se consolida como una de las propuestas más interesantes de la Ciudad Condal. Sus 164 habitaciones han sido decoradas con un estilo contemporáneo que nos traslada a la Barcelona más moderna, esa donde de alma cosmopolita se vuelve tangible y la oferta cultural y gastronómica conviven en la búsqueda del vanguardismo.

ME Barcelona tiene un spa (vegano), acepta mascotas y, lo que más nos gusta, cuenta con una piscina climatizada en la octava planta con vistas increíbles –puesta de sol incluida– que se halla disponible tanto para huéspedes como visitantes. Además, es la antesala de uno de los *rooftops* más atractivos de la ciudad bautizado como Furtivo. Te adelantamos que su carta de cocktails y mocktails está muy conseguida, así que si no quieres quedarte sin sintio, reserva en la página del hotel antes de ir: melia.com.

PLENA ACTUALIDAD

ROSALÍA. Tras despertar la admiración del mundo con su último álbum, *Lux*, la cantante catalana regresa a su tierra natal en medio de la gira internacional que inició en marzo. El 13, 15, 17 y 18 de abril, la de Sant Esteve Sesrovires lo dará todo en el Palau Sant Jordi. Entradas en livenation.es.



MOCO MUSEUM. El arte moderno ha encontrado en este museo de Carrer de Montcada 25 una de sus sedes. En su exterior, preside la escultura *Final Days*, del americano Kaws; dentro, una colección de alrededor de 100 obras, incluidas propuestas digitales y experiencias inmersivas. Entradas *online* en mocomuseum.com.



ÚLTIMA HORA

Made in NY

Esta primavera, **Hailey Bieber** repite como imagen de DKNY (dnky.com) en una campaña que nos devuelve la esencia del Nueva York más cinematográfico.

La firma, nacida a mediados de los 80, se crece en su papel de prescriptora de estilo proponiendo una selección donde los básicos (gabardinas, americanas, pantalones de corte impecable...) se convierten en epítome del *coolness*.





2 Fotos de familia

El fotógrafo **Bruce Weber** se traslada hasta **Montauk** para retratar la campaña P/V 26 de **Blauer**, que incide en el concepto de **comunidad**. ¿Resultado? Una **road movie** de arte, moda y personajes (blauerusa.com).

4 Luz extrema

El **contorno de ojos Retinol + HPR**, de **Elizabeth Arden**, es un tratamiento alisador de arrugas y líneas de expresión que proporciona una luminosidad extrema con efecto inmediato.

Rápida absorción
Retinol + HPR, 79 €, (elizabetharden.es).



Reino animal

Cuando se unen dos genios creativos surgen maravillas del diseño. Este brazalete, nacido de la colaboración entre **Stella McCartney** y **Jeff Koons**, interpreta la famosa escultura *Rabbit* del segundo convirtiéndola en la joya más exclusiva de la temporada.

Único

El brazalete está disponible, previa cita, en la boutique de Stella McCartney en el SoHo neoyorquino (stellamccartney.com).



5 ALTO DISEÑO

Entre el 20 y 26 de abril y dentro de la **Milan Design Week**, **Louis Vuitton** presenta nueva colección de sus **Objets Nomades** con el Art Decó como hilo conductor. La cita es en el **Palazzo Serbelloni** (Corso Venezia 16).



Tocador

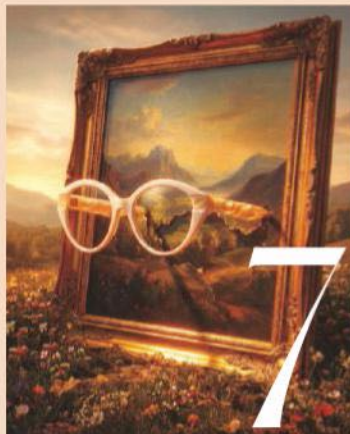
Entre las obras expuestas, *La Coiffeuse*, de **Pierre-Emile Legrain** (louisvuitton.com).

ÚLTIMA HORA



LLEGÓ LA HORA

Los orgullosos propietarios de un reloj antiguo Vacheron Constantin tienen hasta el 29 de abril para apuntarse al 'concurso de elegancia' que premiará los modelos más bellos y mejor conservados de la firma, nacida en Ginebra en 1775. Todos los interesados pueden inscribirse online en vacheron-constantin.com.



OTRA MIRADA

El concepto de arte como "aquello que cada persona quiere enmarcar" le sirve a la firma de gafas **Etnia Barcelona** para imaginar (y aterrizar) una colección, llamada ORIGINALS, que se 'cuela' en los museos rompiendo reglas y reivindicando nuevas formas de expresión (etniabarcelona.com).

8

Activista medioambiental y defensora del bienestar, **Gisele Bündchen** se convierte en la primera embajadora global de **Garnier** en sus 122 años de historia.



SU GRAN BAZAR

Atípicos, divertidos y con mucho color. El ecosistema infantil se llena de ideas prácticas para el cuidado de **los más pequeños**.

1. Cica+SOS Árnica Roll-on, de Suavinex, calma y alivia la piel de inmediato, 8,95 €; (suavinex.com).
2. Puff con forma de gallina, de Lorena Canals, 1,59 €; (lorenacanal.com).
3. Babero Cathy La Zonahoria, de Oli&Carol, 21,90 €; (bitti.es).
4. Trona Evolutiva Evolu 2, de Childhome: 234 €; (childhome.com).
5. Set de bloques de madera Mario y amigos, 30 piezas, de la colección My Mario, de My Nintendo Store, 134,99 €; (store.nintendo.es).
6. Robot de cocina especial para bebés Babycook Neo, de Béaba, con materiales saludables y diseño eco, 220€; (beaba.com).



Boss
Boss The Scent Eau
de Parfum Intense
For Her, 138 €;
(hugoboss.com).

Fortaleza sensual

La actriz mexicana Eiza González es la embajadora de **Boss The Scent Eau de Parfum Intense**, una fragancia que siente como una extensión de su personalidad: “Es atrevida y audaz, con un aroma increíblemente femenino y magnético y una fuerte carga seductora”. Dualidades que considera claves para sumergirse en la creatividad.

LA CONOCES POR...

Eiza se dio a conocer en Hollywood en películas como *Baby Driver* y series como **El problema de los tres cuerpos**. Este año la veremos en *In the Grey*, de Guy Ritchie, junto a Jake Gyllenhaal y Henry Cavill.





El 'hilo rojo' de Luisa Mayol



“Lo más difícil de nuestro trabajo son las ausencias, especialmente tras convertirte en madre. Cuando mi hijo León era pequeñito nos costaba la separación, así que un día que me iba a rodar a Melilla, le dije: ‘Aunque no estemos físicamente juntos, estamos unidos por un hilo rojo que no se puede romper, se puede cortar y alargar, pero nunca romper. Te tocas el corazón y yo lo voy a sentir’. Y él me entregó este dibujo que llevo a todas partes. Luego, con Luana me pasó lo mismo: me iba a Tenerife y ella no quería que me fuera, así que le conté la misma historia, que mamá está contigo, que mamá te siente... Entonces apareció con su dibujo. Me encantan las historias y me gusta pensar que cuando mis hijos sean mayores se acordarán de la del hilo rojo”.

El 23 de abril la actriz estrena en SkyShowtime la serie *El homenaje*, un proyecto coral (Luisa posa a la derecha de la foto, junto al resto de la 'familia' protagonista) en el que interpreta a una psiquiatra que "ha perdido toda la ética".

EL SANTO



@elsantostore

elsantostore.com



BELLISSIMA
ITALIA

NO HAY ESTILO
SIN PROTECCIÓN.
DESCUBRE
PRODIGY®

CALOR BUENO PARA INFINITOS PEINADOS
SIN DAÑAR EL CABELLO*.

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



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

BELLISSIMA.ES | SÍGANOS EN @ f d