

www.instyle.es

InStyle

Nº 250 • MAYO 2026

En portada
**MACARENA
GARCÍA**

PRIMAVERA EN BLANCO

DE ESTILO
ROMÁNTICO
AL BOHEMIO

MODA AD LIB, LENCERÍA
Y COLECCIONES
CRUCERO CON LA LUZ
COMO PROTAGONISTA

LA NUEVA ERA DE LOS PELUQUEROS

RITUALES DE BIENESTAR
Y SALUD CAPILAR:
ASÍ SE HAN REINVENTADO
LOS SALONES

ESPAÑA 4 € • CANARIAS 4,15 €
0 0 2 5 0
8 428019 000538

DISPONIBLE EN DIOR.COM

j'adore

THE NEW INTENSE



EL NUEVO PERFUME INTENSO



DIOR



MISAKO | □□□

May.

SUMARIO



LA PORTADA

Vestido de Chanel.
Joyas de Bvlgari.
Fotografiada para *InStyle* por Tomás de la Fuente.
Realización Cristina Pérez-Hernando.
Maquillaje y peluquería Alex Saint.

- 8 EDITORIAL
Carta de la directora.
- 12 *HOT LIST*
Lo más destacado de abril.
- 18 LA DISEÑADORA
Y SU MUSA
Isabel Sanchís y
Raquel Sánchez Silva.
- 24 EL DESEO
Trío de ases.

TEMA DE PORTADA

- 28 MACARENA GARCÍA
Viviendo sin miedo.

MODA

- 40 DIÁLOGO INTERIOR
Feminidad reinventada.
- 48 ¡QUE BROTEN!
Échate flores.
- 54 BEGOÑA VARGAS
Música y cámara.
- 62 LA *WISH LIST* DE...
Georgina Escoda.
- 64 EL NUEVO ORDEN DE LA CAMISA
Variedades de un clásico.
- 66 SOFÍA HAMELA
Sentido y naturalidad.
- 72 VERANO EN BLANCO
Moda Adlib.
- 80 EL HALLAZGO
Mosaicos de luz.
- 82 EN SINTONÍA
Asuntos (*fashion*) de familia.
- 88 DÍA Y NOCHE
Vestida al punto.
- 90 PAULA ECHEVARRÍA
Íntimamente.



48

JARDINES (NO TAN) SECRETOS
Esta temporada, siembra de flores tu armario.

BELLEZA

- 98 UNIVERSO DENIM
Sombras a todo color.
- 104 LA EXPERTA
Natalia Jiménez.
- 106 LO HEMOS PROBADO
Fotoprotector infalible.
- 108 MAESTROS DEL BIENESTAR
Los peluqueros que te cuidan.
- 116 GOTAS DE ORO
Perfumes irresistibles.

LIFESTYLE

- 119 AGENDA DE MARZO
Citas culturales.
- 122 BIBLIOTECA DEL MES
Libros que querrás leer.
- 123 SERIES
Nos vamos de estreno.
- 124 HOMBRE CON ESTILO
David Summers.
- 126 NEWS
Última hora de moda, belleza y *living*.
- 130 VALOR SENTIMENTAL
Paula Usero.

72

ESTILO IBIZA
La moda Adlib se declina en looks blancos y románticos.





LOEWE

LOEWE

AIRE

SUTILEZA

Elixir

MAYO 2026

MOSCHINO SS 18



www.instyle.es



CANTAL CEÑA
Directora de *InStyle*

Mayo le apetece a todo el mundo. Ya es primavera, estamos rodeados de flores, es el mes del Día de la madre y la sensación de que las vacaciones aguardan a la vuelta de la esquina se vuelve casi palpable. Imposible que mayo no te guste, con permiso de los alérgicos.

También lo es –imposible, digo– que no quieras descubrir las novedades que hay en la vida de Macarena García, nuestra portada de este mes. Una actriz que nos gusta a todos y motivos no nos faltan: es buena actriz, cercana, dispuesta y hace que todo sea fácil cuando trabajas con ella. Su sonrisa y su belleza no necesitan explicación, porque saltan a la vista. En su entrevista reconoce que este último año se ha quitado muchos miedos de encima y ha ganado en seguridad, igual que otra de las protagonistas del número, Begoña Vargas, quien, sin dejar su faceta de actriz, se lanza por fin a iniciar su carrera como cantante y compositora, algo que deseaba desde su adolescencia pero que hasta ahora no se había atrevido a hacer.

El miedo y la inseguridad nos hacen sufrir a todos, famosos y anónimos. Sin ir más lejos, estos días hablábamos en la redacción de cómo te hace sentir el hecho de no encajar en un sitio. Esa sensación horrible de entrar en una fiesta o en un evento, mirar alrededor y pensar: “¿qué pinto yo aquí?”. Usando a las flores como ejemplo (nuestro número está lleno de ellas), solo puedo recordar que la más bella siempre crece en los sitios más insospechados o inaccesibles. Por eso, sentirse fuera de lugar no es malo. Todo lo contrario, saca lo mejor que llevamos dentro. Y hablando de miedo, un buen antídoto contra él es la ilusión. “De las ilusiones se vive”, dice David Summers en nuestra sección *Hombre con Estilo* a propósito de la película de los Hombres G que se estrena este mes. Razón no le falta; ojalá todas las ilusiones superen a los miedos y, si no, siempre nos quedará mayo con sus flores.

Cantal Ceña

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

sisley
PARIS

CONCENTRÉ À LA ROSE NOIRE

SÉRUM ÉCLAT JEUNESSE

ACTIVA EL PODER
DE LA ROSA NEGRA

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

REPULPA
RETEXTURIZA
REVITALIZA
ILUMINA



CONCENTRÉ
À LA ROSE NOIRE
Sérum Éclat Jeunesse

BLACK ROSE
CONCENTRATE
Radiant Youth Serum



Instagram: @sisleyparisofficial Facebook: SisleyParisSpain
Descúbralo en sisley-paris.com/es-ES

InStyle

DIRECTORA EDITORIAL FEMENINAS Y DECORACIÓN ALTA GAMA Empar Prieto

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, Carmen Cruz (Moda). Carlos Megía, Sara Trueba (Redacción). Gloria Espí, Lauren Izquierdo, Olga Tamarit, Rocío Ponce, Claudia Pérez, Mónica Heras, Cristina Vila, Celia Crespo, Sophie Fernández (Web). Tomás de la Fuente, Danniell Rojas, Aitor Sola, Alfonso Ohnur, Valero Rioja, Miguel Sancho (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 250 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:** 09/2026 **PRINTED IN SPAIN. ISSN** 1698-4544 **ISSN DIGITAL** 2938-6063 **ATENCIÓN AL LECTOR** Email: clientes@rba.es **SUSCRIPCIONES** Email: suscripciones@rba.es



A woman with long brown hair is posing in a black, ruffled, short-sleeved dress. She is wearing black high-heeled shoes with a white flower detail on the side. She is sitting on a zebra-print surface. The background consists of golden light rays emanating from a central point, creating a dramatic, sunburst effect. The overall mood is glamorous and sophisticated.

GOOD GIRL
GOOD TO BE BAD

GOOD GIRL & GOOD GIRL JASMINE ABSOLUTE
THE NEW FEMININE FRAGRANCE

CAROLINA HERRERA

hot list

TODAS LAS NOVEDADES QUE VAN A MARCAR TENDENCIA



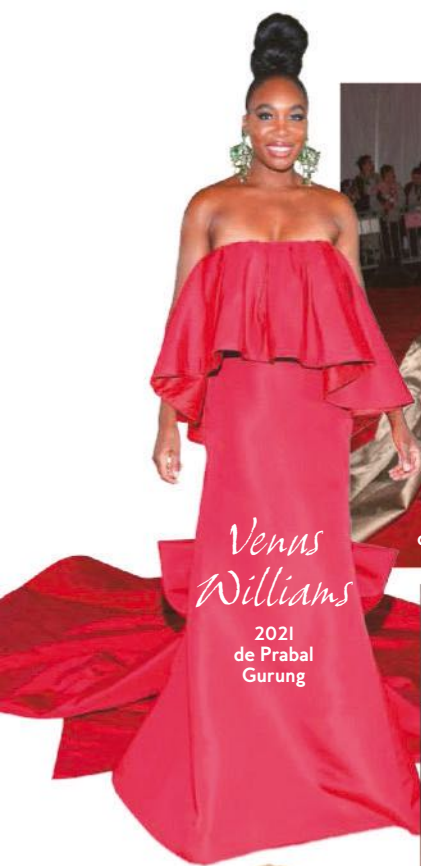
CUERPO A CUERPO

Siluetas y vestimentas protagonizan la muestra estrella de este año en el MET (metmuseum.org). En las imágenes, *Pregnant Woman*, de Edgar Degas, y *Pregnancy dress*, de Georgina Codley.

Noche de fiesta

LA MODA ES ARTE

EL 4 DE MAYO CONVERGEN DOS EVENTOS EN EL METROPOLITAN MUSEUM DE NUEVA YORK: LA EXPOSICIÓN **COSTUME ART** Y LA GALA ANUAL, CON **FASHION IS ART** COMO TEMÁTICA Y UNAS ANFITRIONAS DE EXCEPCIÓN: NICOLE KIDMAN, BEYONCÉ Y VENUS WILLIAMS.



Venus Williams

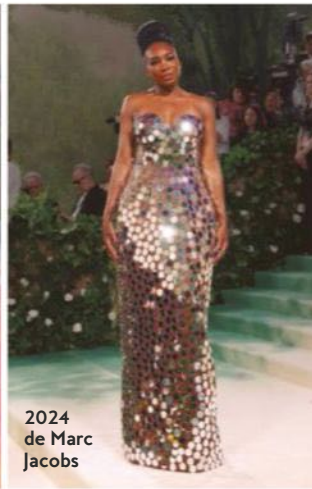
2021
de Prabal
Gurung



2008
de Carolina Herrera



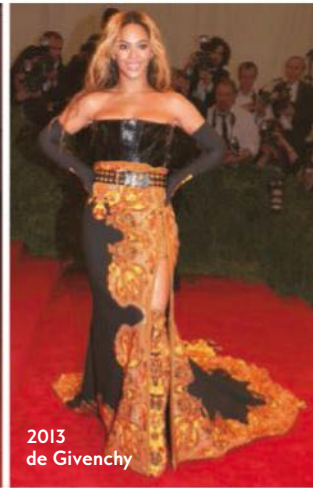
2022
de Chloé



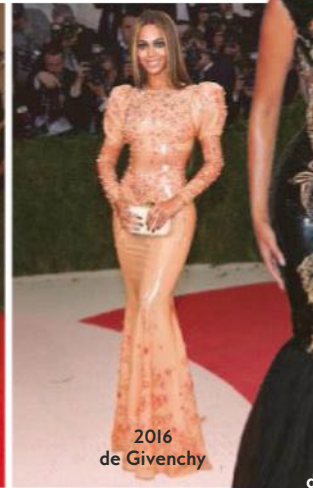
2024
de Marc
Jacobs



2008
de Armani Privé



2013
de Givenchy



2016
de Givenchy



Beyoncé

2011
de Alexander
McQueen



Nicole Kidman

2024
de Balenciaga



2016
de Alexander McQueen



2023
de Chanel



2025
de Balenciaga

EXPOSICIÓN ICÓNICA

“La centralidad del cuerpo vestido en la vasta colección del museo” es el argumento de la muestra que se inaugura esta primavera en el MET. Incluye esculturas, pinturas y objetos de la historia del arte así como prendas significativas del Costume Institute (la colección permanente del museo). Se podrá ver desde este mes de mayo y hasta el 10 de enero del 27.

MUSAS Y ‘COPRESIDENTAS’

La gala de la noche del 4 nos revelará la forma de ver y sentir la moda de cada uno de los invitados. Como anfitrionas, además de Anna Wintour, tendremos a Nicole Kidman, Venus Williams y Beyoncé. Precisamente la aparición de esta última es una de las más esperadas, ya que no se la ve en el evento desde el año 2016.

LA ALEGRÍA DE LA HUERTA

Una alcachofa que abre sus pétalos y deja ver el interior de lo que en realidad es: un bolso. O una regadera de rafia que invita a llevarla también en la ciudad. Estos son solo dos fantásticos -y verdes- ejemplos de lo que trae este año la colección de *Paula's Ibiza* de Loewe, cargada de frutas y verduras.



El verde es el color protagonista de esta nueva colección cápsula

LOEWE
Materiales como la rafia y la piel se convierten en objetos fetiche en estos dos bolsos de la colección de 2026 de *Paula's Ibiza*.



EL HILO DE LO DESCONOCIDO

Así se llama el proyecto que el dúo artístico Twee Muizen, formado por Cristina Barrientos y Denis Galocha, ha creado para el escaparate de Hermès en Madrid (Ortega y Gasset 12). De esta forma, la marca propone un viaje sensorial desde el escaparate hacia el interior de la tienda. Habrá más en Marbella, Barcelona y Lisboa.



Construye un armario feliz

Los dibujos de Eugenia Martínez de Irujo han sido la semilla perfecta para que florezca *Felicità*, la colección de la aristócrata con la marca de Gabriella Cortese, **Antik Batik**. Sus pinturas, llenas de flores, se han convertido en **bordados** que decoran prendas tan alegres como artesanales; (en antikbatik.com y El Corte Inglés).

TOUS

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

THANKS MOM
YOU ARE THE KEY

TOUS.COM



AMERICANA *Cropped vs. Larga*

Si observamos la pasarela para ver por qué tipo de *blazer* apuestan los creadores, no vamos a sacar nada en claro. Esta primavera, las dos versiones son válidas, tanto en *looks* de *sport* como en los más arreglados; solo depende de tus preferencias.

SANDRO

Chaqueta en tejido satinado con detalle de flor, 425 €; (es.sandro-paris.com).

LADY BUG

Las **mariquitas** son los insectos que adoramos: dan buena suerte y ahora forman parte de los accesorios más deseados.

1. Polvos bronceadores Dior Forever Nude Bronze Glow, de Dior, 69 €; (dior.com).
2. Colgante de la colección de alta joyería Diorette, de Dior, 4.500 €; (dior.com).
3. Charm de cristales Idyllia, 69 €, y pulsera Una Angelic, 220 €, de Swarovsky; (swarovsky.com).
4. Anillo, de Bimba y Lola, 48 €; (bimbaylola.com).



LOLA CASADEMUNT

BARCELONA



 45

Years dreaming



Innovación y elegancia

UNA FIRMA CON HISTORIA, LA DE **ISABEL SANCHÍS**, Y UNA CONTADORA DE HISTORIAS (**RAQUEL SÁNCHEZ SILVA**) CONVERGEN EN UN UNIVERSO CUYOS PATRONES SON HEREDEROS DEL ARTE DE LOS GRANDES MAESTROS DEL DISEÑO ENSALZADOS POR EL 'ATREVIMIENTO' DE LA MODERNIDAD.

por **CHUS SALIDO** fotografía **DANNIEL ROJAS** maquillaje **NARS**

Puntada a puntada. Así creó Isabel Sanchís su firma homónima en 1990. La marca, nacida en un taller valenciano de confección a medida, acaba de conseguir este año uno de sus hitos: abrir tienda en Madrid. El local se ubica en el número 38 de la calle Serrano y cuenta con 300 metros cuadrados en su haber, lo que la convierte, más que tienda, en exposición de diseños maravillosos que exploran el amor por el detalle de Isabel y de la otra mitad creativa, su hija Paula Maiques. ¿El secreto de su éxito? Trabajo. “Pienso que detrás de todo lo que se ve hay mucho trabajo”, nos cuenta Isabel. “Recuerdo la vez que me rompí la muñeca: iba con el cabestrillo pero ni me daba cuenta de que lo llevaba y seguía moviendo la mano como si nada. Eso es porque, cuando te gusta una cosa, la noción del tiempo no existe y el cansancio tampoco. Siempre les he insistido a mis hijos que trabajaran en lo que les gusta, porque aunque sea pesado y se haga difícil, es como si no fuera una obligación. Con esto no quiero decir que equivalga a divertirse. Con tu trabajo no te diviertes; cuando te encanta, lo que intentas es superarte y hacerlo mejor”. Sin embargo, no todo ha sido un camino de rosas. Isabel reconoce que ha habido muchísimos momentos “de meterme en el cuarto donde tenía las telas y ponerme a llorar media hora, pero después te di-

ces que esto es lo que sabes y quieres hacer y se te pasa”. Hoy, los instantes de ‘drama’ y las grandes alegrías, que las ha habido y las hay, los comparte con Paula, en una codirección creativa donde ambas afirman entenderse muy bien y que las ha llevado a este momento dulce que están viviendo, bendecido por la apertura de la tienda madrileña que para ambas supone un avance cuantitativo y cualitativo. “Creo que es lo que más ha repercutido en la empresa y nos ha cambiado el modo de trabajar y de pensar”, afirma Paula, quien destaca la innovación en los tejidos como uno de los puntos fuertes de la marca. “Siempre intentamos encontrar algo diferente, algo que nos despierte curiosidad y ganas de ver cómo lo podemos adaptar”, apostilla. “Hemos hecho de todo, desde siliconas a introducir el metal. Hay veces que incluso creamos nosotros los tejidos”. “Nuestro departamento ya no es el típico taller”, añade Isabel. “Entras y ves a gente pintando con mascarilla, a otro soldando piedras...

Hemos ido creciendo a la par que nuestro interés por probar cosas nuevas, materiales y técnicas”.

Una de las primeras personas en ‘presumir’ los diseños de la firma fue Paula Echevarría, pero Raquel Sánchez Silva es la niña de sus ojos. “Una maravilla de persona, la queremos muchísimo y todos nuestros modelos le encajan super bien, le vienen perfectos”, nos dicen. El amor es mutuo. “Nos entendemos muy bien y tenemos un trato muy, muy familiar”, cuenta Raquel. “Llevamos muchos años y muchos vestidos (risas)”.

“

Un vestido negro te soluciona cualquier ocasión. Que sea bonito y tenga un toque drapeado”.

-ISABEL SANCHÍS

Raquel Sánchez Silva, Isabel Sanchís y Paula Maiques posan, vestidas de la firma, en la tienda madrileña que las dos últimas inauguraron el pasado mes de marzo.



DISEÑADOR Y SU MUSA

La presentadora destaca, como valores incontestables de la firma, la investigación a la hora de trabajar tejidos, volúmenes y estructuras y el hecho de que nunca van a lo seguro, lo que las convierte en “unas aventureras de la moda y eso a mí, fan de la aventura, me chifla. Si quieres destacar tienes que arriesgar”.

Raquel, quien sigue al frente del *talent Maestros de la Costura* (RTVE), recuerda con especial cariño el vestido de Isabel Sanchís que llevó al Museo Thyssen con motivo de la celebración del 75 aniversario de Bvlgari, “blanco, con bajo de círculos de tul que se movía como el agua y que triunfó en *Maestros de la Costura*”. Isabel y Paula abren también el baúl de sus recuerdos felices, donde París ocupa un rincón especial. Allí desfilaron en 2020 –justo antes de la pandemia– y fue casi una epopeya. “Unos días de muchísimos nervios”, relata Paula. “Principalmente porque requería una inversión importante para la empresa, ya que allí no es como en España, tienes que organizarlo todo 100%. Los costes son tremendos: hay que pagar la producción, las modelos, a la agencia de comunicación francesa... Tuvimos la suerte de que nos abrieron la embajada española y desfilamos rodeados de cuadros y piezas maravillosas, lo que nos facilitó muchísimo el trabajo”.

PRESENTE Y FUTURO

Aquel desfile de París despertó la atención del mercado árabe, lo que supuso un antes y un después para la enseña. “Empezaron a comprarnos y nos dimos cuenta de que está-

bamos en tiendas multimarca al lado de Isabel Marant, Bottega Veneta... Fue nuestra primera expansión internacional, por así decirlo”.

Hoy están presentes en 40 países siendo Estados Unidos otro de sus mercados principales, “casi a la par que los países árabes”. La meta de abrir tienda en Nueva York y en Dubai sigue ahí, pero el futuro cercano pasa por consolidar la de Madrid y plantearse volver a desfilarse en París. Y, por supuesto, también por una colección de primavera-verano de referencias insospechadas. “Se inspira en un viaje familiar que hicimos a Japón”, relata Paula. “Nos encantó el contraste cultural; era como todo muy estricto y a la vez muy fluido, caótico aunque también ordenado y esos cambios son los que nos gustan. La experiencia nos llevó a realizar piezas fluidas pero también muy armadas. De hecho, trabajamos mucho prendas moldeadas en neopreno que nos quedaron prácticamente como esculturas. Además, hicimos un trabajo de paleta de color intentando mezclar tradición con modernidad. Para ello nos inspiramos en los murales japoneses de flores en tonos suaves: verdes, naranjas... Dichos tonos los llevamos a piezas más modernas como el crepé cortado al láser, las formas geométricas... Todo unificado pero con un punto de contraste que nos encanta”.

Esos “imposibles” son precisamente los favoritos de Raquel Sánchez Silva quien, al hilo de la conversación, cuenta que la moda es muy importante para ella, aunque

TRATADO DE ELEGANCIA



Isabel Sanchís ha confesado su admiración por Madame Grés, diseñadora famosa por sus creaciones de inspiración grecorromana y la técnica del drapeado. Ambas habilidades, junto a las líneas puras y caídas perfectas (mezcladas con la innovación en el tratamiento de los tejidos) se encuentran presentes en las colecciones de la firma, incluidas las de P/V.

1. Retrato y diseños de Madame Grés, maestra de modistos. 2. Look de la colección primavera-verano 2026 de Isabel Sanchís. 3. Vestido de novia de la colección *Bridal* 2026; (isabelsanchis.com).



“Mis accesorios imprescindibles son los zapatos (necesito que sean cómodos porque hago muchos kilómetros cada día de un lado a otro) y el bolso, porque a veces llevo una vida entera dentro”, confiesa Raquel.



“

Isabel y Paula son unas aventureras de la moda y eso me chifla. Si quieres destacar tienes que arriesgar”.

-RAQUEL SÁNCHEZ SILVA

misma todos los días, ni me encuentro igual ni pretendo lanzar el mismo mensaje. Hay veces que necesitas discreción y otras, todo lo contrario. La moda está para divertirse y ser todas las versiones de ti misma con las que te atrevas. Y yo creo que me atrevo con prácticamente todas. ¿Fondo de armario? Una buena chaqueta negra, una camisa blanca, una camiseta del mismo color, unos *jeans*, un pantalón negro de vestir, un *little black dress*, un salón negro, una buena bota negra, una falda negra de cuero y un cisne negro. ¡Con eso y un bolso estuendo podría vestirme durante un mes! (risas)”.

Precisamente el negro es también el tono favorito de Isabel Sanchís: “Me lo soluciona todo. Soy una persona que tengo poco tiempo y me ha ido muy bien con él”. Paula, en cambio, es más de

“la sensatez también. El tiempo es muy valioso y la moda a veces requiere demasiada atención. Siempre me fijo en lo que me pongo, pero el cuándo, el dónde y el para qué influyen muchísimo. Yo a las 8 de la mañana soy una madre que lleva los niños al cole y que en algún momento del día hace deporte, va al súper... La comodidad manda mucho más que ir perfecta (aunque siempre preste atención a lo que llevo). Eso se lo dejo a las reuniones sociales, las comidas de trabajo y los eventos”.

La periodista define su estilo como “razonable, moldeable, flexible y sin una uniformidad destacable. Yo no soy la

colores: “Voy por épocas. El negro es un valor seguro, pero el blanco también. Y me encanta el rojo, los tonos rosas, los verdes...”. Para esta temporada, las apuestas de ambas son diferentes. Mientras la madre se decanta por “un vestido negro que te solucione cualquier ocasión, que sea bonito y tenga un toque de drapeado”, la hija opta por “unos trajes de chaqueta que hemos hecho y son maravillosos. Últimamente hemos diseñado varios que personalmente he utilizado y puedo decir con conocimiento de causa que los de doble crepé resultan comodísimos; existe la posibilidad incluso de elegirlos en el color que quieras dependiendo de la

“

La colección primavera-verano se inspira en un viaje familiar que hicimos a Japón. Nos encantó el contraste cultural”.

-PAULA MAIQUES

estación del año. Yo tengo uno en burdeos que es una maravilla, lleno de detalles. Está bien para ocasiones especiales, para trabajar, para todo”.

TRUCOS QUE SUMAN

Por su parte, Raquel afirma que ella también atesora *looks* fetiche. “Cisne negro o blanco; pantalón negro o *jeans* maxi; chaqueta cortita negra marcando la cintura con un gran cinturón o chaqueta XXL. Y un maxibolso (el zapato depende de la ocasión). Eso es universal para mí. En el día de mamá, sin embargo, opto por el *look* ‘cebolla’, capa sobre capa. Cuando hace frío, dos piezas de abrigo: plumas pequeño y gabardina o maxisudadera y abrigo (no está mal llevar un impermeable en el bolso). Y casi siempre voy con dos bolsos, el grande de batalla y el pequeño que transforma los *looks*”. La presentadora añade que no sigue las tendencias. Y lo explica: “Creo en los creadores, en su trabajo y en el apoyo que hay que darles. Eso es mucho más importante que unas tendencias que marcan personas con las que no guardo ninguna relación. En la moda me llevan las emociones personales. Tengo demasiados amigos en ella para que no sea así”.

Hablando de creadores, Isabel y Paula siempre se han referido a Madame Grès, la diseñadora que comenzó como esculptora para reconvertirse en modista allá por los años 30,



“A la alta costura española le falta que nos lo creamos un poquito más. Pero también es cierto que el no creérselo hace que nos esforcemos y consigamos cosas mejores”, asegura Isabel, que aquí posa junto a Paula.

como ejemplo de sus mayores inspiraciones. Una de sus particularidades residía en sus habilidades artesanas, que la llevaban a crear prácticamente obras de arte con cada vestido. Al no contar con taller propio, el secreto de la confección de sus imponentes modelos se ha convertido casi en Santo Grial. Inevitable preguntarle a Isabel si, al igual que su referente, ella también guarda algún truco en la chistera que no tiene intención de revelar. “No. Yo lo comparto todo”, afirma tajante. “No se tiene que perder la experiencia porque la experiencia es un grado. Siempre, siempre hay que compartirla”. ■

CAUDALÍE

Nº1 Antimanchas⁽¹⁾

-63%
de manchas⁽²⁾



Prescrito por dermatólogos⁽³⁾

EN FARMACIAS, PARAFARMACIAS Y CAUDALIE.COM

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

EL DESEO

Trío de ases

RESUELVE EL VERANO CON PRAGMATISMO Y RODÉATE DE PIEZAS QUE SIGAN TU RITMO INCANSABLE. MOVIMIENTO, DEPORTIVIDAD Y GRACIA FEMENINA SON LOS DISTINTIVOS INVISIBLES DE ESTOS ITEMS DE TEMPORADA.

fotografía

**DANNIEL ROJAS
Y MIGUEL SANCHO**

realización

PILUCA VALVERDE

Textos

**SARA TRUEBA
Y RAQUEL PELÁEZ**

Loewe

Nacidas para moverse

Las sandalias *Pebble* forman parte de la colección *Paula's Ibiza 2026*, concebida para elevar la espontaneidad a categoría estética, con el lujo como lenguaje y medio de expresión.

Anatomía perfecta

No hay ruido a su alrededor, se alejan del exceso y su máxima extravagancia es la aspiración a ser aptas para acompañar tus pasos 24/7. Con varias alturas de tacón y puntera abierta, su labor consiste en estilizar con discreción.

Rafia dominante

Sigue siendo el material preferido del verano. Su textura y aspecto artesanal es inherente a esta icónica colección.

Sandalia *Pebble*, 900 €;
(loewe.com).



Chanel

Nuevo diámetro

El icónico *J12* reduce sus dimensiones. A pesar de ser diseñado en clave unisex, originalmente *oversized*, ahora regresa a los estándares de la feminidad con esta versión en 28 mm.

Emblema Y2K

Fue creado en el año 2000 para romper los códigos de la manufactura relojera y ser el primer reloj deportivo unisex de lujo de Chanel. Elegir un material poco ortodoxo, la cerámica, siete veces más resistente que el acero, fue el acierto que ahora, 26 años después, ya es un clásico.

Alto rendimiento

Su nombre hace referencia a un velero de competición, pero no solo guarda nombre y estética deportiva, también resiste la presión a 200 metros bajo el agua.

Reloj *J12* de 28 mm en cerámica negra y acero con indicadores de diamantes, 6.850 €; (chanel.com).



Carolina Herrera

Una década de seducción

Good Girl cumple diez años y Carolina Herrera lo celebra con un homenaje al jazmín.

La flor favorita de la diseñadora, que ha inspirado muchos de los elementos de la marca, se convierte ahora en la estrella indiscutible del nuevo perfume *Good Girl Jasmine Absolute*.

La fórmula del hechizo

Los perfumistas Louise Turner y Quentin Bisch han construido una fragancia que atrapa desde el primer segundo: un acorde de *toffee* caramelizado abre paso al exuberante jazmín gourmand que se asienta sobre la calidez del haba tonka y la profundidad resinosa del benjuí.

El stiletto más deseado

El frasco icónico en forma de zapato de tacón regresa en negro absoluto y reluciente, con una novedad que lo convierte en objeto de culto: por primera vez en la historia de la fragancia, luce engastada en el empeine una joya en relieve con forma de jazmín y acabado perlado.

Good Girl Jasmine Absolute, 155 €; (carolinaherrera.com).



En lo que tardas en leer esta revista, habremos bloqueado 18.000 llamadas fraudulentas a nuestros clientes.

Y ya llevamos más de 190 millones de llamadas fraudulentas bloqueadas. Y seguimos.



La red más segura.

Según datos del Ministerio para la Transformación Digital y de Movistar, para el Plan Antiestafas telefónicas, a febrero de 2026.

MACARENA



VIVIENDO SIN MIEDO

Macarena García atraviesa un momento de cambio luminoso. Tras un año “clave” en lo personal, la ganadora del Goya protagoniza la primavera con dos proyectos que amplían su registro: de la contención emocional en *Un hijo* al vértigo sin filtros de *Se tiene que morir mucha gente*.

por CARLOS MEGÍA fotografía TOMÁS DE LA FUENTE
realización CRISTINA PÉREZ-HERNANDO



Miu Miu
Camisa y bikini
en popelín y
pantalón en sarga;
(miumiu.com).

Ferragamo
Vestido en seda
y encaje;
(ferragamo.com).
Bulgari
Pulsera *Serpenti*
Viper en oro;
(bulgari.com).



Tory Burch
Vestido en
punto de seda;
(toryburch.com).





Loewe Paula's Ibiza
Vestido en seda;
(loewe.com).
Bulgari
Pulsera Serpenti
Viper y anillo
Cabocon,
ambos en oro;
(bulgari.com).



Macarena García le gusta hablar de este momento como un punto de inflexión. “Ha sido un año bastante clave en mi vida”, dice. No suena a frase hecha. Hay algo que se intuye hondo en su forma de contarlo, como si, tras un largo diálogo interno, esa voz exigente –esa especie de niña poco indulgente consigo misma, como la que acompaña a la protagonista de *Se tiene que morir mucha gente* (21 de mayo en Movistar+)– hubiera bajado ligeramente el volumen. Los dos nuevos proyectos de la ganadora del Goya funcionan como un espejo de ese camino recorrido y del destino hallado. En *Un hijo* (8 de mayo en cines), dirigida por Nacho La Casa, se pone en la piel de una orientadora escolar que intenta sostener, con pocos medios y aún menos reconocimiento, el mundo emocional de un niño que esconde bajo su aparente normalidad un secreto insondable. Un personaje que poco tiene que ver con el registro desbordado que explora en *Se tiene que morir mucha gente*. En la serie creada por Victoria Martín da vida a una mujer embarazada que bebe, fuma, se equivoca y se mueve sin red por los márgenes de lo correcto, compartiendo crisis vital con sus dos amigas de la infancia, interpretadas por Anna Castillo y Laura Weissmahr. Dos extremos que amplían el mapa de una actriz que lleva años afinando su lugar y que ahora parece dispuesta a empujarlo un poco más allá.

En *Un hijo* das vida a una orientadora a la que no se lo ponen fácil: su trabajo es precario, no tiene tiempo ni recursos, sus compañeros no se la toman en serio... Mi personaje tiene la necesidad de que estas profesiones se traten con la importancia que merecen; sus principios son tan férreos que parece una heroína de película. Va dando tumbos de un colegio a otro y eso repercute en las vidas de los niños. Algunas personas me han compartido sus experiencias y me han contado lo importante que es la atención, que en los colegios haya una mirada más específica, delicada y estable hacia ellos. Eso no siempre ocurre y se debe revisar.

“Hago un repaso de mi vida y mis amigas son las que me salva. Intento cuidar la amistad como un tesoro porque siento que lo es”.

De no haber sido actriz, ¿podría haber sido un camino profesional para ti la psicología? ¿Has encontrado algún paralelismo con tu oficio? Yo quería dedicarme a algo así. Comencé a estudiar Psicología y me hubiera gustado especializarme en algo relacionado con la infancia. Desde que empecé a ser actriz lo dejé de lado, pero me parece una oportunidad bonita acercarme a algo que tiene que ver con mis inquietudes y las cosas que me importan. Tanto la psicología como la interpretación son maneras diferentes de estudiar el comportamiento humano, las emociones y reacciones ante la vida y las distintas formas de estar en el mundo.

¿Eres una persona que orienta a los demás o eres más de las que se dejan guiar? Me gusta escuchar, pero hago lo que puedo con los consejos. En mi caso, he recibido terapia de psicólogos profesionales y también he tenido mucha compañía. Tengo la suerte de tener vínculos muy importantes, reales y profundos, y en mi profesión, además, cuento con grandes amigas que son pilares fundamentales. **En la serie *Se tiene que morir mucha gente* interpretas a una embarazada que bebe, fuma, se hace piercings, tiene aventuras... ¿Cómo se aborda un personaje tan opuesto a ti?** Es curioso, porque no sé si lo siento tan diferente a mí... (ríe). O sea, sí que lo es, pero lo cogí con muchas ganas porque sabía que podía divertirme y aportar algo distinto. Sentía que era un personaje al límite, pero estaba muy arropada por Victoria (Martín), Nacho (Pardo) y Sandra (Romero), los tres directores, que son muy inteligentes y tienen mucho sentido de la verdad y de la comedia. Y luego con Anna Castillo, que es de mis mejores amigas... Todo era un lugar seguro para poder explorar algo no tan seguro.

Como decías, Anna Castillo y tú tenéis una gran amistad más allá de las cámaras. ¿Se acaba colando algo de esa complicidad en la escena? Hay algo de esa relación que está ahí, claro. Anna y yo somos amigas desde hace más de trece años. Nos miramos y sabemos lo que pensamos todo el rato. Y hay momentos y frases que pueden estar llenas de una verdad que va más allá de los personajes, aunque las situaciones y los contextos sean distintos. Ha sido muy interesante, porque nos ha redescubierto en otros lugares. Yo siento que somos aún más amigas.

¿A ti también, como en la serie, se te ha presentado una amiga con una maleta en casa sin previo aviso? Pues sí... Tuve una que estuvo tres semanas con su maleta después de una ruptura (ríe). Para mí la amistad es muy importante y a medida que pasa el tiempo lo siento con más fuerza. Hago un repaso de mi vida y mis amigas son lo que me salva. Mi familia también, pero intento cuidar la amistad como un tesoro porque siento que lo es.

Tu personaje recuerda con nostalgia que un día fue “la guapa de la clase”, la más popular. ¿Tú también lo eras? No, la verdad es que no. Me recuerdo como una niña feliz, eso sí. Era muy normal, alegre, disfrutona, bailonga, deportista. Una infancia con sus cosas buenas y sus cosas



Tod's Vestido en piel y bajo vestido de popelín; (tods.com).



Prada

Jersey de punto de seda; chaqueta en mohair; pantalones en lino estampados y salones de piel; (prada.com).

Bulgari

Anillo *B.Zero Rock I* y anillo *B.Zero Rock*, ambos en oro y diamantes; (bulgari.com).

**Hermès**

Chaleco largo y falda larga con abertura, en punto de seda compacto con relieve en azul ultramar; (hermes.com).

Bulgari

Anillo *B.Zero Rock I* y anillo *B.Zero Rock*, ambos en oro y diamantes; (bulgari.com).

Aquazzura

Sandalias de napa; (aquazzura.com).

Maquillaje y peluquería

Alex Saint.

Asistente de realización

Irene Caro.

Asistente de fotografía

Pedro Urech.

Asistente de maquillaje y peluquería

Daniel Fortaña.

Manicura

Nubia Janeth Soacha.

Agradecimientos

The Palace,
A Luxury Collection Hotel
(Plaza de las Cortes 7,
Madrid; marriott.com).

no tan buenas, como todas, pero con unos padres jóvenes, llenos de vida para jugar, para estar a nuestro lado. También con unos vínculos que sigo manteniendo a día de hoy. Mis ocho amigas del colegio continúan estando ahí.

Si tuvieras, como la protagonista de la serie, a la niña que fuiste hablándote ahora mismo. ¿Qué crees que te diría? Tras ver por primera vez *Se tiene que morir mucha gente*, estuve unos días en los que me pasaba lo mismo: cuando me hablaba mal a mí misma, me imaginaba esa niña que fui hablándome, como si todas esas heridas sin cerrar siguieran ahí. Es algo que está muy bien contado y de una manera poco cursi.

Esa crítica interna es algo compartido, creo. Claro, nos pasa a todos. Últimamente estoy dándole un giro importante a eso. He tenido una voz interior bastante machacona durante años, pero creo que está perdiendo fuerza. Ha sido producto de mucho trabajo, terapia, sanar heridas... y también de recordar todo lo que sí hay ahora.

¿Está siendo un año estimulante para ti? Han sido unos meses importantes. He descansando después de la serie y tengo muchas ganas de trabajar, con varios proyectos a la vista que me ilusionan. He ganado en seguridad, en capacidad de estar presente, en tener menos miedos. Ha sido un tiempo muy positivo.

A tu personaje le dicen que siempre le va a ir bien en la vida porque tiene lo más importante para una chica: un buen pelo. ¿Estás de acuerdo? Sí y no. En el fondo quiero creer que no, pero hay algo que, por desgracia, es verdad en la manera en la que funciona el mundo. Ella utiliza lo del "buen pelo" para hablar de una clase social, de unos privilegios, de tener una vida más fácil y un mayor acceso a todo.

¿Cómo recuerdas el Madrid de tu niñez? ¿Difiere mucho del actual? Yo me crie cerca de El Retiro y sigue igual. El parque era como nuestro espacio y recuerdo unos árboles con unas formas muy peculiares en los que jugábamos mi hermano y yo. Íbamos mucho a una trattoria que está entre el Museo del Prado y el Jardín Botánico. A veces volvemos a comer y es como una regresión. Sigue siendo un sitio muy especial.

Tu hermano, Javier Ambrossi, se ha estrenado recientemente como columnista y presentador. ¿Te gustaría explorar otros formatos a ti también? No tengo tanta facilidad como él para explorar tantos universos y hacerlo todo tan bien. Es muy fuerte lo suyo. Yo siento que, de momento, lo que se me da bien es actuar y que todavía tengo mucho que aprender. Pero sí fantaseo a veces con escribir y levantar una idea. Estoy ahora empezando a imaginar, a oler el terreno... No sé si me acabaré atreviendo.

Recuerdo que Javier Calvo me confesó una vez que más que su amiga, tú eras su hermana. ¿Cómo has llevado la separación de Los Javis? Él también es mi familia. Es mi amigo y lo quiero con todo mi corazón. Y ahora están con su nueva peli, *La bola negra*. He podido asistir ya a algún visionado y es sorprendente. ■

Muy personal

1 ¿CUÁL FUE TU PRIMER CONCIERTO?

Uno de Antonio Vega, en la sala Galileo Galilei. Fui con mi madre, que era muy fan.

2 ¿QUÉ PELÍCULA TE HUBIERA GUSTADO PROTAGONIZAR?

Vicky Cristina Barcelona, por ejemplo. El personaje de Penélope Cruz me parece increíble.

3 ¿TU ÚLTIMO FLECHAZO?

En Nápoles, hace unos meses, vi un Caravaggio sobre las siete obras de misericordia en un claustro entre callejuelas. Fue absolutamente conmovedor. Casi lloro.

4 ¿QUÉ LIBRO ES TU ZONA DE CONFORT?

No soy mucho de visitar libros. Pero alguno de Annie Ernaux, como *Pura pasión*, me lo he leído varias veces.

5 UN PLATO QUE TE DEFINA MÁS QUE TU SIGNO DEL ZODÍACO.

Espaguetis con albóndigas, me encantan.

6 ¿QUÉ TENDENCIA TE GUSTA EN OTROS, PERO NO EN TI?

Las cejas peinadas hacia arriba. A mí no me quedan bien.

7 ¿QUÉ SE TE DA MEJOR QUE ACTUAR?

Ser hija. Creo que soy buena en ello.

8 ¿VIAJE PLANIFICADO O IMPROVISACIÓN TOTAL?

Un punto medio. No planifico al milímetro, pero tampoco me gusta no tener nada atado.

9 ¿QUÉ HAS APRENDIDO A NO TOMARTE TAN EN SERIO?

A mí misma.

10 ¿QUÉ CAPRICHO TE SALVA DE UN MAL DÍA?

El cine. Fui a ver la nueva de Almodóvar, *Amarga Navidad*, y me gustó muchísimo. También un vino con una amiga.

11 ¿QUÉ PARTE DE TU RUTINA NO NEGOCIAS?

El café con leche de avena por la mañana.

12 ¿A QUIÉN TE GUSTARÍA VER EN LA PRÓXIMA PORTADA DE INSTYEA?

A Laura Weissmahr.

moda

TENDENCIA, SHOPPING Y LAS NOTICIAS MÁS FASHION

Los tejidos etéreos nos convierten en hadas modernas de espíritu romántico; las chaquetas se desinhiben y adoptan patrones versátiles que van desde el estilo sastre hasta el militar pasando por los flecos; las flores siembran el armario transformándolo en un jardín de texturas y geometrías y el denim se convierte –de nuevo– en el perfecto comodín *trendy*. La primavera abraza su vertiente más heterogénea... y nos encanta.

AJE
Backstage del
desfile SS26.



A woman with dark hair pulled back, wearing a white oversized blazer and matching wide-leg trousers, stands on a stone step at night. She is looking slightly to her left. The background features a building with a white decorative cornice and a dark interior. To the left, there is a large potted plant. To the right, a metal handrail is visible. The lighting is dramatic, highlighting the woman against the dark background.

fotografía
TOMÁS DE LA FUENTE
realización
CRISTINA
PÉREZ-HERNANDO

DIÁLOGO INTERIOR

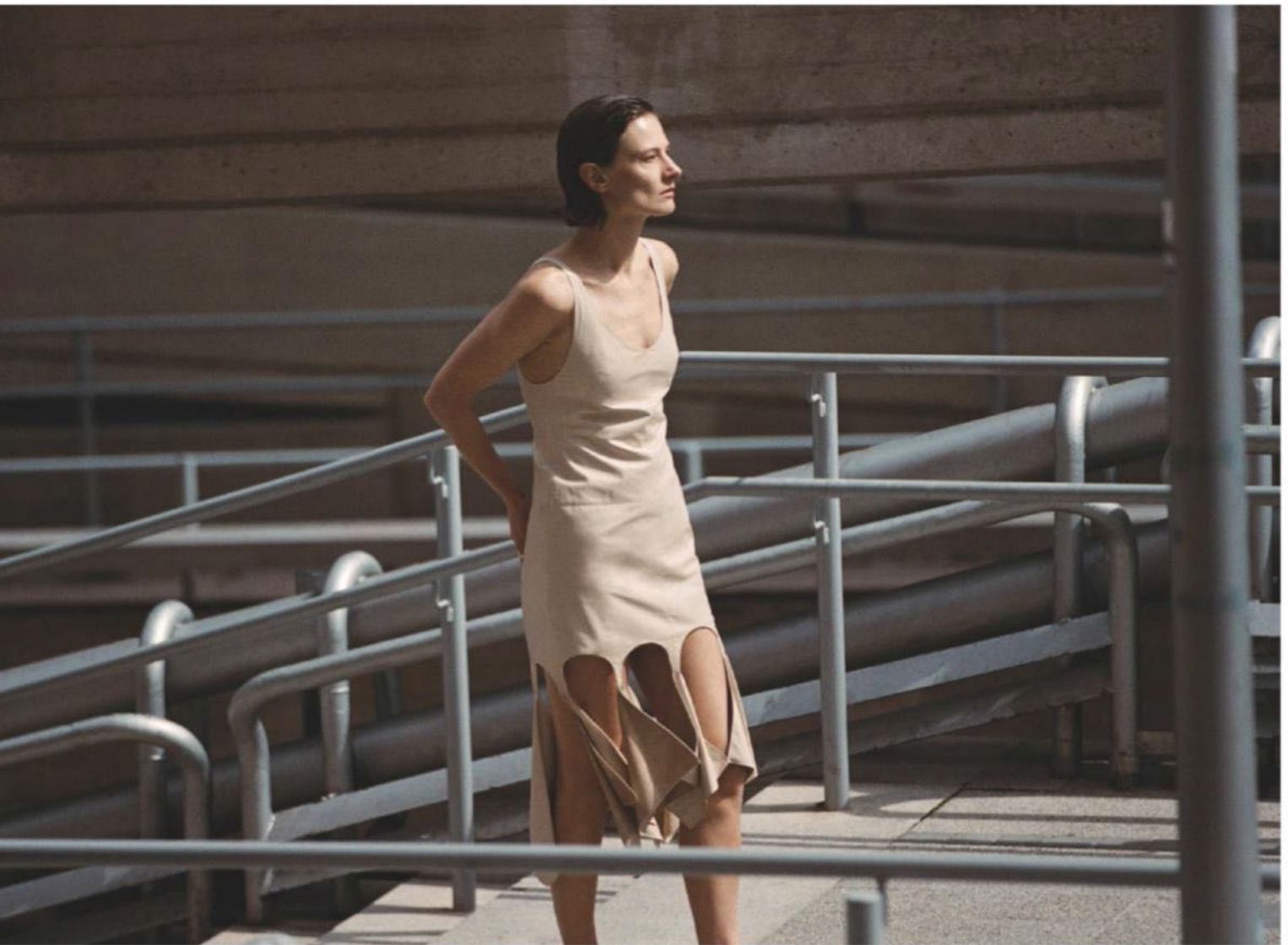
Entre lo revelado y lo sugerido, las siluetas masculinas y el contraste fluido, nace la cotidianidad femenina lista para lucir(se).

Louis Vuitton
Chaqueta de
doble botonadura y
hombreras; mono de
punto y blusa con
cuello arquitectónico;
(louisvuitton.com).

Izquierda
Sportmax
Americana entallada
con cuello doble y
aplicación de
organza; sujetador
y pantalones
transparentes;
(sportmax.com).

Gabriela Hearst
Sandalias de doble tira;
(gabrielahearst.com).





Loewe Paula's Ibiza Vestido en napa; (loewe.com).
Cleopatra's Bling Anillos; (cleopatrasbling.com).



Prada
Blazer en mohair;
top de lana fría; falda
en parches de falla,
gasa y seda; bolso
Passage en cuero y
re-nylon y zapatos
décolletés de cuero;
(prada.com).

Hermès

Jersey *cropped* en punto de seda transparente; pantalones con tirantes de algodón y cinturón de piel; (hermes.com).

Sézane

Pulseras doradas; (sezane.com).

Derecha:

Mango

Chaqueta con cuello chimenea; (mango.com).

Loro Piana

Culotte de seda con lunares; (loropiana.com).





Chanel Falda y chaqueta de seda; pendientes de metal y broche de metal y strass; (chanel.com).



Gabriela Hearst
Blazer de lino y jeans
100% algodón;
(gabrielahearst.com).

Max Mara
Sujetador de punto;
(maxmara.com).

Sportmax
Bandeau;
(sportmax.com).

Gigi Clozeau
Collares *Classique*
Gigi rosa;
(gigiclozeau.es).

**Maquillaje y
peluquería**
Roberto Meloni
(Uno Artists).

**Asistentes de
realización**
Irene Caro
y Elisa Sanz.

**Asistente de
fotografía**
Pedro Urech.

Modelo
Tanya Ruban
(Blow Models).



MOSCHINO

GIAMBATTISTA VALLI

LUISA BECCARIA

CHLOÉ

ERDEM

¡QUE BROTEN!

A DIARIO SON COOL Y EN LOS CLÁSICOS LOOKS DE INVITADA NO FALLAN. BORDADAS, EN PRINTS XL O DANDO FORMA A ACCESORIOS Y JOYAS HIPERREALISTAS, LAS **FLORES** NOS LLEVAN A UN LUGAR EVOCADOR, MÁS ALEGRE Y MUCHO MÁS AMABLE.

por **SARA TRUEBA**

Conexión sport...

La pieza más utilitaria se camufla tras sus pétalos. Parkas y sudaderas siembran y recogen.

1. Top de flores con manga al codo, de Stella McCartney, 590 € (stellamccartney.com).
2. Camiseta gris estampada, de H&M Studio, 35 €; (hm.com).
3. Top de punto calado, de Mango, 100 €; (mango.com).



... y para invitadas

El estampado por antonomasia de la temporada de eventos remarca su lado clásico en vestidos fluidos.

1. Vestido lencero, de All Saints, 159 €; (allsaints.com).
2. Slip dress floral maxi, de Lola Casademunt, 199 €; (lolacasademunt.com).
3. Abrigo largo estilo gabardina con flores, de Max Mara; (maxmara.com).



Asuntos pendientes

1. Pendientes de latón lacados, de Chloé, 790 €; (chloe.com).
2. Con flores talladas, jade y rodolita, de Lizzie Fortunato, 300 €; (farfetch.com).
3. De latón bañado en plata, de Moliane; (moliane-studio.com).
4. Con pétalos esmaltados, de Jennifer Behr, 350 €; (net-a-porter.com).





RABANNE

DOLCE&GABBANA

Sin renunciar a nada

Parece un duelo floral, pero no te vamos a hacer escoger. Las faldas son de jefas; los pantalones, de jefazas. Y tienes todo el verano para hacer que la dicotomía sea un acierto de temporada.

1. Minifalda con flores tejidas en relieve, de Sandro, 265 €; (sandro-paris.com).
2. Falda *midi*, de Dries Van Noten, 1.745 €; (driesvannoten.com).
3. Con pliegues, de Chloé, 2.390 €; (chloe.com).
4. Asimétrica con volantes, de H&M Studio, 80 €; (hm.com).
5. Vaqueros, de Ynés Suelves, 280 €; (ynesuvelves.com).
6. Pantalones con volante, de The Tiny Big Sister, 99 €; (tinycottons.com).
7. Pantalones flocados, de Desigual, 70 €; (desigual.com).
8. Transparentes, con textura y bordados, de Agua Bendita, 359 €; (aguabendita.com).

Agarra tu bouquet y corre!

1. Bolso de mano de satén con estampado floral, de Ganni, 475 €; (mytheresa.com).
2. Cuadrado, con asa de flor metálica, de Erdem, 1.695 €; (erdem.com).
3. Bolso *Baguette* con lentejuelas y cristales, de Fendi, 4.200 €; (fendi.com).



Entre naturaleza silvestre y ejemplares XL

Bailarinas, taconazos y sandalias arquitectónicas se pliegan al seductor universo de pétalos, pistilos y color.



GIAMBATTISTA VALLI



DIOR



FENDI



Delicado y en 3D

Del guipur al crochet, pasando por el cuero aplicado de manera artesanal, muchas son las firmas que homenajean la suavidad intrínseca de una flor con métodos manuales y texturas realistas.

1. Vestido artesanal con flores de cuero, de Gabriela Hearst; (gabrielahearst.com).
2. Chaqueta de ante rosa con flores recortadas, de Marni, 3.500 €; (marni.com).
3. Top corto de guipur floral, de Sandro, 225 €; (sandro-paris.com).
4. Top de tirantes con flores aplicadas, de PAROSH, 395 €; (parosh.com).
5. Gorra con lentejuelas, de Honor the Gift, 112 €; (farfetch.com).

ULLA JOHNSON

Mirar desde tu oasis de cristal

1. Gafas Daisy, de Marc Jacobs, 206 €; (farfetch.com).
2. Con margaritas, de la colección Paula's Ibiza de Loewe, 640 €; (loewe.com).
3. Rosas, de M6 de Multiópticas, 49 €; (multiópticas.com).
4. Con flor de cristal, de Carolina Herrera, 269 €; (carolinaherrera.com).



1

2

3

4

5

6

GIAMBATTISTA VALLI

SIMONE ROCHA

FENDI

Jardín interior

La ropa íntima declara sus intenciones con flores visibles gracias a transparencias. Sin embargo, esta temporada son tan extremas sus ganas de destacar que traspasan cualquier tejido con tal de ser las protagonistas.

1. Blusa con flores en degradé, de Twinset, 292 €; (twinset.com). 2. Camiseta con rosas, de Intimissimi, 40 €; (intimissimi.com). 3. Top transparente, de H&M Studio, 40 €; (hm.com). 4. Braguitas, de Zara, 26 €; (zara.com). 5. Blusa, de Simone Rocha, 696 €; (farfetch.com). 6. Conjunto interior, de Etam, 30 € el sujetador y 15 € la braguita; (etam.es).

Nostalgia granny cool

1. Broche con camafeo, de Dolce&Gabbana, 695 €; (dolcegabbana.com). 2. De metal con la forma de flor, de Miu Miu, 610 €; (miumiui.com). 3. Imperdible, de Suma Cruz, 580 €; (sumacruz.com).



1



2



3



CHANEL

BULOVA

SNORKEL



Bulova Snorkel Collection

Descubre la nueva colección Snorkel, que rinde homenaje al estilo icónico de los Diver's Bulova de los años 60 y 70. Inspirada en el legendario Oceanographer "Devil Diver" 666 feet, esta línea combina la nostalgia con un toque contemporáneo. La pieza central es su innovadora caja en Hybrid Ceramic: un núcleo de acero recubierto con cerámica de alta resistencia, que ofrece un acabado ligero, duradero y resistente.

¡Sumérgete en la historia y la innovación con Snorkel!

www.bulova.es

Begoña

Música y cámara

La conocemos como actriz, pero **BEGOÑA VARGAS** lleva dos años preparando su debut musical. Vestida con *looks* de la precolección otoño/invierno 2026 de FENDI (“me gusta aplicar la moda a mí, no al revés”, dice), nos habla de canciones y también de la segunda temporada de la serie *Berlín*, que este mes llega a Netflix.

por CHUS SALIDO
fotografía AITOR SOLA
realización
PILUCA VALVERDE



Minivestido de corte A en popelina de algodón con detalle de bordado de ondas de lentejuelas. De la precolección otoño-invierno 2026 de Fendi.

Chaqueta safari tipo gabardina con detalles transparentes y bolso *Bouquette* mediano, bordado a mano con cuentas y lentejuelas para crear un motivo tridimensional inspirado en el rocó veneciano. Todo, de la precolección otoño-invierno 2026 de Fendi; ([fendi.com](https://www.fendi.com)).





Camisa corta de popelina de algodón (en esta y en la otra página); falda lápiz *midi* de lino con detalle de piel; sandalias *Colibri Iconic* en piel color amarillo y tejido multicolor. De la precolección otoño-invierno 2026 de Fendi; (fendi.com).



Chaqueta corta de denim chambray con detalle de piel repujada en la parte delantera; camisa *midi* de denim chambray con detalles de piel y cremallera frontal; bolso Peekaboo ISeeU pequeño, confeccionado en piel de becerro sellier marrón y con separador rígido bordado con cuentas y lentejuelas, y sandalias Colibri Iconic en piel color burdeos y tejido multicolor. Todo, de la precolección otoño-invierno 2026 de Fendi.





Minivestido de corte A en gabardina con detalle transparente; bolso Peekaboo ISeeU pequeño, en piel Cuoiro Romano y decorado con pespunte cosidos a mano; pulsera en resina con el motivo Pequin en blanco y camel y el logotipo FF troquelado en metal con acabado dorado, y sandalias Colibri Iconic. De la precolección otoño-invierno 2026 de Fendi; (fendi.com).

Maquillaje y peluquería

María Verano.

Asistente de realización

Laura Rodríguez.

Asistente de fotografía

Juankar Gibson.



strena la segunda parte de la serie *Berlín* (subtitulada en esta ocasión *La dama del armiño*) el 15 de mayo en Netflix, pero lo que de verdad tiene emocionada –emocionadísima– a Begoña Vargas (Madrid, 1999) es su incipiente carrera musical. Cuatro sencillos han precedido ya a un álbum de próxima

aparición y que la artista –cuyo nombre ‘de guerra’ en esta nueva faceta será BEGOÑA– comenzó a escribir hace dos años, cuando “empecé a redescubrirme a mí misma como mujer y como persona”.

¿Desde cuándo ‘practicar’ este interés por la música?

Toda la vida, pero me daba mucho miedo. La voz es algo muy psicológico y también siento que muy espiritual, porque para cantar bien tienes que sentirte cómoda y segura contigo misma y creo que este ha sido mi viaje. Empecé siendo bailarina, después me desarrollé como actriz dedicándome a hacer de personas que no eran yo. Ahí encontré las herramientas que un día me llevaron a plantearme que si no me decidía a hacer música de una vez por todas me iba a arrepentir toda la vida. Escribo canciones desde que tenía 14 años (lo típico: el primer chico que te rompe el corazón), pero había una especie de autoconvencimiento de que quizás no tenía el suficiente talento. Me dio muy fuerte el síndrome del impostor. Tampoco es que haya contado con muchos referentes en España de mujeres capaces de conseguir compaginar la música con la actuación, aunque el mío, sin lugar a dudas, es Ana Belén; me parece una gran artista.

¿Te sientes preparada para subirte a un escenario y cantar ante el público? Yo me crezco en los escenarios porque he estado toda mi vida haciendo teatro. Es un lugar que me levanta, un sitio donde me siento increíble y el tiempo pasa así (chasquea los dedos). Me he subido a escena con un personaje y un guion en el que sé perfectamente lo que sucede y ahora, de alguna manera, tengo curiosidad por saber cómo me voy a desenvolver; creo que redescubriré cosas o maneras de relacionarme con el público que todavía desconozco.

¿Es tan duro como cuentan hacer música en España?

Hay que invertir mucho tiempo y dinero, más aún para una artista independiente como yo. El audiovisual en general exige un gran desembolso y eso lo he experimentado en mis videoclips. Me da pena que sea un género en decadencia, por-

que me encanta hacer la dirección creativa de una canción y mostrarla con toda la expresividad de mi rostro y de mi cuerpo, que es lo que llevo cultivando desde los nueve años.

Hablando de audiovisual, vuelve Berlín y vuelve tu Cameron, un personaje que es todo acción y aventura. A mí me gusta mucho la acción. Siempre he sido deportista y siento que de alguna manera se me da bien. He visto ya alguno de los capítulos de la nueva temporada y estoy muy contenta. Continúa con la luminosidad de los primeros capítulos, pero nos vamos a Sevilla. Es otra historia.

¿Eres tan peleona como Cameron en la vida real? Soy muy pesada. Luchadora y pesada, las dos cosas. En los rodajes hay aspectos que me parecen importantes, por ejemplo, discutir frases que una mujer nunca diría de sí misma. Yo me siento más cómoda si se dijera de otra forma. Entonces intento llegar a un acuerdo. Cuántas veces hablamos de la necesaria mirada de una mujer, que no parezca que nos relacionamos desde la visión de un hombre porque no es así; si no, las parejas no discutirían, habría solo un punto de vista. Queda todavía mucho por andar. Y siento que necesitamos que entre gente joven, directores y directoras que cuenten cosas desde otra perspectiva. Incluso en las galas de premios; hay que refrescar.

Llegas a estas páginas vestida de Fendi. ¿Cuál dirías que ha sido tu look favorito de la sesión? El *total denim*.

Yo uso mucho vaquero y me encanta. Y luego los vestidos sencillitos; me ha gustado verme así. En general me parece una colección arriesgada, traer otra vez de vuelta a los 70 ahora que todo el mundo parece obsesionado con 2016. Esto último sí que me da pereza, la verdad.

Contabas que a cada personaje que interpretas le buscas un perfume, pero ¿qué olores han marcado tu vida?

El olor a paella. Todos los domingos en mi casa había paella. Y algo más que hacíamos de pequeños: en San Fernando de Henares (mi madre es vasca y mi padre de San Fernando) existía el día de la tortilla. Mi madre la cocinaba y nos subíamos al cerro a hacer un picnic con otra gente. Recuerdo esas tortillas, los filetes empanados con pimiento verde... Es un olor muy de casa. Y también me acuerdo mucho de la goma de borrar Milan, una fragancia que tengo tatuada.

También has afirmado que ser actriz te ha ayudado a no juzgar a los demás.

Siempre he sido muy empática. No es que me haya llevado a excusar a todo el mundo, porque creo que los actos tienen consecuencias, pero te ayuda a entender a personas que a lo mejor en principio eran hostiles. La actuación es un trabajo muy altruista. Quitando la parte de purpurina y estrenos, es un oficio muy bonito, porque al final estás dejándote a ti para donar tu cuerpo a otra cosa. ■

“Mi vida ideal sería pasar seis meses escribiendo un disco, luego dos meses rodando una peli y después hacer conciertos y salir de gira”.

PRIMAVERA/ VERANO '26

NUEVA COLECCIÓN



PITILLOS[®]
HECHO EN ESPAÑA DESDE 1981



En tu zapatería más cercana y en www.calzadospitillos.com

La 'wishlist' de...



GEORGINA ESCODA

Fundó Bad Habits (ahora Badits) en 2017 y hoy, con dos tiendas, en Barcelona y Madrid, es referente del armario por sus patrones de estilo femenino y contemporáneo.

En su vida no falta un básico de corte infalible; tampoco una lámpara de diseño o una fotografía artística. La ex modelo **Georgina Escoda** se mueve entre lo esencial y lo cool.

1



2



3



4



5



6



7



8



9



1. Lámpara de mesa Taccia, de Flos, 1.150 €; (mytheresa.com).

2. Obra fotográfica Woman with a cigarette, de Rala Choi; (ralachoi.com).

3. Perfume Neroli Outrenoir, de Guerlain, 335 €/ 100 ml; (guerlain.com).

4. Pantalones Bruna barrel fit de tiro medio, de Badits, 175 €; (badits.com).

5. AirPods 4, de Apple, 179 €; (apple.com).

6. Bolso rectangular modelo Marcel, de The Row, 2.500 €; (therow.com).

7. Bronceador en barra Forever Skin Bronze, de Dior, 57 €; (dior.com).

8. Sandalias con tacón, de Christen, 1.150 €; (christen.com).

9. Cámara instantánea Polaroid Flip, 269 €; (elcorteingles.es).

ALSALIR DE CLASE...

Traslada el mood college al armario y siéntelo rejuvenecido y relajado. Un polo de rayas, un jersey de pico o un minivestido destacan tu lado preppy.





ACERO FINO
•duradero •no irrita la piel •resistente al agua

EL NUEVO ORDEN DE LA CAMISA

NI RÍGIDA NI PREDECIBLE, LA **CAMISA** INICIA UN VIAJE HACIA LA REVOLUCIÓN ESTILÍSTICA. ESTA TEMPORADA NO HAY *FITS* EQUIVOCADOS SI SABES CÓMO LLEVARLA.

por **SARA TRUEBA**

SAINT LAURENT PARIS

ALEXANDER
MCQUEEN

GIVENCHY

CHANEL

Popelín formal
Te presentamos su versión más clásica y atemporal. Abotonada es perfecta en la oficina; abierta, el comodín *afterwork*.

Puños que empoderan
Rígidos e imponentes, son a la camisa lo que unos buenos hombros a la clásica blazer.

Nuevo emplazamiento
Con la idea de asociarse al lujo y la distinción, varias son las marcas que hoy, como hacía Charvet, reposicionan su logo en un lugar inesperado y más protagonista.

Badits
Camisa masculina clásica de corte *oversized*, 175 €; (badits.com).

Una vez más, todo comienza con Coco Chanel. Ella, visionaria como pocas y acostumbrada a buscar en el armario de Arthur 'Boy' Capel algo que incorporar a su estilismo (siempre reivindicando más libertad), comenzó a utilizar sus camisas, masculinas y cómodas. Eran de la firma Charvet, se confeccionaban a medida y, por primera vez, tenían elementos de sastrería. Así, Joseph-Christophe Charvet, hijo del conservador del vestuario de Napoleón I, fundó en París en 1838 la que hoy se conoce como

la primera camisería del mundo. En los años en los que Chanel se inspiraba en los armarios de sus amantes para hacerlos suyos, y a pesar de que la camisa ya no era considerada una prenda interior (hasta el siglo XIX lo fue, no tenía botones y solo asomaban cuello y puños), el que una mujer vistiera con una prenda tan masculina era cuanto menos una rareza sin la que, paradójicamente, el camino de las siguientes generaciones habría sido (seguro) mucho más arduo y cuesta arriba. Esta temporada se cierra el círculo con la primera colaboración entre Charvet y Chanel, fruto del interés de Matthieu Blazy por hacer que aquella conexión volviera a tener relevancia. Así, su colección debut de primavera incluye tres diseños bastante clásicos (una camisa de esmoquin, otra *crop* de rayas y una tercera rosa salmón) cuya gracia reside, además de en la precisión técnica de Charvet, en cómo Blazy las dota de feminidad al lado de una falda de plumas o una falda larga con cola. Ahora te toca elegir: puedes ser fiel a la camisa austera y masculina o alejarte de ella por completo. Saint Laurent hace una versión propia, voluminosa en las mangas, escotada y con lazo (lo tiene todo); Palomo Spain, en su colaboración para Carolina Herrera, reinterpreta el emblema de la casa neoyorkina en cinco diseños únicos, con lazadas, cortes circulares y puños que parecen sacados del Siglo de Oro, pero tan contemporáneos que se integran perfectamente en el armario de hoy. Mientras, Sarah Burton moldea en Givenchy una camisa con cuerpo y escote en V llevada con faldas pareo de cuero. Deconstruida (Adolfo Dominguez, Bottega Veneta), en varias capas superpuestas (Loewe, Brandon Maxwell), solemne y *oversized* (Balenciaga, Calcaterra) o ceñida al torso como una segunda piel (Alexander McQueen), la camisa introduce nuevos códigos y, sea cual sea su naturaleza y construcción, se gana el aplauso de la temporada. ■



1. La actriz Rosie Huntington-Whiteley defiende la versión más sensual, con escote pronunciado y lazada, de Saint Laurent. 2. El street style siempre da alegrías creativas. ¿Has visto los puños? 3. Jessie Buckley y esta camisa de esmoquin de Chanel se merecen sendos Oscar. 4. Jane Fonda y Robert Redford en *Descalzos por el parque*.

DECLINACIONES CON ADN PROPIO



1. Vestido camisero con cuello de tira, de Adolfo Dominguez, 169 €; (adolfodominguez.com). 2. Color crudo y cuello de tira, de Arket, 89 €; (arket.com). 3. Con tiras para anudar, cuello pico y refuerzos en los hombros, de The Frankie Shop, 185 €; (eu.thefrankieshop.com). 4. Alargada y con pechera desbocada, de Maison Margiela, 890 €; (maisonmargiela.com). 5. De rayas con abertura lateral y cuello subido, de Zara, 26 €; (zara.com).

Chaleco tipo
cárdigan con capucha
y acabado de flecos.
De la colección
Resort SS26
de Louis Vuitton;
(es.louisvuitton.com).

Sofía Hamela

SENTIDO Y NATURALIDAD

SIN PAUSA PERO SIN PRISA, LA CREADORA DE CONTENIDO **SOFÍA HAMELA** SUEÑA CON HACER TELEVISIÓN Y DAR UN "SALTITO" INTERNACIONAL. POR LO PRONTO, EN ESTE REPORTAJE CRUZA FRONTERAS DE MODA VISTIENDO LA COLECCIÓN RESORT SS26 DE LOUIS VUITTON. Y ES SOLO EL PRINCIPIO...

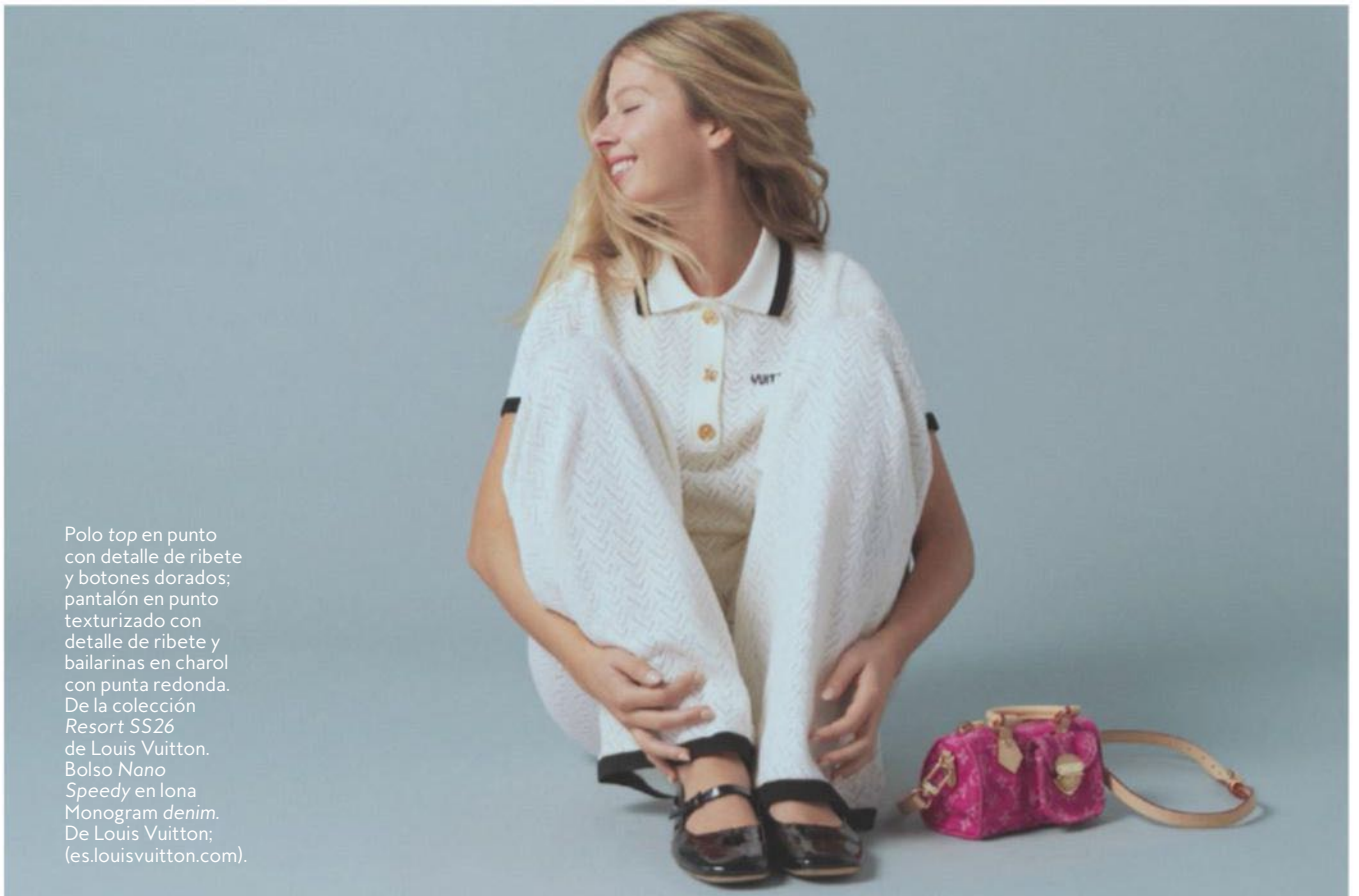
por **CHUS SALIDO** fotografía **DANNIEL ROJAS** realización **CARMEN CRUZ**

Parka blanca en
tejido técnico y con
puños fruncidos y
bermudas en
denim con detalle
Monogram.
Ambos, de la
colección
Resort SS26 de
Louis Vuitton.
Cartera de mano
Valley en lona
Monogram denim,
de Louis Vuitton.

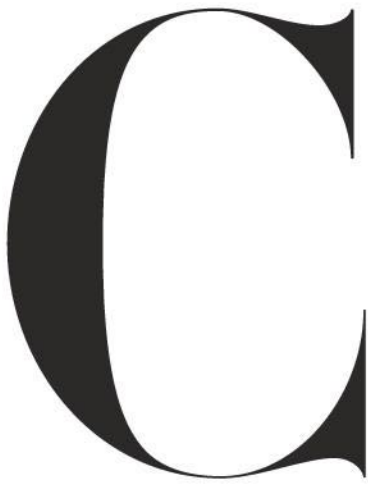




Chaleco tipo
cárdigan, con capucha
y acabado de flecos,
y bermudas a juego.
De la colección
Resort SS26 de
Louis Vuitton.



Polo top en punto con detalle de ribete y botones dorados; pantalón en punto texturizado con detalle de ribete y bailarinas en charol con punta redonda. De la colección Resort SS26 de Louis Vuitton. Bolso Nano Speedy en lona Monogram denim. De Louis Vuitton; (es.louisvuitton.com).



on 18 años, Sofía Hamela se mudó a Madrid desde San Sebastián para estudiar Protocolo y Organización de Eventos. Después trabajó en Massimo Dutti, como estilista en Barcelona... y hoy, su cuenta de instagram acumula cerca de 350.000 seguidores y subiendo. Dejemos que sea la propia creadora de contenido quien nos cuente su historia.

Lo de dedicarte al protocolo, ¿era algo vocacional? No me encantaba la carrera, pero la acabé. Sé que hay formarse, aunque reconozco que soy más de aprender de sitios, de la gente... Sin embargo, creo que estudiar es primordial y yo aprendí un montón en la universidad, quizás porque la mía me pareció una carrera muy divertida: es más de tener salero que de conseguir un 10. Te obliga a espabilar.

Pero abandonaste ese camino. Comencé a subir contenido a redes. Poco a poco la gente me empezó a conocer, sobre todo tras hacer vídeos para YouTube. Mi comunidad creció, aunque yo siempre he tenido los pies en la tierra y he preferido ir poco a poco; arriesgo pero no tanto. Hasta que no noté que tenía una comunidad que me exigía mil cosas y me di cuenta de que no podía hacer todo a la vez, no me dediqué a esto a jornada completa.

Compañeras tuyas nos han contado que el vuestro es un trabajo que en realidad conlleva mucho tiempo. Lo que decimos siempre es que, al final, un vídeo de un minuto supone en realidad cuatro o seis horas de trabajo. En mi caso, hay veces que hago un contenido mirando a cámara recomendando algo y otras que te monto un *show* para mostrarte un producto, que a lo mejor es algo muy sencillo, pero yo me implico más porque la gente está harta de lo mismo y al final tienes que inventar. Les gustan las cosas frescas, que te tires en paracaídas para venderles algo. Tal cual.

Tu piso es el gran protagonista de tus vídeos. Es lo que mis seguidores han visto siempre. No sé cuánto mide, solo que no tiene puertas y yo ahora mismo lo único que pido es una puerta, porque no puedo soportar la cocina al lado de la cama, los olores... En mi casa está prohibido cocinar; es horrible. Pero, bueno, llegó un momento en mi vida que tenía que buscar una casa con urgencia y justo surgió esa oportunidad. Yo no me quejo de mi casa (como para hacerlo, tal y como están las cosas en Madrid); me río de ella. Soy consciente del privilegio de tener 28 años, vivir sola y poder pagar un alquiler.

Formas un curioso 'duo artístico' con Carlota Marañón, otra creadora de contenido. Tenemos carreras divi-

didias, porque ella está enfocada solo a moda y yo hago más *lifestyle*. Siempre hemos sido la rubia y la morena, a una le ha gustado una cosa y a otra, otra. Nos juntamos porque nos proponen proyectos increíbles, pero luego cada una tiene su carrera. Lo bueno es que llevamos siendo amigas desde los 13 años y nos entendemos muy bien.

¿Con Louis Vuitton también te entiendes? Mi primer bolso es de la firma. Lo he traído al *shooting* porque me hacía ilusión y además lleva mis iniciales. Es el clásico perfecto que a toda mujer le encantaría tener en su armario.

¿Y a ti? ¿Te gustaría tener más piezas de la maison? Obviamente. Los cinturones son increíbles, las prendas con tanto detalle... Los bolsos me parecen lo más. Y la maleta de mano me encanta, es superelegante.

¿Tienes algún truco de estilismo que nunca te falle? Soy de básicos perfectos. Muchas veces he dicho que vas más elegante con un vaquero, una camiseta y un buen bolso que superrecargada. Y hay que entender la forma de los cuerpos, no intentar copiar sino ver lo que le sienta bien a cada uno.

¿Qué piensan tus padres de tu trabajo? Les ha costado comprenderlo porque son bastante conservadores (lo del contrato fijo les importa mucho), pero mi madre se emociona cada vez que hago algo y se lo cuenta a sus amigas. Creo que ella lo entiende mejor que mi padre. Además, uno de mis hermanos (somos cinco) también se dedica a esto porque lo he introducido yo. Hace contenido, graba vídeos, edita... De momento se dedica a esa parte de YouTube bastante pesada. Porque ponte tú a editar ocho horas de brutos... Te odias a ti misma. Yo hay veces que digo que estoy cansada de mi cara.

Se habla mucho de la salud mental de los influencers... Es que llega un momento en que tu vida personal pasa a segundo plano. Y necesitas apagar el móvil día y medio. Yo he tenido un trabajo en el que salía a las seis de la tarde y ahí empezaba mi vida, pero he elegido esta otra forma de vivir y hay que pagar el precio. Voy a intentar controlarlo. No sé cuánto va a durar esto, pero mientras sea así, quiero darlo todo.

¿Hay cosas de esta vida tuya que aún no has mostrado? Mi pareja. Llevamos un año y no había enseñado nada. Ahora lo he contado, pero no quiero darle bombo. Tengo el problema de que, literalmente, lo cuento todo. Voy al gimnasio, no me gusta y lo digo. A la gente le chiflan estas cositas pequeñas, se siente muy conectada. A veces pienso que mi comunidad no me va a entender, pero lo hace. Me parece increíble que en redes podamos hablar el mismo lenguaje. ■

“Amo lo que hago. Me pones a grabar ocho horas y estoy encantada de dar el cien por cien. Las redes son muy exigentes y lo entiendo, porque como consumidora también lo soy”.



Camisa blanca
básica y pantalón
de corte relajado;
bolso *Carryall*
Cargokhaki en lona
Monogram *denim*.
De la colección
Resort SS26 de
Louis Vuitton.
Sandalias, de
Louis Vuitton;
(es.louisvuitton.com).

Maquillaje

Olga Holovanova
(Kastee).

Peluquería

Sandro Nona.

**Asistente de
fotografía**

Álvaro Coronado.

VERANO EN BLANCO

Redefine el estilo veraniego con tejidos ligeros y una feminidad natural construida bajo el sol de Ibiza. La elegancia evocadora y el libre albedrío de la moda Adlib fluyen en diseños relajados sublimados con bordados y encajes.

fotografía DANNIEL ROJAS *realización* PILUCA VALVERDE



Ivanna Mestres
Vestido transparente
con flores de encaje
y cuello de plumas;
(ivannamestres.com).



Vintage Ibiza
Vestido con
mezcla de tejidos
en franjas
horizontales;
(vintageibiza.es).



Monika Maxim Ibiza

Falda larga de
volantes con abertura
y blusa abierta
de manga afarolada;
(monikamaximibiza.com).



Piluca Bayarri
Crop top escotado
con mangas
acampanadas y
falda larga;
(pilucabayarri.com).





Ibimoda

Vestido de encaje transparente con *cut out*, cola y hombros descubiertos; (ibimoda.com).

MODA

Tony Bonet

Corsé y gorrito de encaje;
(tonybonetadlib.com).





Ibiza Stones
Vestido largo de gasa
con varias capas;
(ibiza-stones.com).

Texto

Sara Trueba.

**Maquillaje y
peluquería**

Olga Holovanova
(Kasteel Artists).

**Asistente de
realización**

Carmen Cruz.

**Asistente de
fotografía**

Álvaro Coronado.

Manicura

Nubia Janeth Soacha.

Modelo

Beatriz Fernández
(The Tribe Models).



1



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

Un cuadro, una flor o el detalle de un bordado pueden ser los puntos de partida de Sophie Lepourry (Normandía, 1971) para arrancar un nuevo diseño. No en vano, a menudo sus joyas destilan colores florales de aura luminosa y referencias a la naturaleza. Aunque no se inspira en épocas concretas, hay una clara inclinación por la tradición, las joyas antiguas y las combinaciones geométricas con esmeraldas, rubíes y zafiros. “Me inspiro en los colores de mi vida cotidiana y los traduzco con piedras preciosas en joyas pensadas para todos los días”. En su nueva colección, *Selene*, introduce por primera vez piedras duras. Así, con ónix y malaquita, enriquece aún más su imaginario: “Los anillos y colgantes están concebidos como talismanes contemporáneos, piezas protectoras diseñadas para llevar cerca del cuerpo”, dice Sophie.

Antes de lanzar Sophie D’Agon en 2017, trabajó varias décadas en el sector de la moda de lujo, como directora de compras de accesorios, primero en Prada y después en Saint Laurent. Así, el conocimiento profundo de los gustos de la

EL HALLAZGO

Mosaicos de luz

DE SU ESTUDIO DE PARÍS SURGEN ESTAS MARAVILLAS CROMÁTICAS. ASÍ SON LAS JOYAS DE **SOPHIE D’AGON**, PIEZAS LUMINOSAS CON REGUSTO ANTIGUO.

mujer y su querencia personal por la artesanía joyera la llevaron a lanzar su firma, paradigma de la joya emocional. Trabaja con oro reciclado, diseña en París, fabrica en Biarritz y Portugal y ya recibe a su clientela en la nueva tienda de Galería Canalejas en Madrid. ■

DIAMANTES, ESMERALDAS, ÓNIX Y MALAQUITAS

1. Collar *Gaia* con colgante de piedras preciosas ligeramente curvado, 1.495 €.
2. Pendientes *Yellowstone* con cierre de seguridad, 2.295 €.
3. Anillo *Selene Sylva* con malaquita, 2.895 €.
4. Anillo *Rita*, 2.095 €; (sophiedagon.com).



4

Espíritu libre

Cada mujer es muchas a la vez. Y la colección cápsula de Pilar Rubio para Selmark es la prueba. RUBIO es toda una declaración de intenciones. **Cinco letras, cinco diseños** para una mujer que cambia y se reinventa. **Reverie** reinterpreta los gráficos de los sesenta con una mirada actual. En **Utopia** el animal print y los cortes laterales dibujan una silueta poderosa. **Boheme** evoca con sus tonos pastel y estampados

paisley, el espíritu libre. **Indigo** se inspira en la piel de serpiente y su simbolismo. Mientras que el print de cebra de **Oberon** refleja el contraste entre el yo indomable y el disciplinado. **Por y para mujeres** La filosofía de Selmark, que acaba de cumplir 50 años, se traduce en prendas que se adaptan a diferentes siluetas, tallas y estilos, que realzan la figura, sin sacrificar comodidad. Diseños que aúnan funcionalidad y estética.



Los bañadores y bikinis de la colección cápsula de Pilar Rubio para Selmark se adaptan a tu estilo, silueta y talla

RUBIO

Las letras de su apellido dan nombre a esta colección con diseños audaces y salvajes, pero también románticos y magnéticos.

MODA

EN SINTONÍA

JUEGOS IMPROVISADOS EN EL SALÓN, PASEOS SIN PRISA Y PLANES QUE NACEN SOBRE LA MARCHA. **KIABI** SE CONVIERTE EN UN HILO INVISIBLE QUE ACOMPAÑA CADA MOMENTO EN FAMILIA CON EQUILIBRIO, FUNCIONALIDAD Y TENDENCIA.

Fotografía **DANNIEL ROJAS** realización **PILUCA VALVERDE**



La madre lleva vestido largo estampado y la hija, vestido de punto crepé de lunares.

En la otra página, la madre luce un conjunto de lino marrón y la hija, mono ancho bordado y bailarinas con lazo. Todo, de Kiabi; (kiabi.com).




Traje de lino con rayas, top de tirantes y sandalias con tiras cruzadas. La hija luce vestido de algodón con rayas y volante en la pechera. De Kiabi.



La madre lleva camiseta amarilla de punto calado, pantalones y mocasines con cordones; la niña, camiseta con volante en las mangas, pantalones wide leg y bailarinas beige. Todo, de Kiabi; (kiabi.com).



Mamá: blusa
vaquera y
pantalones
denim de talle
alto. Su hija:
mono vaquero
con volantes y
camiseta de
canalé (debajo).
De Kiabi.

A full-page photograph of a woman and a young girl in a room. The woman, on the right, is wearing a sleeveless, long-sleeved, patterned dress and is holding the girl. The girl, on the left, is wearing a patterned top and light-colored pants. They are standing in front of a large window with wooden shutters. To the right, there is a white bookshelf with books and a plant. The floor is made of light-colored wood.

La madre lleva top sin mangas con estampado vichy, falda larga a conjunto y bailarinas. La niña lleva top estampado, pantalones *wide leg* y bailarinas beige. Todo, de Kiabi; (kiabi.com).

Maquillaje y peluquería

Miguel Tragacete
(The crew art).

Asistente de realización

Geri Mardones.

Asistente de fotografía

Miguel Sancho.

Modelos

Barbara Shilova
y Lola Ivanova
(Line Up Models).

Vestida al punto

Impecable a la luz del día, magnético al caer la noche. Si eliges vestido pensando en un armario polifacético y de juego infinito, este de lunares cumple con la temporada de eventos más exigente.

DÍA

Shrimps
Horquillas,
145 €;
(shrimps.com).



Agatha París
Criollas de
acetato y
metal, 60 €;
(agatha.es).

JUST
MARRIED

SIMORRA
Chaqueta
cruzada,
228 €;
(simorra.com).



Polaroid
Gafas de sol, 69 €;
(polaroid eyewear.com).



Mango
Sandalia de dedo
con tacón, 100 €;
(mango.com).



JW Anderson
Bolso Twister,
1.050 €;
(jwanderson.com).

MARINA RINALDI
Vestido camisero de
lunares, 1.349 €;
(marinarinaldi.com).



NOCHE

Nomination
Pulsera
personalizable, 203 €;
(nomination.com).



Selmark
Conjunto
interior, 89 €;
(selmarklingerie.com).



Aristocrazy
Anillo tubogay
de plata 925
bañado en oro
de 18k, 139 €;
(aristocrazy.com).



Alhaja
Anillo Onyx, 110 €;
(alhajastore.com).



Savette
Bolso rectangular
de mano, 1.485 €;
(savette.com).

Pitillos
Zapato con puntera
en contraste, 75 €;
(calzadospitillos.com).





Pulsera Mamá LP3949-2/1 y collar Mamá LP3949-1/1 de la colección Mother's Love, LOTUS SILVER

De plata, una pulsera y un collar románticos y con personalidad para llevar en un look de día y también de noche. 49,90 € y 59,90 €



Old Money 19046/1, LOTUS

Su caja ovalada y su correa de piel marrón imprimen sofisticación a un reloj clásico que luce actual. 99 €.



Swiss Made Diplomatic J1016/4, JAGUAR

Elegante y versátil, el acero y el cristal de zafiro aportan distinción. 490 €.



Ceramic F20751/2, FESTINA

Perfecto para todos los días, la cerámica y el color rosa chicle le dan un toque femenino, muy actual. 149 €



Regalos para mamá que dejan huella

Relojes y joyas de Festina Group para regalar el Día de la Madre que podrá usar el resto del año y pensar en ti cada vez que se lo ponga.

Si no sabes qué regalar el Día de la Madre, pero tienes claro que quieres que sea algo especial, los relojes y las joyas sencillas son una buena opción. Regalos que dejarán huella, no acabarán guardados en un cajón, y que, además, usará todo el año. Estas propuestas de Lotus, Festina y Jaguar cumplen todos los requisitos. Son modernas, porque tu madre lo es, tienen estilo, porque ella también lo tiene y valen para todos los días o para brillar en momentos especiales. Además, como le durarán mucho tiempo, pensará en ti cada vez que se los ponga.

MODA

ÍNTIMAMENTE



Ysabel Mora

Body lencero con aro y relleno, en tul y con detalles de encaje floral; (ysabelmora.com).

The Frankie Shop

Chaqueta en piel; (eu.thefrankieshop.com).

A sus (fabulosos) 48 años,
PAULA ECHEVARRÍA se
estrena como embajadora de la
firma de lencería Ysabel Mora y
aprovecha para dejar claro que
la edad le ha traído más
seguridad en ella misma y la
confianza propia de la madurez.

por
MÓNICA HERAS
fotografía
VALERO RIOJA
realización
PILUCA VALVERDE

Ysabel Mora

Sujetador con aro, relleno y
detalles de encaje; braga alta
con encaje floral y panty sin
costuras y con puntera invisible;
(ysabelmora.com).

Martinelli x Redondo Brand

Sandalias acharoladas;
(martinelli.es).



“

“Cuando llego muy cansada de trabajar, hago 30 o 45 minutos de ejercicio y, al terminar, tengo más energía que antes. Es como si se hubiera reseteado el cuerpo”.



Ysabel Mora

Sujetador *bandeau* sin aro, con relleno extraíble, tirantes removibles y acabados invisibles; (ysabelmora.com).

The Frankie Shop

Falda *midi* de piel; (eu.thefrankieshop.com).

Martinelli

Sandalias de ante; (martinelli.com).

Dinh Van

Pendientes de diamantes; (dinhvan.com).

A la izquierda:

Ysabel Mora

Sujetador sin aro, con relleno y detalles de encaje en los laterales; braga alta con encaje floral y panty sin costuras y con puntera invisible; (ysabelmora.com).

Persona**by Marina Rinaldi**

Blazer tipo esmoquin; (es.marinarinaldi.com).

Martinelli**x Redondo Brand**

Sandalias acharoladas; (martinelli.es).

Maquillaje y peluquería

Kley Kafe.

Asistente**de realización**

Geri Madrones.

Asistentes**de fotografía**

Pedro Melo

y Andrés Barbosa.



Si por algo se define a Paula Echevarría (Candás, Asturias, 48 años), es por su energía y su capacidad para adaptarse a las exigencias del guion, del mismo modo que lo ha hecho con los cambios que le ha traído la vida. Madre de dos hijos —el segundo llegó cuando tenía 43 años—, siempre ha tenido claro que la mejor inversión es en su salud, de ahí que para ella el deporte sea uno de sus innegociables, especialmente ahora que los síntomas de la perimenopausia llaman a la puerta. “Estoy entrando en esta etapa y no tengo ningún problema en reconocerlo”, dice mientras nos preparamos para la entrevista y se abanica intentando mitigar uno de esos sofocos que últimamente la sorprenden sin previo aviso. Y lo hace con la naturalidad de alguien tan segura de sí misma que habla de la madurez de la mujer mientras posa en ropa interior para la campaña de Ysabel Mora, la firma de lencería que acaba de ficharla como embajadora.

¿Cómo recibiste la noticia de que Ysabel Mora quería que fueras imagen de su nueva colección? Con ilusión. Es una marca que me encanta porque tiene en cuenta todos los cuerpos de la mujer. Hace modelos pensando en la comodidad, el bienestar y la feminidad. Te confieso que hubo un momento en el que pensé que era arriesgado exhibirme de esa manera, pero tengo más seguridad en mí misma de la que tenía con 30 años.

Hasta hace no tanto, era impensable que una firma de lencería eligiera a una mujer de 48 años. ¿Qué mensaje crees que se lanza? Apostar por alguien de mi edad, que ha pasado por dos embarazos, dos partos y tiene un bagaje detrás, me parece toda una declaración de intenciones. Ysabel Mora no busca la perfección, da un voto de confianza y es una manera de decir que cualquier mujer puede llegar a ser imagen de una firma de lencería sin importar su edad.

¿Con qué parte de la filosofía de la marca te identificas? Destacaría al equipo. Está compuesto por gente entusiasta y, pese a los años que llevan trabajando, dan lo mejor en todo momento. Acabamos de hacer la sesión de fotos de la campaña del año que viene y fue un gusto, porque ponen el alma en todo lo que hacen.

¿Qué te ha traído la madurez? Seguridad. Siempre fui muy segura, pero quizá antes tenía más en cuenta lo que pensaban los demás y eso me influía a la hora de tomar decisiones. Hoy pienso en qué necesito yo, en qué me apetece a mí, en qué me viene bien a mí.

¿Cómo ha evolucionado tu relación con tu cuerpo a lo largo de los años? Practico deporte desde los 14 y eso me ha hecho sentir muy en paz con mi cuerpo. Lo único que te diría es que antes comía peor y he aprendido a alimentarme mejor a raíz de un cólico biliar que tuve. Resulta que mi bilis no estaba filtrando la grasa que le daba. El médico me dijo claramente: “Que no te engorde no significa que sea sano” (risas). Fue entonces cuando empecé a valorar más las cosas que comía. También al conocer a Miguel (Torres), que cocina muy bien y se cuida mucho como deportista que es. ¡Ojo! eso no quiere decir que renuncie a mis festivales y mis caprichos cuando me apetezca. Pero tengo más conciencia.

¿Cuáles dirías que son los pilares de tu alimentación? No pienso en una dieta, sino en comer lo más sano posible. Si me paso en la comida, ceno más ligero, o si sé que voy a salir de cena, como menos. Procuero equilibrar. Lo que sí, y esto no es algo premeditado, es que antes no era muy carnívora y no me gustaba nada el pescado y, con los años, he cambiado. Como muy poca carne roja y muchísimo pescado y verdura. Creo que el cuerpo es sabio y te va pidiendo lo que necesita.

¿En qué momento sentiste que cuidarte dejaba de ser un esfuerzo para convertirse en una prioridad? Esta perspectiva es relativamente nueva. Antes hacía deporte para estar bien por fuera y hace unos años empecé a ser consciente de lo bien que me sienta a nivel mental. Cuando llego muy cansada de trabajar, hago 30 o 45 minutos de ejercicio y, al terminar, tengo más energía que antes. Es como si se hubiera reseteado el cuerpo. A mi hija Daniella le suelo decir: “No estudies y luego entrenes; entrena primero y después estudia, porque seguro que vas a retener mucho mejor”.

¿Cómo es tu rutina de ejercicio? Muy variada. Lunes y miércoles hago ballet *workout*. Los martes y los jueves entreno fuerza con mi entrenador, que es el mismo desde hace muchos años, y el resto de días hago caminata en cinta para hacer algo de cardio. Nunca me ha gustado correr y, a estas alturas de la vida, creo que nunca será parte de mi rutina.

Ahora está muy de moda el ballet, aunque tú llevas años practicándolo. ¿Qué te ha aportado? El ballet ha transformado mi cuerpo más que ninguna otra disciplina. Define, alarga y estira el músculo y eso se nota. Me encanta el resultado. Eso sí, lo apoyo con ejercicios de fuerza, porque a mi edad es fundamental para no perder músculo.

Háblanos de tu rutina de belleza. En mi día a día la base es la limpieza y la hidratación, tanto en el rostro como en el cuerpo y el cabello. No me complico. Luego sí, una vez por semana me hago algún tratamiento corporal drenante porque retengo mucho líquido. Bien sea algo específico o un masaje manual, que me encanta. Y una vez al mes, una sesión de ultrasonidos o un láser para trabajar en la firmeza y la creación de colágeno. No soy muy amiga del bótox ni de los rellenos. ■

21 THERMAL PROTECTOR

Nutrición y defensa térmica avanzada

21 BENEFICIOS. INFINITAS POSIBILIDADES



Vitamina E y B5 • Proteína de seda • Thermal Stability

* TEST INSTRUMENTAL SOBRE EL ACTIVO TERMOPROTECTOR

TU TESORO MEJOR GUARDADO

SaLerm
COSMETICS
www.salerm.com
Instagram Facebook YouTube Pinterest

belleza

TENDENCIAS, TRATAMIENTOS Y COLORES QUE ESTÁN IN

El **azul** que Chanel convierte en constelación, la peluquería que se reinventa desde dentro y el perfume que, antes de abrirse, ya es un **regalo**.

Este mes, la belleza traza una línea entre el **oficio y el deseo**, entre la tendencia y la emoción. Cada historia habla de mujeres que eligen con criterio y se adoran **SIN EXCUSAS**. Porque cuidarse también es una forma de mirar el mundo.



YANINA COUTURE



La maquilladora oficial de Chanel, Raquel Álvarez, reinterpreta la clásica sombra azul con los tonos de la paleta *Les 4 Ombres Denim Dream* y los polvos iluminadores *Coco Denim*.

Los accesorios de las imágenes pertenecen a la colección primavera-verano 2026 de Chanel; (chanel.com).

Universo DENIM

LOS TONOS AZULES, FRÍOS Y METÁLICOS DE LOS VAQUEROS SE TRADUCEN EN SOMBRAS SATINADAS, DELINEADOS VIBRANTES Y DESTELLOS DE LUZ EN LA COLECCIÓN DE **MAQUILLAJE DENIM DE CHANEL**. UNA CONEXIÓN EN EL TIEMPO Y EL ESPACIO QUE ENLAZA CON LA NUEVA ERA CÓSMICA DE MATTHIEU BLAZY EN LA MAISON.

por **RAQUEL PELÁEZ**
fotografía **ALFONSO ONHUR**
maquillaje **RAQUEL ÁLVAREZ**



La inspiración planetaria de la colección P/V de Matthieu Blazy se vuelca en este look a través del efecto del halo de luz de la sombra lila y del labio translúcido, que se consigue con la barra *Rouge Coco Flash Washed Beige*; (chanel.com).



En este look, la maquilladora ha creado un juego cromático (entre el eyeliner blanco y el labio emborronado en burdeos) con el labial Rouge Coco Flash Raw Brown; (chanel.com).



Para la mirada azul, Raquel Álvarez ha elegido la paleta de sombras *Les 4 Ombres Denim Dream* y la máscara de pestañas *Noir Allure Indigo*; (chanel.com).

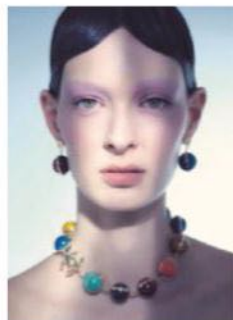


Para crear este dúo de color, la maquilladora ha mezclado los tonos de la paleta de sombras Les 4 Ombres Coco Jean. En los labios, Rouge Coco Flash en Faded Orange; (chanel.com).



AZUL HIELO

El punto de partida de este *look* es la reinención de la sombra azul, un clásico del maquillaje de los 2000 que vuelve a través de la colección *Denim* de Chanel. Para conseguirlo, la maquilladora oficial de la *maison*, Raquel Álvarez, ilumina la mirada con el tono más frío de la paleta, que extiende por todo el párpado, aplicando antes un poco de corrector a modo de prebase o *primer*.



UN VELO DE LUZ

“En este segundo maquillaje, el lila se convierte en el color predominante, empezando por el pómulo y ascendiendo para conectar párpado y ceja como si fuese un velo de seda que cubre toda la cara. Una conexión que encaja muy bien con la nueva era de Matthieu Blazy en Chanel y la inspiración cósmica detrás de su colección para esta primavera-verano 2026”, explica la maquilladora.



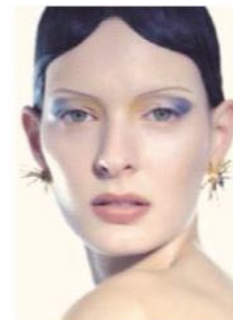
JUEGO DE CONTRASTES

“La idea es revertir el efecto clásico del *eyeliner* y conseguir un toque dramático, utilizando el blanco para el delineado a ras de pestañas y una sombra más oscura en el párpado. Además, he querido imprimir un plus de contraste con el tono borgoña del labio, totalmente desdibujado en los perfiles, para conseguir ese efecto emborronado como de labio mordido”.



TOTAL DENIM

“La fuerza de los tonos vaqueros cobra protagonismo en ojos y labios. En la cuenca del párpado he utilizado un lápiz en un azul oscuro, difuminado con la sombra del mismo color, y en el párpado móvil un tono más perlado. En cuanto al labial, el brillo azulado consigue un acabado que cambia según le dé la luz. La expresión de los ojos llega hasta las pestañas con la máscara *Noir Allure Indigo*”.



UNIVERSO A DÚO

“En esta ocasión, he mezclado varios tonos de las paletas de sombras de la colección (el melocotón de la parte interior del párpado y el azul intenso en el exterior), dibujando una forma geométrica que denota mucha fuerza. El acabado se completa con la ceja dibujada en forma picuda y alargada, una mezcla creativa entre el estilo de los años 20 y 50, y la barra de labios en azul transparente”.



Consigue el *look*

Inspirada en uno de los tejidos más icónicos de la historia, la nueva colección de maquillaje *Denim* de Chanel se viste de azul para lograr el efecto vibrante que recuerda ese lustre que adquieren nuestros vaqueros favoritos. Sombras, delineadores, polvo iluminador, máscaras de pestañas y labiales forman parte de esta propuesta concebida para reforzar el cruce entre moda y *makeup*. El resultado es un maquillaje sofisticado y de espíritu salvaje donde cada tono captura un tipo de luz, un estado de ánimo o una obsesión.

1. **Coco Denim** Polvos iluminadores que proporcionan un velo de luz nacarado con reflejos azules y rosas, 85 €.
2. **Les 4 Ombres Coco Jean** Paleta de sombras que incluye azul oscuro nacarado, antracita plateado nacarado, dorado beige y marrón topo nacarado, 85 €.
3. **Stylo Yeux Waterproof Bleu Twill** Lápiz de ojos, delineador y *khôl* de larga duración en azul antracita nacarado, 33 €.
4. **Noir Allure** Máscara de pestañas en tono *Indigo*, 48 €.
5. **Hydra Beauty Micro Crème** Crema hidratante con acción rellenadora intensa, 90 €.
6. **Rouge Coco Flash** Barra de labios en los tonos *Baby Blue*, un azul transparente perlado, y *Faded Orange*, un naranja rojizo, 51 €; (chanel.com).

LA EXPERTA

Natalia Jiménez

LA **DERMATÓLOGA** DE CABECERA DE NEUTROGENA LO SABE: EL MEJOR PROTECTOR SOLAR ES EL QUE USAS TODOS LOS DÍAS.

Reconocida por su especialización en dermatologías clínicas y estética, la doctora Jiménez compagina su actividad en el Hospital Universitario Ramón y Cajal con la consulta en el Grupo Pedro Jaén y además colabora con Neutrogena como experta del EMEASkin Health Lab. Con ella conversamos sobre la respuesta adecuada frente a los agresores ambientales con motivo del lanzamiento de la nueva gama *Ultra Sheer* de Neutrogena, una línea de productos que, según explica, “además de proteger del sol tiene beneficios adicionales, con antioxidantes y principios activos efectivos (como la niacinamida o las vitaminas E y C), a lo que hay que sumar una textura ultraligera y de rápida absorción, perfecta para llevar antes del maquillaje o hacer deporte”.
¿Cuántos problemas podrían haberse evitado con una protección solar correcta? En la actualidad, se considera que el 75% del envejecimiento de la piel es debido a factores externos que conocemos como ‘expo-

soma’ y, dentro de ese porcentaje, la mayor parte se debe a la exposición solar crónica. Es decir, que no solo importa el tiempo que pasamos bajo el sol en verano.
Hasta hace poco hablabamos solo de rayos UVA y UVB, pero ahora también de la luz visible.
 Es un tipo de luz que va a inducir un aumento en la pigmentación, sobre todo en las pieles más oscuras. Es especialmente relevante protegernos frente a ella en el caso de tener melasma o una pigmentación hormonal en situaciones como el embarazo o la toma de anticonceptivos orales.
¿Y qué aporta Ultra Sheer en este terreno?
 Esta gama de productos tiene una fórmula 3 en 1 y cuenta con tecnología Helioplex SL®, una combinación de filtros UV de última generación que protegen la piel de los rayos UVA/UVB y la luz visible, antioxidantes y activos hidratantes.
Hablemos de la vitamina D: hay quien renuncia al protector solar por miedo a quedarse sin ella. Es un mito muy habitual, pero es importante in-



La doctora Natalia Jiménez, autora del libro *Ponte en tu piel*.

sistir en que los riesgos del daño solar superan a los posibles beneficios de no usar fotoprotector. Para sintetizar vitamina D son suficientes exposiciones solares cortas, evitando la cara. Además, sabemos que el fotoprotector no bloquea del todo su síntesis.
¿Cómo convencería a alguien para empezar a utilizar protector solar?
 Le diría que el filtro solar no es solo para usar en ocasiones puntuales durante los meses de verano: gran parte de nuestro envejecimiento va a estar determinado por la exposición crónica y de baja intensidad a la radiación solar. ■

PROTECCIÓN ULTRA SHEER

1. Ultra Sheer Fluido Invisible Hidratante SPF50. Hidratación 24 horas con una textura ligera y cremosa. 24,90 €.

2. Ultra Sheer Fluido Anti-Edad SPF50. Con activos antienvjecimiento; 24,90 €. (neutrogena.es).



benefit

Dream Sheen Brow Glaze Lleva a tus cejas el efecto glossy



Consigue un look de cejas Glazed by Benefit

Para potenciar sus efectos,
combínalo con otros productos
icónicos de la marca.

Antes, define y rellena la ceja
con Precisely, My Brow Pencil,
que te permite cubrir
zonas sin pelo. Después, aplica
tu glow con movimientos
cortos ascendentes y deja
secar. Si quieres un resultado
aún más impecable,
pide cita en el Brow Bar de
Benefit para un servicio
de cejas profesional.



El acabado 'glazed' es una de las tendencias de maquillaje del momento, y Benefit, no podía ser de otra manera, lo lleva también a las cejas. Este efecto glossy, que ha conquistado el mundo de la belleza, traslada ese acabado luminoso a tu mirada con unas cejas pulidas, definidas y con brillo todo el día. Con Dream Sheen Brow Glaze conseguirás un look brillante y sofisticado, de manera fácil y cómoda, tanto que parecerá que no llevas nada.

Con péptidos de quinoa, que ayudan a que se vean más brillantes, y provitamina B5, para que se sientan hidratadas y suaves, ofrece un efecto glossy de hasta 12 horas. Además, es waterproof, resistente a la humedad, ligero y cómodo, para que se mantengan impecables sin que lo notes. Su aplicador dual, fácil de usar, es otro de sus puntos fuertes. Así, uno de sus lados cubre uniformemente el vello, mientras el otro aporta más intensidad y color.

Dream Sheen Brow Glaze no viene solo. Benefit, la marca número 1 de cejas a nivel mundial, cuenta con todo para convertirlas en el complemento perfecto de belleza. El lápiz Precisely, My Brow Pencil, te ayudará a definirla pelo a pelo, con un efecto natural. El gel invisible de fijación, 24-HR Brow Setter, da forma, estiliza y peina. Mientras que Gimme Brow+ aporta volumen, color y definición.

I

LA PROMESA

Sun Perfect Air SPF 50 Daily Invisible Fluid nace como una protección diaria de nueva generación que combina fotoprotección y reparación cutánea. Además, la gama incluye cuatro versiones para distintas necesidades, como luminosidad, hidratación, imperfecciones o sensibilidad, con activos como la vitamina C, el zinc PCA o el ácido hialurónico.

3

EL VEREDICTO

Su textura ultraligera, no grasa e imperceptible, facilita su uso diario, solo o como último paso antes del maquillaje. Sus cuatro versiones, además, permiten incorporarlo a la rutina como gesto versátil y personalizado.



2

LA OPINIÓN

“Nuestro enfoque va más allá de la protección contra los rayos UVB y UVA y abarca la luz visible (incluida la luz azul) y la radiación infrarroja, que también afectan a la piel. Se trata de una gama de productos híbridos que combinan las tecnologías *Full Light Technology* y *Air-O2*, que protegen y reparan en un solo gesto”, explica Marc Pissavini, doctor y director del Sun Research Lab, de Lancaster Mónaco.

Lancaster
Sun Perfect Air SPF 50 Daily Invisible Fluid Glow Booster, protección solar con tratamiento. 49 €; (lancaster-beauty.com).

LO HEMOS PROBADO

UN FOTOPROTECTOR QUE QUIERE CAMBIAR LA RUTINA DIARIA. **ULTRALIGERO Y CON UN ACABADO INVISIBLE**, *SUN PERFECT AIR SPF 50 DAILY INVISIBLE FLUID*, DE LANCASTER, COMBINA PROTECCIÓN SOLAR Y TRATAMIENTO PARA DISFRUTAR DEL SOL CON TOTAL LIBERTAD.

20 AÑOS CUIDANDO TU PIEL

CON 56 CLÍNICAS
Y UNA LARGA
EXPERIENCIA,
LA MARCA GRUPOSTOP
OFRECE TRATAMIENTOS
QUE MEJORAN
LA CALIDAD DE LA PIEL
CON RESULTADOS
NATURALES



Entre sus tratamientos
más demandados se encuentran
los de ácido hialurónico
o los peelings médicos.



La innovación
tecnológica y un equipo
especializado son garantía
de procedimientos
eficaces y seguros.

¡Cuídate!

Cuando se trata de cuidar tu piel, no puedes arriesgarte a tener desagradables sorpresas o resultados en los que no te reconozcas. Por eso, es importante recurrir a profesionales reconocidos, que te den confianza y ofrezcan seguridad. Como **Grupostop**, una marca que lleva 20 años acercando la tecnología estética a las personas, cuidándote como te mereces con tratamientos de última generación y un equipo médico cualificado. Detrás de Grupostop hay una historia que comenzó en 2005. Cuando la **firma española** decidió hacer accesible la depilación láser a todas las personas. Democratizando, de esta manera, un tratamiento hasta entonces exclusivo. Tras estos inicios ha seguido evolucionando y acompañándonos. La depilación láser sigue siendo uno de los pilares del grupo y su revolucionario sistema Duotechnology, que combina láser Alejandrita y láser Diodo, uno de los más eficaces y exitosos. Sin embargo, no es el único. La medicina estética es

también clave dentro de la firma. Entendida como una forma de mejorar la piel sin cambiar el rostro, entre los tratamientos más demandados se encuentran los de ácido hialurónico o los indicados para arrugas de expresión. A los que se suman procedimientos cada vez más populares, como los peelings médicos o los de vitaminas y mesoterapia facial. Además, conscientes de las nuevas necesidades han incorporado **tratamientos tecnológicos** de última generación, que trabajan la piel desde diferentes enfoques. El micro-needling o el PRÉIME DermaFacial son dos de ellos. Hoy, esta firma con **56 centros** en España y Andorra, es un grupo consolidado, especializado en depilación láser, medicina estética y estética avanzada, con tratamientos pensados para acompañar el paso del tiempo de forma natural. Una marca que ve en la estética la manera de cuidar y mejorar la piel con tecnología y criterio, haciendo que forme parte del cuidado personal cotidiano.

Salones de peluquería

Maestros del BIENESTAR

EL 80 POR CIENTO DE LAS MUJERES VINCULA EL ESTADO DE SU CABELLO CON SU AUTOESTIMA, UN DATO QUE SE REFLEJA EN UN TEJIDO EMPRESARIAL VIBRANTE EN PLENA TRANSFORMACIÓN. TRES EMPRESARIOS REFERENTES DEL SECTOR NOS CUENTAN, DE LA MANO DE LA DIVISIÓN L'ORÉAL PRODUCTOS PROFESIONALES, CÓMO SE ESTÁ REINVENTANDO LA PELUQUERÍA.

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

Pocas experiencias cotidianas transforman tanto el ánimo como pasar por el ritual de una buena peluquería. Porque ya no hablamos solo de belleza, sino de tratamiento y prescripción bajo el diagnóstico de un experto. Y eso se nota en el mercado. Según el estudio *Radiografía de la industria cosmética y del perfume en España 2024*, de Stanpa, el cuidado capilar es la segunda categoría que más bienestar genera en los ciudadanos, por encima incluso del maquillaje. Un dato que refleja un giro cultural profundo: el cabello ha dejado de ser un accesorio para convertirse en una extensión de la identidad y la salud de quien lo lleva. Detrás hay una industria que trabaja en silencio pero que tiene un peso económico considerable. España cuenta con 118.000 profesionales y una red de 52.000 salones, uno por cada 900 habitantes, con un crecimiento del 9%. El informe *Peluquería, una nueva etapa* (Stanpa, 2026) confirma que el consumidor ya no busca solo un servicio técnico. Quiere una experiencia premium basada en la profesionalidad percibida y el asesoramiento experto. Y está dispuesto a pagarla, con un *ticket* medio que ha aumentado un 34% según la consultora Kline. Álex Rodríguez Agramunt, Nadia Barrientos y Alessandra Chiarello encarnan ese cambio de modelo. Tres emprendedores que construyeron sus salones desde esta nueva perspectiva y que ya son referentes del presente y futuro del sector.

**ÁLEX RODRÍGUEZ
AGRAMUNT**

El fundador de ALMA HAIR SPA SALON, en Barcelona, se especializó en gestión y desarrollo de salones de peluquería durante diez años en el grupo L'Oréal.

**NADIA
BARRIENTOS**

Empresaria y estilista, la dueña de THE MADROOM lidera un equipo de más de cien personas y diez salones en activo en Madrid.

**ALESSANDRA
CHIARELLO**

Licenciada en Economía y apasionada del mundo de la belleza, la CEO de ORAMA! decidió unir sus dos pasiones al frente de su salón madrileño.



ÁLEX RODRÍGUEZ AGRAMUNT

Alma Hair Spa Salon

Cuidar del cabello, cuidar de las personas y cuidar del planeta. Así presenta el ADN de su salón este barcelonés, referente de la peluquería más sostenible.

EL ORIGEN

Álex Rodríguez Agramunt dice que es el bicho raro de su familia. Todos son peluqueros: su padre, su madre, su hermano, su cuñada. Pero él decidió estudiar Publicidad y Marketing y pasó diez años en L'Oréal, donde aprendió todo sobre la gestión de un sector del que acabó enamorándose. En 2020, durante la pandemia, abrió *Alma* en la zona alta de Barcelona. El nombre no es casual: "Todo está pensado para el cuidado y el bienestar. Cuidar el cabello, a las personas y al planeta". En seis años ha pasado de tres a dieciocho estilistas, ocho de ellos formadores a nivel nacional. Lo primero que diferencia a su negocio es algo que Álex aprendió en L'Oréal y que todavía le sorprende que no sea universal: la transparencia antes de empezar. "Hay una zona específica donde te sientas con la clienta y lo habláis todo. Qué se va a hacer, cuánto va a pagar, cuánto rato va a estar... Y una vez acordado, empieza la experiencia".

LA FILOSOFÍA

Lo que realmente distingue a *Alma* es su compromiso con la sostenibilidad, y no como eslogan, sino con datos. El salón forma parte del proyecto *Hairstylists For The Future* (Peluqueros para el futuro), un programa de L'Oréal que trabaja sobre tres ejes: agua, energía y reciclaje. En el último año, Alma ahorró 500.000 litros de agua, equivalentes a una quinta parte de una piscina olímpica, gracias a los cabezales Water Saver. "Sabía que estaba economizando, pero cuando analicé las facturas, me pareció una barbaridad: un 50% de ahorro real". También es sorprendente el reciclaje del cabello. Todo tiene una segunda vida: parte va a la ONG Mechones Solidarios, que fabrica pelucas para niñas con cáncer, y el resto, a un proyecto que transforma el cabello en mantillos para la agricultura ecológica o para absorber metales y aceite en los océanos. "Me encanta la cara que se le queda a nuestras clientas cuando le contamos que con su cabello estamos limpiando el puerto de Barcelona", presume.

EL FUTURO

En 2026, *Alma* da su mayor salto. El salón se ha quedado pequeño y Álex acaba de incorporar un espacio contiguo donde nacerá *Alma Academy*, un centro propio para formar al personal. "Al final vas a la peluquería para que te dejen bien. Y eso depende del equipo". La academia irá acompañada de una zona VIP ampliada, con lavacabezas de spa y aromaterapia.



"El ahorro en agua que tenemos con los cabezales Water Saver es del 50%".



Water Saver, de L'Oréal Professionnel

El primer cabezal de ducha que ahorra hasta un 69% con la tecnología patentada de fragmentación del agua.

laCabine[®]
EFFECTIVE CLINICAL BEAUTY

HYDRANAD⁺

120 HORAS
DE HIDRATACIÓN CONTINUA

EFICACIA PROBADA*

100%

Piel más hidratada

90%

Aspecto más saludable

90%

Piel revitalizada



La hidratación evoluciona.

La nueva era de la hidratación inteligente con **Ácido Hialurónico Azul** y **NAD+ Booster** que activa la energía de la piel.

Más hidratación. Más luminosidad. Piel más sana.

NADIA BARRIENTOS

The Madroom

Sin salud capilar no hay estilo que permanezca. Esa es la convicción que esta peluquera lleva defendiendo desde hace 25 años como CEO de sus diez salones en Madrid.

EL ORIGEN

Explica Nadia Barrientos (Vitigudino, Salamanca) que sus hermanas tenían el pelo perfecto, liso, fácil. Pero ella no. Así que se apuntó a una academia de peluquería: “Solo quería aprender a manejar mi pelo rizado, pero me encantó la felicidad que despertaba en los demás cuando los transformaba a través del cabello”. 25 años después, Nadia lidera un equipo de más de 130 personas y diez salones en Madrid, con *The Madroom* como buque insignia.

LA FILOSOFÍA

Cuando abrió su primer salón, Nadia tenía una certeza que entonces muy pocos compartían: la salud capilar. En un sector que por aquel entonces solo hablaba de tendencias y de colores, ella descubrió la importancia de cuidar el cuero cabelludo. “Antes del resultado final, antes de hacer los colores, necesitas un buen diagnóstico. Si por dentro no estás bien, ningún color, ningún corte va a funcionar al cien por cien”. Por eso, ahora la empresaria cuenta que trabaja como una nutricionista: “Hay que adaptarse al estilo de vida de cada cliente. Como en las dietas, no me propongas un corte que requiera unos cuidados que luego yo no sepa mantener en casa”. No se pueden pedir imposibles. Y, por supuesto, en su salón ya está superado aquello de concebir al peluquero como a un psicólogo. Zapatero a tus zapatos: “En lo que nosotros somos expertos es en la ‘escucha abierta’, es decir, en conocer las necesidades de cada persona para llegar al diagnóstico, ayudados también por tecnología específica como microcámaras. Aquí nada es intuitivo, todo tiene que tener una base real”.

EL FUTURO

El próximo proyecto de Nadia todavía no tiene nombre, pero la idea está clara: un local exclusivamente dedicado a tratamientos capilares. Sin corte. Sin color. Solo recuperación. “Queremos externalizar la salud capilar en un espacio donde no se haga nada más. Un lugar donde vayas a cuidar de tu pelo, no a arreglarte”. Es la consecuencia lógica de 25 años creyendo que lo más importante no se ve a simple vista. También está entre sus planes seguir apostando por la formación de su equipo: “Tengo 130 personas. Todas han de hablar el mismo idioma, transmitir el mismo mensaje con cada cliente cada día. Es como una obra de teatro: si la ves el lunes o el sábado, tiene que ser igual”. La comunicación, dice, debe ser tan clara que la entienda una niña de tres años. No es condescendencia. Es exigencia.



“Antes de hacer color o corte se necesita un buen diagnóstico. Es fundamental el cuidado del cuero cabelludo”.

**Kérastase Elixir
Ultime L'Huile Originale**
Aceite capilar de textura ligera que protege el cabello, 69,50 €;
(kerastase.es).



Broncea tu piel
de forma
saludable en
solo 3 días



Piel bronceada sin salir de casa

El buen tiempo ha llegado, la piel pide aire libre pero hay un problema: te ves demasiado blanca. ¿Te suena? El autobronceador Bronzing Self-Tanning Cream de Freshly para todo tipo de tonos te ayuda a conseguir el bronceado de las vacaciones en solo 3 días, de forma gradual y sin necesidad de exponerte al sol. Y no solo eso: te broncea cuidando tu piel, ya que sus activos naturales reducen el estrés oxidativo en un 44%, aumentan la firmeza y la hidratación, y mejoran el aspecto de arrugas y manchas.

Testado dermatológicamente, Bronzing Self-Tanning Cream es seguro para uso diario y apto para todo tipo de pieles, incluso las más sensibles y durante el embarazo. Su fórmula sin parafinas, ftalatos, parabenos y alcohol, contiene 8 bioactivos vegetales de origen 99,9% natural, como el DHA, el Erythrulose complex o el Inositol Vegetal, que regalan un bronceado uniforme, natural y hasta un 50% más duradero, con o sin sol, a la vez que deja un agradable perfume a bergamota, notas frutales de melón y melocotón, y florales de jazmín, violeta y rosa. Un autobronceador ideal para quienes no pueden (o no quieren) exponerse al sol y para quienes busquen potenciar su bronceado, puesto que, si tomas el sol –con fotoprotección 50–, lo intensificarás en un 28%. Tú controlas el resultado.

Uniforme y natural

Para un resultado perfecto, exfolia tu piel antes del primer uso. Agita el frasco de tu Bronzing Radiance Self-Tanning Cream (29,95 €) para mezclar bien todos sus ingredientes y aplícalo a diario por cuerpo y rostro con la piel limpia, seca e hidratada, sin dejarte ningún rincón. Cuando alcances el tono deseado, ponte el autobronceador cada dos días para seguir manteniéndolo. ¡Ah! Y lávate bien las manos con agua y jabón tras cada aplicación.

Freshly Cosmetics® | Dermocosmética natural

Encuétranos en farmacias, El Corte Inglés y [freshlycosmetics.com](https://www.freshlycosmetics.com) ¡Escanea el QR y descubre tu punto de venta más cercano!



ALESSANDRA CHIARELLO

Oramai

Japón, Francia, Estados Unidos, Italia. Alessandra no abrió una peluquería. Construyó un mapa de rituales de belleza en un salón en pleno barrio madrileño de Salamanca.

EL ORIGEN

Italiana, con estudios de publicidad y un máster en diseño de espacios, Alessandra aterrizó en Madrid por amor, sin la intención de abrir ningún negocio. Hasta que un día su peluquero le contó que cambiaba de local. “Fue una conversación de locura”, recuerda entre risas. Una locura que acabó convirtiéndose en *Oramai*, que en italiano significa ‘ahora o nunca’. El local que eligió era un garaje con arena en el suelo. Nadie lo quería. Pero ella lo vio de otra manera. “Me gustó la idea de lugar oculto, como una especie de *speakeasy* de la peluquería”.

LA FILOSOFÍA

Oramai abrió hace cinco años con una premisa clara: construir el salón desde la perspectiva de una clienta exigente, no de un profesional del sector. “Quería crear el salón de mis sueños dejándome guiar por mi experiencia vital, tomando lo mejor de cada cultura en la que he vivido”. Dicho y hecho. *Oramai* es un viaje, un recorrido por los rituales de belleza de los países en los que Alessandra ha vivido. De Japón trajo la ceremonia del lavado, con agua destilada mezclada con almidón de arroz y un masaje de doce minutos diseñado con una experta en estética. De Francia, el protocolo de atención al detalle: desde cómo se coge una chaqueta hasta cómo se sirve el desayuno. De Estados Unidos importó el modelo de peluqueros *freelance*, una sala exclusiva donde estilistas independientes atienden a sus clientas VIP. En España el concepto es todavía muy incipiente, pero ella lleva años practicando.

EL FUTURO

El próximo paso de *Oramai* es el spa capilar. Un lugar donde la clienta, tumbada, recibe chorros de agua a diferentes temperaturas a modo de hidromasaje craneal. “Allí podrá elegir la música que la relaja, la infusión que le apetece y recibir un tratamiento específico en función de su cuero cabelludo”. Alessandra también trabaja en una nueva línea de experiencias estacionales, tendencias que llegan de otros mercados y que el salón adapta y ofrece de forma temporal. “Somos carne de redes sociales. Cada día hay algo nuevo. Quiero que *Oramai* sea el lugar donde eso se prueba primero, pero con criterio, no con cualquier cosa”.



“Quería una peluquería a la medida de mis deseos como clienta, sumando lo mejor de cada cultura”.

Redken Acidic Bonding Concentrate.
Tratamiento sin aclarado (38€) y champú profesional (45€) para la reconstrucción de la fibra capilar; (redken.eu).

Tu rutina corporal preferida

VEGANA Y CON AGRADABLES AROMAS FRUTALES, LA NUEVA LÍNEA JUICY DE ZIAJA CUIDA LA PIEL Y LE PROPORCIONA BIENESTAR.

JUICY BÁLSAMO CORPORAL YELLOW PLUM

Este bálsamo, con un 90% de ingredientes de origen natural y un agradable aroma a ciruela amarilla dulce, contiene manteca de karité que nutre la piel, glicerina vegetal que hidrata y provitamina B5 que calma.

PVR: 4,99€ (160 ml)



JUICY BÁLSAMO CORPORAL WATERMELON

Con un 90% de ingredientes de origen natural, como la manteca de karité regeneradora y nutritiva, glicerina vegetal hidratante y extracto de pepino que suaviza.

Su aroma a sandía es una delicia.

PVR: 4,99€ (160 ml)

JUICY EXFOLIANTE CORPORAL DE GRANO FINO YELLOW PLUM

Este exfoliante, que se puede usar a diario, exfolia y limpia la piel suavemente. Con un 96% de ingredientes de origen natural, incluye, entre otros, sílice biodegradable y cáscara de nuez molida.

PVR: 5,49€ (160 ml)



JUICY EXFOLIANTE CORPORAL DE GRANO FINO WATERMELON

Con un agradable aroma a sandía y un 96% de ingredientes de origen natural, como el sílice biodegradable y la cáscara de nuez, limpia y exfolia suavemente la piel, por lo que puede usarse a diario.

PVR: 5,49€ (160 ml)

JUICY GEL DE DUCHA YELLOW PLUM

Con aroma de ciruela amarilla dulce, este gel de ducha vegano, con un 95% de ingredientes de origen natural, refresca y relaja durante el baño. Su fórmula ligera limpia suavemente, refresca y nutre la piel.

PVR: 3,99€ (160 ml)



GEL DE DUCHA WATERMELON

Este gel de ducha vegano, con un 95% de ingredientes de origen natural, refresca y relaja durante el baño. Limpia suavemente y nutre la piel, proporcionando un jugoso aroma a sandía.

PVR: 3,99€ (160 ml)

Los pequeños placeres son aquellos que convierten, por ejemplo, los cinco minutos de la ducha en tu momento de relajación. La línea de cuidado corporal Juicy de Ziaja lo hace posible. 6 cosméticos (geles, exfoliantes y bálsamos) veganos que cuidan tu piel y brindan una agradable sensación de bienestar, gracias a sus notas de ciruela amarilla dulce y sandía. Sus fórmulas, ligeras y suaves, cuentan con al menos un 90% de ingredientes de origen natural, entre los que se incluyen el extracto de pepino, que calma, hidrata y refresca; los glicéridos de coco, que suavizan y alisan; la manteca de karité, que nutre, regenera y protege; o la glicerina vegetal, que hidrata intensamente.

Gotas de oro

HAY REGALOS QUE BRILLAN ANTES INCLUSO DE ABRIRSE. DESCUBRE LAS FRAGANCIAS MÁS CÁLIDAS PARA CONVERTIR EL **DÍA DE LA MADRE** EN UNA CELEBRACIÓN DE LUJO.

Jardines andaluces

Creado bajo petición exclusiva de Isabelle d'Ornano para replicar el aroma de los jardines de su infancia en Granada y Sevilla, *Eau du Soir* hace suyo el aroma de la flor de la celinda.

Sisley.
Eau du Soir, 269,50 €, 100 ml;
(sisley-paris.com).

Alma única

Con la frescura realzada por la naranja y el corazón de jazmín y rosa, el perfume inspirado en Gabrielle Chanel rinde homenaje a la singularidad de quien lo lleva.

Chanel.
Coco Mademoiselle Eau de Parfum, 100 ml, 172 €;
(chanel.com).

Eterna silueta

Francis Kurkdjian se inspira en la personalidad voluptuosa de Rihanna para crear *J'adore Intense*, una nueva emoción envolvente de flores sensuales y carnales como el jazmín con facetas afrutadas.

Dior.
J'adore Intense, 173 €, 100 ml;
(dior.com).

Divina feminidad

El distintivo corset cónico trenzado en oro y llevado al exceso envuelve *Gaultier Divine Couture*, un perfume de alta costura que aúna la frescura de la frambuesa con el merengue ligero.

Jean Paul Gaultier.
Gaultier Divine Couture, 153 €, 100 ml;
(jeanpaulgaultier.com).

Dulce tentación

La fragancia *gourmand* y aromática de Burberry Goddess se basa en un exclusivo trío de vainilla equilibrada con lavanda de Provenza y notas de cacao y jengibre, creando una cálida composición.

Burberry.
Burberry Goddess Eau de Parfum, 183 €, 100 ml;
(es.burberry.com).

Fuerza floral

La icónica fragancia de la libertad de Yves Saint-Laurent mezcla la ardiente sensualidad del azahar de Marruecos y la audacia de la lavanda de Francia en un frasco con cadenas doradas que se presenta como accesorio de lujo.

YSL.
Libre Eau de Parfum, 165 €, 90 ml;
(yslbeauty.es).



EL PRÓXIMO MES CON **InStyle**

CREMA SOLAR FACIAL

NUXE 
PARIS



- PROTECCIÓN SPF50+
- ACCIÓN ANTIEDAD Y ANTIMANCHAS
- RÁPIDA ABSORCIÓN

21 DE MAYO EN TU QUIOSCO

instyle.es



InStyleSpain



InStyleSpain



RevistaInStyle



www.instyle.es

lifestyle

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

PASADO PRESENTE

El Museo del Romanticismo (San Mateo 13, Madrid) acoge hasta el 7 de junio la exposición *Ecos de la modaromántica*, en la que creaciones de diseñadores contemporáneos dialogan con objetos y obras de arte de otra época. En la foto, traje de novia de Pedro Rodríguez.





EXPOSICIONES

Visión original

Moda, fotografía social y un repaso a la Movida dejan este mes su impronta en nuestras retinas. A la vista está.



1. LOEWE 2026 CRAFT PRIZE

Del 13 de mayo al 14 de junio en la National Gallery Singapore (nationalgallery.sg).

La Fundación Loewe reúne a los finalistas de su certamen anual que busca la excelencia entre aquellos capaces de convertir la artesanía en arte. 30 virtuosos de 19 países, maestros en áreas tan diversas como la cerámica, el trabajo de la madera, los textiles, el mobiliario, el lacado o incluso la encuadernación, exhibirán su saber hacer y las obras –como esta de Nan Wei– que les han llevado a lo más alto.

2. LOS 80. FIGURACIÓN EN LOS AÑOS DE LA MOVIDA

Galería Guillermo de Osma (Claudio Coello 4, 1ª izda, Madrid). Hasta el 26 de junio.

Dividida en dos partes, la muestra, que recoge ejemplos de una de las épocas más vibrantes de la cultura española, se encuentra ya en el epicentro de la parte final de su andadura. En la selección figuran nombres como Costus, Ouka Leele, Alberto García Alix o Guillermo Pérez Villalta autor de *El estilista y el vaso de Pandora* (en la imagen).

3. CATWALK. THE ART OF THE FASHION SHOW

V&A Dundee (vam.ca.uk). Hasta enero del próximo año.

Aviso para viajeros: esta exposición de V&A Dundee y Vitra Design Museum concentra la historia de los desfiles, desde los salones privados hasta los grandes espectáculos actuales. Lo mejorcito tanto del *backstage* (en esta página, Alexander McQueen) como de las puestas en escena.

4. PÉREZ SIQUIER

Hasta el 24 de mayo en KBr Fundación Mapfre (Avda del Litoral 30, Barcelona).

Premio Nacional de Fotografía en 2003, el almeriense se hizo famoso por su pasión por retratar la realidad sociocultural del país. En esta retrospectiva se incluye la serie *Laplaya* (a la que pertenece la foto que aquí te traemos), que ‘habla’ del auge del turismo en España en la segunda mitad del siglo XX.

5. HELEN LEVITT

Fundación Mapfre (Paseo de Recoletos 23, Madrid). Clausura, 17 de mayo.

La vida de la ciudad y, más concretamente, de barrios como Brooklyn o Spanish Harlem, posa para la cámara de una de las fotografías más relevantes del siglo XX. El recopilatorio de su trabajo incluye cerca de 200 fotografías y hasta una película.

AGENDA DEL MES

MAYO

8/05

COUTURE (ALTA COSTURA)

Angelina Jolie capitanea esta película de la directora francesa Alice Winocour ambientada en la *Fashion Week* parisina. Las desdichas de tres mujeres convergen en una semana donde todo parece oropel y no lo es tanto.

9/05

BIENNALE ARTE 2026 Venecia saca sus mejores galas para inaugurar su gran fiesta del arte. Distribuida en diferentes localizaciones, con protagonismo especial de los Giardini y el Arsenale, se espera que el certamen sea un homenaje a Koyo Kuouh, artista que ejerció como comisaria de la Biennale y falleció hace un año (labiennale.org).



8/05

YO NO MORIRÉ DE AMOR

Tres Biznagas se llevó esta cinta en el pasado Festival de Málaga, incluidas la de mejor película y mejor actriz para Júlia Mascort. Versa sobre una familia en la que la enfermedad de la madre obliga a su hija adolescente a buscar el equilibrio entre ejercer de cuidadora y disfrutar de lo que la vida le ofrece.



09/04

EL BESO DE LA MUJER ARAÑA

La novela sobre dos presos obligados a convivir y donde uno 'envuelve' al otro contándose películas en las que las emociones son las grandes protagonistas ha tenido varias versiones cinematográficas. Lo peculiar de esta última es la aparición estelar de Jennifer López como Ingrid Luna, diva protagonista del musical que vive en el imaginario del preso Molina, encarnado por Tonatiuh Elizarraraz.



22/05

COWGIRL

La 'vaquera' del título se llama Empar (la interpreta Isabel Rocatti) y es una granjera que quiere que su vaca se quede preñada a toda costa. Spoiler: lo consigue, pero resulta que el embarazo es de riesgo. Los problemas crecen...



29/05

EL DRAMA Bienvenida a la boda del año. Zendaya y Robert Pattinson están deseando pasar por el altar. Se quieren, pero durante los días previos a la ceremonia y de manera casi fortuita, sale a la luz un secreto de ella que a él le deja ojiplático y muy preocupado. Es en ese momento cuando lo que se presumía como historia destinada a final feliz se vuelve un poquito negra.



29/05

CORREDORA

La actriz Alba Sáez protagoniza esta película en la que una corredora de élite sufre un brote psicótico que la obliga a alejarse de la alta competición. Completan el reparto Marina Salas y Àlex Brendemühl.



31/05

THE BOOK OF MORMON

Tras tres temporadas, uno de los musicales más divertidos, aclamados y premiados se despide de Madrid para emprender gira por España. En noviembre llegará a Valencia (info en thebookofmormonemusical.es).



PARA TODOS LOS PÚBLICOS

Biblioteca de primavera

El amor, el *thriller* y hasta la comedia llaman a tu puerta en un mes donde la añorada Audrey Hepburn recibe homenajes en arte y letra. No pases página... aún.

1. MALDECIR EL AMOR

Anne Prescott no cree en el amor. Hasta ahí bien. Pero un día se le aparece una tal Miss Fire que no es precisamente su hada madrina sino el mismísimo Cupido con vestido rojo y tacones de aguja. Entregada a su labor de juntar corazones, Miss Fire comienza a sacar pretendientes de la nada, todos con la aspiración de ser el hombre perfecto. Firma Paula Ramos y edita RBA libros (rbalibros.com).

2. SERÁ POR DINERO

Un libro que mezcla *thriller* con risas gracias, sobre todo, al reparto de personajes descacharrantes que pueblan sus páginas. El protagonista se llama Pascual Cordero y ejerce de detective privado con un nuevo caso en ciernes: ha fallecido un rico empresario y su amante sospecha que no ha sido por causas naturales sino debido a una sobredosis de viagra. Todos parecen culpables: la familia (mujer y tres hijos), su ex secretaria, su amante, un periodista mediático y hasta un ex comisario con el arma a punto. Aitor Marín escribe y Siruela (siruela.com) publica.

3. AUDREY HEPBURN. ELEGANCIA NATURAL

Megan Hess ilustra este libro que recrea el estilo inconfundible de una de las divas más admiradas e imitadas. En su día fue portada de revistas y musa de fotógrafos como Cecil Beaton o Richard Avedon. Hoy, Lunweg (planetadelibros.com) edita casi a la par la biografía coescrita por su hijo Sean –*Audrey íntima* se titula– y este otro volumen que es una obra de arte.

4. EL CLUB DEL OLVIDO

Con la adaptación audiovisual de dos de sus novelas a punto de caramelo (la primera, *Todo lo que nunca fuimos*, llega en junio a cines), Alice Kellen publica esta otra sobre cuatro amigos que montan un bar –El club del Olvido del título– y cuyas vidas se trastocan con la llegada de una mujer. Edita Planeta (planetadelibros.com).

5. LA NOCHE DEVASTADA

Las casas abandonadas y los adolescentes con la cabeza hecha un lío no maridan bien. En esta novela de Jean-Baptiste Del Amo (publica Seix Barral; @seix_barral), tampoco. Si disfrutas con lo truculento, prepárate para un festival de suspense, terror y sangre.

La revolución Yves Saint Laurent Laurent

La historia del icónico esmoquin hecha novela gráfica gracias a Loo Hui Phang y Benjamin Bachelier (Lunweg). Los autores además reinventan el New York más *fashion* y lo reimaginan con figuras como Coco Chanel, Christian Dior o Warhol.





1

COCHINAS

Nines (Malena Alaterio), un ama de casa muy conservadora, se ve obligada a hacerse cargo del videoclub de su marido donde ya nadie entra ni por casualidad. Y piensa que lo que puede revertir su suerte es transformarlo en videoclub porno. A partir del 24 de abril veremos si la idea funciona (Prime Video).

EN TU PANTALLA

Series con alma

Reirás con conflictos de pareja; empatizarás con una madre soltera; descubrirás secretos de familia; te convertirás en activista y averiguarás cómo sacar adelante un negocio ruinoso. Y todo sin moverte del sofá.

2. DOWTON ABBEY: EL GRAN FINAL

Aviso para rezagadas: la película que puso el colofón a la afamada serie británica (y que funcionó como una suerte de capítulo final para regocijo de fans) está en SkyShowtime desde el 21 de abril. Lady Mary (Michelle Dockery) o, para ser más exactos, un escándalo que la atañe directamente, será el epicentro de la trama.

3. YO SIEMPRE A VECES

Los Javis producen esta serie protagonizada por una madre soltera (la interpreta Ana Boga) que se quedó embarazada a la semana de conocer al padre de su hijo. Él salió por patas dejando a la mamá novata afrontando en solitario -pero con mucho amor- una maternidad para la que no tiene herramientas (desde el 23 de abril en Movistar Plus+).

4. LAS CUATRO ESTACIONES

Tres parejas comparten la sana costumbre de hacer una escapada de fin de semana cada tres meses. Cuando una de ellas se divorcia, la amistad del grupo se pone a prueba. Encabezan el reparto dos genios de la comedia como Tina Fey y Steve Carrell. El 28 de mayo en Netflix sabrás cómo se reparten los amigos.

5. RAVALEAR

El barrio barcelonés del Raval es el epicentro de esta serie que se estrena a finales de mayo en HBO Max protagonizada por Enriq Auquer y María Rodríguez. El argumento va sobre la lucha vecinal por salvar un restaurante emblemático de la codicia de un fondo de inversión que ambiciona el edificio que lo aloja. La tensión va in crescendo.

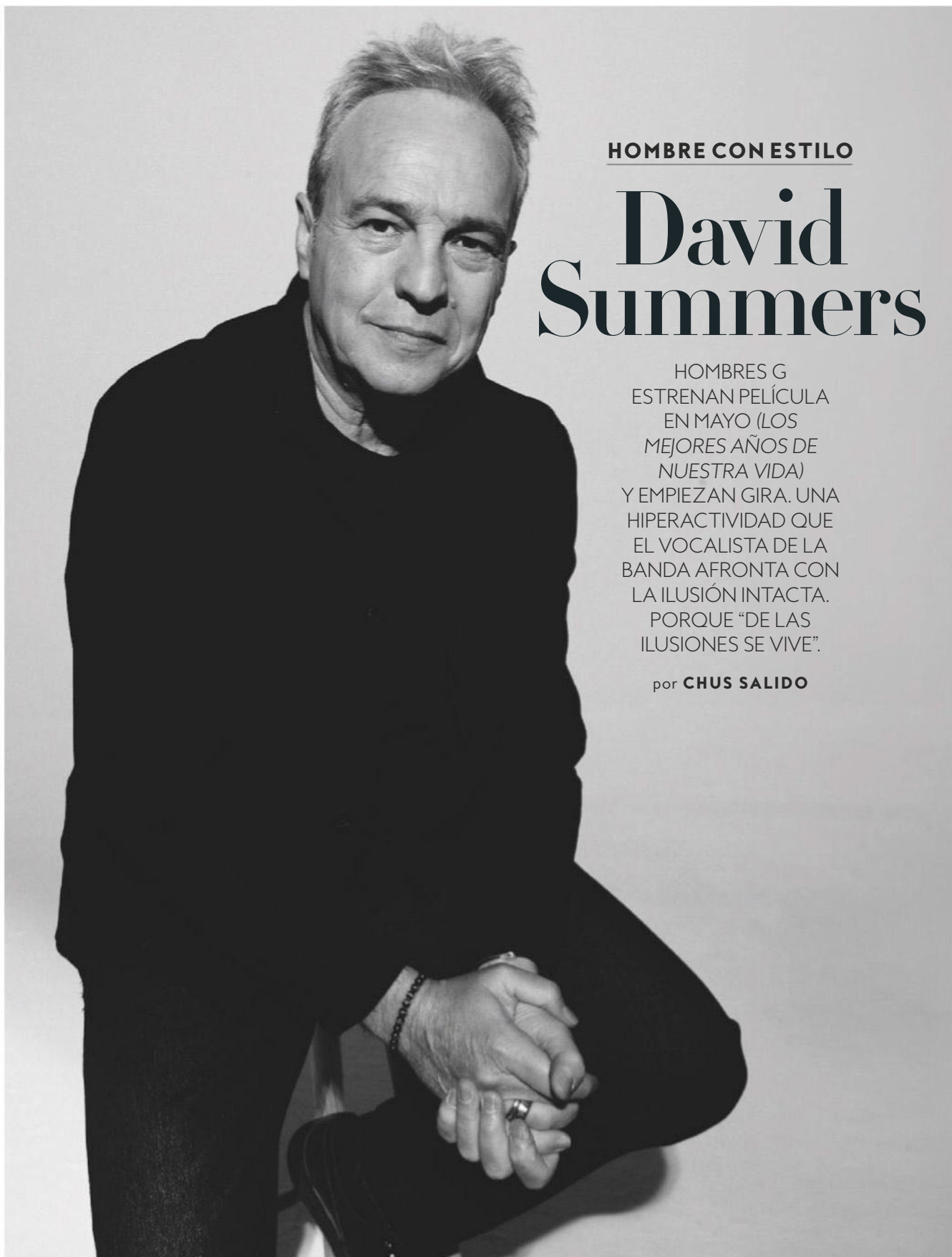


HOMBRE CON ESTILO

David Summers

HOMBRES G
ESTRENAN PELÍCULA
EN MAYO (LOS
MEJORES AÑOS DE
NUESTRA VIDA)
Y EMPIEZAN GIRA. UNA
HIPERACTIVIDAD QUE
EL VOCALISTA DE LA
BANDA AFRONTA CON
LA ILUSIÓN INTACTA.
PORQUE "DE LAS
ILUSIONES SE VIVE".

por **CHUS SALIDO**



Se titula *Los mejores años de nuestra vida*, pero la película de Hombres G que se estrena el 8 de mayo en cines (un mes después en Movistar+) recoge tanto la gloria como algún ingrato ‘detrás de la cámara’ de una banda que nació en los 80 y continúa aún hoy llenando estadios. David, Dani, Javi y Rafa fueron primero amigos y después compañeros de trabajo. En 2026 siguen compatibilizando ambas cosas con orgullo, tal y como cuenta David Summers.

¿Qué sentiste al ver la película y recordar aquellos primeros días de la banda?

Fue una experiencia increíble, como cuando estás en los estertores de la muerte y ves pasar toda tu vida (risas). La sensación es que habíamos hecho tantas cosas, tantos viajes, tantos conciertos, tantas giras que pensé: “cómo quiero yo a estos tíos, qué bien me lo he pasado, cómo hemos disfrutado de nuestra vida y qué privilegio haber podido formar parte, no ya de un grupo de rock de tanto éxito, sino de un grupo de amigos con los que he recorrido el mundo”. Tenemos una amistad de más de 50 años y eso es inédito; hemos estado juntos desde que éramos niños hasta ahora, que somos señores mayores.

En *Los mejores años de nuestra vida* se ve que el asedio de las fans nunca fue plato de buen gusto.

Hay que tener presente que la humildad es importante y debemos tratar siempre a la gente con la máxima amabilidad. Esto me lo decía mi padre y yo lo he llevado a rajatabla y lo he llevado muy bien. No me ha producido ningún tipo de problema de salud mental; siempre tuve la prudencia y la capacidad de gestionar bien mi vida, y aunque haya tenido problemas, como todo el mundo, he sido capaz de reunir la fuerza y la energía para poder canalizarlos bien.

Mencionas la salud mental y poco se habla del tema referido a los músicos. ¿Entiendes que otros compañeros como Morrissey o Santiago Auserón hayan sufrido crisis que les impidan subirse a un escenario? Claro que lo entiendo. Llevamos una vida muy diferente a la de una persona normal. Enfrentarte a un estadio con

80.000 personas y hacer un *show* no es el modus operandi habitual. Pero en mi caso, el amor por el trabajo y por la música es tan grande que lo supera todo.

En la película dices que guardas todas las letras que has escrito. ¿Para cuándo el libro?

Lo he pensado. En septiembre u octubre sale uno que ha escrito sobre mí Javier Menéndez Flores, pero el proyecto de publicar algo propio siempre está en mi cabeza. Quiero reunir mis letras manuscritas, porque me gustaría que la gente viera las originales, que son muy cachondas (tienen hasta dibujos). Yo guardé poesías, narraciones, apuntes... Lo guardé todo.

¿Qué es lo que te ‘aterriza’ cuando llegas a casa después de un concierto? Mi familia, mi gente, mis amigos... He de decir que nunca voy con mi personaje; se me olvida constantemente que soy David Summers de Hombres G, no le doy tanta importancia. Para mí, mi música y mi profesión son una parte de mi vida, un lugar que me hace feliz, pero no permito que el perso-



“Mi profesión es parte de mi vida, un lugar que me hace feliz, pero no permite que el personaje sea más importante que la persona”.

naje sea más importante que la persona. Llego a casa, meto la llave en la puerta y me convierto en David papá, me pongo a ver un partido y hago vida normal; voy donde quiero y cuando quiero.

¿Cómo definirías tu estado actual?

Feliz. Personalmente y en mi trabajo. Estoy muy ilusionado con la película,

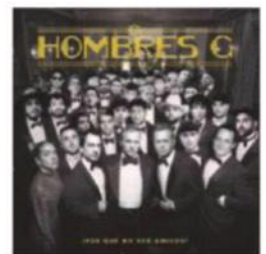
con el nuevo disco, con una gira maravillosa que estamos a punto de empezar y tengo la ilusión intacta, porque de las ilusiones se vive. Que tengas una ilusión y el entusiasmo para llevarla a cabo es lo que te da la vida.

Intuyo que Hombres G todavía tiene mucho que contar y cantar. Iniciamos la gira el 16 de mayo en Albacete y nos estamos preparando psicológicamente para lo que se nos viene encima. En mi caso hago ejercicio todos los días, entreno, boxeo... Me parece importantísimo para poder aguantar 50 conciertos. Quiero estar al cien por cien en el escenario y no decepcionar al público. Aunque el tiempo te vaya atrapando, no tienes que dejar que tire de ti. El rock and roll te mantiene joven, pero necesitas algo más. ■

DÉCADAS PRODIGIOSAS



Primer álbum
El disco homónimo de la banda se publicó en 1985. Incluía clásicos como *Devuélveme a mi chica* o *Venezia*.



¿Por qué no ser amigos?
Celebraron sus 40 años de carrera con este álbum en el que también participaron Álvaro de Luna, Carín León, Morat o Beret entre otros.



Los mejores años de nuestra vida
La película incluye material nunca visto del grupo y testimonios de quienes les acompañaron en el camino.

ÚLTIMA HORA



Señora embajadora

Sofisticación, inteligencia, seducción, elegancia... Todas esas virtudes (y algunas más) comparten la estrella de cine Natalie Portman y Tiffany & Co. Precisamente por eso, era cuestión de tiempo que la firma de alta joyería otorgara a la actriz el 'título' de embajadora mundial. Como carta de presentación, una muy artística campaña fotografiada por Gordon von Steiner y donde Natalie luce colecciones emblemáticas de Tiffany & Co. Dos iconos destinados a caminar juntos (tiffany.es).



Vamos a la playa

¿Ganas de verano? Longchamp las hace realidad con una preciosa colección combinada con pop-ups y eventos en diferentes destinos del mundo como Londres –hasta el 12 de mayo– o Taiwan –del 8 de mayo al 14 de junio–. Búscalos bajo el nombre La Plage Longchamp (longchamp.com).

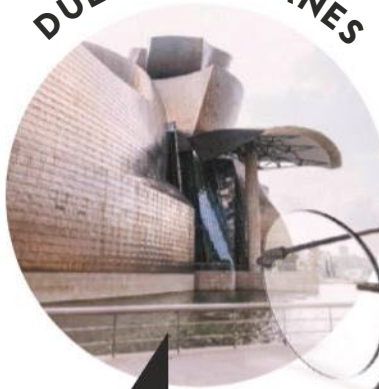


Combo perfecto
Pantalón Alhambra (80 €) y americana Cervantes (195 €; tintaybariloche.com).

BÁSICAMENTE

Regla número uno de toda experta en moda: el armario debe contar siempre con una impecable colección de básicos. Tinta y Bariloche lo sabe y esta primavera-verano te propone una selección de prendas que suman calidad y buen precio.

DUELO DE TITANES



Las últimas colecciones de gafas de **Silhouette** –The Refined, Titanium Reframed y Pure Visionary– y el museo Guggenheim de Bilbao tienen algo en común: el titanio que protagoniza las monturas de las primeras y reviste la fachada del segundo. Ambos, marca y museo, unieron diseños en una presentación celebrada el pasado marzo y que reunió a prensa e influencers de todo el mundo; (silhouette.com).



PROTEGE Y REPARA

El tratamiento sin aclarado *Rebalance Leave-in Protective Mist*, de I.CO.N., es una bruma que **restaura el brillo**, retiene la hidratación y sella la cutícula para lograr suavidad y luminosidad.

I.CO.N. *Rebalance Leave-in Protective*, 39 €; (icontiendaonline2.es).



Calvin Klein
Colección perfumes *Euphoria Elixirs*:
Magnetic, *Bold* y *Solar*, 149 €, 100 ml
(calvinklein.es).

SIN PERLA PERO CON ALEGRÍA

Hay perfumes que llegan para quedarse cuando algo se va. *Euphoria Elixirs* es la nueva colección de **Calvin Klein Fragrances**. Tres versiones de vainilla (*Magnetic*, *Bold* y *Solar*) para tres estados de ánimo, con Rosalía como embajadora y que prometen más intensidad que cualquier recuerdo.



7 FRENTE A LA OXIDACIÓN

La gama de productos *AOX Advanced Antioxidant*, de Toskani, ha sido formulada con el exclusivo BTE-Lipo Complex, **una solución** para evitar que los **antioxidantes** naturales de la piel pierdan su eficacia.

Toskani. *AOX Advanced Antioxidant Eyes and Lips* (49.90 €), *Cream* (80 €) y *Sérum* (80 €); (tienda.toskani.com).



8 Hora de la verdad

El diseño, la precisión y, por supuesto, la calidad, son el trío protagonista de estos relojes de **Festina** y **Lotus** pensados para perdurar en el tiempo. Un detalle infalible que encantará en el Día de la Madre.

1. Reloj Lotus 2gether 19018/1, con esfera blanca y caja de acero, 129 €.
2. Modelo Festina Boyfriend F20753/4, de diseño oversized, 139 €; (festina.com).



9 COLOR DE HOGAR

Siguiendo la estética de su espacio en París, **La Veste**, marca de Blanca Miró y María de la Orden (lavestelaveste), ha abierto tienda en la calle Orfila número 4 de Madrid. La superficie recupera elementos originales del edificio y los integra hasta el punto de hacerte sentir como en casa entre prendas, accesorios y delicadas propuestas para el hogar.

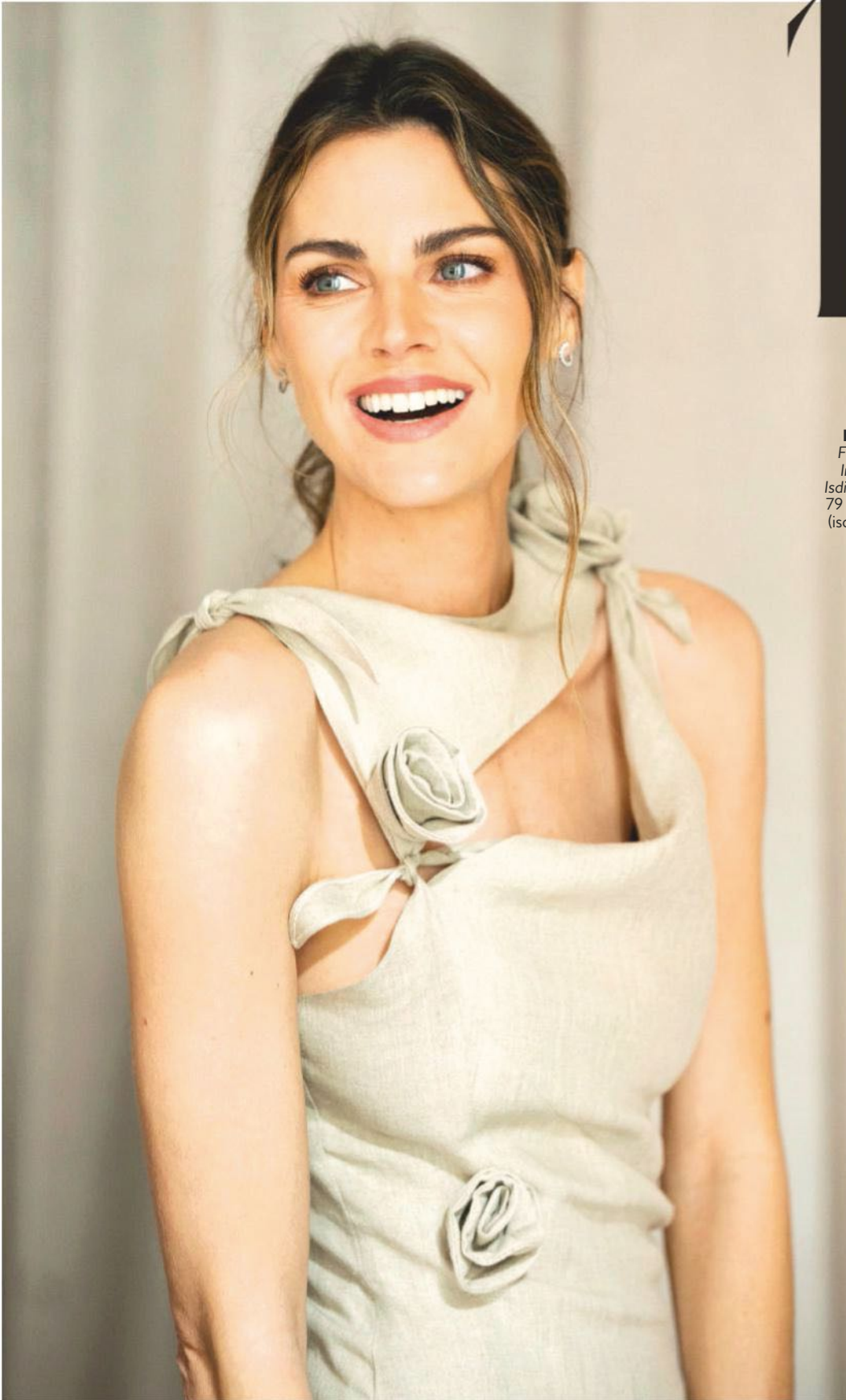
10

ISDIN
Flavo-C
Intense
Isdinceutics,
79 €, 50 ml;
(isdin.com).



Cambio de rutina

Amaia Salamanca se convierte en la imagen de *Flavo-C Intense*, el nuevo sérum antiedad y antioxidante de ISDIN. Su innovadora fórmula, diseñada para ser incorporada como el básico imprescindible de las rutinas de belleza, combina **tres tipos de vitamina C** y tres potenciadores, capaces de penetrar en las diferentes capas de la epidermis para ofrecer una eficacia superior.





La foto de familia de Paula Usero



Imagen del 'altar' de Paula, con el retrato familiar al fondo.

“Esta fotografía se sacó en el chalet de mis abuelos en Liria, a las afueras de Valencia, donde yo me críe. Un lugar que ha sido y es muy importante, porque aunque ya no nos pertenece, sigo con la ilusión de que los nuevos dueños lo vendan algún día y poder comprarlo. En la foto estamos mi abuela materna, mi prima segunda, mi hermano y yo (con 9 o 10 años) posando en el único día que nevó mientras la familia vivió allí. Recuerdo que nos recogieron del colegio y nos llevaron para que viéramos la nieve. Siempre la tengo en mi ‘altar’, que es como mi rincón místico. Creo mucho en las energías y para mí es importante rendir homenaje a las personas de mi vida y tenerlas presentes. Ahí pongo incienso, mi vela blanca, piedras, flores secas (a mi abuela le encantaban), bigotes que se le caen a mis gatos... Son como mis amuletos”.

EL SANTO



@elsantostore

elsantostore.com



Da el salto al eléctrico.

Hyundai INSTER. 100% eléctrico.



Hyundai INSTER 100% eléctrico combina la esencia coreana con la flexibilidad que necesitas en tu día a día. Experimenta la versatilidad de su tamaño ajustando los asientos traseros y aumenta todo el espacio extra que necesites. Con una autonomía líder en su segmento de 518 km en ciudad, también podrás alargar tu viaje, sea cual sea tu próximo destino gracias a su carga rápida de 100 kilómetros en 12 minutos. Empieza ya a vivir increíbles experiencias y descubre más en [Hyundai.es](https://www.hyundai.es)

Power your world.



Gama INSTER: Emisiones CO₂ combinadas (gr/km): 0 durante el uso. Consumo eléctrico (Wh/km): 143 (batería 42 kWh) – 151 (batería 49 kWh). Autonomía en uso combinado (km): 327 (batería 42 kWh) – 370 (batería 49kWh 15"). Autonomía en ciudad (km): 473 (batería 42 kWh) – 518 (batería 49kWh 15"). Valores de consumos y emisiones obtenidos según el nuevo ciclo de homologación WLTP.

Autonomía oficial conforme al Nuevo Ciclo de Conducción WLTP. La autonomía real estará condicionada por el estilo de conducción, las condiciones climáticas, el estado de la carretera y la utilización del aire acondicionado o calefacción. Modelo visualizado: Nuevo Hyundai INSTER. Más información en la red de concesionarios Hyundai o en www.hyundai.es.