

KioskoMas

woman
 madame
 KioskoMas
 Nº 384 septiembre 2024
 5,50€ Canarias 5,65€
 woman.es
 En portada -
 NORA
 VARA
 LO MEJOR
 DE LA
 PASARELA
 BARCELONA
 brilla
 MODA, BELLEZA, GASTRO, DIRECCIONES
 y el GRAN EVENTO de la COPA AMÉRICA de VELA
 ENLACE AL CANAL
 x.com/bynoontlagram
 @pasarela1945

The cover features a full-page photograph of model Nora Vará standing on the deck of a sailboat. She has long, wavy brown hair and is wearing a textured, double-breasted blazer and matching skirt in shades of brown and orange. Her left hand rests on the white railing of the boat. In the background, another large yacht is visible on the water under a clear sky.

KoskoMas

Nº 384 septiembre 2024
5,50€ Canarias 5,65€
woman.es

En portada -
**NORA
VARÁ**

LO MEJOR
DE LA
PASARELA

BARCELONA
brilla

MODA, BELLEZA, GASTRO, DIRECCIONES
y el GRAN EVENTO de la COPA AMÉRICA de VELA

EMACE AL CANAL
x.com/bynoantlagram
@pasarelaoficial

ISSN 1137-696X

PRIME 1,55 € UK 2,30 € EUROPEAN 2,30 € USA & CANADA 3,00 € RUSSIA 3,00 € SWITZERLAND 3,00 € BELGIUM 2,40 €

The cover features a full-page photograph of model Nora Vará standing on the deck of a sailboat. She is wearing a brown tweed suit and has long, wavy hair. The background shows other boats in a harbor under a clear sky.

woman
madame

KoskoMas

Nº 384 septiembre 2024
5,50€ Canarias 5,65€
woman.es

- En portada -
NORA VARÁ

LO MEJOR
DE LA
PASARELA

BARCELONA
brilla

MODA, BELLEZA, GASTRO, DIRECCIONES
y el GRAN EVENTO de la COPA AMÉRICA de VELA

EMACE AL CANAL
x.com/bynoontlagram
@pasarelaonline

ISSN 1137-696X

PRIME 1,55 € UK 2,30 € EUROPEAN 2,30 € USA & CANADA 3,00 € RUSSIA 3,00 € SWITZERLAND 3,00 € BELGIUM 2,40 €

The cover features a full-page photograph of model Nora Vará standing on the deck of a sailboat. She has long, wavy brown hair and is wearing a textured, double-breasted blazer and matching skirt set in shades of brown and orange. Her left hand rests on the white railing of the boat. In the background, another large yacht is visible on the water under a clear sky.

woman

KoskoMas

madame
RO

Nº 384 septiembre 2024
5,50€ Canarias 5,65€
woman.es

- En portada -
**NORA
VARA**

LO MEJOR
DE LA
PASARELA

BARCELONA
brilla

MODA, BELLEZA, GASTRO, DIRECCIONES
y el GRAN EVENTO de la COPA AMÉRICA de VELA

EMACE AL CANAL
x.com/bynoantlagram
@pasarelaoficial

ISSN 1137-696X

PRIME 1,55 € UK 2,10 € USA 3,20 € CANADA 3,50 € EUROPA 3,80 € SWITZERLAND 3,95 € BELGIUM 4,00 €

The cover features a full-page photograph of model Nora Vará standing on the deck of a sailboat. She is wearing a brown tweed suit and has long, wavy hair. The background shows other boats in a harbor under a clear sky.

woman

KoskoMas

madame
RO

Nº 384 septiembre 2024
5,50€ Canarias 5,65€
woman.es

- En portada -
**NORA
VARA**

LO MEJOR
DE LA
PASARELA

BARCELONA
brilla

MODA, BELLEZA, GASTRO, DIRECCIONES
y el GRAN EVENTO de la COPA AMÉRICA de VELA

EMACE AL CANAL
x.com/bynionstagram
@pasarelaonline

ISSN 1137-693X

PRIME 1,55 € UK 2,10 € USA 3,20 € CANADA 3,50 € EUROPA 3,80 € SWITZERLAND 3,95 € BELGIUM 4,00 €







CHANEL





MILEY CYRUS
PHOTOGRAPHED BY STEVEN MEISEL

DOLCE & GABBANA





FENDI

ROMA

Lock by Tiffany



Lock by Tiffany

Un icono atemporal inspirado
por un broche creado en 1883.

Una expresión de la eterna
protección del amor.

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





253

253

GUESS

GUESS.EU



Carta de la editora

Arantza Sarasola

A las puertas de este verano, el 23 de mayo, el Parque Güell se vistió de gala para acoger un hito de la moda. Allí se celebró el desfile de crucero de mujer de la firma Louis Vuitton, en el que el diseñador Nicolas Ghesquière mostró la maestría con la que se ha desenvuelto en sus diez años en la firma, arropado por actrices como Ana de Armas y Jennifer Connelly, por la presidenta de Inditex, Marta Ortega y, por supuesto, por el director creativo de las colecciones de hombre de la *maison*, el también músico Pharrell Williams, y el cofundador, presidente y director ejecutivo de LVMH, el conglomerado al que pertenece la enseña, Bernard Arnault. Además, desde agosto la ciudad condal es la sede de uno de los principales acontecimientos deportivos globales, la gran regata internacional Louis Vuitton America's Cup (Copa América).

Estos son dos de los motivos por los que este número de *Woman Madame Figaro* está dedicado a Barcelona, pero no los únicos. Para empezar, la publicación nació en esta ciudad en uno de sus momentos históricos más brillantes, 1992, año en que albergó los Juegos Olímpicos. Barcelona ya fue protagonista en nuestra revista hace siete años cuando, con motivo de su 25 aniversario, tres grandes *tops* catalanas, Judit Mascó, Ve-

rónica Blume y Vanesa Lorenzo, coparon la portada.

Barcelona es, desde hace décadas, un lugar escogido por las firmas internacionales de lujo para asentar sus templos: desde la *boutique* de referencia multimarca Santa Eulalia, Jofré, Tot-Hom, a joyerías como Messika, Tiffany & Co, Bvlgari, Cartier o marcas de moda como la citada Louis Vuitton, Chanel, Dolce & Gabbana y Gucci.

Barcelona cuenta además con un gran patrimonio de enseñas autóctonas que han traspasado nuestras fronteras, en todos los ámbitos. Es el caso de Custo Barcelona, Teresa Helbig, Juan Avellaneda, Simorra, Lola Casademunt, la experta nupcial Rosa Clará o la excelente joyería de Rabat. Un gigante del diseño democrático como Mango tiene su sede en Barcelona, al igual que Puig, gran referente mundial de perfumes de lujo. Y tampoco faltan en la ciudad grandes desfiles como los que albergan la 080 Fashion y la Bridal Fashion Week.

En belleza existen firmas punteras como Montibello, Natura Bissé o Miriam Quevedo, con expansión más allá de nuestras fronteras. Otro lujo en Barcelona es la gastronomía, puesto que es la ciudad española con más restaurantes con las codiciadas estrellas Michelin.

Y a todos estos atractivos, se suma el atractivo artístico y cultural. A tesoros arquitectónicos como la Casa Milà, conocida popularmente como La Pedrera, la Casa Batlló, la Sagrada Familia, todas con la firma genuina de Antoni Gaudí, se unen monumentos como la Catedral Gótica y el Gran Teatro del Liceo o museos como el museu Nacional d'Art de Catalunya, el museu d'Art Contemporani (MACBA), el museu Maritim, la Fundació Joan Miró y la Fundació Tàpies, entre otros.

Le Corbusier, que amaba Barcelona, decía de ella que es "una ciudad admirable y llena de vida, intensa, un puerto abierto al pasado y al futuro".

Barcelona cuenta con
un gran patrimonio
de enseñas autóctonas
que han traspasado
nuestras fronteras.



loropiana.com



Loro Piana

FOTO ALEX RIVERA.



BARCELONA y el talento



Fuera y dentro de nuestras fronteras Barcelona se asocia con la vanguardia. Los Juegos Olímpicos de 1992 multiplicaron la visibilidad de este lujo, presente, pasado y futuro. Y a buen seguro brillará como sede de la 37 edición de la Louis Vuitton Copa América de Vela. En este número celebramos a la ciudad que vio nacer esta revista (precisamente en el 92) con un recorrido por sus calles, su moda, su belleza, su gastronomía. También por algunos de sus talentos con nombres propios, personajes de distintas disciplinas que desbordan creatividad y nos acompañan en estas páginas. En este punto, a modo de humildísimo homenaje, quiero detenerme en una pionera responsable de que, muy de niña, me apasionara la moda, y que nos dejó hace justo cinco años. Me refiero a Purita Campos, ilustradora de tebeos que enganchó a más de una generación de niñas y adolescentes a las historias de *Esther y su mundo*. Allá por la década de los 70 del pasado siglo, la barcelonesa empezó a trabajar en comics ingleses, dando vida a las aventuras de *Patty's World* (aquí traducida como la mencionada *Esther y su mundo*), y de otras muchas viñetas, convirtiéndose en un auténtico referente en este campo, en esencia más masculino. Las tramas teen se sazonaban con unos estilismos setenteros tan fabulosos, que creo que a día de hoy me pondría cualquier look de la protagonista y, sobre todo, de su amiga del alma, Rita. Como llevaría cualquiera de las apuestas de la presente pasarela que recogemos en WOMAN MADAME FIGARO, empezando por la que luce la top barcelonesa Nora Vara en portada. ¡Leven anclas, empieza la temporada!

MAYKA SÁNCHEZ PASTOR
DIRECTORA @MAYKAWOMAN

EDITOR'S CHOICE

Cataluña siempre ha sido cuna de vanguardia y saber hacer en diversos ámbitos relativos a estilo de vida. Aquí, varios ejemplos.

Sana, bella

Tratamiento lifting y calmante para pieles sensibles, Peptide [AR] es el ejemplo de la excelencia de la firma barcelonesa Sensilis.



Durabilidad

Deseando estrenar nuevo armario, siempre opto por invertir en una pieza atemporal y con un plus de diseño, como esta de Simorra.



Plan completo en Barcelona

Perderse en La Roca Village, con grandes marcas a precios estupendos y restaurantes top, como Atmósferas Mordisco, del grupo Tragaluz, emblema gastro catalán.



"Bitelchús Bitelchús"

Fundado en Barcelona en 1993, el sello Editorial Alba tiene joyas como este libro del realizador Tim Burton, muy de actualidad por la famosa secuela.



Vanguardia y tradición

Emblema mundial joyero, Tous nació en Manresa en 1920 y se ha reinventado con piezas como esta, la pulsera Line con baño de oro de 18 quilates sobre plata de primera ley y esmalte verde Line.



Magic Moments at rabat.net

RABAT

Three Wishes Collection

Recardo

Collezione **ANNIVERSARY LOVE**





Portada

Foto **RICHARD RAMOS**. Estilismo **MARTA LASIERRA**. Maquillaje y peluquería **EVA PIQUÉ**. La modelo **NORA VARA** (Sight Management) lleva traje pantalón de tweed con top de seda **CHANEL**. Pendientes y pulsera **MESSIKA**.

Inspírate

22 Dar en el BLANCO.

34 La colección de JOYAS Quatre, de Boucheron, cumple 20 años.

36 El TALENTO de Lebor Gabala.

arte&cultura

54 El MITO Gala Dalí.

56 Los LIBROS de Miqui Otero.

60 A TODA VELA con la Louis Vuitton 37ª America's Cup.

Moda

74 AIRES DE CAMBIO.

82 TODO EN UNO.

90 VALOR SEGURO.

belleza

128 ROONEY MARA brilla por mérito propio.

132 Qué hay de NUEVO.

146 ADOLESCENTES y cosmética. ¡Alerta!

Living

164 ESTILO DE VIDA mediterráneo con Belén Hostalet.

170 Mi BARCELONA favorita.

182 DESTINOS que inspiran.

PRENSA
IBÉRICA

woman
madame
FIGARO

Edita Ediciones Reunidas S.A.U.

Directora: **Mayka Sánchez Pastor**

Subdirectora: **Andrea Arabia**

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

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

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

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

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

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

MODA Ester Aguado (jefa de sección) eaguado@woman.es

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

PRODUCCIÓN Elena Gil elena.gil@woman.es

DISEÑO GRÁFICO Ana Martínez Gil (jefa de sección) anamartinez@woman.es y Óscar Álvarez oalvarez@woman.es **EDICIÓN GRÁFICA** Virginia Lázaro vlazaro@edicionesreunidas.es

Colaborador@s Redacción Carme Barceló, Raquel Benito, Anna Colomer y Carmen Lanchares (reportajes). Pablo Ruiz (maquetación). África Collado y José Carlos de la Osa (estilismo). Óscar Calleja, Ángel Jiménez, Juanjo Molina, Pau Palacios, Richard Ramos, Alex Rivera, Mirta Rojo, Uge Rubio y Rubén Vega (fotografía).

REVISTAS

Ediciones Reunidas S.A.U.

Director General: **Óscar Voltas Ramos**

Director de Operaciones: **Pedro Suárez García**

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

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

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

MARKETING

María García Díez

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

PUBLICIDAD

Prensa Ibérica 360 S.L.U.

Directora Comercial Revistas: **Ana Belén Cruz**

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

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

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

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

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

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

PRODUCCIÓN

Directora de Producción: **Victoria Ibáñez**



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

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

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

WOMAN MADAME FIGARO

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

Esta publicación es miembro de la Asociación de Revistas de la Información , asociada a la Federación Internacional de Prensa Periódica (FIPP). Difusión controlada por . Depósito Legal: B-10223-2012 Precio para Canarias, Ceuta y Melilla: 5,65 € incluida sobretasa aérea.

madame
FIGARO
INTERNATIONAL EDITIONS

Woman Madame Figaro (Granvia de L'Hospitalet, 163-167. 08908 L'Hospitalet de Llobregat. Barcelona. España) es una revista publicada por acuerdo con **Société du Figaro** 14 bd Haussmann 75009 Paris, France.

Chairman: **Charles Edelstenne**. CEO: **Marc Feuillée**. Deputy CEO: **Jean Luc Breysse**. In cooperation with: **Madame Figaro**. Editor: **Anne-Florence Schmitt**. Creation Director: **Gwenola Couedel**. Deputy Editor: **Joseph Ghosn**. Editorial Coordination: **Anne Anthonioz**. **Madame Figaro International**. Publisher: **Eileen Le Muet**. Syndication Director and reproduction rights: **Valérie Théveniaud-Violette** (madamefigaro-international@lefigaro.fr). Tel. 00 33 1 57 08 56 09. Fax: 00 33 1 56 52 27 43. Advertising Department: **MEDIA.figaro**. Tel. 00 33 1 56 52 27 40. Fax: 00 33 1 56 52 27 43. 9, rue Pillet-Will 75009 Paris, France. Madame Figaro tiene ediciones internacionales en China, Chipre, España, Francia, Grecia, Hong Kong, Japón y Líbano.



GUESS ICONIC



THE NEW FRAGRANCE FOR HER



TORNEOS 2024

25 abril
Sant Cugat
Barcelona



17 mayo
Real Sevilla
Sevilla



14 junio
Laukariz
Bilbao



28 junio
La Peñaza
Zaragoza



07 julio
El Saler
Valencia



26 julio
Costa Brava
Girona



01 octubre
La Herrería
Madrid



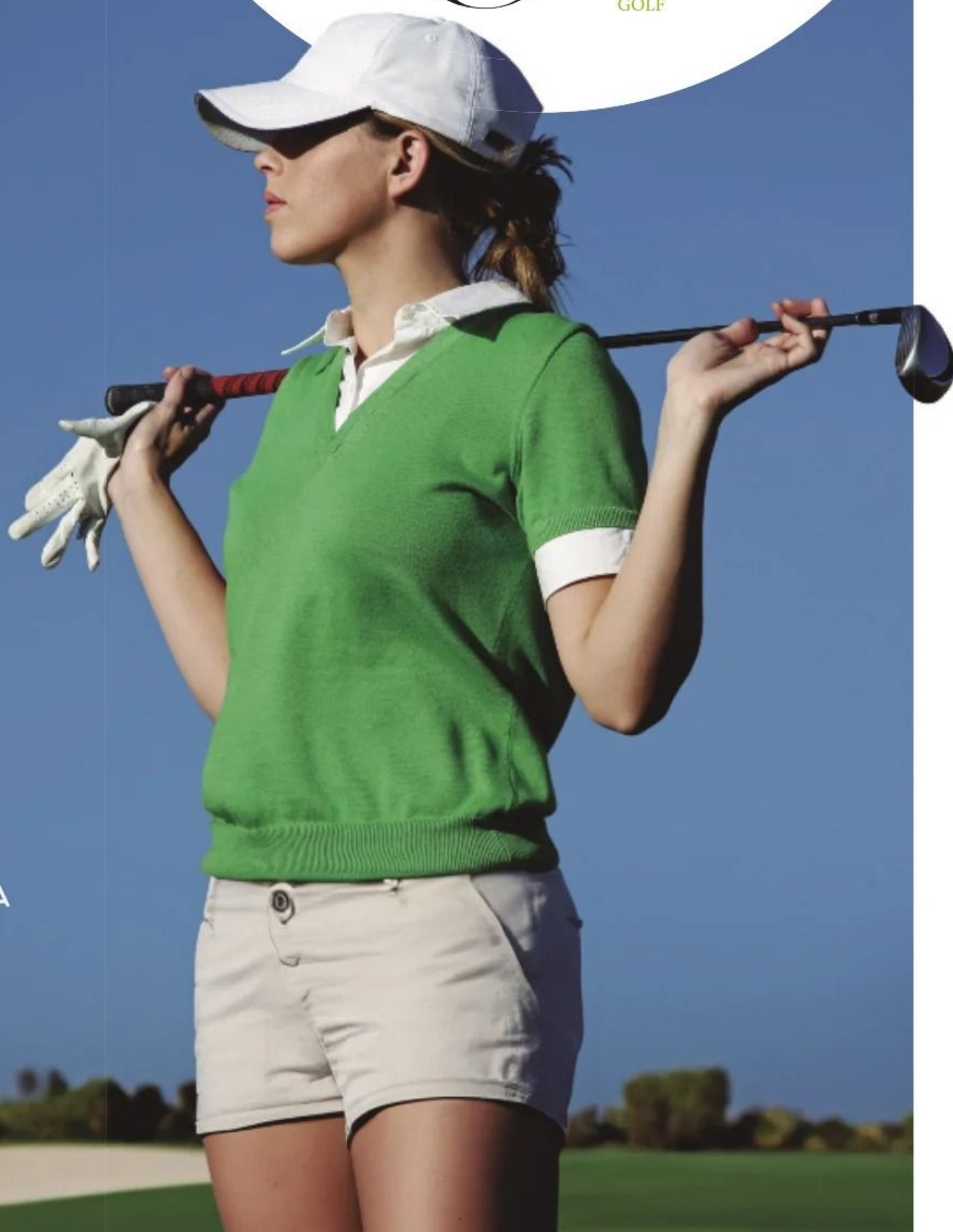
22 al 24 de noviembre
FINAL NACIONAL

La Finca Golf
Alicante



LA
FINCA
GOLF

CIRCUITO
woman
golfe
madame
TIGARD
SG
SUMMUM
GOLF



inspire

A SUS PIES

El de SPORTMAX es el ejemplo perfecto de que el blanco ha conquistado también siluetas que serán tendencia este otoño-invierno: nos encanta el dúo medias tupidas + tacones kitten. Estos, destalonados y con puntera metalizada (615 €) y el bolso Caju con purpurina (549 €) son de SPORTMAX.



POR RAQUEL BENITO

Medias tintas... El otoño nos trae combinaciones inesperadas, sobre todo en lo que a medias se refiere: nos ha conquistado el color block blanco tupido o en encaje. Ideal para combinarlo con los total looks de Schiaparelli y Courrèges y con las clásicas mary janes de Chanel. Pero también nos apuntamos a las medias rojas. A tope.

Dar en el BLANCO

POR **ESTER AGUADO** FOTO **MIRTA ROJO**
REALIZACIÓN **MARTA LASIERRA**

El eterno comodín

seguirá presente en nuestros armarios, después de que el invierno pasado conquistara pasarelas y calles. Y es que es tan versátil y aporta esa luminosidad tan adictiva, que también los diseñadores se resisten a dejarlo para el verano. Chanel, Victoria Beckham, Courrèges, Prada, hasta Ulla Johnson y Stella McCartney visten sus abrigos de pelo del tono inmaculado. Y eso que el amarillo pollito viene fuerte como competencia. Si quieres darle un twist, apúntate a las medias blancas –cual enfermera– y lúcelas con faldas midi, minifaldas y shorts.

NEW LADYLIKE

Una estética que planta cara al auge del estilo casual e invita a explorar el arte de vestir bien, con clase. Pero ahora también con un punto más sexy.



Abrigo SALSA
JEANS (199 €).



Bailarinas con
pulsera PRETTY
BALLERINAS (249 €).



Gafas Spicy
POMANDÈRE (176 €).



Bolso pequeño
Galleria PRADA
(3.500 €).





Blazer blanco CALVIN
KLEIN (379,90 €),
gafas ISABEL MARANT
(240 €) y en bolsillo,
gafas MAX&Co (120 €),
bailarinas con perlas
JIMMY CHOO.

Maxi jersey de cachemir MICHAEL KORS COLLECTION (1.290 €), poncho con flecos ELENA MIRÒ (140 €), bolso con ribete JIMMY CHOO, minibolso CALVIN KLEIN (89,90 €), calcetines FALKE y auriculares WH-1000 XM5 SONY (349 €).



Zapatillas Strojjet
SUAJI (375 €).



Jersey SANDRO
PARIS (345 €).



Bolso ELISABETTA
FRANCHI.



Auriculares
inalámbricos
WH-1000 XM5
SONY (349 €).



UNA CAPA DE ESTILO

Es el año de las bufandas, de los ponchos, de las capas y de los cuellos altos y rotundos. Si quieres llevar joyas, será por encima.

Desigual



The Glow Up Show

STARRING
AMELIA GRAY

Camisa cropped
ELISABETTA FRANCHI
(256 €), chaqueta de
pelo y bolsillos
RELISH (252, 42 €),
culotte de punto
PINKO (195 €), bolsos
FURLA (395 €, 425 €
y 495 €) y botas IT
SHOES (249,95 €).



TAN 70'S
Este otoño, o subes
o bajas: o botas
hasta la rodilla y
más allá o tacones
bajos. Combina tus
botas con shorts o
culottes y triunfa.

MODELO **MARINA KASIANOVA** (TREND MODELS). MAQUILLAJE Y PELLUQUERÍA **MIGUEL ÁLVAREZ** (TEN AGENCY) PARA YSL BEAUTÉ. ASISTENTE ESTILISMO Y BOOKER **BEGOÑA GARCÍA**. ASISTENTE FOTO **MAITANE HUIDOBRO**. PRODUCCIÓN **ELENA GIL**. AGRADECIMIENTOS: BABERRIH HOTEL ESSAOUIRA.



Chaqueta
TOMMY HILFIGER
(279,90 €).



Culotte MANGO
(25,99 €).



Bota alta Cone
PROENZA
SCHOUER (600 €).



Bolso con cadenas
Manifesto TOUS
(269 €).



TODOS ESTAMOS CONECTADOS

Conectamos más países que ninguna otra aerolínea.



TURKISH AIRLINES

JAPAN



Cofre de Vivienne Fashionista LOUIS VUITTON (6.600 € y 1.050 €/u).

PARA COLGARSE

Nos hemos enamorado de los nuevos looks de Vivienne, la mascota de la casa **Louis Vuitton**: el icono en forma de charm de la maison fue introducida en 2017 y simboliza la parte más mágica y divertida de la casa de moda francesa. La cápsula Fashionista reimagina a Vivienne como una prescriptora de moda con su propio bolso, joyería o ropa inspirada en los diseños, motivos y patrones más icónicos de la firma. ¡Cuélgatela!

TODO *lo que* VIENE

Vuelve Sonia Rykiel

La firma parisina, cuya diseñadora encarnó en los 70 la libertad de movimiento femenino –pues comenzó creando un mítico vestido de punto a rayas embarazada de su hija Nathalie–, vuelve a España. En mayo de 1968 abrió su primera boutique en Saint Germain de Pré, referencia para las francesas más chic y que dio pie al inicio del prêt-à-porter. Solo dos años duró su único punto de venta en España y en 2019 cerraba su tienda de Claudio Coello. Ahora retoma su aventura aquí de la mano de El Corte Inglés. Lo celebramos.





Nuevo bolso
Tie Me Bag
MOSCHINO
(1.495 €).



MOSCHINO ESTRENA

La firma italiana inicia un nuevo capítulo de la mano de Adrian Appiolaza, a las riendas de la dirección creativa desde principios de año. El diseñador argentino lanza su primera campaña para la casa, dedicada al otoño-invierno 2024/25 y denominada Collection 0: lejos del logotipo, cada pieza parece contar su propia historia a base de trampantojos, perlas, lunares, denim e incluso nubes y detalles extravagantes, tan propios del espíritu del fundador, Franco Moschino. Humor con estilo.



PALOMO SPAIN, DE PREMIO

El modisto cordobés Alejandro Gómez Palomo acaba de ser reconocido con el Premio Nacional de Moda 2024, gracias a su mirada propia, que siempre ha dado voz a la inclusión y a la diversidad, con una propuesta muy disruptiva. Era 2016 cuando la pasarela madrileña acogía a un diseñador desconocido que empoderaba a los hombres con volantes y atrevidas aberturas, con un descaro sin provocación, pero también sin miedo. La misma audacia que le ha encumbrado en Fashion Weeks como la de Nueva York y París. Todo un Made in Spain..

Regresan las piezas *XXL*. Esta preciosa pulsera elástica tan setentera, en oro blanco de 18k con piedra color coral, ónice negro y diamantes talla brillante (0,33 quilates), es la última propuesta de la joyería Rabat (4.350 €).



FICHAJES

Tres firmas (brillantes) en nuestro radar



La casa Suárez nos sorprende con la colección Suave, que abre un capítulo inédito en su historia ampliando por primera vez su paleta de colores con la calidez del rubí, la elegancia del zafiro y la intensidad de la esmeralda engarzados en sus icónicas piezas bombé de fulgurante oro amarillo de 18K (1.450 €/u). ¡Apúntate a la tendencia y apílalos!

Uniqshoes

María Fernández es la CEO de esta exitosa firma de zapatos made in Spain especializada en la personalización y que ahora cumple 10 años. Con ella, crear el calzado de tus sueños es posible. uniqshoes.es



GrandTour Collection

Basada en Roma, esta firma de bisutería ha hecho de las monedas mitológicas en resina su ADN. Anillos, pulseras, collares personalizados con el personaje, color y diseño que elijas. grandtourcollection.com



Birinit

Sara y Anita: diseñadoras, madres y amigas. Crean estampados únicos, produciendo localmente y huyendo de la temporalidad de la moda. Niños, Woman, Man y Home muy especiales. birinit.com



ALTA MODA, PEQUEÑA PANTALLA

Tras las series dedicadas a Balenciaga (*Balenciaga*), Karl Lagerfeld (*Becoming Karl*), Coco Chanel y Christian Dior (*The New Look*) y Halston (*Halston*), ahora llega **La Maison** (Apple TV, 20 septiembre). Protagonizada por Carole Bouquet, la serie de 10 episodios sigue a dos familias rivales ilustres, disfuncionales y poderosas, que compiten por dominar el despiadado mundo de la **Alta Costura** en París. Y está dirigida por Daniel Grou, que ya nos asombró con las dos temporadas del vertiginoso *Lupin*.



VER CAMPAÑA

A LA CARRETERA
NO LE IMPORTA
CUÁNTO HAS BEBIDO



SOLLO O TIENES
CONSECUENCIAS



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DEL INTERIOR



Sus diseños marcaron un cambio en la relación de las mujeres con las joyas: ya no había que esperar a que te las regalaran; las comprabas tú misma... y por metros (literal, como su collar Diamonds by the Yard). Ahora se cumplen 50 años de la revolución en la joyería que supuso la alianza de la italiana Elsa Peretti con Tiffany & Co., que dio lugar a algunas de las joyas y objetos para el hogar más venerados, coleccionados y copiados en la historia de la casa neoyorquina. Sí, décadas después, sus diseños siguen siendo lo más vendido en el seno de Tiffany & Co. y ella, su principal diseñadora. Y es que todo lo que rodea a esta generosa, filantrópica, fuerte y libre mujer de fama mundial es magnético: nacida en una familia aristocrática y después de estudiar en prestigiosos colegios en Roma y Suiza, cursó diseño de interiores en Milán, se convirtió en modelo, llegó a Barcelona –donde intimó con Salvador Dalí, el arquitecto Ricardo Bofill y el escultor Xavier Corberó–, pero no fue hasta el año 1968, con su traslado a Nueva York, cuando despegó profesionalmente. Alta, esbelta, elegante y con una personalidad arrolladora; mítica es la foto de Helmut Newton, su pareja durante un tiempo, vestida de conejita Playboy en una azotea neoyorquina.

ETAPA EN NUEVA YORK

Fue justo allí donde, en sus ratos libres y gracias al orfebre español Vincent Abad, comenzó a experimentar con el diseño. Su primera pieza: un pequeño jarrón de flores en plata que las mujeres campesinas llevaban colgado al cuello con una pequeña flor... causó furor. También una hebilla de cinturón inspirada en los estribos de las sillas de montar a caballo, que se trajo de México. Su camino en la moda ayudó: pronto empezó a diseñar joyas para su gran amigo, el modisto Halston –incluso un osado frasco de perfume en forma de lágrima–, hasta que en 1974, la llamada de Tiffany & Co. hizo que centrara toda su creatividad en este sector.

Hacia dos años ya que Elsa había comprado una modesta casa rural en Girona, en Sant Martí Vell, un abandonado pueblo medieval. Y lo convirtió en su refugio: allí le llegaba la inspiración para sus orgánicas, osadas, femeninas y sencillas piezas –el esqueleto de una serpiente que convirtió en collar, escorpiones, huesos, habas, corazones abiertos... su creatividad era infinita– y el dinero que ganaba con Tiffany & Co. lo invertía en ir comprando casas y masías de allí y restaurarlas... incluso una bodega y la iglesia donde ahora descansan sus restos –falleció en 2021–. Y allí invitaba a sus amigos a pasar

largas temporadas. Aunque durante un tiempo se codeó con la excesiva troupe del Studio 64 y Andy Warhol, en los 80, su vida giró hacia la austeridad. Tenía casas en Manhattan, Porto Ercole, Roma... pero Sant Martí Vell permaneció siendo su refugio más querido. «Para mí, ser buena como diseñadora es lo más fácil del mundo. Ser buena como ser humano, eso es lo difícil», apuntó haciendo alusión a la fundación benéfica a la que donó la mayor parte de su dinero, la Fundación Nando y Elsa Peretti, que ahora se encarga de sus 18 casas y tres masías, una bodega, una granja... llenas de esculturas, pinturas, diseños y recuerdos de esta mujer incomparable que supo crear un mundo a su medida. Y recordarnos al resto lo enriquecedor que es vivir con poco.

Tiffany & Co. CELEBRA a ELSA (Peretti)

Para descubrir la colaboración de la prestigiosa joyería neoyorquina con la icónica diseñadora, que ya dura 50 años, viajamos al refugio gerundense donde vivió la mitad de su vida.

POR ESTER AGUADO

SU LEGADO

El impacto de sus joyas y su actitud en la moda fue más que notable: décadas después, diseñadores como Tom Ford admitirían su influencia. A lo largo de su carrera, Elsa Peretti creó más de 30 colecciones para Tiffany & Co., entre las que destacan Bottle, Open Heart y sus famosos brazaletes Bone. La plata fue una de las constantes de su obra, que inyectó un aire más novedoso y revolucionario al mundo de la joyería de la época y que conectó a Tiffany & Co. con un público más joven. El día del estreno de su primera colección se agotaron todos sus diseños, lo que elevó la plata de ley al estatus de metal de lujo de la noche a la mañana.

Collar Mesh de cota de malla de oro ELSA PERETTI PARA TIFFANY & CO. (47.900 €). Abajo, museo con objetos personales de Peretti en Sant Martí Vell.



UNA VIDA EN SANT MARTÍ VELL

Arriba, la creadora luciendo collar Diamonds by the Yard diseñado para TIFFANY & CO. Al lado, hebilla cinturón Ecuestre (690 €) para TIFFANY & CO. Abajo, salón de la Casa Grande, en el pueblo gerundense donde Peretti recibía a sus amigos.



Collar Scorpion en oro ELSA PERETTI PARA TIFFANY & CO. (32.700 €).



Entrada de Eccocivi, la bodega de Elsa Peretti en Sant Martí Vell, un pueblo medieval en medio de las Gavarres, que la filántropa ayudó a restaurar y a dar vida.

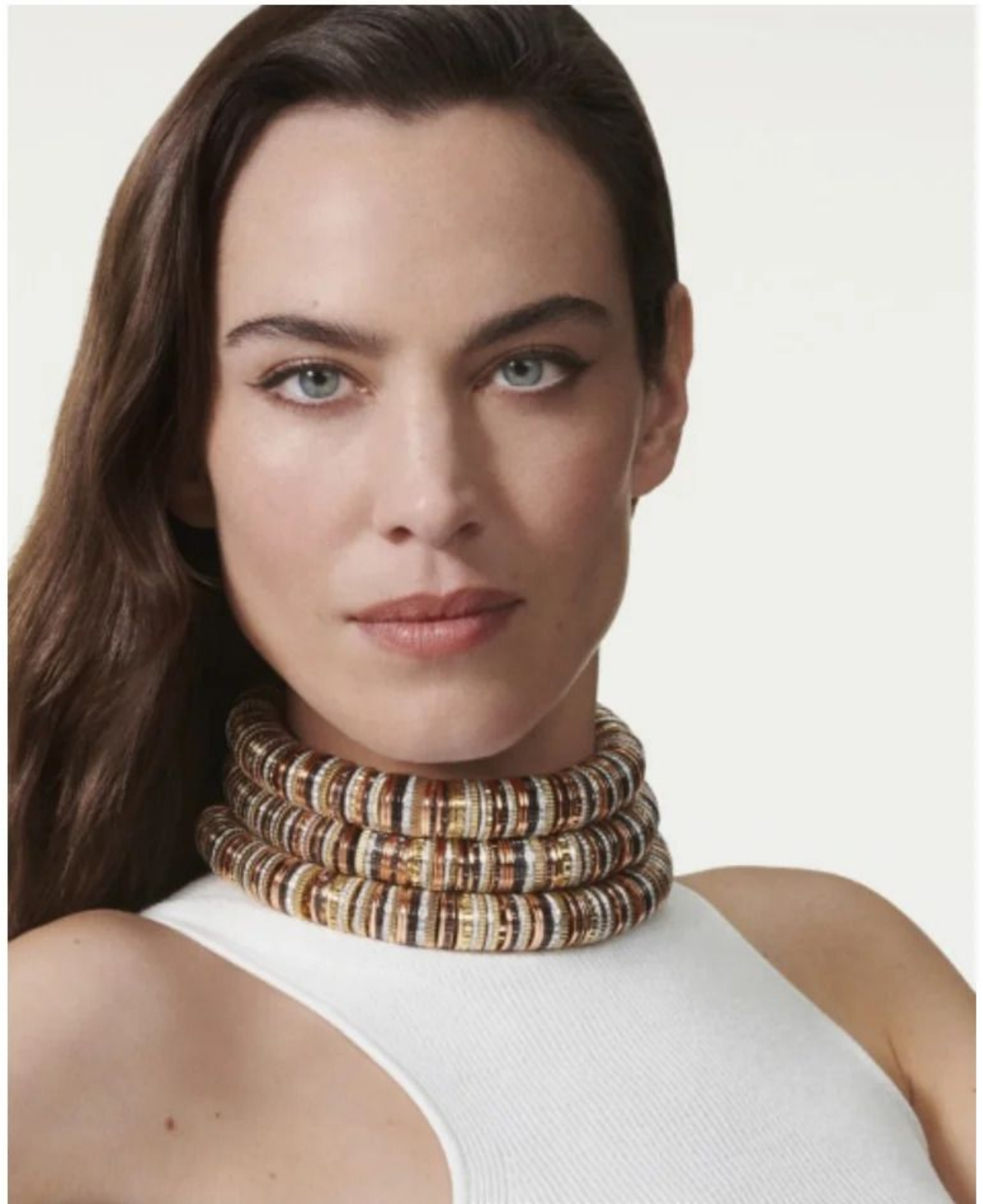
Dos nuevos rediseños para el 50 aniversario: broche Amapola de platino con diamantes y flor en seda negra y diamante sobre cordón de seda, ed. limitada ELSA PERETTI PARA TIFFANY & CO.



Brazalete Split de oro ELSA PERETTI PARA TIFFANY & CO. (24.000 €).

MÁS ES MÁS

La influencer, diseñadora y modelo Alexa Chung luce tres collares Quatre Classique, en oro amarillo y blanco con diamantes, de BOUCHERON, realizados a partir de 50 de sus icónicos anillos. A la venta en RABAT.



- JOYAS -

QUATRE CUMPLE VEINTE



Pulsera Quatre Classique Pavé con diamantes, zafiros amarillos, granates espesartitas y revestimiento PVD marrón, BOUCHERON.

Boucheron presenta sorprendentes creaciones para el aniversario de su icónica colección Quatre.

Se ha convertido en un icono. Y todo comenzó con un anillo. Muy original, sí, como todo lo que hace la maison francesa —si no has visto aún su línea de Alta Joyería, Carte Blanche, Or Bleu, diseñada por Claire Choisne después de visitar Islandia, no te la puedes perder—. Veinte años después, la colección Quatre, que reúne en cada pieza cuatro motivos de los archivos de Boucheron y tres colores de oro (blanco, amarillo y rosa), se ha elevado a estatus de símbolo en el mundo de la joyería. Con motivo de su 20 aniversario, el estudio creativo de Boucheron ha diseñado una colección de anillos, pulseras y collares llamada Classique, que multiplica los códigos de Quatre hasta el infinito, como sugiere el lema de su campaña:

"Nunca es suficiente", que protagonizan embajadoras como las actrices Zhou Dongyu y Han So-Hee o la influencer Alexa Chung. Y ahora se viste de cumpleaños incorporando cuatro códigos expresados en un corte de piedra específico: el primero, el Clou de Paris, que rinde homenaje a la Place Vendôme, la ubicación histórica de la casa, está representado por el diamante de corte princesa; el Gros-Grain, una referencia a los orígenes de la Alta Costura y al padre de Frédéric

Boucheron, que era sastre, se reinterpreta con el diamante baguette; el Double G-dron, un diseño arquitectónico que simboliza el amor entre dos personas, combina ahora diamantes redondos y el cuarto, presente en la hilera de diamantes, simboliza la eternidad. Conceptual y preciosa, Quatre cumple veinte.

6 CONCENTRADOS BEAUTY *que transforman tu piel*

Dos nuevas fórmulas se suman a la familia de los Natural Boosters de Rituals. ¡Cosmética mini, con resultados maxi!

Un tono de piel más homogéneo, un extra de luminosidad, atenuar manchas o líneas de expresión... Dinos qué es lo que quieres para tu piel y te diremos cuál de los Natural Boosters de Rituals (19,90 €) es el que necesitas. Estos frasquitos contienen en su interior fórmulas ultra concentradas de activos precisos que penetran en las capas más profundas de la piel. El booster no es una crema ni un sérum sino que, como indica su nombre, aplicando 4-5 gotitas antes del sérum y la hidratante, potencia y complementa su rendimiento.

Esta temporada, Rituals suma dos nuevas fórmulas a su gama de Natural Boosters. **PHA + Provitamin B5 Natural Booster** consigue una piel más fina y homogénea, gracias a su poder exfoliante suave, que desprende las células muertas, refinando la textura y minimizando los poros. Por su parte, **CICA Natural Booster**, aprovecha el poder reparador del extracto concentrado de la Centella Asiática para regalar a la piel todos sus beneficios calmantes, anti inflamatorios e iluminadores. ¿Cuál de estos 6 fantásticos es el que tu piel necesita?



Vitamin C

Potencia la luminosidad y reduce visiblemente la aparición de líneas de expresión.



Niacinamida

Mejora el tono reduciendo visiblemente las imperfecciones y la aparición de manchas oscuras.



PHA + Provitamin B5

Aumenta la luminosidad de la piel, suaviza y reduce la apariencia de los poros.

Bakuchiol
Gracias a su efecto antiinflamatorio y antioxidante, logra un tono de piel más homogéneo.



Hyaluronic Acid
Proporciona un extra de hidratación y mejora las líneas de expresión.



CICA
Fomenta la producción de colágeno y ayuda a estimular la renovación celular.



ECO DE LAS TIERRAS ALTAS

La nueva colección para este otoño-invierno 2024 está inspirada en Escocia, en las míticas Highlands, con sus tartanes y lanas merinas.



- TALENTO ESPAÑOL -

LEBOR Gabala: punto MAESTRO



Maite Muñoz Roy

Lleva muchos años en la industria: comenzó trabajando junto a Pedro Morago y Mila y Tucho Balado, luego vivió en Ibiza diseñando Ablib Ibiza y, en 1989, enamorada del punto, fundó su propia marca.

El nombre de su marca tiene mucho de mitología celta: *Leabhar Ghabhála Erenn* se traduce como *El libro de las Conquistas*. Una mezcla de historia, leyendas y folclore irlandés –y toda una declaración de intenciones– que siempre ha inspirado a la catalana Maite Muñoz. Y que esta temporada –aunque en sus 35 años de historia presume de ser fiel a su ADN– vuelve a los orígenes con una preciosa colección muy cercana a las Highlands escocesas.

Como más disfruta es haciendo prendas de punto elegantes y atemporales que nos acompañen en el armario durante muchos años: «Aunque yo soy más de sol y agua, me encantan las colecciones de invierno, que te dan pie a mezclar diferentes materiales de excelente calidad, a hacer más variaciones de punto... y eso que, con el cambio climático, cada vez tenemos menos invierno y las temporadas ya no están tan marcadas», explica Maite. Ella, que asegura no seguir las tendencias,

este año va a estar más de moda que nunca, con sus tartanes y sus lanas: «Es verdad que yo no soy de seguir modas, pero cuando visitas ferias para ver tejidos e hilaturas, te vas impregnando de las tendencias y ves gente más alternativa que te inspira. Además, ahora estamos todo el tiempo revisando diseños anteriores, tirando de vintage y actualizándolo, hasta las grandes casas lo hacen. Es que no hay mucho margen para inventar», reflexiona. Siempre le ha inspirado el gran Dries van Noten, que acaba de retirarse: «Ha sido el diseñador que más me ha emocionado, un buen maestro que, sin perder nunca la elegancia, ha sabido combinar muy bien colores y tejidos. Me hubiera encantado colaborar con él, pero ya no va a ser posible. Se ha ido del mercado uno de los mejores», explica Maite. Sin embargo, a la catalana aún le queda carrete: sueña con hacerse cada temporada un poquito más grande y con abrir tienda propia en Madrid, un buen escaparate.

POR ESTER AGUADO. FOTO ARTURO LLEÓ.

BARCELONA REGATA CULTURAL

ABRIL-OCTUBRE 2024



DESCUBRE TODAS LAS ACTIVIDADES QUE ACOMPAÑAN A LA COPA AMÉRICA EN BARCELONA. VEN A VIVIR LA REGATA CULTURAL.
[BARCELONA.CAT/REGATACULTURAL](https://barcelona.cat/regatacultural)



Ajuntament de
Barcelona

- EL PERFUME -

VUELVE a lo GRANDE

El mítico Ck One de Calvin Klein celebra su 30 aniversario con una edición de lujo, un aroma más intenso que el original y reivindicando los valores de aquel perfume que marcó a toda una generación.

Conectando con los jóvenes de los 90, supuso una ruptura generacional. Calvin Klein quería crear un perfume que encajara con la generación de su hija, la llamada generación X, en la que no había distinción entre la ropa que vestían chicos y chicas, todos llevaban vaqueros rotos y camisetas, adoraban la estética minimal, convirtieron los calzoncillos de la marca en una seña de identidad y se identificaron con sus campañas protagonizadas por un abanico de modelos caracterizados por su diversidad y, cómo no, por Kate Moss, aupada como icono de toda una época.

Así nació Ck One, la primera fragancia unisex de la perfumería moderna, como un aroma que pudieran compartir ellos y ellas. Treinta años –y muchas ediciones– después, Ck One conserva su espíritu joven.

Y se reinventa para seguir celebrando la individualidad y abrirse a los jóvenes de hoy en día.

Su icónica botella de líneas depuradas

se viste de un acabado metalizado y traslúcido, que permite ver el jugo, recreado por el mismo maestro perfumis-

ta que el original, el nariz español Alberto Morillas. Ck One Essence conserva el frescor del original y sus dos notas protagonistas: la bergamota italiana y el

té verde, pero se adapta a los gustos de hoy en día, en los que se busca una intensidad mayor y más duradera. Para ello, se duplica la concentración y se utilizan ingredientes ecológicos de primera calidad, que proporcionan un sa-

lida explosiva –a la que se suman la

esencia de naranja, la menta y la pimienta negra– y que posteriormente va ganando calidez gracias al sándalo y los almizcles de su composición. Desde la fir-

ma, se destaca que esta fragancia se ha compuesto con ingredientes reciclados y de química verde para así garantizar un impacto positivo en el medio ambiente.

Con ello, Calvin Klein conserva su es-

píritu innovador y vuelve a lanzar un mensaje: "Reconectar a las personas consigo mismas y con aquello que las une".



UN AROMA EXPLOSIVO

Ck One Essence, CALVIN KLEIN (37,95 €/100 ml) duplica la intensidad del aroma original, creado hace 30 años.

Y LA BELLEZA SE HIZO ARQUITECTURA

En la Casa-Fábrica, diseñada por el estudio Trias de Bes, en el Barcelona Synchrotron Park (Cerdanyola del Vallès), es donde se formulan y producen los productos y experiencias Natura Bissé que después se distribuyen por el mundo.



el PLACER de CUIDARSE: de Barcelona, al mundo

Aquí no hay magia: lo que ha permitido a Natura Bissé enamorar al mundo son unos cosméticos increíblemente eficaces y los tratamientos de cabina más exquisitos.

No es por casualidad que las estrellas de cine, cuando llega la hora de estar más guapas que nunca (en las alfombras rojas de los Oscar, los Bafta o los Goya), se pongan en manos de Natura Bissé, ni que cada año se realicen siete millones y medio de tratamientos en todo el mundo. Sus cosméticos y rituales, cada vez más especializados y efectivos, nacen de una innovación y una curiosidad sin límites. Pero también de un concepto de belleza muy ligado a su ADN Mediterráneo, que trasciende lo físico y se asocia al equilibrio interior, el disfrute y el “buen vivir”. Estos son los principales valores que han llevado a esta emblemática marca barcelonesa a desarrollar productos y experiencias spa revolucionarios que se conciben, formulan y producen en su Casa-Fábrica de la ciudad condal.

Sus tratamientos de cabina te sorprenderán por sus resultados inmediatos y duraderos, pero también porque ponerse en las manos de los profesionales de Natura Bissé es como embarcarse en un placentero viaje reconexión. De hecho, son los únicos tratamientos que han demostrado con neurociencia mejorar la autoestima y aumentar el bienestar en casi un 70%. ¿Cómo lo consiguen? Combinando la

magia de manos expertas y sus técnicas de masaje con la ciencia de unos productos de última generación. Tienen una gran variedad de servicios faciales y corporales, como el Diamond Energy Facial, un tratamiento antiedad que aporta energía a la piel y ofrece un efecto lifting inmediato; o el Diamond Well-Living: un completo menú de tratamientos corporales veganos, capaces de cambiar la piel y modular el ánimo.

RESULTADOS PROFESIONALES EN CASA

Tras probar cualquiera de sus rituales entenderás por qué Natura Bissé ha sido reconocida por cuatro años consecutivos como la Mejor Marca Spa del Mundo. Pero también puedes llevarte el 'expertise' de sus tratamientos de cabina a casa: desde la C+C Vitamin Line, un poderoso cóctel de vitaminas antioxidantes con aroma a cítricos del Mediterráneo a la mítica Diamond Collection, para una piel rejuvenecida y llena de energía. Y así hasta más de 150 productos formulados con altas concentraciones de innovadores ingredientes activos y sorprendentes texturas sensoriales. ¡El placer de la belleza que ha enamorado a Hollywood y al mundo!



NECESER

1. The Nudes Fresh Touch Foundation, PACO RABANNE (39 €), con cobertura fresca, tonos cálidos y acabado radiante.
2. Dior Forever SkinPerfect, DIOR (57 €), cremosa y con cobertura modulable.
3. Phyto Teint Perfection, SISLEY (94 €) con textura fina y activos que cuidan la piel.
4. Unreal Skin Sheer Glow Tint Hydrating, CHARLOTTE TILBURY (47 €), traslúcida y con efecto glow.
5. Multiactive Serum Foundation U/1ST (44 €), con tratamiento antiedad.



- BELLEZA -

CAMBIO *de* BASES

¿Qué buscas en un fondo de maquillaje? La respuesta seguro que dista mucho de la que se escuchaba hace unos años. Porque ya no se trata de cubrir, tapar y ocultar sino de aportar transparencia, efecto glow, uniformidad y cuidado. Y eso lleva a incorporar conceptos tan deseados como frescor o sérum en los nombres de las nuevas bases, con activos de tratamiento y texturas ligeras y modulables, para aplicar una capa sobre capa y personalizar el acabado a medida de las necesidades de cada una. Una posibilidad que también ofrecen los formatos en barra, muy de moda, que se deslizan suavemente sobre la piel y son ideales para retocar a lo largo del día. Peter Philips, director creativo de make up Dior, ha ideado una «inspirada en las técnicas del shaping, para las adeptas al contouring, con resultados muy naturales». Porque como él siempre repite, «la piel es lo más importante en un look».

Pelo MÁS FUERTE y con MÁS VOLUMEN con Aveda



Dos de las mayores preocupaciones relacionadas con el cuidado capilar son el debilitamiento y la caída del cabello. Gracias a Aveda puedes sentir el poder de un cabello más grueso y con más volumen.

La nueva colección de la compañía, Invati Ultra Advanced, ofrece un sistema de alto rendimiento, basado en un nuevo y exclusivo complejo de vitalidad del folículo de triple acción. Es una colección vegana, de origen natural en un 94%, que fortalece las hebras, consiguiendo reducir la caída del cabello en un 77%. Además, engrosa el cabello al instante, hasta en un 11%, para que sientas como si tuvieras 11.000 cabellos adicionales.

Gracias a Invati Ultra Advanced podrás conseguir, de forma ecológica, un pelo más fuerte y con mayor cantidad.

UN RENDIMIENTO POTENCIADO POR EL USO DE PLANTAS

Un cabello sano necesita folículos pilosos sanos. Es necesario proteger estos folículos frente a factores externos, como la contaminación, evitando así la oxidación. Aquí aparece el Complejo de Vitalidad del Folículo de Invati Ultra Advanced, avance biotecnológico que puede aumentar la energía de tu cabello, protegiéndolo frente a agresiones externas.

Tras analizar más de 1.000 activos botánicos, fueron elegidos los siguientes: Eclipse Prostrata, ingrediente vigorizante conocido como “el rey del cabello”, Alpinia, poderoso antioxidante y protector de factores estresantes, y Jengibre, que reduce el daño celular por estrés y envejecimiento.



4 PASOS

Exfoliar. Purifica el folículo, además de limpiar la contaminación y la acumulación de productos. Está formulado para todas las texturas, del cabello fino a medio (en versión light) y cabello medio/grueso o seco y fino (en versión rich).

Espesar. Acondiciona y nutre el cabello, mientras que una mezcla botánica engrosa instantáneamente el cabello, aumentando el diámetro de la raíz a las puntas. Desenreda y fortalece el cabello frágil y debilitado. En dos versiones, según el tipo de cabello.

Revitalizar. La fórmula añade Knotweed japonés (Resveratrol), que penetra para ayudar a apoyar la queratina natural del cabello, creando un entorno folicular sano.

Fortificar. Una mezcla de aceites vegetales protectores fortalece las fibras capilares finas, de la raíz a las puntas, protegiéndolas de la caída debida a la rotura por el cepillado. Ayuda a controlar el encrespamiento durante 24 horas, fortalece y protege del daño causado por el calor hasta 230° C.

- ¡BENDITA RUTINA! -

LOS 6 PASOS DE CLAREL PARA UNA PIEL SANA Y BELLA

Una piel bonita y sana es fruto de constancia y una rutina beauty con productos de calidad. Clarel, especialista, en belleza, cuidado personal y bienestar, te enseña su Bendita Rutina con los productos de NeSk para un cuidado facial completo. Aquí van 6 pasos fáciles con los que conseguirás resultados en poco tiempo.

Ama tu piel como te amas a ti misma, únete a la Bendita Rutina y conviértete en una mujer beNeSk. ¿Cómo? Debes seguir seis pasos imprescindibles que apenas te llevarán 5 minutos cada día. Las rutinas son sinónimo de disciplina y constancia, ese es el único secreto para conseguir resultados satisfactorios a corto plazo. La Bendita Rutina de Clarel se compone de un desmaquillante waterproof, limpiador, tónico, sérum antiarrugas, contorno de ojos y crema. En 5 minutos, tu piel estará limpia, sana y cuidada día tras día.

LOS 6 PASOS DE LA "BENDITA RUTINA" DE CLAREL

- 1. Desmaquillante Waterproof NeSk:** Es un producto viral, se agota en horas. Desmaquillante de ojos bifásico, animal friendly, que retira el maquillaje más resistente dejando la piel respirar. Acabado no graso, apto para ojos, labios y rostro. 2,99 €
- 2. Limpiador enzimático NeSk:** Gel limpiador enzimático que limpia en profundidad, eliminando la acumulación de impurezas. Formulado con agentes limpiadores muy suaves que exfolian suavemente la capa externa de la piel purificándola sin dejar sensación de tirantez. Es vegano y también apto para pieles sensibles. 5,99 €
- 3. Tónico hidratante NeSk:** Tónico facial animal friendly que mejora la hidratación de la piel, dejándola regenerada, confortable y aliviada, enriquecido con Ácido Hialurónico, que reduce las rojeces, hidrata y regenera, y Aloe Vera, que calma, alivia y renueva la piel. 4,99 €

4. Sérum de Niacinamida NeSk: Es una de las grandes novedades de la temporada con 10% de niacinamida y 85% ingredientes de origen natural. Atenúa y previene las manchas, unifica el tono, tiene un alto poder renovador y sirve como seborregulador, antienvjecimiento, a la vez que aporta hidratación y enorme luminosidad a la piel. Para todo tipo de pieles, incluso sensibles. Se utiliza por las mañanas. 6,99 €

5. Contorno de ojos NeSk Ultra Effects: Destaca por ingredientes que tensan e hidratan la piel nutriéndola, esta crema es purificante, revitalizante, energizante e hidratante, con acción tensora gracias al extracto de Kigelia Africana. Es vegana y animal friendly. 13,99 €

6. Crema antiarrugas NeSk Ultra Effects: ¡Inyección de vitaminas mientras duermes! Esta crema formulada con Manteca de Karité, que nutre; Aceite de Jojoba, que suaviza; extracto de Castañas de Indias: vitamina A,E, B5 y Biotina: que purifica, revitaliza y, energiza la piel, y Glicerina, que hidrata. 13,99 €

Del 28 de agosto al 17 de septiembre tienes descuentos de hasta el 30% en todos los productos NeSk, marca exclusiva en Clarel.



UNA PIEL SANA NO TIENE SECRETOS, SINO RUTINAS

Estos 6 productos de NeSk, además del resto de referencias de la marca, los puedes encontrar en las cerca de 1000 tiendas físicas de Clarel y en www.clarel.es

LO PRÓXIMO

Aún en cartelera con la gamberra *Borderlands*, Cate Blanchett protagonizará la serie *Observada*, un thriller psicológico dirigido por el mexicano Alfonso Cuarón (estreno: 11 oct. en Apple TV+). Además, prepara con Pedro Almodóvar la adaptación del libro *Manual de las mujeres de la limpieza*, de Lucia Berlin. Un gran ejemplo de su versatilidad.

POR ISABEL LOSCERTALES
FOTO ANDREAS RENTZ

Cate Blanchett acumula más de 200 reconocimientos y galardones, entre ellos dos Oscar, dos Copa Volpi, 4 Bafta, 4 Globos de Oro, un César y un Goya. Probablemente, todos merecidos. Ahora sumará uno más: RECIBIRÁ EL PREMIO DONOSTIA EN EL FESTIVAL DE SAN SEBASTIÁN, del 20 al 28 de septiembre. Brava.

aida folch

POR ISABEL LOSCERTALES
FOTO JUANJO MOLINA

Tras participar en varias series muy populares, la actriz catalana vuelve con fuerza a la gran pantalla de la mano de su padre cinematográfico, Fernando Trueba, junto a la estrella internacional Matt Dillon y en una película, *Isla perdida*, que mezcla suspense psicológico y romance al más puro estilo Alfred Hitchcock y Patricia Highsmith.

Punto y aparte en una carrera precoz, que sabe disfrutar con humildad, serenidad y la claridad de ver que hay cosas más importantes que el trabajo.

Solo tenía catorce años cuando Aida Folch (Reus, 1986) atrajo todas las miradas con su debut *El embrujo de Shanghai* (2002), de Fernando Trueba. Con la convicción de que quería dedicarse al cine y una adolescencia irregular, el mismo cineasta volvió a encumbrarla en *El artista y la modelo* (2012), cinta por la que fue nominada al Goya. Más de una década después y tras su trabajo en series como *Madres*, *Cuéntame* y *Amar es para siempre*, Aida Folch vuelve a trabajar con Trueba en una cinta rodada en inglés junto a Matt Dillon y Juan Pablo Urrego: *Isla perdida*, en cines el 23 de agosto. Una nueva etapa que ella encara con madurez, ilusión y con muchos proyectos entre manos.

¿Qué significa Fernando Trueba para ti?

No tengo palabras para describirlo. Siempre digo que es mi padre cinematográfico, pero ahora ya es familia totalmente. Es la persona más humilde y culta que conozco. Siempre confía en mí, me ve capaz, me da oportunidades. Me siento muy afortunada de haberlo conocido y de estar en su vida.

¿Cuál es el mejor consejo que te ha dado él?

Siempre me dice que estudie, que esté informada, que lea, que confíe, que esté tranquila, pero sobre todo eso, que esté conectada con el mundo, con lo que pasa. Me envía un montón de cosas que sabe que me interesan. Me descubrió la pasión por la filosofía, por ejemplo. Me manda música... Comparte cultura. >

**CON MUCHO
ESTILO**

La actriz Aida Folch
viste blazer, camisa
y corbata color arena,
un total look
de SANDRO. El
maquillaje es de
la firma DIOR.



«Valoro
muchísimas
cosas en mi vida
personal, aparte
de trabajar.
Me gusta estar
con mis amigos,
en mi familia,
me encanta vivir
en España. No
quiero renunciar
a estas cosas
por un sueño».



¿Cómo sigo trabajando con una estrella como Matt Dillon?

La verdad es que un lujo. Trabajar con gente que tiene una carrera como la de Matt es muy guay. Pero al final estamos todos en el rodaje, todos somos iguales, da igual la carrera que hayas tenido, estamos de tú a tú sin estar pensando "¡Ay Dios mío es Matt Dillon!" Remamos en la misma historia. Cuando nos conocimos estuvimos paseando por una Roma totalmente vacía, porque era justo después del confinamiento. Fue como una película de Woody Allen. Estábamos los dos deseando hacer la película, de la cual ya sabíamos desde hacía muchísimos años. Luego cenamos en Madrid, donde él tiene amigos.

¿Cómo fue el viaje emocional para interpretar a Álex?

Es un personaje con el cual me siento muy cercana. Es de mi edad, de una época –los 2000– que yo he vivido. Lo importante era mantener el récord emocional, pues la película empieza desde la luz y acaba en la oscuridad, al igual que sus tres actos, que son Verano, Otoño e Invierno. Al rodar en otro idioma, me preparé para que se entendiera mi inglés, y en general, sí nos entendíamos con Matt. Lo que quería era estar muy relajada, muy presente, muy libre.

¿Te has planteado internacionalizar tu carrera?

Mi sueño era trabajar en Francia, porque considero que hablo mejor francés que inglés. Sin embargo, es la tercera película que ruedo en inglés. Así que obviamente no me cierro puertas, pero no me voy a ir a ninguna parte a buscar nada. Las cosas que lleguen serán las que tengan que llegar. Estoy en un momento en mi vida que el trabajo no lo es todo para mí.

Explícame eso...

Valoro muchas cosas en mi vida personal, además del trabajo, que obviamente me encanta. Me gusta estar con mis amigos y familia y vivir en España, es importante para mi estabilidad. No todo vale, no

quiero renunciar a esas cosas por un sueño.

¿Cómo ha sido rodar en un sitio como Trikeri, Grecia?

En realidad, ese lugar no es una isla, es una península, y ni siquiera los griegos de Atenas la conocían. Es un sitio perfecto para esconderse. Cuando llegamos allí alucinamos, porque parece una isla desierta. Fue un septiembre y mientras preparábamos la película, o antes de ir a rodar, nos bañábamos todos juntos en el mar. Luego también todo el pequeño pueblo se volcó con la película y con nosotros.

¿Serías capaz de irte a vivir a una isla perdida?

A veces puede ser tentador. De hecho, he oído que por esa zona ha habido gente que se ha ido a esconder. La verdad es que a mí me encantó estar allí, sabiendo que era una temporada, pero yo soy carne de ciudad. Necesito ir al teatro, al cine, a una librería... Y todo eso no lo tienes en un sitio así. Cada cosa está para su momento. Igual de vacaciones sí, pero vivir allí, no.

¿Qué relación tienes con Reus? ¿Te gusta ir allí?

Voy siempre que puedo a ver a mi familia. A amigos también, pero quedan pocos, porque se han ido a vivir a sitios distintos. Y sí, son mis raíces y donde crecí. Pero llevo más años viviendo en Madrid que en Reus. Cada vez que vuelvo es como redescubrirme.

¿Qué proyectos tienes aparte de *Isla Perdida*?

En octubre estreno una película muy comercial que se llama *Historias de Halloween*. Es de terror, la primera que hago. Y luego he rodado *Emergency Exit*, una película de autor distinta, poética y onírica. Estoy en un momento de mi vida que me apetece probar cosas que no haya hecho antes.

Has escrito un largometraje. ¿Cómo está ese tema?

Ese tema está parado, porque ahora mismo tengo trabajo como actriz. No me puedo dedicar al cien por cien. Encontrar a alguien que me lo produzca no está siendo fácil. Sigo luchando para que esto salga y confío en que llegará el momento. Y hasta ahí, mientras tanto, sigo escribiendo y haciendo mis cositas.

¿Qué tres cosas te llevarías a una isla perdida?

Un libro (o varios), unas gafas para nadar y unas conservitas para hacerme un vermut frente al mar. Pero sobre todo, alguna persona a la que quiera para poder compartir, que es lo más bonito. Me encanta estar sola, pero todo es mejor compartiéndolo.

Y si, como Álex, tuvieras la necesidad de hacer un borrón y cuenta nueva con tu vida, ¿qué crees que harías?

Seguramente, lo mismo que ella, irme a vivir a otro país. Siempre es más fácil empezar de nuevo, nadie te conoce, eres otro, estás en otro contexto. Es mucho más fácil olvidarte de ti y de tu pasado.

¿Te defines como valiente?

Depende. Con la edad menos o, como mínimo, más reflexiva. Y eso que creo que para ser actor hay que ser valiente, porque hay que exponerse, tirarse a la piscina, confiar mucho. Diría que todos los que nos dedicamos a esto lo somos, pero pensaba que era más valiente de lo que creo que soy.

ESCAPAR DEL PASADO

En *Isla perdida*, Álex (Aida Folch) huye de una ruptura traumática yéndose a trabajar como camarera a un restaurante aislado en

una isla griega. Allí se hace amiga del alegre Chico (Juan Pablo Urrego) y se enamora de su jefe, Max (Matt Dillon), un americano misterioso y taciturno al que le cuesta hablar de su vida.





EL DILEMA

En *Justicia artificial*, Alberto Ammann da vida al directivo de una compañía de Inteligencia Artificial que quiere sustituir a los jueces, mientras que Verónica Echegui interpreta a la jueza que deberá decidir si ese sistema está preparado.

VERÓNICA ECHEGUI

ALBERTO AMMANN

EN LA MISMA SINTONÍA,
los protagonistas del thriller político *Justicia artificial*,
reflexionan sobre los peligros de la IA, mientras comparten su
amor por lo analógico. ¿Podría juzgarnos un algoritmo?

POR ISABEL LOSCERTALES FOTO RUBÉN VEGA

En un futuro cercano, España va a votar en referéndum si un sistema de inteligencia artificial, Thente, sustituirá a nuestros jueces. Sería la solución para unos juzgados saturados y lentos. En esta tesitura distópica se sitúa la ópera prima de Simón Casal, *Justicia artificial*, rodada en A Coruña con Verónica Echegui, Alberto Ammann, Tamar Novas y Alba Galocha. Un thriller que llega a los cines el 13 de septiembre y que nos hará reflexionar.

¿Qué es lo que más os atrajo del proyecto?

Verónica: Me pareció un guion original respecto a lo que venía leyendo. El dilema que plantea es muy atractivo y de total actualidad. Además, me gustó la temática y el hecho de que no impusiera una lectura concreta, sino que se dejara espacio al espectador para reflexionar.

Alberto: Yo soy un asiduo desde niño del cine de ciencia ficción y futurista. Saber además que se está valorando realmente incluir estos sistemas en la justicia me dio terror. Por eso dije: yo quiero estar. Tengo que decir que fue un plus saber que estaba Vero en el proyecto. Es una actriz a la que admiro y una compañera con la que ya he trabajado –coincidimos en "Apaches"– y con la que me llevo muy bien.

¿Qué destacarías, Vero, de tu personaje, la jueza Carmen Costa?

Me parecía muy hermético, me costó entenderlo y aproximarme a su universo. Es alguien muy analítico, desapegado de sus sentimientos. No tiene apenas relaciones, todo ocurre en su interior. Yo soy bastante visceral y estoy acostumbrada a personajes que abordan la acción desde un lugar más proactivo y explosivo. Fue un reto.

¿Lo preparaste de alguna manera?

Conocí a una jueza, Pura, que respondió a las 200 preguntas que tenía y fui a algunos juicios. Me pareció un trabajo apasionante, muy humanista. Es una labor muy compleja y que precisa de elementos humanos fundamentales a la hora de juzgar. Se necesita empatía e intuición para calibrar.

Alberto, tú interpretas al directivo de Thente, Alejandro Havel.

A mí siempre me han interesado las relaciones de poder. Yo vengo de una familia de clase trabajadora que pasamos un muy mal momento en la segunda presidencia de Menem en Argentina, nos quedamos en la calle. Siempre he mirado a los personajes de las grandes corporaciones como personas de otro planeta. Es un trabajo que me ha aportando conocimiento sobre la humanidad y el ser humano. >

«A la hora de juzgar se precisan elementos humanos como la empatía y la intuición» Verónica Echegui

¿La inteligencia artificial sustituirá a la humana?

Verónica: Nosotros tenemos un libre albedrío para decidir qué queremos hacer con ella. Yo me pregunto: ¿Tú ves que la especie humana haya utilizado los recursos que tiene a su alcance para construir un mundo justo, sin contaminación, sin crímenes, sin guerras? Pues, ¿qué vamos a hacer con la inteligencia artificial?

Alberto: Es posible que la inteligencia artificial supere a la humana, pero eso no es lo que me preocupa, sino cuál va a ser el tipo de relación que vamos a tener con ella. Si tuviera el servicio de que los seres humanos viviéramos mejor, me parece maravilloso. Ahora, si es para que haya más mendigos en la calle y gente sin nada que hacer, es terrorífico.

¿Cuál es vuestra implicación con el mundo digital?

Verónica: Mi vida es bastante analógica, pero mantengo Instagram solo por trabajo, para promocionar lo que estoy haciendo. No empleo más tiempo en ello.

Alberto: Yo me hice Instagram porque era una aplicación de fotografías hace muchos años. Me encanta lo digital, intento acercarme un poco, pero no pongo mucho empeño porque soy de otra generación, voy a cumplir 46 años. Twitter sí lo uso para hablar de política.

Tu personaje en Justicia artificial, Vero, nada en el mar... ¿tenéis vosotros alguna afición así para desconectar?

Verónica: ¡Me tocó nadar en noviembre! Por suerte no estaba muy fría (risas). Sí, tengo varias. Una es meditar, que para mí es algo diario. También leer y pasear en la naturaleza, caminar o bañarme en un río.

Alberto: Nadar. Siempre he sido muy nadador, desde niño. También me gustan la música y las plantas. Tengo alma de jardinero, me desestresa muchísimo.

¿Habéis aprendido a desconectar de los personajes?

Verónica: Ahora sí. Los primeros años por inseguridad los metía hasta en la cocina, estaba con ellos 24/7 y eso me pasó factura. Ya no lo hago, pero mis personajes sí me han enseñado a vivir, a tomar perspectiva de mí misma y a empatizar más con los demás.

Alberto: Yo también con las tablas he aprendido a separar las cosas. A partir de mi trabajo de terapia, autoconocimiento y meditación, mi juez interior ya está dormido. Tengo una relación conmigo y con el arte más sana. Y de todos los personajes me llevo un aprendizaje.

Para absolver a alguien, la jueza Carmen Costa pregunta cómo se ve a sí mismo en unos años. ¿Cómo os veis?

Alberto: Mejor de lo que estoy ahora y aprendiendo a manejar la energía, ya no voy desbocado por la vida queriéndolo hacer todo.

Verónica: Mi actitud ahora mismo hacia la vida es de ilusión y agradecimiento. Y lo que generamos en el presente es lo que luego vivimos en el futuro.

- ESTRENOS PARA PASARLO DE MIEDO -

El terror en sus diversas formas se da cita en la cartelera de septiembre.

1·BITELCHÚS BITELCHÚS

El día 6 llega la esperada secuela de Tim Burton, con Michael Keaton y Winona Ryder retomando sus icónicos papeles y con la incorporación de Jenna Ortega como Astrid Deetz. ¡Ganas!

2·PARPADEA DOS VECES

Zoë Kravitz debuta en la dirección con este thriller psicológico protagonizado por Channing Tatum. Un magnate invita a un grupo a una paradisíaca –y extraña– isla privada. Estreno: 23 agosto.

3·ESTACIÓN ROCAFORT

El director español que triunfa en Hollywood Luis Prieto firma esta cinta de terror sobre una leyenda negra en el metro de Barcelona. Con Natalia Azahara y Javier Gutiérrez, se estrena el 6 de sept.

4·NO HABLES CON EXTRAÑOS

Producido por Blumhouse y protagonizado por James McAvoy, este thriller psicológico con dos familias de vacaciones en una aislada finca campestre acabará en pesadilla. Estreno: 13 de septiembre.

5·MAXXXINE

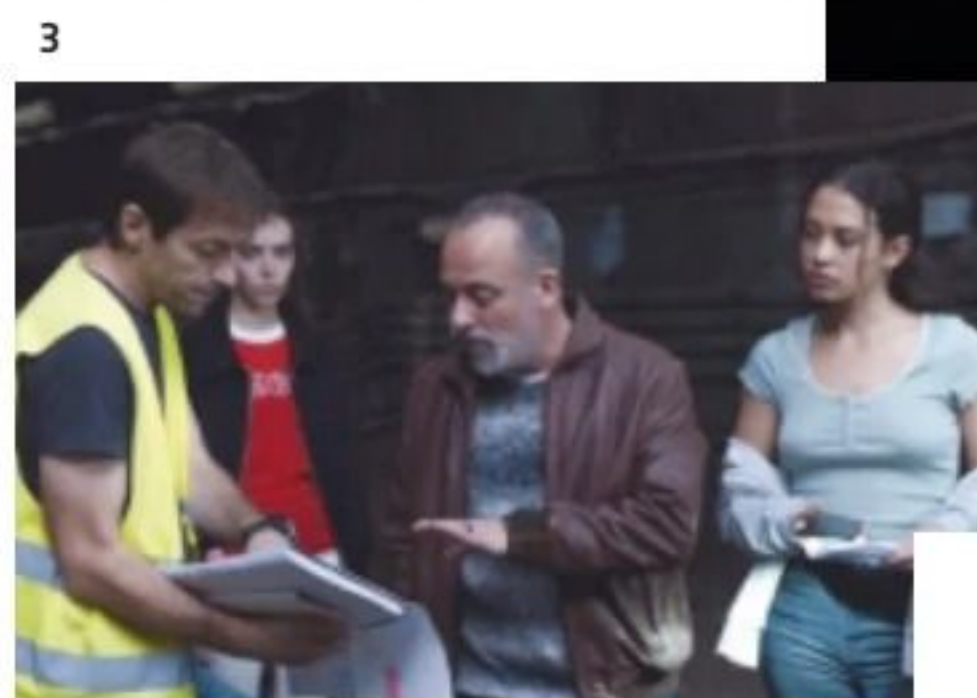
Mia Goth vuelve a protagonizar la tercera entrega de la trilogía de Ti West ("X", "Pearl"), en la que una aspirante actriz en la década de los 80 debe hacer frente a un asesino. En cines el 23 de agosto.



1



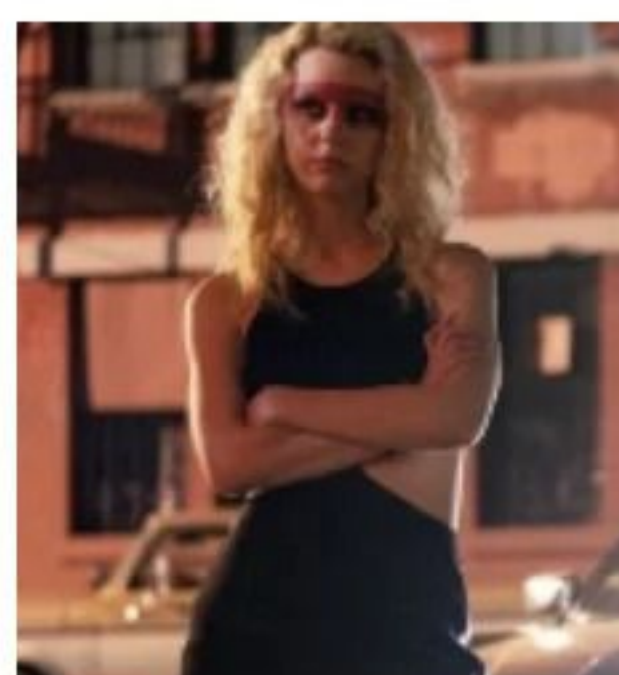
2



3



4



5

LUPO, *el renacer de un clásico*

Estamos de enhorabuena. Lupo, una de nuestras firmas de bolsos y accesorios de piel favorita está de vuelta. Y lo hace mezclando de forma sublime tradición y modernidad.



Fundada en 1989 en el vibrante corazón de Barcelona, Lupo ha sido durante décadas sinónimo de excelencia en la fabricación de artículos de cuero. Lupo es sinónimo de lujo, elegancia atemporal e innovación. Hablar de esta marca, es hablar de calidad, artesanía y diseño. También, es hablar del bolso ABANICO, icono de la firma y objeto de deseo dentro y fuera de nuestras fronteras desde su creación en 2002.

Todas las piezas de Lupo son extraordinarias y únicas, sin embargo, el modelo ABANICO puede presumir ya de esa aura de icono, de creación que, más allá de modas y tendencias, está destinada a perdurar. Por eso, no nos puede alegrar más que la marca recupere su mítico bolso dentro de la colección primavera-verano 2024.

UN SOPLO DE AIRE FRESCO PARA LA MARCA

ABANICO ha vuelto, pero lo hace renovado y coincidiendo con el inicio de una nueva etapa para LUPO en la que “hemos trabajado arduamente para adaptarnos a los cambios del mercado y a las expectativas de los clientes, sin perder la esencia que nos ha caracterizado por décadas”, explica Sergio Plaza, director creativo de la marca.

La firma está decidida a escribir un nuevo y exitoso capítulo en su historia y, cargados de energía y dinamismo, acercarse a un público más joven. Para ello, confía en los famosos artesanos de Ubrique (Cádiz), de sobra reconocidos por su maestría trabajando el cuero de lujo. En sus manos,



ABANICO recobra vida con mejores materiales, una estética más contemporánea y funcional. Además, se presenta en una amplia variedad de tamaños y colores para adaptarse a diferentes estilos y ocasiones.

Junto a ABANICO, destacan JUNE, un bolso de formas orgánicas con un diseño muy práctico, y LUSSET, una propuesta de líneas minimalistas ideal para las que buscamos elegancia, comodidad y gran capacidad a diario.

FLAGSHIP STORE RENOVADA EN EL CORAZÓN DE BARCELONA

Otro de los puntos clave en esta nueva era para la marca es la reciente reapertura de su tienda insignia en Barcelona, situada en el corazón de la ciudad, muy cerca de Paseo de Gracia. Tras una meticulosa renovación, el establecimiento presenta ahora un aire moderno y minimalista, con colores y luces que evocan al Mediterráneo y reflejan a la perfección la esencia contemporánea de la marca.

► MÁS INFORMACIÓN Y VENTA
EN LUPOBARCELONA.COM



byneon
Reon147

byneon
Reon147

TODO *por un* SUEÑO



A punto de estrenar la segunda temporada de *El señor de los anillos: Los anillos de poder* (Prime Video), quedamos hechizadas por Ismael Cruz Córdova. Con una vida de película, el actor puertorriqueño podría convertirse pronto en el nuevo Benicio del Toro.

POR ISABEL LOSCERTALES

Lo que tiene de músculo, lo tiene de sensible. Se percibe incluso a través de la pantalla. Ismael Cruz Córdova nos recibe vía Zoom desde Londres para hablarnos de la segunda temporada de *El señor de los anillos: Los anillos de poder*, una gran superproducción cuyos primeros capítulos atraparon a cien millones de espectadores de todo el mundo. Un éxito sin precedentes para Prime Video, que estrenará los nuevos episodios el 29 de agosto.

Ismael atrajo todas las miradas al convertirse en el primer elfo afrolatino de la historia. Un dato aún más admirable si conocemos su origen humilde, su sueño infantil de ingresar en el universo Tolkien y sus aspiraciones.

«Yo lo he sacrificado todo por mi profesión. Soy una de las personas que tuvo un sueño básicamente imposible y lo logró».

¿Qué nos puedes avanzar de la segunda temporada?

Empieza donde acabó la primera, cuando la oscuridad estaba cayendo en la Tierra Media. Esa oscuridad ahora está presente, es real y estamos todos afectados por ella. Los mundos que pudimos construir ahora los vemos sucumbidos bajo la llegada de Sauron, un personaje al que ya se le puede poner nombre y apellidos.

Y de tu personaje, el elfo Arondir, ¿qué es lo que más te atrae y qué toque personal le has querido dar?

A mí me encantan las personas y los personajes complejos. Creo que la complejidad es la naturaleza humana. Esta incluye luz y oscuridad, felicidad, tristeza, herida... Y me encanta la gente que vive abiertamente con todo ello, como Arondir. Él tiene una herida bastante grande y muchas preguntas, una parte existencial. Está fascinado por los humanos. Así que mi toque personal, en realidad, ha sido no pensar en él como un elfo, sino como un hombre, una persona con preguntas, dolores, secretos y preocupaciones.

¿Cuál es el mayor desafío de trabajar en un rodaje tan grande como el de *El señor de los anillos*?

Uno de los retos en una producción tan grande es estar conectando todo el tiempo con un propósito, no perderse con esos mecanismos gigantes. Ser parte de un mecanismo así de grande te deja saber lo grandioso que somos como especie también. Me siento súper orgulloso de ser un pedacito de eso, es un mundo bien inspirador.

Lo que es fascinante y es pura realidad es tu propia vida. ¿Cómo un niño de Puerto Rico y de origen humilde acaba triunfando en Hollywood?

Un día, cuando vaya a Barcelona, uno de mis sitios favoritos del mundo, nos vemos en mi bar preferido de Poble Sec y te lo cuento todo. Hoy te

digo que siempre he sido una persona extremadamente curiosa. Y con esa curiosidad crecí; sin muchos medios, pero preguntándome: ¿Por qué ellos sí y nosotros no? ¿Por qué estas diferencias? ¿Por qué yo no puedo educarme como ellos? Estas preguntas, una detrás de la otra, me llevaron hasta donde estoy ahora. Ha sido monumental el sacrificio y el viaje que he hecho. Yo lo he sacrificado todo por mi profesión. Y tengo la dicha de que veo mi sueño alcanzado. Pero eso no se da por sentado. Yo soy una de las pocas personas que tuvo un sueño básicamente imposible y lo logró.

¿Es verdad que tú soñabas con ser un elfo? ¿Consigues todo lo que te propones?

Me he propuesto muchas cosas que no he conseguido. Pero tengo que decir que esta sí ha sido una. Y me vuela la cabeza todavía. En mi casa no teníamos televisor. Yo me lo compré lavando coches y cortando césped. Y los primeros DVDs que compré fueron la trilogía y el *behind the scenes* de *El Señor de los anillos*. Yo soy un chico de campo, abrazo los árboles. Uno de mis mejores amigos es un árbol de mango que aún visito cuando voy a Puerto Rico. Estos orígenes míos son los que me han permitido identificarme con esta historia. Me siento bien conectado a ese amor por la naturaleza. Y sí, yo dije: «Yo quiero ser un elfo».

Has sido el primer elfo afrolatino. ¿Cómo reaccionas frente a los comentarios racistas que surgieron?

Hay gente que dice que no le importa nada, pero esa no es la realidad. El racismo carga, molesta, hiere y enferma a las personas. Punto y se acabó. Te quieren ver abajo, pero yo me visto con más dignidad y me lavo la cara con más orgullo. Me conecto con lo que en realidad soy yo y no les doy el gusto de verme mal. Cada vez que veo a actores que pasan por lo mismo, Moses Ingram en *Star Wars*, Francesca Amewudah-Rivers en *Romeo y Julieta*..., les escribo para apoyarles.

¿Qué te parece el boom latinoamericano que se está viviendo en Hollywood y también a nivel musical?

Da un gusto tremendo. Los latinoamericanos tenemos ese corazón que queremos compartir, la sazón, la energía, la musicalidad, nuestra pasión. Es muy bonito ver cómo el mundo lo ha recibido.

¿Qué sueños tienes, cómo te ves en un futuro?

Por un lado, me veo con un futuro muy simple. Quiero tener una finca con mis amigos, con mi familia, y tener una vaca y un caballo. Pero, por otro, también me veo creando, produciendo y dirigiendo. Me veo creando detrás de la cámara.

FUTURO PROMETEDOR

Aparte de *El señor de los anillos*, Ismael Cruz Córdova (Aguas Buenas, Puerto Rico, 1987), tiene por estrenar las películas *The Pick-up*, junto a Eddie Murphy y Eva Longoria, y *The Bluff*, con Priyanka Chopra Jonas.

EN EL CASTILLO DE PÚBOL

El conjunto Musée du Louvre de la colección primavera-verano 1949 de Christian Dior, de la colección de alta costura de Gala, fotografiado por Jordi Bernadó en el interior del Castell Gala Dalí de Púbol, Fundación Gala-Salvador Dalí, Figueres, 2024.



- EL DESPERTAR DEL MITO: GALA DALÍ -

NUEVA VIDA

«Quiero pasar a la historia como una leyenda», dijo Gala, y así fue. Una ambiciosa expo nos acerca a su figura a través de sus vestidos. Son obras de arte.

Una rosa recién cortada para ella la acompañaba cada día en su desayuno, en el frondoso jardín de estilo francés del Castillo de Púbol, en el Empordà, ese que le regaló Dalí a finales de los 60 para que

encontrara su equilibrio y que el artista solo podía visitar si era expresamente invitado por ella. La esposa y musa del surrealista sigue siendo un enigma 130 años después de su nacimiento en Kazán (Rusia), que intenta descifrar a través de su legado y acercar a los más jóvenes una ambiciosa colaboración entre la Fundación Gala - Salvador Dalí y La Roca Village, uno de los 11 destinos de lujo de The Bicester Collection, siempre activa en el fomento del arte. Este proyecto expositivo ha recuperado 24 de sus trajes y se desarrolla en tres *temporadas* de moda –primavera-verano, alta costura y otoño-invierno– a lo largo de un año en dos escenarios, Púbol y La Roca Village, con las obras del fotógrafo Jordi Bernadó y de la ilustradora Carla Fuentes. Los trajes nos acercan a la personalidad de esta apasionada de la moda que vivió a la sombra y que se mantuvo fiel a sí misma. Dior, Schiaparelli, Givenchy, Pierre Cardin... son algunos de los diseñadores de las piezas seleccionadas y restauradas, algunas nunca vistas hasta ahora. Sobre el Dior de la fotografía (arriba), «el estudio de restauración tuvo que crear nuevas paillettes para añadir al bordado de lana», nos explica Noelia Collado, comisaria junto a Bea Crespo bajo la dirección artística de Montse Aguer, directora de los Museos Dalí. Un ejemplo de la moda como parte de la cultura.

**INSPIRACIÓN**

Retrato de la pintora Carla Fuentes, reproducido junto a otras obras en *Muchas caras de Gala Dalí*, en las calles de La Roca Village.

**FOTO DE FAMILIA**

De izquierda a derecha:
Mònica Azón,
Natàlia Via-Dufresne,
MaríaLuisa Martínez,
Asun Paniagua,
Estíbaliz Amatriain
y Pilar Pasanau.

- CAIXABANK PRESENTA -

‘Sentir la libertad’, la historia de diez MUJERES PIONERAS en la náutica

En el fascinante mundo de la náutica, hay historias que destacan por su valentía y determinación. Theresa Zabell, Natàlia Via-Dufresne, Mònica Azón, Tàmara Echegoyen, Estíbaliz Amatriain, Anna Corbella, Pilar Pasanau, Elena Delgado, Macarena Gil y Lali Pujol son diez mujeres extraordinarias que se atrevieron a romper barreras para cumplir sus sueños: ser capitana, marina mercante, práctica portuaria, navegante oceánica, deportista de élite, campeona olímpica... Sus trayectorias, sus retos y sus logros quedan recogidos en ‘Sentir la libertad’, un libro de la periodista Asun Paniagua, en el que el mar y la navegación son una metáfora de cómo la vida implica adaptarse y ajustar las velas para llegar a tu destino. “La determinación y la disciplina que demuestran estas mujeres las han llevado a alcanzar lo inimaginable y trazar nuevas rutas hacia la inclusión y la equidad en el mundo de la náutica”, asegura la escritora.

Y es cierto, pues el proyecto nace a la vez que se celebra en Barcelona la 37 Copa América, la competición más importante del mundo de la vela, y en la que este año participarán por primera vez equipos femeninos y de jóvenes promesas. La

El libro permite
al lector escribir
su final personalizado
gracias a la
inteligencia artificial

Women’s Cup y la Youth America’s Cup representan un enorme paso hacia la paridad y la inclusión en el deporte. CaixaBank es el patrocinador oficial del Sail Team BCN, el equipo juvenil y femenino que representará a España en la competición, y ha promovido también la edición y publicación de

‘Sentir la libertad’. “Para un banco comprometido con la diversidad y la igualdad, es motivo de orgullo poder apoyar la publicación de estas diez historias de mujeres extraordinarias, varias de ellas integrantes del Sail Team BCN. Son una fuente de inspiración y un ejemplo de superación”, asegura la directora de Comunicación y Relaciones Institucionales de CaixaBank, María Luisa Martínez.

Junto a la autora Asun Paniagua, CaixaBank ha diseñado una iniciativa pionera que permite experimentar con la literatura. Y es que no todo termina en la última página, sino que la inteligencia artificial ofrece la posibilidad de que cada uno elija su propio desenlace, creando un último capítulo personalizado que, además, los lectores/as podrán solicitar en formato digital o impreso para conservarlo como una obra inédita. La imaginación y la creatividad son el único límite.

- PRESCRIPTOR -

la biblioteca de MIQUI OTERO

El escritor barcelonés, autor de *Simón y Orquesta*, nos recomienda sus libros de cabecera. Desearás leerlos todos.

"LAS ILUSIONES PERDIDAS", HONORÉ DE BALZAC

«Dijo Oscar Wilde que lo que le sucede al protagonista de esta historia fue una de las grandes tragedias de su vida, que no lo pudo olvidar jamás, más que cualquier cosa que le pasara a un familiar. Yo no llego a tanto, pero en esta novela, sobre la vocación y la fascinación por el gran mundo, sobre los choques de clase y la ambición y la pureza, están muchos de mis temas. Después de leerla, sabes que en la vida toda ambición exige una traición. Y que toda gran fortuna esconde un crimen».

"MIDDLEMARCH", GEORGE ELIOT

«Firmaba George, pero se llamaba Mary Ann Evans. Ahí ya hay una pista. Esta novela total sobre los deseos y cómo la sociedad los sabotea, muy especialmente cuando eres una mujer brillantísima, es un estudio magistral sobre la vida adelantado dos siglos (o cinco) a su tiempo. Contiene algunas de las imágenes más lúcidas y vivas que podréis leer jamás. Y es uno de los libros más profundos que se han escrito».

"SUAVE ES LA NOCHE", FRANCIS SCOTT FITZGERALD

«Flaubert decía que el estilo es una forma absoluta de ver el mundo. Y nadie ha escrito con la belleza de Fitzgerald, así que de esto de vivir (y de no saber cómo vivir) sabe mucho: es imperdonable haber vivido sin haber leído a este autor. Podría poner cualquiera de sus novelas, pero esta me parece especialmente triste y hermosa. Fitzgerald ve las burbujas del champán, pero ya siente la resaca. Sabe que el confeti es magnífico cuando lo tiras hacia arriba y molesto y feo cuando cae al suelo. Es una canción bailable con una letra triste».

"PRIMER AMOR", IVÁN TURGUÉNEV

«Estoy muy a favor de las novelitas: es decir, de las novelas breves que son, en realidad, gigantescas. Y me divierten los personajes de la literatura rusa, por lo excesivos que son. Su corazón hipertrofiado les impide vivir de forma serena. A menudo necesito atrasar el reloj siglo y medio e irme a las nieves de una de estas novelitas sobre primeros deseos».



En *Orquesta* (Alfaguara, 2024), Otero da voz a la música en una verbena de pueblo. Su premiada novela *Simón* (Blackie Books, 2020) será una serie.

"EL MENSAJERO", L.P. HARTLEY

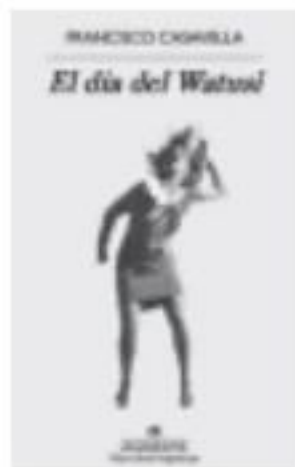
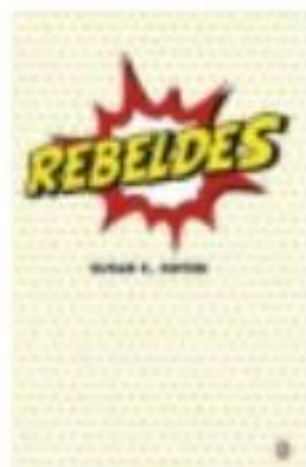
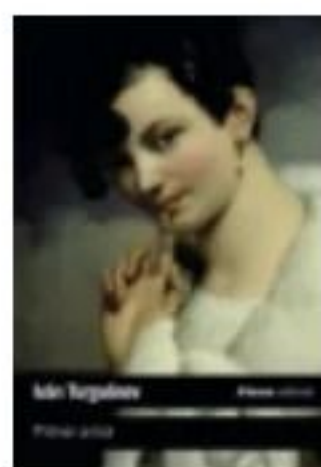
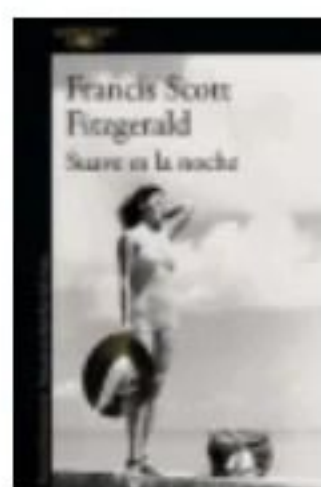
«Virginia Woolf se metía muchísimo con este tipo. Estaba fondón, era algo anticuado, un poco torpe, pero, ay, amigas, a veces hay que ser todo eso en tu vida para escribir algo tan increíblemente delicado y emocionante como esta novela. Un chico que se va de calurosas vacaciones de verano con una familia pudiente: llega siendo un niño con un traje de invierno y se va sin ser un niño pero entendiendo por qué llegó con ese traje. Una de las mejores novelas que existen sobre la pérdida de la inocencia».

"REBELDES", SUSAN E. HINTON

«Esta fue, probablemente, la primera novela sobre adolescentes, para adolescentes y escrita por una adolescente. Y se nota. Hay peleas, navajas y pompas de chicle. Hay emoción y deseo. Y hay, sobre todo, miedo. Es la novela de mi adolescencia y la regalo a toda persona que cumpla 14 años que pase a menos de un kilómetro de mí. En mi escritorio, en la pared justo encima del monitor, tengo un papel donde pone su frase más célebre: "Stay gold, Ponyboy". Mantente dorado».

"ÚLTIMAS TARDES CON TERESA", DE JUAN MARSÉ & "EL DÍA DEL WATUSSI", DE FRANCISCO CASAVELLA

«A los 19 años, trabajaba pinchando discos en una discoteca horrible del centro de Barcelona. Me pagaban en sobres, tipo Bárcenas, al acabar la noche y los domingos por la mañana hacía tiempo hasta que abrían el mercadillo de Sant Antoni, mi barrio. Recuerdo cuando, medio alucinado, sin dormir, cogí un ejemplar de la novela de Marsé. Después de leer la primera página allí mismo, de pie, supe que no solo seguiría escribiendo, sino que intentaría publicar. Su heredera es la de Casavella, con un estilo "duro, hermoso y elástico" sin el que yo jamás habría sido escritor. Sirvan como novelas de Barcelona, mejor que cualquier guía turística».



- LA CIENCIA AL SERVICIO DEL CABELLO -

WOMAN

madame
FIGARO

Los antioxidantes forman parte de nuestro día a día. Los incluimos en nuestra dieta y nuestros tratamientos faciales y corporales, así que el siguiente paso es nutrir nuestro cabello con los mismos beneficios gracias a los productos de I.C.O.N. Suscríbete a WOMAN MADAME FIGARO y descúbrellos.

Los radicales libres se encuentran no solo en el aire que respiramos, sino también en el sol que brilla sobre nosotros. ¿Cómo podemos combatirlos en zonas tan expuestas como el cabello y protegerlo del envejecimiento? Gracias a la innovación de I.C.O.N.

1. Mascarilla de tratamiento Transformational Infusion: mejora la elasticidad al tiempo que aporta protección. Mantiene el cabello sano y aporta cuerpo y brillo en tan solo un minuto.

2. Dry shampoo: absorbe el exceso de grasa gracias a la harina de almidón de arroz y la harina de semillas de cebada, y protege el cabello de los agentes ambientales gracias a las semillas de nephelium.

3. Champú antioxidante Fully: con extractos de frutas para combatir los radicales libres, aloe para aumentar la hidratación y proteínas de arroz para dar cuerpo y volumen al pelo.

Lote valorado
en 106 €



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

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

UN DISCO

Las chicas de **Hinds** vuelven con fuerza, ahora en formato dúo, con nuevo sello (el londinense Lucky Number) y con colaboraciones vibrantes como la de Beck y la de Grian Chatten de Fontaines D.C. **Carlotta Cosials y Ana García Perrote** definen su nuevo álbum **Viva Hinds** como el más exitoso, aventurero, honesto y festivo de toda su carrera. Incluye su primer tema en español, *En forma*. A la venta el 6 de sept.



ARTE

La fiesta de las galerías se ha convertido ya en una cita imprescindible en el arranque del curso: **Apertura Madrid Gallery Weekend**, con 54 participantes, se celebrará del 12 al 15 de sept., mientras que **Barcelona Gallery Weekend**, con 27, lo hará del 19 al 22 sept.

NUESTRAS APUESTAS

- UNA PELÍCULA -

A medio camino entre documental y ficción, *La hojarasca* es la ópera prima de la directora canaria Macu Machín y ha causado sensación allí adonde va: Berlinale, Málaga, D'A, DocumentaMadrid... Ofrece una mirada femenina sobre el mundo rural en plena erupción del volcán de Cumbre Vieja en La Palma y llega a los cines el 13 de septiembre.



UN LIBRO

La editorial Alba recupera el sorprendente libro **Seis mujeres criminales**, escrito en 1949 por Elizabeth Jenkins. Una recopilación de casos reales acaecidos entre los siglos XIV y XIX y protagonizados por ladronas, falsificadoras y asesinas.

Patricia Donn (en la foto), Manuel Herrera hijo, Rocío Luna, Lucía La Bronce... Los valores emergentes del arte jondo se reunirán del 12 al 15 de septiembre en el festival SUMA FLAMENCA JOVEN, en Teatros del Canal. El preludio perfecto mientras esperamos la llegada de Suma Flamenca, del 15 de octubre al 3 de nov.



Una serie

El 30 de agosto llega a Netflix el primer drama hospitalario español: "Respira". Creado por Carlos Montero ("Élite"), está protagonizado por Blanca Suárez y Aitana Sánchez Gijón (en la foto), Najwa Nimri y Manu Ríos. Se vienen emociones fuertes.

POR ISABEL LOSCERTALES.

EDITOR'S CHOICE

Revisitar una expo magistral o descubrir nuevos espacios en Barcelona y éxitos llegados de Francia para una rentrée cultural.

Myriam Serrano, redactora jefa.

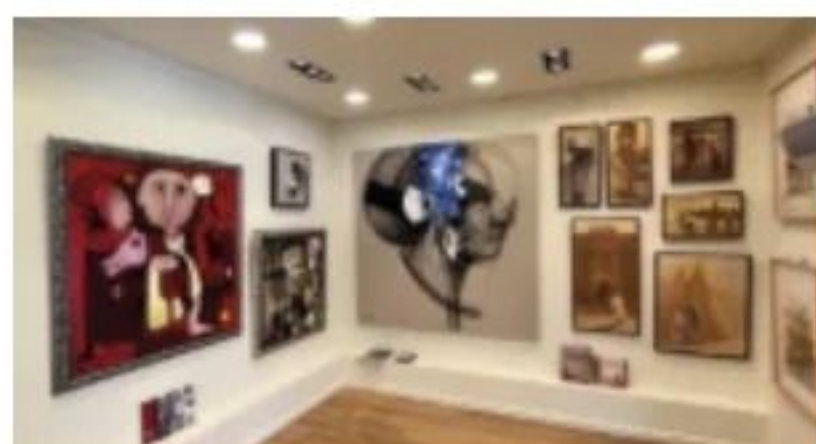
Esa desconocida

La mente y sus deterioros cognitivos en este ensayo de investigación escrito por una psicóloga que mezcla ciencia y literatura. Duro pero espléndido.



La bohemia de Montmartre

Repito en sus últimos días de exposición en el MNAC: "Suzanne Valadon, una epopeya moderna", con un centenar de retratos, desnudos y otros géneros de la pintora, dibujante y grabadora.



Galería de arte Chantier

Obras como las del colombiano Duván López o la panameña Olga Sinclair en esta nueva galería. Merece una visita en el barrio de Sarrià (Manuel de Falla, 36).



La nueva "chanson"

No dejo de escuchar a la cantautora Zaho de Sagazan desde que dedicó su inigualable versión de "Modern Love" de Bowie a Greta Gerwig en el Festival de Cannes.

Arket

En Pº de Gràcia, 26, está la primera tienda en España de esta marca nórdica de diseño. Reserva tiempo para su irresistible bookshop.





LA CAPITAL DEL MUNDO

En la Louis Vuitton 37ª America's Cup Barcelona, cinco equipos desafiarán al campeón actual, el Emirates Team New Zealand. A la dcha. el icónico Monumento a Colón, en la Ciudad Condal.



A toda VELA

Del 22 de agosto al 27 de octubre, Barcelona se va a convertir en el centro de todas las miradas. Ante la celebración de la Louis Vuitton 37ª America's Cup, el tercer evento deportivo más seguido del mundo, la ciudad vibrará como en los mejores tiempos. Y se ha puesto aún más guapa.

POR ISABEL LOSCERTALES

Dos millones y medio de turistas visitarán Barcelona durante la Copa América de Vela. Es, al menos, la previsión según un estudio de la Universitat Pompeu Fabra. No es descabellado si tenemos en cuenta que este evento deportivo, además de ser el más antiguo de la Historia y uno de los más exigentes, es el tercero con mayor impacto económico después de los Juegos Olímpicos y el Mundial de Fútbol. Un impacto que se prevé que ascienda a los 1.200 millones de euros en Barcelona. Una ciudad que, curiosamente, es la única del mundo en haber acogido estas tres citas: la futbolística en 1982 (ex aequo con otras ciudades españolas), la olímpica en 1992 y la náutica este 2024, aunque ya desde el pasado año se están

organizando regatas preliminares.

En medio de la alta expectación, la Ciudad Condal se ha estado renovando –especialmente en la parte de su litoral– con el objetivo de ofrecer su mejor cara, mientras que ha preparado una intensa agenda cultural abierta a todos.

DE QUÉ VA

Por mucha importancia que se le presuponga, quizá nunca has oído hablar de la Copa América de Vela. ¿Cómo funciona? ¿Por qué tanto interés? Lo primero que debes saber es que los barcos AC75 que participan son una absoluta virguería tecnológica: sus foils o hidroalas de alto rendimiento hacen que no naveguen, sino que prácticamente vuelen. Los regatistas son los mejores del planeta y el secretismo es extremo.

Hay un total de seis equipos compitiendo, pero el ganador de la anterior America's Cup lleva ventaja: se va directo a la regata final. Es el llamado Defender (por aquello de que es el defensor de la preciada copa). Y ese actualmente es el neozelandés Emirates Team New Zealand. Son unos cracs, pues han sido campeones cuatro veces desde 1995.

Los otros cinco equipos son el INEOS Britannia –que nunca ha ganado, y eso que cuenta con el apoyo de uno de los hombres más ricos de Gran Bre-

taña, sir Jim Ratcliffe–, Alinghi Red Bull Racing (Suiza), Luna Rossa Prada Pirelli (Italia), NYYC American Magic (EEUU) y Orient Express Racing Team (Francia), que por primera vez se une a la carrera. Estos cinco barcos se batirán por la Louis Vuitton Cup en tres fases (la Final será del 26 de sept. al 5 de octubre). Solo uno, el ganador de la Louis Vuitton Cup, competirá con el Defender, Emirates Team New Zealand, en la Louis Vuitton America's Cup Match, la regata que más expectación generará, del 12 al 21 de octubre. De ahí la famosa frase que siempre suena en el evento: ¡No hay segundo! O ganas o no.

WOMAN POWER

Para hacer crecer este deporte en el futuro, Barcelona acogerá las primeras regatas femeninas y juveniles de la historia de la Copa América. Para ello se ha introducido una nueva clase de barcos, los AC40, hermanos pequeños de los AC75. La Unicredit Youth America's Cup tendrá lugar del 17 al 26 de septiembre, y la Puig Women's America's Cup, del 5 al 13 de octubre. Más de 70 mujeres regatistas participarán y habrá equipo español. En el Sail Team BCN estarán Silvia Mas, Támara Echegoyen, María Cantero, Paula Barceló y Neus Ballester. Cinco championas. ➤

PUIG WOMEN'S AMERICA'S CUP

Barcelona acogerá la primera regata femenina de la historia de Copa América. Tendrá lugar del 5 al 13 de octubre y el galardón (abajo) lo ha diseñado la reconocida Patricia Urquiola.



CON LOUIS VUITTON

La firma ha fabricado los baúles para transportar la Louis Vuitton Cup y el legendario trofeo Auld Mug. Arriba, la primera Louis Vuitton City Guide Barcelona sale el 23 de agosto.

Barcelona aprovechará la Copa América y la renovación de su litoral para reforzarse como hub náutico.

DE PUERTO EN PUERTO

El litoral barcelonés será el centro de esta fiesta náutica (además de la sede de los equipos). Todos querrán pasar por aquí y sus puertos se han sacado brillo, renovándose por completo unos, modernizándose otros y con atractivas propuestas todos.

Marina Port Vell, en el emblemático Port Vell, se ha transformado con un nuevo proyecto paisajista más amable con los ciudadanos y más sostenible. También con más amarres. A su oferta gastronómica habitual –The Sea Garden y Blue Wave, premiados por su diseño– se suman nuevas zonas VIP, catering para las embarcaciones, una tienda oficial de merchandising de la Copa América y Luxury Boutiques de carácter efímero con las mejores marcas (Louis Vuitton, claro, entre ellas). Si quieres ver las regatas desde el mar y de la manera más exclusiva, aquí podrás contratar la experiencia *VIP on board*, en colaboración con los yates de lujo Wajer.

Si te interesa profundizar sobre el evento, también en el Port Vell, en Maremàgnum, podrás adentrarte en la America's Cup Experience, una exposición inmersiva con simuladores incluidos para saber qué se siente a bordo de un AC75.

El Port Olímpic se construyó en las Olimpíadas, pero acabó convertido en un dudoso destino nocturno. Ya no. Totalmente nuevo, ha cambiado por completo de dirección para centrarse en el público familiar y foodie y en la economía azul. Más conectado con la ciudad, ahora cuenta con amplias zonas de paseo, una gran plaza central de 10.000 m² y un dique –llamado de Abrigo– convertido en un sugerente mirador. El Muelle de Mestral acogerá a emprendedores, el nuevo Centro Municipal de Vela impulsará la formación en deportes náuticos y el Balcón Gastronómico acogerá once restaurantes y tres espacios gourmet. Se han seleccionado propuestas culinarias de calidad y sostenibles: Pantea by Hermanos Torres, Sagardi, Superlocal (flexitariano), Familia Nuri (cocina marinera), El Cangrejo Loco... En el Port Olímpic, por cierto, se celebrarán las regatas juveniles y femeninas.

Pasado el hotel W Barcelona se encuentra la zona portuaria más moderna de la ciudad: Marina Vela. Con unas excepcionales instalaciones, 130 amarres y oficinas de empresas líderes en el sector náutico, acaban de inaugurar el nuevo edificio Mirador y la nueva Rambla del Rompeolas, así como servicios exclusivos para las embarcaciones. Vale la pena acercarse aquí para comer en cualquiera de sus cuatro restaurantes: Velissima, un italiano premium de lo más animado (y bonito); Camping Mar (Grupo Tragaluz), con una terraza tan estupenda como sus arroces; Anita's (Grupo Isabella's), de cocina marinera; y Port Vela, una cervecería con carta de tapas en pleno rompeolas.



El Port Olímpic se ha renovado para conectarse con la ciudad y convertirse en un destino familiar, foodie y promotor de la economía azul.

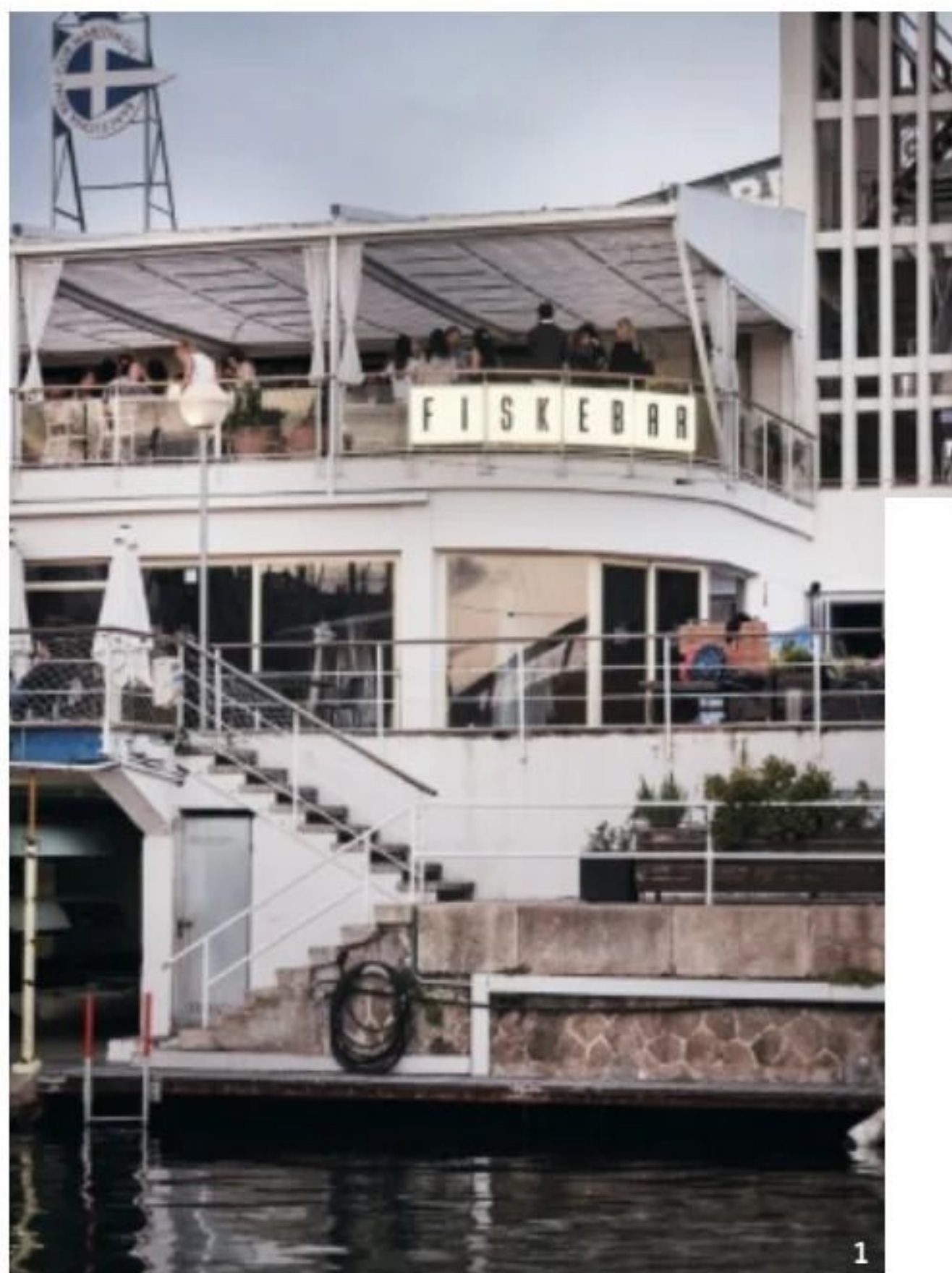


Marina Vela, el puerto más nuevo de la ciudad, cuenta con cuatro restaurantes y el primer cargador de embarcaciones eléctricas de la ciudad.



Marina Port Vell se ha modernizado y acogerá pop ups de tiendas de lujo, además del servicio *VIP on board* para ver las regatas desde yates de lujo.

GASTRO *dónde comer después de las regatas.*



1



2



3



4

Para brindar

El rooftop del hotel Claris (Pau Claris, 150) completa su oferta slow food a cargo del chef Pedro Salillas, con el cóctel Copa América. Está elaborado con vodka, blue curaçao, zumo de piña y limón y clara de huevo.



1. FISKEBAR

En el corazón del Port Vell, este restaurante de diseño del Grupo Tragaluz es mitad nórdico, mitad mediterráneo. Su terraza, maravillosa, emula el deck de un barco y cuenta con una zona más informal, Fis K Bar. Pº Ítaca, 3.

2. TIME OUT MARKET

La planta superior del Maremàgnum se renueva con este market foodie de más de 5.000 m². Entre sus 14 cocinas (para degustar en mesas comunales), un restaurante y cuatro bares, encontrarás opciones tan top como la terraza del Paradiso.

3. VRABA

El restaurante oficial de la America's Cup Experience, también en el Maremàgnum, está capitaneado por el reconocido Albert Ventura (Cuore). Cocina mediterránea con toques asiáticos y un aviso: las croquetas las bordan.

4. ALMANAC BARCELONA

Atenta a los packs especiales Copa América de hoteles como este en Gran Vía, 619. Los sábados del 30 de agosto al 26 de octubre ofrecen a diez huéspedes ver la regata desde el mar mientras degustan a bordo la cocina del restaurante Virens.

Dentro de la Regata Cultural, en julio se celebró Clàssica a la Platja, un concierto gratuito y muy especial de Gustavo Dudamel y Ludovico Morlot en la Playa de Sant Sebastià.



La Regata Cultural busca acercar la Copa América a la ciudadanía con una amplia programación gratuita de más de 200 actividades deportivas, artísticas, gastronómicas y didácticas. Uno de sus epicentros será el Race Village, en el Moll de la Fusta, donde los fines de semana desde el 30 de agosto hasta el 20 de octubre tendrán lugar más de 24 actuaciones.

LA CEREMONIA DE INAUGURACIÓN

Una de las fechas clave será el 10 de octubre. Al caer el día, la Playa de Bogatell albergará una gran ceremonia de inauguración de la Match Race Final (recuerda, en la que se jugarán la gran copa el Emirates Team New Zealand y el ganador de la Louis Vuitton Cup). Será gratuita, abierta a todos y promete ser un gran espectáculo visual que se seguirá en todo el mundo.

OTRAS CITAS

Del 20 al 24 de septiembre, durante las fiestas de la Mercè, el Muelle de Mestral del renovado Port Olímpic acogerá once espectáculos y uno itinerante nocturno en el espigón del Bogatell. En octubre se celebrará la regata de exhibición de patines de vela catalanes. Será la más grande de la historia, con unas 300 embarcaciones participantes. Exposiciones especiales en el Museu Marítim, un ciclo de debates o el espectáculo *De sirenes i robots* (10 oct.) en el CCCB, la muestra *El Océano habla. Nuevas ecologías y economías del mar* (a partir del 10 oct.) en el DHUB, clubs de lectura sobre el mar en las bibliotecas o las ferias gastronómicas Born Street Food (21-22 sept.), Barceloneta Tast (27 sept.-6 oct.) o Mercat de Mercats (18-20 oct.) son otros planes de la Regata Cultural.

DÓNDE DORMIR



W BARCELONA

El icónico cinco estrellas con forma de vela te permitirá disfrutar de las regatas... ¡desde tu cama! También desde sus restaurantes Noxe (en la planta 26), Fire (desde su terraza) y Salt, con entrada independiente.



BORNETA

La nueva marca de hoteles lifestyle Miiró acaba de abrir este alojamiento en el barrio del Born. Creado por el prestigioso estudio londinense Thurstan, ofrece 92 habitaciones, restaurante con terraza y rooftop.



GRAND HOTEL CENTRAL

Recién renovado, este hotel de diseño y toques noucentistas en plena Via Laietana cuenta con una hermosa terraza en su azotea, donde podrás tomar un cóctel y una cena informal. Pronto abre nuevo restaurante.

actividades efervescentes.

Manifesta 15

La bienal nómada europea celebra su 15ª edición en Barcelona y región metropolitana, entre el 8 de septiembre y el 24 de noviembre. Su propósito: que los agentes culturales, conjuntamente con los ciudadanos, piensen enfoques para la transición ecológica. Por ejemplo, transformando ubicaciones en desuso, como las tres chimeneas de Sant Adrià (foto), que será un hub audiovisual, digital y del videojuego.



El cantante Robbie Williams en su muestra del MOCO Museum.



Instalación en el nuevo White Rabbit Museum.

BIENAL DE PENSAMIENTO

Del 8 al 13 de octubre, el Institut de Cultura de Barcelona y el CCCB celebrarán este encuentro: grandes personalidades (entre ellas la escritora Zadie Smith, en la foto; el dramaturgo Wajdi Mouawad o la Nobel Herta Müller) debatirán sobre un tema: reconsiderar la noción de progreso.



FOTO CARLO BORLENGHI, JULIEN OPPENHEIM, MARC MEDINA, ARNAU ROVIRA.

OTRO TIPO DE MUSEOS

Tras su éxito en Ámsterdam, **Moco Museum** abrió sede en Barcelona en 2021, en un bello palacete gótico del Born (Montcada, 25). Con su arte contemporáneo mainstream, que incluye obras inmersivas y firmas de renombre, se ha convertido en un referente cultural ineludible. Ahora, hasta el 20 de nov., puedes disfrutar *Confessions of a Crowded Mind*, la exposición de **Robbie Williams**. Y si quieres profundizar en las tradiciones barcelonesas, no te pierdas el nuevo Off-Museum **White Rabbit**, en Paseo de Gràcia, 55. Con obras de TV Boy o Mina Hamada, te sumerge en la cultura local de la manera más curiosa.



HOTEL ARTS

El emblemático cinco estrellas está en plena renovación a cargo del reconocido estudio Meyer Davis. Al realizarse por fases, se puede seguir disfrutando. Alberga el dos estrellas Michelin Enoteca, de Paco Pérez.



SOFITEL BARCELONA SKIPPER

El sello francés de lujo aporta sofisticación en el popular barrio de la Barceloneta. Además de muchas habitaciones con vistas privilegiadas al mar, cuenta con un rooftop que será codiciado durante la Copa.



THE BARCELONA EDITION

En el corazón del Born, muy cerca del Mercat de Santa Caterina y a unos minutos caminando de la Barceloneta, este cinco estrellas destila buen gusto y atmósfera cool. No te pierdas su The Roof.

- AURORA CATÀ -

Capitana de Barcelona

Vicepresidenta de la Louis Vuitton 37^a America's Cup, esta directiva de alto nivel, tenaz y cercana, asegura que fue la propia ciudad la que ganó la candidatura. Un éxito de todos que nos abre de nuevo al mundo.

POR MYRIAM SERRANO
FOTO ALEX RIVERA

Sus horas parecen más largas que las del resto, porque además de ser la vicepresidenta de la 37^a America's Cup y, en lenguaje ciudadano, "la persona que ha traído la Copa América a Barcelona", anda en otros mil frentes, siempre activa, curiosa y, lo mejor de todo, humilde, algo muy elogiado para una de las mujeres con más poder en los consejos de administración de España. Exdirectora de grupos de comunicación y de RTVE en Cataluña, Aurora Catà presidió de 2020 a 2022 Barcelona Global, la organización que consiguió la designación.

Tu nombre está en boca de todos este año, ¿cómo lo lleva alguien tan aparentemente discreta como tú?

generar, retener y atraer talento. Hicimos cosas con las universidades, con la ley de universidades para la generación del talento, tuvimos un papel fundamental en la ley de startups. Me hizo mucha ilusión el día que se votaba en las cortes, cuando desde Moncloa me llamaron a nivel personal para asistir a la votación de una ley que neutralizaba la fiscalidad para los no residentes, comparándola con países como Portugal y Francia y a la cual ningún grupo se opuso. Barcelona

¡Como puedo! Es evidente que me gusta más un segundo que un primer plano. Solo vociferan los que no tienen actos que los avalen, y creo que las mujeres somos más de hacer y menos de decir. Mi vocación y la razón principal de estar aquí es un servicio a la ciudad y a los ciudadanos de Barcelona, y eso es lo que le da sentido y me motiva a seguir empujando este proyecto.

Me imagino conversaciones intensas, frenéticas, para sacarlo adelante. ¿Fue un periodo apasionante en tu trayectoria?

Estoy muy orgullosa del trabajo de todo el equipo en esos dos años en los que conseguimos, evidentemente, ganar la candidatura, pero muchas otras cosas más. Yo siempre digo que esto ha sido una carrera de relevos: yo corrí los 100 metros últimos, pero sin los anteriores presidentes de Barcelona Global, yo no habría podido hacerlo, se habían hecho muchos deberes antes. Se habla poco, pero lo que conseguimos hacer antes de pensar ni siquiera en presentarnos a la elección, fue crear una agencia para atraer inversiones, Barcelona Partners, con una colaboración público-privada y 30 empresas de este país (10 multinacionales, 10 del IBEX y 10 catalanas). Mi mantra o mi objetivo era "Barcelona, ciudad del talento".

¿Y qué vino después?

Los tres pilares de trabajo fueron

**TODO A PUNTO
PARA ZARPAR**

«Del 29 de agosto al 27 de octubre ocurrirán muchas cosas en Barcelona y todo será gratuito y abierto a la ciudad», nos explicó Aurora Catà, vicepresidenta de la Copa América y último Premio Extraordinario Woman Sport.



«La competición tiene un impacto muy importante para todos que no podemos desaprovechar».

Global continúa y seguirá cosechando éxitos.

Conseguir poner a todos de acuerdo, como ocurrió en Barcelona'92, ¿es más difícil en estos tiempos?

La experiencia de liderar y de conseguir unir todas las voluntades para presentar la candidatura fue muy intensa. Hubo muchos momentos de dificultad, sí, pero se produjo la complicidad entre todas las administraciones. Y sumado al apoyo de la sociedad civil hizo de Barcelona una opción muy singular. El Puerto de Barcelona tuvo la valentía de plantear que las bases de los

equipos estuvieran en Port Vell, lo que le da un carácter ciudadano, el Ayuntamiento se volcó y sigue haciéndolo con todo tipo de iniciativas para implicar a toda la ciudadanía. Porque es un evento gratuito, donde todo el mundo podrá participar. La Generalitat tuvo un papel esencial, porque se puso a liderar todas las administraciones y >

a firmar respondiendo delante de todo el mundo. Y nos apoyó el Gobierno, con una exquisita neutralidad, porque había otra ciudad que se presentaba, Málaga.

Y la respuesta de la ciudadanía parece ser estupenda...

Es que esta ciudad siempre late. Somos acogedores, abiertos, globales, curiosos e integradores. Yo creo que todo esto se percibe y, de hecho, cuando hablas con cualquiera de los equipos que están aquí, se maravillan de la acogida, de cómo vivimos, de cómo funciona todo. A veces tienen que venir de fuera a decirnos nuestras virtudes, pero es verdad.

¿El trabajo más difícil por tu parte ya está hecho? ¿Vas a poder disfrutar de la celebración?

Después de la gran labor de tanta gente de primerísimo nivel, creo que ha llegado la hora de invitar a todo el mundo y disfrutar. Seguro que habrá mil cosas y momentos en los que tendrás que estar en el último minuto, pero hay un equipo muy bueno en la organización que está haciendo un grandísimo trabajo y que tiene todo listo para empezar.

¿Cuál es la mejor forma de seguirla?

Desde la playa, porque la costa aquí gana profundidad muy rápido y la regata ocurre muy cerca, es decir, la podrás ver desde la misma playa y muy bien. No es necesario salir fuera en un barco para verlos. Yo recomiendo mucho seguirla desde una pantalla, también desde un iPad o un iPhone, no hay que darse de alta, se retransmite en abierto, también en televisión, en España y en todo el mundo. Habrá zonas –el Moll de la Fusta, la Plaça del Mar o la playa del Bogatell– con sitios habilitados con bares, conciertos, catas de vinos o de comida, conferencias... una oferta muy amplia que te permite disfrutar de lo que va ocurriendo. E, insisto, todo de acceso gratuito.

¡Qué gran noticia que haya una regata femenina por primera vez!

Sí, la Puig Women's America's Cup empezará el 5 de octubre con 12 equipos, los 6 grandes que están aquí y otros 6, uno de ellos el español Sail Team BCN. Es algo justo, porque las mujeres han destacado mucho en vela en España, tenemos grandísimas medallistas olímpicas y también en campeonatos mundiales. Creo que es un hito en sí mismo desde un punto de vista del deporte de vela femenino, pero también un reconocimiento a todas estas mujeres que son sobresalientes y es extraordinario lo que hacen.

*«La regata
ocurre muy
cerca, se verá
muy bien
desde las
playas, habrá
pantallas y
será gratuito».*



EN EL HORIZONTE

La foto al revés. «La imagen icónica de Barcelona será con la ciudad como horizonte», muestra divertida Aurora Catà en el Instagram de la prueba (@americascup), «un punto de vista distinto al que estamos acostumbrados. Es una competición muy larga, 68 días», nos explica en su despacho en World Trade Center Barcelona (WTCB), desde donde se contempla todo el escenario sobre el mar, «que tiene en común valores con nuestra ciudad: **tecnología e innovación**». El impacto económico es muy claro: «alrededor de mil millones de euros, según un estudio de la Universidad Pompeu Fabra del año pasado, y unos 19.000 puestos de trabajo de nueva creación». En cuanto al turismo que generará, Catà defiende que es de más larga duración y dado que las regatas se disputan tres o cuatro días a la semana, no siempre consecutivos, puede visitar otras zonas que también se benefician. «El turismo hay que gestionarlo, yo prefiero eso a no tenerlo», declara.

¿Qué días no hay que perderse? «El 22 de agosto empiezan las prerregatas, que no puntúan, pero será maravilloso ver competir por primera vez a los **seis barcos nuevos**. El 29 de agosto empieza la Louis Vuitton Cup, y durante septiembre se irán eliminando entre ellos hasta que quede un finalista, que a partir del 11 de octubre desafiará al **Defender (Emirates Team New Zealand)** en el duelo final, que ganará el que sume siete victorias. Y anota esta fecha: 10 de octubre, la ceremonia inaugural previa a la final, en la Platja del Bogatell, un espectáculo abierto a todos de los que Barcelona sabe hacer. Será increíble vivirlo». Desde sus ventanales, Aurora Catà nos contagia las inmensas ganas y la emoción mirando al infinito: «Somos mediterráneos, **el mar nos lo da todo**. No eres capaz de entender cuánto lo añoras hasta que no lo tienes cerca. Es como el horizonte, que no tiene fin, ¿verdad?».



Así actúa

Tanto el champú, la mascarilla como el aceite forman parte de un ritual completo donde actúan en sinergia para potenciar la reestructuración y reparación capilar. La incorporación de los ingredientes y su concentración se ha medido para lograr la máxima eficacia usados en conjunto. www.arkhecosmetics.com



- RECUPERA, REVITALIZA, RESTAURA Y REGENERA -

VITALIDAD Y BRILLO PARA TU PELO TRAS EL VERANO

Sal y cloro, sol, tratamientos de color, cepillados y herramientas de calor, han mermado la protección natural del cabello. Con el tratamiento Rescue de Arkhé Cosmetics recuperarás la fuerza e hidratación de tu melena, por fuera y por dentro.

Necesitamos revitalizar, restaurar y regenerar el cabello desnutrido por las agresiones del verano. Sal, cloro, arena, decoloraciones, aumento de recogidos, extrema sequedad... La gama Rescue de Arkhé Cosmetics es un tratamiento nutritivo y reconstructor que proporciona fuerza, nutrición y luminosidad al cabello. Repara la fibra de forma interna y externa y repone la pérdida de vitaminas, minerales y proteínas esenciales.

EN BUSCA DE UN RESULTADO PERFECTO

La línea está compuesta por un champú, mascarilla, aceite y booster. En apenas 28 días notarás resultados.

1. Repair Champú (limpieza). Tiene acción reestructuradora y fortalecedora. El cabello estará más fuerte en un 80%.

2. Repair Mask (tratamiento). Tratamiento nutritivo y reconstructor. El cabello se vuelve un 90% más manejable y está un 85% más nutrido.

3. Intense repair oil serum (tratamiento). Aceite nutritivo con acción iluminadora y fortalecedora. Ganarás un 75% más de nutrición y suavidad.

4. Repair booster (acabado). Completa el tratamiento con un concentrado de reconstrucción y fortalecimiento.

LOS INGREDIENTES MÁGICOS

Esta gama cuenta con dos encapsulados prebióticos. Por un lado *Chlorella Vulgaris*, que es común a todas las familias de Arkhé y, por otro el específico de esta gama que es el hidrolizado de queratina de alto y bajo peso molecular.

1. La *Chlorella vulgaris* equilibra, revitaliza y rejuvenece el cuero cabelludo para evitar alteraciones (inflamación, exceso de grasa). Fomenta el cierre de poros abiertos, encerrando el tallo y la raíz del cabello para aumentar su fuerza.

2. La queratina de Arkhé combina proteínas de alto y bajo peso molecular, reparando interna y externamente.

Y además... Rescue cuenta con dos activos potenciadores: el aceite de abisinia que nutre y fortalece la fibra capilar restaurando su hidratación y las mantecas de cacao, karité y murumuru con acción nutriente rica en vitaminas y ácidos grasos. Su fragancia de aceites esenciales naturales potencia los beneficios de la aromaterapia.

- MAITE CASADEMUNT -

El sueño AMERICANO

La diseñadora y empresaria vive el momento más dulce de la marca Lola Casademunt, fundada por su madre hace más de 40 años. Un nuevo punto de inflexión: diseñar los uniformes del equipo americano de la America's Cup.

POR MYRIAM SERRANO FOTO ÁNGEL JIMÉNEZ

Conociéndola, le tuvo que costar mantener casi en secreto el gran proyecto que se traía entre manos. Toda espontaneidad y simpatía, nos muestra ahora su colección más especial hasta la fecha con la misma pasión de siempre. Lola Casademunt es el proveedor oficial de la ropa formal del New York Yacht Club American Magic durante la celebración de la 37ª America's Cup y patrocinador oficial del equipo femenino American Magic para la Puig Women's America's Cup.

La marca no ha dejado de crecer, pero un paso así, hacer una equipación para un gran acontecimiento deportivo, ¿te lo hubieses podido imaginar?

No, nunca pensé en llegar a esto ni a donde está hoy la marca. Para mí es un gran logro, privilegio y reconocimiento a todo el esfuerzo que hay detrás, y demuestra nuestra capacidad para estar a la altura de eventos tan importantes como este. Alcanzar este hito, además en nuestra ciudad, es como mi sueño americano. Creo que marcará un antes y un después.

¿Qué aportará este proyecto a la firma?

Estamos en plena expansión, por lo que asociarnos con un equipo internacional nos ayudará a aumentar la visibilidad y el reconocimiento de la marca más allá de las fronteras, además de posicionarnos como la única empresa catalana vistiendo a un equipo en este prestigioso evento. Confiamos en que esta alianza nos abrirá puertas a nuevas colaboraciones y, sobre todo,

fortalecerá nuestra identidad, imagen y prestigio.

Cuando se paralizó el mundo por la pandemia, vosotros estabais sentando las bases de lo que sería el despegue definitivo... ¿cómo habéis crecido tanto?

Es en un momento muy bueno, fruto de mucho esfuerzo y trabajo. El covid nos obligó, como a otros muchos, a reinventarnos y encontrar nuevas maneras de conectar con el público. En nuestro caso, la incorporación de Paco Sánchez como CEO y de mi marido, Fernando Espona, como presidente nos facilitó comenzar a construir todo lo que estamos viviendo. Rediseñamos los equipos, apostando por el talento que ya teníamos y dando la bienvenida a otros nuevos, para llevar a cabo la transformación que nos ha permitido estar donde estamos hoy. Empezar a



NUEVOS HORIZONTES

En el puerto de Barcelona, en la base oficial del equipo americano de la America's Cup, Maite Casademunt nos contó que diseñar su equipación para este gran evento «es un hito para la marca y una gran satisfacción como barcelonesa». Va vestida con prendas de la colección, algunas a la venta en sus tiendas.

desfilar anualmente en MBFWM y seguir en 080 Barcelona Fashion, lanzar campañas de imagen... eso nos ha permitido fortalecer nuestra marca y conseguir, poco a poco, todas las metas que nos hemos propuesto.

A este ritmo, vuestro ejemplo se estudiará en las escuelas de negocios, como en la que tú te formaste...

Sería algo increíble, para mí es todo un honor que Lola Casademunt pueda inspirar a futuros emprendedores, y que lleguen a conocer la trayectoria de la marca, su historia y la creatividad e innovación que hay detrás de todos los procesos. Me enorgullece habernos convertido en un referente para los apasionados de la moda. Queremos dejar un legado para las futuras generaciones. Al final, yo siempre digo que somos más que una marca de moda, porque buscamos trascender con nuestros valores y ser partícipes de la felicidad de las mujeres a través de la vestimenta.

Con una ropa que implica actitud...

Nuestras prendas están pensadas para mujeres *Pretty, Punk y Powerful*, que tienen ese espíritu divertido y natural, que son seguras de sí mismas y que tienen mucha energía y ganas de comerse el mundo. Queremos conectar con nuestra clienta y eso pasa por sorprender y conseguir enamorar.

¿Qué es lo mejor que habéis hecho?

Seguir la fórmula del éxito: pasión, trabajo y constancia. Trazar una estrategia de negocio, profesionalizar la compañía y poner talento al frente de todos los equipos para conseguir llegar a los resultados. Nuestro objetivo actual es seguir creciendo y nuestra estrategia pasa por consolidarnos en el mercado doméstico y seguir expandiéndonos en el internacional.

¿Qué tanto por ciento de ventas es internacional?

El 27 %, que se dice pronto. Es increíble el vuelco que ha dado la marca en cuestión de cuatro años. Tenemos 24 tiendas propias y 42 córners en El Corte Inglés en el territorio nacional. También contamos con tiendas en Andorra, Portugal y Arabia Saudí. A través de nuestro canal de multimarca estamos ya en más de 36 países... Y también en el canal online con e-shop propio en 8 países, en los e-commerce de El Corte Inglés de Portugal y el de Palacio de Hierro en México, y en el marketplace Zalando en 12 países... siempre sorprende ver que tu marca está funcionando en lugares que nunca te hubieras imaginado.

Y en este punto álgido, ¿te sientes más diseñadora o empresaria?

Ser diseñadora es mi camino, mi profesión y mi felicidad. Tanto mi creatividad como mi devoción por el diseño son mi esencia y mi motor, y los responsables del corazón de la marca. Aunque debo admitir que me encanta tener esa visión

«Esta colección se inspira en el mar Mediterráneo, en Barcelona y su modernidad atemporal. De estilo navy, las propuestas para mujer y hombre aúnan deporte y moda, cada vez más cerca».

360 de la empresa para poder estar en el día a día y en la toma de decisiones.

¿Es un orgullo formar una empresa familiar y cien por cien barcelonesa?

Nuestra ciudad es epicentro de innovación, diseño y creatividad, rica en cultura, gastronomía, historia y tradición. Que nuestra marca forme parte de esta identidad es motivo de gran orgullo, así como recibir el apoyo de toda la familia. Saber que vamos a mantener viva la esencia de la empresa generación tras generación, convirtiéndose en un legado y uniéndonos cada vez más, nos anima a seguir innovando, trabajando y creciendo todos juntos.

.....

Expedición VIAJAR



Con el expedicionario **Javier Cacho**.
Físico, investigador polar
y divulgador científico.



DEL 16 DE MARZO AL 5 DE ABRIL DE 2025

..... — Antártida y Malvinas —

Rumbo a los confines del mundo
Naturaleza y vida salvaje

.....

Infórmate e insíbete en:

<https://www.club-viajar.es/expediciones>

.....

expedicionviajar@clubmarcopolo.es
900 909 698
azulmarinoviajes.com

azulmarino

DOLCE & GABBANA

La incombustible Naomi Campbell —ojo a la exposición *Naomi in fashion*, que el museo Victoria&Albert de Londres le dedica hasta abril 2025— defendió como nadie las propuestas otoño-invierno 2024 de la casa italiana en Milán.



POR ESTER AGUADO

Enseñar lo íntimo se ha convertido en un acto de REBELDE FEMINIDAD, de nueva y sensual libertad, que se ha quedado a vivir en las pasarelas. Fans. También de la oda al negro que han defendido Dolce & Gabbana y Valentino esta nueva temporada. A continuación, todas las tendencias de este otoño.


Gorra de lana (750 €), blusa de seda con lazo (1.600 €), falda (890 €) y bolso de charol (2.600 €); todo, CELINE BY HEDI SLIMANE. Pendientes Move Link (12.900 €), anillo Move 10th (5.600 €), pulsera Move 10th (12.800 €) y anillo doble Move Uno (7.500 €); todo, MESSIKA.



AIRES *de* CAMBIO

En aguas barcelonesas captamos la evolución del estilo marinero a golpe de tendencias. Desde el típico estampado invertido en vertical a los vestidos de red rematados con pedrería, pasando por tejidos técnicos, cortes globo y la última joyería de Messika.

FOTO RICHARD RAMOS REALIZACIÓN MARTA LASIERRA

A woman with long, wavy brown hair is lying on her back on a large, tan-colored cushion on the deck of a sailboat. She is wearing a long-sleeved, floor-length dress covered in shimmering silver sequins. Her right arm is raised behind her head, and her left hand rests on her hip. The boat's deck is made of light-colored wood. In the background, the deep blue sea stretches to the horizon under a clear sky. A distant lighthouse with a green and white striped top is visible on the right. The boat's mast and rigging are visible in the foreground and background.


Vestido largo de
malla DOLCE &
GABBANA.
Pendientes Move
Iconica de la
colección Midnight
Sun, anillo So Move
(5.500 €), anillo
Move Iconica de la
colección de alta
joyería Midnight Sun;
todo, MESSIKA.

Minivestido globo
LOUIS VUITTON.
Collar So Move XL;
en la mano derecha,
anillo So Move
(5.500 €), en la
izquierda, anillo de
dos dedos So Move
(12.500 €); todo,
MESSIKA.






Camisa y falda globo
de popelín Miu Miu.
Pendientes Move
Link (16.900 €),
collar Move Link
(21.500 €) y anillo
Move Link (4.400 €);
todo, MESSIKA.




Conjunto de camisa
(430 €) y pantalón
(510 €), zapatos
(490 €) y bolso con
cadena (450 €); todo
EMPORIO ARMANI.
Gafas de sol de pasta
COTTET (109 €).
Pendientes Move
10th (10.700 €) y
colgante Move 10th
(14.000 €); todo,
MESSIKA.

A full-page fashion photograph featuring a woman on the deck of a sailboat. She is wearing a white bucket hat, a dark blazer over a red, white, and blue vertically striped dress with a high slit, and white sneakers. She is leaning against a white mast or boom, looking upwards. The background is a clear blue sky with a large sail visible. The text is located on the left side of the image.

Bucket TOMMY
HILFINGER. Camisa
(375 €) y falda
marinera (495 €),
ambas, THE LABEL
EDITION. Blazer
MICHAEL
KORS COLLECTION
(2.650 €), mocasines
Tod's (590 €).
Esclava So Move
(5.200 €) y
pendientes So Move
(4.200 €); todo,
MESSIKA.

Cazadora XXL con
forro de borreguillo
(7.000 €) y botas de
caña alta FENDI.
Pendientes Star
Chaser de la
colección
Midnight Sun,
anillo My Twin
Trilogy (8.600 €) y
anillo My Twin Toi &
Moi (18.900 €);
todo, MESSIKA.



A woman with long dark hair is posing outdoors by the sea. She is wearing a red long-sleeved shirt with thin black vertical stripes. Her arms are raised, with her hands behind her head. She is wearing a gold chain necklace and a gold earring. The background shows the ocean and a distant city skyline.

Camisa de rayas y
falda de crepé
PRADA. Anillo doble
Move Uno (7.500 €),
pendientes Move
Link transformables
(12.900 €) y collar
Move Link
(21.500 €); todo,
MESSIKA.

MODELO **NORA VARA** (SIGHT MANAGEMENT). PELUQUERÍA Y MAQUILLAJE **EVA PIQUÉ**. ASISTENTE ESTILISMO **BEGOÑA GARCÍA**.
ASISTENTE FOTO **YAMEL JALTOTA**. PRODUCCIÓN **ELENA GIL**. AGRADECIMIENTOS: @VANELIACATAMARAN. HOTEL W BARCELONA.




Sombrero RACEU
HATS (138 €), camisa
PEDRO JUAN (85 €),
vestido lencero
GISELA (35,95 €),
pantalones con
estampado retro
MALIPARMI y
sandalias trenzadas
BAN (100 €).

Todo en uno

Esta temporada, el boho-chic se rinde a la combinación más ecléctica de estampados, texturas y colores en una demostración de cómo el paisley o el tweed conviven en perfecta armonía con lentejuelas, flores y volante

FOTO MIRTA ROJO REALIZACIÓN MARTA LASIERRA





Jersey de punto
SEVENTY, torera
con mangas farol
y pedrería RAYCO
PLATA (185 €),
pantalones de
lentejuelas
TWINSET (259 €).



Maxi blazer PINKO (780 €), bermudas LEBOR GABALA,
botas animal print IT SHOES (300 €), bolso EMPORIO
ARMANI. Colgantes y anillos AGATHA PARIS.



Camisa de rayas SESSÙN (145 €), chaleco de terciopelo PEDRO JUAN (95 €), pantalón con detalles cut-out y volantes WALESKA MORÍN (350 €), botines IT SHOES (224,95 €) y riñonera CAMILA CANABAL (420,30 €).



Vestido de cuello
halter THE NOOK
STORE (95 €), gorro
de punto SÈSSÙN
(45 €), chaqueta con
detalle trenzado
CULTO (179 €).
Anillos y brazaletes
AGATHA PARIS.

Blazer satinada
ALEX MENORCA
(180 €),
pantalones cargo
MOSCHINO JEANS
(495 €), chaqueta
de punto LEBOR
GABALA (335 €),
sandalias
BIRKENSTOCK.
Collares y anillos
AGATHA PARIS.





Conjunto de camisa y pantalón con estampado paisley GISELA (49,95 €), blazer de tweed ASPESI.
Collares AGATHA PARIS.

MODELO **MARINA KASIANOVA** (TREND MODELS). PELUQUERÍA Y MAQUILLAJE **MIGUEL ÁLVAREZ** (TEN AGENCY) PARA YSL. ASISTENTE ESTILISMO **BEGOÑA GARCÍA**.
ASISTENTE FOTO **MAITANE HUIDOBRO**. PRODUCCIÓN **ELENA GIL**. AGRADECIMIENTOS: BABERRIH HOTEL ESSAOUIRA.

Valor seguro

En los próximos meses, la moda reflejará nuestra necesidad de puntos de referencia y clásicos que funcionen. En un mundo cambiante, ¿qué podría ser más tranquilizador que apostar por valores seguros? Eso sí, el buen gusto viene sazonado con una pizca de gracia: como las siluetas doradas cual icono bizantino o el animal print, el rojo vivo, las transparencias y los maxivolúmenes. Todo un reto para los estilistas. Como también lo es el camino elegido por la nueva directora artística de Chloé, Chemena Kamali. Su colección, una oda a los 70, habla de una feminidad bella y fuerte. En resumen, lo que nos gusta.

POR ESTER AGUADO





CHANEL

Conjuga en esta imagen alguna de las tendencias más importantes del otoño 2024: total black, botas altas, bolsos caja, sombreros y pendientes de botón.

Clutch Minimalist AQUAZZURA (2.495 €).

ORO MACIZO

Reservado durante siglos al poder -de los faraones a la realeza-, fueron los diseñadores (como Yves Saint Laurent) los que lo convirtieron en un aliado. Esta temporada, una lluvia de oro vuelve a caer sobre las colecciones.

CHANEL

SCHIAPARELLI

BURBERRY

CHRISTIAN DIOR

TOM FORD

ULLA JOHNSON

LOUIS VUITTON

AKNÄS

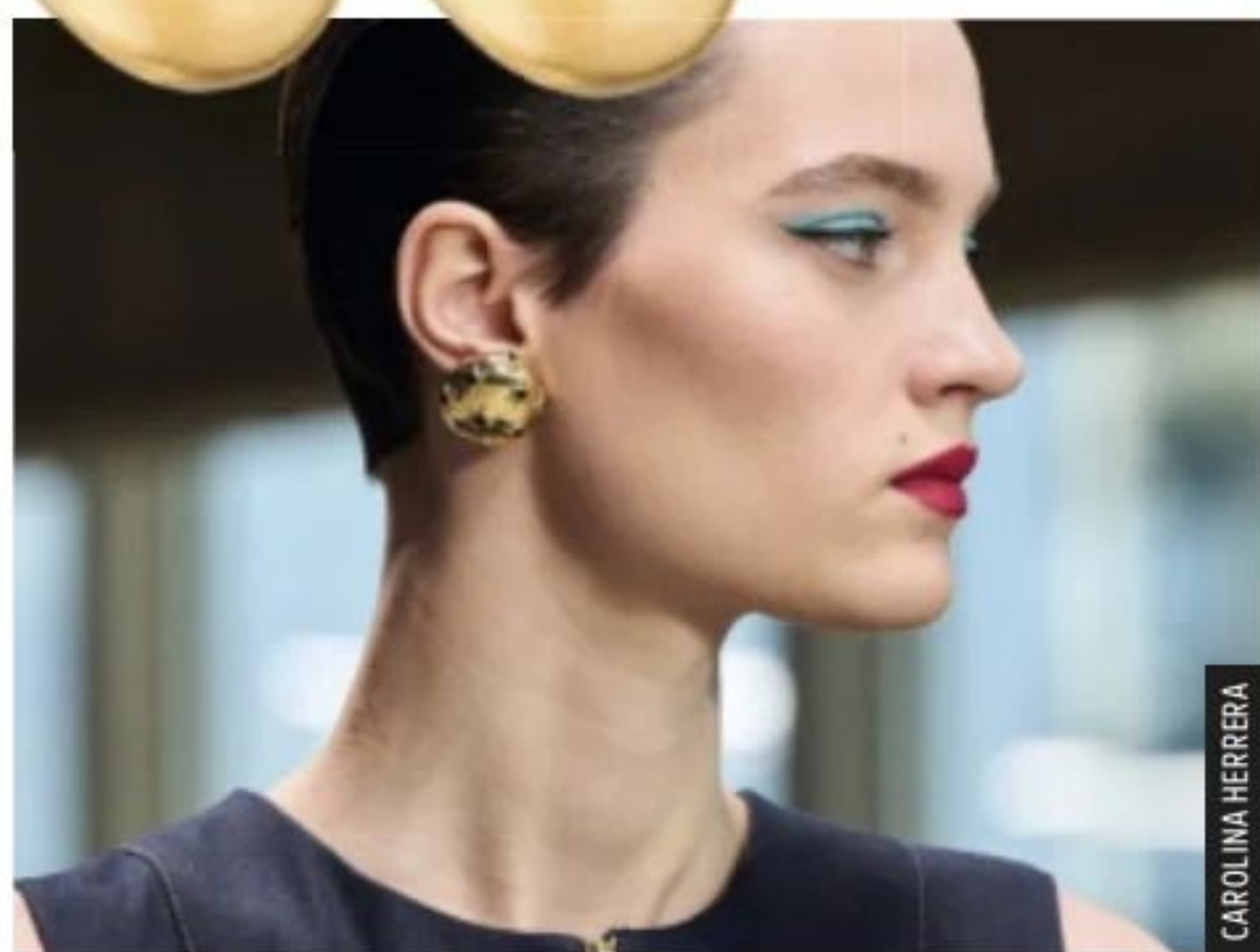
Anillo de oro
ESTEFANIA VEGA
(240 €).

BALMAIN

Botas cowboy ALL SAINTS (399 €).



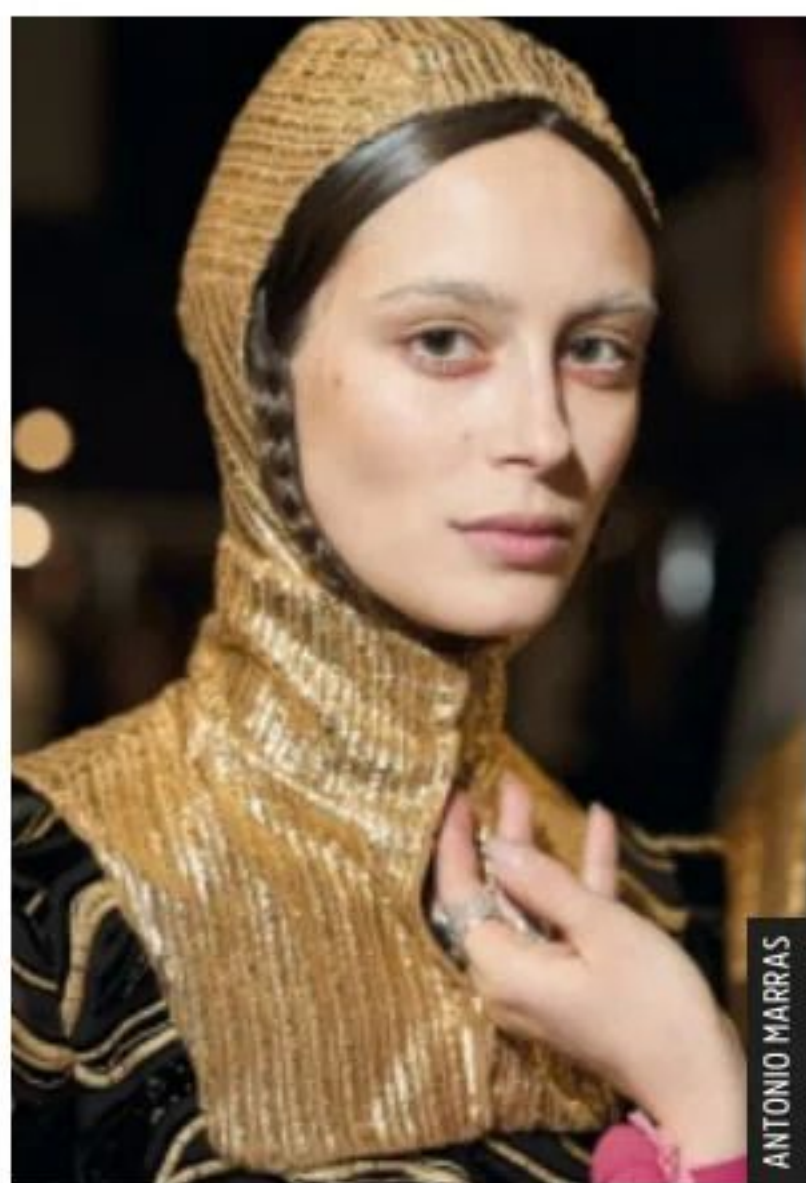
Pendientes
Dior (490 €).



CAROLINA HERRERA

EN LA OREJA, UN BOTÓN

Vuelven los pendientes redondos, pequeños y dorados que recuerdan los **clips de lujo de los años 80**. Un espíritu burgués y elegante expresado con brillantez en Carolina Herrera, con una piedra en Ferragamo o algo más elaborado en Bottega Veneta o Zimmermann. La **casa Dior** aprovecha la ocasión para volver a poner en escena su exitoso modelo Tribales (recordad, la bola más grande va atrás), lanzado en 2013.



ANTONIO MARRAS

¿VERDUGO O BALACLAVA?

El nombre es cuestión de generación, pero en el fondo viene a ser lo mismo: es el gorro+bufanda que tu madre te ponía en invierno para ir al cole y que tú odiabas. Pues el invierno pasado ya vimos a algunas prescriptoras paseándolo por las calles de **Milán** y a las diseñadoras de **La Veste** declinándolo en divertidos colores. Este año, muchas firmas comerciales lo proponen en lana cachemir, para que no pique.



CHLOÉ

BALMORAL (Y KAMALI)

La monarquía británica siempre ha suscitado interés —y sus historias familiares, más—, pero todo el mundo cae rendido con la casa de campo de las Highlands escocesas de la difunta reina Isabel: los diseñadores se han inspirado en los **check**, esos cuadros tan emblemáticos vistos en **Burberry, Chloé y Dior** —¡qué maravilla de desfile Crucero!—, y también con los colores otoñales de los bosques británicos, como Chanel. Un guiño a las chaquetas **Barbour** que a la familia real le encanta parchear sin límite. Un apunte: el debut de Chemena Kamali en Chloé fue esperanzador.

PASTELES

Lila, verde lima, amarillo mantequilla, azul cielo o rosa pastel: ¿será que la actualidad nos obliga a querer colorear nuestro día a día con los **suaves tonos** de los tiempos felices? Si hay que creer en los últimos desfiles de moda, la tendencia se funde en nuestro fondo de armario... **como un sorbete. Victoria Beckham, Dries van Noten** —antes de retirarse—, **Demna en Balenciaga y Nadège Vanhee en Hermès** (de izda. a dcha.) lo afirman.



Sí al esmoquin

Le debemos a Yves Saint Laurent el haber reinventado el esmoquin para hacerlo femenino en 1966: «Es una prenda de estilo, no una prenda de moda. Las modas pasan, el estilo es eterno», le gustaba señalar al modisto. Desde entonces, el arquetipo se ha desviado de su función original, destinada a las salas de fumadores. Y se ha vuelto más relajado... para este otoño, los creadores le han devuelto su nobleza, pero en versiones muy inesperadas: con pantalones cargo en Schiaparelli, metidos en shorts de boxeo en Sportmax, con pajarita oversize en Nina Ricci, mientras que los Dolce & Gabbana imaginan un frac sin pantalones... Y Tom Ford lo viste de crema. Nos encanta.

Considerado al tiempo glamouroso, provocativo, vulgar e incluso kitsch, el animal print ha cogido carrerilla este verano y se presenta no en pequeños guiños, sino en un total look completamente descarado. Desde el abrigo de Dior o Dolce & Gabbana, los vestidos en Alaïa o extendido a las medias y zapatos en Zimmermann. Ferozmente elegante.



NEO VOLUMEN

Después de temporadas marcadas por hombros grandes e imponentes, como las chaquetas sastre oversize, los creadores envuelven a la mujer en volúmenes más suaves, sutiles y redondos. Coperni y JW Anderson juegan con proporciones a lo Botero; McQueen y Alaïa sobredimensionan las curvas cual suave armadura y Loewe opta por volúmenes más rectangulares (y esos pantalones taaan XXL). ¿Una reflexión sobre complejiones o tipos de cuerpo y nuevas actitudes?



ACNE

BALLY

Salones de
tacón kitten
PRADA (950 €).

ELISABETTA FRANCHI

CHLOÉ

FENDI

DIOR

PRADA

DAWEI

CARVEN

MUUMIU

Botas altas
IKKS (345 €).

ALTO o BAJO

Asociadas a la
equitación y después a
la liberación sexual de
los 60, las botas altas
reinan, ahora con
clase. Los tacones
bajos son el efecto de
la vuelta del vestuario
formal y la necesidad
de confort: los kitten
triunfan. Bravo.

MUCHO PELO

Si las pieles auténticas parecen haber desaparecido de las colecciones de muchas marcas, el **pelo** está más presente que nunca, tanto en estilos **ladylike** como en los **Mob Wife** (rollo esposa de mafioso). Adornan mangas y cuellos de un abrigo Burberry, las cinturas en Coperni tipo fajín o a modo de ribetes en hombros y bolsillos en Prada.



STELLA MCCARTNEY



Chaquetón de pelo sintético DSQUARED2 (3.300 €).



Botas camperas altas BA&SH (330 €).



ISABEL MARANT

¿BOHO O COW?

Desde Beyoncé a Pharrell Williams, las estrellas de la música pop y la moda abrazan el estilo **cow-boy tan americano**, eterna enseña de firmas como Ralph Lauren. Pero una vez aterrizado en Europa, se reviste con la sutileza bohemia, adquiriendo un aire mucho más chic: mira a **Isabel Marant** e inspírate.



GAUCHERE

CAPA O BUFANDA

Los larguísimos echarpes, tan suaves como calentitos, perfilan la nueva silueta de grandes volúmenes en **Alberta Ferretti** o **Nº21**. Las capas, que datan de los romanos, inundan el otoño y le dan un toque de **sofisticación**. Nos gustaron las de estilo superheroína chic en Dior.



LOUIS VUITTON

BOLSO CAJA

Impulsado por el regreso de la silueta **ladylike**, el bolso abandona sus volúmenes suaves por una mayor **rigidez**. Lo vemos en el maletín de cocodrilo de la firma Lacoste, en el modelo redondo con logo en relieve de Gucci (burdeos) y en las variadas propuestas de Louis Vuitton.

BLANCO DE MIRADAS

Va a ser una constante en nuestro armario, haga frío o calor: llega triunfante del verano, pero su reinado se prolongará este invierno 2024 y resurgirá con fuerza en la primavera 2025 (palabra de Alessandro Michele en Valentino). Nos han conquistado los total looks de **Chanel** (qué estilo lady tan refinado y qué bailarinas con perlas tan acertadas), la americana **Tory Burch** (ficha su impermeable tan 60 y el abrigo de flecos que tan bien defiende Irina), amén de la maravillosa **Victoria Beckham**, que a sus jerséis con capucha les da un toque muy elegante con clutches XXL en negro.



COURRÈGES

Salones
destalonados
MACH&MACH (895 €).

Bolso al hombro
Kleio VERSACE
(1.950 €).

Vestido de
punto HERVÉ
LÉGER (690 €).

TODO *al* ROJO

En primavera, Gucci nos inundó con su cautivador rojo burdeos para celebrar la llegada de Sabato; ahora las pasarelas se tornan hasta más luminosas: un total look de gafas a zapatos en MM6, Proenza o McCartney.

COURRÈGES

CHEN PENG

CARVEN

GABRIELA HEARST

CASABLANCA

Jersey
P.A.R.O.S.H
(249 €).

Choker resina y perlas
cristal CHANEL
(3.080 €).

PROENZA SCHOULER

HERMÈS

FERRAGAMO

EN- TONADO

Esta temporada, para acertar, opta por vestirse en total look en estos cuatro colores: negro, blanco, gris y rojo. Fácil, elegante y efectivo, ¿no?

POR ESTER AGUADO



Bolso Slide Bag
PROENZA SCHOULER
(720 €).



Bolso
bandolera
VIVIENNE
WESTWOOD
(440 €).



Cinturón Slim Tie
LA REDOUTE (35 €).



Reloj Pilot
Majetek
Pioneer Ed.
LONGINES
(5.350 €).

Vestido de
punto
JEAN PAUL
GAULTIER
(1.500 €).



Bota alta con tachuelas
IT SHOES (299,95 €).

TODO AL NEGRO Haz como Domenico y Stefano, que apostaron por este tono en TODOS los looks del desfile otoño-invierno 2024 de Dolce & Gabbana, e invierte en un fondo de armario muy elegante.



Jersey corto SANDRO
(115 €).



Pantalón
de
campana
SPORTMAX
(228 €).



Bolso saco
Bon Bon
JIMMY CHOO
(1.495 €).



Shorts de
piel IKKS
(245 €).



Abrigo
Actitude by
TWINSET
(329 €).



Capucha
balaclava de
lana y
cachemir
AMERICAN
VINTAGE
(45 €).



Bolso Kira
TORY BURCH
(680 €).

BLANCO ROTO
Chanel tiene mucho y Dior
también, salpicado con
pequeños toques de negro,
rosa o camel. Y nos
encanta, porque ¿no es
toda una declaración de
intenciones ponerle al mal
tiempo un toque de luz?



Camisa con mangas
bordadas ALL SAINTS
(215 €).



Anillo Ser sin complejos
UNO DE 50 (109 €).



Blazer
Rebeca Satin,
SILVIA
TCHERASSI
(1.380 €).



Camisa con lazada
(89,95 €) y chaleco
de punto (82,95 €),
YERSE.



Falda midi
ROBERTO
VERINO.

Capa de punto Alma,
ARKET (79 €).



Merceditas STELLA
MCCARTNEY (850 €).



Zapatillas
Hopara HOKA
(120 €).



Chaquetón
de pelo
GUESS
(250 €).



Reloj Ardmore
HAMILTON (595 €).



Jersey estampado
INDI&COLD (129 €).



Bolso Extra
Day L25 de
piel, LORO
PIANA
(3.200 €).

GRIS
Dicen que es sinónimo de
incertidumbre, pero
también de sabiduría: con
él nunca te puedes
equivocar. Lo vimos en
Tom Ford, Versace, Cavalli,
Max Mara, Carolina
Herrera y Louis Vuitton.



Top bustier
(670 €),
pantalón de
tweed con
pliegues
(995 €) y bolso
de napa
brillante
(1.100 €); todo,
ALBERTA
FERRETTI.



Capa
reversible
de lana
LOUIS
VUITTON
(5.200 €).



Vestido ECOALF
(159,90 €).



Sandalias
Redondo Brand x
MARTINELLI (270 €).



Bolso SURKANA
(89,95 €).



Pulsera
Matrix
Tennis,
SWAROVSKI
(199 €).



Bolso BIMBA Y LOLA
(135 €).



Pendientes de
oro rosa con
coral y
diamantes,
RABAT (2.100 €).



Falda San
Bernardino
JOPLIN
(370 €).



Mary janes con
pedrería CHANEL
(1.600 €).



Reloj bio
Colors of
Joy SWATCH
(130 €).



Vestido con
nudo SILBON
(109 €).



Camiseta doble MANGO
(25,99 €).



Gabardina
Arancio 2
ROMEO GIGLI
MILANO
(950 €).



Gafas VERSACE PARA
SUNGLASS HUT
(336 €).



Bolso
shopping
Le Marais
LONBALI
(130 €).

Blazer
recto de
lana MAX
MARA
(959 €).



Abrigo rojo
Spring 25, una
inversión de
VALENTINO.

ROJO El punto rojo es la tónica en la mayoría de las pasarelas: todas tienen alguno. Emporio Armani, Bottega Veneta, Marras, Ferragamo, Jil Sander, N°21, MM6... y en total look, para acentuar el efecto. Que se te vea bien.

**UN ICONO**

La chaqueta Accacias, ejemplo de la modernidad del estilo DIOR, fue diseñada por el modisto en 1949 y representa la actitud singular de la Dietrich. El traje de la foto perteneció a la actriz en 1950.

«NO DIOR, NO DIETRICH»

La mítica Marlene Dietrich, ferviente admiradora de Christian Dior y cliente fiel de la maison parisina, a nivel personal y profesional, es una de las principales inspiraciones de la colección Otoño 2024. No cabe más personalidad...

POR **ESTER AGUADO** FOTO **TESS AYANO** Y **LAURA SCIACOVELLI**

La lealtad tiene premio: el que Maria Grazia Chiuri te dedique todo un desfile. Y es que cuando Marlene Dietrich tuvo que interpretar a la protagonista de *Pánico en la escena* (1950) a las órdenes de Alfred Hitchcock, le puso una sola condición: iría vestida de Dior. El director inglés se negó en rotundo porque la película ya contaba con un diseñador de vestuario y no se podía contratar a nadie más. Entonces Marlene, sin perder esa serenidad que la hacía parecer aún más temible (aunque era muy alegre), le contestó: «No Dior, no Dietrich». A partir de su gran personalidad, de su elegancia y de esa dualidad Europa-América que representaba, la directora creativa de la maison para colecciones de mujer ha reinventado en clave actual un armario cautivador, que podría haber sido el de la actriz germano-estadounidense en 2024. «No me visto para mí, ni para el público, ni para la moda, ni para los hombres. Me visto por mi imagen», declaraba Marlene, que se encargó de elegir ella misma el vestuario de su primera y mítica película, *El ángel azul* (1930), porque no le convencía lo que le proponían (comprando prendas a las cabareteras de Berlín). A partir de entonces, y dado el éxito que logró, no dejaría que nadie le dijera cómo tenía que vestirse... Es más, dinamitó las normas >

ELEGANCIA CON TWIST

Los looks de la colección DIOR Otoño 2024, entre legado y modernidad, reflejan un savoir-faire excepcional y una creatividad plural. Ojo a las corbatas (tan Dietrich), los sombreros y los calcetines.



En el camino inspiracional que hay que recorrer para se consultan los archivos de la casa: Dior Héritage



DIOR HÉRITAGE

A la izda., Marlene con vestido DIOR en su casa de Beverly Hills. A la dcha., nueva interpretación del vestido largo de corte acampanado en crepé cady de seda en blanco y negro de la colección Otoño 2024 de DIOR, realizado como homenaje a Lucien Lelong, el mentor de Christian Dior.

vistiéndose con un esmoquin masculino en su siguiente película, *Marruecos* (1930). Por eso, a través de un prodigioso juego de códigos masculinos y femeninos, la colección Dior Otoño 2024 rinde homenaje a dos capitales de la moda: París, emblema de la elegancia y la Alta Costura, cuya cuna es el atelier de 30, Montaigne; y Nueva York, que fascinó a Monsieur Dior desde 1947, con su arquitectura vertical y su efervescencia colectiva incomparable. Las siluetas rinden tributo al aura inimitable de Marlene Dietrich, encarnación de esa fascinante dualidad: el chic y la elegancia. Desde trajes de pantalón y falda que presentan exquisitas reinterpretaciones del tweed o el frac, hasta vestidos de noche de terciopelo modernizados con brillos como una oda al glamour de Broadway. Estas creaciones excepcionales, entre las que destacan los conjuntos de pantalón informales que apuestan por la actitud deportiva y un tríptico de piezas de piel –un chaquetón sin costuras con forro realzado por el motivo de la Torre Eiffel, un mono y una cazadora de estilo aviador que muestra la bandera estadounidense fusionada con la francesa en la espalda–, reafirman el juego dual del armario, a la vez atemporal y ultra

Llegar a dar forma a una nueva colección, muchas veces ha sido fundamental para la colección Otoño 2024.



La chaqueta entallada de DIOR, llamada Bar 30 Montaigne (3.800 €), mil veces reinterpretada a lo largo de los años por los sucesores de Christian Dior, como Maria Grazia Chiuri, John Galliano o Raf Simons.



A esta chaqueta entallada cruzada, Christian Dior la llamó Marlene (3.800 €).

contemporáneo. La combinación de sombrero, corbata –que la actriz compraba, junto a sus pijamas, en Dior Monsieur– y gafas vuelve a reinventar el encanto único de la Dietrich, y acompaña a camisas blancas y guantes de piel, realzados con flecos bordados, como una oda al cabaret y a la *joie de vivre* que Monsieur Dior incluía en cada uno de sus desfiles. Los bolsos, desde el Dior Book Tote hasta el Lady Dior, apuestan por el minimalismo, símbolo de elegancia, o por las inspiraciones –banderas y motivos Paris-New York en gabardinas o conjuntos deportivos–, y combinan el estilo desenfadado con los códigos más couture de la casa. Los zapatos de plataforma, las alpargatas reinterpretadas y el calzado bordado se inspiran más que nunca en la actriz y evocan sus dualidades vanguardistas, entre el masculino-femenino y el espíritu de la Riviére y de Hollywood. La chaqueta Accacias, diseñada por el modisto fundador en 1949, que representa la actitud singular y refinada de Marlene Dietrich, es reinventada por Maria Grazia Chiuri en el desfile Dior Otoño 2024, aligerada y suavizada, con una cinta de terciopelo que remata solapas, bolsillos y ojal para destacar la silueta arquitectónica.

Muñeca tatuada.

Que Hublot acertó fichando al tatuador de (entre otros) Kanye West y artista suizo Maxime Plescia-Büchi es un hecho: tras 8 años de colaboración, ahora viste su Sang Bleu de zafiro.

POR ESTER AGUADO FOTO UGE RUBIO

Lo bueno de los artistas es que no se ponen límites. Y que siempre sueñan con ir más allá. Hublot lo sabe y no dudó en fichar a uno de los mejores tatuadores del mundo, artista gráfico y director creativo –y fundador de la agencia @SangBleu– para no dejar de sorprender nunca a sus clientes. Y lo ha logrado: después de ocho años, Maxime Plescia-Büchi y la casa suiza acaban de presentar su primer reloj de zafiro grabado con técnicas de tatuaje. El Spirit of Big Bang Sang Bleu Zafiro es su cuarto producto en común –tras el Big Bang de 2016 y 2019 y el Spirit of Big Bang de 2023– y da un nuevo salto mortal al emplear uno de los materiales de alta tecnología más apreciados en el sector relojero: el zafiro.

¿El resultado? Un reloj que es geometría pura tatuada en la muñeca, una mezcla de fuerza y delicadeza, de artesanía y tecnología, que se dan la mano en este modelo ultracomplejo. El nuevo reloj sigue siendo un Spirit of Big Bang Sang Bleu, pues conserva sus 42 mm de diámetro, su movimiento de cronógrafo automático y su alma en forma de tonel, pero ofrece una interpretación estética muy diferente. Es grande y elegante, pero con una ergonomía tan perfecta que se adapta a cualquier tipo de muñeca, sea de hombre o de mujer. «Este modelo supone un punto culminante en nuestra asociación» –explica el diseñador–, «porque el zafiro es, por derecho propio, el material más noble que se utiliza en la industria relojera; además, confiere a los modelos algo futurista, etéreo, casi arquitectónico, que es lo que pretendo conseguir en todos mis proyectos». El zafiro se extiende desde la esfera hasta la caja y el bisel, expresando un minimalismo y ligerezas absolutas; un material fascinante y exigente: su total transparencia requiere un acabado absolutamente perfecto. Además, es casi tan duro y resistente a los arañazos como el diamante. Y solo hay 100 unidades. ¿Te lo vas a tatuar?





**SPIRIT OF
BIG BANG**

El reloj Sang Bleu Sapphire, con esfera de 42 mm y movimiento cronógrafo automático, realizado en cristal de zafiro, es una edición limitada a 100 unidades (149.000 €).

Inspirado en la ciudad de los rascacielos, el nuevo it bag de Michael Kors Collection lo tiene todo para convertirse en la estrella de la temporada.

POR THAIS ESCAMILLA FOTOS NANI GUTIÉRREZ

DÚO GANADOR

Rosa pastel y gris, una combinación que nos encanta, en culotte y jersey de cuello alto y, por supuesto, el bolso Manhatta.

ESTILISMO: BERTA ÁLVAREZ. MODELO: NELLY (VIEW). ASISTENTE DE FOTO: NICOLE. AGRADECIMIENTOS: BARCELÓ TORRE DE MADRID.

Otoño en MANHATTA(N)

PUNTO SOFT

Jersey crop en punto grueso, falda de lana y bolso Manhatta en piel negra. Todo de Michael Kors Collection.

EL PERFECTO BOLSO PARA LUCIR EN LA GRAN CIUDAD, así es Manhatta de Michael Kors Collection. De silueta slim y con una estructura que recuerda subliminalmente a una M o a una doble K.

TODO AL NEGRO

Nelly lleva pantalón de pinzas, body, cinturones y bolso Manhatta; todo de Michael Kors Collection.

Manhatta está elaborado en PIEL ITALIANA y disponible en DIFERENTES ACABADOS. ¿Nuestros favoritos? Gris y negro.

TRES EN UNO

El nuevo Tangoso se presenta este otoño-invierno 2024-25 en tres opciones: en cuero granate o negro (en la foto) y en ante marrón (385 €).
es.sandro-paris.com



HA NACIDO *una* ESTRELLA

EL NUEVO BOLSO DE SANDRO SE LLAMA TANGOSO.
ES ELEGANTE, MINIMALISTA, PRÁCTICO... Y ESTÁ DESTINADO
A CONVERTIRSE EN UN TESORO DE FONDO DE ARMARIO.
UNA INVERSIÓN QUE SABE A SOSTENIBILIDAD.

POR ESTER AGUADO

La creadora de Sandro, Evelyne Chetrite, encarna fielmente el espíritu de una de las marcas francesas más vendidas en todo el mundo: tiene un *je n'ai sais quoi* elegante, atemporal, discreto, femenino y diferencial, sin renunciar a pinceladas de humor, que todos soñamos con vestir en el día a día. Hablamos en París con la pequeña directora artística para que nos pusiera sobre la pista de su nueva colección de otoño y la creación de un nuevo bolso destinado a perdurar.

Este año se cumplen 40 años desde el lanzamiento de tu marca: ¿de qué estás más orgullosa y cuál ha sido la parte más desafiante de tu carrera?

Por supuesto, la expansión internacional y la longevidad de Sandro me enorgullecen. Hemos hecho muchas cosas magníficas, pero de lo que realmente estoy más orgullosa es de que después de 40 años de existencia, hemos logrado mantener el espíritu familiar en el corazón de la empresa. Cada miembro de Sandro es parte de la familia. Este valor es la base y el corazón de nuestro negocio y nunca lo hemos perdido.

Eres una de las diseñadoras de moda más desconocidas, a pesar del éxito rotundo de tu marca en todo el mundo desde hace años: ¿es algo buscado?

No es algo que haya perseguido, pero soy bastante discreta por naturaleza. Verás, me resulta más fácil trabajar en el taller la caída de una manga y el largo de un vestido, que en las alfombras rojas. Siempre he tenido en el corazón este sentido del trabajo y la artesanía. Esta herencia me viene de mi familia, por eso me apetece mucho perpetuarla, que es algo que perseguimos todos los días.

Te has convertido en la mejor embajadora del chic francés, porque tu ropa es un lujo accesible y sostenible que muchas mujeres de todo el mundo pueden lucir: dame tres adjetivos para Sandro.

Francés, elegantemente chic y despreocupado.

Este otoño, tus diseños se inspiran en los uniformes universitarios y la ropa de trabajo: ¿cuál es tu prenda estrella de la temporada?

Realmente, no tengo ninguna, pero siempre me han gustado las camisetas que son un poco masculinas,

como si las hubiéramos tomado prestadas del armario de un hombre.

Además, ahora lanzáis un nuevo modelo de bolso, el Tangoso: ¿de dónde viene el nombre y su inspiración?

Queríamos hacer un bolso para el día a día, discreto, nada ostentoso. Su nombre proviene de que al llevarse al hombro, las mujeres se balancean sobre los brazos, un poco como el tango.

Lo presentáis en tres colores y dos texturas (ante y piel). ¿Saldrá en otros tonos más adelante?

Sí, estamos trabajando en nuevas variaciones de colores, materiales y formas para la colección primavera-verano 2025.

Sin embargo, solo viene en un tamaño: ¿está previsto que se haga más pequeño o más grande en algún momento?

Ya veréis el verano que viene, no os lo voy a contar todo ahora (risas).

Siempre has sostenido que la moda no es una frivolidad, sino una forma de afirmarse, de enviar un mensaje a los demás: ¿cuál sería el tuyo?

Creo que en la elegancia hay una especie de generosidad y respeto por los demás. La moda no es una cuestión tan superficial, refleja el orden social y es una expresión estética del espíritu de la época. Tiene el poder de romper tabús y hacer avanzar a la sociedad. Reafirmarse en la elección

de la ropa es afirmarse como individuo, es el principio de la independencia, sobre todo de las mujeres.

¿Cuáles son tus referentes en la moda y el arte?

Hay muchos, es difícil hacer una lista exhaustiva, sobre todo porque varían con el tiempo, pero como te dije, soy especialmente sensible a lo artesanal. Por ejemplo, tengo un gusto desmesurado por la cerámica, me encanta la del sur de Francia, las piezas vintage hechas en Vallauris, o las contemporáneas realizadas en el Atelier Buffile. Me encanta la cerámica de Marruecos, mi país natal. Todas las formas de artesanía que me interesan y tocan: cestería, bordados...

¿Qué prenda u accesorio de otro diseñador podremos ver en tu armario?

Unos hermosos jeans vintage de Levi's.

«Creo que en la elegancia hay una especie de generosidad y respeto por los demás».

Evelyne Chetrite



- MARINA RINALDI -

un toque de COSTURA

La firma italiana presenta una cápsula junto al maestro Zuhair Murad, nacida de la intención de celebrar la belleza y la diversidad de las mujeres. Fans.

Sus vestidos de ensueño han recorrido las alfombras rojas de todo el mundo. Ahora, el modisto libanés afincado en París se une a Marina Rinaldi para permitirnos soñar a las que nunca las pisamos. Y a precios muy terrenales. ¿Nos vamos de fiesta?

¿Cómo surgió esta colaboración?

Cuando me propusieron por primera vez la colaboración con Marina Rinaldi, me sentí muy intrigado porque me identifico profundamente con el compromiso de la marca de celebrar la individualidad de la mujer. Este valor compartido hizo que la colaboración fuera perfecta. Vimos la oportunidad de combinar su experiencia en moda curvy con la nuestra en vestidos de noche, con un resultado brutal.

¿En qué te inspiraste para crear la colección?

Se llama Radiant Maze, que evoca una sensación de asombro e intriga, sugiriendo un viaje, y de eso se trata la colección. Los looks se interconectan y cada uno brilla a su manera, pero son parte de un todo más grande. El nombre resume la idea de que incluso dentro de la complejidad, se puede encontrar belleza y luz.

¿Es más complicado confeccionar para mujeres de talla grande?

No, no es más complicado. En absoluto. Diseñar para ellas implica técnicas y conocimientos específicos que se perfeccionan a través de la experiencia, similar a cualquier otra categoría de moda. Se

trata de comprender y celebrar las diferentes formas del cuerpo, asegurando que cada diseño realce y favorezca a quien lo lleva.

Haces soñar a las mujeres con tus diseños: ¿quién o qué te hace soñar a ti?

Sueño con lo que me toca emocionalmente, ya sea que me calme o me excite. Mis sueños se derivan de lo que me rodea, de las personas que tengo cerca, la comida que como, las historias que escucho, las películas que veo, los libros que leo. La naturaleza definitivamente entra en juego, ya que es maravillosa e interesante en infinitas formas.

De todos tus diseños, de todas las celebridades que los lucen (Taylor Swift, Jennifer Lopez, Marion Cotillard, Priyanka Chopra, Amy Jackson, Anisha Rosnah), ¿quién te representa más?

Cada celebrity que luce mis diseños aporta un carácter y una esencia únicos a las piezas, haciéndolas cobrar vida de diferentes maneras. Todas representan la marca maravillosamente y cada una realza los vestidos con su presencia y estilo distintivos, con su sello personal. No podría elegir a una.

¿Qué debe tener una mujer para realzar tus diseños?

Una mujer realza nuestros diseños con su sensualidad, feminidad y gracia. Estas cualidades dan vida a las prendas, resaltando los detalles intrincados y la artesanía, al tiempo que reflejan su belleza interior y confianza.



TODOS GANAN

El expertise en moda curvy de MARINA RINALDI se une al de los vestidos de noche de ZUHAIR MURAD para un resultado extraordinario. Vestido azul capa con pedrería (1.429 €).



**LONGINES
LEAGUE OF
NATIONS™**

CSIO BARCELONA

3-6 OCTUBRE 2024



Reial Club
de Polo
de Barcelona



csiobarcelona.com



Ajuntament de
Barcelona

BARCELONA
EQUESTRIAN
CHALLENGE



LONGINES

VENDA D'ENTRADES
VENTA DE ENTRADAS
www.csiobarcelona.com

Patrocinador / Sponsor:



CaixaBank



ESTRELLA
DAMM



factorenergia

FREIXENET

NEGRITA



ROYAL
BLISS
PREMIUM

SHARP

Media Partners:

exteriorplus

¡HOLA!

LA VANGUARDIA



woman

Vehicle oficial / Vehículo
oficial / Official Vehicle

PORSCHE

Partners:

CALVET casa viva

Clau&Chloe

mullor

SAULA

Amb el suport / Con el apoyo de / Supporting:



Generalitat
de Catalunya

esportcat

Diputació
Barcelona

BarcelonaTurisme

Finançat amb
impost turístic





Érase una vez... SIMORRA

Eva Dimas y Victoria Mitjans (directoras de Marca y de Diseño, respectivamente) hacen un tándem perfecto: ese que ha recogido la herencia artesana de Javier Simorra y que, a golpe de tejidos innovadores y elegancia, crea un presente muy prometedor.

POR ESTER AGUADO FOTO MARCELINA PIENIAŻEK Y LOUIE COBO

Son cuñadas y están en el mismo punto vital –haciendo equilibrios entre su pasión por la industria y el diseño de moda por un lado y la creación de una joven familia, por otro–. Quizá por eso se entienden tan bien y acaban las frases indistintamente: «Nos conocimos hace 15 años, empezamos a trabajar juntas hace diez y somos como hermanas; yo tengo una gemela y siempre se enfada con esto. Vito es, además de buena gente, una persona muy perfeccionista y positiva que persigue la belleza en todas las cosas», explica Eva, que siempre creció rodeada de tejidos y cuyos sueños no conocen lí-

DÚO DE LUJO

«Eva es una persona que no conoce límites, un poco loca, y eso me encanta. Si cree en ello, lo persigue hasta el final», dice Vito.

mites. Sus abuelos fundaron la compañía familiar de textiles donde sus padres después se dedicaron en cuerpo y alma a crear materiales de gran calidad para marcas nacionales e internacionales, entre ellas, Javier Simorra. En 2016, dieron un paso más allá fusionándose con la firma catalana. Cinco años después y tras la pandemia, con Eva Dimas y Victoria Mitjans al frente –la primera, como directora de Marca y la segunda, de Diseño–, trabajan para la célebre firma que creó Javier Simorra en 1978 con un firme propósito: el de llevar la alta costura al prêt-à-porter. Renombraron la >



PRENDAS DE ARCHIVO

A la izda., camisa de archivo de JAVIER SIMORRA (1978) y top del desfile SS22 *The Meaning of Paper*. Al lado, vestido Organza Blanca de desfile FW 2024-25 *The Memory of Time*. Todo, SIMORRA.



BLACK&WHITE

El primer look, minivestido de la colección desfile FW 2005-06 y pantalón FW 2022-23 SIMORRA. El segundo look, archivo SIMORRA.





DEMICOUTURE

Look blanco del desfile SS22 *The Meaning of Paper*, SIMORRA. Con el foco en el tejido, y gracias a la artesanía y la innovación, han revolucionado el armario de la mujer contemporánea. La reina Letizia y la princesa Leonor han lucido sus prendas en ocasiones.

«Es impresionante cómo Javier Simorra logró trasladar la costura al prêt-à-porter, y me inspira mucho a buscar que cada pieza tenga ese "algo más" que represente el mimo y el cariño que hay detrás de cada prenda». Victoria Mitjans

marca como Simorra a secas y se lanzaron a reconquistar el mercado con una exquisita cápsula de camisas de excelente patronaje, acabados de sastrería y tejidos de lujo. Este otoño presentarán su tercera propuesta en la Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, donde se han ganado el respeto... Parece que han cumplido, y con creces.

¿Hay mucha responsabilidad detrás de esto?

Eva: En esta nueva generación tenemos el reto de mantener el legado y adaptarlo y reinterpretarlo al signo de los tiempos. Y lo hacemos a través de los tejidos, que siempre cuentan historias: por un lado, desde el punto de vista artesanal y, por otro, porque son lienzos en blanco. Como los fabricamos nosotros, nos permiten innovar y superarnos, ser únicos con respecto a otras marcas.

Vito: *Es impresionante cómo Javier logró trasladar la costura al prêt-à-porter, y me inspira mucho a buscar que cada pieza tenga ese "algo más" que represente el mimo y el cariño que hay detrás de cada prenda.*

¿Cómo definiríais el ADN de Simorra?

Eva: Está muy marcado por los diferentes momentos que ha ido viviendo la marca. Hace 45 años, Javier buscaba la excelencia en patrones y acabados que había aprendido de su padre, de la costura... pero luego se incorporó mi familia y la capacidad de crear cualquier tejido, de explorar sin límites, la impulsó. Nosotras queremos que nuestra clienta, al margen de que le sienten bien las prendas y le duren muchos años, cuente con algo único, se lleve un trocito de historia.

¿Y cómo construís ese relato, cómo creáis juntas?

Eva: Trabajamos el conjunto con mi madre, (Isabel Carmona), parte del equipo creativo, y entre las tres definimos el concepto; el último ha sido *The Memory of Time*, en el que hablamos del origen a través de los fósiles. Después de sentar estas bases, Vito se encarga de diseñar la colección y yo, de la puesta en escena y la música del desfile. Pero siempre estamos en constante diálogo.

¿Y qué prendas destacaríais de la última colección?

Vito: *Me resulta difícil elegir, pero me quedo con el vestido fósil que abrió el desfile, realizado en organza blanca con muchísima luz y bordado a mano. Desde el primer momento, con la tela en las manos, supimos que iba a ser el más creativo y el que mejor representaría la colección. Luego hay otra pieza, un vestido negro en tejido técnico, con*

un bordado textil imitando las caracolas, que me encanta. Es súper elegante, con una línea muy sencilla y tela tipo chubasquero. La idea de descontextualizarlo y pasarlo a vestido de fiesta, más sofisticado, me encantó.

En septiembre desfilareis por tercera vez en Madrid: ¿sois conscientes de que sorprender al público se va poniendo cada vez más difícil?

Eva: Sorprender es igual de difícil cada vez que lo intentas. Y la tensión que tienes cuando empiezas una nueva colección está siempre ahí.

Vito: *Más que sorprender al público, creo que la magia está en sorprendernos nosotras. Si nos emocionamos es que vamos por el buen camino.*

¿Lo habéis tenido más difícil en vuestra carrera profesional por el hecho de ser mujeres?

Eva: Al revés. En las empresas familiares no hay tanta competencia y es un potencial. Además, uno de los valores de Simorra es que no importa la edad que tengas, todo el mundo suma. Nos juntamos gente de muchas generaciones y todos aportan por frescura, por experiencia... Crecer es una cosa muy natural en la empresa.

¿Y con quién os gustaría colaborar?

Vito: *A mí me gustaría con muchos más artesanos, para poner en valor sus conocimientos, sus técnicas y poder trasladarlos a nuestros perfiles y contar sus historias.*

Decidme la verdad: ¿vosotras vestís prendas de Simorra todos los días?

Eva: ¡Yo me lo pongo todo! Pero a mí lo que me encanta es cuando abro la caja de las prendas del año pasado y rescato algunas pensando: ¡guau, no me acordaba de esto!

Vito: *Es verdad que las últimas colecciones las tenemos tan recientes que, cuando toca elegir un estilismo más especial, echamos mano de los prototipos y nuevos desarrollos. No lo tienes visto, no lo va a tener nadie y ahí es cuando empiezas a ver cómo sientan los patrones. Es muy divertido.*

¿Y vosotras cómo desconectáis de la moda?

Eva: Yo, en cuanto llego a casa a cuidar a mi bebé, que acaba de cumplir un año...

Vito: *Sí, estamos en un momento ambas con niños pequeños, somos muy familiares, pero buscamos la belleza en cada momento del día, también comiendo en un restaurante con amigos...*

Eva: Aunque ellos te acaban preguntando por la moda. Al menos, los bebés no hablan (risas).



ELIURPI

La nueva cestería se encuentra con el arte gracias a Elisabet Urpí, que creó en 2010, junto a Nacho Umpiérrez, la firma de sombrerería artesana más espectacular del momento. Por eso han llegado hasta los almacenes Harrods y la Milan Design Week. Ahora también se atreven con exquisitas piezas de ropa en lino y seda. En la foto, sombrero Le Grand Hat (600 €), blusa de lino (250 €) y pantalones de lino (300 €). eliurpi.com/shop

barceMODA

Hervidero de tendencias y creadores, la ciudad siempre ha sido toda una referencia en la industria textil, impulso que los desfiles de la O80 mantienen muy vivo. Jóvenes y veteranos compiten en éxito.

POR ESTER AGUADO

La Veste

Desde 2018, dos amigas barcelonesas, Blanca Miró y María de la Orden –también con su firma homónima–, llevan regalándonos propuestas coloristas y originales que son un soplo de aire fresco en el mercado. Sus combinaciones inesperadas y atrevidas, muy babydoll, esta temporada se suben al total black. lavestelaveste.com





THE LABEL EDITION

En 2019, **Véronique Vaillant von Siebenthal** (fundadora y directora creativa) y **Laura Johansson** (cofundadora) crearon desde Barcelona un concepto centrado en las tendencias, la moda ética y la atemporalidad. «Nuestras prendas reflejan la liberación femenina y una rebelión contra la moderación»... Y nos encanta.
thelabeledition.com



LEANDRA STUDIO.
 Alejandra Rumeu creó su maravillosa firma de joyas con el objetivo de revolucionar las piezas diarias, con el oro y los diamantes como hilo conductor. Sus propuestas son tan exquisitas que, lejos de normalizar, levantan cualquier look. Una excelente inversión.
leandrastudio.com

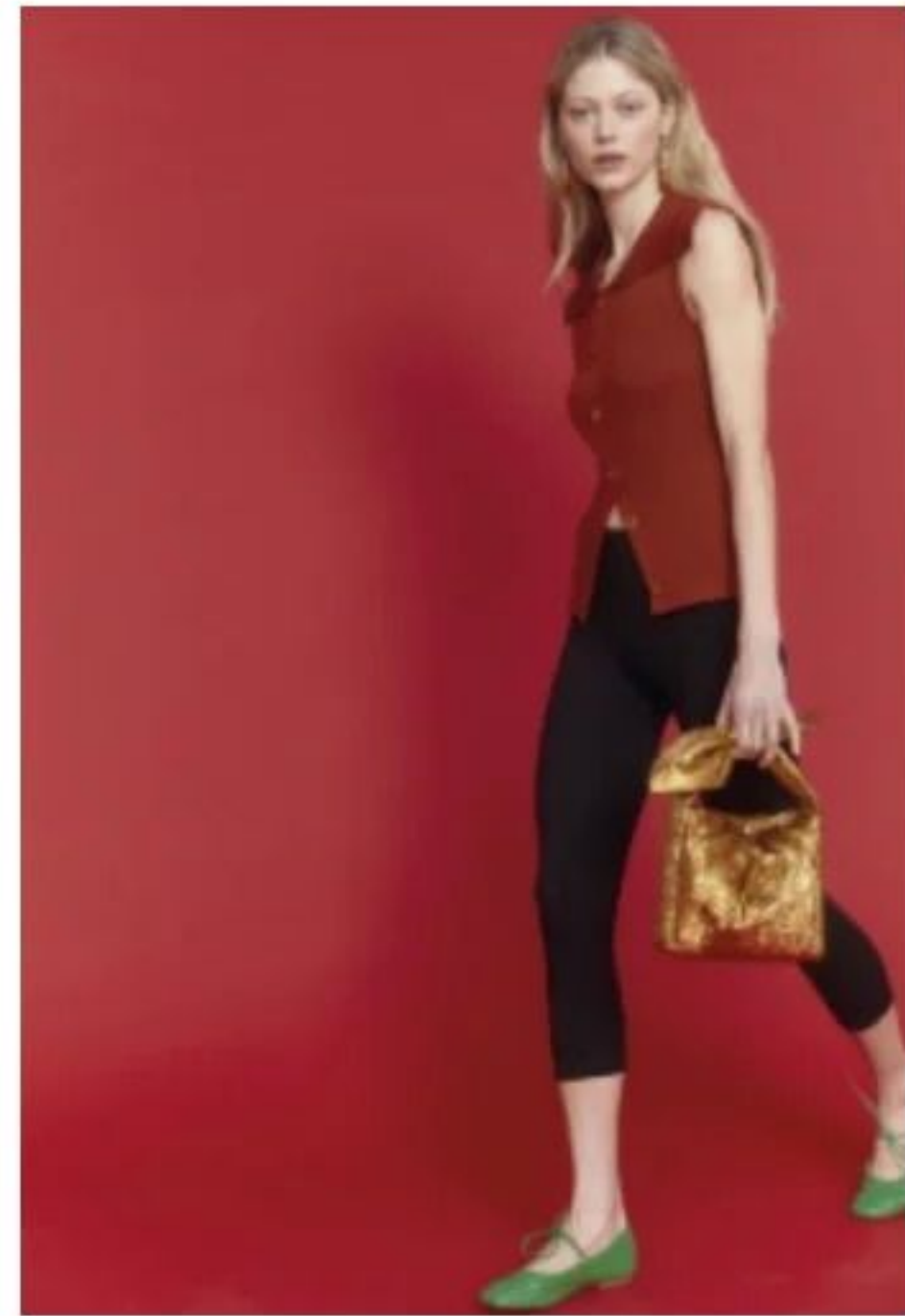


CORTANA

Lo que lleva haciendo la mallorquina **Rosa Esteva** desde que fundó Cortana en Barcelona, hace 23 años, es lujo silencioso, tan perseguido ahora. Sus elegantes colecciones de prêt-à-porter y románticos diseños para novias huyen de tendencias y se apoyan en tejidos naturales: muselinas de seda, satén, organza y tules de algodón que acompañan la figura femenina. cortana.es

BEATRIZ FUREST

Las hermanas Beatriz y Carlota Furest (sobrinas de la interiorista Estrella Saliotti) se aliaron en 2006 para crear una **marca de bolsos** creativos, con buenas pieles italianas y mucho color. Sus cuatro tiendas en Barcelona y dos en Madrid (acaban de abrir en Barquillo, 35), además de San Sebastián, Bilbao, Málaga y Valencia son reflejo de su éxito, por el que han ampliado espectro a ropa bonita y funcional.
beatrizfurest.com



LAIA ALEN (de apellido, Alentorn) empezó a vender bolsitos de tela estilo limosnera sin imaginar el éxito que tendrían en Instagram (@laiaalen). Esta bloguera, que acaba de ampliar negocio diseñando ropa, comenzó a confeccionar su *the jazzy little bag you were looking for* con retales del negocio textil familiar.



Laagam

Inés Arroyo fundó esta firma en 2019, con solo 24 años, tras estudiar en el London College of Fashion. Y luego llegó el boom en sus redes sociales. La generación Z se rifa cada uno de sus divertidos diseños: "Moda única para gente deslumbrante". laagam.com

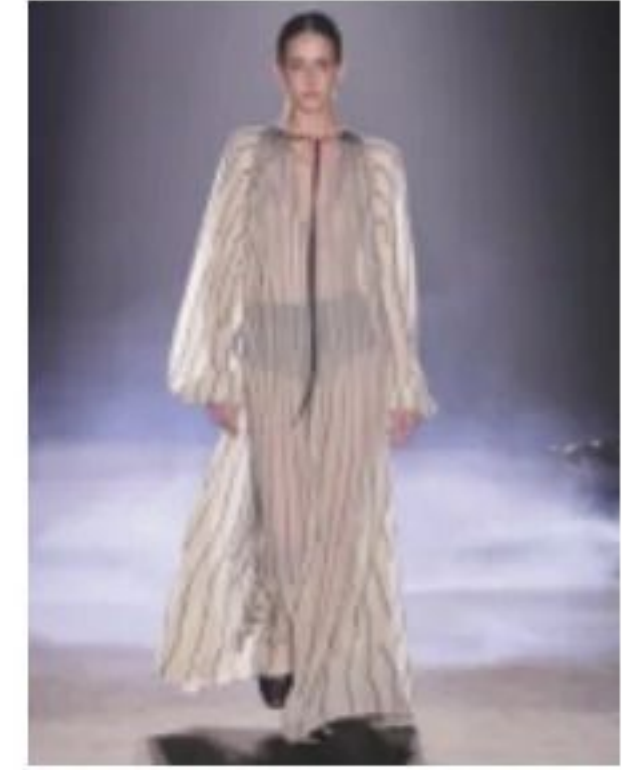
GUILLERMINA BAEZA

Asentada en la moda de baño desde los años 80, la creadora y su hija Belén apuestan por diseños de súper calidad en los que se emplean materiales sostenibles y de proximidad (gracias a tejidos como EcoWave, fibras recicladas a partir de botellas de plástico y redes de pesca desechadas en el Mediterráneo). Nos encantan sus **cut-outs y fornituras joya**. Muy top. Colaboran con Paloma Wool, El Ganso, Pedro del Hierro o Scalpers.



CUSTO BARCELONA

Si algo tienen claro los hermanos Dalmau, Custo y David (que se mantienen al frente de la dirección y del diseño de su proyecto de casa de modas desde su fundación en 1981) es que la moda es también negocio, por eso nunca han dejado de desfilan en Nueva York desde 1996... y ahora también lo hacen en Madrid y Milán, pero de forma *outsider*, muy en su ADN.



Sita Murt

La firma catalana gestionada por Montse Figueras (que acaba de aterrizar en los Hamptons con una pop-up... sí, porque su mayor mercado externo es el estadounidense) nació en 1924 especializada en punto.



Juan Avellaneda

El diseñador catalán, que acaba de ser nombrado director creativo de la firma See Iou con la que colabora, además de con Multiópticas, nos ha encantado con su propuesta Sunset Mirage. avellaneda.eu



Malne

Paloma Álvarez y Juanjo Mánez aunaron su larga experiencia como diseñadores (con vestuarios de Kylie Minogue o Enrique Iglesias) para crear esta firma de prendas de lujo en ediciones limitadas. malne.es



Palladium x JOTT

Las dos marcas francesas se unen por primera vez para dar vida a las zapatillas Pampa Hi Dare Rhona (110 €), confeccionadas en esta colaboración con el acolchado ultraligero y característico de las chaquetas de plumón de JOTT, que aporta calor a los pies incluso en condiciones duras, comodidad gracias a su plantilla acolchada, suela de caucho ecológico y durabilidad. Además, Palladium lanza una línea de chaquetas bombers (240 €), un homenaje a su herencia militar, en cuatro colores y 100 % unisex. palladiumboots.eu

Últimas NOTICIAS

PHILOSOPHY X MY STYLE BAGS

Philosophy di Lorenzo Serafini colabora con la milanese My Style Bags con una exclusiva cápsula de viaje. Bolsas (600 €) o neceseres (165 €) elegantes y prácticos, en un eterno algodón blanco o estampadas con divertidas rayas, ambas con correa de cuero. Podrás personalizarlas con tus iniciales. mystylebags.com



- VEJA X NK STORE -

Tras 19 años, el modelo Volley, la primera zapatilla de Veja, lanzada en 2005 y cuyo estilo se inspiró en los zapatos de vóleybol de los años 70, regresa con una colaboración exclusiva con la tienda brasileña NK. Volley se lanzó en el Palais de Tokyo en París y vendió 5.000 pares... ahora esta zapatilla de cuero ChromeFree y suela de caucho amazónico suma 14 millones de ventas.

MARTINELLI X REDONDO

El diseñador Jorge Redondo vuelve a colaborar con Martinelli por tercera vez: una colección compuesta de seis modelos en colores metalizados, adornados con flores de pedrería hechas a mano, que los convierte en exclusivos zapatos joya. Los minerales han sido la inspiración, y una cantera de piedra, el original escenario elegido para hacer las fotos de campaña. En la imagen, sandalias Turmalina Cromo (199,95 €). martinelli.es



AMELIA GRAY VUELVE

La supermodelo protagoniza una segunda campaña para Desigual: ya lo hizo con el Resort 2025 de la marca barcelonesa –y desfiló en su 40 aniversario, el pasado junio– y ahora la veremos con las propuestas de otoño 2024. Única e irreverente, la californiana de 23 años es hija de las estrellas de cine Lisa Rinna y Harry Hamlin.



Deja la plataforma y apúntate a la cuña. La marca californiana UGG acaba de presentar sus propuestas para el otoño-invierno 24/25 y nos hemos enamorado de estas botas que nacieron en las playas para mantener calientes a los surfistas, pero esta vez con cuña (189,95 €).

EDITOR'S CHOICE

Estos son los caprichos que voy a darme en la vuelta al cole...

Ester Aguado, jefa de Moda

Disney Store

Voy a celebrar el 90 cumpleaños del Pato Donald con esta camiseta tan varsity (28 €). Gucci y Karl Lagerfeld le dedicaron colecciones. Todo un icono.



Pandora

Me voy a regalar este charm colgante bañado en oro de 14k que se abre como camafeo para guardar fotos y que puedes grabar (79 €).



Honor

Sus nuevos smartphones, el 200 y el 200 Pro, están especializados en retratos, con su potente cámara triple y su modo Studio Harcourt (649 € y 799 €).



Surkana

La marca española prosigue su camino hacia la sostenibilidad con el lanzamiento de su nueva colección de gafas de sol, que son de plástico reciclado de botellas (58 €).



OnePlus Watch 2

Este smartwatch ha sido todo un éxito de ventas: es un potente compañero para tus rutinas de ejercicio diario tras el verano (379 €).



RUTINA MATIFICANTE

Para lograr una piel mate y libre de brillo, sigue esta rutina

Paso 1: Aplica POREfessional Matte Primer en todo el rostro.

Paso 2: Aplica tu maquillaje, sólo si deseas usarlo.

Paso 3: Aplica POREfessional Power Powder para fijar y matificar.

Paso 4: Usa un spray fijador como el POREfessional Super Setter, con una duración de hasta 16 horas.



- PIEL LISA, MATE Y PERFECTA, CON O SIN MAQUILLAJE -

POROS INVISIBLES, BRILLO BAJO CONTROL

Dos armas antibrillos con resultado matificante duradero y perfeccionador. ¿Es posible? Sí, la nueva rutina antiporos llega de la mano de los dos nuevos productos de Benefit: POREfessional Matte Primer y POREfessional Power Powder. Da la bienvenida a una piel perfecta.

Durante las últimas cinco décadas, Benefit ha ofrecido productos y servicios de belleza sencillos y eficaces para realzar la belleza natural y mejorar la piel de personas en todo el mundo. Líderes mundiales en productos para cuidado y diseño de cejas, su nuevo reto es cuidar y minimizar los poros para lograr una piel sana, cuidada y lisa.

DOS SOLUCIONES, UN OBJETIVO

1. POREfessional Matte Primer

Es un innovador producto ofrece más 8 horas de efecto matificante. Ideal para minimizar la apariencia de los poros y controlar el brillo. ¿Sus efectos? Minimiza la apariencia de los poros, absorbe impurezas y grasa y ofrece un acabado mate natural. Contiene niacinamida, extracto de rosa mosqueta y polvo mineral. Sus beneficios son claros: afina poros hasta 12 horas, te da efecto matificante hasta 8 horas y ayuda a fijar el maquillaje Minimizando las pequeñas líneas de expresión.

2. POREfessional Power Powder

Este polvo para fijar el maquillaje difumina de forma natural tu piel. Tal como explica su experta Nacional en Belleza y Cejas, Giner Muñoz, "si quieres un efecto de filtro en el rostro, este polvo matifica la piel al instante, gracias a la upsalita, un mineral molido que absorbe el exceso de sebo. Es un polvo translúcido tan fino que puedes usarlo en todo el rostro o en zonas con brillos, incluso con los dedos". Dura hasta 16 horas.



LA FAMILIA POREfessional, AL COMPLETO

A las dos eficaces novedades, tenemos que sumar: POREfessional Primer, el primer producto original que suaviza la apariencia de los poros y líneas finas para lograr una piel suave, y POREfessional Super Setter, el spray fijador con duración de 16 horas, que protege contra el sudor, el brillo, las manchas, y refresca la piel.

ALIMENTAR LA PIEL

Los científicos de DIOR llevan años investigando los efectos de la nutrición en la recuperación cutánea. Recientemente, se ha identificado el papel de los omega 3 y 6 en ese mecanismo y la importancia de que lleguen a su destino, en la capa más profunda de la piel, en un estado óptimo a través de un sistema de transporte eficaz. Fruto de ello es el nuevo Serum Micro-Huile de Rose Dior Prestige (395 €), con 10.000 microperlas que encapsulan el primer complemento micronutritivo formulado con un extracto puro de pétalo de rosa de Granville, una rosa cosmética fruto de 7 hibridaciones y muy resistente, rica en omegas, que ha demostrado una capacidad cicatrizante y recuperadora excepcional, incluso después de procedimientos tan agresivos como el láser.

POR MARTA BONILLA
FOTO ÓSCAR CALLEJA
AGRADECIMIENTOS: FLORISTERÍA
MON PARNASSE



Estrenamos temporada con ganas de novedades. En estas páginas encontrarás LO ÚLTIMO EN COSMÉTICA, PERFUMES Y MAQUILLAJE; las tendencias que renovarán tu imagen, con el blush y el rosa en su versión más moderna, como inesperado protagonista. Además, te invitamos a una ruta wellness por Barcelona.

ROONEY MARA

«*hacerse* MAYOR *es un* ALIVIO»

Discreta, elegante, tímida, comprometida... Givenchy no habría podido encontrar una mejor versión de su musa original, Audrey Hepburn. La actriz de *Carol* y *Efectos secundarios* aporta a la maison un soplo de modernidad y osadía que la hace brillar por mérito propio.

POR LAURA POTRONY

Enigmática y camaleónica, la estadounidense es una de las actrices más valoradas de su generación. Musa de Givenchy desde 2018, Rooney Mara ha demostrado en igual medida talento profesional y compromiso personal –fundó la ONG Uweza Faces of Kibera y ha colaborado con Igualdad Animal, entre otros–. Su generosidad, su elegancia y su radiante personalidad reflejan a la perfección el universo de la maison. Súper celosa de su intimidad, asegura que «en cuanto tengo tiempo quedo con mi familia y mis amigos y nunca salgo de noche. Me voy a la cama a las nueve y media». Quizá por eso a las 8 de la mañana, hora de Los Ángeles, ya está frente a la pantalla, con una camisa blanca y el pelo recogido, lista para responder.

¿Cómo ha sido rodar la campaña para L'Interdit Absolu, de Givenchy, con el director Joe Wright?

Muy agradable, una experiencia maravillosa. Fue muy divertido coincidir de nuevo porque ya habíamos trabajado juntos años antes –en *Pan* (2015), en la que Rooney interpretaba a Tigrilla– y somos amigos desde hace años, así que estuvo muy bien.

¿Cómo te sientes siendo la musa de Givenchy? ¿Cómo describirías tu experiencia con la maison?

Ha sido una colaboración asombrosa. Estoy muy agradecida de trabajar con ellos. Me encanta llevar su ropa y siempre me inspiran. Sí, ha sido una experiencia muy, muy bonita.

¿Eres fiel a tu perfume o te cansas pronto y prefieres cambiar a menudo?

¡Oh, soy fiel! Soy el tipo de persona que cuando encuentra algo que le gusta lo usa una

y otra vez, año tras año. Y no solo me pasa con los perfumes, también con todo tipo de productos, ropa... Sí, definitivamente, me considero una persona fiel.

Algunas actrices adjudican un perfume a cada personaje que interpretan, porque así les resulta más fácil entrar en el papel. ¿A ti te ayuda?

Lo he hecho alguna vez, pero no muy a menudo, la verdad, solo en algún proyecto concreto; no habitualmente.

¿Cuándo supiste que querías ser actriz?

Pues, creo que era bastante joven. No recuerdo exactamente la edad, pero era muy jovencita. Me encantaba mirar películas antiguas, ir al teatro, y ya era consciente de que era algo que quería hacer. Pero no empecé hasta años después. No me apetecía entrar en este mundo siendo una niña. Ya sabes, dedicarme profesionalmente como adulta.

¿Qué papel recuerdas con más cariño? ¿Y cuál crees que te consolidó como actriz?

¡Uf! Soy incapaz de elegir uno. Cada experiencia ha sido tan única y especial... A ver, evidentemente, el papel de Lisbeth Salander en *Millennium: los hombres que no amaban a las mujeres* (2011) fue una especie de experiencia seminal.

Y es el rodaje más largo en el que he estado. Trabajamos más de un año, algo poco habitual para una película. Así que ha sido fundamental, y algo de lo que estoy muy orgullosa. Pero en cuanto a actriz consolidada, bueno, no creo que haya sucedido aún (risas).

¿Cómo ha cambiado la Rooney que empezó en la industria del entretenimiento respecto a la de hoy?

Tenía 20 o 21 cuando empecé a actuar >

MEJOR EN PANTALLA GRANDE

Aunque entre sus primeros trabajos hay algunos papeles secundarios en series (*Ley&Orden* y *Urgencias*), Rooney se siente más cómoda en el cine. «Suelen ser trabajos a corto plazo, hay más variedad, viajes, etc. Pero me encanta ver series».



NOMINACIONES Y MÁS

Ganadora de varios premios y nominada dos veces al Oscar –por *Millennium* (2011) y *Carol* (2015)–, admite que son un bonito bonus a una carrera, aunque «muchas actuaciones brillantes nunca han sido reconocidas con uno».



FOTO THOMAS WHITESIDE PARA GIVENCHY PARFUMS. MAQUILLAJE Y TOTAL LOOK: GIVENCHY.

de forma profesional y por suerte he cambiado bastante (risas). He evolucionado desde entonces y continúo haciéndolo. Pero en esencia sigo siendo la misma y nunca cambiaré. Claro que he madurado y me siento mucho más cómoda en mi piel ahora que cuando era joven. Y bueno, he descubierto que hacerse mayor es... agradable. He visto que un montón de cosas que te preocupaban y que te hacían sentir insegura desaparecen con la edad. Es un gran alivio.

Has trabajado con Sarah Polley (*Ellas hablan*, 2022) y Alonso Ruizpalacios (*La cocina*, 2024). No eres una actriz que se haya encasillado. ¿Qué te hace aceptar un guion?

Pues, hay distintos motivos: el momento, la reacción instintiva después de leerlo, quién es el director... ese es el más importante para mí. Sí, bueno, es que es realmente un feeling, una sensación... Y ahora que soy madre, también influye mucho mi familia. Pero si hay algo que lees y sientes que tienes que hacerlo, no hay más que decir.

Tienes pendiente de estreno *The Island*, de Pawel Pawlikowski, y *Polaris*, de Lynne Ramsay, ambas con Joaquin Phoenix, ¿cuáles son tus próximos proyectos?

Bueno, *The Island* se paralizó por las huelgas de Hollywood, pero espero que se estrene en 2025. *Polaris* es un proyecto en el que Joaquin y yo hemos estado trabajando con Lynne varios años y creo que se estrenará en 2025. Tengo otras cosas en marcha, pero aún no puedo hablar de ellas.



INTENSO Y OPULENTO

Los perfumistas Dominique Ropion, Anne Flipo y Fanny Bal han reinterpretado las flores blancas de L'Interdit con notas subyacentes de tabaco, cistus y ron absoluto, logrando una estela cautivadora, intensa y duradera. Además, el icónico frasco, ahora lacado en negro y con un diseño decidido y sofisticado, invoca lo misterioso y enigmático. L'Interdit Absolu es un Eau de Parfum Intense que invita a desafiar las convenciones y aceptar tu singularidad (115 €/50 ml).



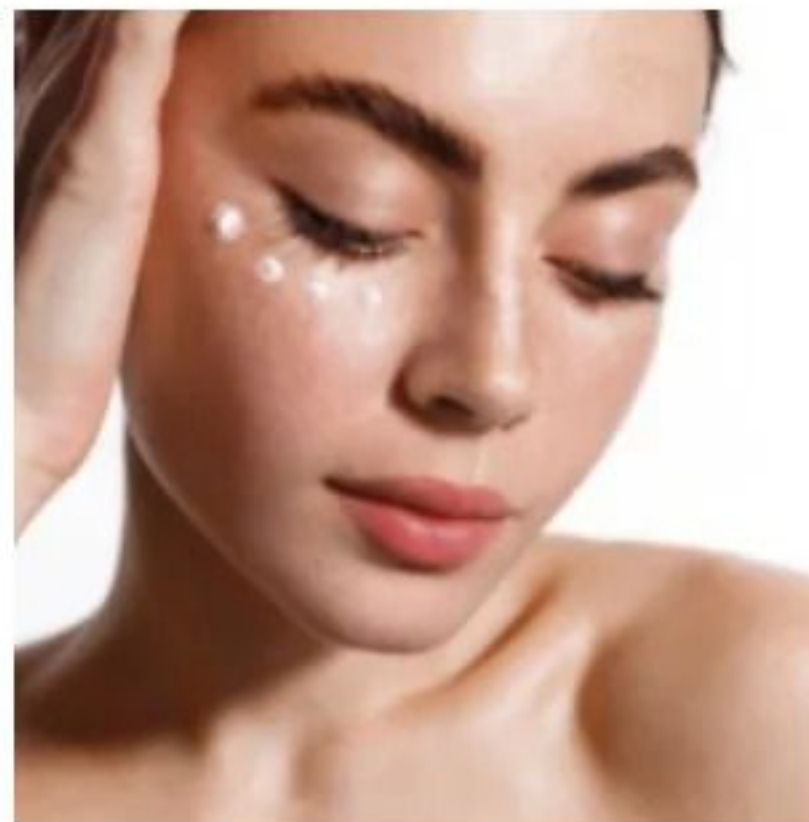
- ZIAJA LÍNEA VITAMINA C.B3 -

GLOW para tu piel

Sé sincera: la rutina, la falta de tiempo en tu día a día, todos los 'TO-DO'S' que se acumulan... mil y una excusas que pueden estar haciendo que no cumplas con los mínimos de skincare que tu piel necesita. ¿La solución? Elegir una gama que no tenga mil pasos, fácil de aplicar y, sobre todo, eficaz y con más de un 92% de ingredientes de origen natural. Como no podía ser de otra manera: ¡la hemos encontrado!

Se trata de la línea Vitamina C.B3 Niacinamida de Ziaja (ziaja.es). Ocho productos veganos que se convertirán en los aliados perfectos para cuidar el rostro y el cuerpo si disponemos de poco tiempo. Su fórmula concentrada con vitaminas, entre las que se encuentra la niacinamida (vitamina B3), aporta una intensa regeneración durante el sueño y tiene un efecto flash energizante durante el día. Aunque está indicada para todo tipo de piel, es especialmente efectiva con las más secas, deshidratadas, maduras con necesidad de regeneración, con tendencia al acné o lesiones, con rosácea. Y también para la piel grasa, mixta, con problemas hormonales, o apagada.

¡Dale a tu piel el cuidado multivitamínico que necesita con la línea Vitamina C.B3 Niacinamida de Ziaja!



1. GEL LIMPIADOR

Con pH neutro, está indicado para todo tipo de piel. Limpia, hidrata y elimina las impurezas destapando los poros. Con un 96% de ingredientes de origen vegetal.

2. TÓNICO FACIAL EN SPRAY

Ideal para usar antes y después del makeup y conseguir una piel tonificada y limpia. Consigue hidratar y restaurar el equilibrio natural de la piel gracias a sus vitaminas.

3. TÓNICO FACIAL ILUMINADOR 1% AHA + PHA

Limpia y exfolia la epidermis reduciendo la visibilidad de puntos negros y restaurando la energía vitamínica de la piel. Contiene un 98% de ingredientes de origen natural.

4. EXFOLIANTE FACIAL EN GEL

Este producto en gel sin partículas limpia y exfolia la piel consiguiendo un rostro más luminoso y saludable. Masajea suavemente y deja actuar durante 5-10 minutos.

5. SÉRUM FACIAL ACTIVO

Contiene vitaminas B5, B6 y E y un complejo suavizante de péptidos naturales que regenera y fortalece la piel mejorando su elasticidad.

6. CREMA FACIAL WAKE ME UP

Su fórmula con vitaminas energizantes e hidratantes consigue un toque satinado en el rostro; además aporta glow.

7. CREMA DE NOCHE REGENERADORA

Contiene vitaminas activas y un complejo de péptidos suavizantes que aportan brillo.

8. BÁLSAMO CORPORAL

Con textura ligera, hidrata intensamente. Mejora la elasticidad y reduce la aspereza de la piel seca.

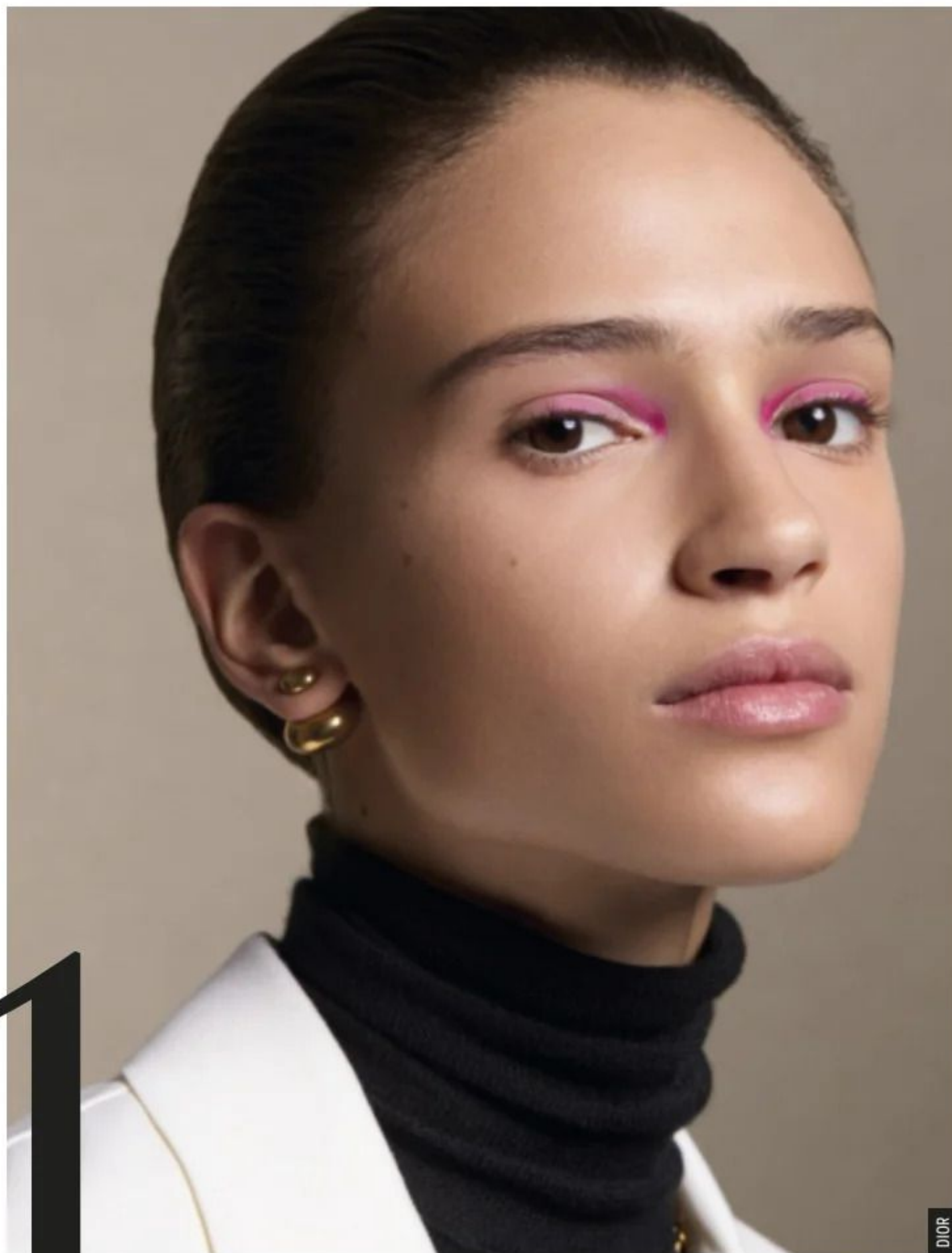
¿QUÉ HAY de NUEVO

La investigación no cesa en su empeño de retrasar los signos de envejecimiento y sus descubrimientos se incorporan a fórmulas cosméticas avanzadas y a lo último en medicina estética, llegan nuevos perfumes a los que seguir la pista y las tendencias de maquillaje animan a renovar el look sin perder la identidad. Una filosofía que comparten las maquilladoras estrella del momento, con las que hablamos en exclusiva.

Estrenamos curso y te presentamos de lo nuevo, lo mejor.

POR MARTA BONILLA, LAURA POTRONY Y CARMEN LANCHARESPOR WOMAN

1.



DIOR

EL ROSA PIERDE SU DULZURA

«La belleza de este color es que tiene millones de maneras de interpretarlo», dice Morgane Martini, nueva maquilladora global de Christian Loubotin. Y esta temporada es un claro ejemplo de ello: las sombras rosas se alejan de la versión pastel y empalagosa y adquiere un **estilo audaz y moderno**, con formas asimétricas y orgánicas como las que vimos en los desfiles de Bach Mai y Dior, obra de su director creativo Peter Philips. «Imaginé una mirada vibrante, iluminada por un flash de rosa intenso en el ángulo interno del ojo, como un pétalo de rosa. Esta audacia cromática con imperfecciones voluntarias es un gesto libre que sorprende y crea una belleza visionaria e intemporal», dice Philips. El rosa como estrella se enmarca en una tendencia general de sombras de pop, como el verde eléctrico del desfile de Etro, azules en Alice y Olivia.

2.

EL ICONO SE REFORMULA 15 años después de su creación. El nuevo sérum Génifique Ultimate de Lancôme incorpora un beta glucano que activa el sistema inmunitario y la reparación celular de la piel, que se ralentiza con el paso del tiempo, rejuvenece el microbioma y refuerza la barrera cutánea. Un paso más en la investigación sobre ciencia reparadora, iniciada hace 27 años.



Sérum Génifique Ultimate LANCÔME (115,50 €).

ENAMORADA DEL ROUGE

Violette ha creado 40 colores nuevos, 16 mates y 24 satinados. «Tengo tantos colores ideales en mi cabeza que con 40, finalmente, pude expresarlos todos». Le Rouge G cuesta 76 €, y puedes adquirir tanto labiales de recambio (40 €) como carcasas nuevas (36 €), que además, son personalizables.



3. *una* FRANCESA *en* NEW YORK

Quince años después de su lanzamiento, Rouge G de Guerlain se reinventa y revisita la gama cromática de los labios.

Hablamos con la directora creativa de maquillaje de la maison, que ha creado con precisión de orfebre los 40 tonos de esta excepcional paleta.

«*Maquíllate por diversión*, no porque creas que lo necesitas» es el mantra de Violette, directora creativa de maquillaje de Guerlain y a la que nunca le han preocupado las tendencias. Con más de 500 mil seguidores en Instagram y marca propia (Violette_Fr) a ella le apasiona y le divierte el color (ya consiguió que lleváramos sombras azules) y colabora con Guerlain desde 2021 («es alta costura en belleza»).

Rouge G, de Guerlain, cumple 15 años. ¿Cómo has afrontado el reto de reinventar este labial icónico?

Primero, me aseguro de respetar la identidad del producto (su historia, herencia, patrimonio),

pero haciéndolo extremadamente moderno a través de la innovación tecnológica o de la fórmula.

¿Cómo se pueden seguir creando nuevos rojos?

Bueno, es algo infinito. Podría crear un millón de rojos distintos, porque cuando añades un microgramo de pigmento cambia el color, y puedes decidir si quieres más azul, naranja, rojo rosado, rojo oscuro empolvado... Cuando creo, pienso en qué quiero decir, qué tipo de persona imagino llevándolo, de qué va la colección... En este lanzamiento particular se trataba de una línea para Guerlain pensada para durar.

¿Qué destacas del nuevo Rouge G?

El packaging (muy chic, con su espejo y sus texturas), la fórmula (excepcional: cuida los labios, es duradera, súper fácil de llevar y comfortable) y los colores (increíbles). Son los tres puntos clave.

Uno de tus objetivos es que Rouge G pase de generación en generación. ¿La sostenibilidad es un imperativo para las nuevas generaciones?

Oh, sí, por supuesto (dice muy seria), y debe ser así. Me quedé muy impresionada con la política de la maison en cuanto a packaging, fórmulas, incluso las fuentes y la trazabilidad. Y también con su programa de conservación de las abejas... Están muy comprometidos y tienen una visión holística. Son auténticos. Guerlain es una casa que las jóvenes generaciones respetan porque comparten su concepción de la belleza.

Eres francesa, representas el estilo de las parisinas y vives en Nueva York, ¿qué te aporta cada uno de los mundos?

Nueva York me encanta por su diversidad, su personalidad... Te diría que en Francia (y sé que lo que digo es un gran cliché) vamos todas igual, pelo largo y flequillo, pero en Nueva York todo el mundo es distinto y eso es súper inspirador y dinámico. Además, son muy de equipo. Tu éxito es su éxito, se crea un espíritu de grupo con una energía que me encanta. Por otra parte, en Francia tenemos calidad de vida, historia, herencia. Y esa filosofía de "mejor felicidad que riqueza" que adoro. Necesito ambos mundos. No puedo vivir solo en una de las dos ciudades, porque de Francia me quedo con Marsella, mi preferida.

¿Hay mucha diferencia en cómo se maquillan las europeas y las americanas?

Mucha. En general, a las francesas nos basta con un pintalabios rojo o un poco de sombra. Las norteamericanas son más de base, polvos, blush, pestañas falsas, etc. Buscan transformar el rostro.

ATREVIDA Y MODERNA

La británica Charlotte Wales ha fotografiado a Natalia Vodianova para esta campaña, con los labios pintados con Rouge Vibrant 510 Satin.



A través de tu canal de YouTube has enseñado a mucha gente a maquillarse y has conseguido que se pierda el miedo a las sombras azules...

Sí, no sabes lo divertido que es, ni siquiera sé si es trabajo... La gente ha entendido que los colores son bonitos y que pueden llevarlos sin parecer un clown. Está muy bien ver que se abren a usar el color.

¿Alguna vez sales sin maquillaje?

¡Sí! ¡Incluso voy al trabajo sin maquillar! Quiero sentirme cómoda en mi propia piel... Si constantemente estamos corrigiendo y escondiendo cosas, nunca

nos amaremos. Así que cuando no me maquillo, me pongo un outfit muy chic, para que quede claro que no es dejadez. Maquillarse es un acto divertido, no porque lo necesites. Justamente, no lo necesitas.

¿El maquillaje es una herramienta poderosa?

Mira, a lo mejor no puedes permitirte un vestido elegante o determinado bolso, pero sí un pintalabios. Y cuando estás de bajón o estás quemada y tienes una reunión, te pones el pintalabios y sientes como si la fuerza volviera a ti.

COMO UN TALISMÁN

Aparte de los labiales, Violette también ha diseñado 9 carcasas para Rouge G, de Guerlain, **más pequeñas, ligeras y en dorado**. «Me encantan, las colecciono, son objetos eternos. He grabado el nombre de mis hijas en mis preferidas, para que cuando crezcan puedan conservarlas». De izda. a dcha., modelos Le Croco, Le Fauve y Le Strassé.



4 ARTESANOS de la PERFUMERÍA

¿Quién haría un perfume de coliflor... que además huele bien? Esta es una de las 45 fragancias de L'Artisan Parfumeur, la firma de perfumes nicho francesa que comienza su expansión en España. Estate atenta.

La pasión por la artesanía

de su fundador, Jean Laporte, da nombre a esta exquisita firma de perfumes creada en 1976 y le define a él mismo, bautizado en su época como el perfumista artesano. Un orgullo para quien consideraba que ese trabajo manual y con ingredientes (o materiales) de altísima calidad eran el origen del lujo en Francia. «Laporte era un nariz con formación de químico y apasionado por la botánica. Su primera creación, Mûre de Musc, fue una revolución olfativa, con una mezcla inédita de moras y almizcle, que propició la apertura de su primera tienda. La propietaria del local no se lo quería alquilar y la retó a que si le gustaba el perfume, se lo trapasaba. Le encantó, porque era muy diferente a todo, huele a limpio... Hoy sigue siendo uno de nuestros bestsellers», nos explica la española Reyes Lezcano, general manager de la firma.

En la actualidad, L'Artisan Parfumeur tiene 45 perfumes repartidos en distintas colecciones. «Conservamos el ADN de la firma, el valor de la artesanía que se materializa en ingredientes de mucha calidad y la libertad creativa que damos a los perfumistas. Tienen carta blanca. Trabajamos con los mejores del mundo y unas veces, nos dirigimos nosotros a ellos y otras, son ellos los que vienen a proponernos cosas», asegura Lezcano. De esta forma, nació la colección Le Potager, imaginada por el maestro perfumista Quen-



ARMARIO OLFATIVO

1. Abyssae 33, elegido mejor perfume nicho francés, con eucalipto, rosa, higo y cachemir.
 2. Histoire D'Orangers, con nerolí y té blanco.
 3. Un air de Bretagne, con bergamota y algas.
 4. Venenum 32, con sándalo, leche, té negro y pan, de la familia de Ámbar Vainilla.
 5. Iris de Gris, con guisante, iris y bergamota.
 6. Legendes du Cedre, con cedro, pachuli y azafrán.
- Todos, L'ARTISAN PARFUMEUR (185 €/u).

tin Birsch con acordes tan inusuales en el mundo de la perfumería como el tomate, el hinojo o los guisantes combinados con anís, iris, bergamota o violeta. Aunque el más sorprendente sea el primer perfume de coliflor del mundo, Tonka Blanc, con haba tonka, mandarina y nerolí que, por supuesto, huele bien.

Los paisajes franceses inspiran otra de las colecciones, Les Paysages, a través de un componente clave: «Con la mimosa recorremos el sur del país; con el alga marina, la Bretaña; o con arroz, la Camarge».

Y La Botanique interpreta la naturaleza de forma abstracta. Una colección de siete perfumes, creados por la nariz Daphné Bugey, que se distinguen por un frasco diferente, inspirados en las antiguas boticas y un número por encima del nombre, que representa la cantidad de fórmulas que se han probado hasta el resultado final. 33 fueron necesarias para obtener Abyssae, elegido mejor perfume nicho en Francia el pasado año: «La idea de este aroma era recrear la naturaleza del fondo más profundo del océano, esa zona que no se ve, a través de una rosa eucalipto amaderada». Un aroma que contrasta con la intensidad de Le Merveille, inspirada en Oriente Medio. «A nuestro fundador le encantaba Marruecos, sus colores y sus olores, frecuentaba La Mamounia y creó el primer perfume de este mítico hotel, con cedro del Atlas», nos cuenta.



5.

● ODA A LA BELLEZA ITALIANA

El estilo Dolce & Gabbana se traslada a su colección de maquillaje. Con packagings a la altura, su fondo aporta luz y frescor a la piel y sus paletas multiusos con blush (Cheek & Eyes Match) y sombras o bronzing (Face & Eyes Match) son objetos de deseo.

6.



ACCIÓN ANTIARRUGAS

Las arrugas son uno de los principales signos de envejecimiento. Esta temporada, dos nuevos tratamientos las combaten.

Epigenética. Clarins reformula su emblemático Double Serum para aplicar la epigenética (la influencia del estilo de vida en nuestro envejecimiento) a la cosmética y potenciar las 5 funciones vitales de la piel: hidratación, nutrición, oxigenación, regeneración y protección, centrándose en más de 50 marcadores biológicos para una acción antiedad global.

Un dron con vitamina C. Llega la 4ª generación de V-Lift Cream, la línea antiarrugas de Valmont que ha ido mejorando sus fórmulas con nuevos descubrimientos desde que se lanzó en 2005. Porque no solo se trata de incorporar potentes activos a los tratamientos, sino de que estos lleguen en el momento y la cantidad oportuna a la piel. Es la función del nuevo C-Drone, con tecnología biomimética, que las células cutáneas reconocen como propias, permitiéndole adherirse a ellas y asimilar la vitamina C y el matrixyl, que estimula el colágeno.

7.



COLORETE, ¡SUBE, SUBE!

Nada anima más una piel en invierno que un toque de rubor. Se trata de alejarse del rostro *besado por el sol* del verano, donde el tono tiende más a tierras y melocotón y se aplica en el hueso de la nariz y en todas las mejillas; este otoño-invierno se utiliza más alto, sin cubrir todo el pómulos, para lograr un **look fresco y natural**, con tintes románticos en algunas ocasiones, para lo que se combina con un discreto bálsamo labial o un labial de un tono ligeramente más intenso que el blush, como pudimos ver en los desfiles de Alejandra Rojas y Molly Goddard.



«Tu rojo de labios es tu firma»

Con un nuevo formato rellenable y consolidando su compromiso con la sostenibilidad, Byredo relanza su ya mítico Le Lipstick de la mano de la make up artist Lucia Pica. 20 tonos nuevos en tu radar.



Sobran las presentaciones. Lucia Pica, una de las maquilladoras más reconocidas del mundo, es desde 2022 la socia creativa de imagen y maquillaje de la firma de lujo Byredo. «Busco que el maquillaje sea un medio visible de las emociones, igual que los perfumes son un medio invisible de ellas; las barras de labios son vitales para ello», dice. Esta mujer cálida, segura de sí misma y enamorada de su trabajo, nos transmite su pasión.

Fuiste la responsable de una de las grandes novedades del maquillaje en los últimos años, las sombras de ojos rojas para Chanel. Y al desembarcar en Byredo creaste Liquid Lipstick...

Cuando empecé en Byredo pensé en el gloss transparente, para usarlo tanto en los labios como en los ojos. Byredo es famosa por el perfume, de ahí esa transparencia, la forma líquida, la textura y el tipo de experiencia. Para mí fue un punto de inflexión, como el momento rojo de Chanel.

El rojo se ve genial en las fotos, pero no es fácil de llevar en el día a día...

(Ríe). Me hace gracia cuando oigo que el rojo es difícil, porque para mí es muy natural. Ya está presente en los labios, es solo resaltar algo que ya está en ti. Pero si te asustan los colores vivos, empieza con un liner y lo distribuyes por el labio con un cepillo, para que quede como un efecto de labio mordido. De pequeña, me mordía los labios hasta que se veían rojos. Tenemos que cambiar esa percepción de un pintalabios rojo como algo difícil de usar porque es algo natural en nosotros, así que ¡un poco de valor y poned un poco de rojo en vuestra vida!

¿Afecta a nuestras emociones llevar pintalabios?

Claro. Y también tiene un impacto en los recuerdos que creamos en otras personas. Estoy convencida de que puedes ser reconocida y recordada por el color de labios que llevas. Eso es lo que quería conseguir con estos nuevos labiales que he creado con Byredo. Conseguir hacer esa conexión con el perfume. Porque cuando usas perfume puedes ser recordado por ese aroma, quizá te describa y te represente. Pues pasa lo mismo con el labial. Deja una huella sobre quién eres, expresa quién eres, es tu firma, y esa firma también permanece en el recuerdo de los demás.

¿Y cómo influye ser italiana a la hora de diseñar colecciones de maquillaje?

Creo que tiene que ver con la idea de calidad. Estoy obsesionada con la calidad y el detalle y

que el color sea redondo. No se trata solo de colores primarios, sino de crear matices, sombras y luces. Supongo que todo eso me viene por mi educación, la historia de mi país, el arte, el claroscuro y todo eso. Está en mi memoria celular. Cuando compro algo, ya sea ropa o un labial... siempre busco la calidad.

Naciste en Nápoles. ¿Qué otras ciudades te inspiran?

Londres ha sido muy importante, porque he vivido allí durante 25 años. Llegué a los 21 o 22 y ha influido en conformar del resto de mi vida adulta. París es ahora una inspiración muy importante. Y recuerdo que visité La Habana y me impactó. He estado tres veces, pero volveré.

Has creado 20 tonos nuevos (10 satinados y 10 mates) para Le Lipstick, de Byredo, ¿qué destacarías?

Bueno, la gran variedad de colores, de los más claros a los oscuros, con acentos de color intermedios. Hay colores muy atrevidos, otros muy interesantes, algunos neutros... la idea es que cada uno de ellos sea impactante pero al mismo tiempo ponible para la mayoría de las pieles.

¿Un labial refleja o varía la personalidad de quien lo lleva?

Ambas cosas a la vez. Puedes usarlo como una herramienta divertida, para crear un personaje, o bien para que represente tu esencia. Es algo abierto.

Dices que de pequeña te escondías para maquillarte. ¿A qué edad aconsejarías empezar a hacerlo?

Depende. Creo que necesitamos cambiar la perspectiva, usar el maquillaje para realzar nuestra belleza y no para crear inseguridades. Me gustaría ver el maquillaje como un compañero saludable con el que puedes vivir, ser feliz y jugar. Se trata de potenciar, no de esconder.

¿Los tutoriales en plataformas sirven de ayuda o solo lían más?

Pues, las dos cosas. Hay unos muy útiles, porque aprendes y te enseñan técnicas interesantes. Pero otros inciden en la idea de seguir una tendencia o de que tienes que ocultar o arreglar algo, y con eso me siento incómoda. Creo que el mensaje debe ser «esto es divertido» o «esto es lo que estoy haciendo hoy», y no «así puedo mejorar mi cara», porque eso estimula las inseguridades.



Lucia Pica, socia creativa de imagen y maquillaje de BYREDO, ha creado los nuevos 20 tonos de The Lipstick BYREDO, entre ellos, el rojo mate Éperdu y el satinado nude Earth Dust (57 €/u).



FLECHAZOS

1. La máscara Phyto Noir de Sisley da volumen, define y además incorpora tratamiento, que estimula el crecimiento y aumenta el grosor de las pestañas.
2. Coco Chanel era supersticiosa y amaba los talismanes. Al tarot dedica Chanel su colección de make up, como «si mezclar colores fuera como echar las cartas», dice su creadora.

10.

HORAS DE RECUPERACIÓN

La nueva vía de investigación apoya los mecanismos naturales de reparación y producción de energía de las células durante la noche, para despertar con la piel nueva.

La noche es el gran momento de la piel. Un sueño reparador es uno de los mejores activos del antiaging. Sin embargo, las agresiones diurnas y un insuficiente descanso nocturno dificultan la recuperación cutánea. La ciencia cosmética lleva años investigando este proceso, buscando cómo ayudar a conseguir una apariencia descansada cada mañana. Con la idea de que las células de la piel nunca duermen, Estée Lauder lanzó hace más de cuarenta años Night Repair (1982), estableciendo una nueva categoría en la industria de la belleza. En colaboración con la Universidad Case Western Reserve, la marca fue pionera en estudiar los efectos del sueño, constatando que la mala calidad del mismo provoca un tono desigual, pérdida de elasticidad e hidratación y más arrugas. «Este estudio nos permitió comprender científicamente esos efectos y respaldar nuestras innovaciones en productos nocturnos con datos concretos, ofreciendo soluciones más efectivas para la reparación y recuperación cutáneas», comenta Nadine Pernodet, vicepresidenta senior de biociencia e I+D global de Estée Lauder.

Se sentaron los cimientos de una vía de investigación que explora las diferencias y funciones biológicas de la piel entre el día (protegerse) y la noche (repararse), destacando la importancia de apoyar sus ritmos naturales y corroborando la relevancia de un régimen nocturno eficiente en la rutina de belleza diaria.

CON ENERGÍA Y NOCTURNIDAD

La edad y los factores externos como la radiación UV, el jet lag, la contaminación, la luz azul y la falta de sueño agotan la energía de las células de la piel, disminuyendo significativamente el ATP, principal combustible de la actividad celular, y alterando el ritmo natural de la dermis. Esta interferencia en el proceso de reparación celular causa inflamación y acelera el envejecimiento. Esto ha llevado a los científicos a enfocar sus esfuerzos en la sincronización nocturna, considerando distintas fases claves en la producción de energía celular, para potenciar su capacidad de reparación y recuperación.

«La energía es realmente fundamental para la reparación nocturna y se ha descubierto que existe también un ciclo temporal para la producción de esa ATP», afirma Pernodet. Según los estudios, la producción de ATP disminuye un 50 por ciento a los 60 años en comparación con una piel de 20, lo que se traduce en una menor capacidad de reparación. Du-

rante la noche, además, la temperatura de la dermis sube, pierde más humedad y la barrera cutánea se vuelve más fina y permeable. En definitiva, un entorno propicio a la sequedad, las arrugas y la deshidratación cutáneas. Sin embargo, y aquí viene

una buena noticia, las células de la piel, como todas, tienen memoria, aclara Nadine Pernodet: «Las células envejecidas no olvidan su función, simplemente se vuelven

perezosas, como cuando estamos cansados y no nos apetece trabajar. Para reactivarlas, debemos proporcionarles las herramientas adecuadas para aumentar la producción de ATP y optimizar el ritmo natural de la piel. Con este objetivo se ha desarrollado Advanced Night Repair Overnight Treatment, un tratamiento nocturno que trabaja en una triple recuperación de la piel: la energía celular, la hidratación y la resistencia de la barrera cutánea.



**MIENTRAS
DUERMES**
Advanced Night
Repair Overnight,
ESTÉE LAUDER
(126 €), con textura
segunda piel,
refuerza el
tratamiento
nocturno y ayuda a
la piel a
sincronizarse con los
ritmos circadianos, a
producir energía y
mejorar su
apariencia.

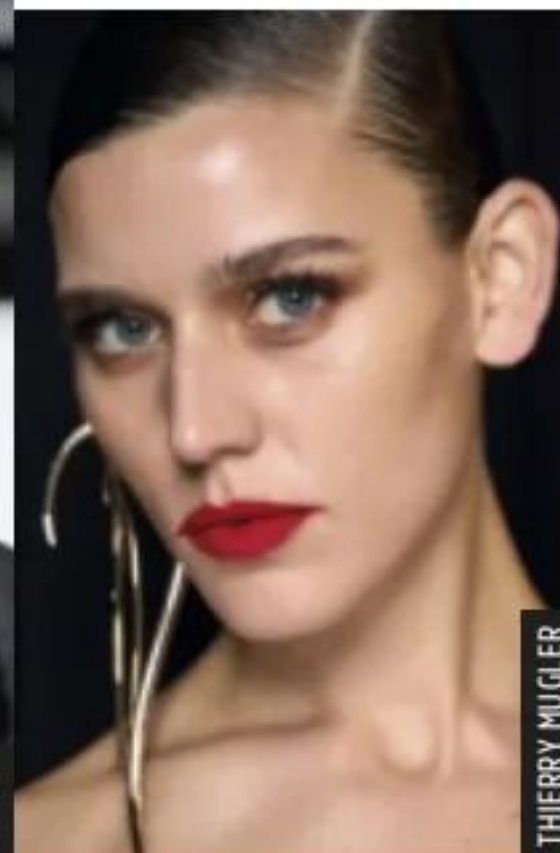


EL ROSA VIBRANTE del frasco del nuevo Electrotouch de Tous refleja la energía de su aroma. No solo a través de sus notas afrutadas y chispeantes, sino de una fórmula creada con la tecnología Emotiwaves, patentada por la casa DSM Firmerich, que provoca esa sensación vigorizante en el cerebro, según estudios de neurociencia.

12.

EL PARAÍSO ESTÁ CERCA

«Un hotel en el que te quitas los zapatos al llegar y no te los vuelves a poner hasta que te vas», dice Pablo Carrington, CEO de la cadena Marugal, que quieren que sea el recientemente inaugurado Dunas Formentera. Concebido como un resort de lujo sostenible, sobre las dunas de la playa Migjorn, cuenta con solo 45 habitaciones –algunas de hasta 60 metros–, decoración mediterránea, una piscina infinita al borde del mar y un restaurante con ingredientes autóctonos. dunasformentera.com



13.

EL ROJO DE LABIOS NO PASA DE MODA

Los labios rojos son a la belleza lo que el little black dress a la moda, **un valor seguro**. Versátil, para todas las ocasiones, sin importar tu edad o tono de piel. Para invierno, triunfan las **texturas mate** aunque el brillo ha regresado con tanta fuerza que compite en protagonismo. Crear una **boca roja perfecta exige tiempo y un paso a paso**: «Hay que empezar dibujando y corrigiendo la forma del labio con un lápiz del mismo tono. A mí me gusta también rellenarlo porque lo hace más duradero y el resultado es más fiel a la tonalidad de rojo elegida. Y después, ya se aplica el rouge», explica el maquillador Agostino.



DRA. ROSA DEL RÍO

«Cada vez utilizaremos más tratamientos regenerativos y menos ácido hialurónico»

Nos ponemos al día con la reconocida dermatóloga y médico estética del equipo médico del Grupo Pedro Jaén.

¿Ha variado lo que la gente busca en la medicina estética?

Sí, ahora la filosofía es rejuvenecer pero sin hacer grandes transformaciones, para envejecer de una forma armónica y natural. Estamos poniendo el foco en cuidar la salud de la piel, para que luzca bonita, saludable, tersa. *Levantarla* es el objetivo de casi todos los protocolos. Es lo que más preocupa.

¿Qué novedades hay para combatir esa pérdida de firmeza?

Estamos viendo resultados muy buenos con la radiofrecuencia pinchada, con equipos como Morpheus o Potenza. Son microagujas, que cuando emites el disparo actúan como una especie de taladradora en la piel, que deposita el calor en las capas más profundas y tiene un mayor efecto tensor. Luego están todos los inductores de colágeno.

¿Se inscriben dentro de la medicina regenerativa de la que tanto se habla ahora, no? ¿En qué consiste?

En poner a trabajar los mecanismos naturales de reparación y regeneración de la piel, para devolver la luz, turgencia... Por ejemplo, con el plasma rico en plaquetas. Hemos cambiado la forma de hacerlo: el plasma gel se procesa en dos fracciones, una más densa que podría actuar como un hialurónico pero siendo nuestra propia

sangre y se pincha más profundo y otra que se aplica como mesoterapia, más superficial. Tiene un gran efecto *buena cara*.

¿Los exosomas también tienen ese carácter regenerativo?

Sí, hablamos de polinucleótidos. Los exosomas son nanovesículas, como bolsitas mínimas que contienen proteínas, fragmentos de ADN, y actúan como transmisores de mensajes. Salen del citoplasma y trasladan la orden a las células para que produzcan colágeno, elastina... Son sustancias que no aumentan el volumen y redensifican la piel sin modificar rasgos.

¿Está provocando todo esto una guerra al ácido hialurónico?

Vamos hacia menos tratamientos que proporcionan volumen y más que regeneren y, sobre todo, que no dejen residuo, huella estética. Yo sigo utilizando mucho hialurónico, que bien hecho es muy útil, pero la tendencia es poner a trabajar nuestra piel, que sea nuestro propio organismo el que bien estimulado regenere los tejidos.

¿Que tratamiento recomiendas para la vuelta de vacaciones?

El plasma rico en plaquetas ayuda a recuperar la piel, revitalizarla y luce más bonita, turgente e hidratada.

15.



Heavy metal

El acabado metálico, que no brillo, sofisticado (y en algunos casos, dramatiza) la mirada. Y se adapta a todas las tonalidades. Los dorados, como vimos en los desfiles de Jason Wu y Chanel y los cobre, «combinan bien con todas las pieles, especialmente con las de matices cálidos», nos dice Iván Gómez, maquillador de Chanel, mientras los plateados fríos son perfectos para un estilo noventero. Los negros metálicos, y más con un trazo irregular como el de Jason Wu, siempre trasladarán un estilo rockero. En versión soft, un trazo a ras de las pestañas, como en Emporio Armani, deja un estilo superchic.



París no tiene pérdida

Peter Philips, director creativo de maquillaje Dior, rescata de los archivos de la Maison un plano de París que se estampó en un pañuelo realizado por Christian Dior en los 50, convirtiéndolo en el motivo que decora los packagings de su colección fall-winter. También Maria Grazia Chiuri, directora creativa de mujer de la enseña, lo ha reinterpretado en zapatillas, vestidos, chaquetas y bolsos esta pasada primavera. Podemos observar las principales calles de París, que conducen a la Boutique. Para coleccionistas.

17.

Julia Roberts no pierde la sonrisa

Cuánto ha tenido que ver en el éxito de La Vie est Belle de Lancôme, uno de los perfumes más vendidos del mundo desde su lanzamiento en 2012. Ahora escribe una nueva historia... de amor propio.

¿A qué huele la felicidad? Ese reto, que requirió más de 5.000 pruebas antes de obtener el aroma definitivo de La Vie est Belle, ha escrito diferentes capítulos a lo largo de una década en la que las mujeres hemos evolucionado mucho. Siempre de la mano de Julia Roberts, cuya sonrisa, la más célebre de Hollywood, ha servido para contagiar esa sensación de optimismo. Y que se dibuja en su reconocible e icónico frasco, que también ha ido variando sin perderla. Como la propia noción de la felicidad.

Este nuevo capítulo simboliza que ese sentimiento no se encuentra en la opinión de los demás, en la validación externa, sino en nosotras

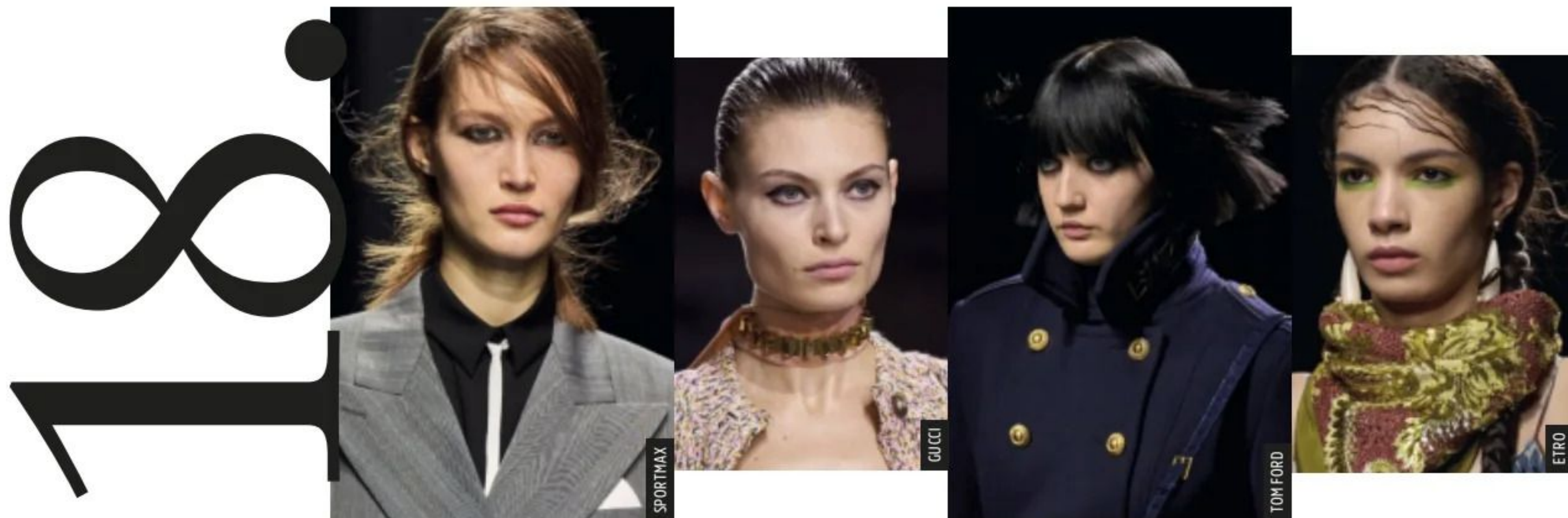
mismas: el momento en que te das cuenta de que eres tu propia fuente de felicidad, todo cambia, dicen desde Lancôme, que presentan el nuevo La Vie est Belle L'Elixir como la fragancia que representa este amor propio radical. Para ello, los perfumistas Antoine Maisondieu y Christophe Raynad han creado un aroma en torno a la hoja de violeta y la manteca de cacao. «Se trata de una reinterpretación moderna de la violeta, una aparentemente pequeña pero extremadamente poderosa flor», explica Maisondieu, que la presenta como un nuevo símbolo de modernidad floral. Y esa violeta se combina con la rosa, que ha recorrido todas las ediciones de La Vie est Belle a lo largo de estos doce años.

«Detrás de esta fragancia hay un deseo de dulzura, para reinventar la sensualidad de la piel... a través de una violeta amaderada sumergida en un licor de frambuesa y salpicada de chocolate amargo, realzado por un acorde de ante, que acaricia la piel y la sensualidad y la sofisticación, que trasladan esa autoconfianza de la mujer», explica Raynad. Para representarla, Julia Roberts se sumerge en una nueva historia, de la mano del director Damien Chazelle, autor de *La La land*, por la que ganó el Oscar al mejor director. «Ha sido el rodaje más divertido de todos. El guion tiene su gracia y fue de esos momentos en los que todo salió bien», dijo la actriz sobre la grabación en París del nuevo filme de La Vie est Belle, en el que se convierte en la estrella de su propia historia.



OJOS EN LÍNEA

El delineador no cede protagonismo: **se renueva pero siempre permanece** y ofrece una inagotable carta de posibilidades. Las modelos de Tom Ford lucieron un delineador expertamente difuminado, con los ángulos externos ahumados para lograr un **look sensual y vívido**; Etro apostó por el liner invertido, a ras de las pestañas inferiores, en un vibrante verde; mientras Sportmax lo hacía en negro y Gucci apostaba por un glamouroso delineado grueso por arriba y fino por abajo, que es una buenísima excusa para **invertir en un buen lápiz delineador** esta temporada. Nuestro favorito: el nuevo Ligne Noire de Sisley, con punta de fieltro que se desliza bien para una fácil aplicación. Porque «en un liner bien hecho se nota la destreza con el maquillaje», reconoce el maquillador Agostino. Y esta temporada tenemos muchos ejemplos de maxi liners, que casi abarcan todo el párpado móvil y mini liners, finísimos y largos, que llegan hasta la cola de la ceja.



EDITOR'S CHOICE

Tras los días de playa y sol es necesario darle a nuestra piel y nuestro pelo los mejores cuidados para la vuelta a la rutina.

Patricia Álvarez-Palencia, coordinadora web



Alarga la piel de verano

Terracotta Le Teint, de Guerlain, es una base de maquillaje ligera, de larga duración y sin transferencia que deja una luminosidad saludable, como si acabaras de volver de una escapada al aire libre.



Adiós arrugas

Inspirado en los efectos de las neurotoxinas inyectables, P-TIOX, de SkinCeuticals, reduce arrugas, mejora la textura de la piel e ilumina.



Cabello más fuerte

Complexe 5 HEAD SPA, de René Furterer, revitaliza el cabello apagado y con pérdida de densidad y hace que el pelo crezca más fuerte, brillante y denso.

Mirada despierta

El contorno de ojos definitivo para ojeras, bolsas, arrugas y firmeza es Eye Recipe, de Skin Office. Su efecto tensor inmediato ilumina, reafirma y alisa.



Peinado impoluto

Cuida tu pelo mientras lo alisas con la plancha Advanced Coconut Therapy, de Remington, con microacondicionadores con coco y filtros UV, que lo dejan suave y brillante.



CON NOMBRE PROPIO

La Dra. Beatriz Beltrán es médica estética, fundadora de la Clínica Beatriz Beltrán de Barcelona y Premio Nacional de Medicina Estética 2022.

- DRA. BEATRIZ BELTRÁN -

«Nuestros tratamientos ayudan a verse bien y sentirse mejor»

En pleno Paseo de Gracia en Barcelona, la Clínica de la Dra. Beatriz Beltrán es un referente en medicina estética a nivel mundial gracias al éxito de sus tratamientos para el rejuvenecimiento facial y remodelación corporal con técnicas mínimamente invasivas. Es el único miembro español de la Sociedad Internacional de Complicaciones Estéticas y en 2022 recibió el Premio Nacional de Medicina Estética.

Si hablamos de rejuvenecimiento facial ¿cuál es tu técnica estrella para lograr mantener los rasgos naturales? No hay una sola, sino la combinación de varias que, si se aplican de forma personalizada, dan grandes resultados. En contraposición a los antinaturales rellenos, opto por tratamientos naturales que estimulan la producción de colágeno. La aparatología actual consigue estimularlo y para ello aplicamos ultrasonidos focalizados, HIFU y radiofrecuencia. También son importantes las microdermoabrasiones, que limpian la piel en profundidad y la aplicación de buenos cosméticos.

A veces vemos caras muy artificiales... ¿un tratamiento facial puede dar resultados naturales? Totalmente. Llevo 20 años en esto y se puede, sabiendo que no todo se soluciona pinchando, ni sólo con medicina estética. Yo combino inyectables con aparatología para conseguir corregir la flacidez sin sobrerrellenar ni hinchar. Hay que saber dónde están los límites, saber decir que no, combinando y gestionando las expectativas del paciente. Esa es la clave.

Prevenir antes que curar... ¿también en medicina estética? Antes los pacientes llegaban con arrugas muy profundas o flacidez muy evidente, que son más difíciles de tratar. Hoy muchas mujeres de 30 años empiezan a frenar los signos de envejecimiento antes de que sean evidentes. Preocupan las arrugas de expresión, el rictus marcado, el volumen de los labios o el pómulos que desciende. A partir de los 40,

el gran caballo de batalla es la flacidez, ya que el descolgamiento preocupa más que las arrugas o las manchas.

Pero hay una edad para todo... Sí, aunque influida por las redes sociales, cada vez gente más joven demanda tratamientos que no corresponden a su edad. En esto soy muy sincera: hay que saber decir que no. Muchos tratamientos de relleno no son necesarios, y no se valora qué consecuencias pueden tener en el futuro. No todo vale.

Todos queremos mejorar el cuerpo, ¿qué les dices a tus pacientes? Les hablo ante todo de la medicina del bienestar, que combina la medicina del antienvejecimiento y la medicina estética. Hay que saber envejecer bien y nuestros tratamientos pueden ayudar a vernos mejor, es cierto, porque los cambios que se experimentan tanto a nivel exterior como interior son espectaculares. Pero lo importante no es verse bien, sino estar y sentirse bien. Y en eso nos focalizamos.

Has hecho famosa la técnica BB corporal. ¿En qué consiste? En remodelar la silueta con resultados similares a los de una cirugía sin pasar por quirófano. Para ello trabajamos con protocolos personalizados para determinar las zonas de flacidez y las zonas con grasa localizada. Para eliminarla utilizamos la criolipólisis, con una de las aparatologías más novedosas del mercado que permite llegar a más zonas en la mitad de tiempo.

¿Algún avance en el tratamiento de la celulitis? Una novedad muy interesante en la que trabajamos desde hace dos años, y somos pioneros a nivel mundial, y es incluir el ácido poliláctico (PLLA) en el tratamiento de la celulitis. Esto nos ayuda a recuperar la firmeza y tersar la piel, disminuyendo la piel de naranja. El índice de satisfacción es muy elevado y puedo decir que no solo mejoramos el aspecto físico, sino que psicológicamente existe una mejora muy positiva.

“La combinación de inyectables con aparatología logra corregir la flacidez sin sobrerrellenar ni hinchar”

¡ALERTA! ADOLESCENTES Y COSMÉTICA ¿CUÁNDO CUIDARSE ES DEMASIADO?

Estamos ante un nuevo fenómeno viral: adolescentes, incluso niñas, obsesionadas por el skincare, que comparten en la red sus rutinas de belleza, su compras de cosmética y recomiendan el uso de activos antiaging. Una adicción con consecuencias físicas y mentales que preocupa a dermatólogos y psicólogos.

POR CARMEN LANCHARES



ESTÁN EN SU RADAR

1. Rare Beauty: La marca de Selena Gomez es de las preferidas de las adolescentes. Su colorete líquido Soft Pinch (foto) fue el blush más viral de 2023 (22,99 €, en Sephora). **2. CeraVe:** Muy popular en TikTok por su enfoque dermatológico. Su gel limpiador antiacné con ácido salicílico es un must para pieles acneicas (12,69 €, en farmacias). **3. Byoma:** Creada en 2020, se ha hecho un hueco entre las jóvenes por sus productos atractivos y accesibles (ninguno supera los 15 €). El gel crema hidratante es un bestseller (13,99 €, Sephora). **4. Drunk Elephant:** Esta marca, que propone mezclar sus fórmulas para personalizar, se ha convertido en favorita y símbolo de status entre los más jóvenes. Las gotas bronceadoras D-Bronzi son un fenómeno en redes (40 €, Sephora). **5. The Ordinary:** Sus productos, enfocados en los ingredientes, son un must para la generación Z. Su suero Hyaluronic Acid 2% + B5 recién reformulado, con una textura mejorada, vendió en 2023 más de una unidad por minuto (9,90 €). **6. Sol de Janeiro:** La marca corporal de inspiración brasileña ha conquistado con sus texturas y fragancias sensoriales a usuarias muy jóvenes. La crema Bum Bum es un fenómeno de ventas (45,99 €, Sephora). **7. Kylie Cosmetics:** Creada por Kylie Jenner, fue de las marcas más virales en 2023, con más de 3,3 millones de seguidores y casi 27 millones de likes. Su corrector PowerPlush Longwear Concealer es el que mejor se está vendiendo (27,90 €, Douglas).

Las llaman “Sephora Kids”. Muchas no han alcanzado la mayoría de edad y están causando gran revuelo en la industria de la belleza. «Este término hace referencia a una generación de niñas y adolescentes con gran interés y habilidad por el mundo del maquillaje y los productos de cosmética influenciados por las redes sociales», explica Ambra Orini, cofundadora y CEO de la agencia The Beauty Makers. Capaces de gastarse sus ahorros en cosmética, suben vídeos de sus rutinas de belleza o de cómo prevenir los signos de envejecimiento, comparten sus últimas compras y replican los rituales de sus influencers favoritas. Estamos hablando de jóvenes de la

marca convertida, sin buscarlo, en una de las favoritas de los más jóvenes. «Es cierto que TikTok y otras redes sociales son un escaparate que permite que muchas personas puedan ver productos que despierten su interés y curiosidad», apunta Laura Fernández Gasco, directora de Formación Drunk Elephant, quien atribuye el éxito de la marca entre los adolescentes a que resulta atractiva y divertida, tanto por el diseño de los envases como por la posibilidad de mezclar los productos (hacer un *smoothie*) para conseguir un tratamiento personalizado.

El problema surge cuando el uso y la elección de cosméticos se les va de las manos, lo que ha dado lugar a otro fenómeno: la *cosmeticorexia*, es decir, la adicción por comprar y utilizar cosméticos. Según Business Insider, los niños estadounidenses de entre once y diecisiete años pasan casi dos horas al día en TikTok, consumiendo vídeos de personas influyentes y populares, a menudo mayores que ellos. «Se ha descontrolado la información a la que esta generación está expuesta. Por ejemplo, una de las fijaciones de los Sephora Kids norteamericanos es el retinol», comenta Ambra Orini.

El problema es que el uso de cosméticos se les va de las manos, lo que ha dado lugar al fenómeno de la *cosmeticorexia*. Una de sus fijaciones es el retinol.

generación Z (1997-2010) y de adolescentes e incluso preadolescentes de la Alpha (nacidos a partir de 2010). Ambas generaciones, aunque con hábitos de compra y características propias, confían en la tecnología, están muy conectadas con la belleza y dispuestas a experimentar. «Desde una edad temprana se sumergen en ese universo online donde son bombardeadas con contenidos relacionados con el maquillaje, las tendencias de belleza y los productos cosméticos promocionados y recomendados. Instagram, TikTok y YouTube se han convertido en sus principales fuentes de inspiración y aprendizaje, donde encuentran tutoriales paso a paso, reseñas de productos y consejos de expertos».

Según un informe de la consultora McKinsey sobre el mercado mundial de la belleza en 2023, casi la mitad de los encuestados de la generación Z afirma investigar a fondo los ingredientes de los productos y sus beneficios antes de comprarlos. Asimismo, un 45 por ciento prueba nuevas marcas cada dos o tres meses, aunque muestran lealtad si algo les gusta. Con un apetito desmesurado por los contenidos rápidos, la generación Alpha, dice Orini, se ha convertido en una nueva consumidora de belleza que busca en las redes experiencias personalizadas y recomendaciones adaptadas a sus necesidades.

«No es algo nuevo que los niños quieran cosas llamativas o que estén fuera de su alcance. Ahora, eso es viral debido a las redes sociales», expone Tiffany Masterson, fundadora de Drunk Elephant, una

LOS DERMATÓLOGOS AVISAN

«Considerar el cuidado de la piel como una forma de autocuidado y de mantener la salud global de la persona es algo beneficioso. Pero cuando este cuidado se lleva al extremo empleando cosméticos sin ninguna base ni limitación, solo porque una influencer lo hace en redes sociales, estamos perdiendo la esencia de lo que supone el *skincare*». Es la opinión de la dermatóloga Natalia Jiménez, del GEDET (Grupo Español de Dermatología Estética y Terapéutica de la AEDV). Lo corrobora Alba Calleja, dermatóloga de la clínica Dr. Morales Raya, al asegurar que quienes consumen este tipo de contenidos tienen más riesgo de desarrollar ciertas conductas o emplear determinados productos que pueden ser perjudiciales, en ese afán por lograr una piel perfecta o adelantarse a los signos de la edad. «El tratamiento con agentes antiaging como el retinol no es lo adecuado a todas las edades ni en todas las pieles. Su uso precoz podría dañar la piel». Y es que a edades tan tempranas la barrera cutánea es aún inmadura y estos activos pueden producir irritaciones o empeorar enfermedades preexistentes de la dermis. «Si pensamos en la prevención del envejecimiento, es mucho más efectivo y sencillo emplear un protector solar a diario que hacer rutinas de *skincare* complicadísimas», sentencia la doctora Jiménez.

- REVOLUCIONA TU PIEL CON LA FORMULACIÓN MÁS AVANZADA -

2 ANTI-AGING de última generación

La innovación es uno de los valores esenciales del ADN de MartiDerm, la marca barcelonesa pionera en la industria dermocosmética. Es, junto con el 'expertise' acumulado a lo largo de sus más de 70 años de historia, lo que le ha permitido convertirse en un auténtico referente en la categoría Anti-Aging.

Así ha sido desde sus inicios, cuando Josep Martí Tor, desarrolló la mítica fórmula que combinaba proteoglicanos y Vitamina C y revolucionó el mundo de la cosmética con sus célebres ampollas. Los números hablan por sí solos: hoy se consumen más de 180.000 unidades al día en todo el mundo.

Desde su fundación en 1952, MartiDerm mantiene el compromiso de crear productos con las combinaciones de activos más eficaces para mejorar el bienestar y la salud de la piel en todas sus etapas. Y ya son más de 100 productos los que avalan su trayectoria. Los últimos en llegar son **Absolute Lift** y **Ultimate Antiox**, dos sérums anti-aging de última generación que salen **a la venta el 2 de septiembre**. ¡Te contamos todo lo que pueden hacer por tu piel!

ABSOLUTE LIFT (92% efecto lifting inmediato*)

Un sérum reafirmante global con un resultado efecto lifting que es 3 veces más eficaz que un dispositivo de tratamiento facial.

Está compuesto por Duolift Peptide, una sinergia de dos péptidos de última generación, y Proteum 89+, proteoglicano exclusivo de MartiDerm. Esta combinación de activos consigue un efecto lifting inmediato, además de hidratar y ayudar a reducir la apariencia de las arrugas.

**Test de uso bajo control dermatológico. Evaluación subjetiva, porcentaje de voluntarios satisfechos. Ref: 28861223.A.*



ULTIMATE ANTIOX (91% piel más luminosa*)

Un sérum revitalizante global que duplica la luminosidad de la piel de manera visible en 1 semana.

Contiene Antiox6 C complex, un complejo exclusivo formado por potentes antioxidantes y Proteum 89+, proteoglicano exclusivo de MartiDerm. Consigue iluminar la piel, unificar el tono y minimizar arrugas. Además reafirma e hidrata en profundidad.

**Eficacia iluminadora bajo control dermatológico. Valoración instrumental. Ref: DC.354.36.077.*



MAGNESIO, *el mineral* TODOPODEROSO

Pluriempleado en el organismo, el magnesio es un súper mineral cargado eléctricamente que equilibra los líquidos y el pH del cuerpo. Se trata de un trabajador muy codiciado, ya que de él depende que funcionen como deben los músculos, incluido el corazón (ayuda a su contracción), los nervios o los riñones. También interviene en importantes procesos metabólicos, como transportar y absorber la vitamina D, mantener un nivel adecuado de calcio en los huesos, sintetizar la melatonina (la hormona del sueño) y la serotonina, o captar la glucosa en los músculos para evitar los trombos. Se calcula que el 60 % de la población tiene niveles bajos de magnesio y, cuando falta en el equipo, se nota. «Los síntomas de su deficiencia son la pérdida de apetito, náuseas, vómitos, fatiga y debilitamiento. También puede causar entumecimiento, hormigueo, calambres musculares, convulsiones, cambios de humor y alteraciones en el ritmo cardíaco», explica Elena Soria, médico y nutricionista de Clínica Menorca (clinicamenorca.com). Según la doctora, con una dieta variada se debería obtener la dosis diaria necesaria (310-320 mg en mujeres), que incluye vegetales de hoja verde, albaricoques, aguacates, nueces, al-

De la familia de los electrolitos, regula más de 300 funciones esenciales del organismo. Tu salud, bienestar y descanso depende de él. Ahora, está en boca de todas.

mendras, anacardos, garbanzos, chocolate, marisco o pescado. Sin embargo, con la edad se absorbe peor, entre otras razones, «por un pH desequilibrado del intestino, por el consumo de ciertos diuréticos, antibióticos o inhibidores del ácido gástrico (omeprazol), por una ingesta elevada de fibra, calcio y por beber alcohol», apunta la doctora Soria. Tampoco ayuda la baja mineralización del agua de cultivo de los alimentos y de la bebida, que contiene solo 0,83 mg/l de magnesio (solo bebiendo una piscina de 420 litros de agua al día llegaríamos a

la pauta recomendada). Como solución, llegan bebidas que reponen los minerales perdidos con agua de mar, como Refix. En cuanto a la suplementación, las fórmulas eficientes contienen bisglicinato de mg, malato de mg y citrato de mg por su alta biodisponibilidad. En cambio, el óxido de mg tiene una absorción más pobre. La vía tópica es otra opción para remineralizar el organismo a través de la piel. Las lociones ricas en magnesio ayudan a reducir los calambres y la fatiga, además de ejercer de barrera protectora. Conviene aplicarlas en zonas finas de la piel (interior de los muslos, brazos, muñecas o rostro) y que el mineral *currante* se ponga manos a la obra.

POR MARTA BONILLA.



Magwell Plus, ESSENTIALS BY NATURADIKA.

Suplemento con tres formas distintas de magnesio: bisglicinato, malato y citrato para conseguir una absorción más completa (24,90 €).



Loción con magnesio, GLOW BY HORMONE UNIVERSITY. Incluye magnesio de Zechstein, puro y sostenible, colágeno y aceite de onagra para aliviar la fatiga muscular y calmar (38,50 €).



The Great Body Balm, THE GREAT FUSION. Crema reafirmante con magnesio, CBD, centella asiática y avena que tonifica, nutre, calma y refuerza la barrera cutánea (49€, en Abanuc).

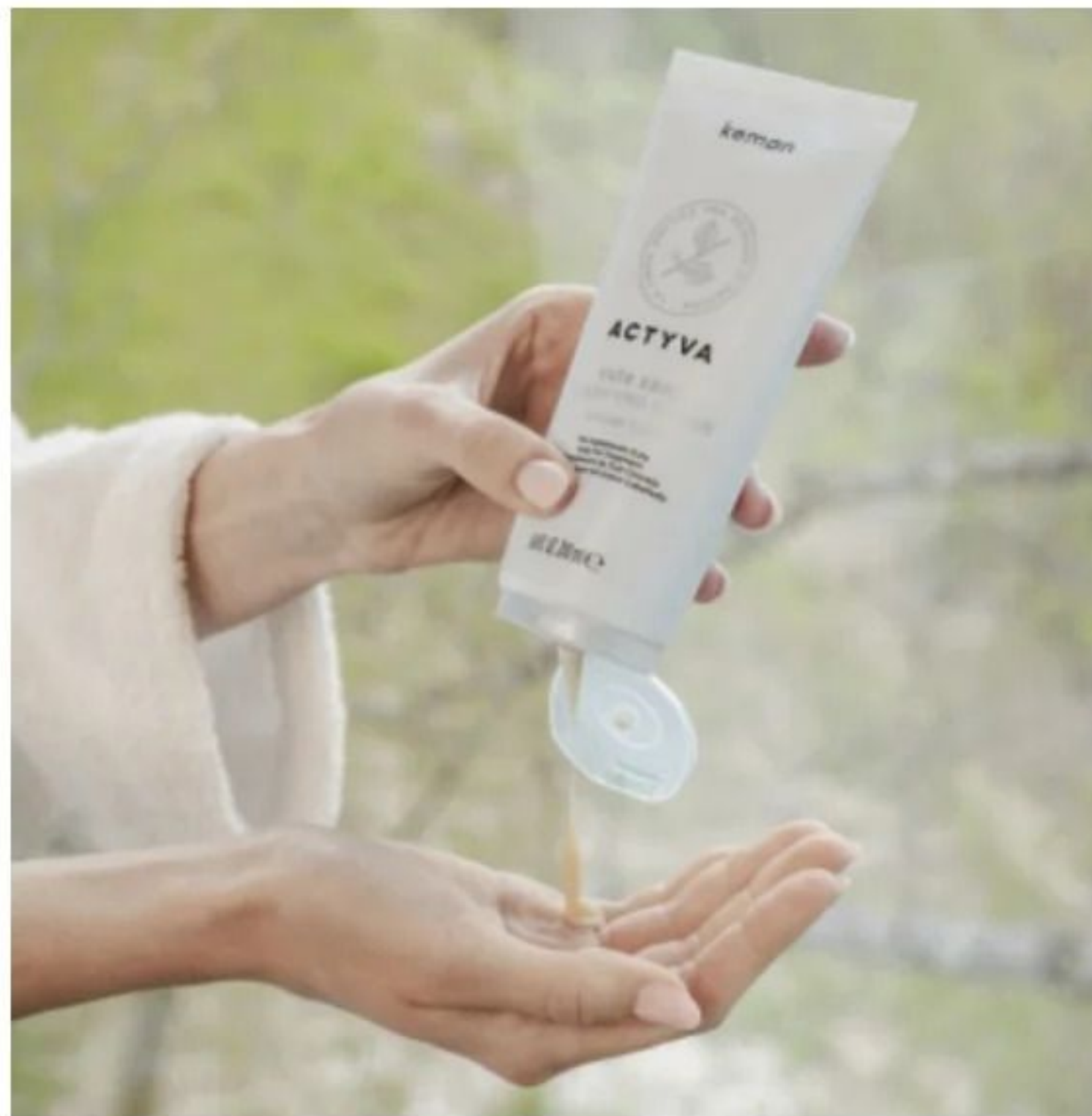


After Sun Serum The Ritual of Karma, RITUALS. Loción que calma, repara e hidrata la piel tras la exposición solar. Fórmula con Hydra Boost Complex y algas kelp, ricas en magnesio. (9,90 €).



Tri-magnesium Vit D3+K2, ZERUIAH. Complemento alimenticio que incorpora tres tipos de magnesio junto a las vitaminas D3 y K2, claves para tu salud integral (45 €).

Mejora la salud de tu pelo con el DETOX CAPILAR de Kemon



Ya sea que hayas disfrutado del sol o del agua del mar, es probable que la salud de tu pelo necesite una visita a la peluquería. Al igual que la piel del rostro, el cuero cabelludo sufre durante los períodos estivales, por lo que es cada vez más importante tener cuidados adecuados para mantener un cabello sano y fuerte. Kemon, la marca profesional de peluquería, tiene la solución ideal para ti.

¿Y cómo cuidamos el cuero cabelludo? La respuesta es el detox capilar, que permite eliminar los residuos acumulados por el uso excesivo de productos, la presencia de caspa o el exceso de sebo en los folículos pilosos. Este proceso estimula la renovación celular y mejora la elasticidad del cuero cabelludo, promoviendo así su salud general.

ACTYVA CLARIFYING SCRUB

Este tratamiento cuenta con una fórmula innovadora que realiza una doble exfoliación capilar, enriquecida con alfa-hidroxiácidos naturales (glicólico, láctico y cítrico), semillas de aceituna, salvado de arroz y arcilla blanca. Este cuidado proporciona una lim-

Es importante recordar que durante el verano el cabello está expuesto a factores externos agresivos.

pieza profunda pero suave. Notarás los resultados desde la primera aplicación, no solamente en un pelo más limpio, equilibrado y saludable, sino que también conseguirás potenciar los beneficios y resultados de tratamientos posteriores.

Actyva Clarifying Scrub es el tratamiento favorito de los salones de peluquería que realizan detox capilares eficaces y, sobre todo, respetuosos con la salud de tu cabello.

DETOX CAPILAR

Actyva Clarifying Scrub también puede añadirse como parte de tu rutina de cuidado capilar utilizándolo como un pre-champú: Sobre el cuero cabelludo humedecido masajéalo con movimientos circulares, déjalo actuar 5 minutos, emulsiona y aclara tu cabello antes de aplicar tu champú habitual.



BARCELONA *se pone* GUAPA

Nos vamos de ruta wellness por la ciudad que, bajo el lema "Barcelona, posa't guapa" se abrió al mar y al mundo con motivo de sus Juegos Olímpicos en 1992. Ahora, una vez más en el punto de mira, recorreremos direcciones de siempre y otras muy nuevas. Todas ofrecen los cuidados más top.

POR MYRIAM SERRANO

FIRMAS

1. Casa Isdin es el gran opening de la temporada en Paseo de Gràcia (en el nº 27). Puedes comprar sus fotoprotectores y otras líneas de dermocosmética, pero va mucho más allá de una tienda. Es un espacio experiencial en el que aprender, probar texturas, asistir a conferencias o talleres de expertos, hacerse un test o un tratamiento exprés... 800 m² en dos plantas centrados en concienciar sobre la importancia del cuidado de la piel para mejorar la salud de las personas, objetivo de la firma que nació en la ciudad en 1975.

2. Rituals Mind Oasis está en la planta baja de la premium store en BCN (Paseo de Gràcia, 6). Un lugar único para relajar la mente y recargar energía, avalado por la ciencia y por la magia de la marca holandesa para crear santuarios de bienestar. Reserva cita para un masaje cerebral.

3. Alqvimia Store & Spa permite descubrir y sentir la cosmética natural holística de esta firma creada en los bosques de Girona. Aceites corporales, joyas faciales como Booster Facial Oil y sus rituales best seller: difícil elegir entre el Reina de Cleopatra o el Oasis de Serenidad, un lujo de 90 min. que alimenta el alma (Consell de Cent, 304).

1



2



3



PELUQUERÍAS



Raffel Pagès

La familia del peluquero catalán sigue manteniendo vivo y próspero el negocio, con nuevas peluquerías y conceptos, como Raffel Pagès L'Essence, con diagnóstico personalizado, atención privada y rituales capilares que son un lujo. Paseo Reina Elisenda de Montcada, 16.



Backstage BCN Alura

Diagonal, Eixample y este nuevo salón boutique en el centro comercial de belleza Alura. Sus profesionales, bajo el mando de Nuria Soterias y Josep Pérez, siempre están al día y tratan con mucho mimo melenas y pieles. Con zona hair spa y productos Kevin Murphy y veganos (Joan Güell, 236).



Alberto Cerdán

Acaba de celebrar su 50 aniversario de trayectoria profesional, con clientas de siempre y amistades conocidas que acuden a sus salones. El emblemático de Barcelona, en la parte alta de la ciudad, se ha renovado y cuenta con las mejores marcas, como Wella y Gossip (Johann Sebastian Bach, 8).



- CLÍNICAS CAPILARES Y CENTRO MANI-PEDI -

La demanda de pacientes en trasplantes capilares crece a la vez que las soluciones, igual que la pasión por las uñas.



Clínica May

Las técnicas más innovadoras para evitar la caída y ganar volumen y densidad. Dominan la mesoterapia capilar y los implantes o injertos (Via Augusta 22, local).



Clínica Insparya

Este grupo médico, cofundado por Cristiano Ronaldo, tiene su quinta dirección en España en la Av. Diagonal 605. Especializada en trasplantes.



GoodNails by RP

Repartidos por todas las zonas, los centros GoodNails by Raffel Pagès ofrecen puestas a punto en mani-pedi y la mejor relación calidad-precio (Santa Fe de Nou Mèxic, 3).

ESTÉTICA

Clínica Beatriz Beltrán

Esta doctora es un referente en medicina estética en nuestro país gracias al éxito de sus tratamientos para el rejuvenecimiento facial y la remodelación corporal, con técnicas poco invasivas, como sus 5 pinchazos mágicos o el BB Corporal (Paseo de Gràcia 78, planta 5, puerta 2).



Oxigen

Un clásico con aparatología de vanguardia y el asesoramiento único (también nutricional) de Estrella Pujol –fundadora y directora reconocida con distintos premios por su gran trayectoria– y Patricia Cuenca, creadoras de tratamientos personalizados para verse y sentirse mejor. Su clientela pasa de madres a hijas, el mejor piropo (Bori i Fontestà, 14).



Cinc Estética

Un oasis en pleno corazón del Eixample, donde Xènia García abrió su propio centro tras una larga trayectoria para ofrecer asesoramiento, momentos únicos y eficacia en tratamientos de estética honesta. Fuera queda el bullicio (València, 233).

INOUT

Elisabeth Álvarez, CEO de la empresa, presume (con razón) del centro de belleza más grande de la ciudad, con 1.000 metros cuadrados en tres plantas que recuerdan a un hotel de lujo. Tratamientos innovadores a precios asumibles (Av. Diagonal, 392).



- OTROS CENTROS -

Grandes expertos en espacios e interiores de diseño.



Mesoestetic

Me 85 by mesoestetic es el único (y coqueto) centro propio de la firma, ubicado en el innovador Alura Beauty Wellnes de la Ciudad Condal. Como marca de alta eficacia probada, sus tratamientos ofrecen excelentes resultados en el cuidado de la piel y el cuerpo. Destacan: los age element, la evolución del conocido método despigmentante cosmelan o el peeling estético mesopee (Joan Güell, 236).



Blauceldona

Silvia Oliete dirige tres centros de belleza de estilo contemporáneo, con buenos tratamientos, marcas top y cosméticos propios SO a la venta (Muntaner, 320; Provença, 163 bis y Milanesat, 32).



IdB Instituto de Benito

Entre los 10 mejores del mundo, se ubica en un piso señorial con obras de arte y cuenta con medicina y cirugía estética, unidad wellness con cabina, y área de nutrición y genómica (Diagonal, 490, 1ª).



BBC Brazilian Body Care

De la mano de Rose Mendes, este centro boutique ofrece tratamientos nuevos y otros exóticos de Brasil. Embajador de MayStar Skincare, tiene las mejores depilaciones con la marca Starpil (Paseo de Gràcia, 58, 1º).



Mariona Vilanova Atelier

La facialista de la que todo el mundo habla atiende en este espacio de autocuidado y masaje facial, enfocado a embellecer y rejuvenecer la piel de forma holística. Crea y aplica en el rostro sus joyas de tocador con fórmulas naturales y rituales únicos y a medida. Una maravilla (Gran Vía 617, 3-1).

SPAS

Serena Spa

Ubicado justo al lado de Paseo de Gràcia y con un rooftop con vistas a La Pedrera, el moderno hotel Sir Victor esconde en su interior un espacio wellness de esta marca de spas, experta en conseguir el relax más absoluto (Rosselló, 265).

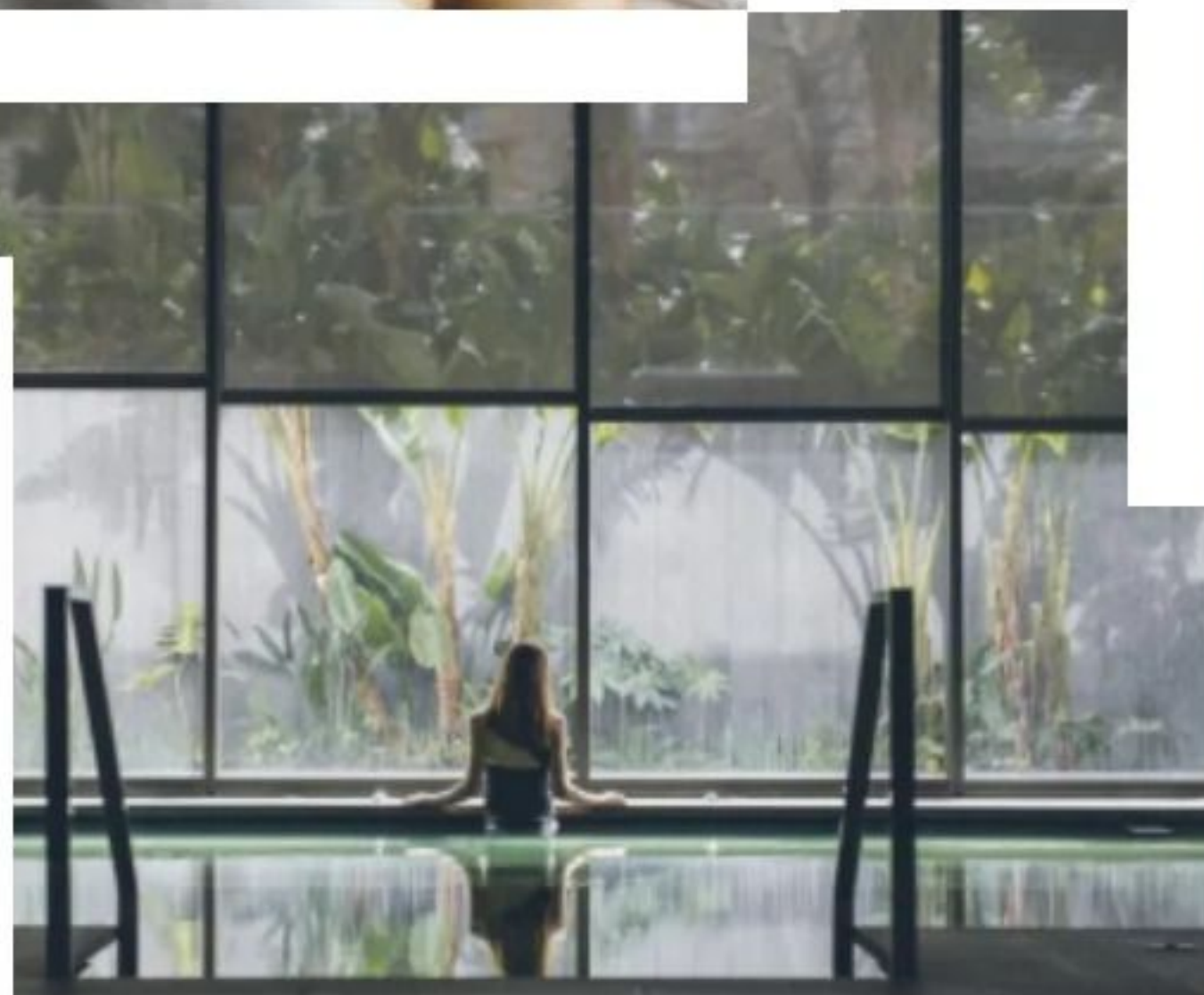


Mandarin Oriental

El premiado Spa del hotel 5*GL es el más grande de la ciudad y aún así el más relajante. En sus cabinas de estilo oriental los tratamientos comienzan con un ritual de pies, aunque te hagas un Facial exclusivo by Valmont. Marcas exclusivas (Pº Gràcia, 38).

Oasis

Lo mejor del Oasis Wellness & Spa by Natura Bissé, en el hotel Grand Hyatt Barcelona, es su larga piscina para nadar y los tratamientos deluxe de la reconocida marca barcelonesa, como el facial Inhibit Face Liff o el corporal Royal Citrus Experience (Plaza Pius XII, 4).



HairSpa Miriam Quevedo

La protagonista de la revolución capilar antiedad abrió esta bombonera dentro del Mandarin Oriental, en la que después de un ritual con ingredientes de lujo (caviar, diamante...) te lavan el cabello completamente estirada (Pº de Gràcia, 38).

- DESCUBRIMIENTOS DE BIENESTAR Y SALUD -

Especializados en mujer, menopausia y fitness, merece la pena tomar nota de estos lugares.



Regenera Clinic by Dra. Dèlia Vilà

Terapias para envejecer óptimamente, tratamientos estéticos, regenerativos y suplementos de Clinique La Prairie. Con quirófano propio (Pº de Gràcia 118, 2º).



Máxima

Ginecólogas, fisios, nutricionistas y mucho más en el primer centro especialista en menopausia. 800 m² donde se acompaña a la mujer en esta etapa (Muntaner, 292).



David Lloyd Club Turó

La natación es una de las actividades más completas, y en las piscinas exteriores e interiores de los David Lloyd Clubs da gusto practicarla (Av. Diagonal, 673).



LA COPA AMÉRICA DE VELA lleva anclas y es el momento de poner el foco en la importancia de proteger el pelo del agua y el viento. Para ello, contamos con dos de los bestsellers de la marca líder en cuidado capilar 100% vegano. ¿Los conoces?



L'Essentiel Mask

Es mucho más que una simple mascarilla. Contiene una mezcla exclusiva de 18 ingredientes activos, entre los que destacan el aceite de coco, el mango y el açai, que despiertan la vida en tu cabello.

Un tip: úsala antes de tus salidas al mar para proteger tu cabello. Aplícala de medios a puntas y déjala actuar de 5 a 15 minutos.



South Bondi

El viento y la sal del mar enredan nuestro cabello y South Bondi es el producto perfecto para hidratarlo y desenredarlo. Está formulado con una mezcla rica en coco y papaya que nutre y aporta un extra de brillo.

Un tip: aplícalo al salir del agua, de medios a puntas, para hidratar el cabello y no dañarlo al desenredarlo.

GOA ORGANICS *cuida tu cabello* EN ALTA MAR

La conexión con el mar, el viento y la naturaleza resuena profundamente con los valores de Goa Organics de sostenibilidad y respeto por el medio ambiente. ¡Y eso nos encanta! Goa Organics ofrece una gama de productos y tratamientos diseñados para cuidar y embellecer el cabello de manera sostenible y natural. Su misión es simple pero poderosa: no solo se preocupan de que tu melena luzca espectacular, sino que también trabajan incansablemente para que esté sana desde la raíz hasta las puntas. La firma cuenta con dos *bestseller* de uso doméstico que, entre otras propiedades, protegen nuestro cabello del daño causado por el agua y la sal. ¡Estarás lista para disfrutar del mar y de la Copa América de Vela en 2 pasos!

- ESTRELLA PUJOL -

Pasión por la **BELLEZA INTEGRAL**

Honesta y entregada completamente a su pasión, la belleza, esta enfermera, naturópata y homeópata en permanente formación ha convertido Oxigen en un referente indiscutible del sector.

Tienen tantos premios, tantas prescriptoras y tan conocidas, tanta experiencia y tanta formación acumulada que ni Estrella Pujol ni su centro de belleza, Oxigen, necesitan presentación alguna. Desde que en 1985 abrió su primer establecimiento (en el cruce de paseo de Gràcia con avenida Diagonal) rompiendo normas y referentes de la época, apostando por el arte y las flores y por la honestidad y alejándose de forma obsesiva de promesas estéticas imposibles, Oxigen es un puntal, un referente en el sector.

Y Estrella Pujol, su creadora, una voz experta y enamorada de la belleza. Quizá la que más. Diplomada en Enfermería y titulada en Nutrición, Homeopatía y Terapias Naturales, ha dedicado toda su vida, toda su pasión y todas y cada una de sus horas a eso, a la belleza, pero la belleza total. La belleza de cuerpo y cara pero entendida desde el punto de vista holístico y construida siempre desde la autoestima. Ahora eso puede parecer de lo más normal, pero lleva trabajando así, entendiendo la belleza como un todo y trabajando desde el primer día con las terapias integrales que le permiten moldear y adelgazar cuerpos. Y así sigue haciéndolo en su espacioso centro de la zona alta barcelonesa.

PROTOCOLOS INTEGRALES PARA CUIDAR CARA, CUERPO Y MENTE

Comenzó su carrera profesional trabajando en la Sanidad Pública (después de estudiar Enfermería tras un accidente que la retuvo durante meses hospitalizada) pero pronto hizo este sal-



*«Sin
proponérmelo,
me convertí hace
ya tres décadas
en una de las
primeras en
impulsar la
autoestima»*

to personal y decidido hacia el mundo de la belleza. Siempre acompañada por un equipo humano y profesional de primera, con Patricia Cuenca (su mano derecha desde hace más de dos décadas y enfermera, homeópata y nutricionista como ella además de gran facialista), los clientes de Oxigen saben que en su camino hacia el bienestar contarán siempre con los mejores médicos especializados en medicina estética, fisioterapeutas y tera-

peutas especializadas en tratamientos corporales y faciales. Y que van a cuidarse con protocolos integrales. «Puedo considerarme una pionera en lo que a centros de estética se refiere en Barcelona puesto que en el momento en que abrí, en 1985, solo había tres y ninguno como el nuestro», explica Estrella Pujol, para advertir que «más allá de la puesta en escena es esta voluntad de ser honesta, de no prometer y proponer objetivos inalcanzables lo que hace la diferencia».



UNA TRAYECTORIA DE PREMIO



Con toda esta experiencia, con toda esta capacidad para la innovación y la atención personalizada, no es de extrañar que Estrella Pujol haya recibido innumerables premios a su trayectoria profesional (Salon Look en 2016, Vida Estética en 2018, Hit Salon Medicina estética en 2019, Beauty Contact en 2023, y Salon Look y Gremi Estètica Catalunya, en 2024) y haya tenido la determinación para crear iniciativas para compartir todo ese legado.

Esa es la voluntad de Oxigen Meets, encuentros diseñados para acercar conocimientos y herramientas relacionadas con la belleza y el bienestar a sus clientas de forma desinteresada. Se estrenaron en 2023 con la charla "Conciencia, salud y bienestar" y siguieron con "Menopausia y bienestar" en 2024, con la participación de expertos de primera línea. Es una muestra más de su capacidad de ir siempre un paso por delante y de la obsesión de Estrella Pujol por crear, compartir y, sobre todo, vivir en un mundo de belleza holística. Integral. Honesta. Capaz de inspirar a generaciones futuras.

TRABAJAR LA AUTOESTIMA

Y la diferencia es abismal. No solo por esta tranquilidad que da estar en manos de alguien con tantas diplomaturas y titulaciones y una formación continuada (tanto ella como su equipo están a la última en cuanto a cursos e innovaciones), sino por la diagnosis previa y el acompañamiento personalizado que reciben aquí las clientas (y clientes) desde el primer al último día.

«La relación que establecemos aquí es de asesoras, de coach, sí, sin proponérmelo seguramente me convertí ya hace tres décadas cuando me inicié en esto en una de las primeras profesionales en impulsar decididamente la autoestima», sostiene Estrella Pujol, que ha tenido también el acierto de acompañar toda su experiencia y su conocimiento con la mejor aparatología en la que invierte constantemente. Y también en eso ha sido pionera.

DIAGNOSIS PREVIA Y ESTUDIO POSTURAL

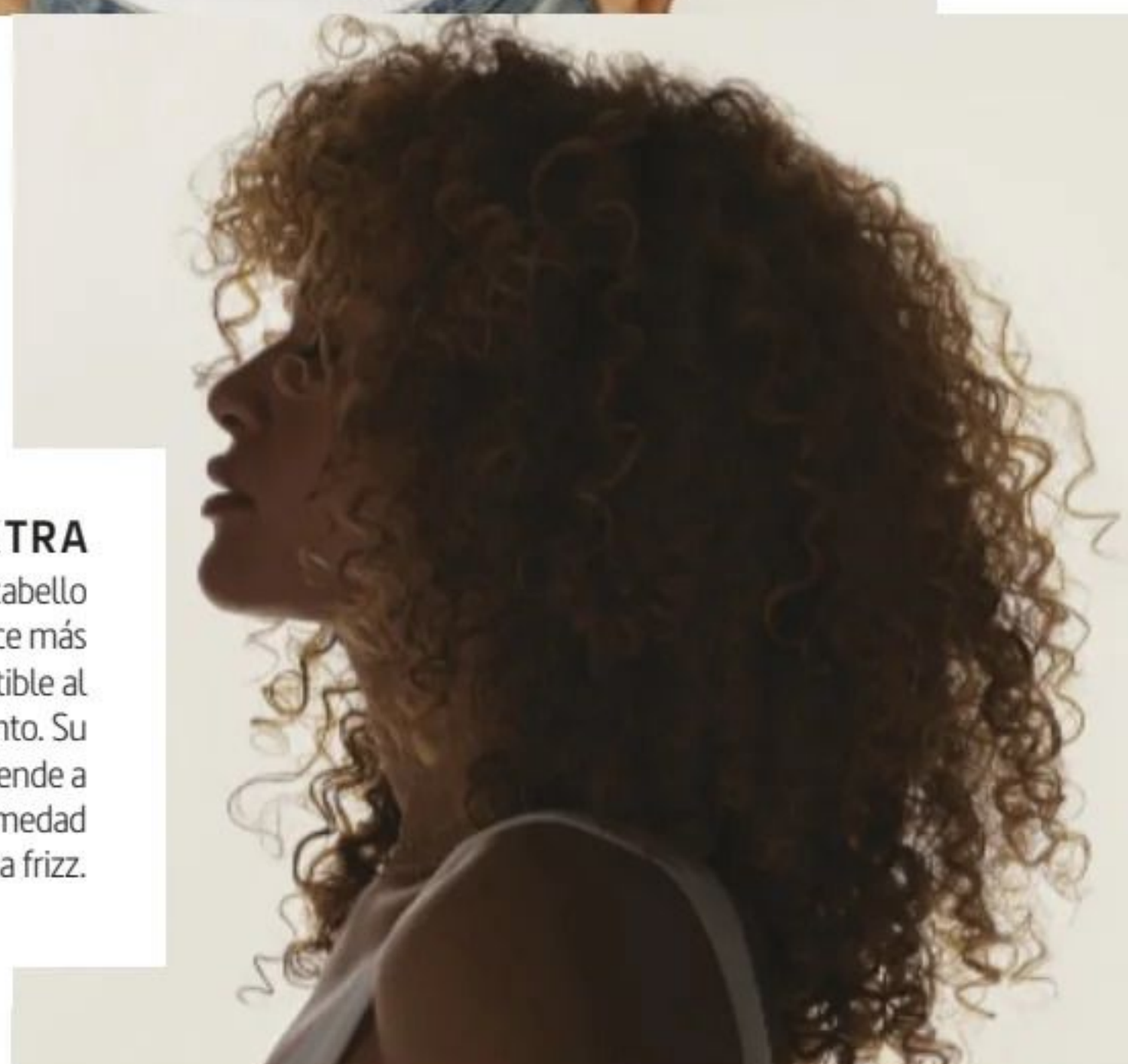
En definitiva, puede enorgullecerse de haber construido cuerpos y caras, pero sobre todo de haber aportado a su clientela las herramientas, las rutinas y el conocimiento necesarios para aprender a cuidarse. «Por eso es tan importante esa diagnosis y la valoración postural de la persona y que el cliente entienda que muchos problemas estéticos muchas veces son resultado de una inflamación de la zona trapecoidal o lumbar. Aprender a corregir eso, tener constancia y conocimiento en el cuidado de tu cuerpo y de tu autoestima es una de nuestros propósitos primordiales. Y cuanto antes se aprendan estas rutinas, mejor. Cuidarse de joven evita muchos problemas con el paso de los años», resuelve esta radiante especialista, que posa con un total look de Etro, sobrio pero brillante como ella, en su despacho de Bori Fontestà.



Generalitat de Catalunya
Departament de Salut
Centre autoritzat: E08577990

- EN TU SALÓN Y DESPUÉS, EN CASA -

RECUPERA LA CONFIANZA EN TUS RIZOS



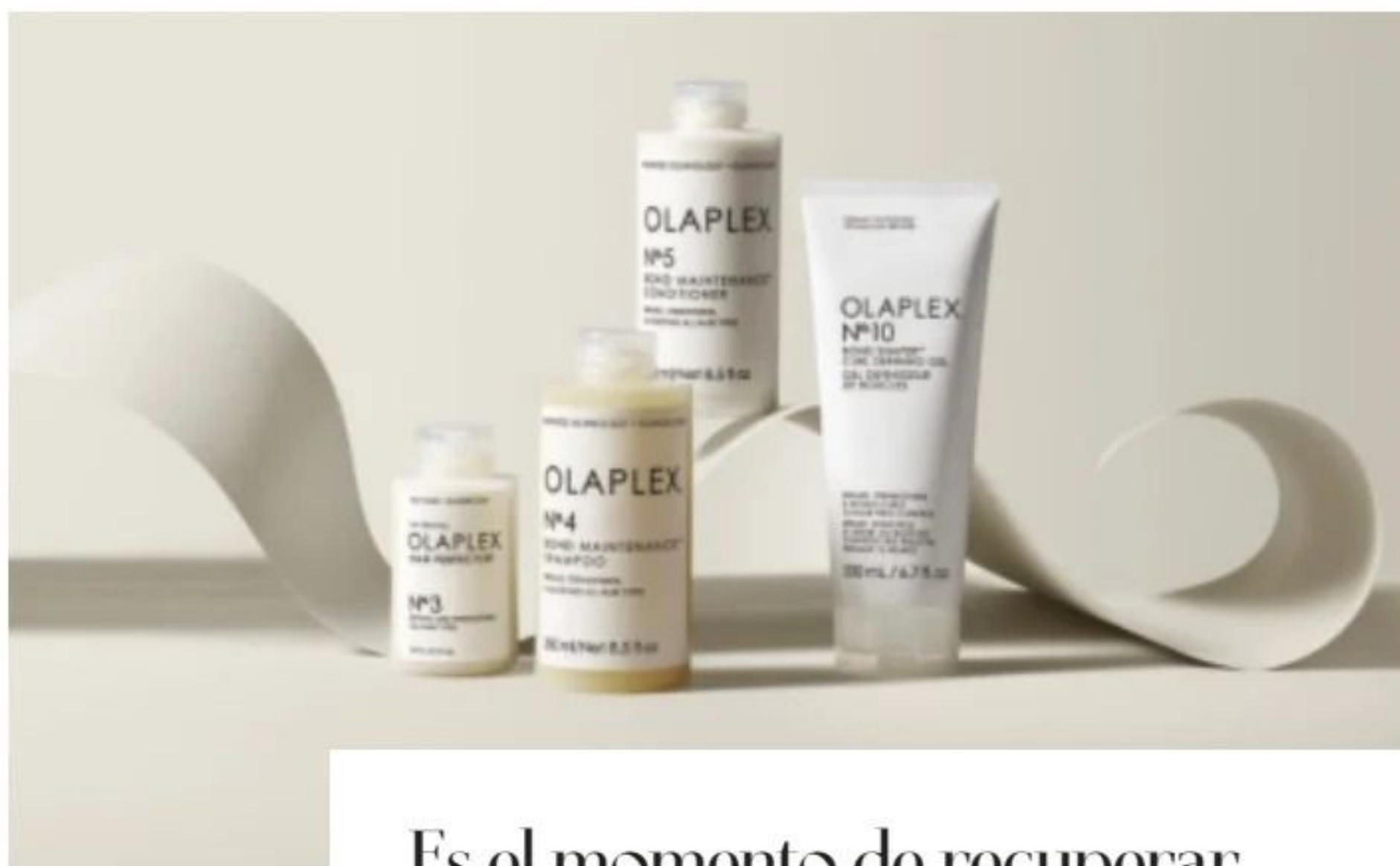
MIMOS EXTRA

La forma del cabello rizado lo hace más susceptible al encrespamiento. Su cutícula tiende a levantarse, la humedad penetra y causa frizz.

Bond Shaper es el nuevo tratamiento profesional de Olaplex para restaurar y devolver la forma, la flexibilidad e hidratación a tus rizos en sólo tres pasos en el salón. Primero fortaleciendo, luego recuperando la forma, y por último restaurando los enlaces que dan vitalidad a tus rizos.

Palabra de experto

1. El 100% de los estilistas aseguran que es un tratamiento ultra eficaz
2. El 99% coinciden en que los rizos reviven espectacularmente; se definen, hidratan y ganan mucho brillo.
3. El 97% de los estilistas afirman que los rizos resultan visiblemente reparados y mejorados
4. El 94% afirman que el tratamiento es no sólo efectivo sino también sencillo y rápido de realizar en el salón.



En tu salón de belleza tienen la mejor solución para devolver la textura, forma y belleza a tus rizos con la exclusiva tecnología patentada Olaplex Bond Shaping Technology™. Bond Shaper es un tratamiento 360° que reconstruye y repara los enlaces capilares desde el interior e incluye tanto el servicio exclusivo en el salón como así también un gel moldeador anti-frizz para continuar con tu ritual de mantenimiento en casa (disponible en tiendas a partir de 2025). Olaplex lo ha vuelto a hacer! Así como hace diez años han revolucionado el mercado creando el tratamiento que repara, previene y transforma al cabello en indestructible, esta vez vuelven a hacerlo pero enfocados en lograr la mejor versión de tus rizos.

ASÍ FUNCIONA

Este innovador tratamiento profesional que repara, reconstruye y redefine tus rizos se realiza en una sola sesión en tu salón y dura hasta 15 lavados.

Esta exclusiva fórmula contiene una combinación péptida patentada que actúa desde las profundidades del cabello fortaleciendo, reconstruyendo y redefiniendo los enlaces de disulfuro, responsables de la fuerza, forma y resistencia del cabello.

¿Sabías que el cabello rizado, por su condición natural, contiene una mayor cantidad de estos enlaces?

Es por eso que a veces resulta tan difícil poder combatir el encrespado, mantener la forma, el brillo y la suavidad en tus rizos. Y es justamente ese el secreto de este tratamiento. Prepárate para descubrir una versión tan espectacular de tus rizos que tal vez ni siquiera sabías que podías conseguir.

SUMA BENEFICIOS

El tratamiento no sólo mejorará el aspecto de tu cabello por fuera sino que actuará donde tu cabello más lo necesita: En su interior más profundo.

Esa es la gran diferencia entre un cabello de aspecto saludable y un cabello realmente saludable. Y eso es justamente lo que consigues con Olaplex Bond Shaper.

Es el momento de recuperar tus rizos y presumir de melena curvy: ondas sexys, rizos elásticos y definidos, bien hidratados y... ¡perfectos! Consulta en tu salón profesional y en [olaplex.com](https://www.olaplex.com)

UNA TECNOLOGÍA REVOLUCIONARIA

Además de los beneficios ya enumerados, Bond Shaper contiene también la ya mundialmente reconocida fórmula Bond Building Technology™. Responsable de la reparación y prevención de daños estructurales causados por el color, decoloración, secadores, planchas, etc.

Y también un compuesto exclusivo de retención de rizos. Se trata de una combinación de polímeros flexibles y resistentes a la humedad, colágenos y azúcares de origen vegetal que forman una barrera que fija el rizo para mantener su máxima definición, suavidad y brillo.

Refuerza los enlaces de disulfuro responsables de la estructura y la fuerza del cabello para lograr unos rizos elásticos, con movimiento, bien fortalecidos y de aspecto saludables.

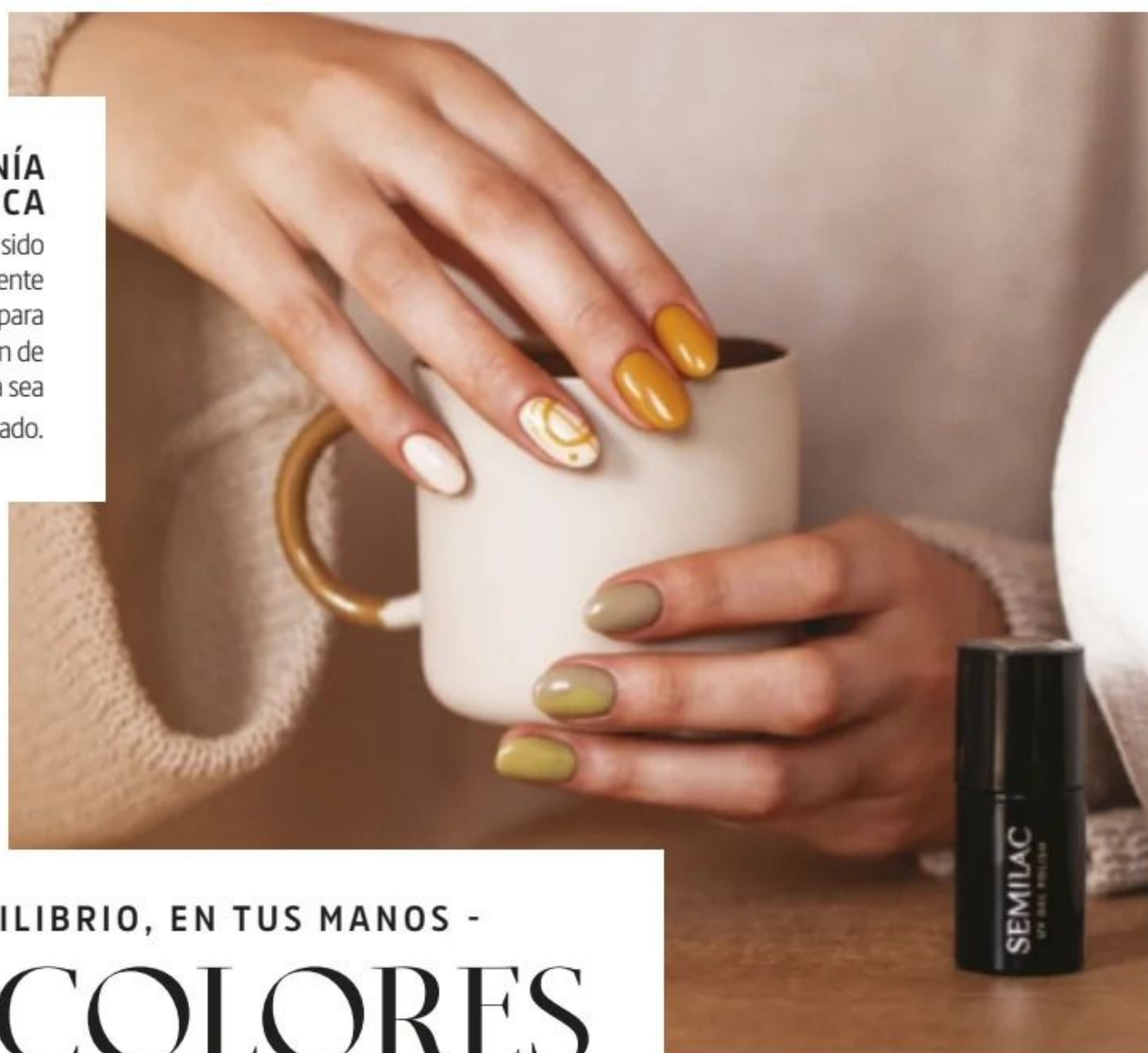
Compuesto de retención de rizos profesional:

Una mezcla de polímeros flexibles y resistentes a la humedad, colágeno vegetal y azúcares que forman una barrera que fija el rizo para mantener la definición, la suavidad y el brillo. Leche de coco y aguacate

Rica en ácido láurico, ácidos grasos y vitaminas esenciales para ayudar a fortalecer el cabello, reducir la rotura, nutrirlo y acondicionarlo para que esté más suave y brillante.

ARMONÍA CROMÁTICA

Cada color ha sido cuidadosamente seleccionado para evocar una sensación de paz y armonía, ya sea liso o adornado.



- TU EQUILIBRIO, EN TUS MANOS -

LOS COLORES *del* BIENESTAR

Volver a la rutina de forma calmada es posible con la ayuda de los nuevos tonos de lacas de uñas Wellbeing de Semilac. Y reconcíliate con el mundo.

Tu equilibrio está en tus manos. La apuesta por practicar rituales calmados como el yoga, pasear por la naturaleza, hacer deporte, disfrutar del silencio o practicar autocuidados beauty, manualidades o meditación, pueden ayudarte a controlar la sobreestimulación a la que estamos expuestos. En esa búsqueda del equilibrio y la paz, el uso del color tiene un papel fundamental. Por ello Semilac, marca experta en lacas de uñas, lanza la colección Wellbeing, pensada para quienes buscan cuidar su bienestar por dentro y por fuera. Inspirada en rituales cotidianos que nos aportan calma y tranquilidad, esta colección pretende nutrir cuerpo y alma.

COLORES QUE TRASMITEN ARMONÍA

La colección presenta 10 colores sutiles pero profundos que evocan equilibrio y relajación. Tonos verdes inspirados en el matcha, marrones cálidos que recuerdan los rituales del café en un spa y suaves beiges que simbolizan la pureza y la sencillez. Es el momento de pensar en ti.

Elige el tuyo

Todos los esmaltes de Semilac vienen en formato de 7 mL y cuestan 10,90 €. Los encuentras a la venta en www.semilac.es y también están presentes en salones profesionales de belleza y uñas. Debajo, el tono 659 Matcha Latte, un verde relajado que es pura calma e inspiración.



LOS 10 ESMALTES EN GEL UV

651 Semilac Zen. Un delicado tono crudo vainilla que evoca paz y elegancia. Es un tono universal.

652 Semilac Palo Santo. Un sutil tono beige con una gota de marrón que aporta calidez. Se inspira en la madera mística que se usa para rituales de meditación.

653 Semilac Mud Bath. Un tono de cálido marrón caramelo que te envuelve como un relajante baño de barro.

654 Semilac Mindful. Un tono único de rojo arcilla, enriquecido con una sutil y brillante partícula flash.

657 Semilac Balance. Un tono beige grisáceo que simboliza la paz y el equilibrio. Combina la elegancia natural con un toque delicado y chispeante.

655 Semilac Vinyasa Yoga. Un delicado rosa empolvado fresco que aporta paz y elegancia y es perfecto para las que aman los tonos pastel. Está inspirado en la fluidez y la armonía de los movimientos del yoga.

658 Semilac Sage Smoke. Un elegante verde con matices grisáceos que simboliza la paz interior y el poder curativo de la naturaleza.

660 Semilac Honey Ritual. Es un color para las personas que aprecian el silencio con una taza de té, la lectura de su libro favorito o un baño relajante.

656 Semilac Harmony. Un elegante tono gris que se inspira en los tonos de la naturaleza al atardecer.

659 Semilac Matcha Latte. Un tono verde que te transporta al mundo de la relajación. Inspirado en la calma de la mañana, en el té matcha y en el silencio.

651

652

653

654

655

656

657

658

659

660



ICONO CULTURAL

La influencer barcelonesa Belén Hostalet ante la Sagrada Familia, el monumento más visitado de España y que está previsto sea la catedral más alta del mundo en 2026. Lleva vestido corto impermeable con bolsillos y cintura fruncida, de la colección cápsula de LOUIS VUITTON America's Cup, mocasines de ante LV Capri y bolso Coussin denim. Todo, LOUIS VUITTON. Terraza del Hotel Sercotel (Rosselló, 390).



POR MYRIAM SERRANO
FOTO PAU PALACIOS



ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegam

© 2023 byneon Neon147



La ciudad de los prodigios protagoniza también nuestra sección de lifestyle, con la ruta de BELÉN HOSTALET Y LOUIS VUITTON por sus enclaves mágicos. Otros personajes de aquí nos confiesan sus direcciones favoritas y nos acercamos a distintos restaurantes para "Disfrutar" (elegido como el mejor del mundo).



ESTILO *de vida* MEDITERRÁNEO

Estandarte del buen gusto, la influencer y fotógrafa Belén Hostalet nos adentra en su ciudad de la mano de la casa de lujo Louis Vuitton. La luz, la moda, la gente, la playa... esta viajera incansable se siente en casa cuando pisa Barcelona. Con ella visitamos algunos de sus escenarios emblemáticos.

POR MYRIAM SERRANO FOTO PAU PALACIOS

Belén es de mar, como saben sus 792k seguidores en Instagram, que siguen sus recorridos por el mundo y la preparación de elegantes y frescos looks. Por eso se muestra feliz con la celebración de la Louis Vuitton 37ª America's Cup. «Me he criado en un pueblo costero muy cerca de Barcelona, Castelldefels, y creo que ese slow living fuera de la ciudad me ha hecho ser una persona muy calmada y sin prisas», nos explica recién llegada de Mallorca, donde ha pasado unas vacaciones con su pareja y su hijo de un año, Andrea, con el que está disfrutando de una nueva etapa. «Estoy deseando empezar con los meses fuertes de la moda, septiembre y octubre, y a punto de iniciar un proyecto familiar muy grande», avanza sin desvelar. ¿Será un nuevo destino? La pareja vivió cinco años en la isla de Oahu, en Hawái, donde mantienen amigos y pasan tiempo allí. «Estoy como en casa, pero en ningún sitio me siento como en Barcelona, es mi hogar».

UN PUERTO DE LUJO

Belén en Marina Vela, donde amarran los mejores barcos, con camiseta con detalles de cinturón y pantalón cargo, de la colección cápsula Louis Vuitton America's Cup; sandalias planas LV Isola y bolso Capucines East-West.

A diferencia de otras influencers catalanas, como Laura Escanes, Carla Hinojosa o Dulceida, no se plantea instalarse en Madrid, «donde los eventos se suceden y hay más vida social, pero mi profesión me obliga a pasar tiempo lejos de los míos por compromisos y prefiero vivir más tranquila aquí», explica. «Me gusta separar mi vida privada y familiar de la profesional y creo que en Barcelona me resulta más fácil, además es que es una ciudad preciosa: tiene una luz muy bonita, la gente es amable, casi siempre hace buen tiempo, tiene una oferta gastronómica, hotelera y de servicios muy buena».

El turismo ha cambiado la ciudad, como está ocurriendo en tantas capitales españolas, pero Belén sabe ver la parte buena: «Hay mucho movimiento y zonas más turísticas, eso quizá también ha contribuido a despertar el interés por la moda y ver cómo evoluciona; ves a gente súper estilosa en el centro. Hay muchas aperturas, un montón de restaurantes enfocados al brunch que es cierto que no es lo propio del estilo de vida español ni de nuestra comida, pero nosotros, felices, estamos más que contentos del brillo magnífico de nuestra ciudad». >



COSMOPOLITA

Frente a la Tienda de LOUIS VUITTON ubicada en Paseo de Gràcia, 80, la influencer viste parka y pantalones cortos con estampado de cuadros de la colección cápsula de Louis Vuitton America's Cup, sandalias planas LV Isola y bolso Capucines East-West.



BOULEVAR ARTÍSTICO

Un respiro en la ruta de shopping, en uno de los bancos modernistas de Paseo de Gràcia. Mono de pantalón largo sin mangas de la colección cápsula de Louis Vuitton America's Cup.

LOUIS VUITTON AMERICA'S CUP

Desde el restaurante Torre de Altamar, en la Barceloneta, se vislumbra el espacio del puerto creado para albergar los equipos que compiten en la Louis Vuitton 37ª America's Cup. La catalana lleva sudadera y pantalones cortos con estampado monogram y cinturón de tela, todo de la colección cápsula de Louis Vuitton America's Cup.



«Esta ciudad premia ir bien vestido pero sobre todo cómodo. Mi outfit favorito: camiseta blanca, jeans y unos buenos complementos».

«Barcelona es una ciudad muy fácil, en la que se premia el ir bien vestido pero sobre todo cómodo. Mi outfit favorito es una camiseta blanca básica bonita, ¡no es tan fácil encontrarlas!, un par de buenos Levi's vintage y complementos que marcan la diferencia: un bolso Louis Vuitton, para mí uno clave es el Hobo que ha sacado nuevo, unos zapatos o unas botas bonitas y lista para recorrer las calles o afrontar el día», nos explica esta seguidora de un estilo sencillo y effortless.

Amiga de la firma Louis Vuitton y admiradora de su director creativo de mujer Nicolas Ghesquière, al que califica de *visionario*, Belén agradece a la firma que haya apostado por ella desde el principio: «Le tengo mucho cariño porque fue de las primeras marcas en confiar en mi trabajo, mi visión, mi forma de compartir y de vivir la moda. Para mí es una maison de pies a cabeza, una de las más aclamadas del mundo, es una marca que se ha mantenido siempre muy fiel a sí misma. Nicolas Ghesquière nos ha *malacostumbrado* por decirlo así, porque no se le acaban las ideas, cada desfile es un boom de conceptos entremezclados entre sí, al final de cada show te dices: esto es Louis Vuitton. Es la innovación en cuanto a moda, un constante ¡uau!».

PEQUEÑOS DETALLES, GRANDES VIAJES

Una trotamundos como ella siente predilección por los complementos pequeños para viajar, que Louis Vuitton realiza con maestría, «por ejemplo, me encantan mi funda del pasaporte y un neceser de la marca que es lo más». Para alguien que quiere empezar su colección de lujo, recomendaría «comprar alguno de sus travel bags, piezas maravillosas y súper ponibles. Y si no, una maleta o algún neceser, es que me encantan los complementos y los pequeños detalles». De todos los lugares que ha visitado en sus 31 años, esta barcelonesa por el mundo se queda

con España, «tenemos unas tierras, unos paisajes, unas playas y una comida increíbles, que es lo que hacen de nuestro país el destino ideal para visitar o pasar unas merecidas vacaciones».

Si le preguntas por una ciudad impactante, lo tiene muy claro: «Río de Janeiro me pareció una bestialidad, es preciosa, con unas vibraciones increíbles y una alegría contagiosa. La comida y la gente son espectaculares. He ido dos veces, la última desde una perspectiva diferente, y es que me maravilla esa ciudad. Sí que es verdad que hay mucha inseguridad, pero si no fuera por eso, probablemente, hubiésemos considerado pasar una buena temporada allí. Pero, al final, todo me lleva de vuelta a mi Barcelona».

PATRIMONIO made in BCN

Monumentos naturales, playas y museos, esta es la guía de imprescindibles que no te puedes perder si nos visitas:

1. Park Güell: «No pudo haber un lugar más perfecto y mágico que este para el último desfile de Louis Vuitton. Cuando se especulaba con nombres de dónde se iba a celebrar, dije a mis amigos que el lugar ideal era este emblema de la ciudad, obra del arquitecto modernista Antoni Gaudí. Fue como un sueño». **2. Parc de la Ciutadella:** «Está cerca de los barrios de la Barceloneta y el Born, es precioso, ahora lo visitamos mucho con nuestro pequeño. Tiene un lago y una de sus joyas es el invernadero». **3. Carretera de les Aigües:** «Suelo ir a correr por allí, como tantos ciudadanos que la recorren también caminando o en bicicleta. Bordea la ciudad por la sierra de

Collserola y cuenta con unas excelentes vistas al mar».

4. Las playas: «Además de las propias de la ciudad, muy bien equipadas y comunicadas, como Bogatell, Barceloneta, Sant Sebastià o Nova Icària, tenemos otras muy buenas y cercanas. Nosotros, los locales, somos más de irnos a unos pocos kilómetros, hacia el Maresme o el Baix Llobregat, donde está mi playa, la de Castelldefels, la localidad donde crecí, o también muy cerca, la de Garraf». **5. Museos.** «Como apasionada del arte moderno, me encanta visitar el Moco Museum, que está trayendo piezas muy bonitas. El MACBA es increíble, y la Fundació Miró también merece una visita» (ambos en Montjuïc).

mi BAR CEL *favorita* ONA

Cinco enamorados de la ciudad (Martina Klein, Cristina Brondo, Raül Balam, Inés Sanz-Miró y Dani de la Orden) nos soplan sus direcciones favoritas. Apúntalas si deseas disfrutar de los mejores restaurantes, centros culturales, tiendas varias y rincones.

POR ISABEL LOSCERTALES



EN EL BORN

Martina Klein nació en Buenos Aires, pero con doce años se trasladó con su familia a vivir a Barcelona. En la foto, delante del Mercat del Born, zona a la que le gusta acudir cuando quiere algo dulce...

Martina Klein

MODELO & EMPRESARIA

Gracias a su colaboración con el programa divulgativo sobre medio ambiente "Aquí la Tierra" (TVE) admite haber probado lo mejor de la gastronomía con productos de proximidad. «De lo contrario, tengo que admitir que soy muy de estar en casa».



SU GUÍA

1. Una heladería: «Los helados artesanales de DelaCrem son una locura. De pistacho, tiramisú, albaricoque con romero, miel y requesón... Innovan, inventan, arriesgan y consiguen sabores y texturas sean perfectos». Pº Sant Joan, 59 y Enric Granados, 15.

2. Una pastelería: «Me encantan los cruasanes rellenos de mascarpone de Hofmann. Es una tentación toda su bollería de este rincón del barrio del Born». Flassaders, 44. Recientemente inauguró local en Pau Casals, 5.

3. Aún hay más: «También en el Born está el obrador de Jon Cake, ¡sus cheesecakes son brutales!» Assaonadors, 29. Tiene otro local con cafetería en el barrio Les Corts: Gelabert, 42.

4. Un restaurante: «**Barraca**, delante del mar. Me vuelve loca su arroz caldoso de pato, ¡es diferente y muy sabroso!» Pº Marítim de la Barceloneta, 1.



5. Con vistas: «Os recomiendo disfrutar de la mejor panorámica de la ciudad desde el restaurante El Xalet de Montjuïc. Su rape con gambas es absolutamente increíble». Av. Miramar, 31.

6. Planazo cultural: «Visitar una exposición en CaixaForum (Av. Francesc Ferrer i Guàrdia, 6-8, hasta el 20 de abril tienen una muestra dedicada a Luis García-Berlanga) y cenita temprano en Bodega Amposta (Amposta, 1). Allí todo está rico, pero os aconsejo mucho los garbanzos con carabineros».



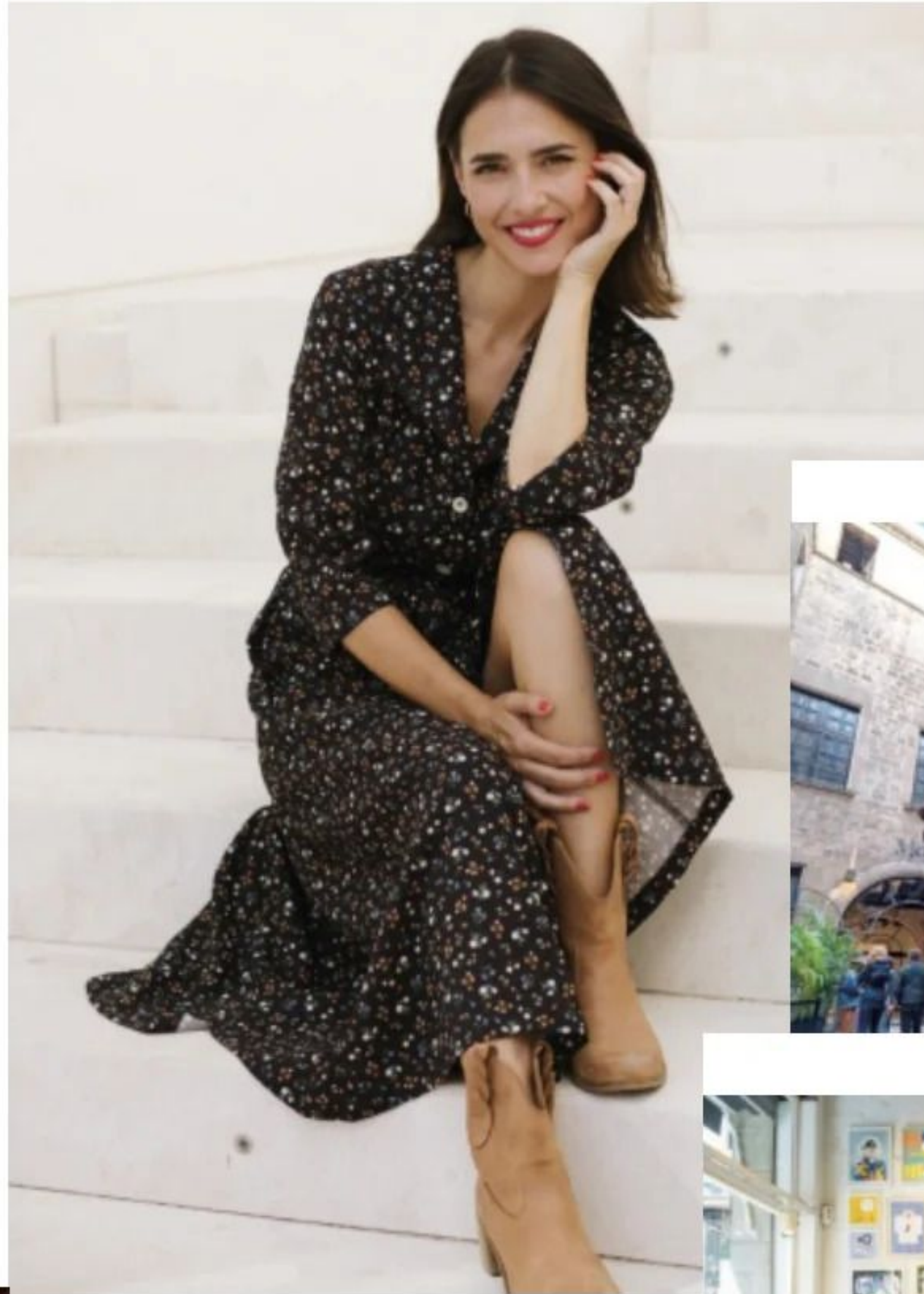
BUEN GUSTO

De arriba a abajo, tarta de queso de Jon Cake, el local de la pastelería Hofmann en el barrio del Born y comedor del restaurante Barraca, en la Barceloneta.

Cristina Brondo

ACTRIZ

Protagoniza dos exitosas obras de teatro en clave de comedia: "¿Quieres pecar conmigo?" (en cartel más de cuatro años) y "¡No al dinero!" (con más de un millón de espectadores), ambas en Eixample Teatre (Barcelona). También la verás en la serie "Hit" (La 1).



DE PURA CEPA

Cristina Brondo nació en Barcelona y se hizo famosa con apenas 16 años gracias a la serie de TV3 "Poblenou". También trabajó en la película "Una casa de locos". Conoce muy bien su ciudad.



ARTE, GASTRO & COPAS

Arriba, entrada del Moco Museum e interior de Miscelánea. Abajo, barra de la coctelería Paradiso y platillo de Assalto Bar de Vins.

SU GUÍA

1. De vinos: «Assalto Bar de Vins es un nuevo local en el Raval con más de 150 referencias locales, nacionales e internacionales de vinos y con platillos para compartir. ¡Tienen un gastro menú con opción de maridaje que es ideal!» Nou de la Rambla, 44.

2. Para desayunar: «Lulu & Flyn, son saludables y buenísimos. No dejes de pedir su exquisita limonada». Av. Marqués de l'Argentera, 7 y Pº Sant Joan, 46.

3. Un museo: «Moco Museum. No puedes dejar de visitarlo si vienes a la ciudad». Montcada, 25.

4. Una coctelería: «Paradiso, la más fashion que vas a encontrar jamás, con los cócteles más ricos». Rera Palau, 4.

5. Una panadería: «Pa de kilo, una oda a la panadería original introduciendo nuevos conceptos». Doctor Dou, 12.

6. Un club: «Chica Club, club-coctelería íntimo, con una decoración increíble de Lázaro Rosa-Violan. Te sientes como en casa y no se permite hacer fotos». Rosselló, 217.

7. Un restaurante: «Dos Pebrots,

comida mediterránea elevada al séptimo cielo y un lugar al que le tengo especial cariño por una noche mágica que pase ahí con mi pareja». Doctor Dou, 19.

8. Un espacio cultural: «Miscelanea, lugar de referencia para descubrir artistas emergentes». Doctor Dou, 16.

9. Una tienda de moda: «El Atelier de Teresa Helbig, perfecta para ocasiones especiales». Mallorca, 184.

10. Un salón de peluquería: «Anara by Ana Lérda, con exclusivos tratamientos de color, balayage, brinde, high lights y shatush y un nuevo salón dedicado solo a keratina, para un cuidado profundo de tu pelo». Calaf 52 y 54; Tenor Viñas, 8.

11. Un teatro: «Heartbreak Hotel Teatre, un nuevo espacio dedicado a las artes escénicas en el barrio de Sants, con gran proximidad entre los intérpretes y el público y unas propuestas preciosas». Bacardí, 35.

Al frente del Moments, el restaurante biestrellado del Mandarin Oriental, Barcelona, este otoño celebrará sus 15 años de éxitos con un menú degustación muy especial: "Els Moments", con los platos estrella de cada temporada.

Raül Balam

CHEF



CREATIVIDAD Y DIVERSIÓN

Raül Balam crea cada temporada, junto a su madre, Carme Ruscalleda, menús temáticos como el de Dalí o, el último, La Vuelta Gastronómica (un guiño a la Vuelta Ciclista a España). Estate muy pendiente de sus tandems, cuatro manos junto a otros grandes chefs como Maca de Castro o Jesús Sánchez.



SU GUÍA

- 1. Un restaurante:** «Albé. Fusión libanesa y mediterránea en un lugar pequeño y acogedor. Dejaos aconsejar». Mallorca, 196.
- 2. Un mexicano:** «En Oaxaca, para mí preparan el mejor guacamole de la ciudad y los mejores tacos al pastor. Te recomiendo que los acompañes con agua de mango». Pla de Palau, 19.
- 3. Con valor:** «Es súper interesante la propuesta histórica del restaurante Dos Pebrots y su repaso por las recetas del *Libro de Sent Soví*, un recetario medieval catalán, el más antiguo conservado en la lengua». Doctor Dou, 19.
- 4. Una heladería:** «Los helados artesanales de DelaCrem. Mi perdición: el de chocolate». Enric Granados, 15 y Paseo Sant Joan, 59.
- 5. Una pastelería:** «La de Maxime Petit. Excelente pastelería francesa, delante del Sant Pau». Sant Antoni Maria Claret, 244.
- 6. Un sitio:** «La calle Consell de Cent. Maravillosa para pasear. Me encanta ir desde el paseo Sant Joan hasta la plaza del Escorxador».
- 7. Un museo:** «El MACBA. Me fascina el arte contemporáneo». Pl. dels Àngels, 1.

FAVORITOS

Pasear por Consell de Cent (izda.) y visitar el MACBA (a la dcha., obra de Maria Chorda, en exposición hasta el 12 de enero).



AL PLATO

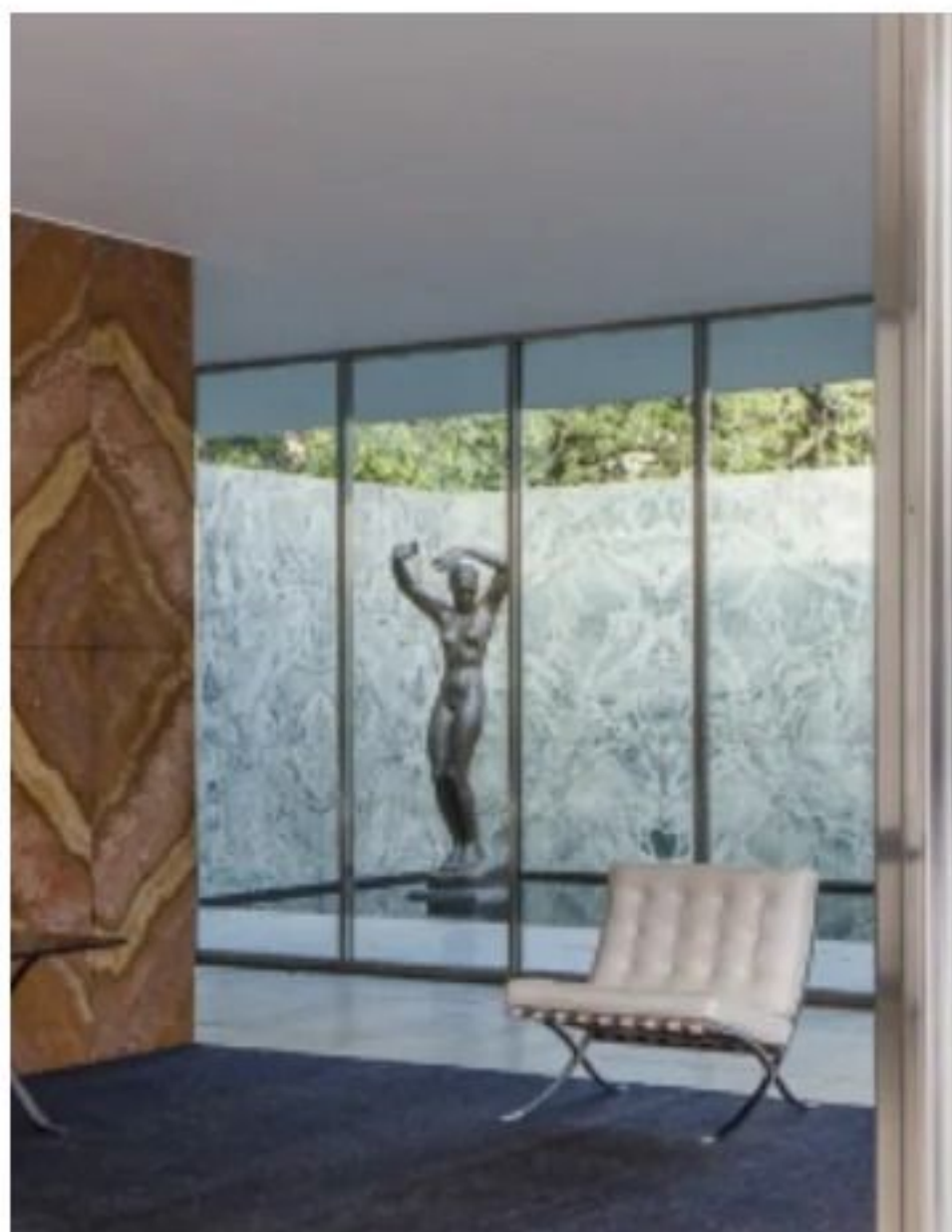
Raül ama la pastelería francesa de Maxime Petit (dcha.) y la fusión libanesa y mediterránea de Albé (en la parte superior de la pág., a la dcha.)



Inés Miró-Sans

CO-FUNDADORA HOTEL
CASA BONAY

No es la propietaria, sino más bien la anfitriona de un hotel que te hace sentir como en casa, que desborda creatividad y que cuida (de verdad) lo local: Casa Bonay. Además, ha lanzado con su hermana Sofía y el mixólogo Eric Stephenson los cócteles en lata Libertine Blends.



SU GUÍA

1. Un barrio: «Vallvidrera me encanta por el enclave. Desde allí ves toda la ciudad y cuentas con un montón de caminos para ir en bici o pasear por la montaña dentro de la propia Barcelona. Es una de las cosas que me parecen alucinantes: playa y montaña a 25 minutos de distancia».

2. Un monumento: «Mies Van der Rohe, paz y elegancia». Av. de Francesc Ferrer i Guàrdia, 7.

3. Un italiano: «Agreste, regentado por Roser y Fabio. No solo la comida y su bodega son excepcionales, sino que el lugar es especial, como un pequeño oasis. Está en la zona alta de Vallcarca, cerca del parque de la Creueta del Coll». Funoses Llussà, 2.

4. Un restaurante: «Gresca, para mí, es uno de los mejores de la ciudad. El nivel de cocina es increíble, una especie de fine dining con una atmósfera súper chill. Difícil ecuación, pero ellos lo han conseguido». Provença, 230.

5. De vinos: «Món Vínic, un gran templo del vino». Diputació, 251.

6. Una tienda: «Florentine Knives, ¡hacen unos cuchillos increíbles!» Ramon Turró, 156.



MUY DE BARCELONA

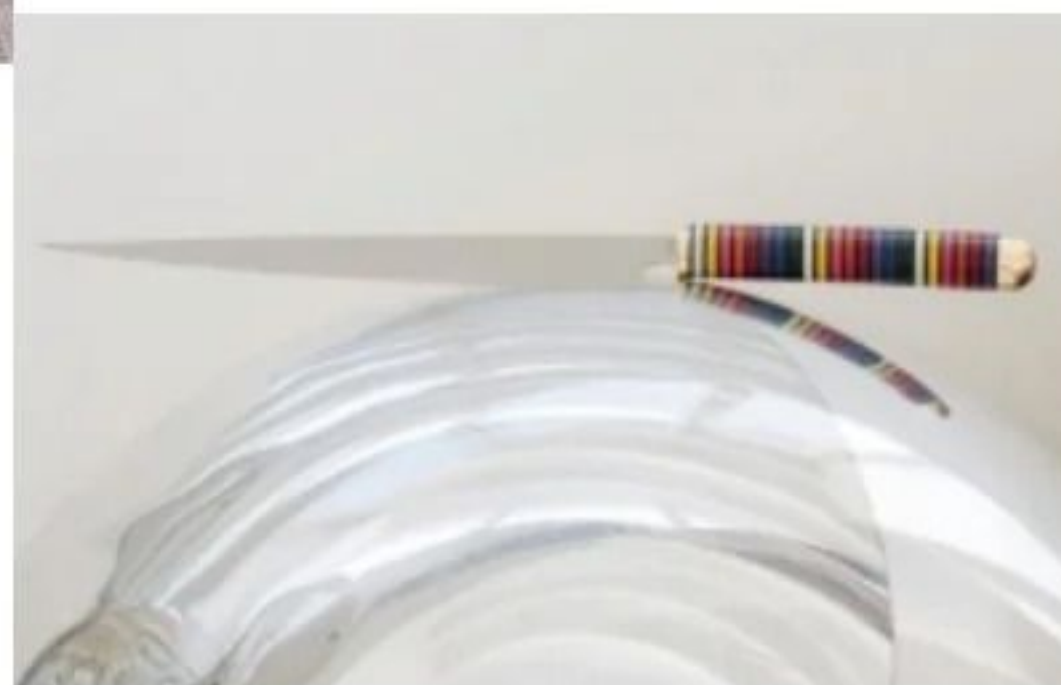
Inés Miró-Sans inauguró hace ocho años su sueño, Casa Bonay, que llamó la atención por su autenticidad y modernidad. Un hotel que realmente cumple aquella frase tan manida de "abierto a la ciudad".



7. Y otra: «Souvenir, una pequeña tienda dentro de Casa Bonay en colaboración con Apartamento. Me gusta porque es una representación de algunas de las muchas marcas locales que tiene la ciudad. Tiene una cuidada selección de libros, revistas, cosmética natural, ropa, cerámica, recuerdos y chucherías. A principios de octubre reabrirá con un nuevo diseño». Gran Vía de les Corts Catalanes, 700.

COMO EN CASA

El hotel Casa Bonay cuenta con la tienda Souvenir y los espacios gastro de Bodega Bonay, Libertine, Chiringuito y Tostao. A la dcha., cuchillo de Florentine.



Dani de la Orden

CINEASTA

Su última película, "Casa en Llamas", triunfa en salas de cine, un logro en tiempos de plataformas, donde es codirector del fenómeno "Élite" (Netflix). Un creador en mayúsculas que aprecia los pequeños placeres.



LA CIUDAD, DE NOCHE

El guionista y director de cine Dani de la Orden, autor de *Barcelona, noche de verano* y *Barcelona, noche de invierno*, posa con su primer libro: *Darse un tiempo* (y otras mentiras) de Crossbooks.

FOTO MATÍAS URIS.

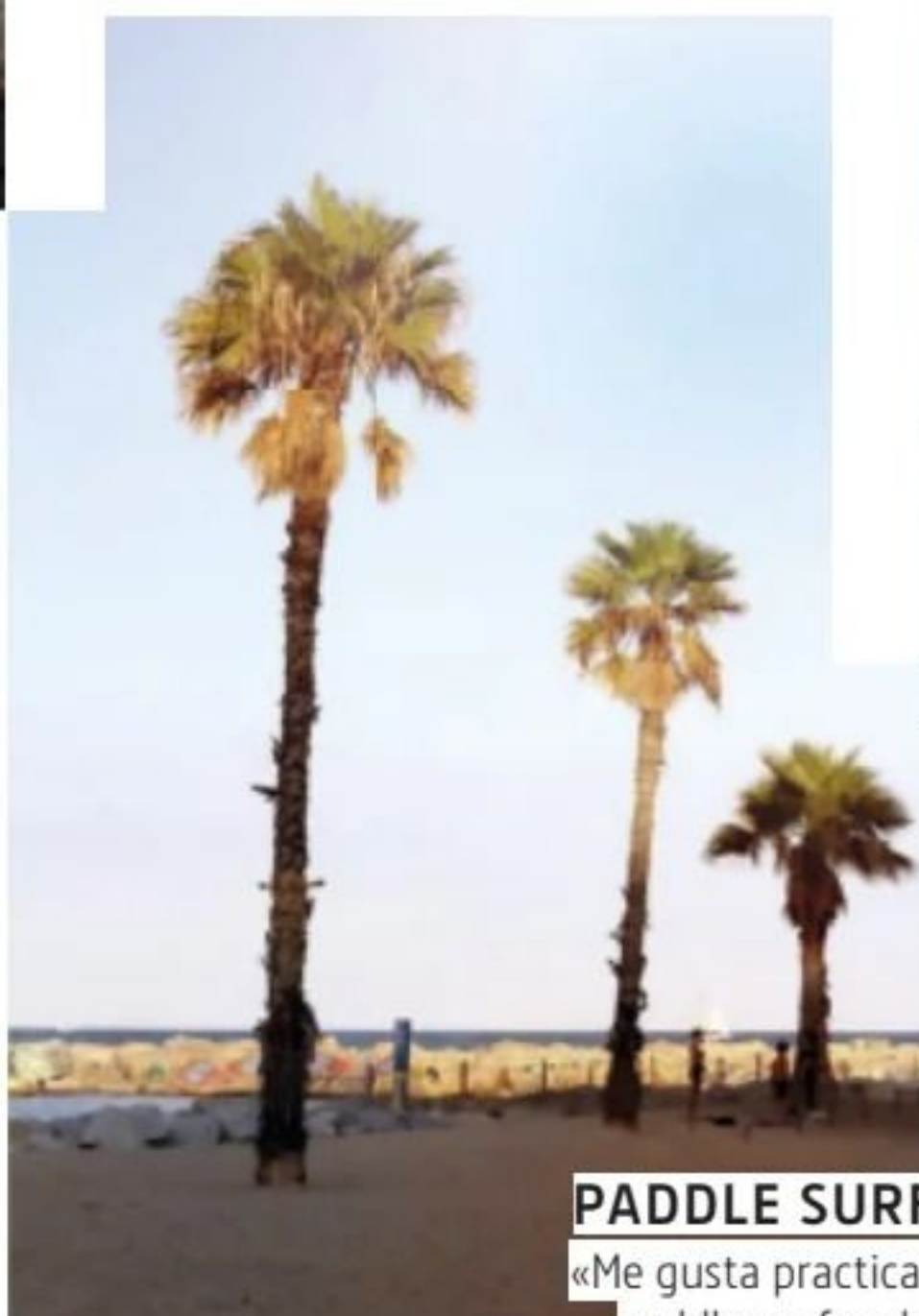


SU GUÍA

1. Un barrio. «Soy muy de barrio de Barcelona, ahora vivo en Sant Antoni, que es semipeatonal y tienes el mercado al lado. Me gusta pasar ahí los fines de semana con mi novia. Un café, los dominicales, y estar leyendo cada uno a su rollo en la terraza de un bar, simplemente discutimos por ver quién lee un artículo u otro. Es uno de esos momentos que, de lo cotidiano, a mí me da felicidad, no me digas por qué».

2. De cines. «También me muevo mucho por Gràcia porque tengo unos amigos muy pesados que de allí no salen. Voy al cine Verdi (Verdi, 32), un clásico, y también a los Balmes (Balmes, 422), pero no soy muy mitómano en eso, elijo la sala que mejor me va por horario o por programación».

3. A la playa. «En verano es complicado porque se convierte en un sitio con mucha gente, pero lo que es pisar la



PADDLE SURF

«Me gusta practicar paddle surf en la playa, en la zona del Pez Vela. Sé que es un poco aburrido, pero al menos me aguanto en la tabla. Y para acabar el día, a cenar al Bandinis (plato en la foto superior).



arena y estar delante del mar me flipa. Cuando la cosa se tranquiliza, incluso cuando no hace calor, es un sitio maravilloso. Me gusta la zona del Paseo Marítimo por donde está el restaurante Pez Vela, junto al Hotel W, y todo el paseo hasta las torres del Hotel Arts y Mapfre, en el Port Olímpic».

4. Un restaurante. «Voy mucho a Bandinis, un italiano fusión que es muy pequeño y me flipa. Nunca hay sitio, pero como no me importa estar en la barra, pues me quedo ahí. Es un sitio que me gusta mucho, con una comida de base italiana ni muy sofisticada ni muy sencilla, pero que está muy, muy buena. Súper recomendable». Manso, 42.

FOTO ANNA MAS / CORTESÍA FUNDACIÓN MIES VAN DER RHOE.

Una ciudad para DISFRUTAR

Barcelona es foodie hasta la médula. Aquí la tradición catalana se da la mano con las cocinas del mundo y los restaurantes vanguardistas, con otros espacios más hedonistas. Una ruta gastronómica muy estimulante.

POR ISABEL LOSCERTALES



HOTELES GASTRONÓMICOS

El W Barcelona, además del restaurante y beach club SALT, cuenta con un espacio dedicado a las brasas (FIRE), otro de cocina japonesa en la planta 26 (NOXE) y un peruano (COYA).



SALT

El restaurante del icónico **hotel W Barcelona**, con entrada independiente en el **Passeig del Mare Nostrum 19**, luce como nuevo. Dividido en dos partes –restaurante con terraza panorámica y beach club–, ha pasado por una reforma integral a cargo de **Sandra Tarruella Interioristas** (en colaboración con Olga Pajares) y ofrece una nueva carta con acento en el Mediterráneo y la cocina local. En la zona playa la carta es informal, pero en el restaurante los protagonistas absolutos son los arroces. De sepia y gamba roja, de verduras a la brasa, negro con bacalao... ¡A cuál más rico!



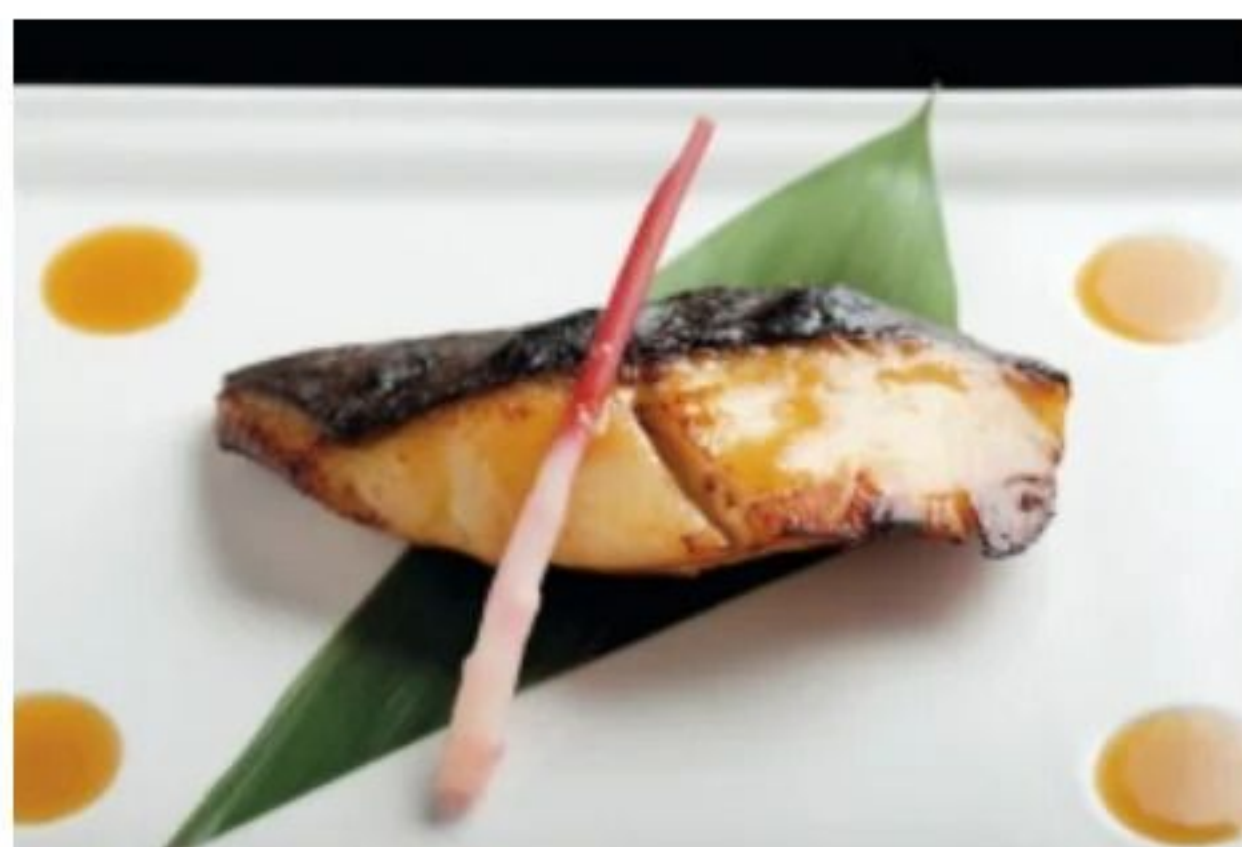
EN PRIMERA LÍNEA DE MAR

El nuevo beach club Bastian, en la playa San Sebastián de la Barceloneta, cuenta con una piscina rodeada de tumbonas y camas balinesas y un restaurante con platos mediterráneos y sushi.

El carácter mediterráneo y epicúreo de Barcelona marca a fuego muchos de sus restaurantes. En uno de sus barrios más auténticos, la Barceloneta, conviven las direcciones *de toda la vida* como Cova Fumada, La Bombeta, el Vaso de Oro, Can Solé o Ca la Nuri con espacios glamourosos pero relajados como los nuevos Salt, a los pies del W Barcelona, o Bastian, el beach club de Costa Este y el renovado Club Natació Barcelona. En sus más de 5.000 m² caben piscina, restaurante y un edificio de cuatro plantas y rooftop. En todos ellos mandan las tapas mediterráneas –algunas con esencia local como la Bomba de la Barceloneta (una bola de patata rellena de carne)– y los arroces en sus diferentes versiones.

La otra cara de la Ciudad Condal tiene mucho que ver con su idiosincrasia cosmopolita. Las cocinas del mundo se sienten cómodas aquí. Algunos japoneses como Koy Shunka, de Hideki Matsuhisa, y Suto, de Yoshikazu Suto, lucen incluso una estrella Michelin. Otros como Nobu Barcelona presumen de prestigio internacional. Además del restaurante panorámico, el año pasado Nobu inauguró un rooftop que es un verdadero espectáculo. Es el más alto de la ciudad y está dividido en lounge bar, restaurante, piscina y solárium. En un ambiente acogedor y con un interiorismo donde se abrazan lo nipón y lo catalán, aquí podrás compartir delicias como las croquetas de bacalao negro o las mini hamburguesas de wagyu.

Las terrazas en las azoteas de los mejores hoteles son, como en muchas otras ciudades, un must. Son también ultrarrecomendables El Terrat del Mandarin Oriental, Barcelona, o Verbena, en el Monument.



DE ALTURA

El Nobu Hotel Barcelona cuenta con su icónico restaurante en la planta 23, con clásicos japoneses como el Bacalao negro con miso de la foto y vistas panorámicas, y un impresionante rooftop 360° en la planta 25, con una carta más informal pero muy disfrutona.

EL MEJOR restaurante del mundo

Los chefs Eduard Xatruch, Oriol Castro y Mateu Casañas fundaron en 2014 Disfrutar, nº1 de The 50 Best y tres estrellas Michelin.



GRAN EQUIPO

De izda. a dcha., Eduard Xatruch, Oriol Castro y Mateu Casañas. Arriba, comedor de su restaurante Disfrutar.

Ser jefe de cocina en elBulli tiene que marcar a la fuerza. Estos tres cocineros tuvieron además la complicitad y la visión necesarias para asociarse al cierre del mítico restaurante de Ferran Adrià. La aventura arrancó en 2012 con Compartir Cadaqués, en el que el concepto pica-pica se pasó por el tamiz gastronómico, y cuyo éxito desembocó en la apertura de Compartir Barcelona en 2022, bajo la dirección de Nil Dulcet. Pero su culminación sin duda fue la de Disfrutar, el restaurante que en 2014 abrieron en la calle Villarroel, 163, de Barcelona, y en la que brilla la creatividad más desbordante, en la estela bulliniana. Sobre su éxito hablamos con Oriol Castro.

¿Qué significa para vosotros que Disfrutar haya sido nombrado mejor restaurante del mundo y de qué manera se ha notado?

Es un honor. Estamos muy contentos y muy felices. Pri-

mero, por nuestros equipos, por la gente que ha conseguido llevar este proyecto arriba del todo. Este reconocimiento no es solo para nosotros, sino para toda la gastronomía española, que hemos puesto en lo más alto. Referente a las reservas, nos han pedido muchísimas. Hay días que hay mucha gente en lista de espera. Es muy gratificante que la gente quiera venir. En el restaurante caben cuarenta clientes y aunque nos gustaría hacer más, no podemos.

Tenéis un menú degustación de clásicos y otro de temporada, ¿cuáles son los platos que más sorprenden al comensal?

El Menú Classic incluye platos de los orígenes de Disfrutar. Entre ellos hay muchos que sorprenden: desde un huevo crujiente con una cremosa por dentro con la yema cruda y una gelatina de setas, unos macarrones a la carbonara o el pan chino de caviar. En el Menú Festival hay platos más

BARCELONA EN SEIS RESTAURANTES



MONRY'S

El arte del tapeo (y de disfrutarlo en barra) en un nuevo bar en Doctor Fleming, 25. Un festival de clásicos como bravas, croquetas, ensaladilla, tortilla o canelón.



SINTONÍA

Pablo Tomás (elBulli) triunfa con la tradición renovada, el producto top de temporada y hits como el steak tartar o estos huevos fritos con ceps. Rosselló, 249.



BRONZO

La cocina italiana está de moda y si destila autenticidad, encanto y precios razonables, como este "baccaro" veneciano del Born, se agradece mucho. Rec, 60 (y Córcega, 307).

CREATIVIDAD AL PODER

A la dcha., una de las creaciones más icónicas de Disfrutar, el Panchino relleno de crema agria y caviar de Beluga. Abajo, una divertida reinterpretación de los típicos calçots, que sirven liofilizados, para una textura más crujiente.



en tomar las decisiones pero son unas decisiones mucho más consensuadas, profundas y firmes.

¿Qué rol tiene cada uno de vosotros en el equipo? ¿De qué manera dirías que os complementáis?

Nosotros siempre decimos lo mismo: uno no es ni bueno ni malo, ni el otro es mejor ni peor, ni uno es más simpático y otro menos. Los tres somos iguales. Los tres intentamos estar en todo y saber todo lo que pasa en nuestra empresa y en nuestros proyectos, tanto en lo laboral, lo económico o lo creativo. Los tres vamos en la misma dirección. Los proyectos están por encima de las personas.

«Los tres somos iguales y estamos en todo: lo laboral, lo económico y lo creativo. Los proyectos están por encima de las personas».

nuevos, más recientes. Quien ha venido antes a Disfrutar pide este menú para vivir una nueva experiencia.

¿Cuáles son los pros y los contras de trabajar los tres juntos?

No hay ni pros ni contras, es increíble. Nosotros somos tres amigos que nos conocimos en elBulli en el 96. Allí, en el mejor restaurante del mundo, estuvimos durante muchos años, trabajando hasta que cerró (en 2011), así que decidimos montar nuestro camino. Estuvimos dos años colaborando en elBulli Foundation. En 2012 fundamos Compartir y en 2014 Disfrutar, donde llevamos ya diez años. Ser tres personas es muy enriquecedor. Porque hay tres opiniones, tres consensos. A veces decimos que entre dos personas cuando se pueden confrontar o discrepar, no hay nadie que busque un equilibrio. En este caso, al ser tres, siempre hay un equilibrio y una cohesión. Es verdad que a veces tardamos más

¿Cuál es ahora mismo vuestro mayor reto?

Sin duda, el mayor reto ahora mismo es no bajar ningún escalón de los que hemos llegado a subir. Mantenernos arriba del todo, trabajando, esforzándonos y siendo cada día mejores. Y, sobre todo, que los clientes cuando se vayan de nuestro restaurante estén súper contentos y felices.

¿Cómo ves en estos momentos la escena gastronómica de Barcelona? ¿A quién destacaríais?

La gastronomía española está arriba del todo, y la de Barcelona también. En nuestra ciudad tenemos grandes restaurantes, con una, dos y tres estrellas Michelin. Estamos en un momento muy álgido y muy dulce. Barcelona tiene un gran potencial gastronómico y los restaurantes que abren no cierran, aguantan. No destaco a nadie porque no me quiero dejar a ninguno, pero yo creo que el nivel es altísimo.

FOTO JOAN VALERA, FRANCESC GUILLAMET, BETO VINCENZO, STEVEN FREEMAN.



NOMO EIXAMPLE

La última apertura del Grupo Nomo, el referente japonés con ocho locales en Cataluña y Madrid y cartas del chef Naoyuki Haginoya. Consell de Cent, 256.



LA BIKINERÍA

Tras su éxito en el Mercat del Ninot, Joan Gurguí expande su negocio de bikinis gourmet a un local en Passeig Sant Joan, 60. Tiene once variedades + una efímera.



TERRASSA BOADAS

El nivel de la mixología también es altísimo. Hasta octubre, la clásica Boadas cuenta con un pop up junto a Suculent en el hotel Duquesa Suites. Pl. Correus, 5.

GUSTOS RENOVADOS

Las Bodegas Javier San Pedro Ortega son el ejemplo perfecto de la nueva Rioja, con una visión innovadora y contemporánea de la enología.



ANAHÍ BLANCO

Un semidulce de malvasía, sauvignon blanc y tempranillo blanco. Fresco y suave.

En el venerado universo del vino riojano, emerge un espíritu de rejuvenecimiento que está transformando el panorama vinícola de la comarca. Esta nueva generación de innovadores bodegueros desafía las convenciones de las bodegas clásicas y centenarias, redefiniendo el juego con una pasión sin igual por capturar la esencia de cada viña. Uno de los nombres más destacados de este movimiento es Javier San Pedro Ortega, el visionario detrás de las Bodegas Javier San Pedro Ortega, en Laguardia. Aunque él nunca ha querido distanciarse de sus raíces: «No lo veo como alejarme de lo clásico, sino que lo entiendo como la evolución natural. Tras tantos años de trabajo de tanta gente que ha hecho de Rioja una zona tan potente, ahora nos toca a nosotros buscar la armonía entre la fruta del vino y las crianzas en madera u otro material. Buscar el equilibrio, ese es el camino para mí del gran vino», explica.

San Pedro cuenta con tres gamas de vinos: los modernos, bajo la etiqueta Cueva de Lobos; los parcelarios y un blanco semidulce en honor a su madre, Anahí. «Cada momento tiene su propio vino perfecto –nos dice–. Si pienso en un día soleado en la

EN LA SANGRE

Quinta generación de una familia de bodegueros de la Rioja Alavesa, Javier San Pedro Ortega creó su primer vino a los 17 años y a los 25 inició su propio proyecto.

playa, me gusta Anahí por su frescura. Para una comida al aire libre, el blanco Las Levantadas. Y para una cena especial, descorcharía un Nunca Jamás (97 % tempranillo), que es atemporal, potente, pero a la vez fresco».

Además de sus excelentes vinos, la bodega ofrece una experiencia enoturística de primer nivel (que le valió el Best of 2023 de España) en la que los visitantes pueden sumergirse en la filosofía de la bodega a través de una visita que despierta los sentidos. Acompañados por la cocina de los chefs Iñaki Murua y Carolina Sánchez, cuyo restaurante Ikaro de Logroño cuenta con una estrella Michelin, su propuesta se convierte en una celebración de la esencia de la bodega. «La gente que nos visita viene a conocernos, pero, sobre todo, a disfrutar». Por eso, decidieron crear una propuesta que tuviera su esencia y que todas las personas que fueran a conocerlos conectaran con su lema: "Piensa menos, siente más". Para él, «es una forma única de entender el enoturismo».

POR ISABEL LOSCERTALES Y ANNA COLOMER.



Para despedir el verano

1. Viña Esmeralda, un penedès muy mediterráneo (Familia Torres, 8,50 €). 2. El Jardín de la Emperatriz, vibrante viura de Hermanos Hernaiz (8,80 €). 3. Viña Salceda Blanco, otro elegante rioja a base de viura y un toque de tempranillo (11 €). 4. Lindeiros, albariño premium y ultra limitado de Lagar de Fornelos (69 €). 5. Aromas del Sur, un txacolí muy especial de Bat Gara (18 €). 6. Laslías de Beronia, un rueda singular y bien valorado (17 €). 7. Santiago Ruiz, floral, frutal y maravilloso (14,95 €). 8. Montecillo Edición Limitada Garnacha Blanca, un sorprendente rioja (17,90 €).



COMBÍNALO
COMO QUIERAS
FILMS
MODA
DESDE 1'99€

LA CASA DE LAS
CARCASAS

DESTINOS *que* INSPIRAN

¿Quieres un buen antídoto para el síndrome posvacacional? Reserva una escapada para acabar el verano por todo lo alto. Aquí unas cuantas sugerencias infalibles. Te harán feliz.

POR ISABEL LOSCERTALES



PARÍS OLÍMPICO

Del 28 de agosto al 8 de septiembre, la capital francesa celebra los Juegos Paralímpicos, una buena excusa para planificar un siempre apetecible viaje allí. Si quieres darle un plus a tu experiencia, alójate en Nolinski Paris. Este hotel boutique de solo 45 habitaciones, muy cerca de la Comédie Française y la calle Saint-Honoré, combina con acierto refinamiento francés, lujo discreto y audacia contemporánea. El interiorista Jean-Louis Deniot ha tratado cada detalle como una pieza de alta costura, dotando de emoción el estilo Haussmann del edificio. Su elegante restaurante art déco, la coctelería Grand Salon y el Spa by La Colline son sus otras joyas. nolinskiparis.com

ENCANTO FRANCÉS

A la izda., Suite Joséphine, la más icónica del hotel Nolinski Paris. Abajo, detalle del restaurante Nolinski, con cocina del premiado chef Philip Chronopoulos.





LA TERRAZA DE HAROMA

El restaurante Haroma, con Mario Sandoval, cuenta con una encantadora terraza en la séptima planta. Abajo, ostra con jalapeños y fruta de la pasión, de su menú degustación.



MADRID GASTRONÓMICA

Disfrútala por partida doble reservando noche en el hotel Heritage, el Relais & Châteaux de la calle Diego de León, y cena en su restaurante gastronómico Haroma, liderado por el reconocido chef Mario Sandoval. En su carta encontrarás divertidas tapas castizas reinterpretadas en clave de autor –tortilla estilo cañí, sándwich Cibeles...– y un inmejorable menú degustación donde no falta su célebre cochinillo a baja temperatura (95 € + 50 € de maridaje). heritagemadridhotel.com

MARRAKECH EXÓTICA

El nuevo resort de lujo Park Hyatt Marrakech, con un diseño contemporáneo inspirado en la cultura bereber firmado por Imaad Rahmoun y una interesante colección de arte, ofrece una desconexión insuperable al situarse a los pies de las montañas del Atlas (aunque a solo 9 km de la bulliciosa Medina de Marrakech). hyatt.com



CÁDIZ SLOW

Recién inaugurado, el cinco estrellas only adults Daia Slow Beach Hotel Conil, ha sido construido bajo criterios sostenibles y con un objetivo: alentar el slow travel. Un oasis de desconexión de 248 habitaciones, situado frente a la playa de la Fontanilla, en Conil de la Frontera, con una zona wellness con tratamientos de la marca Germaine de Capuccini y con restaurantes que promueven la cocina local. daiahotels.com

BALEARES AL SOL

El nuevo hotel de ultralujo **Four Seasons Resort Mallorca at Formentor** recupera de la mano de Emin Capital un emblemático alojamiento para transformarlo en un oasis de exclusividad y diseño rodeado de naturaleza. 110 habitaciones con vistas al mar, un spa que busca ofrecer una experiencia única basada en la longevidad y cinco restaurantes con cabida para la cocina mediterránea, japonesa y peruana. Muy top. [fourseasons.com](https://www.fourseasons.com)



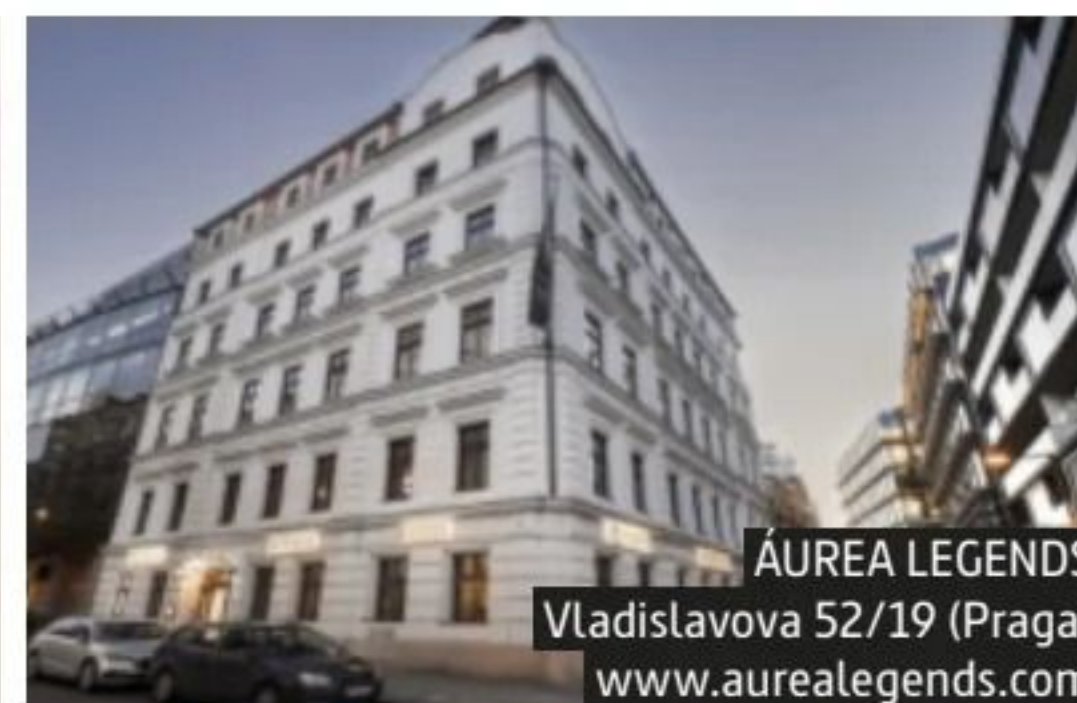
Cala San Miguel Hotel Ibiza, Curio Collection by Hilton, abrió este verano sus puertas en el norte de la isla –a pocos pasos de la playa de Port Sant Miquel– con la idea de ofrecer una total desconexión solo para adultos. 196 habitaciones amplias y luminosas, un diseño contemporáneo y sostenible y una animada agenda de actividades (exposiciones, excursiones en llaüt, paddle surf...) prometen una estancia top. [hilton.com](https://www.hilton.com)

El lujo de lo sencillo impregna el nuevo **Estel Formentera** (en la imagen de abajo), con nueve apartamentos en una de las zonas más salvajes de la pequeña Pitiusa, en la playa de Migjorn. Un santuario de relax cuyo interiorismo, firmado por Paty Pombo, luce una decoración serena a base de paredes encaladas, maderas y demás materiales naturales. Pregunta por su interesante programación de retiros de yoga. [estelformentera.com](https://www.estelformentera.com)



FOTO GUILLAUME DE LAUBIER, @CARLACUENCACORTES (@ERESARTSTUDIO).

ESCAPADAS *para una* 'rentrée' más OPTIMISTA



ÁUREA PALACIO DE CORREOS
Plaza San Agustín, 10 (Logroño)
Tel.: (+34) 941 618 732
www.aureapalaciodecorreos.com

ÁUREA CATEDRAL
Cárcel Baja, 11-13 (Granada)
Tel.: (+34) 958 80 83 99
www.aureacatedral.com

Con la vuelta a la rutina y el otoño en el horizonte, es inevitable buscar remedios para mantener el optimismo. Por eso, **Áurea Hotels** te sugiere tres destinos únicos para seguir disfrutando de momentos inolvidables. Desde la historia vibrante de Granada, pasando por la riqueza cultural y enológica de Logroño, hasta el encanto de Praga, estos planes son el antídoto perfecto para transformar la melancolía posvacacional en una oportunidad para seguir viviendo experiencias.

DE LA PROSA AL VERSO EN EL ÁUREA CATEDRAL

Si eres amante de la poesía, el **Áurea Cathedral** es para ti. Situado en un complejo de edificios y casas catalogadas, incluida una casa solariega del siglo XVI, y con un patio interior con fuente nazarí, este hotel homenajea a uno de los 'granaínos' más ilustres: Federico García Lorca. En sus pasillos y dormitorios se han plasmado sus versos más célebres, que conseguirán que te adentes en la Granada más genuina. Además, podrás terminar el día de la mejor manera: disfrutando de la sauna o el baño turco en su centro de bienestar inspirado en los antiguos baños árabes.

Dejamos atrás las vacaciones de verano, pero no las ganas de viajar. Te proponemos 3 destinos para la nueva temporada

UN VIAJE AL CORAZÓN DE LA RIOJA CON ÁUREA PALACIO DE CORREOS

Para los amantes del vino y la buena gastronomía, Logroño es un destino que no puede faltar. En el corazón de la ciudad, el **Áurea Palacio de Correos** te espera para ofrecerte una experiencia inolvidable. Este hotel, situado en un edificio histórico que antiguamente albergaba la oficina central de correos, ha sido restaurado con esmero para combinar su valor histórico con un diseño moderno y elegante. Podrás relajarte en su spa o degustar los mejores vinos de la región en su restaurante, Matasellos, que cuenta con las mejores referencias locales para acompañar a los platos típicos de la cocina riojana.

LA ESENCIA BOHEMIA DE PRAGA CON ÁUREA LEGENDS

Praga, conocida por sus más de 300 puentes sobre el río Moldava, es una joya arquitectónica europea, con estructuras románicas, góticas, renacentistas y barrocas. Impregnado de la esencia bohemia de la ciudad, el **Áurea Legends** es un hotel boutique de estilo moderno y sofisticado, ubicado en pleno centro, en un edificio de 1864. Sus amplias habitaciones ofrecen un ambiente moderno, sofisticado y lleno de carácter. Además, el hotel rinde homenaje al pasado legendario de la ciudad al incorporar en su interiorismo cinco de las leyendas más conocidas de Praga. Una manera diferente de descubrir los secretos de esta mágica ciudad sin salir del hotel.

**SOLO
ENCHUFABLE**

Este bonito compacto tiene una potencia de 156 CV, autonomía de 410 km y un precio desde 38.500 €. Llega cargado de carácter y con soluciones únicas para su segmento.



El Junior es un capricho interna y externamente, con detalles excepcionales de alta gama.

- MOTOR -

PEQUEÑO pero MATÓN

Junior es el primer eléctrico de Alfa Romeo, obra del español Alejandro Mesonero-Romanos. Nos lo presentaron en Turín y caímos rendidas.

con los que comparte gran parte de su ADN (Peugeot 2008, Opel Mokka, Jeep Avenger y Fiat 600), pero con un interior bien diferenciado de ellos, enfocado a que el conductor viva una experiencia de conducción auténtica y atractiva: asientos deportivos Sabelt, dos pantallas de 10,25 pulgadas, una táctil para controlar el sistema multimedia y el ChatGPT. Además, lleva el maletero más espacioso del segmento (hasta 400 litros), accesible mediante tecnología de manos libres.

Fue amor a primera vista. También es cierto que su creador, el encantador Mesonero-Romanos (ex Seat, Renault y Cupra), nos lo puso fácil con su pasión y su encanto. Hace tres años que llegó a Turín para renovar por completo la casa italiana y lo mismo diseña coches de dos millones de euros (como el espectacular deportivo 33 Stradale, con lista de espera), como este encantador compacto eléctrico con detalles de alta gama, que no pasa inadvertido (fan de ese frontal atrevido que integra una parrilla con el logo de la marca en un formato XL). Se posiciona en un segmento tan popular como el B-SUV, con rivales

- NO SIN MIS GADGETS -

Viajar conectad@ se ha convertido en una necesidad. Te mostramos la mejor forma de hacerlo.



Sonos

Los Ace son auriculares inalámbricos con sonido espacial Dolby Atmos, cancelación de ruido y 30 horas de autonomía (499 €). Si los pruebas, no podrás vivir sin ellos.



Samsung

El smartphone plegable Galaxy Z Fold 6 es como llevar la oficina a cuestas: con IA, incorpora el mejor software del mercado y hace unas fotos de lujo (desde 2.009 €).



OnePlus

La nueva tableta Pad2 cuenta con un diseño ligero y una pantalla muy funcional de 7:5, incorpora IA y el procesador Snapdragon 8 Gen 3 (549 €). Muy efectiva.

POR ESTER AGUADO.



BOLSAS Y MOCHILAS

A la izda., el nuevo coche Lexus LBX híbrido y bolsa de viaje Casual Khakki de SILBON (70 €), con el logo de Lexus. En esta colaboración también hay neceser (36 €) y mochila (60 €). lexusauto.es

- COLABORACIÓN -

SILBON, *a todo gas* con LEXUS

Lo de Silbon es una historia de éxito literal. En 15 años, el empresario Pablo López, nieto y bisnieto de sastres, ha conseguido no solo hacerse un gran hueco en el mundo de la moda –hombre, niño, mujer y ahora acaba de lanzar su primera colección de niña–, sino que no para de diversificar: deco, deporte, línea sostenible (Oxygen) y de segunda mano (Second Life)... hasta un bar de tapas en Córdoba y una barra en su tienda de la calle Serrano. Factura 75 millones de euros, suma casi 100 tiendas (incluidas París y Oporto) y ahora se lanza a conquistar Sudamérica (México, Chile, Perú).

¿Esperabas que fueran tan bien las cosas cuando empezaste?

No, aunque siempre soñamos a lo grande. Ten en cuenta que Rafa (Díaz, su socio) y yo empezamos con 3.000 € y desde la casa de mi abuela... Pero no ha sido fácil. Vimos un nicho en la moda de hombre en 2009, pero los diez primeros años no teníamos recursos y casi nos arruinamos.

¿Es más complicado hacer ropa de mujer?

Tiene mucha más complejidad, por eso fichamos a una veterana como María Jesús Martín (ex Pedro del Hierro y Scalpers) en cuanto vimos en 2021, tras una pequeña cápsula, que funcionaría. En hombre, el 75 % de la colección suele ser básico o de continuidad, y hay un espacio para la moda de un 25 %. En mujer es lo opuesto: 75 % son nuevas tendencias.

La firma cordobesa de moda acaba de lanzar una línea de bolsas perfectas para acompañarte en tus escapadas. Si es a bordo del nuevo compacto híbrido de Lexus, el LBX, mejor.

Las pasarelas masculinas demuestran que hay mucho margen. ¿España no es un mercado donde arriesgarse?

Sí, yo creo que en España cabe de todo, pero no es nuestra filosofía. Yo siempre tengo muy presente la elegancia, para ir a una boda o al chiringuito. Para atreverse ya está Palomo Spain, muy amigo nuestro (risas).

Bueno, vosotros os aventuráis diversificando, vais probando cosas nuevas...

Hay que hacer marca. Ahora lanzamos nuestra primera colección cápsula de niña, que si funciona podría tener puntos de venta propios. La de mujer, que empezamos hace tres años con 50 prendas, ahora factura 5 millones de euros. Pero somos una empresa pequeña cuyo negocio está basado en tres palabras: ropa, gestión e ilusión. La ilusión es una campaña con Eugenia Silva y Jon Kortajarena, es una tienda en la calle Serrano y es abrir un bar en Córdoba, ¡todo un éxito de público y en redes! Un modelo de negocio que estamos todavía afinando, pero que creo que puede funcionar.

¿Y qué te aporta tu colaboración con la casa Lexus?

Para nosotros es una gran oportunidad de seguir elevando el valor de Silbon al ir de la mano de un referente como esta marca premium de automóviles.

¿Y te hubieras atrevido a customizar un coche?

Ya hay coche Silbon: un sin carnet de Ligier.

bate tu MARCA con el BAÑADOR más RÁPIDO

Para correr más rápido buscamos las zapatillas más vanguardistas. Lo mismo pasa con la natación, si quieres romper tu récord, elige un bañador que favorezca la velocidad y el rendimiento.

La tecnología espacial no solo está pensada para los revestimientos de los satélites. Los bañadores más rápidos que hemos visto durante los Juegos Olímpicos 2024 son el último capítulo de la historia de los modelos Fastskin de Speedo, que comenzó con el original inspirado en la piel de tiburón en el año 2000. La colaboración de Speedo con la tecnológica textil Lamoral ha desarrollado un traje ultraligero, que proporciona una sensación única de ingravidez mientras ofrece la mínima absorción de agua y una repelencia más duradera. El mismo que han llevado los olímpicos españoles Hugo González, Carmen Weiler, Emma Carrasco o África Zamorano.



POR ANDREA ARABIA.

- ALARGA EL VERANO -

Exprime el buen tiempo para las actividades al aire libre.



Recárgate

Con una sola carga Huawei Watch Fit 3 soporta hasta 10 días de duración de la batería. Incluso con un uso más frecuente, la capacidad típica dura hasta 7 días.



Estírate y medita

Los bloques de yoga facilitan la ejecución de posturas o asanas. El Inner Flow de lululemon, con sus bordes redondeados, permite apoyar el cuello o la palma de la mano.



Tiempo de relax

Los entrenamientos al aire libre son mucho más divertidos con colores vivos y energizantes, como en este top de BORN de sujeción media y espalda con tirantes finos cruzados.

Reinar de Burgos al Dakar

Ni es mediática ni lo pretende pero lo cierto es que ganar un Dakar siendo mujer en los inicios del siglo XXI sigue siendo una maravillosa rareza. La ironía la ha acompañado desde que decidió dedicarse al motor porque en Burgos la llamaban *Tortu* (de tortuga). A ella no es que le guste el apodo, pero sabe que convivirá con él en su zona de influencia, en la que nació y creció como mujer, como deportista y como odontóloga, que también lo es.

Escribo hoy sobre una rara avis a la que conozco y admiro. La vi y la seguí en sus primeras aventuras. Ver cómo ganaba el último Dakar en la categoría Challenger me encendió el piloto de la admiración al límite. La primera española en conseguirlo. Una heroicidad solo al alcance de unas pocas. Una historia de lucha y superación visibilizada. Porque lo que parecía imposible, sucedió. Remontó veinticinco minutos en la última etapa y consiguió el premio *gordo* de esta lotería que es el deporte, hasta hace muy poco vetado al género femenino. Cristina Gutiérrez se lo ha trabajado desde las carreteras perdidas hasta las dunas aparentemente insalvables de esos desiertos en los que se deja la salud. Se sabe diferente pero, hasta hoy, no ha buscado el foco que le ha dado el merecido triunfo en el Rally Dakar. Su sencillez y su saber estar han medido la velocidad de su visibilidad. Pero aquí está y aquí le damos el espacio que merece a la que hace nueve años fue subcampeona absoluta en el Campeonato de España de Rallies Todo Terreno y la primera piloto de coches española en finalizar un Dakar en 2017. Dio un salto de calidad en 2021 convirtiéndose en la primera española en lograr una victoria de etapa en el Dakar y en la segunda mujer en la historia en conseguirlo. Campeona del Mundo de la Extreme E (junto a Sébastien Loeb) en 2022, rubricó el éxito en 2024 y derribó un muro más. De lo que sufre allí habla poco. De lo que inspira, menos. Ojalá la historia le dé el lugar que le corresponde.

.....
Carme Barceló

Periodista deportiva, colabora en el diario "Sport"



- VALENCIA Y GIRONA FUERON LAS SEDES -

GOLF A ORILLAS DEL MEDITERRÁNEO

En Valencia, nueva prueba del Circuito Femenino Woman en El Saler. En Girona, Torneo del Circuito Nacional Femenino. Y en ambos casos, sol, deporte, valores y gran ambiente para los amantes del golf.

El pasado 7 de julio se disputó una nueva prueba del Circuito Femenino Woman en El Saler, en Valencia, el escenario perfecto para una gran jornada de golf. El buen tiempo y el gran ambiente distinguieron la celebración de la prueba entre golfistas amateurs. Al cruce por el hoyo 10, las golfistas disfrutaron de un avituallamiento a mitad de recorrido, aportando energía para afrontar los segundos nueve hoyos. Al finalizar la jornada, cada jugadora recibió un wellcome pack, para después disfrutar en la terraza de la Casa Club para un animado after golf. Allí, brindaron compartiendo anécdotas y celebrando los resultados. Con respecto a las ganadoras, en primera categoría se hizo con la primera plaza la jugadora Maria Teresa Ribelles Arellano con 37 puntos, en Segunda Categoría, la vencedora fue Esther Benedito García con 41 puntos. Ambas tendrán pase directo para la Final Nacional del Circuito en La Finca Golf (Alicante). En categoría Scratch se alzó con la victoria lThalia Perez Vieco con 34 puntos brutos.

SEGUNDA CITA, LA COSTA BRAVA

El Club de Golf Costa Brava fue escenario de una jornada excepcional durante la celebración del Torneo del Circuito Nacional Femenino de Golf el pasado 26 de julio. Las participantes lograron magníficos resultados en la clasificación, destacando el alto nivel de competición y deportividad. En la categoría hándicap inferior, la primera clasificada fue Rosa María Ál-



UN DÍA PARA RECORDAR

La última prueba del Calendario regular del Circuito se celebrará el día 1 de octubre en el Real Club de Golf La Herrería, en Madrid.

varez Martínez con 38 puntos, mientras que en la categoría hándicap superior, el triunfo fue para Anna Franquesa Spada, con 36 puntos, asegurando ambas su pase a la final nacional. La ganadora scratch, Laia Llorens Sola, consolidó su posición como una de las mejores jugadoras del Circuito. Las jugadoras disfrutaron de un avituallamiento a mitad de recorrido, lo que permitió mantener la energía y concentración a lo largo de la prueba. Y al finalizar el Torneo y tras entregar los resultados, cada participante recibió también su wellcome pack de los patrocinadores del circuito, que apuestan por el deporte femenino, destacando los valores que representa. El evento culminó con un after golf en un ambiente de celebración para todas.



UN GRAN APOYO

El wellcome pack tenía productos de todos los patrocinadores de los eventos.



COUNTRY CHIC

Hay paraísos cercanos en kilómetros pero que hacen volar la mente muy lejos de la ciudad. Es el caso de **Mas el Mir, en Ripoll (Girona)**, un hotel boutique rural donde el tiempo parece haberse detenido. La masía histórica y restaurada está rodeada de valles verdes y de un **silencio reparador**. La regenta Eva Arbones, con formación en Hofmann y dos restaurantes en su haber (Llamber y El Chigre, ambos en el Born), quien acoge a sus huéspedes (pocos, porque solo tiene **seis habitaciones**), con delicias de proximidad y rincones encantadores. Un plus: sus masajes holísticos y cestas de pícnic. Y otro: no se admiten niños, pero **sí perros**. Un refugio en plena naturaleza. maselmir.com

Vivir MEJOR

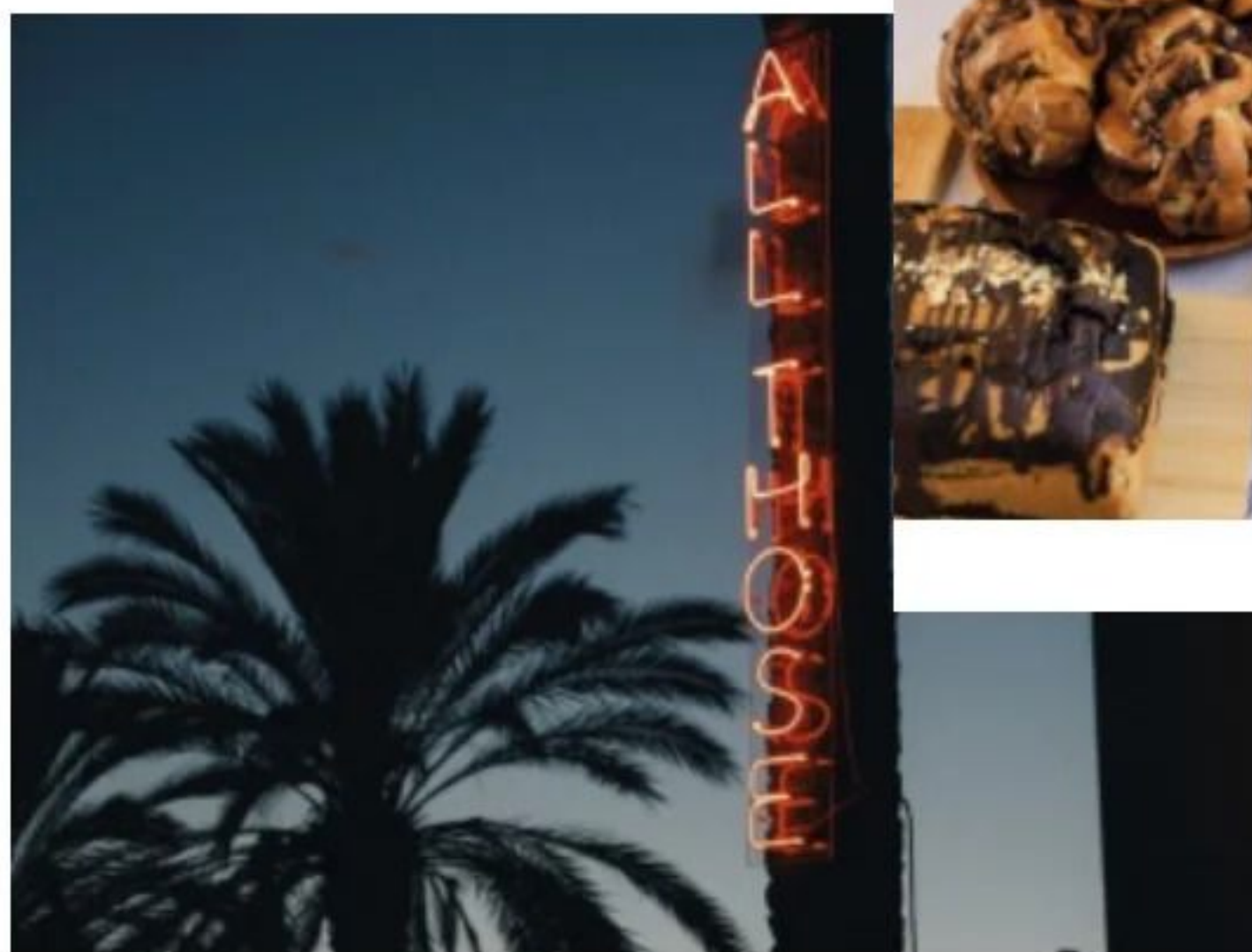


VIVAN LOS MARKETS

Si te gustan los mercadillos de interiorismo, gastro y mucho más, no puedes dejar de visitar el Mercantic, en la localidad residencial de Sant Cugat, a unos 30 minutos de Barcelona. Su última incorporación: el espacio outlet de Luzio, un referente del interiorismo barcelonés con tres restaurantes.

DE BARCELONA A MADRID

En el 10º aniversario de All Those Food Market, el evento gastronómico llega a la capital los días 21 y 22 de septiembre en el Museo del Ferrocarril. Y la próxima edición de Barcelona, el 12 y 13 de octubre en el Fórum, en un nuevo espacio con vistas al mar.



- CON MÁS DE 130.000 TORTILLAS VENDIDAS EN 2023 -

LA MARTINUCA, *las tortillas de la abuela*, llegan a Barcelona

La marca de tortilla de patatas más top te ofrece una succulenta oferta gastro para poder llevártela a casa o a tus eventos particulares. Acierto seguro.

¿Es posible fusionar la tradición culinaria con la innovación en una tortilla de patatas? La Martinuca lo ha conseguido en Madrid y ahora se instala en Barcelona. Tortillas clásicas con o sin cebolla, más otros cinco nuevos sabores que incorporan a su carta: cebolla confitada, sobrasada, pimiento verde, paisana y butifarra de Perol. Si por algo destacan las tortillas que homenajean la receta de la abuela Martina, es por sus elaboraciones finas, su “yemosidad”, melosas, cuajadas y cocinadas con ingredientes de calidad. Además de las novedades y del bocadillo de tortilla en pan de mollete, La Martinuca propone acompañar su plato estrella con elaboraciones caseras como la Burrata de aquí con Cherrys, los Mimosos (cuatro medios huevos con el relleno secreto de la abuela) o las Croquetas crujientes de chorizo picante de León con queso brie y huevo. Todas ellas, opciones ideales para disfrutar de una cena o comida con familia o amigos. Pídelas en www.lamartinuca.com, en plataformas delivery o recoge tus pedidos en el local del barrio de Les Corts.



EL SECRETO DE SU ÉXITO

Víctor Naranjo, CEO de La Martinuca, explica que el secreto está en mantener la receta tradicional, ampliando e innovando la oferta.



EDITOR'S CHOICE

Cinco favoritísimos para disfrutar alrededor de una buena mesa.

Isabel Loscertales, responsable de Cultura y Ocio

illy

Me encanta el café bien hecho y esta marca italiana no falla. Sus cápsulas Iperespresso te harán disfrutarlo en casa con calidad de barista.



Gin Mare

La ginebra más mediterránea, gracias al toque de oliva arbequina, romero, tomillo y albahaca, ha sido un éxito en mis cócteles de verano.



Público Taberna Gastronómica

Uno de los restaurantes que más he gozado, con platos riquísimos y vinazos. Reserva en la barra para disfrutar del showcooking (Enric Granados, 30. Barcelona).



Maymanta

Este restaurante peruano ocupa mi nueva terraza favorita de Barcelona, en lo alto del Grand Hyatt. Ceviches y piscos de diez.



Alta Alella

Me encantan los vinos de esta bodega barcelonesa. Brindar con sus cavas de guarda Mirgin Reserva, muy mediterráneos, es una fiesta.



Elegancia y diseño

En las prendas de baño, lo invisible es tan importante como lo visible. En Ory lo saben y apuestan por diseños que se adaptan cómodamente a todo tipo de cuerpos, gracias a un cuidado patronaje y una acertada elección de tejidos. La firma burgalesa, fundada en 1964, trabaja para ofrecer la mejor moda de baño, incorporando novedades técnicas cada temporada. Así, este 2024 han lanzado Ory Private, su línea más lujosa, en la que la elegancia se revela en cada detalle –como en el modelo de la foto– para conseguir un baño de calidad y estilo.

buenas IDEAS

DE TENDENCIA

El té matcha engancha, y el de Apoteosic es de la variedad ceremonial (para tomar solo) y de sabor suave. Su consumo regular reduce el estrés y la inflamación y mejora la elasticidad de la piel.



ADIÓS, OJERAS
CBD eye cream, de Haven Nature –marca de cosméticos naturales, biológicos y veganos–, es un contorno antibolsas, antiojeras y ultrahidratante, formulado para combatir la inflamación, la fatiga y el estrés producidos por el cansancio y los agentes externos.



-EFECTO GLOW-

Con su triple acción –purifica, exfolia e ilumina–, la crema desincrustante Osmoclean, de Institut Esthederm, ofrece una limpieza sin imperfecciones, eficaz y suave. Su fórmula desincrusta las impurezas acumuladas durante la jornada, pero a su vez preserva la sensibilidad de la piel. Una base perfecta para la rutina de cuidado.

PROTEGE Y PERFUMA

Enjoy!, de SevenKIDS, es un eau de parfum infantil que se puede utilizar desde los 0 meses y que gracias a su contenido en prebióticos y vitamina B3 ayuda a mantener la barrera de humedad natural de la piel en buen estado. De la familia olfativa cítrica floral, es unisex e hipoalergénico.



CELEBRAR UN ICONO

Diseñado por la granadina Beatriz Peñalver –y dentro del proyecto de Lanjarón, Aguas Danone–, el Vestido Origen rinde homenaje a la identidad de Sevilla. Rojo y con una extensa cola, está adornado con más de 600 lunares y bordado con palabras como Familia, Feria y Origen. Este septiembre, el vestido Origen se verá en la Semana de la Moda de Madrid y después en el Museo del Traje de Madrid hasta fin de año.



LOS PENDIENTES
diseñados por
Álvaro Larrosa,
inspirados en
Medina Azahara,
han ganado el
concurso Córdoba,
una Joya (del
Imdeec) para crear
una "joya insignia"
de la ciudad.



EL COLOR DE TUS UÑAS...

... lo dice todo. Elige el tuyo y saca tu máximo potencial. Del rojo cereza al baby blue, Masglo te invita a celebrar y maximizar tu personalidad y a expresarla. ¿Eres paciente, burlona, talentosa...? Máxima, de Masglo, es para ti.



AROMAS EXQUISITOS

Fabricadas con cera de soja al 100% –emite menos humo–, las velas perfumadas Yope ofrecen hasta 50 horas de quemado y una amplia gama de fragancias cautivadoras, como Incienso, Ante y Frambuesa (en la foto).

Con-CIENCIA



Con su cápsula de edición limitada Afterlife Denim, Tous da un paso más hacia la circularidad de sus propuestas. No es azul, es verde.

Capazo maxi Tous Afterlife (179 €), realizado en algodón a partir de jeans posconsumo, fibras orgánicas recicladas y kapok. Cierre de botones magnéticos y asas de mano y tira de hombro. Existe en tres tamaños.



POR ESTER AGUADO.

Se cierra el círculo: como buenos joyeros, en Tous son expertos en revivir, reusar y reciclar joyas –de hecho, Marta Tous lanzó su segunda marca, SUOT Studio, para dar una segunda vida a las gemas rotas y descartadas—. Ahora van un paso más allá y crean Afterlife, la plataforma de innovación y sostenibilidad, de acción y colaboración de la firma, que a golpe de creatividad y diseño reutilizan materiales que aparentemente han concluido su ciclo. Junto a Infinite Denim acaban de lanzar una cápsula de tres bolsos realizados con vaqueros desechados.

.....

Expedición VIAJAR



Con el expedicionario **Tino Soriano**,
fotoperiodista de viajes y ganador
del World Press Photo

DEL 7 AL 19 DE NOVIEMBRE

....—• Tailandia —•....

Vive el festival de Loy Krathong
Una experiencia de luz y color

.....

Infórmate e insíbete en:

<https://www.club-viajar.es/expediciones>

.....

expedicionviajar@clubmarcopolo.es
900 909 698
azulmarinoviajes.com

azulmarino



louisvuitton.com

LOUIS VUITTON