

NOVIEMBRE 2024

marie claire

ESPECIAL JOYAS Y RELOJES

Las piezas más
deseadas de
la temporada

PIELEN
CALMA,
TU ALIADO
DE BELLEZA

REPORTAJE

India:
las mujeres
rurales tejen
su futuro

Elisa Sednawi

ELLAS
HABLAN

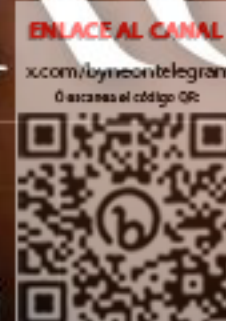
Rooney
MARA

+

Marta
SIERRA

BLANCO & NEGRO

Los colores tendencia de este otoño



Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme desde 1906





Alhambra
Sautoir



ART DIR: PAUL MARCIANO PH: VICOOLYA & SAIDA © GUESS?, INC. 2024

MARCIANO

by

GUESS

GUESS.EU

Lock by Tiffany

Un icono atemporal inspirado
por un broche creado en 1883.

Una expresión de la eterna
protección del amor.



[tiffany.com](https://www.tiffany.com) | © 2024 T&CO.

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



Anillo 'Eternel' N°5 en oro beige con diamantes, de Chanel (9050 €).

marie claire

Editora **Marta Ariño Barrera** (marino@zinetmedia.es) Directora ejecutiva **Magdalena Fraj** (mfraj@zinetmedia.es)

Editora adjunta **Macarena Orte** (morte@zinetmedia.es)
Responsable Web **Patricia de la Torre** (pdelatorre@zinetmedia.es)



Consejera Delegada **Marta Ariño** Director General Financiero **Carlos Franco**
CRO **Alfonso Juliá** Directora de Publicidad **Mery Pareras** (mpareras@zinetmedia.es) Publicidad Internacional y Online **Cristian Toledo** (ctoledo@zinetmedia.es)

DIRECCIÓN Y TELÉFONO

Alcalá, 79, 1ªA, 28009 Madrid. Teléfono: +34 810 583 416 marieclaire@zinetmedia.es

MARIE CLAIRE INTERNACIONAL

Executive Director **Jean de Boisdeffre** (dboisdeffre@gmc.tm.fr) International Deputy & Finance Director **Felix Droissart** (fdroissart@gmc.tm.fr)
International Brand Director **Nicia Rodwell** (nrodwell@gmc.tm.fr) Chief Content Officer **Galia Loupan** (gloupan@gmc.tm.fr)
Chief Digital Officer **David Jullien** (djullien@gmc.tm.fr) International Fashion & Beauty Chief Editor **Florence Deladrière** (fdeladriere@gmc.tm.fr)
Senior International Brand Manager **Céline Hananel** (chananel@gmc.tm.fr) International Editorial Coordinator **Marie Bazin** (mbazin@gmc.tm.fr)

Editada por Zinet Media Licensing, S. L. DISTRIBUYE: Logista Publicaciones, S. L.

PRINTED IN SPAIN

Esta publicación es miembro de ARI, Asociación de Revistas de Información, asociada a la Federación Internacional de Prensa Periódica (FIPP). Difusión controlada por OJD.
© Copyright 1988 Marie Claire Album, S. A.; París. Depósito legal: M-12519-2013. Depósito legal mini: M-41620-2007.



noviembre

sumario

EN PORTADA

32 HILANDERAS EN LA INDIA

Una historia de supervivencia entre hilos y tejidos.

128 PIEL EN CALMA

Tu aliado de belleza.

MAGAZINE

40 ENCONTRAR LA FELICIDAD

Conoce las hormonas que nos ayudan a ser felices.

MODA

60 CULTIVANDO SUEÑOS

Elisa Sednaoui se viste de Dior en el sur de Italia.

ESPECIAL JOYAS

90 RAYO DE LUZ

Joyas de estética minimalista y versátiles de la mano de Chopard.

BELLEZA

118 ARCOÍRIS MAGNÉTICO

La influencer Marta Sierra añade color a la moda.

126 PASADO Y PRESENTE

Charlamos en París con el director creativo de maquillaje de Dior.

LIFESTYLE

148 ENTRE MAR Y MONTAÑA

El pueblo pesquero en Sudáfrica que te conquistará.



44

Nos adentramos en el mundo creativo del artífice de las famosas esculturas de las meninas.

FOTO: RUBÉN VEGA / D.R.

68

Las prendas de la colección Crucero 2025 de Louis Vuitton deslumbran en su paseo por El Retiro.



102

Completa tus estilismos añadiendo joyas que realzan las prendas a cualquier hora del día.



En portada, la actriz y modelo Elisa Sednaoui lleva un vestido largo de tul, de Dior.

Foto: Papo Waisman.
Estilismo: Sandra Escriña.



154

Descubre el color de moda de la temporada en materia de decoración.



ELENA MIRO

UNA JOYA OCULTA

A medida que el otoño avanza y las hojas doradas caen, noviembre nos envuelve en un aire de sofisticación y misterio. La brisa fresca nos invita a buscar calidez no solo en nuestras prendas, sino en los pequeños detalles que realzan nuestra esencia. Es un mes que brilla con la promesa de elegancia y refinamiento, como una joya oculta que resplandece al recibir el toque perfecto de luz.

En este número especial de joyas, nos adentramos en el arte de lo atemporal. Cada pieza, cada destello de oro, diamante o esmeralda, cuenta una historia de herencia, estilo y, sobre todo, de carácter. Las joyas son mucho más que accesorios: son símbolos de momentos, recuerdos y sueños.

Noviembre también es un momento de introspección y de preparación para lo que está por venir. Al igual que una joya necesita ser pulida para revelar toda su belleza, nosotros también podemos aprovechar este tiempo para afinar nuestras prioridades y objetivos antes del bullicio de diciembre. Nos invita a recordar que, al igual que una pieza de joyería bien diseñada, nuestra esencia brilla más cuando encontramos el equilibrio entre la fuerza interior y la belleza exterior.

Este mes es para celebrar lo que nos hace únicos, para rodearnos de aquello que nos hace sentir especiales y para permitir que, como las joyas, nuestra luz brille aún en los días más cortos.

Con el fulgor de la temporada a nuestro alrededor y la promesa de momentos inolvidables, demos la bienvenida a noviembre con la elegancia y el resplandor que merecemos. ■

Magdalena Fraj
Directora ejecutiva



FOTO: JUANJO MOLINA.



PENÉLOPE CRUZ
— FOR —
GEOX

ME HA IMPACTADO la entrevista a Mabel Lozano de este mes de octubre en Marie Claire, no solo porque el cáncer de mama estuvo presente en una familiar, que finalmente falleció a los 43 años por esta enfermedad, sino por el valor de la actriz al confesar su enfermedad con el optimismo que la caracteriza. Y con su documental *Lola, lotita, lolaza* demuestra que desea que el cáncer no sea un tema tabú, y que se puede superar con optimismo, algo fundamental para el enfermo y para su entorno. Todo un ejemplo. ¡Bravo por ella y por todas! **Marta Moyà.**

HE ESTADO OJEANDO VUESTRA REVISTA, como cada mes. Y el número de octubre es especialmente ansiado por el cambio de estación. La portada ya viene con otros aires de otoño, otro diseño de ropa y colores más oscuros o grises. Mi época favorita porque, además de ser el mes de mi cumpleaños (15 de octubre), el hecho de que refresque y se nublen los días vuelve a sacar de mí el romanticismo perdido hace cinco meses. Me ha atraído la entrevista a Mabel Lozano por su titular: "El humor no cura, pero es muy importante". Si no hubiera humor, qué sería de nosotros. Seríamos como zombies caminando por la vida. Una mujer entregada a varias causas. Ahora, a darle visibilidad al cáncer de mama, enfermedad que ella misma ha padecido y que, a través de su nuevo corto, al que ha dado un nombre espa-

QUÉ NOS CUENTAS

EL ESPACIO PARA
LEER A QUIENES NOS LEEN

Escríbenos a
marieclaire@zinetmedia.es

MI PRIMERA VEZ. Como ha dicho la directora, llega septiembre. Volvemos a la rutina, pero algo está cambiando en mí. Estoy en esa edad en que no reconozco mi cuerpo, que tengo unas hormonas que suben y bajan, que no paro: trabajos, niños, casa... Estoy agotada. Tengo que empezar a tener tiempo para mí, a desconectar y, por qué no, a darme un pequeño capricho. Me suscribo a Marie Claire. Ya tengo mi número, salgo a la terraza, me abro una bebida *light*, aunque lo que me apetece es un vinito bien frío, y para mejorar el momento, un poco de queso. Abro la revista. Puro placer. Ya sé que me espera la lavadora, preparar la comida, el aspirador... Pero me da igual. Esperaré al próximo número para volver a tener mi pequeño placer y, quizá, esta vez me permita un vino. Virginia Vivanco Repisó, **ganadora del bolso Linda de Plinio Visona.**

ñol de mujer: *Lola, Lolita, Lolaza*, (como también se conocen metafóricamente nuestros pechos), mira esta afección a través del prisma del humor. Y las fotos de la sección *Luz de otoño*, me han encantado, son preciosas, y realizadas en Madrid y no en París o en Nueva York, como la mayoría de las veces ocurre. Tenemos un país maravilloso al que fotografiar una y un millón de veces más. Y, finalmente, hablando de países, el viajar *Flandes, pura magia*, que, debido a sus imágenes y redacción, me he apuntado para que sea mi próximo destino, junto con otras ciudades que ya he visitado antes, alentada por los reportajes que realizáis en Marie Claire. **Maite Vega.**

ESCRIBE Y GANA

Queremos saber de ti. Cuéntanos, ¿qué te ha gustado de la revista?

Escríbenos tus sensaciones a marieclaire@zinetmedia.es y entrarás en el sorteo de un lote de productos KIBAI, de Clínica Menorca, valorado en 150 €. Tratamiento profesional basado en la experiencia de uno de los mejores expertos en medicina estética, el doctor Ángel Martín, director médico de Clínica Menorca. Para el rostro: suero para reparar, sérum para regenerar y crema para nutrir. Para el cuerpo, reafirmante corporal con colágeno y gel activador de piernas cansadas. Para el cabello, champú anticaída.



INMA CUESTA

ANNE MÖLLER

SKIN DEFENSE SCIENCE

Tu piel recupera
6 años de belleza*

94%

LA PIEL ESTÁ
MÁS LUMINOSA**

93%

LA PIEL ESTÁ
MÁS ELÁSTICA**

92%

LA PIEL ESTÁ
REVITALIZADA**

Stimulâge

REACTIVADOR DE JUVENTUD
PARA MUJERES

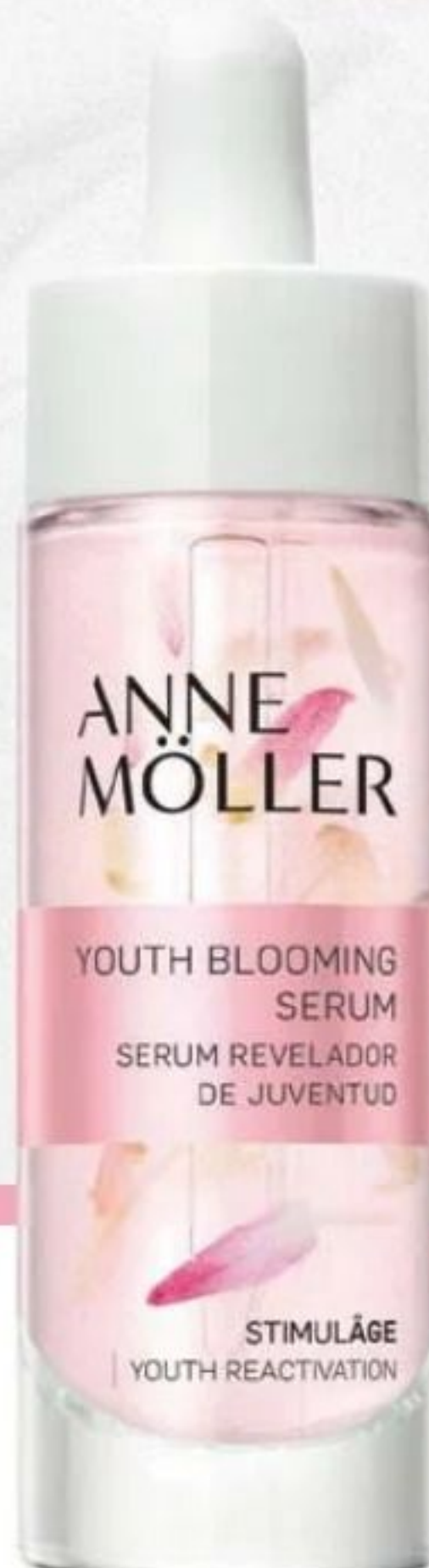
+40

IMAGEN NO RETOCADA



*Test in vivo sobre la profundidad de las arrugas tras 4 semanas (utilizando la crema de día y crema de noche), en comparación con la base de datos del laboratorio (318 mujeres).

**Test de autoevaluación con 50 mujeres después de 3 semanas.



CITROËN HOLIDAYS: EL COMPAÑERO IDEAL PARA EL OCIO Y LOS VIAJES

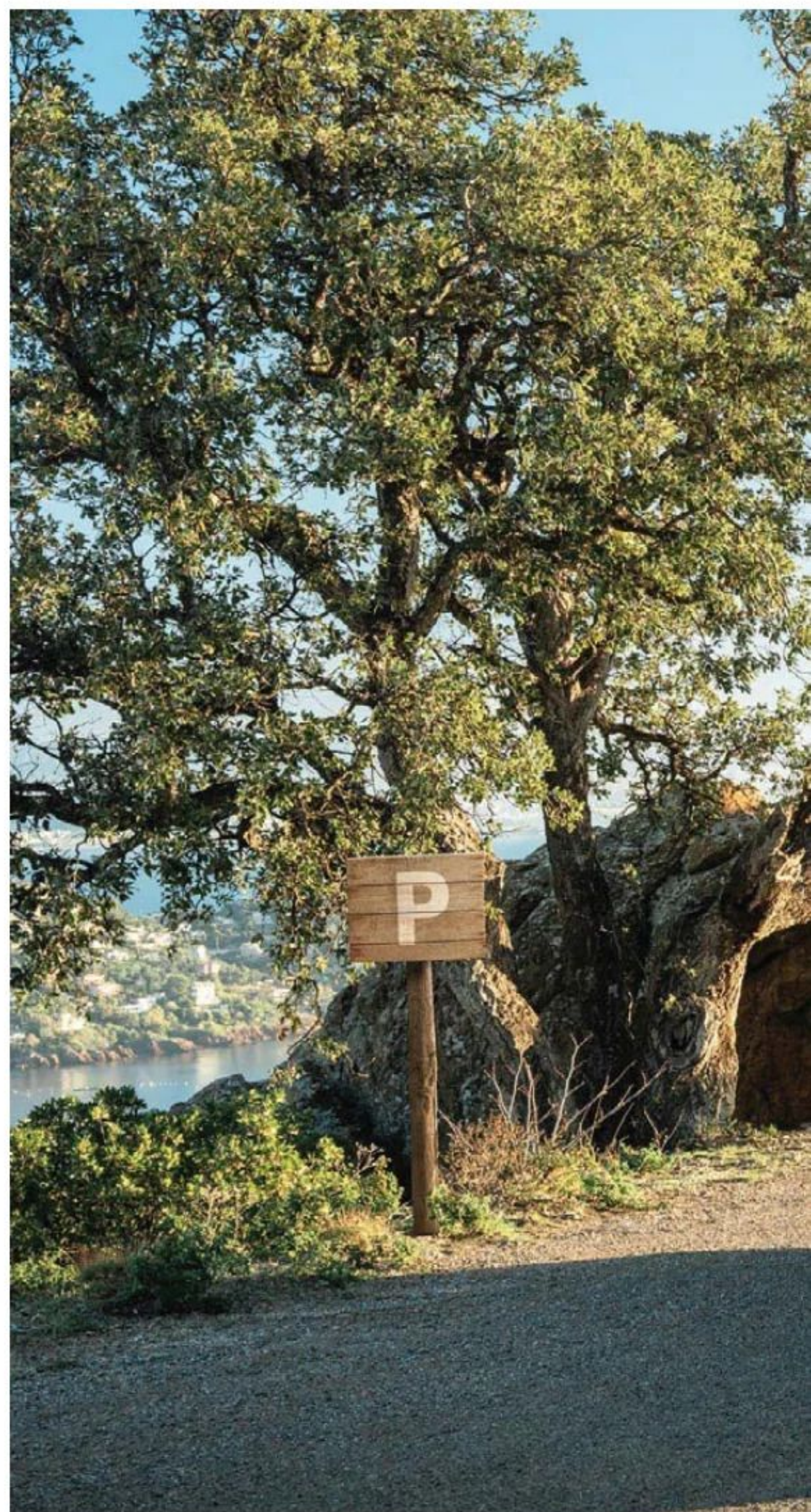
LA FIRMA FRANCESA HA CREADO UNA FURGONETA CAMPER DE LO MÁS COMPLETA: HASTA 4 CAMAS, COCINA, MESA DESMONTABLE Y TECHO RETRÁCTIL. TODO ELLO COMBINADO CON UN DISEÑO EXTERIOR MUY LLAMATIVO Y UN INTERIOR ALTAMENTE DIGITAL.

Una furgoneta transformada para viajar 4 personas con todas las comodidades: dormir, preparar comidas, trabajar, relajarse... De esta premisa nace el Citroën Holidays, la entrada del fabricante francés en el mundo de las camper, un segmento en auge. De la mano de Bravia Mobil, empresa referencia en el mercado de la transformación, han convertido una SpaceTourer, la furgoneta por excelencia de Citroën, en una casa con ruedas.

Al detalle, primero, su techo retráctil permite ir de pie a bordo y dormir hasta 4 personas. El asiento corrido de la segunda fila, con capacidad para dos personas, se desliza y se transforma en una cama de 1,15 metros de ancho y 1,90 de largo. Y en la parte superior, una cama de 1,20 metros de ancho y 1,95 de largo permite dormir cerca de las estrellas. En segundo lugar, la cocina incluye un fregadero y dos placas de gas, un frigorífico de 16 litros y una mesa retráctil; lo que permite que 4 personas disfruten de una buena comida en el interior gracias a los asientos delanteros giratorios hacia la zona de estar. Las dos puertas laterales correderas (eléctricas en opción) también permiten cocinar desde el exterior, así como también comer al aire libre en una mesa plegable que puede instalarse en la parte trasera de la cocina.

El interior cuenta con numerosos espacios de almacenamiento para mantener el habitáculo ordenado, una toma de 230 V y dos tomas USB A y USB C, además de un cargador inalámbrico para el teléfono móvil. Sin olvidar su pantalla táctil central HD de 10 pulgadas y un sistema de infoentretenimiento de última generación. Se complementa con otra toma de carga de 230 V en el exterior y un panel solar en el techo.

Asimismo, dispone de un depósito de 10 litros para el agua limpia y otro de 10 litros para las aguas residuales, y también puede ofrecer una ducha en la parte trasera del vehículo, combinada con un depósito de 25 litros. El Citroën Holidays puede sumar un inodoro extraíble. ■



LA NUEVA CAMPER
CITROËN HOLIDAYS
COMBINA **CONFORT
Y VERSATILIDAD**
PARA VIAJAR Y VIVIR
EN LIBERTAD



COMPACTO Y FÁCIL DE MANIOBRAR

El Citroën Holidays, disponible con dos motorizaciones diésel muy eficientes a elegir, es muy manejable. Con menos de 5 metros de largo, una dirección asistida eléctrica, y sus asistentes como la cámara de marcha atrás y el freno de estacionamiento eléctrico, hacen que sea realmente maniobrable y fácil de aparcar. Con una altura de 1,99 metros, se puede acceder a la mayoría de los aparcamientos y no está sujeto a las limitaciones de las normativas locales. La cocina y aseo son desmontables, por lo que puedes convertirlo en un vehículo habitable para transportar hasta 4 personas y cargar infinidad de objetos.

QUÉ HAY DE NUEVO

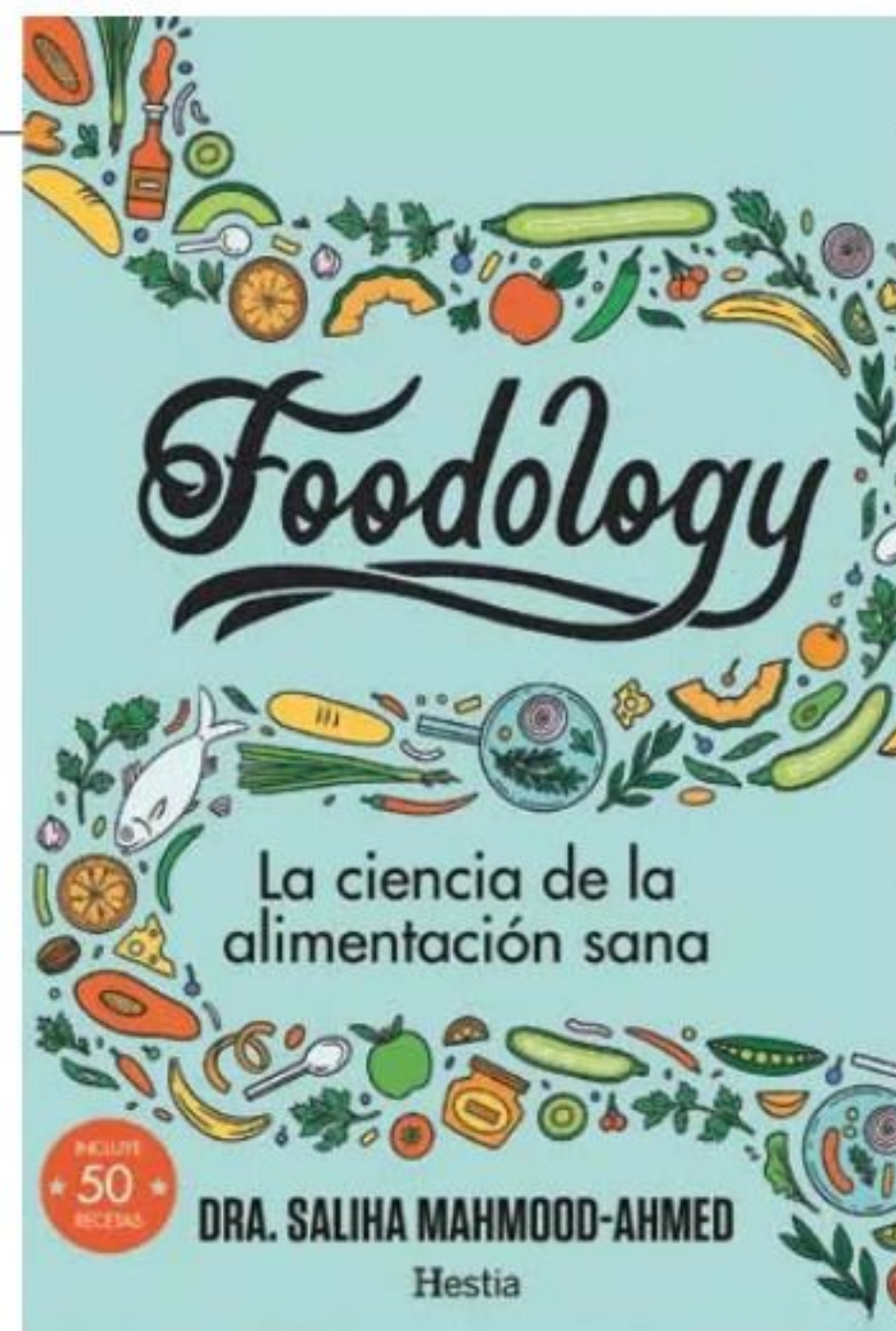
DESCUBRE TODAS **LAS NOVEDADES** QUE ESTÁN DANDO QUE HABLAR ESTA TEMPORADA.

por **Clara Narváez**



1 FESTIVAL DE OTOÑO

La gran cita escénica de la Comunidad de Madrid, que se inaugura el 6 de noviembre y durará todo el mes, propone 25 espectáculos de danza, teatro, música y *performance* en siete espacios de la capital y ocho municipios. madrid.org/fo/2024



2 FOODOLOGY

EN ESTE LIBRO SE FUSIONAN CIENCIA, LITERATURA, MEDICINA Y COCINA PARA TRANSFORMAR LO QUE SIENTES Y ENTIENDES POR UNA ALIMENTACIÓN SANA. UN VIAJE CULINARIO Y CIENTÍFICO A TRAVÉS DEL INTESTINO, QUE EXPLORA LA DIGESTIÓN, Y CÓMO LO QUE COMES INFLUYE EN LA FORMA EN LA QUE SIENTES. ED. PINOLIA.

3

EL GENIO DEL RETRATO Y EL COLOR

La editorial Artika publica un nuevo libro de Steve McCurry, el fotoperiodista estadounidense mundialmente conocido por ser el autor de la fotografía *La niña afgana*, que apareció por primera vez en la revista *National Geographic* en 1985.

sisley
PARIS



SISLEYA

L'Intégral Anti-Âge

DISPONIBLE EN 3 TEXTURAS

PARA QUE LA EDAD NO SEA MÁS QUE UN NÚMERO

Poderoso tratamiento de acción antiedad completa:
reduce las arrugas y recupera la firmeza, densidad y luminosidad.

@sisleyparisofficial SisleyParisSpain

Descúbralo en **sisley.es**

4

COCINA TOP

Feria es un innovador espacio gastronómico situado en la plaza de Tirso de Molina (Madrid), que captura la esencia y el espíritu vibrante de una feria. Ofrece una experiencia culinaria única con cinco puestos dedicados a productos del mar, de la tierra, pintxos, golosinas y cócteles de autor. Con horarios amplios, de lunes a domingo, Feria combina buena cocina, diseño y un ambiente sorprendente donde cada visita es diferente, invitando a la espontaneidad. Aquí, la comida se mezcla con lo inesperado: desde salchipapas gourmet hasta pitonisas, música en vivo y acrobacias.



5

PISADAS BRILLANTES

En tonos vibrantes, así es la nueva colección *Uno* de Skechers. El complemento ideal para tus looks de temporada. El clásico confort se renueva con un moderno diseño con cordones, espuma y suela acolchada. Sin duda, las zapatillas más cómodas que arrasarán en la moda *street style* y *urban*.



6

VINTAGE ACTUAL

Descubre la nueva colección limitada *Vintage* de Aristocrazy. Piezas que recuerdan a las de mediados de siglo con un aire romántico. La marca joven del Grupo Suárez nació en el año 2010 con la intención de adaptar la experiencia del lujo a un modelo de compra más fácil y distendido. Aristocrazy destierra la idea de que la joyería está hecha solo para momentos especiales.



MOB HOUSE PARIS DISEÑO Y SOSTENIBILIDAD

A SOLO UNOS KILÓMETROS DEL CENTRO DE PARÍS, EN EL DISTRITO DE SAINT-OUEN, SE ERIGE MOB HOUSE, UN HOTEL QUE FUSIONA DISEÑO CONTEMPORÁNEO, CONFORT Y UNA FILOSOFÍA SOSTENIBLE.

Situado a 3,3 km de la icónica Sala de Conciertos La Cigale, MOB House ofrece una experiencia única pensada para todos los públicos: tanto para los turistas como para los profesionales que buscan un equilibrio entre trabajo y descanso.

UN OASIS DE DISEÑO Y BIENESTAR

Al llegar a MOB House, te sorprenderá la atmósfera que combina una estética moderna con un toque industrial *chic*, característica del animado barrio de Saint-Ouen, conocido por su famoso Mercado de las Pulgas y su creciente escena creativa. Este hotel boutique ha sido diseñado pensando en el bienestar y la productividad, con espacios que invitan tanto al trabajo como al descanso.

Además de sus acogedoras habitaciones, MOB House cuenta con un centro de fitness totalmente equipado y una variedad de espacios comunes diseñados para el trabajo. Para quienes viajan en coche, MOB House también ofrece *parking* privado.



COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD

El hotel implementa prácticas ecológicas en su gestión diaria, desde el uso de productos sostenibles hasta el ahorro energético, alineándose con la creciente demanda de viajeros comprometidos que buscan opciones de alojamiento que respeten el medio ambiente.

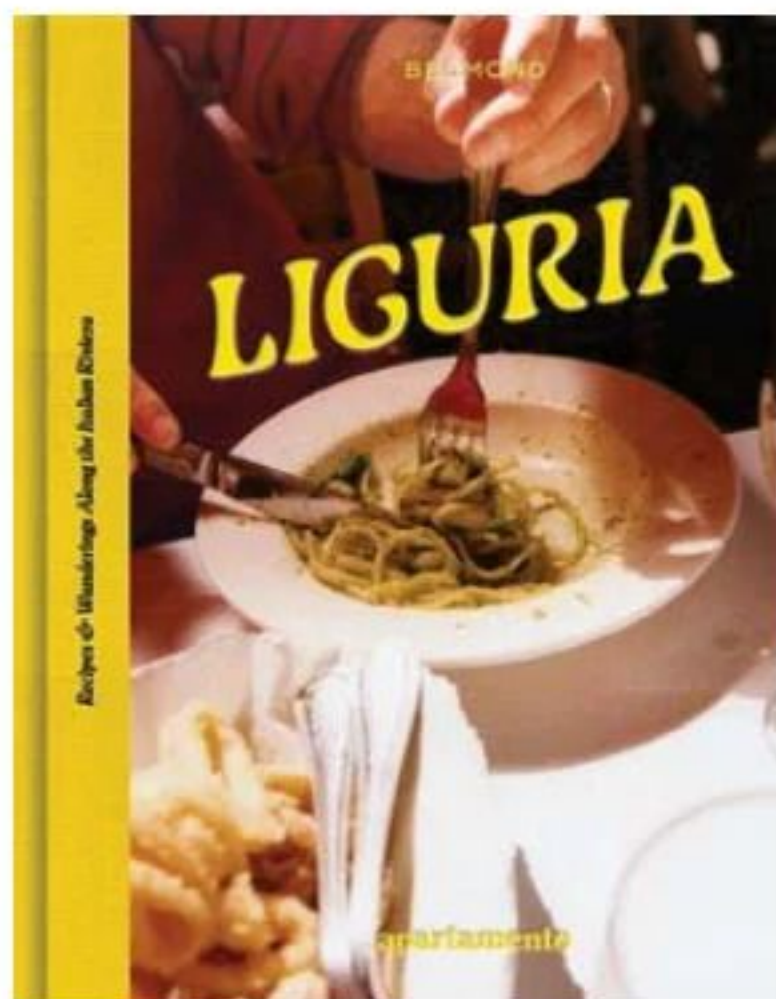
FEUILLE DE CHOU: LA BRASSERIE

Su restaurante orgánico certificado destaca por su compromiso con una cocina sostenible, basada en ingredientes de origen local y productos frescos, respetando la tradición culinaria francesa con un enfoque innovador. El menú, inspirado en los clásicos de la cocina francesa, ofrece platos sencillos donde los sabores auténticos son los protagonistas. ■

7 TODA UNA EXPERIENCIA

La revista de diseño y estilo de vida *Apartamento* y la cadena de hoteles de lujo Belmond lanzan *Liguria: Recipes & Wanderings Along the Italian Riviera*,

un libro de cocina y ensayo fotográfico que fusiona las vibrantes tradiciones de las cocinas regionales de todo el mundo con perspectivas artísticas de fotógrafos y escritores de renombre.



8 POR AMOR AL ARTE

ThePartners es la nueva firma de consultoría especializada en la ideación, comisariado y gestión de proyectos vinculados al arte contemporáneo. Una consultora boutique que apuesta por un modelo dirigido a marcas e instituciones que busquen impactar de manera diferencial a sus audiencias, utilizando el arte contemporáneo como un elemento catalizador.

FOTO: MANOLO YLLERA, D.R.

Flor de mayo by Marie Claire

TU SKINCARE A MANO

LOS KITS DE VIAJE FLOR DE MAYO TE FACILITAN EL CUIDADO DE TU PIEL: SON FÁCILES DE USAR Y PERFECTOS PARA LLEVAR A CUALQUIER SITIO.

Tu piel requiere un cuidado diario en el que no caben excusas para no llevarlo a rajatabla en casa, de viaje o en el trabajo si la jornada se alarga. Para ello necesitas la rutina de *skincare* con ingredientes de calidad y precios asequibles, que desde Laboratorios Neum Spain han formulado para ti. Su marca Flor de Mayo, especializada en perfumería y cuidado de la piel (fabricada 100 % en España y formulada en su laboratorio con un diseño propio *in house*) está batiendo récords con sus *best-sellers*: dos kits de viaje con artículos de cosmética facial en formato mini y dos iluminadores corporales; *Shimmer Body Fragrance*, *Gold* y *Silver*. El kit Camomila contiene su icónico bálsamo desmaquillante con extracto de manteca de karité, aceites de almendras dulces y aceites de oliva, que calma, repara e hidrata la piel y ayuda a fortalecer las pestañas. El kit Cheek & Chic incluye lo imprescindible para conseguir un maquillaje fácil de usar y un acabado suave: el tinte de mejillas *Lovely Cheeks* con efecto *glowy*, alta pigmentación e hidratación, una esponja de maquillaje y un mini-facial *mist* en *spray* para mantener hidratada la piel del rostro sin importar donde estés. Y para terminar tu rutina de cuidado y maquillaje, los iluminadores corporales *Shimmer Body Fragrance* sin microplásticos, con aroma frutal y efecto *glitter* en plata y oro, imprescindibles también de cara a las fiestas navideñas.



Kit de viaje Camomila (14,50 €) y kit Cheek & Chic (14,99 €), ambos de Flor de Mayo. flormayo.com



estilo

EL ARTE DE LAS CAPAS

Los termómetros empiezan a registrar las bajas temperaturas y el *layering* aterriza como la tendencia que te convertirá en la más elegante.

En estas páginas te encontrarás los bolsos más esperados de la nueva estación y un manual de estilo para que conozcas los colores de moda que triunfan en la pasarela.



22 LUJO ILUSTRADO

Bolsos que se entrelazan con la delicadeza del diseño oriental.

28 LOS TRES TIEMPOS

La paleta de colores que será tendencia esta temporada.

Peekaboo Soft en
tamaño grande y
en piel de becerro,
de **Fendi** (4800 €).

lujo ilustrado

ESTOS BOLSOS SE ENTRELAZAN
CON LA DELICADEZA Y PRECISIÓN DE
ILUSTRACIONES DE INSPIRACIÓN
ORIENTAL, CREANDO UN DIÁLOGO
VISUAL DONDE LA TRADICIÓN ARTÍSTICA
Y EL DISEÑO CONTEMPORÁNEO SE
FUNDEN EN ARMONÍA.

realización **María Somonte**





Bolso de satén Hug,
de **Ferragamo** (1450 €).



Mochila mediana *Dior Caro* en piel de becerro, de **Dior** (3400 €).



Bolso de lona de algodón,
de **Isabel Marant** (650 €).

Bolso bombonera
de napa, de
Giorgio Armani
(1750 €).





Bolso Simone, de **Michael
Kors Collection** (2920 €).

LOS TRES TIEMPOS

TOMAR CONCIENCIA DE LA IMPORTANCIA DEL MOMENTO ES POSIBLE SOLO CUANDO TENEMOS PRESENTE EL PASADO PARA SABER CÓMO AFRONTAR EL FUTURO.

por **Cristina Sobrino Calado**

Bla, bla, bla. Lo de que la moda es cíclica y todo eso. Una afirmación que, a pesar de ser real, por repetición se ha vuelto plana y que además puede salir de la boca de cualquiera. Qué manía con eso de la democracia. Sin embargo, merece la pena reiterarla a raíz de propuestas como la que ves en la imagen de la colección de otoño-invierno de la firma italiana Etro, que contiene a la marca, pero también al momento. El *power suit* llegó a la vida de las mujeres en los 80 con nuestra incorporación masiva al mercado laboral, lo que nos permitió adentrarnos en sectores que iban mucho más allá de la cocina, del cuarto de la plancha o la crianza, porque esa habitación de la que habla (en presente porque un libro, unas páginas o unas palabras tienen la capacidad de hacerte eterna) Virginia Woolf en su ensayo siempre fue más que lo que encierran cuatro paredes. Al



igual que este juego de prendas siempre fue más que simplemente ropa. El traje, tradicionalmente asociado a lo masculino, se coló en el armario de las mujeres, que se sirvieron de él como su mejor arma para hacerse hueco en un mundo profesional que todavía nos zancadillea. Las americanas con sus hombreras sirvieron para abrirnos paso como jugadoras de fútbol americano en una disciplina que empezábamos a practicar. Ahora, casi cuatro décadas después, volvemos a ver estas *blazers* que nos desdibujan tanto como queremos y que en *stylings* como el de Etro se mezclan con gusto con alternativas de lo más femeninas como el sensual vestido del *look* número 28 de la colección que demuestran que nosotras también podemos tenerlo todo y jugar con ello para conquistar todas las habitaciones que deseemos y escribir nuestros nombres en todas sus paredes.

LA NATURALEZA ES EL EQUILIBRIO QUE SOSTIENE LA VIDA Y ESTA TEMPORADA LAS TENDENCIAS DE COLOR VELAN POR ELLO



x.com/byneontelegam



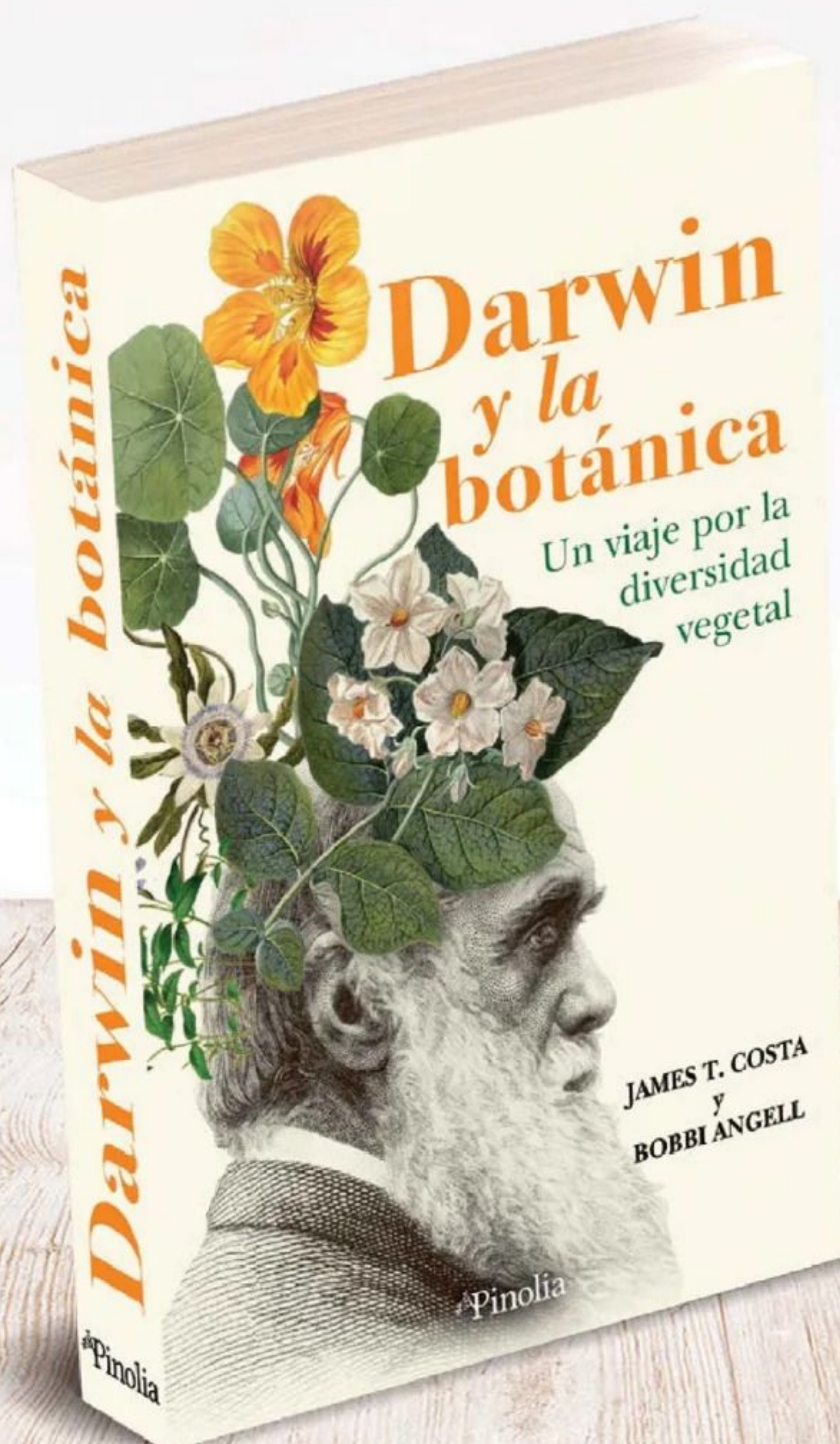
En un mundo que se muere, que matamos, lo verde está de moda. Los conceptos de sostenibilidad, respeto por el medioambiente, ecoimpostura o comercio circular acompañan a las marcas en una pugna por convencer a las compradoras de que no solo están adquiriendo una prenda o un complemento, sino un trocito de bondad que nos exime de entrar en el mismo saco que aquellas que no reciclan o que cogen vuelos de cinco minutos para ir a comprar su pan de masa madre favorito. Sin embargo, el verde 'la conciencia' no es el único que está de moda esta temporada, que viene bañada en diferentes tonalidades de este color entre las que destacan las bautizadas como caqui, cacería y salvia y que coronan este *look* de la primera propuesta para Gucci de Sabato de Sarno. El director creativo ha sido uno de los impulsores de otro de los tonos en tendencia de este

otoño-invierno: el burdeos que vemos también en el estilismo de Etro y en los mocasines de esta modelo, un zapato clave de la marca italiana para el que el diseñador aporta ahora su visión, que en el caso de este accesorio sabe a años 70. Este trocito de la paleta cromática se convierte así en estos meses en la alternativa perfecta a los clásicos neutros, que ya aburren incluso a las personas que por la noche se despiertan con la pesadilla de que su nuevo cojín del sofá ya no les permita hacer fotos que encajen con su *feed* de Instagram. Una alternativa fresca para crear *looks* que representen más allá del mérito que supone combinar blanco, negro y beis. Estas nuevas posibilidades saben a futuro y huelen a limpio. A sábanas recién cambiadas y a descanso. A que la vida va más allá de llenar un carrito de Shein o del momento presente, que no sería nada sin las expectativas de futuro. ■

¡DISFRUTA DE GRANDES LIBROS!

Una apasionada y equilibrada celebración de la obsesión por la investigación que sostuvo Darwin durante toda su vida. Una brillante visión del botánico evolutivo e historiador científico James T. Costa.

Con Pinolia, si no lees es porque no quieres.



Descárgate este código QR y podrás comprar fácilmente estos libros.

magazine

LEGADO

A lo largo de generaciones, un grupo de mujeres de la región noroeste de la India han mantenido viva la tradición de tejer en seda.

Su labor artesanal fusiona arte, cultura y sostenibilidad.



32 HILANDERAS DE LA INDIA

Las mujeres de Assam tejen relatos y leyendas en seda.

40 EL SECRETO DE LA FELICIDAD

La experta Silvia Escribano explica las claves del bienestar.



Hilanderas de la INDIA

LAS MUJERES DE ASSAM HILVANAN RELATOS Y LEYENDAS DE SEDA PARA PRESERVAR SU PASADO Y CONSTRUIR SU FUTURO. A LO LARGO DE GENERACIONES, HAN MANTENIDO VIVA UNA FORMA DE VIDA QUE FUSIONA CULTURA, ARTE Y SOSTENIBILIDAD, HACIENDO DE SUS TEJIDOS UN EMBLEMA DE LA RICA HERENCIA CULTURAL INDIA Y DEL EMPODERAMIENTO FEMENINO EN LA REGIÓN.

por **María Cristina Pallares** fotos **Luis Davilla**

Al noroeste de la India, lejos de sus grandes metrópolis y de los tópicos turísticos, anidado entre las fronteras de Bután, Birmania y Bangladesh, existe un lugar, cuna de reinos milenarios, en el que conviven majestuosos tigres de Bengala, rinocerontes blancos, delfines de agua dulce o *xihus*, como los llaman los locales, aves extraordinarias y decenas de tribus que se aferran a sus tradiciones. Esta región desconocida para el mundo y que esconde secretos fascinantes, se llama Assam.

LAS MUJERES DE ASSAM

Sin referencia alguna y con la expectación que provoca descubrir una tierra tan deslumbrante como misteriosa, tomamos un vuelo desde Calcuta a la ciudad de Jorhat, capital de Assam en el siglo XVIII y hoy centro neurálgico del cultivo de té en toda India. En el avión observamos que las azafatas no se parecen en nada a las mujeres indias con las que hemos interactuado durante varios de nuestros viajes a distintas ciudades y regiones de este vasto y diverso país de Asia del Sur. Nos sorprenden sus rostros redondos de labios carnosos y pómulos altos, que enmarcan ojos oscuros y almendrados. Pregunto a una de ellas si la aerolínea India en la que viajamos recluta personal en Asia. Con una pizca de orgullo y una mirada perspicaz, Himanta me contesta: "Todas somos asamesas".

En el transcurso de nuestro viaje también nos percatamos de que las mujeres asamesas no solo heredan sus características físicas de su historia entrelazada e influenciada durante cientos de años por varias culturas asiáticas. Sus antepasados también les legaron un espíritu combativo y un carácter independiente nada sumiso. A diferencia de la mayor parte de la India, las mujeres en Assam son libres de elegir a sus maridos, sus familias no siguen la tradición de ofrecer una dote millonaria cuando casan a sus hijas y en cierta medida la igualdad entre hombres y mujeres forma parte de la cultura asamesa.

Se cree que el nombre Assam proviene del término *asama* que en sanscrito significa 'incomparable', 'sin igual'. Y, efectivamente, durante nuestra aventura descubrimos que Assam, con sus mesetas del Himalaya, sus junglas misteriosas, sus bosques

siempre verdes, sus vastas plantaciones de té a la sombra de inmensas acacias y sus valles regados por el poderoso y caprichoso río Brahmaputra, reúne un ecosistema único y lleno de contrastes que no se parece a ningún otro lugar en el mundo.

UNA HISTORIA DE SEDA

Al igual que algunos estados del noreste de la India, esta región sigue siendo desconocida para los propios indios. Lo poco que saben de Assam lo han aprendido gracias a los libros de texto escolares, que mencionan escuetamente su producción de té, sus campos petrolíferos y su milenaria cultura de la seda. El paisaje socioeconómico y cultural de Assam está profundamente entrelazado con el tejido de la seda y con las habilidades de sus hiladoras que han mantenido y protegido este patrimonio histórico a lo largo de generaciones. Este oficio, esencialmente realizado por mujeres, constituye además una importante fuente de sustento para las comunidades locales. Las hiladoras de Assam son una constante en cada casa, cada tribu, cada pequeño pueblo o ciudad que visitamos. Ellas y sus telares de madera o de bambú, con el rítmico sonido que produce el golpeteo de sus pies y el zumbido acompasado de las lanzaderas voladoras, son el hilo conductor que nos guió, acompañó e inspiró durante nuestro viaje.

"Las mujeres asamesas tejen sueños en sus telares", afirmó maravillado Mahatma Gandhi la primera vez que visitó Assam en 1921 al descubrir el talento de sus hiladoras. En Assam se cultivan y se tejen tres tipos de seda, cada uno de ellos tiene características singulares, diferente valor y un uso específico. El tipo de seda está determinado por la alimentación de los gusanos de cuyos capullos se extraen los hilos que luego se hilan y se usan para tejer. Para producir seda Mulberry se utilizan capullos de gusanos que se alimentan de las hojas de las moreras. En el caso de la seda Eri, los gusanos son alimentados con hojas de ricino. La seda Muga, la más valiosa, únicamente se produce en el valle de Brahmaputra, ya que el gusano se alimenta de hojas de sam y soalu, dos especies de árboles endémicos de esa zona. El difícil cultivo de este delicado gusano, el complejo proceso de extracción de los

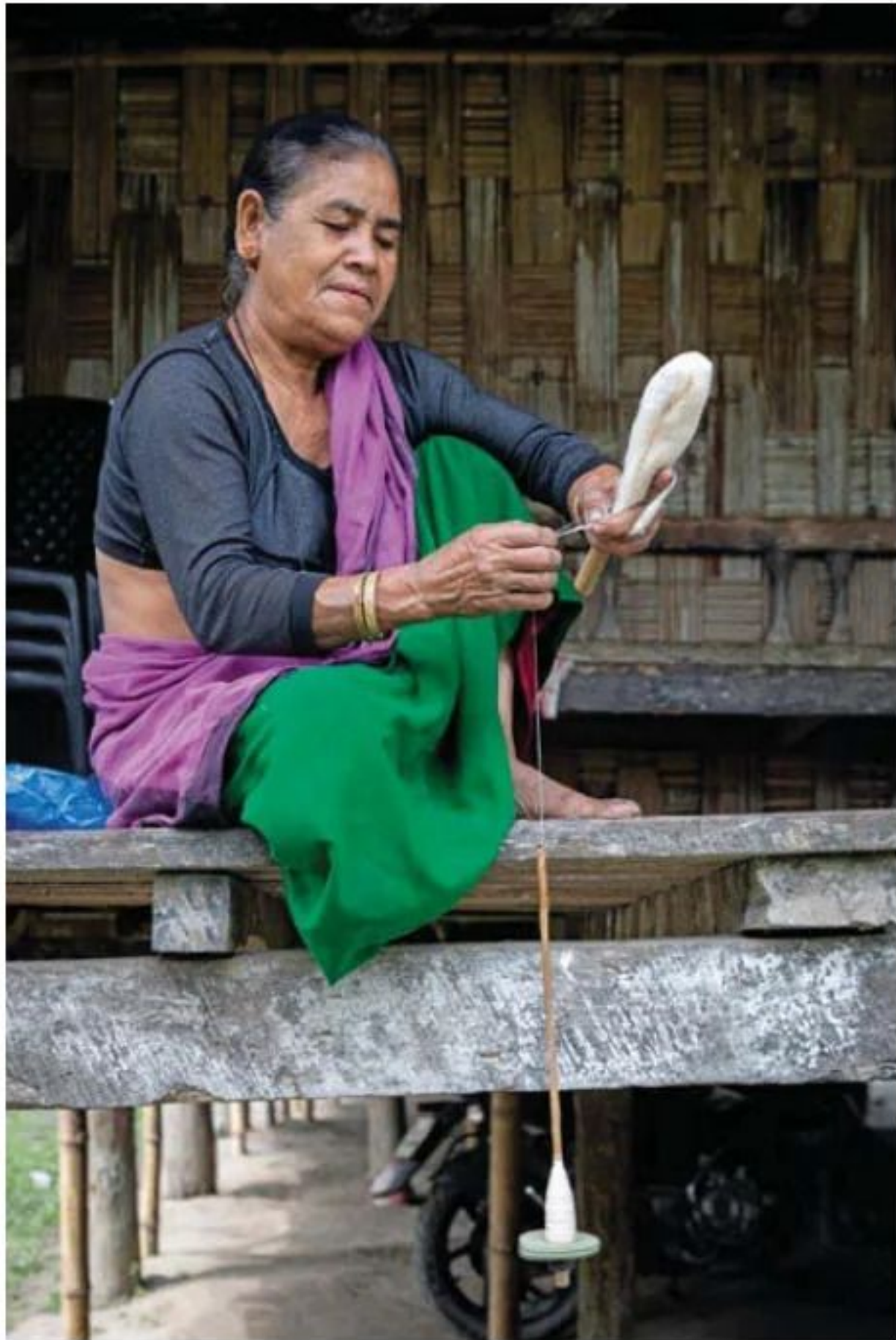


Arriba, el río Brahmaputra al amanecer a su paso por el templo Trishuldhari, dedicado a Shiva en la localidad de Sivasagar. Centro, Devi Dol, templo de siglos de antigüedad dedicado a la diosa Durga en la antigua capital del reino de Ahom en Sivasagar.

Todos los años se celebra la puja de Durga, donde asisten miles de personas de todo el país. Abajo, mujer de la tribu mishing prepara los hilos de tejer en la localidad de Biswanath.



ESTE OFICIO
CONSTITUYE UN
IMPORTANTE
SUSTENTO DE LAS
COMUNIDADES



Arriba, mujer hilando las fibras con una rueca antigua en la localidad de Jamuguri. Izquierda, mujer de la tribu mishing entresacando los hilos de seda de las bobinas en su casa palafito de bambú y caña de la localidad de Jamuguri. Derecha, tejedora en la localidad de Sualkuchi. Cada casa tiene al menos una mano experta llamada *xipini*, que es la tejedora principal de la casa. Abajo, mujer con sus hijos tejendo en su antiguo telar de madera en la localidad de Sualkuchi, uno de los pueblos de tejedoras más grandes del mundo.



hilos, la rareza, la calidad, el brillo y el color dorado de esta seda, la hacen única. La seda Muga es el orgullo del pueblo de Assam y un *mekhela* de seda Muga es la posesión más preciada de toda chica asamesa, que si tiene la fortuna de poseer este vestido tradicional en este tipo de seda, lo usará para el día de su boda y en ocasiones muy especiales a lo largo de su vida.

No hay constancia de cuándo comenzó la producción de seda Muga en la India. Kautilya, un filósofo y consejero real que vivió entre los siglos IV y III a. C., mencionó en sus escritos la producción de una seda dorada en la antigua Assam.

Se cree que el cultivo de diferentes tipos de polillas de esta seda fue introducido por inmigrantes venidos del Tíbet y de Birmania siglos antes de que el prominente consejero real escribiera sobre ello. Fue durante la dinastía Ahom, que a partir de 1228 gobernó Assam durante 600 años, cuando la seda Muga realmente despegó como un artículo de lujo. Durante el gobierno de Ahom, la seda Muga estaba reservada para la realeza, los funcionarios gubernamentales de alto rango y los aristócratas. Esta seda tiene un color dorado natural y es más duradera que otras sedas. Los gobernantes Ahom utilizaron el atractivo y la conveniencia de la seda Muga para ayudar al comercio con otras regiones y también con el extranjero. A los dignatarios que visitaban el reino a menudo se les regalaba ropa hecha de seda Muga. Los telares reales eran operados por tejedoras dentro del palacio, y la tela tejida en ellos estaba destinada únicamente a la familia real. Muchos de estos tejedores fueron entrenados personalmente en el arte de hilar por algunas de las reinas Ahom.

UN LUGAR DESCONOCIDO

En Sivasagar, capital del reino de Ahom, mientras paseábamos por las ruinas de Talatal Ghar, el fabuloso palacio construido por el rey Rajeswar Singha, a principios del siglo XVIII, vinieron a nuestro encuentro decenas de mujeres asamesas que, como nosotros, visitaban el lugar patrimonio de sus ancestros. Para estas mujeres, en una región donde apenas hay turistas, nosotros éramos una novedad. Todas vestían el *mekhela chador*, el traje tradicional asamés confeccionado en diferentes tipos de seda. Sus diseños y técnicas de tejido están inspirados en la naturaleza. Hilar y bordar un *mekhela* lleva entre 30 y 40 días de trabajo.

A diferencia del sari, hecho de una sola pieza y utilizado en el resto de la India, el *mekhela* consiste de dos piezas principales que se envuelven alrededor del cuerpo.

LAS MUJERES DE ESTA TRIBU CONSERVAN UN **GRAN TALENTO** DESDE HACE GENERACIONES

A las orillas del río Brahmaputra se encuentra un pequeño poblado llamado Biswanath, que es hogar de la tribu mishing, una etnia de origen tibeto-birmano que tiene su propia lengua, sus propias deidades y practica el animismo. Los mishing viven en *chamgars*, modestos palafitos de bambú, y se dedican al cultivo del arroz y las mujeres producen textiles de algodón, lana y de seda Eri. Ellas conservan un gran talento desde hace generaciones. Estas hiladoras son capaces de tejer siete colores simultáneamente con patrones únicos conocidos como *gayamic*.

Hablamos con Saikia, tiene dieciséis años, con una gran sonrisa y con mucho orgullo, nos cuenta que teje desde que era una niña. Tenía siete años cuando su madre y su abuela le enseñaron el oficio. Desde entonces nos dice que su telar de bambú es su fiel compañero y su bien máspreciado. Cada uno de los hogares de su pequeña aldea posee un telar de pedal de bambú en el que las mujeres de la familia tejen todos los días.

En el distrito de Kamrup visitamos el pueblo de Sualkuchi, el principal centro de tejido de seda de todo Assam. Se cree que el oficio de tejer la seda en Sualkuchi se remonta a los siglos X y XI, cuando el rey Dharma Pal de la dinastía Pala patrocinó este arte trayendo a la localidad 26 familias de tejedores de Tanti desde Tantikuchi. Sualkuchi se consolidó como un pueblo de tejedores a mediados del siglo XVII cuando los Ahom derrotaron a los mogoles y tomaron esta zona.

Hoy el tejido de la seda es algo natural para los habitantes de este pueblo y está arraigado en su vida cotidiana. Al caminar por sus pequeñas calles, nos sorprende que además de las mujeres hiladoras muchos hombres también practican el oficio. Es fascinante observar trabajar a estos tejedores, sin pestañear seguimos los hipnóticos movimientos rítmicos de sus manos y piernas que delante de nuestros ojos convierten los hilos de seda en magníficas telas. En Sualkuchi los hiladores se ayudan de tarjetas perforadas, que dan lugar a hermosos motivos tejidos inspirados en la fauna y flora de

Assam. Estos diseños se dibujan primero en papeles cuadriculados, luego se perforan agujeros en cartones rectangulares a lo largo de las líneas del diseño para manufacturar las tarjetas perforadas. Los telares manuales desempeñan un papel muy importante en la cultura y tradición india y también proporcionan empleo a millones de personas, de las cuales más del 65 % son mujeres.

RECUPERANDO EL PASADO

La tradición y la producción de seda en Assam sufrió mucho durante la colonia británica. La industria del té representaba una valiosa adición al patrimonio del Imperio Británico y este reclutó miles de trabajadores, que tradicionalmente se dedicaban al tejido de la seda, para trabajar en las vastas plantaciones de té de la región, perjudicando gravemente esta tradición y oficio.

Estos últimos años los telares manuales han adquirido nuevamente gran importancia en la vida socioeconómica y cultural del pueblo de Assam. Hoy en día, Assam tiene la mayor concentración de tejedores y telares manuales de la India, representando el 38 % de los telares manuales de todo el país.

Este nuevo auge en la cultura de la seda y la posibilidad de un futuro mejor para las mujeres hiladoras, es el resultado a la dedicación y compromiso de mujeres como Jahnabi Phookan.

Jahnabi tiene un corte de pelo a lo *garçon*, la gracia y elegancia de las mujeres asamesas y un entusiasmo desbordante y contagioso. Es una de las empresarias más importantes de la región, pero su pasión es el universo de la seda, preservar este rico patrimonio y ayudar a las mujeres hiladoras. Vestida de con un precioso *mekhela* de seda Muga, nos recibe en Guwahati en su *showroom*, en donde, entre dos tazas de té, nos descubre verdaderos tesoros.

Su implicación en la industria de los telares manuales comenzó en 2008, cuando se convirtió en presidenta y fundadora de FLO, el ala femenina de la Federación de Cámaras de Comercio y de Industria de la región. Entonces su principal objetivo era lograr un movimiento vital que impactara las vidas de las mujeres. El tejido de la seda siempre ha sido una parte integral de Assam además de ser una industria artesanal en la que la mayoría de sus trabajadoras son mujeres.

CONTRA LA TRATA

Como muchas partes del mundo donde viven y sobreviven mujeres vulnerables, Assam es uno de los principales mercados para la trata de personas en la India debido al duro entorno rural de pobreza

exacerbado por las constantes inundaciones. Para detener y contribuir a la erradicación de uno de los crímenes más brutales contra las mujeres, y para ayudar a las sobrevivientes y a futuras víctimas potenciales, Jahnabi colaboró con la ONG GOLD, que se dedica a ayudar a mujeres y niñas víctimas de trata. Y participó en una capacitación en los refugios de esta organización en los que se acoge y se enseña a las niñas y mujeres supervivientes a hilar en telares manuales para así a través de este oficio ayudarlas a recuperar la confianza y a reintroducirse en sus familias y en la comunidad.

Durante el periodo en el que Jahnabi colaboró con los refugios de GOLD fue testigo de cómo el aprender el hilado devolvía el respeto y la dignidad a estas sobrevivientes ayudándolas y enseñándoles un oficio que les empodere social y económicamente. Y a raíz de esta dura y a la vez enriquecedora experiencia, en 2011 montó varios talleres para enseñar el oficio de hiladoras a las mujeres de comunidades rurales de la región, a supervivientes de trata y a mujeres migrantes. Estos talleres se encuentran cerca del parque nacional de Kaziranga en donde ella es la dueña del Diphlu River Lodge, que se hizo famoso en todo el mundo ya que los hoy Príncipes de Gales Guillermo y Kate se alojaron allí cuando visitaron Assam en 2016.

COMPRAR SUS CREACIONES

Tradicionalmente las mujeres rurales que trabajaban en los telares producían telas únicamente para su propio consumo. Para ayudar y motivar a estas mujeres y proporcionarles la oportunidad de perfeccionar sus habilidades de tejido y así ganarse la vida y ayudar a sus familias, la Sra. Phookan nos comenta que también colabora con la Junta de la Seda de Assam, con varias organizaciones del estado y del gobierno y contribuye y fomenta varios proyectos en beneficio de estas hiladoras y de sus comunidades. En este contexto también fundó Lahe Looms, un *showroom* y una tienda que le permite exhibir y ayudar a vender las fantásticas creaciones de las hiladoras de Assam (lahelooms.com).

Dejamos Assam con un dosis de esperanza y optimismo.

Durante mucho tiempo en nuestros corazones resonará el sonido rítmico y constante de los telares mientras las mujeres asamesas hilan sus sueños y su futuro. ■

*La mejor manera de descubrir Assam es navegar por el icónico río Brahmaputra a bordo del Charaidew II de Assam Bengal Navigation. Una estancia de 13 días y 12 noches incluye pensión completa, traslados, excursiones y safaris.
www.assambengalnavigation.com/brahmaputra-river-cruises



Arriba, niña asamesa rezando en el templo Kamakhya de la ciudad de Guwahati. Situado en las colinas de Nilachal, este templo es un importante centro de tántrico e hindú. Abajo, Jahnabi Phookan examinando las suntuosas telas de seda en su tienda-showroom Lahe Looms en Guwahati. Derecha, tejedora en la localidad de Sualkuchi. Este pintoresco pueblo es un paraíso para los tejidos de la seda y cuanta con más de 30 000 telares.



SUPERVIVIENTES DE
TRATA Y MUJERES
MIGRANTES
APRENDEN EL OFICIO





EL SECRETO QUÍMICO DE LA FELICIDAD

DOMINAR EL CORTISOL Y DESATAR LA OXITOCINA

DESCUBRE CÓMO CONTROLAR LOS QUÍMICOS DE TU CUERPO PARA SER MÁS FELIZ CADA DÍA.

por **Silvia Escribano**

En la búsqueda constante del bienestar y la felicidad, a menudo nos olvidamos de que nuestras emociones y estados de ánimo están profundamente influenciados por una serie de procesos químicos que ocurren en nuestro cuerpo. Entre los actores principales en esta orquesta biológica se encuentran dos hormonas: el cortisol y la oxitocina. Aunque estas moléculas tienen funciones complejas y diversas, sus efectos en nuestro bienestar son significativos. Entender cómo se generan y cómo influyen en nuestra vida cotidiana puede ser un paso importante hacia una vida más equilibrada y feliz.

CORTISOL: LA HORMONA DEL ESTRÉS

Conocido comúnmente como la hormona del estrés, el cortisol es una sustancia producida por las glándulas suprarrenales en respuesta a situaciones de peligro o presión. Este mecanismo es vital para

nuestra supervivencia, ya que prepara al cuerpo para enfrentar amenazas, reales o percibidas, a través de lo que comúnmente se conoce como la respuesta de "lucha o huida".

Sin embargo, en el mundo moderno, donde las amenazas físicas son menos comunes, el cortisol puede ser desencadenado por preocupaciones diarias como el trabajo, las finanzas o las relaciones personales. El problema surge cuando esta hormona se libera de manera crónica, lo que puede llevar a una serie de problemas de salud, como insomnio, aumento de peso, ansiedad y problemas cardíacos.

CÓMO REDUCIR EL CORTISOL EN LA VIDA COTIDIANA

Afortunadamente, hay varias estrategias que podemos implementar para reducir los niveles de cortisol y, con ello, mejorar nuestro bienestar general.

Ejercicio regular: el ejercicio es una de las maneras más efectivas de reducir el cortisol. Actividades como el yoga, la meditación o incluso una caminata al aire libre pueden disminuir significativamente los niveles de estrés.

Sueño de calidad: dormir bien es crucial para mantener bajos los niveles de cortisol. Intenta establecer una rutina de sueño regular y crea un ambiente propicio para el descanso.

Alimentación equilibrada: una dieta rica en frutas, verduras, y grasas saludables puede ayudar a estabilizar el cortisol. Evita el exceso de cafeína y azúcares refinados, ya que pueden aumentar los niveles de esta hormona.

Prácticas de relajación: técnicas como la respiración profunda, el *mindfulness* o el taichí pueden ayudar a reducir el estrés y, por ende, el cortisol.

Risas y relaciones sociales: pasar tiempo con seres queridos y reírse genuinamente puede tener un efecto positivo en la reducción de esta hormona.

OXITOCINA: LA HORMONA DEL AMOR Y EL VÍNCULO

La oxitocina, a menudo llamada la hormona del amor, es producida en el hipotálamo y liberada por la glándula pituitaria. Esta hormona juega un papel crucial en la formación de vínculos sociales y afectivos. Se asocia con sentimientos de amor, confianza y empatía, y tiene un efecto calmante en el sistema nervioso.

A diferencia del cortisol, que está relacionado con el estrés, la oxitocina promueve el bienestar emocional y la conexión interpersonal. Se libera en situaciones como el contacto físico (por ejemplo, abrazos), durante el parto, la lactancia y en relaciones íntimas. Además, también se ha demostrado que la oxitocina

puede contrarrestar los efectos negativos del estrés, promoviendo un estado de calma y felicidad.

CÓMO AUMENTAR LA OXITOCINA

Existen múltiples formas de estimular la liberación de oxitocina en nuestro cuerpo, lo cual puede contribuir significativamente a nuestro bienestar general.

Contacto físico: abrazar a un ser querido, acariciar a tu mascota o simplemente disfrutar de un masaje puede aumentar los niveles de oxitocina.

Actos de bondad: realizar actos de bondad, ya sea ayudar a un amigo o colaborar en actividades de voluntariado, puede estimular su liberación.

Meditación en grupo o yoga: participar en actividades grupales que promuevan la conexión, como la meditación en grupo o el yoga, también puede aumentar los niveles de esta hormona.

Escuchar música relajante: la música tiene un poderoso efecto sobre nuestras emociones. Escuchar música que te relaje o te haga sentir feliz puede elevar tus niveles de oxitocina.

Pasar tiempo con seres queridos: la compañía de personas que aprecias y con quienes compartes un lazo afectivo fuerte es una de las formas más naturales de aumentarla.

EQUILIBRANDO EL CORTISOL Y LA OXITOCINA PARA UN MAYOR BIENESTAR

El bienestar no es simplemente la ausencia de malestar, sino un estado positivo que se puede cultivar mediante prácticas diarias. Mientras que el cortisol y la oxitocina desempeñan roles opuestos, es posible influir en su equilibrio a través de nuestras decisiones cotidianas.

Al integrar hábitos que reduzcan el cortisol y promuevan la liberación de oxitocina, podemos crear un ambiente interno más propicio para la felicidad y la satisfacción. No se trata de eliminar por completo el cortisol de nuestras vidas, ya que este tiene su lugar y función, sino de manejarlo para que no domine nuestra existencia. Al mismo tiempo, fomentar situaciones que generen oxitocina puede enriquecer nuestras relaciones y proporcionarnos una sensación de calma y conexión más profunda con los demás. En resumen, al comprender y manipular estos "químicos del bienestar", podemos tomar el control de nuestra salud emocional y física, creando una vida más feliz y equilibrada. ¡Tu felicidad está, literalmente, en tus manos!

SILVIA ESCRIBANO

Coach, speaker internacional e impulsora del Bienestar y la Felicidad.



«UN MALTRATADOR NUNCA PODRÁ SER BUEN PADRE»

LA ABOGADA **JULIANA PIÑOL** RESPONDE A LAS PRINCIPALES DUDAS SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO.

por **Alba Pastor**



La abogada Juliana Piñol, especializada en Derechos Humanos. Desde su bufete en PRL Abogados, se enfoca en áreas legales específicas, incluyendo el derecho de Extranjería, el Penal y el Laboral.

La última vez que el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) preguntó a los españoles por la violencia de género, en julio de 2024, un 2,3 % de los encuestados situó esta materia entre los tres principales problemas del país. El 57,3 % de mujeres residentes en España de dieciséis o más años han sufrido algún tipo de violencia machista a lo largo de sus vidas, según una macroencuesta elaborada por la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género.

¿Por qué aumenta la violencia de género en vacaciones? El aumento de casos de violencia de género en épocas vacacionales puede explicarse por varios factores sociológicos, psicológicos y contextuales. Algunos de los motivos clave son el aumento del tiempo de convivencia, el consumo de alcohol y drogas, el aislamiento social y el mayor control y vigilancia. Durante las vacaciones, al estar más tiempo juntos, el control sobre la víctima puede intensificarse. Este fenómeno pone de manifiesto la necesidad de reforzar las redes de apoyo y los servicios de atención a las víctimas en épocas donde se sabe que las situaciones de riesgo pueden aumentar. **El juicio a 51 hombres por violar a una mujer en Francia ha conmocionado a la opinión pública. Desde tu perspectiva como abogada, ¿cómo vives este juicio?** Debemos reflexionar que esos hechos horribles se producen en el contexto de una cultura patriarcal de siglos, de modo que la mujer se entiende como una posesión del hombre. Además, este juicio puede tener importantes repercusiones sociales y jurídicas. Dependiendo del resultado, podría sentar precedentes sobre cómo se abordan los crímenes sexuales de esta magnitud, e influir en las discusiones sobre la adecuación de las penas, los derechos de las víctimas y los mecanismos de protección. Me gustaría destacar la valentía de Gisèle Pélicot acudiendo a juicio con la cara descubierta y permitiendo que su testimonio sea público, según sus propias palabras: "Lo hago en nombre de todas esas mujeres que quizás nunca serán reconocidas como víctimas" y para que "la vergüenza cambie de lado". **La violencia vicaria es otro gran problema dentro de la violencia de género.** Lo que

el agresor quiere es que la mujer sufra lo máximo posible al ver el daño que hace al menor. En lo que llevamos de año hubo diez menores muertos por violencia vicaria, 2024 es el año con más menores asesinados en la serie histórica. Desde que hay registros se han producido en total sesenta y tres asesinatos por violencia vicaria, según fuentes del Ministerio de Igualdad. Otra de las cuestiones que me plantean a menudo en relación a la violencia vicaria es si puede ser un buen padre un hombre que ejerce violencia sobre una mujer. Yo respondo: "No, nunca". Un maltratador que ejerce violencia nunca podrá ser un buen padre, sobre todo, si utiliza a los hijos e hijas para hacer daño a otra persona. **¿Cuáles son las principales barreras que enfrentan las mujeres al denunciar?** Las mujeres que intentan denunciar violencia de género enfrentan varias barreras en el sistema judicial actual, que complican su acceso a la justicia y la protección adecuada. Estas barreras pueden ser tanto estructurales como sociales y psicológicas. Destacan la revictimización y la falta de formación especializada en el personal del sistema judicial, lo que puede llevar a respuestas ineficaces y a perpetuar estereotipos. Existen también otras, como la presión social y familiar, la dependencia económica de la víctima hacia el agresor y la falta de apoyo psicológico, ya que el miedo, la vergüenza y la culpa suelen ser obstáculos psicológicos para denunciar.■

cultura

LAS MENINAS TOMAN LA CALLE

La belleza complementa los espacios que ocupamos en la ciudad.

Menina en fibra de vidrio de 1,65 m, del artista Felipao.



44 ARTE

El artista Felipao nos cuenta los secretos de su mundo creativo.

48 PLANES EN EL MUSEO

En noviembre disfruta de estas salas de exposiciones.

52 DEFENDER LA PEREZA

Un alegato a favor de no hacer nada en la sociedad de la hiperproductividad.

«EL INCONFORMISMO ES UNA CONSTANTE EN MI VIDA»

NOS ADENTRAMOS EN EL UNIVERSO CREATIVO DE FELIPAO, DONDE
LA IMAGINACIÓN NO TIENE LÍMITES Y CADA PIEZA ES UN GRITO DE ORIGINALIDAD.

por **Macarena Orte**



El arte contemporáneo está lleno de voces que rompen moldes, pero pocas lo hacen con la energía y el estilo irreverente de Felipao —el nombre artístico de Felipe García-Bañón Sanz-Briz—. Un artista que ha conseguido destacar en el panorama internacional por sus esculturas vibrantes y llenas de color. Con una visión que combina lo pop con lo sofisticado, sus creaciones han seducido a coleccionistas y críticos por igual.

¿Cómo ha influido tu vida cosmopolita en tu arte? Mucho. El hecho de cambiar de países te hace ser una persona con poca aversión al cambio, y eso me ayudó a pasar del mundo de la multinacional al del arte hace 15 años. **¿Hay alguna cultura o país que haya tenido un impacto especialmente significativo en tu obra?** Creo que Kenia, viví allí cuatro años. Los colores vivos y flúor eran muy comunes y eso influye en mi obra. Haber vivido en países tropicales también. **¿Qué te llevó a tomar la decisión de abandonar el mundo de las multinacionales para dedicarte completamente al arte?** Cuando estás cinco días pensando en lo bien que te lo vas a pasar el fin de semana, la ecuación no funciona, deben ser los siete días. La multinacional deja poco espacio a la creatividad. El arte fue mi *hobby* desde que terminé la carrera, por cierto, de Empresariales en ICADE, no hice Bellas Artes. **¿Qué desafíos enfrentaste al hacer esta transición y cómo los superaste?** Como todo emprendedor, el miedo a lo desconocido es lo primero que te preocupa, no estar al calor de una nómina es un reto. **¿Podrías describir tu proceso creativo desde la concepción de una idea hasta la realización de una obra?** Tardaría meses [ríe], lo principal es la idea, una vez que la tienes (no es fácil), todo el proceso posterior de modelaje y reproducción es complicado, la fábrica de un artista es su cabeza. **¿Qué materiales y técnicas prefieres utilizar en tus esculturas y por qué?** Me gusta mucho el bronce por la nobleza del material. La fractalización de las piezas de una manera similar al cubismo me atrae mucho últimamente. **¿Hay alguna exposición o proyecto en particular que consideres un punto culminante en tu carrera?** Muchos. Exposiciones, desde la primera en la galería de Felipe Acevedo, pasando por la retrospectiva en el espacio Mira de Pozuelo... To-

En la otra página, Felipao con su obra 'Bobby-Boxer', en pintura bicapa apta para exterior. En esta página a la izquierda, su escultura en fibra de vidrio 'Klever Orange Speedy'; bajo estas líneas, su obra en resina 'Speedy Amarillo Purpurina'. Abajo, la primera menina poliédrica a nivel mundial, su cuerpo está construido sobre 448 diferentes caras.



«TODAS LAS COLABORACIONES CON MARCAS ME ESTIMULAN MUCHO. **SIEMPRE TIENES QUE TENER UN RETO** DE CARA A FUTURO Y NO CONFORMARTE CON LO LOGRADO. ES UNA AMBICIÓN SANA»



Arriba, meninas de 1,65 m. en fibra de vidrio. Abajo, 'Menina Acqua Azul' de 11 cm y Felipeao en su taller.



das las colaboraciones con marcas me estimulan mucho. Siempre tienes que tener un reto de cara a futuro y no conformarte con lo logrado. Es una ambición sana. **¿Cómo te sientes al saber que tus obras forman parte de importantes colecciones privadas y que son utilizadas como regalos institucionales?** Muy reconocido. Estar en pinacotecas de personas que ven "todo lo que hay" es muy gratificante y un indicador. **¿Qué simbolismo o significado tiene la menina poliédrica en tu obra?** El inconformismo es una constante en mi vida, de ahí parte esta menina. No me conformaba pensando que las meninas siempre tenían que tener formas curvas, de ahí mi menina, una reinterpretación adaptada al siglo XXI. **¿Cómo te sientes al saber que una de tus esculturas ha sido seleccionada como regalo institucional por la Comunidad de Madrid?** Un honor y un reconocimiento importante. **¿Cuál es tu visión sobre el papel del arte en la sociedad actual?** En la actual y en la historia de la humanidad. El arte complementa los espacios donde vivimos. ¿Os imagináis un mundo sin esculturas o sin pinturas en las casas? **¿Qué mensaje o sentimientos esperas transmitir a través de tus obras?** Positividad, alegría, color, que cuando las personas convivan con ellas mejore su estado de ánimo. No soy un artista atormentado [ríe].

EL ARTE COMPLEMENTA LOS ESPACIOS DONDE VIVIMOS. ¿OS IMAGINÁIS UN MUNDO SIN ESCULTURAS O SIN PINTURAS EN LAS CASAS?

¿En qué proyectos estás trabajando actualmente?

Muchos, además de mis exposiciones, acabo de diseñar un *packaging* para el brandy, y el año que viene, una colaboración con los relojes Frederique Constant y con la Fundación AMAS, una escultura de una mano que van a intervenir personas con discapacidad y que luego expondremos para recaudar fondos para la fundación. Siempre estoy con muchos proyectos, me mantienen despierto. **¿Hay algún sueño o meta artística que aún no hayas alcanzado y que te gustaría realizar en el futuro?** Tener una pieza en el MOMA. **Mirando hacia atrás, ¿hay algo que harías de manera diferente en tu carrera artística?** Poca cosa. Debería haber dejado la multinacional mucho antes para haberme dedicado al arte. **¿Qué consejo le darías a alguien que está considerando seguir una carrera en el arte?** Que no tire la toalla si al principio las cosas le van mal. Que no tenga pereza, que crea mucho en lo que hace y que cuide a cualquier coleccionista por pequeño que sea. ■



Izquierda, bóxer a tamaño real en fibra de vidrio. Abajo, Felipeo con una de sus icónicas meninas.



ENTRE PINCELADAS

Las exposiciones coloridas llenan las salas para apaciguar los tonos grises que empiezan a inundar la ciudad con la llegada de noviembre. Disfruta de la calidez de los planes en interiores con estas propuestas culturales.

por **Alba Pastor**

Buscando Guanábana ando yo

La artista Sol Calero presenta en el Museo CA2M su primera muestra individual en una institución madrileña. La exposición reúne algunos de los principales temas de la pintora y abre nuevas lecturas para reflexionar sobre el mundo a través del arte. Hasta enero de 2025.



Habitar un lugar

El Centre Pompidou de Málaga celebra *Habitar un lugar*, una recopilación de obras que muestra las diferentes realidades territoriales. A lo largo de un recorrido compuesto de seis secciones, los artistas elaboran un diálogo entre la ciudad y el campo. Hasta marzo de 2025.



Arte en piedra

La Fundació Catalunya La Pedrera celebra la estructura de piedra de la Casa Milà (Barcelona) con una muestra de la obra de ocho escultores históricos, entre los que destacan Jorge Oteiza, Barbara Hepworth, Louise Bourgeois o Eduardo Chillida. Disponible a partir del 4 de noviembre.



Gabriele Münter.

La gran pintora expresionista

El Museo Nacional Thyssen-Bornemisza de Madrid acoge la exposición de Gabriele Münter, cuya obra se reivindica ahora como una de las grandes figuras del expresionismo alemán. Desde el 12 de noviembre.



Weegee. Autopsia del espectáculo

Figura imprescindible de la fotografía de Estados Unidos, Weegee retrató sin pudor la sociedad del espectáculo y la criminalidad. La exposición, organizada por la Fondation Henri Cartier-Bresson, podrá visitarse en la Fundación MAPFRE de Madrid hasta el 5 de enero de 2025.

FOTOS: D.R.

«LO MÁS IMPORTANTES ES TENER LA FORTALEZA DE SER COHERENTES»

CRISTINA DEL VALLE,
COMPONENTE DE AMISTADES
PELIGROSAS, NOS HABLA DE
SUS INICIOS EN LA MÚSICA Y SUS
PROYECTOS.

por **Alba Pastor**

La voz de Cristina del Valle (Oviedo, 1960) siempre se ha alzado para posicionarse contra la injusticia dentro y fuera de los escenarios. Su sentido del activismo se originó al mismo tiempo que su pasión por la música, y sus letras reflejan la reponsabilidad social que Del Valle tiene como artista.

¿Cómo fueron tus inicios en la música? Con tres años ya cantaba y bailaba, y me puse como nombre artístico Pikis. Empecé a estudiar música, solfeo, piano y guitarra clásica desde muy niña. En 1990 grabamos el primer disco como Amistades Peligrosas después de haber pasado casi un año con Alberto Comesaña como pareja. **¿Cuál ha sido la mayor evolución de Amistades Peligrosas desde su formación?** Una de las mejores cosas que tuvo fue la constante evolución, jamás nos estancamos en el pop, sino que el pop fue la base sobre la que fuimos construyendo y mezclando música africana, música árabe, rock, música latina e incluso música clásica. Cada uno de nuestros discos era en sí mismo una historia conceptual. **¿Cómo ha influido tu activismo en tu carrera musical?** He tratado que mi vida fuese una coherencia entre mis actos y mis ideas. Por eso siempre he luchado y no es una lucha fácil. En 1997 creé la Plataforma de Mujeres Artistas contra la violencia de género. Llevamos nuestro trabajo a lugares del mundo en guerra, celebrando conciertos, apoyando a los movimientos feministas de cada país, denunciando la violencia y dando voz a los sin voz. **¿Cuál fue el tema más difícil de abordar?** El tema más difícil de abordar fue la canción *Africanos en Madrid*, de mi querido amigo y comprometido artista Iván García-Pelayo, escrita por Yamil, una africano que había sufrido una agresión racista en Madrid. En la actualidad sirve como un mapa para ver hacia dónde ha derivado la sociedad. Europa, que se identificaba con las palabras de libertad, igualdad, solidaridad y fraternidad, se ha convertido en una Europa racista y xenófoba a través de una cultura del miedo y del odio al otro. Tratar el tema del aborto fue algo controvertido en los años 90 cuando se estaban debatiendo en las instituciones el derecho a la interrupción del embarazo y el derecho de las mujeres sobre sus cuerpos, y la canción se adelantó a los tiempos. **¿Qué consejo le darías a las mujeres jóvenes que buscan abrirse camino en la música?** No soy de dar consejos, pero me gusta compartir mi experiencia personal. Creo que algo fundamental es no negociar jamás nuestra dignidad. Lo más importante es tener la fortaleza de ser coherentes, de luchar por aquello en lo que creemos, de no dar concesiones y de ser firmes en nuestro camino. **¿Qué proyectos tienes?** Hay un proyecto en el que llevo trabajando varios años que se llama *Ellas dan la nota*. Es un espectáculo de mujeres artistas compositoras, creadoras de diferentes estilos, todas comprometidas socialmente. Hemos recorrido muchos lugares de este país y queremos llevar nuestras voces a otros lugares del mundo, donde las mujeres siguen siendo silenciadas y violentadas, y donde se hace necesaria la cultura de paz a través del arte. ■



La cantante
Cristina del Valle,
miembro de
Amistades
Peligrosas,
componente del
espectáculo *Ellas
dan la nota* y
activista.

PENSAR LA VIDA

Las ambivalencias entre madres e hijas, las frustraciones de la juventud 'millennial' o el papel de las mujeres en la guerra dibujan el mapa de unas historias que analizan el mundo con una prosa cautivadora. En estas páginas encontrarás la cotidianidad en estado de gracia.

por **Alba Pastor**

El factor Rachel

Con una mirada inteligente y cómica, Caroline O'Donoghue se adentra en las aspiraciones, locuras y torpezas de la juventud para construir una entrañable oda a la energía de los veinte años, a las amistades que forjamos entonces y que dejan una huella permanente. Un retrato de los placeres y los sinsabores del paso a la edad adulta.

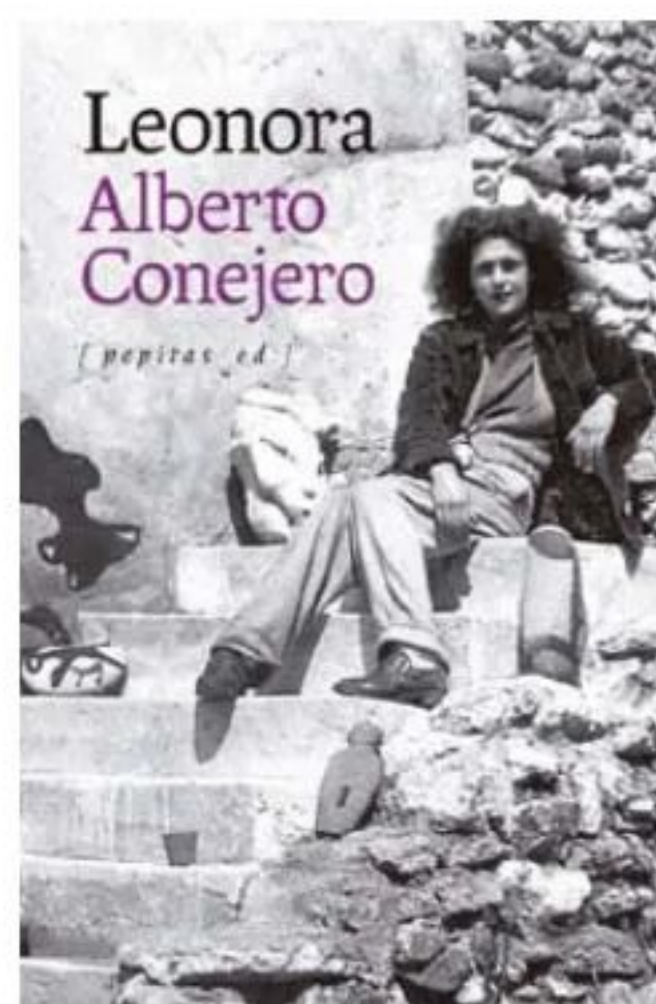


El secreto de Adela

La ciudad de Madrid festeja los aires de libertad y esperanza que trae la Segunda República. Estamos en el año 1931 y Adela, la dulce e inocente panadera, acepta un compromiso de conveniencia con Alberto, un joven rico y apuesto. Sin embargo, la protagonista transgredirá su destino y luchará por defender su propia voluntad.

Mis fantasmas

Con un sentido del humor y una clarividencia deslumbrantes, *Mis fantasmas* retrata el vínculo fascinante y excepcional que une y separa a madres e hijas, y que, como en el caso de Helen y Bridge, oscila entre lo frustrado y lo frustrante, el cariño y la crueldad, la ternura y el rencor mutuo.

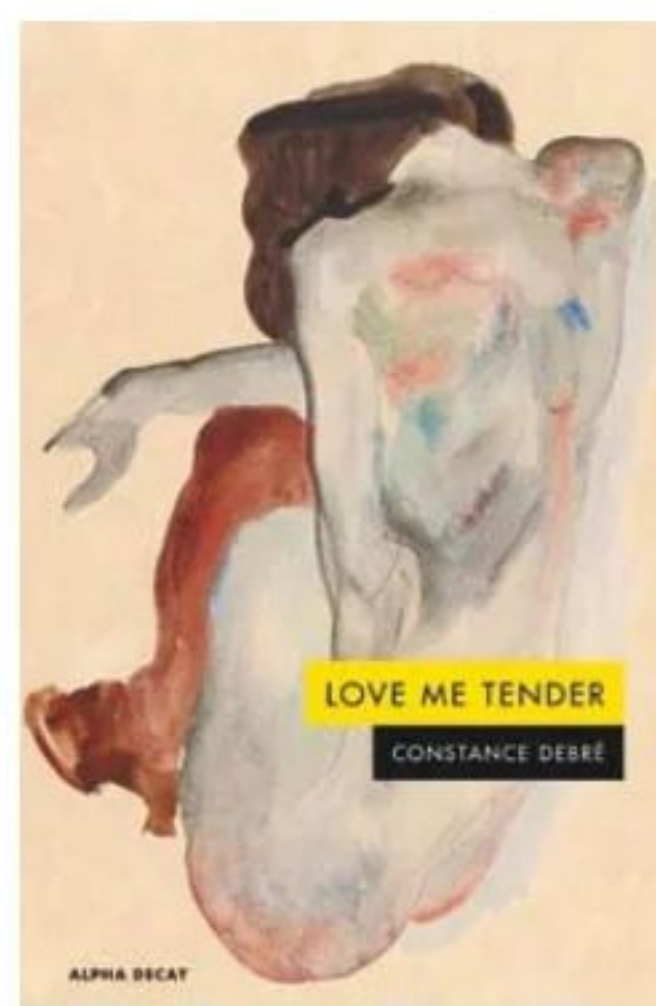


Leonora

El interés que despierta la pintora y escritora inglesa, nacionalizada mexicana, sacude el terreno del mundo editorial. El escritor Alberto Conejero se acerca al universo de la bruja surrealista en este poema dramático (o monólogo poético) que se centra especialmente en sus años europeos.

Luciérnaga

Ganadora del Premio Lumen de Novela 2024, es una novela luminosa y radiactiva que narra los recuerdos de una infancia marcada por el desastre de Chernóbil y la resistencia de las mujeres con el telón de fondo de la guerra, la disolución de la URSS y la emigración. Una primera novela delicada y contundente.



Love me tender

A medio camino entre la literatura punk y la confesión ascética, esta novela valiente y desgarradora habla del amor en sus múltiples formas. Con una prosa cruda, minimalista y visceral, Constance Debré aborda sin complejos y presenta un relato dolorosamente bello sobre los sacrificios imposibles que se les exigen a las madres.

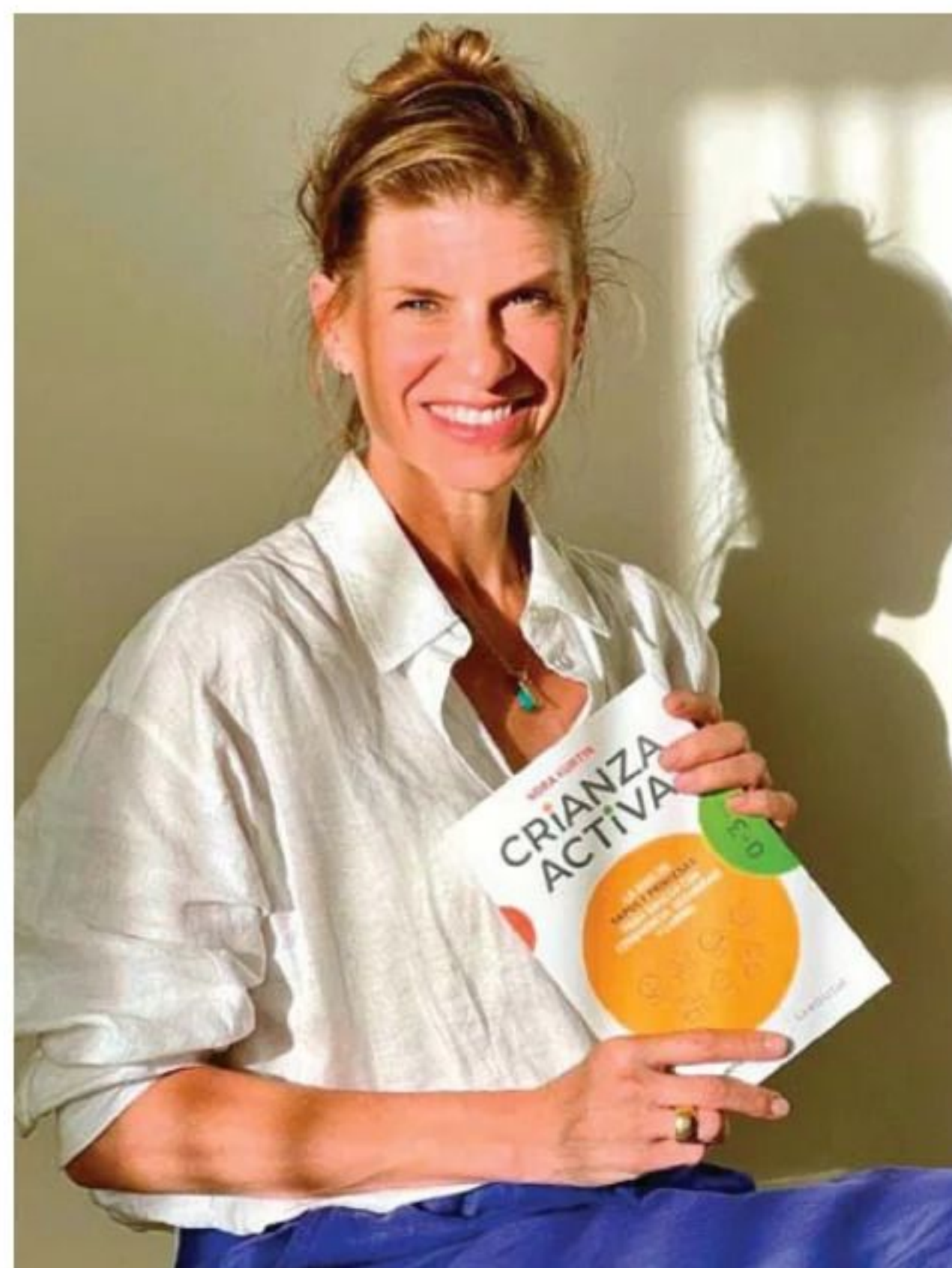
«COMO MADRE, APRENDER A SOLTAR, FUE FUNDAMENTAL»

LA CRIANZA ES UN DESAFÍO QUE APASIONA A **NORA KURTIN**. SU PRIMER LIBRO RECOGE SU TRABAJO Y SABIDURÍA.

por **Macarena Orte**

Comprometida con el papel de la mujer en la sociedad, la autora Nora Kurtin (Argentina, 1969) se ha preocupado durante toda su carrera por ofrecer una información veraz y útil a las familias. Con el objetivo de acompañar a padres y madres en una etapa crucial, la fundadora y CEO del medio de comunicación *Sapos y Princesas*, nos habla de su libro *Crianza activa*, publicado por Larousse Editorial.

¿Qué te llevó a escribir *Crianza activa*? Escribí *Crianza Activa* motivada por mi experiencia personal y por los años que he pasado al frente de *Sapos y Princesas*. He visto cómo los padres de hoy en día enfrentan desafíos únicos en un mundo en constante cambio, y sentí la necesidad de compartir una perspectiva consciente y equilibrada sobre la educación de los hijos, adaptada a las necesidades actuales de las familias. **El libro aborda desde recién nacidos hasta los 3 años. ¿Cuál consideras que es el mayor desafío que enfrentan los padres en estos primeros mil días de vida?** Lo primero que sucede al tener un bebé es que nos enfrentamos a nosotros mismos en una situación completamente nueva, la de ser padres. En ese proceso, desplegamos modelos aprendidos de nuestra propia crianza, lo que a menudo genera dudas e inseguridades. A partir de ahí, el mayor desafío es adaptarse a los profundos cambios y demandas que trae la llegada del bebé, tanto a nivel emocional como en la dinámica familiar. Este período implica aprender a interpretar las necesidades del niño, establecer rutinas y equilibrar el cuidado del bebé, con el cuidado a uno mismo y la relación de pareja. **¿Podrías compartir cómo fue ese proceso de trabajo y qué expertos influyeron más en el contenido?** Dada la amplitud de temas clave, recopilé información y entrevisté a una gran variedad de expertos, desde pediatras y psicólogos infantiles hasta especialistas en lactancia, desarrollo emocional, sueño y masaje infantil. Cada uno aportó su perspectiva profesional en su respectiva área de conocimiento, sumando coherencia al enfoque global del libro. **Como madre, ¿cuál ha sido el consejo o aprendizaje más valioso que has aplicado en tu propia crianza?** En lo personal, el aprendizaje más valioso ha sido entender que la maternidad es sinónimo de flexibilidad —y que no es una responsabilidad única de la madre, ya que debe hacer partícipe a la pareja—. A medida que mis hijos crecían, sus necesidades iban cambiando y me presentaban nuevos retos a los que debía adaptarme, siempre manteniendo los pilares y valores que habíamos establecido como familia. Como madre, aprender a soltar la idea de perfección, aceptar que no iba a poder hacerlo todo y que no pasaba nada si mis prioridades y actividades cambiaban fue fundamental. **¿Qué crees que hace falta para que más mujeres ocupen roles de liderazgo en industrias científicas y tecnológicas?** Debemos romper con los estereotipos de género que aún persisten. Es esencial evitar etiquetas como "esto es muy difícil para ti" o "las niñas no son de ciencias", ya que estas frases limitan su autopercepción y las oportunidades que se atreven a explorar. ■

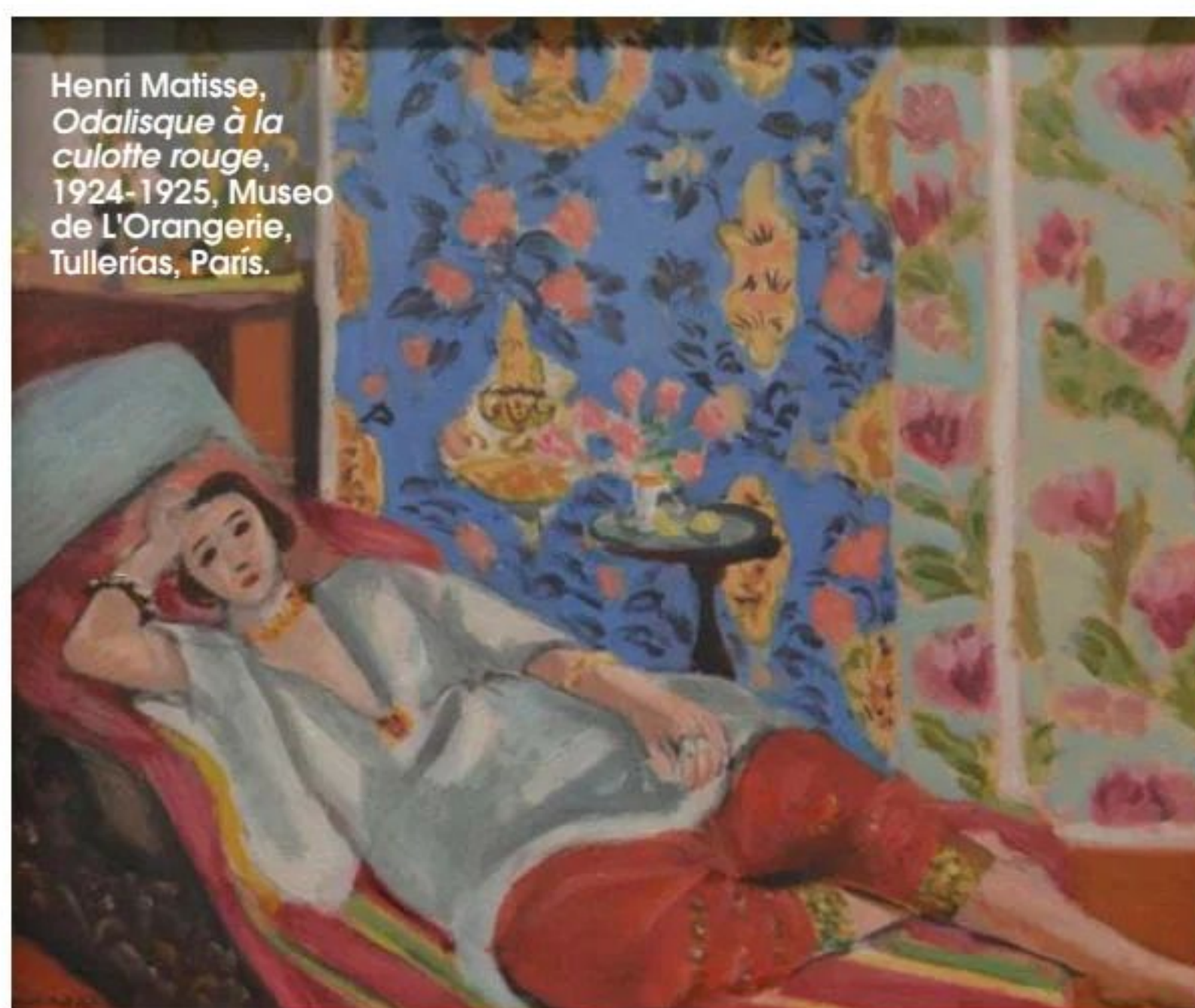


Con su libro, todos los ingresos irán destinados a la Fundación Aladina, que se encarga de acompañar a los niños enfermos de cáncer durante todo el proceso de su enfermedad.

LA DIVINA PEREZA

Mueve el trasero, ¡gandul! No se tú, pero yo estoy deseando que llegue el finde para poder tirarme al sofá y ¡no hacer ná!

por **Marco López**



Henri Matisse,
*Odalisque à la
culotte rouge*,
1924-1925, Museo
de L'Orangerie,
Tullerías, París.

En la pantalla de nuestro *smartphone* tenemos abierta la última y más eficiente *app* agenda-calendario. Desde bien pronto por la mañana nos despliega la lista de objetivos a cumplir a lo largo del día, la semana y el mes. No se hace distinción entre trabajo y ocio, cada tarea tiene una etiqueta con un color y una hora. Hay que optimizar el tiempo, y para eso nada como la IA para que nos redacte los *mails*, nos indique el trayecto más corto o nos proponga un buen restaurante para pedir comida a domicilio, no vaya a ser que no me dé tiempo a hacer mi tabla diaria de 25 minutos de yoga Vinyasa. ¿Encontrar un hueco para tomar algo mañana? Estoy liadísimo, mejor miremos para dentro de dos findes. ¿Qué ha sucedido de aquí a un tiempo para que cualquiera de nosotros tenga una agenda digna del CEO de una multinacional? Un artículo de 2019 de *The New York Times* da en el clavo: hoy en día 'estar ocupado' es un signo de estatus. La premisa es, estoy ocupado porque soy muy importante. Esta implacable exigencia que hemos interiorizado está a la base del aumento exponencial del síndrome de desgaste profesional y de enfermedades relacionadas con la ansiedad y el estrés. No se preocupen, hay una solución a tanta tormenta. Aparte de meditación, ejercicio y una dieta saludable, el diario neoyorquino nos propone lo que los neerlandeses llaman *niksen*, que vendría a ser 'no hacer nada'. Una batería de artículos de neurología vienen a secundar esta



EL ARTE DE YACER

Vivir en horizontal. Breve historia cultural de una postura, Bernd Brunner.

Desde el principio de los tiempos el ser humano se acuesta. Y no solo para dormir. Del *lectus* de la antigua Roma, mueble donde los patricios romanos comían tumbados, pasando por la *chaise longue* estilo Luis XV, el diván psicoanalítico o el sofá familiar para la tele. Bernd Brunner nos desvela el poder de la horizontalidad: rebelarse ante un mundo regido por la incesante exigencia de productividad.



DOLCE FAR NIENTE

La paresse, Chantal Akerman.

Mientras su pareja Sonia está trabajando, la cineasta Chantal Akerman recae en su habitual procrastinación. Decide entonces filmarse a sí misma y realizar el retrato de una mujer perezosa. Un inteligente ejercicio de autorreflexión que nos invita a detenernos para aprender a disfrutar del *dolce far niente* sin culpabilidad.



VAGO Y ORGULLOSO

Y no hago más ná, El gran combo de Puerto Rico.

"Yo me levanto por la mañana / Me doy un baño y me perfumo / Me como un buen desayuno / y no hago más ná', más ná". Si hablamos de salsa, El gran combo de Puerto Rico es toda una institución. Y nadie mejor que ellos para dedicarle una oda al orgullo de holgazanear. "¡Oigan!, yo nunca he doblado el lomo".

idea. Tranquilos, no teman, 'no hacer nada' puede no ser 'una pérdida de tiempo'. Dedicar tiempo de manera consciente y calculada a mirar por la ventana o permanecer inmóviles contribuye positivamente a nuestra salud mental y nos ayuda a recuperar energía para 'sí hacer algo'. Algo productivo quiero decir. Hasta en rascarse la barriga quieren que le saquemos provecho al tiempo. Pero, ¿provecho para qué? ¿No es holgazanear un valor en sí mismo? Si por culpa del Pecado Original se nos castigó a ganar el pan con el sudor de nuestra frente, eso quiere decir que el Paraíso era un paraíso de perezosos. La pereza, por lo tanto, es de naturaleza divina. Déjennos vagar en paz. ■

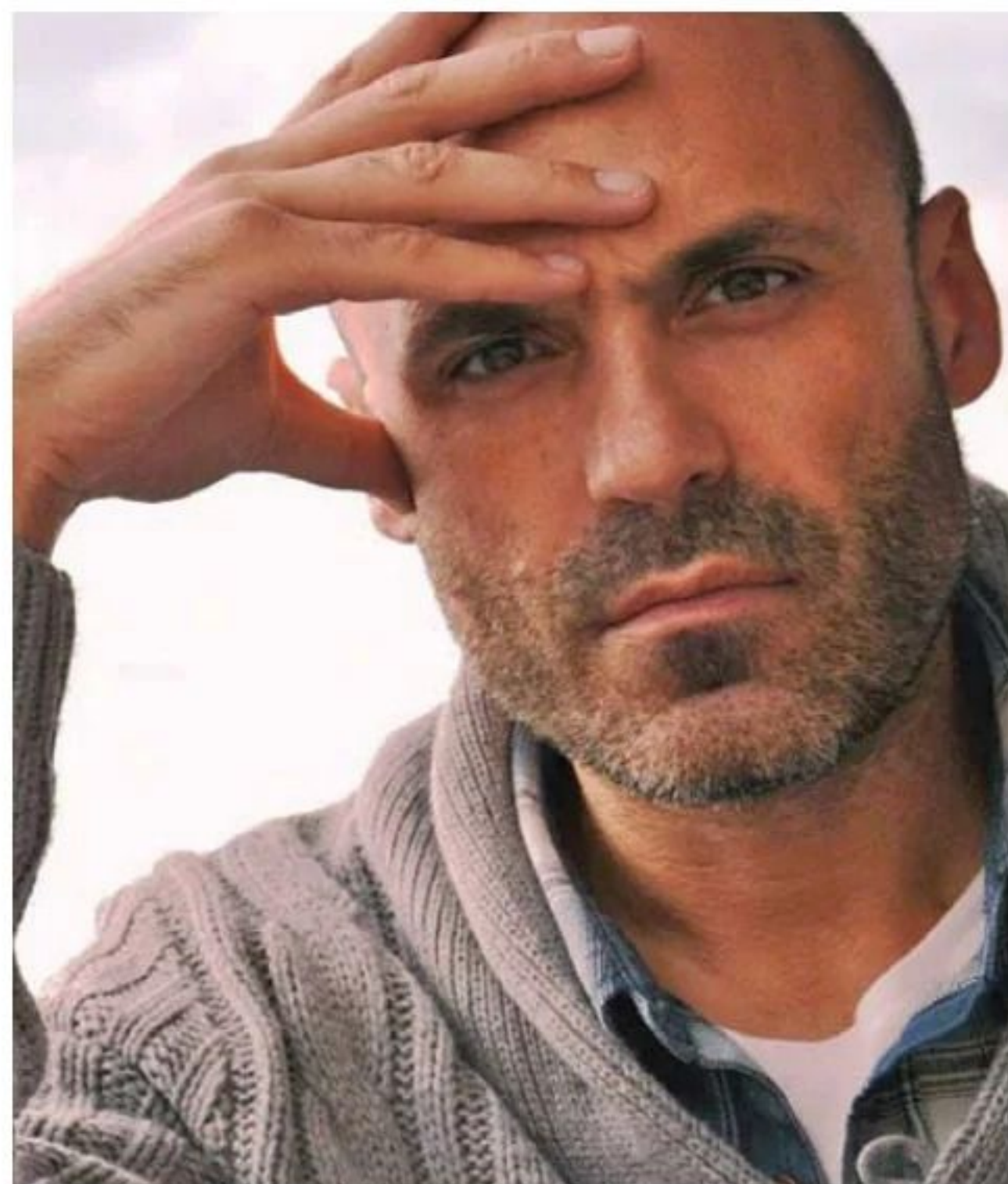
«ME INTERESA CUESTIONAR LA DIVISIÓN ENTRE LA ALTA Y LA BAJA CULTURA»

EL ARTISTA PORTUGUÉS DESPLIEGA EN ESTA CONVERSACIÓN UNA VISIÓN ESPERANZADORA Y OPTIMISTA DEL ARTE.

por **Alba Pastor**

La obra de Nuno Raminhos (Vila Nova de Gaia, Oporto, 1971) adopta la forma de un horizonte claro y personal, una gráfica simbólica que combina el cómic con la pintura. Sus cuadros son lo contrario de la resignación: optimistas y triunfantes, una invitación al debate.

¿Cómo fueron tus inicios? Dibujar siempre ha estado presente en mi vida y desde pequeño tuve claro que quería estudiar Bellas Artes. Mis padres me apoyaron en esta decisión y, después de completar mis estudios en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Oporto, obtuve algunos premios y menciones honoríficas en concursos y bienales. **¿Cómo describirías tu estilo artístico y cuáles son tus principales influencias?** Mi pintura se opone al arte no objetivo, por estar innecesariamente alejado de la vida. Me interesa cuestionar la división entre alta y baja cultura. Entonces, asumo que mi principal influencia es el Pop Art, especialmente el arte americano de los años 60 y 70. **¿Podrías hablarnos sobre tu proceso creativo?** Cuando se trata de temáticas, recurro básicamente a las fuentes visuales que me rodean, sin embargo, en un primer acercamiento, ofrecer un mensaje concreto. Me inspiran el cómic, la pintura y la publicidad, entre otros. Intento cuestionar los fundamentos de la cultura popular contemporánea. **¿Cómo ha evolucionado tu arte a lo largo de los años y qué cambios significativos has notado en tu trabajo?** Desde los años 90 he intentado diversificar mi estilo, yendo más allá de los colores planos y los cómics. Comencé a crear composiciones, mezclé estilos y tipografías, creando un lenguaje figurativo formal con diferentes áreas de interpretación. **¿Qué temáticas recurrentes aboradas en tu obra y qué mensaje intentas transmitir?** El objetivo de algunas de mis obras es reaccionar a la obra de grandes maestros, volviéndolas atemporales y, al mismo tiempo, fomentando el diálogo y el acercamiento entre el pasado y el presente. **¿Hay algún proyecto o exposición que haya sido especialmente significativo para ti?** Todos los proyectos en los que he estado involucrado han sido importantes para mí. Actualmente estoy trabajando en *Lucha de Gigantes*. Este proyecto nació en Madrid, fundado hace dos años por Gabriel Suárez, con la voluntad de ser más cercano con los jóvenes coleccionistas y atraer nuevos perfiles a un mundo a veces distante y elitista. Este año acudiremos a la feria de Estampa con un homenaje a Hello Kitty en su 50 cumpleaños. **¿Cómo ves el futuro del arte contemporáneo?** El arte contemporáneo puede tener un papel social importante, promoviendo la reflexión y el debate sobre cuestiones sociales, políticas y culturales, ya que el futuro es incierto, pero algunas cosas son indiscutibles: el cambio climático, los cambios demográficos y la geopolítica. La única certeza que tenemos es que habrá cambios, tanto maravillosos como terribles. El arte puede ser una fuente de placer e inspiración, así como un medio para promover la reflexión y el debate sobre temas importantes, sin disociarse de la sociedad. En cuanto a mí, la única certeza que tengo es que la pintura debe seguir formando parte de mi vida, solo así valdrá la pena pintar. ■



La obra del artista Nuno Raminhos mira hacia el legado de artistas como Roy Lichtenstein y Andy Warhol, interpretando una relectura del pop art en el siglo XXI.

"COMO MUJER NO TENGO PAÍS. MI PAÍS ES EL MUNDO ENTERO". VIRGINIA WOOLF

por Macarena Orte y Alba Pastor

UNA IMAGEN, UNA HISTORIA



CUANDO EL COLOR IMPORTA PARA DAR A LUZ

En Estados Unidos, uno de los países más avanzados del mundo en términos de desarrollo económico y tecnología médica, existe una alarmante crisis de salud pública que afecta desproporcionadamente a las mujeres negras: la mortalidad materna. A pesar de los avances en medicina y la disponibilidad de servicios de salud, las mujeres afroamericanas tienen casi tres veces más probabilidades de morir que las mujeres blancas por complicaciones del embarazo. Según datos de los Centros para el Control y Prevención de Enfermedades (CDC), la tasa de mortalidad materna en mujeres negras es de aproximadamente 55,3 muertes por cada 100 000 nacimientos, en comparación con 19,1 muertes entre mujeres blancas. Esta disparidad es producto de una combinación de factores sociales, económicos y estructurales. El racismo sistémico dentro del sistema de salud, la falta de acceso equitativo a atención prenatal de calidad y las diferencias en la atención postparto juegan un papel crucial. La falta de representación médica adecuada y los sesgos inconscientes también pueden afectar la calidad del cuidado que reciben las mujeres negras, aumentando el riesgo de complicaciones.

Mimi Bingham (izq.), ofrece servicios de doula de parto a Ja'Salyn Smith, de 34 años, en Cypress, Texas. Dcha., su amiga, Sharda Blake.

ABREN CAMINO

Estas mujeres han echado a andar hasta romper techos y abrir, para todas, puertas.

JANAÍNA TORRES

La reconocida chef brasileña ha sido elegida como la Mejor Cocinera del Mundo por *The World's 50 Best Restaurants*. Es cofundadora y chef ejecutiva de A Casa do Porco en São Paulo, Brasil.



TERESA PERALES

Ha regresado de los Juegos Paralímpicos de París con la medalla de bronce en la prueba de 50 metros espalda S2, sumando así su 28.ª presea olímpica e igualando el récord del exnadador Michael Phelps.



JARA LÓPEZ SASTRE

Tras exponer en Palo Gallery y en Times Square x Lux Femina, y trabajar en el Museo del Prado, Chillida Leku, ARCO o la galería Fahrenheit, López Sastre se estrenó el pasado mes en el Ateneo de Madrid con su primera exposición en solitario en España: *Lo que queda después de la mirada*.



NURIA VIDAL

El Festival de Cine por Mujeres, Madrid ha otorgado el Premio a una Trayectoria Profesional a la reconocida crítica de cine, escritora e investigadora durante su VII edición. Vidal es un referente del análisis cinematográfico en nuestro país.



ISABEL PERELLÓ

Han pasado dos siglos en el Supremo y casi medio en el actual CGPJ para que una mujer presida ambos. María Isabel Perelló Doménech representa todo un cambio histórico en la Judicatura española al ser la primera mujer en presidir las dos instituciones.



"LA VERGÜENZA DEBE CAMBIAR DE LADO",
GISÈLE PÉLICOT, VÍCTIMA DE MÚLTIPLES VIOLACIONES

«DEBEMOS DAR UN TRATAMIENTO EFECTIVO SIN CULPABILIZAR NI ESTIGMATIZAR»

Los avances científicos en el tratamiento de la obesidad están marcando un antes y un después en la lucha contra esta enfermedad crónica. Nuevos fármacos diseñados para combatir la obesidad están ofreciendo resultados sin precedentes tanto en la pérdida de peso como en la mejora del control metabólico. La doctora Rachel Batterham es una de las mayores expertas en este campo. Entre sus logros, destaca el descubrimiento de la relación entre una variación en el gen FTO y la propensión a desarrollar obesidad.

¿Podrías explicar el papel del gen FTO y cómo su variación aumenta el riesgo de obesidad en ciertos individuos? El gen FTO, relacionado con la masa grasa y la obesidad, fue la primera variante común descubierta que se asoció con el índice de masa corporal y la cantidad de grasa corporal. Las variantes del gen FTO están asociadas con un aumento del hambre/disminución de la saciedad y con un mayor consumo de alimentos de alta densidad energética, pero no están relacionadas con un gasto energético en reposo alterado o con una baja actividad física en los humanos. Es importante decir que estas variaciones genéticas en el gen FTO no significan que una persona desarrollará obesidad de forma definitiva. **Tu investigación muestra que las personas con la variante del gen FTO que conlleva un riesgo de obesidad tienen niveles más altos de grelina, lo que les hace sentir hambre incluso después de comer.** **¿Cómo puede este conocimiento influir en los tratamientos futuros para la obesidad?** Actualmente, la mayoría de las personas que viven con obesidad

son estigmatizadas y culpadas por su condición. Sin embargo, la ciencia es clara al mostrar que la genética, como la variación en el gen FTO, predispone a algunas personas a desarrollar obesidad, mientras que otras tienen genes que las protegen. Muchas personas aún ven la obesidad como simplemente una cuestión de comer demasiado y moverse poco.

¿Cómo explicarías la complejidad de la obesidad como enfermedad a alguien con esa perspectiva?

Desafortunadamente, no es tan simple. Hay más de mil millones de personas en el mundo que viven con obesidad, y cerca de 8 millones en España. Como enfermedad, la obesidad tiene más de 200 complicaciones potenciales, incluidas el aumento del riesgo de diabetes tipo 2 en un 243 %, la enfermedad coronaria en un 69 % y la hipertensión en un 113 %. La obesidad también reduce la calidad de vida y está relacionada con la muerte prematura, con al menos 4 millones de adultos con sobrepeso u obesidad que mueren cada año. Debe ser una prioridad de salud, y el fármaco Mounjaro, como el primer agonista dual del receptor GIP/GLP-1 aprobado, ofrece resultados sin precedentes en la reducción de H1A1c y la pérdida de peso. **¿Cómo interactúan los factores conductuales, ambientales y genéticos en la contribución a la obesidad?** Todos interactúan al mismo tiempo en la persona. El impacto del entorno es crucial. Si cambiamos el entorno a uno saludable con menos exposición a alimentos energéticamente densos, esto reduciría la prevalencia de la obesidad. Ahora se han identificado muchas variantes genéticas que predisponen a las personas a desarrollar obesidad, por lo que en el futuro podríamos identificar a quienes tienen más riesgo desde una edad temprana y enfocarnos en asegurar que sean conscientes de su predisposición y proporcionarles apoyo para fomentar una dieta saludable y actividad física. Sin embargo, existen otras mutaciones genéticas en las vías que regulan el peso corporal que conducen a la obesidad, y estas

«ES NECESARIO TENER POLÍTICAS QUE PERMITAN A LAS PERSONAS ACCEDER A **ALIMENTOS SALUDABLES** ASEQUIBLES Y A LA ACTIVIDAD FÍSICA»

HABLAMOS CON LA DOCTORA **RACHEL BATTERHAM**, PROFESORA DE OBESIDAD, DIABETES Y ENDOCRINOLOGÍA EN EL UNIVERSITY COLLEGE DE LONDRES, SOBRE EL ENFOQUE HOLÍSTICO QUE UTILIZA PARA ABORDAR LA OBESIDAD.

por **Macarena Orte**

requieren un enfoque diferente. Es necesario tener políticas que permitan a las personas acceder a alimentos saludables y asequibles y a la actividad física, junto con la educación sobre la importancia de mantener un peso corporal saludable. La prevención necesita un enfoque sistémico que mire todos los aspectos de la vida de una persona. La obesidad es una enfermedad multifactorial con un componente genético fuerte, y para las personas que ya viven con obesidad, debemos proporcionar un tratamiento efectivo, sin culpabilizar ni estigmatizar.

¿Cuáles son los desafíos para combatir la obesidad?

En este momento, el sobrepeso y la obesidad a menudo son ignorados por los profesionales de la salud, y el enfoque se centra en tratar las complicaciones del exceso de tejido adiposo en lugar de tratar el problema de raíz. Una vez diagnosticada la obesidad, se deben ofrecer terapias basadas en evidencia que incluyan intervenciones nutricionales, actividad física, farmacoterapia y cirugía bariátrica, según la gravedad de la enfermedad. El tratamiento debe ser de por vida, similar a otras enfermedades crónicas. **¿Qué papel tiene el estrés, la salud emocional y el sueño en la obesidad?** Las investigaciones han revelado que muchos factores contribuyen al desarrollo de la obesidad. La falta de sueño, la salud emocional y el estrés son factores contribuyentes. Por eso necesitamos un enfoque holístico al cuidar a las personas con obesidad. **¿Qué pasos se pueden tomar para mitigar las influencias ambientales?** Es necesario un enfoque holístico para tener éxito: la educación sin el apoyo de políticas ha demostrado ser ineficaz. Los alimentos saludables son más caros que los alimentos no saludables. Desafortunadamente, muchas personas en áreas desfavorecidas no pueden permitirse alimentos saludables y están rodeadas de establecimientos de comida rápida. Para muchos, la elección es comer alimentos poco saludables o no comer en absoluto. Esto significa que existe una relación fuerte entre el estatus

socioeconómico bajo y la obesidad, y lo más preocupante es que el mayor efecto se ve en los niños. Las terapias para el manejo de la obesidad pueden contribuir significativamente a abordar la enfermedad y sus complicaciones asociadas. Sin embargo, es imprescindible que estos medicamentos se utilicen correctamente dentro de una estrategia integral para optimizar los beneficios a largo plazo para las personas que viven con obesidad. **¿Qué avances en la investigación sobre la obesidad destacarías?** Estamos viviendo el inicio de una nueva era de medicamentos que, por primera vez, pueden cambiar el curso de varias enfermedades que aparecen como consecuencia de la obesidad. Un ejemplo: el uso del medicamento de Lilly para la obesidad en personas con prediabetes evitó que el 94 % de los participantes desarrollara diabetes. ■



SU ONG

La doctora Rachel Batterham fundó en 2019 la Obesity Empowerment Network, una organización para mejorar la salud y la vida de las personas afectadas por el sobrepeso y la obesidad.

«ESTAMOS VIVIENDO EL INICIO DE UNA **NUEVA ERA DE MEDICAMENTOS** QUE PUEDEN CAMBIAR EL CURSO DE VARIAS ENFERMEDADES QUE APARECEN COMO CONSECUENCIA DE LA OBESIDAD»

BOLETÍN EXPRES

UN CÓCTEL PELIGROSO

Mujer de mediana edad, con una vida estructurada y un estatus socioeconómico medio. Este es el perfil más frecuente de las mujeres que abusan del alcohol y los psicofármacos de manera normalizada, según advierte Ruth Martínez, psicóloga y directora de los programas de alcohol de Proyecto Hombre Castilla-La Mancha.



ES NORMAL

LOS ESPECIALISTAS ADVIERTEN QUE TENDEMOS A PATOLOGIZAR CUALQUIER COMPLICACIÓN DE LA VIDA COTIDIANA. SI ESTÁS PASANDO POR UN MAL MOMENTO, ES NATURAL SENTIRSE TRISTE.



EMPODERARSE ES DE GUAPAS

L'Oréal Groupe, en alianza con la Fundación Altius, proporcionará un espacio acogedor y de apoyo para que personas en situación de alta vulnerabilidad accedan a tratamientos socioestéticos y de sociopeluquería así como a productos de higiene y belleza de L'Oréal.



#ONE100WOMEN

La carrera Škoda Titan Desert Morocco 2025 se ha propuesto como reto lograr que se inscriban 100 mujeres, para igualar la participación masculina y femenina.



LA VIOLINISTA

HARRIET CONSTABLE. La autora nos transporta a la esplendorosa y a la vez opresiva Venecia del siglo XVIII, donde la música de Vivaldi resuena en los canales y las oportunidades para las mujeres son casi inexistentes. Constable rescata del olvido la extraordinaria historia de Anna Maria della Pietà, una de las mejores violinistas de su siglo, musa de Antonio Vivaldi. Una niña huérfana del famoso Ospedale della Pietà que, contra todo pronóstico, se convierte en una de las violinistas más talentosas de su época. La joven, obsesionada por la perfección, se enfrenta a su mentor, Antonio Vivaldi, en un duelo implícito de talento y reconocimiento. A medida que su fama crece, también lo hacen los desafíos que amenazan su sueño.



UN PASEO POR PUGLIA

Vestido largo de tul bordado; y bolso *Lady Dior* de piel de becerro y tachuelas plateadas. Todo de Dior.

Los diseños, firmados por Maria Grazia Chiuri, evocan la grandeza del poder femenino.

60 AMANECER EN ITALIA

Elisa Sednaoui brilla entre flores silvestres y vestidos de Dior.

68 UN LUGAR FELIZ

La luz en El Retiro se funde con las prendas de Louis Vuitton.

78 TARTÁN ACTUAL

Cómo combinar este tejido nacido en Escocia.

Top *Marie Stuart*
de tul bordado
con cuello de
cuentas; top
bordado de tul
libélula y
pantalones
de terciopelo
de algodón.
Todo, de **Dior**.



Top, falda y ropa
interior de encaje
de algodón tartán.
Todo, de **Dior**.

CULTIVANDO SUEÑOS

ELISA SEDNAOUI NOS ABRE LAS PUERTAS DE SU HOGAR EN PUGLIA PARA UNA ENTREVISTA EXCLUSIVA. VESTIDA CON LA COLECCIÓN CRUCERO 2025 DE DIOR, COMPARTE SU PASIÓN POR LA EDUCACIÓN A TRAVÉS DE SU EMPRESA SOCIAL, REFLEXIONA SOBRE SU CARRERA Y SU RELACIÓN CON LA MODA.

por **Magdalena Fraj** fotos **Papo Waisman** estilismo **Sandra Escriña**



Abrigo bordado de tul *Stuart Millefior*,
vestido corsé de tejido técnico; botas
D-Scots de piel de becerro y bolso *New
Dior Bobby* de piel de becerro.
Todo, de **Dior**.

Vestido y ropa interior con estampado de guipur y botas *D-Scots* de piel de becerro; collar *Cabinet de Curiosités* en metal acabado dorado y perlas de agua dulce y *choker Diorevolt* de piel de becerro, ojales de metal con acabado plateado y perlas de resina blanca. Todo, de **Dior**.





Vestido largo de
rejilla unicornio;
choker Diorevolt
de piel de becerro,
ojales de metal
con acabado
plateado y perlas
de resina blanca.
Todo, de **Dior**.

Vestido largo de
rejilla coral; collar
Cabinet de
Curiosités en metal
acabado dorado
y perlas de agua
dulce y *choker*
Diorevolt de piel
de becerro, ojales
de metal con
acabado
plateado y perlas
de resina blanca.
Todo, de **Dior**.





Vestido largo de rejilla de lúrex dorado de Dior; ropa interior de rejilla dorada; botas *D-Scots* de piel; bolso *Saddle* de piel de becerro; collar *Cabinet de Curiosités* en metal acabado dorado y perlas de agua dulce y *choker Diorevolt*. Todo, de **Dior**.

Peluquería: Satoshi Klein.
Maquillaje: Ilaria Costantino.
Asistentes de fotografía: Juan Pío García y José Román Ros.
Producción: Victoria Mouriño.

Viajamos a Puglia, donde el calor sofocante de julio supera los 35 grados. Elisa Sednaoui (Bra, Italia, 1987) nos recibe en su casa de campo, rodeada de olivos y bañada por la luz dorada del sur de Italia. Con una cálida sonrisa, nos guía por los rincones de la región que tanto le inspira. Después de la sesión de fotos, nos invita a cenar en un restaurante local que ha elegido cuidadosamente. Entre anécdotas y confidencias, la cena se convierte en el escenario perfecto para descubrir su mundo, lleno de pasión por la moda y su incansable labor filantrópica.

De pequeña viviste en Egipto hasta los seis años, ¿qué conexión sigues teniendo con el país? Es una conexión muy fuerte, es el país de mis sentidos. Cada vez que regreso siento una emoción casi animal, como si volviera a mis raíces. **¿Cómo ha influido vivir en diferentes países en tu vida y en lo que haces hoy?** Ha influido en todo. Me siento una mezcla de Egipto, Francia e Italia, culturas que han sido claves en mi vida. También lugares como Estados Unidos y México me marcaron profundamente, y siento que llevo algo de cada lugar conmigo. **Cuéntame sobre tu empresa social, ¿cómo empezó todo?** Todo comenzó después de la revolución en Egipto en 2011. Tenía algo de dinero de un contrato con Roberto Cavalli y decidí ir a Egipto, comprar una cámara y autoproducir un documental en el campo de Luxor. Un día, mientras filmábamos en una escuela, tuve una epifanía. Vi a los niños con ganas de aprender y a los profesores queriendo enseñar, pero sin los recursos o metodologías necesarias. Ahí supe que había algo que quería hacer, y así nació Funtasia. **¿Qué hace tu empresa social exactamente?** Trabaja en varios países, comenzando en Egipto y ahora en Italia, México, Arabia Saudita y Estados Unidos. Desarrollamos una metodología llamada *Funtasia*, que se basa en el aprendizaje experiencial, enseñando a los niños competencias de vida como la comunicación efectiva, la empatía, el trabajo en equipo y la gestión emocional. Estas habilidades son fundamentales para tener éxito en cualquier ámbito de la vida. **¿Cómo fue tu transición de modelo a actriz?** Comencé a modelar a los 14 años por una oportu-

nidad económica, ya que quería independencia financiera. Sin embargo, siempre tuve una relación conflictiva con la idea de ser solo "modelo". Poco después, personas de la industria me alentaron a explorar la actuación, y así fue como empecé. Grabé mi primera película a los 18 años, y desde entonces ambas carreras han ido de la mano. **En 2011 ya protagonizaste una portada de Marie Claire.** Lo recuerdo perfectamente. Fue una época increíble, había comenzado a trabajar con las marcas de lujo y mis películas empezaban a ganar reconocimiento. Estaba en un proceso de búsqueda personal y profesional. Fue un momento lleno de viajes, experiencias y descubrimientos. Pensar en todo lo que ha cambiado desde entonces me llena de gratitud. **¿Cómo ha evolucionado tu relación con la moda?** La moda siempre ha sido parte de mi vida, y estoy profundamente agradecida por todo lo que me ha dado. Sin embargo, hoy en día soy mucho más consciente de lo que compro y cómo se produce. Creo que debemos reflexionar sobre nuestro consumo y optar por productos que respeten el medioambiente y las personas que los fabrican. **¿Cuál es tu relación con Dior?** Es una casa icónica que ha sabido reinventarse constantemente. Admiro mucho el trabajo de Maria Grazia Chiuri, sobre todo su colaboración con artesanos locales de todo el mundo para crear colecciones que reflejan esa mezcla de tradición y modernidad. Dior sigue brillando con la misma intensidad, manteniendo su lugar como una de las marcas más relevantes. **¿Cómo compaginas tu vida profesional con ser madre?** Ser madre es un desafío, pero también una gran fuente de aprendizaje. Mis hijos me enseñan a diario, y aunque es difícil equilibrar todo, creo que es fundamental proteger momentos para uno mismo y para descansar. La clave está en la organización y en saber priorizar. ■




Elisa Sednaoui en la portada de Marie Claire España en 2011.



UN LUGAR FELIZ

EL ENCLAVE NATURAL ES TESTIGO DE LA UNIÓN ENTRE CUERO Y GUIPUR, VOLANTES Y BOTAS ALTAS. LOS TEJIDOS Y FORMAS DE LA COLECCIÓN CRUCERO 2025 DE LOUIS VUITTON, PRESENTADA EN EL PARK GÜELL, IMAGINAN UN ESTILO QUE JUEGA CON LA SOFISTICACIÓN Y EL EMPODERAMIENTO.

fotos **Rubén Vega** estilismo **Sandra Escriña**



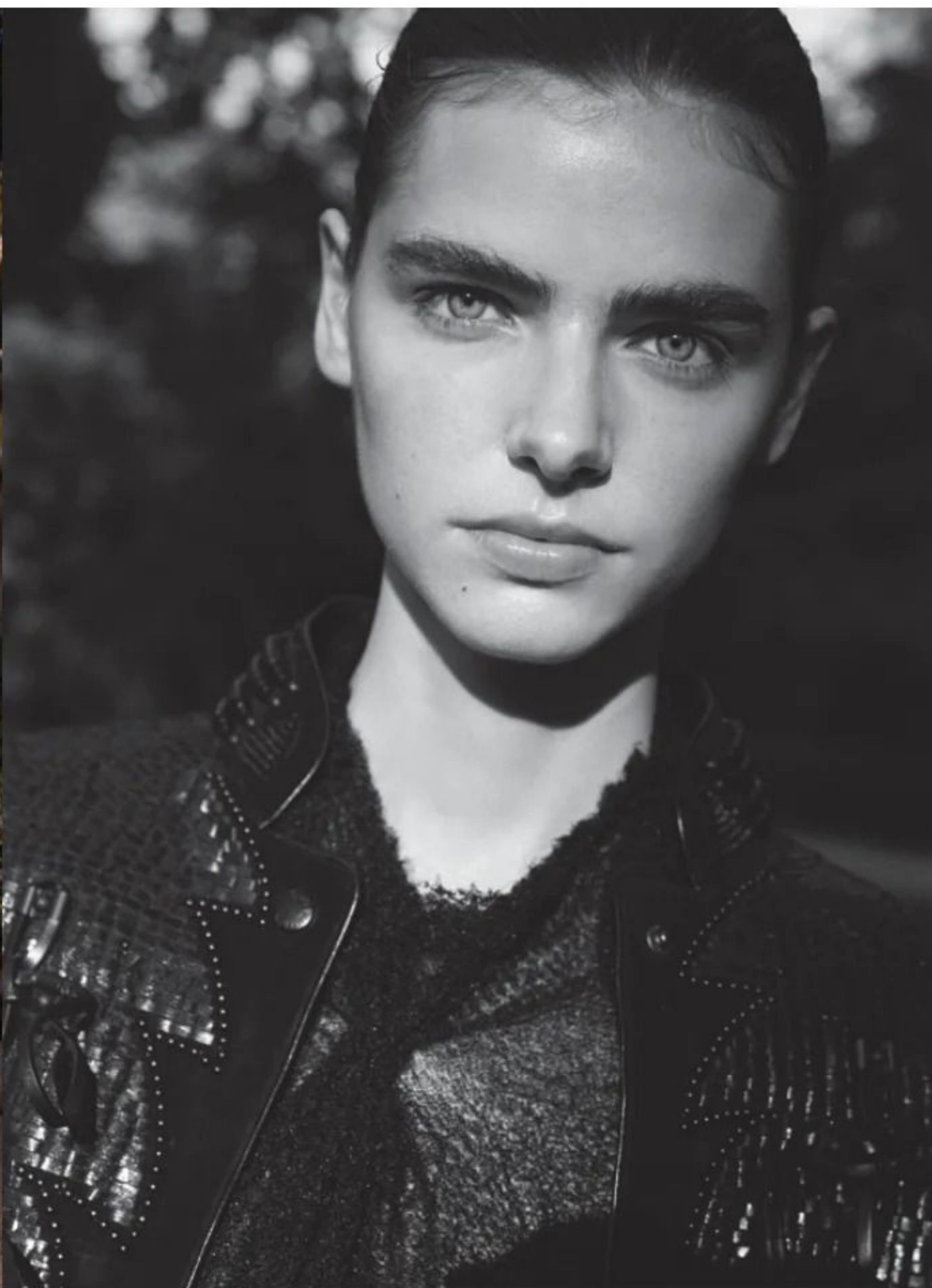
Vestido de punto
con lazo y flecos;
falda larga de
guipur, y bolso.

En la página
anterior: vestido
de guipur y botas.
Todo, de
Louis Vuitton.



JUANA I. DE CASTILLA

M. A. DE 1502



Vestido corto con volantes;
chaqueta *Gaúcho*, y cinturón.

En la página anterior: top estilo
bufanda y pantalón fluido.
Todo, de **Louis Vuitton**.



Chaqueta de cuero, bolso y botas.

En la página siguiente: mono
y bufanda de volantes y lunares.
Todo, de **Louis Vuitton**.







Vestido mini drapeado. Pendientes
Sculptural.

En la página anterior: top cruzado
estructura; falda volumen; chaqueta crop
de cuero, y cinturón y botines de cuero.
Todo, de **Louis Vuitton**.

Peluquería y maquillaje: Olga Holovanova.
Modelo: Maya Gunn (Next Management).
Asistente de fotografía: Mario Val.
Producción: Victoria Mouriño.

moda
novedades

x.com/byneontelegram

x.com/byneontelegram

x.com/byneontelegram

x.com/byneontelegram

x.com/byneontelegram

x.com/byneontelegram

x.com/byneontelegram

x.com/byneontelegram

x.com/byneontelegram

x.com/byneontelegram

x.com/byneontelegram

byneon
Neon147

byneon
Neon147

OBJETO
DE DESEO



Bolso de ante de la colección
Crucero 2024/25 de **Chanel** (5800 €).

FOTO: GEMA LÓPEZ.



TARTÁN ACTUAL

Este tejido nacido en Escocia se ha convertido en un clásico dentro del vestuario femenino. Esta temporada vuelve con fuerza en su vertiente más atrevida: junto a prendas y siluetas que le confieren un carácter contemporáneo.

por **Sandra Escriña**



CONSIGUE EL LOOK

1. Gabardina impermeable de corte amplio, de **Bimani** (225 €). 2. Gafas de sol con montura redonda, de **Mó x Silbon** (69 €). 3. Jersey con efecto degradado, de **Relish** (c.p.v.). 4. Bolso de piel trenzada color bronce, de **Pons Quintana** (285 €). 5. Pantalón en tejido tartán, de **AC by Alba Conde** (153 €). 6. Reloj *American Classic Ardmore Small*, de **Hamilton** (595 €). 7. Bailarina de piel brillante con punta fina, de **Ángel Alarcón** (99 €). 8. Anillo bañado en oro, de **CXC** (105 €).



Punto álgido

Los característicos cuadros que dan forma a este tejido suelen ir acompañados de colores propios de los meses otoño e invierno (burdeos, azul marino, verde caqui...), de ahí que sea clave ahora.

Más allá de faldas

Aunque históricamente el *kilt* –la falda tradicional escocesa– haya hecho que atribuyamos el tartán a esta prenda, son muchas las piezas las que se decoran con su distinción y elegancia.



Asumir riesgos

En el *street style* de ciudades como Londres o Milán observamos como su aura tradicional se mezcla con elementos más atrevidos, como prendas con maxiaberturas o *total looks* super llamativos.



Relevancia total

Por el carácter fuerte que aporta a los *looks*, las piezas de tartán suelen captar todo el protagonismo. Así que las prendas básicas en tonos neutros son buenas aliadas para lucirlo con estilo.





El verdadero lujo

CHARLAMOS CON PACO GONZÁLEZ, ARTESANO DE BOLSOS CON TALLER PROPIO EN MADRID Y CREADOR DE LA FIRMA **AMOREMIO**, QUIEN HA HECHO DE SU PASIÓN SU PROFESIÓN.

por **Celia Gijón**

Cómo empezaste en el mundo de la moda? Mis padres trabajaban en el sector, así que mi padre me metió en su empresa y me formé desde abajo. En 2009 salgo de allí y creo Amoremio (@amoreymio), mi empresa de bolsos. Aunque al principio estuve trabajando en otras cosas en paralelo, llega un momento que digo "se acabó" y monto mi taller. **¿Qué es lo que haces en la actualidad en tu taller?** Además de crear los bolsos y el resto de accesorios para mi firma, trabajo para marcas a las que les hago producciones o para mujeres particulares que quieren bolsos personalizados. **¿Cómo es el proceso de crear un bolso artesanal?** Lo primero que se hace es un boceto, un dibujo sobre papel. Después se crea un prototipo en piel sobre el que se realizan cambios. Cuando está bien según el gusto del cliente, se pasa a producirlo, todo a mano. Por último, se procede al remate final de los acabados, etc. En definitiva, mi trabajo es un poco de hormigueta dentro del taller: hacer las cosas despacito y bien. Te tiene que gustar esta profesión porque hay que dedicarle mucho tiempo y esfuerzo. Y a mí me encanta. **¿Crees que la gente está interesada ahora en lo artesanal?** A la gente le gusta mucho el 'hecho a mano'. En el caso de mis clientas, valoran que es un bolso que se ha hecho para ellas únicamente, y es un lujo el poder diseñar lo que quieran y como quieran. Cada cliente se merece su tiempo, su dedicación y el hacer las cosas con mucha calidad. ■



"El eslogan de Amoremio es 'handmade passion bag', y eso es lo que ofrezco: bolsos hechos a mano con mucha pasión, cariño, mimo y con muy buen material para diferenciarme de alguna manera", afirma Paco sobre las piezas de su marca, para la que ya está preparando una nueva colección.

«CREEMOS QUE LAS JOYAS TIENEN UNA MAGIA ÚNICA»

HABLAMOS CON LOS EXPERTOS DE PERODRI SOBRE LA INNOVACIÓN, EL MERCADO DE ALTA JOYERÍA Y EL FUTURO DE LA FIRMA.

por **Magdalena Fraj**



Imagen del taller. *Salvaje* es una de las colecciones más icónicas de entre todas las que conforman el universo Perodri, que cobra vida gracias al *savoir-faire*, la pasión y destreza de sus artesanos joyeros.

¿Qué valores de Perodri han sido claves para mantener el legado de la marca? El compromiso con la excelencia es algo intrínseco para nosotros. Perodri continúa abanderando la calidad y ese saber hacer único y puramente artesanal, algo que se traduce en piezas con los más perfectos acabados y el uso de la materia prima de primera calidad, siendo quizás del orden del 2 % los diamantes del mercado que cumplen con nuestros altos estándares. Esto ha contribuido a poder ofrecer a nuestros clientes una exclusividad real y honesta que va más allá de modas y tendencias, es más una cuestión de eternidad. Creemos que las joyas tienen una magia única, una cualidad etérea que trasciende la barrera de lo puramente material, y eso nos ha brindado la maravillosa oportunidad de formar parte, por ejemplo, de innumerables historias de amor y de acompañar a nuestros clientes en los momentos más importantes de su vida.

¿Cómo habéis logrado equilibrar la tradición familiar con las demandas del mercado actual? Perodri es una firma que no se guía solo por tendencias, sino por crear piezas eternas y únicas. Para garantizarlo, ha sido clave continuar poniendo en va-

lor el proceso artesanal y las técnicas tradicionales, sin dejar de lado las demandas de un entorno tan cambiante. Nuestros diseños pretenden ser atemporales y siempre actuales. **¿Cuál ha sido el mayor desafío de este negocio familiar y cómo lo habéis superado?** Mantener nuestra esencia atemporal y el compromiso con la tradición en un mercado tan cambiante. La clave ha sido mantenernos fieles a nuestro legado. Esa propuesta de valor única que basa su razón de ser en una calidad artesanal impecable, el diseño atemporal y la oferta de piezas personalizadas y exclusivas. Nuestros expertos artesanos continúan creando cada pieza con atención al detalle y vertiendo toda nuestra experiencia y amor por el oficio para dotarles de vida, de un todo, de un carácter único y excepcional. Eso, junto a la transformación digital que llevamos años acometiendo, nos ha permitido destacar entre un público que valora, por encima de todo, la autenticidad y el lujo más honesto. **¿Qué papel juega la innovación en una marca con tanta historia como Perodri?** Nos aproximamos a la innovación desde un enfoque integral, tanto en nuestros diseños como en la experiencia de compra, pasando por la manera en la que nos relacionamos con nuestros clientes. Los eventos exclusivos que realizamos nos permiten vivir experiencias memorables con ellos para poder conectar de una forma nueva y auténtica. Esto es, generar una comunidad en torno a la marca y que se sientan como lo que son de verdad: parte de la familia Perodri. Además, intentamos incorporar todas las herramientas tecnológicas que nos permiten afrontar los distintos retos que se nos van presentando. En cuanto al diseño, cada una de nuestras joyas es resultado de nuestro compromiso con la innovación, la creatividad y la exclusividad. A través de nuestras creaciones, combinamos la tradición con vanguardismo y contemporaneidad. En otras palabras, las joyas de Perodri cuentan toda una historia de amor por el arte, por la simbiosis más perfecta entre el tradicional saber hacer y los diseños más innovadores, pues no nos basamos únicamente en las tendencias. **¿Qué visión tenéis para el futuro de Perodri?** Nuestro objetivo es continuar expandiendo nuestra marca sin comprometer el legado familiar ni nuestros cuatro pilares: artesanía, calidad, tradición y excelencia. Queremos explorar nuevas oportunidades de expansión digital que nos permitan llegar a una audiencia más global. Todo ello sin dejar de lado lo más importante: seguir creando cada pieza con pasión para dar vida a las historias más eternas, con las que ser testigos silenciosos de los momentos importantes y de las emociones más profundas. ■

especial joyas

UN OCÉANO DE CREATIVIDAD

Inspirada en el poderoso tridente del mitológico dios marino Poseidón, los diseños de la colección *Tiffany Titan by Pharrell Williams* desafían los convencionalismos de la joyería de lujo.

La modelo lleva pendientes, anillo y pulsera *Tiffany Titan by Pharrell Williams* de oro y perlas de agua dulce.



82 EN BUSCA DEL TESORO

Descubre las piezas de joyería más exclusivas.

90 GEOMETRÍA DEL BRILLO

La colección 'Ice Cube' de Chopard recupera el paradigma minimalista.

96 LA BELLEZA DEL 'SAVOIR-FAIRE'

Las creaciones de Cartier nacen en este lugar idílico de Suiza.

Bulgari

Pulsera Bulgari
Tubogas en
oro amarillo
de 18 quilates
engastada
con pavé de
diamantes
(15 000 €).



entre hojas de otoño

ESTA TEMPORADA FUNCIONA COMO EL
PERFECTO TELÓN DE FONDO PARA LAS
JOYAS MÁS EXCLUSIVAS.

realización **María Somonte**

Dior Joaillerie

Anillo *Rose Bagatelle*
de oro amarillo y
diamantes blancos
(c.p.v.).





Van Cleef &
Arpels

Bailarina de la
colección *Bouton
d'Or* en oro
amarillo
diamantes,
turquesa y
lapislázuli.



Chopard

Pendientes de la colección *Precious Lace* de oro rosa de 18 quilates engastados con diamantes talla pera y talla brillante (c.p.v.).



Chaumet

Collar *Bee My Love*, que reúne desde el oro pulido a espejo y el engaste de seis granos hasta la geometría impecable y la emblemática *Taille Impératrice* (c.p.v.).



Chanel

Pendientes
Sweater de la
colección *Sport*
en oro blanco,
oro amarillo,
diamantes, zafiros
y laca roja (c.p.v.).

TIEMPO PARA EL FRÍO

EN NOVIEMBRE YA SON NOTABLES LAS BAJADAS DE LAS TEMPERATURAS, Y ES AQUÍ CUANDO ENTRAN EN ACCIÓN **ESOS TEJIDOS CÁLIDOS Y CONFORTABLES** QUE ABRAZAN PRENDAS DE ABRIGO, CALZADO Y ACCESORIOS COMO BOLSOS.

por **Celia Gijón**



1. AL AIRE LIBRE. *Revolution* es la colección de alta gama que ha creado Yosuke Aizawa, fundador de White Mountaineering, para **Colmar**. Sus prendas, que homenajean a la montaña, mezclan un enfoque técnico y funcional con un estilo elegante.

2. COMPLETA RENOVACIÓN. La tienda insignia de **Emporio Armani** en Milán reabre sus puertas tras actualizar su espacio para reflejar las exigencias actuales. Las pantallas LED o la apertura total de los escaparates, que acentúan el diálogo entre el interior y el exterior, son algunas de las innovaciones.

3. UN ADELANTO NAVIDEÑO. **Loewe** celebra esta próxima temporada festiva con *Holidays*, una colección creada junto al dúo de ceramistas Suna Fujita. Estos han diseñado originales ilustraciones de paisajes oníricos infantiles para decorar prendas *prêt-à-porter*, bolsos y otros accesorios de la firma.

4. LA RUTA DE LA SEDA ha sido la inspiración de la colaboración **Antik Batik x Cabana Magazine**. En ella se ha combinado la artesanía tradicional india con elementos de diseño contemporáneo para crear seis piezas ricas en estampados y texturas.

5. SÍMBOLOS DE TRANSFORMACIÓN. La colección de Alta Joyería de **PDPAOLA** junto a la artista multidisciplinar Valeria Vasi explora la naturaleza cíclica de la vida, simbolizada mediante espirales. Los dos anillos de diamantes de laboratorio de 0,2 a 0,5 quilates que la conforman son prueba de ello.



6. MADE IN ITALY. Pinko es fiel a su ADN patrio al escoger a una supermodelo italiana, Mariacarla Boscono, como rostro de su campaña de otoño-invierno 24-25 Always Pazzesco. Esta invita a abrazar una perfecta imperfección a través de estilos diversos.

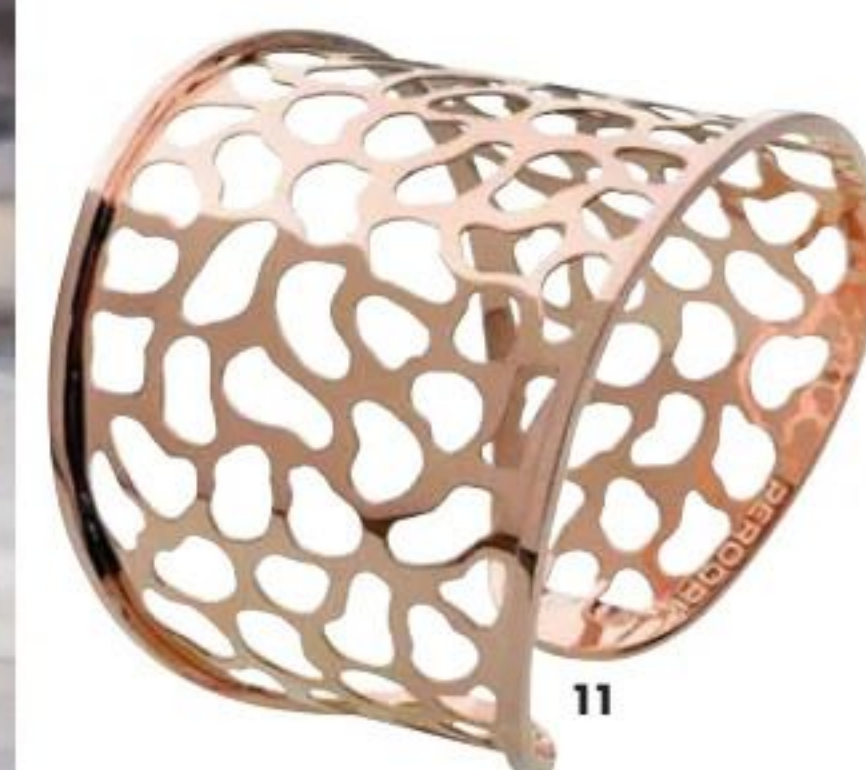
7. DE PELUCHE. La temporada invernal se acerca y Celine se prepara con piezas en tejidos cálidos y suaves, como el conocido "borreguito". Este bolso *Teen Lola* de vellón lo corrobora.

8. DISRUPTIVA Y ECLÉCTICA. Así es la colección de **Gioseppe x María Escoté**: una propuesta limitada de ocho piezas protagonizada por *sneakers* multicolor o botas *cowboy* con un toque rockero.

9. SER AUTÉNTICO. Es el lema de *Undressed*, la campaña de **Roberto Verino** para la temporada FW24. Las prendas que la conforman transmiten elegancia sencilla y lujo discreto gracias a tejidos de calidad, tonos neutros y piezas de sastrería.

10. BODA ATREVIDA. La colección de novia 2025 **Vera Wang Bride x Pronovias** sorprenderá a las mujeres que busquen arriesgar en su gran día. La esencia de Vera se refleja en corsés ceñidos, volúmenes esculturales o en atrevidos vestidos en color negro.

11. PLURALIDAD. En **Perodri Joyeros** tienen un sinfín de propuestas pensadas para cada persona. Por ejemplo, su colección *Safari* tiene joyas vanguardistas, como esta pulsera de oro rosa, que emulan la tan en tendencia corriente *animal print*. ■





Pendientes en oro rosa
ético de 18 quilates con
diamantes; colgante
en oro rosa ético de
18 quilates y diamantes
en el centro y anillo en
oro rosa ético de 18
quilates con diamantes
engastados. Todo, de la
colección *Ice Cube* de
Chopard.

RAYO DE LUZ

PERCEPTIBLE POR EL MUNDO A PRIMERA VISTA, LA BELLEZA ES UN FACTOR SUBJETIVO QUE A PESAR DE SER SUSTENTADA POR SU APARIENCIA, VA MÁS ALLÁ DE LO SUPERFICIAL. CADA PERSONA U OBJETO ESCONDE UNA GRAN HISTORIA CREADA A PARTIR DE PEQUEÑOS PROCESOS QUE SE TRANSFORMAN EN PARTÍCULAS DE UN TODO PARA CONCEBIR LA MAGIA DEL SER. A TRAVÉS DE LA BÚSQUEDA DE CREAR LUJO RESPONSABLE, LA MARCA CHOPARD SE CONVIERTE EN EL EJEMPLO IDEAL DEL NACIMIENTO DEL ENCANTO ETERNO. ESTA MARCA SUIZA LOGRA SORPRENDER CON SUS JOYAS QUE SUPERAN EL ESTATUS DE ADORNOS PARA TRANSFORMARSE EN PEQUEÑOS TESOROS, TAL COMO SU ÚLTIMA COLECCIÓN 'ICE CUBE'. BASADOS EN LOS VOLÚMENES DEL CUBO Y MEDIANTE UNA ESTÉTICA MINIMALISTA, SURGEN ESTAS PIEZAS VERSÁTILES Y ANDRÓGINAS QUE JUEGAN CON LAS CONVENCIONES DE LA JOYERÍA. UNA GEOMETRÍA PERFECTA QUE AHORA RELUCE EN UN BAILE DONDE CADA MOVIMIENTO SE CONJUGA CON LA SILUETA ETÉREA DE LA MUJER AL BRILLAR CON EL MÁS TÍMIDO RAYO DE LUZ.

fotos **Mauricio Sánchez**
realización **Sergio Valenzuela**



Pendientes en oro rosa ético de 18 quilates; anillo en oro rosa ético de 18 quilates y diamantes en el centro; anillo en oro rosa ético de 18 quilates y 4 diamantes en el centro; anillo en oro rosa ético de 18 quilates y diamantes en el centro. Todo, de la colección *Ice Cube* de **Chopard**.



Pendientes en oro blanco ético de 18 quilates con diamantes; colgante en oro blanco ético de 18 quilates; colgante en oro blanco ético de 18 quilates con diamantes en el centro. Todo, de la colección *Ice Cube* de **Chopard**.



Anillo en oro rosa ético de 18 quilates y diamantes en el centro; anillo en oro rosa ético de 18 quilates y 4 diamantes en el centro; anillo en oro rosa ético de 18 quilates y diamantes en el centro. Todo, de la colección *Ice Cube* de **Chopard**.



Pendientes en oro blanco ético de 18 quilates con diamantes; colgante en oro blanco ético de 18 quilates; anillo en oro blanco ético de 18 quilates y diamantes en el centro; anillo en oro blanco ético de 18 quilates y diamantes en los laterales. Todo, de la colección *Ice Cube* de **Chopard**.

A close-up photograph of a person's mouth, showing their lips and a large, ornate ring placed in the center. The ring is made of rose gold and features a central channel set with diamonds. The person's skin is fair, and their lips are a soft pink color. The background is a plain, light color.

Anillo en oro rosa ético de 18 quilates y diamantes en el centro de la colección *Ice Cube* de **Chopard**.

Fotos: Mauricio Sánchez @losquien. Maquillaje y peluquería: Ana E. Uribe @bl_artists. Modelo: Izabel @mzagency. Asistente de moda: Michelle Ortiz. Asistente de fotografía: Daniel Nuhar. Asistentes de maquillaje y peluquería: Jaqueline y Abril Ramírez @bl_artists. Producción: Tony Giron.

EN BUSCA DE LA BELLEZA

LA 'MAISON DES MÉTIERS D'ART' ENCARNA EL DESEO DE CARTIER DE TEJER VÍNCULOS ENTRE EL PATRIMONIO Y LA TECNOLOGÍA MÁS AVANZADA.

por **Alba Pastor**



UNA GRANJA DEL SIGLO XVII

En 2011, Cartier adquirió esta granja de estilo bernés con la ambición de transformarla en un centro de innovación creativa.



En un lugar privilegiado del Cantón de Neuchâtel, en la ciudad de La Chaux-de-Fonds, se sitúa la *Maison des Métiers d'Art*, un espacio único creado para conservar la belleza que inspira las creaciones de Cartier. El entorno en el que se crean estas piezas no se ha elegido por casualidad. La Chaux-de-Fonds goza de gran renombre gracias a una amplia tradición relojera y a su rica vida cultural, convirtiéndola en el enclave idóneo para favorecer la unión entre artesanía e innovación. En 2011, la *Maison* de Alta Joyería adquirió una granja de estilo bernés del siglo XVII con la ambición de transformarla en un centro de innovación creativa, apoyándose en un patrimonio de tradiciones y *savoir-faire*. Sería en 2014 cuando se materializó finalmente la magia de este espacio para compartir, preservar e innovar la sabiduría de los maestros artesanos.

UNIÓN ENTRE RELOJERÍA Y JOYERÍA

En los albores de su origen, la historia de Cartier se funda sobre los pilares de la tradición joyera en 1847. Sin embargo, la relojería se impuso a partir de 1853. A lo largo del tiempo, estos dos universos han evolucionado a través de una sinergia que ha forjado la singularidad de la *Maison*, que permite la feliz convivencia entre joyería y relojería. El trabajo del metal se lleva a cabo bajo la dirección del joyero, quien es también escultor y arquitecto de la joya. Por otro lado, el engaste y el pulido están al servicio de la precisión relojera. Esta organización propicia el encuentro entre relojería y joyería a través de un *savoir-faire* poco común que alumbra las creaciones más sofisticadas de la *Casa* de Alta Joyería. El diálogo entre todos los actores del ecosistema constituye el valor diferencial en la historia de Cartier. En la actualidad, la *Maison des Métiers d'Art* se dedica específicamente al desarrollo y producción de colecciones de relojes de prestigio, basadas en una combinación única y apasionante de *Métiers d'Art*, joyería y tradición relojera. Esta visión pionera se basa tanto en el respeto a las

prácticas históricas como en el deseo de establecer un vínculo entre estos oficios especializados. "Este lugar posee un espíritu único: preservar y transmitir oficios artísticos a menudo olvidados o poco practicados en el marco de una dinámica en la que la innovación ocupa el lugar que le corresponde. Estamos convencidos de que este diálogo entre tradición y modernidad es lo que permitirá que los oficios artísticos resistan al paso del tiempo y sigan siendo un patrimonio más vivo que nunca", afirma Karim Drici, director industrial de Cartier.

PRESERVAR

Los oficios artísticos suelen transmitirse de generación en generación a través de la oralidad. Estas tradiciones corren el riesgo de desaparecer con el tiempo ante la amenaza de la pérdida de los oficios artesanales. El desarrollo de estas especialidades y su conservación permite imaginar nuevas estéticas basadas en la investigación y la sabiduría ancestral. La *Maison des Métiers d'Art* de La Chaux-de-Fonds reúne actualmente oficios adaptados al mundo infinitamente pequeño de la relojería; oficios que han evolucionado con el tiempo y que desarrollan nuevos enfoques, basados en la experiencia de los maestros. La *Maison* protege y desarrolla este patrimonio humano y técnico en este lugar excepcional. Para mantener esa labor de conservación, Cartier también cuenta con las Manufacturas de Relojería Cartier. Estas se encuentran repartidas en cinco sedes en Suiza. En el cantón de Neuchâtel se ubican la Manufactura de La Chaux-de-Fonds y la Manufactura de Couvet; en el cantón de Jura, la Manufactura de Glovelier, y en el cantón de Friburgo, la Manufactura de Villars-sur-Glâne. Una red única con más de 1500 empleados de veinte nacionalidades distintas que representan más de 120 oficios. Los conocimientos artesanos pueden dividirse en tres grandes familias: el arte del fuego, el arte del metal y el arte de la composición. En La Chaux-de-Fonds, el artesano esmaltador domina las técnicas tradicionales,



PASADO, PRESENTE Y FUTURO

El volumen y la forma del edificio original han sido preservados, así como el uso de la cal en las fachadas, un elemento típico de la región.





EL ARTE DEL METAL

Estas cuentas se colocan una a una en motivos en contrarrelieve y a continuación se sueldan por fusión con láser. El granulado de esmalte combina el arte del granulado etrusco con el esmaltado.

como el esmalte tabicado, excavado, fenestrado o grisalla, pero también las técnicas que la *Maison des Métiers d'Art* ha desarrollado o recuperado, como el esmalte con pasta de oro, de filigrana o granulado, que se diferencia de las demás técnicas de esmaltado porque las cuentas se crean con un soplete y no con un horno. El término "arte del fuego" abarca todas las técnicas en torno al trabajo del esmalte, especialidades que están en constante evolución, ya sea mediante la mejora de los *savoir-faire* tradicionales o gracias a las innovaciones recientes. Un ejemplo de esta conservación es el esmalte grisalla, una técnica inspirada en la experiencia de los monjes benedictinos. Por otro lado, el arte del metal forma parte del oficio fundador de Cartier: la joyería. La filigrana de oro, el granulado de oro o el grabado forman parte del repertorio de conocimientos de la *Maison*, que ahora perfeccionan las nuevas generaciones de artesanos. El granulado es uno de los *savoir-faire* tradicionales trabajados y perpetuados por Cartier desde 2013, mientras que la filigrana, introducida en 2015, es una técnica de orfebrería que Cartier emplea adaptando esta práctica a las dimensiones de las cajas de los relojes. Por último, en la *Maison des Métiers d'Art*, el arte de la composición es el talento de ensamblar distintos materiales, como madera, paja o pétalos de rosa, en el espacio de la esfera de un reloj. La marquetería es la habilidad de ensamblar elementos diminutos de madera, paja u otros materiales, de diferentes tonos y formas, para reproducir un diseño preciso. El trabajo requiere un gran esfuerzo por parte del equipo experto, el cual trabaja como un conjunto de engranajes para que las piezas ofrecidas a los clientes cumplan con los valores de Cartier. Para crear una esfera de marquetería son necesarias en torno a 50 horas de trabajo, mientras que para reproducir el diseño ideado por su creador se necesitan una media de 200 elementos de paja o madera, dependiendo del motivo y los colores. La destreza y la precisión de los gestos de los artesanos garantizan el éxito de la *Maison*.

INNOVAR

En Cartier, la innovación es fruto de los intercambios entre tradición y modernidad, y surge del trabajo constante entre artesanos e ingenieros. La búsqueda de innovación y el *savoir-faire* único de la *Maison* Cartier atienden a un objetivo común: la exigencia creativa. Se basa en una dinámica especial que permite combinar las tecnologías más avanzadas con un *savoir-faire* artesanal único. Este acercamiento, llevado a un altísimo nivel de experiencia, permite la creación de relojes joya que ponen la técnica al servicio del estilo y la estética. En el corazón de la *Maison des Métiers d'Art*, un estudio de trabajo reúne a un

equipo de ingenieros, expertos y técnicos cuyas investigaciones dan lugar a creaciones sorprendentes. En 1904, la *Maison* creó el primer reloj de pulsera moderno diseñado para ser llevado en la muñeca. Desde entonces, se han presentado más de 100 patentes, y la *Maison* registra nuevas regularmente. Estas innovaciones convergen con las expectativas y los valores de sus clientes. A su vez, la innovación de Cartier aspira a la preservación del medioambiente a través de diseños ecológicos, aprovisionamiento de materias primas y componentes respetuosos con el medioambiente y mejoras de las infraestructuras para minimizar los impactos en términos de calentamiento global y contaminación. Los trabajadores de las Manufacturas cuidan a sus colaboradores y garantizan su bienestar a diario. Además, y esto es parte del ADN de la *Maison*, las Manufacturas emplean a personas de numerosas nacionalidades y garantizan que todos tengan las mismas oportunidades, independientemente de su origen, género, edad o situación personal. En el marco del concepto MACH 4.0, la Manufactura ha puesto en marcha un proyecto industrial destinado a construir la Manufactura del mañana y a anticipar la evolución de los oficios relojeros con el proyecto *Manufacturing Lab*, de Couvet, que permite probar nuevas iniciativas y tecnologías digitales.

TRANSMITIR

La transmisión de estos oficios, cuya enseñanza se realiza de maestro a aprendiz, a través de la experiencia y generalmente de manera oral, es la principal preocupación de la *Maison des Métiers d'Art*. Con este fin, Cartier fomenta los vínculos con escuelas cercanas de Suiza y Francia. En 1993, para contribuir a la formación de los relojeros del mañana, la *Maison* inauguró en Couvet (Suiza) un Instituto de Relojería que acoge desde entonces a aprendices y artesanos de las Manufacturas Cartier para brindarles formación en los oficios relojeros y mecánicos. Actualmente, este centro pionero es un referente en materia de investigación y apoyo a los talentos relojeros del mañana. Cada año, entre 150 y 200 empleados reciben allí una formación. La *Maison des Métiers d'Art* trabaja en colaboración con diversos centros de formación de Francia y Suiza en torno al engaste, la joyería y la relojería. Es el caso, por ejemplo, de la escuela de esmaltado del campus Richemont y del Institut Horlogerie Cartier (IHC), el cual forma aprendices en los distintos oficios de relojería, mecánica y microtécnica. Para conservar esa tradición, los aprendices del IHC se incorporan a la *Maison des Métiers d'Art* con el propósito de convertirse en maestros de la excelencia. ■



JOYAS AL DETALLE

A la izquierda y arriba: el resultado de un diseño innovador y completamente inédito, basado en un entramado cuadrículado compuesto por mallas de oro con pavé y diamantes. En la imagen de abajo: las creaciones de la *Maison des Métiers d'Art*.



LUZ POR EL DÍA

LOS ESTILISMOS CASUALES Y DESENFADADOS PARA DIARIO SE ELEVAN CON LA LUMINOSIDAD QUE DESPRENDEN LAS JOYAS DORADAS CUANDO EL SOL INCIDE SOBRE ELLAS.

por **Sandra Escriña**

1



2



3



CHLOÉ

4



5



6



7



8



1. Bota mosquetera negra, de **Guess** (230 €). 2. Reloj digital de acero inoxidable, de **Tous** (279 €). 3. Chaqueta corta tipo gabardina, de **C&A** (45,99 €). 4. Gafas de sol con montura cuadrada, de **Tous** (179 €). 5. Collar *Iconica*, de **Pomellato** (30 000 €). 6. Pendientes en oro de 18 quilates, de **José Luis Joyerías** (299 €). 7. Anillo, de **Luxenter** (c.p.v.). 8. Bolso en color nogal, de **Visonà** (478 €).

TALLADA EN HIELO

BIJOU BRIGITTE ACCESORIZA LOS DÍAS DE FRÍO CON 'ICY GLAMOUR', SU PROPUESTA ENFOCADA AL INVIERNO.

Una de las características principales de esta firma de bisutería y complementos es la versatilidad, la capacidad de adaptarse a diferentes situaciones y momentos. Por ejemplo, ahora que cada vez tenemos más cerca el invierno, Bijou Brigitte se aventura a lanzar una colección que encaja con la estética de esta estación. Sus bajas temperaturas típicas se materializan en *Icy Glamour*: una propuesta que se presenta como un cóctel helado donde los cubitos de hielo estilizados son las estrellas enigmáticas. Estos se representan en collares o pulseras repletos de piezas que los simulan, sobre todo a través de grandes bolas que juegan con la luz y que se tiñen, en su mayoría, de una paleta de colores azules. También en sintonía con este concepto de *glamour* helado que propone la firma, encontramos grandes piedras facetadas que parecen recién talladas en hielo para adornar anillos, pendientes y demás accesorios de su colección más invernal. ■



BRILLO POR DOQUIER

El strass blanco dota de brillo y *glamour* a pendientes que emulan una cascada de cristales o a anillos coronados con piedras azules.



CUBITOS DE HIELO

En estas piezas que los emulan los tonos azules polifacéticos se combinan con el gris y el púrpura suave para crear puntos de luz en collares, pulseras y demás joyas.



DE PERLAS

Su estilo clásico y elegante se une a elementos en tendencia, como la flor de tela en color azul hielo que envuelve este *choker* de tres hileras de cuentas.



EN MODO 'COMFY'

Además de bisutería, en *Icy Glamour* los materiales cálidos y suaves en tonos crudos abrazan bolsos de "borreguito" o pinzas para el pelo estilo osito de peluche.

BRILLO DE NOCHE

AL SALIR LA LUNA, LOS 'OUTFITS' ADOPTAN UNA VERTIENTE MÁS ELEGANTE Y ARREGLADA GRACIAS A DESTELLOS DE PIEDRAS PRECIOSAS Y OTRAS PIEZAS DE JOYERÍA QUE ILUMINAN POR SUS MATERIALES.

1



2



3



4



5



6



7



8



1. Gafas con montura negra, de **Mr. Boho** (99 €). 2. Pantalón de cuadros, de **Mus&Bombon** (89,90 €). 3. Mocasines con piel metalizada, de **Pitillos** (79,95 €). 4. Anillo de plata, de **Platonic** (290 €). 5. Pajarita con brillos, de **Weekend Max Mara** (85 €). 6. Bolso curvado, de **Lupo** (499 €). 7. Guantes largos de cuero, de **Soeur** (185 €). 8. Reloj *Portugieser Tourbillon*, de **IWC Schaffhausen** (87 500 €).

LA ELEGANCIA MÁS ATREVIDA

JOSÉ LUIS JOYERÍAS REDEFINE LA JOYERÍA CONTEMPORÁNEA CON SU COLECCIÓN 'ROCK & GRUNGE': UNA MEZCLA PERFECTA ENTRE REBELDÍA Y SOFISTICACIÓN.



Desde su creación en 1973, en José Luis Joyerías siempre han apostado por una amplia variedad de diseños. En su diversa colección cuentan con joyas atemporales y con esas piezas de última tendencia, e incluso con opciones que fusionan ambos conceptos y que están más presentes que nunca en esta temporada. Desde esta firma de joyería con más de 50 años de historia, quieren reivindicar que la elegancia no tiene por qué ser clásica o aburrida, más bien que puede abrazar diferentes estilos. Incluso los más rebeldes e irreverentes. Por eso, en este otoño/invierno, redefinen la sofisticación mediante una propuesta de lo más audaz.

JOYAS SOFISTICADAS CON UN PUNTO DE REBELDÍA

Así se podría definir en términos generales Rock & Grunge, su más novedosa colección para esta temporada. Haciendo claras referencias a las estéticas y las épocas doradas de estos estilos tan atrevidos que triunfaron a partir de la segunda mitad del siglo XX, sus joyas se visten con un aire dramático y energético que domina su propuesta para los próximos meses. A la vez que marcan este punto rebelde y arriesgado, su intención es que sean piezas elegantes y versátiles para llevar del día a la noche, de ahí que utilicen piedras brillantes, plata de ley y otros materiales de calidad que los caracterizan. ■

LOS ESENCIALES DE LA COLECCIÓN ROCK & GRUNGE



CADENAS Y CRUCES

La atención se sitúa en la zona del cuello gracias a collares que se decoran con eslabones atrevidos y piedras en pavé. En su búsqueda de la versatilidad, José Luis Joyerías apuesta fuertemente por las cruces, que además reflejan a la perfección esta tendencia que mezcla lo atemporal con lo audaz.



PENDIENTES Y PIERCINGS

Esta nueva modernidad de la que quiere hacer alarde la marca es visible en estas piezas. Por sus motivos o sus formas está presente esa rebeldía que caracteriza al estilo grunge. Y, a su vez, la plata de ley lisa o con acabados de piedras brillantes añaden sofisticación para lucir un estilismo de alto impacto.



ANILLOS Y PULSERAS

En los anillos, el brillo vuelve a ser estrella por la elección de superficies ultra pulidas que, por ejemplo, les confieren un contraste seductor a los looks más oscuros. Mientras que la atemporalidad vuelve a ser protagonista en pulseras de eslabones, que aportan un estilo lujoso y sin esfuerzo.



LA BUENA SUERTE

LA COLECCIÓN 'ALHAMBRA' DE
VAN CLEEF & ARPELS CONTINÚA
APOSTANDO POR LA BELLEZA
Y SU 'SAVOIR-FAIRE' JOYERO CON
NUEVAS CREACIONES.

por **Clara Narváez**

La icónica colección *Alhambra* de Van Cleef & Arpels se renueva con la incorporación del elegante oro amarillo guilloché y los delicados tonos del ágata azul a sus nuevas piezas. Para acentuar el brillo resultante de la combinación del motivo guilloché y el ágata azul, un contorno perlado, característico del estilo Van Cleef & Arpels, remata cada motivo en forma de trébol de cuatro hojas. Su reloj *Sweet Alhambra* cobra vida a través de quince pasos consecutivos, entre los cuales se incluyen una estricta selección de la piedra en bruto, un meticuloso maridaje de materiales, el engaste de la gema y el revestimiento del movimiento y la esfera. ■

«USO MIS PROPIAS JOYAS Y PIENSO EN LO QUE LAS MUJERES NECESITAN»

PARA **VALÉRIE MESSIKA**,
FUNDADORA Y DIRECTORA
ARTÍSTICA DE LA MAISON, UNA JOYA
DE DIAMANTES ES UNA CREACIÓN
DE MODA REVELADORA.

por **Magdalena Fraj**

Valérie Messika nos recibe en las nuevas oficinas de la firma, en París, justo antes de su desfile durante la Semana de la Moda. Hablamos con ella sobre diamantes y mucho más.

Has construido una marca de joyería icónica. ¿En qué momento supiste que Messika se convertiría en un actor importante en la industria del lujo? Me di cuenta cuando empecé a ver la marca en todas las revistas y, a veces, en las alfombras rojas. La gente demandaba Messika como un referente en la alta joyería que ofrecía una propuesta nueva. Uno de los momentos más emocionantes fue el primer desfile que hice con Kate Moss hace cuatro años. Supuso una oportunidad para mostrar al mundo cómo entendemos y hacemos la joyería de diamantes, de una manera diferente. **Los diamantes son el centro de tus creaciones. ¿Qué te atrae de esta piedra en particular y cómo innovas con ella?** Nací rodeada de diamantes gracias a mi padre. Cuando comencé, mi idea era ofrecer una nueva propuesta porque la joyería de diamantes parecía exclusiva y sacralizada. Quise aportar accesibilidad y modernidad, haciendo que el diamante brillara directamente sobre la piel. Así nació mi línea, con la que siempre busco rendir homenaje al diamante, desde las piezas más pequeñas hasta las más complejas. **Messika es conocida por sus diseños contemporáneos. ¿Cómo logras equilibrar la elegancia atemporal con las tendencias modernas?** Para mí es fácil. El diamante es una piedra atemporal. Mi ejecución minimalista, respetando la 'chispa' de los diamantes, aporta modernidad. Al mismo tiempo, quiero reinterpretar una elegancia clásica. Por ejemplo, en mi próxima colección hay un collar de diamantes ovalados que, aunque moderno, resulta atemporal, eterno: lo puedes usar hoy o dentro de diez años y seguirá siendo relevante. **Has colaborado con nombres increíbles en el mundo de la moda. ¿Qué buscas en un colaborador y cómo inspiran tus diseños estas acciones?** Messika ha tenido la suerte de que la llevaran mujeres poderosas como Beyoncé y Rihanna. Además de ser cantantes, son también prescriptoras de tendencias en el mundo de la moda. Cuando usan color, marcan una tendencia. Me encanta que estas mujeres tan audaces lleven mis joyas, porque transmiten el mensaje de feminidad empoderada que representa Messika. **La sostenibilidad es cada vez más importante en el lujo. ¿Cómo aborda Messika el abastecimiento ético y las prácticas responsables?** El abastecimiento es fundamental para mí. Mi padre es una figura clave en la industria del diamante y está muy involucrado en la trazabilidad. Tenemos una línea de diamantes 100 % trazables y no trabajamos con ninguna piedra sin certificación. Además, todo nuestro oro es reciclado. **Como mujer al frente de una marca global de lujo, ¿qué desafíos has enfrentado y cómo los has superado?** He tenido suerte, nunca he sentido que ser mujer sea una debilidad. Creo que el éxito de Messika se debe, en parte, a que hay una mujer detrás. Yo uso mis propias joyas y pienso en lo que las mujeres necesitan: comodidad, versatilidad, piezas transformables. Siempre he sentido que ser mujer es una fortaleza en esta industria. ■



En la imagen, el collar *Diamond Frequencies* presentado en el último desfile de Messika en París.



1

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

0 avaras al código QR



EL BRILLO OTONAL

Los clásicos nunca fallan y en las tiendas de Time Road los encontrarás todos. Desde relojes joya clásicos hasta formas que son tendencia, como los pendientes gota. Aprovecha que el Black Friday está a la vuelta de la esquina para regalarte la joya perfecta de este otoño —y de todo el año—.



2



3



4

1. Reloj F20680/1 (139,00 €). 2. Collar LS2333-1/2 (34,90 €). 3. Pulsera LS2340-2/2 (29,90 €). 4. Pendientes LS2428-4/2 (24,90 €).

REALIZACIÓN: MARÍA SOMONTE.

belleza



EL BRILLO DEL FUTURO

Con una fusión de estilos, culturas y perspectivas, las maquilladoras de Chanel Cécile Paravina, Ammy Drammeh y Valentina Li están listas para redefinir los estándares de la belleza.

Ocres, verdes y violetas de *Les 4 Ombres*, n° 394 *Divination*, de Chanel.

108 NUEVAS MAQUILLADORAS

Las creadoras Cécile Paravina, Ammy Drammeh y Valentina Li, de Chanel.

118 MARTA SIERRA

Arcoíris magnético.

126 PIEL ON FIRE

Combate el envejecimiento atacando a la inflamación.



**TRATAMIENTO
DE BELLEZA**

Cécile Paravina para Chanel, con *Les Tarots de Chanel Lavender Exclusive Creation*, para la base; *Les 4 Ombres 394 Divination* y *Ombre Essentielle 224 Blé d'Or Antique*, para los ojos; y *Rouge Allure Liquid Velvet 212 Stupéfiante* y *214 Bouleversante*, para los labios.

POLVOS EN EL FIRMAMENTO

EN EL MUNDO DE LA BELLEZA, TRES NOMBRES ESTÁN LLAMADOS A BRILLAR CON LUZ PROPIA: CÉCILE PARAVINA, AMMY DRAMMEH Y VALENTINA LI. ESTAS TALENTOSAS MAQUILLADORAS SE UNEN COMO EL 'COMÈTES COLLECTIVE', UN GRUPO INNOVADOR QUE DA VIDA AL ESTUDIO DE CREACIÓN DE MAQUILLAJE DE CHANEL. SE DESCRIBEN COMO LAS MEJORES AMIGAS DE LA "BANDA DE CHICAS DE LOS PINCELES". AQUÍ NOS HABLAN DE LAS SOMBRAS ESTRELLA DE LA TEMPORADA Y DE CÓMO APLICARLAS.

por **Aurélie Lambillon** fotos **Jason Hetherington** bodegón **Jean-Paul Goffard** estilismo **Agathe Gire**

TRATAMIENTO DE BELLEZA

Ammy Drammeh para Chanel, con *Création Exclusive Les Tarots de Chanel Blood Orange* para la base; *Les 4 Ombres 394 Divination* y *Mascara Noir Allure 27 Améthyste* para los ojos; *Rouge Allure Liquid Velvet 202 Secrète* y *Baume Essentiel Transparent* para los labios.

Pendientes *Coco Crush*, de Chanel Joaillerie.



MAQUILLAJE

Valentina Li para Chanel, con *Création Exclusive Les Tarots de Chanel Blood Orange*, para la base; *Les 4 Ombres 392 Initiation* y *Mascara Noir Allure 27 Améthyste*, para los ojos; y *Rouge Allure Liquid Velvet 232 Renversante* y *212 Stupéfiante*, y *Baume Essentiel Transparent*, para los labios.



COMETAS AMMY DRAMMEH, CÉCILE PARAVINA Y VALENTINA LI

Con *Cometes Collective*, Chanel ha creado la primera comunidad de maquilladoras dentro de una *maison* de moda y belleza. Es una pequeña revolución que ha sacudido los cimientos inventando un tríptico ultracreativo, rico en las experiencias de tres mujeres jóvenes con orígenes muy diferentes, pero unidas por una fértil visión artística para imaginar la belleza del mañana. De origen gambiano y español, Ammy Drammeh descubrió el maquillaje tropezando con un libro del maquillador estrella Kevyn Aucoin y copiando sus *looks* a sus amigas del colegio. Dice que le gusta la sencillez, "el mínimo esfuerzo para el máximo impacto", y un acabado "real en lugar de recargado".

Se describe a sí misma como la más pragmática de las tres. La china Valentina Li se apasionó por la pintura antes de darse cuenta de que un rostro "tenía mucho en común con el lienzo de un cuadro". Fascinada por el "poder transformador del color" y espontánea en su forma de interpretarlo, le gusta asumir retos para sacar lo mejor de las personas. Por último, Cécile Paravina, de Francia, tiene el gusto por los libros, la investigación y la sofisticación de sus años de estudio de la moda en la Real Academia de Bellas Artes de Amberes. Una "friki con la nariz constantemente en los archivos, precisa hasta la obsesión", le gustan "las mezclas híbridas de referencias que no parecen ir juntas".



GLAMOUR FUERA DE LO COMÚN **POR CÉCILE PARAVINA**

"Quería un look moderno con una base clásica y técnica, como el maquillaje de Hollywood de antaño. Esta imagen es muy glamurosa y preciosa, y al mismo tiempo poco convencional por sus colores y su colocación para crear un look moderno. Colores y colocación para crear una bonita armonía, pero un poco inestable. ¿El toque de brillo sobre los párpados? Es un dorado verde un poco extraño. ¿Labios de vampiresa? Un rojo ladrillo revisitado para el otoño. ¿Púrpura? Un tono superfresco, relajante e hipnótico que contrasta con los tonos apagados que suelen favorecer esta época del año".

De arriba abajo y de izquierda a derecha: *Ombre Essentielle*, n° 224 *Blé d'Or Antique* (40 €). *Les 4 Ombres*, n° 394 *Divination* (61 €). *Création Exclusive Les Tarots de Chanel Lavender* (65 €). *Rouge Allure Liquid Velvet* n° 212 *Stupéfiante* (48 €). Todo, de Chanel.



ROMANCE OTOÑAL POR VALENTINA LI

"Otra forma de pensar en el color naranja, mezclado con marrón y morado. Siempre digo 'inspirate en los tonos que te rodean en tu vida cotidiana e incorpóralos a tu maquillaje'. Así que elegí un precioso tono coral, que me apliqué en los párpados y las mejillas, y un morado intenso en las pestañas. No me gusta maquillarme mucho los párpados. En cambio, me encantan las pestañas cargadas. Los labios tienen una base marrón, con un toque de albaricoque en el centro. Mi visión de un romanticismo divertido y ligeramente imperfecto".

De arriba abajo y de izquierda a derecha: *Les 4 Ombres n° 392 Initiation* (61 €). *Rouge Allure Liquid Velvet n° 232 Renversante* (48 €) y *Rouge Allure Liquid Velvet n° 212 Stupéfiant* (48 €). Todo, de Chanel.



CHOQUE DE COLORES POR AMMY DRAMMEH

"Un ocre cálido, un verde matcha intenso y un marrón envolvente. Me encantan estos tonos en principio inverosímiles, que no son necesariamente fáciles de combinar y, sin embargo, resultan tan favorecedores en todos los tonos de piel. En este caso, lo que marca la pauta es tanto la colocación de las sombras como su intensidad. Los ojos están estructurados, por un lado, por un *eyeliner* morado muy marcado, invertido en el párpado inferior, y por otro, por el dúo matcha latte-ocre aplicado de forma muy transparente. Las sombras mates contrastan con la boca realzada y ligeramente brillante".

De arriba abajo y de izquierda a derecha: *Les 4 Ombres*, n° 394 *Divination* (61 €). Máscara de pestañas *Allure Black*, n° 27 *Améthyste* (46 €). *Rouge Allure Liquid Velvet*, n° 202 *Secrète* (48 €). Todo, de Chanel.

Ayudante de estilista:
Manon Balthazar.
Modelos: Anaïs Lunch/
IMG, Ophélie Him/
Metropolitan Models, Léa
De La Bouralière/
Premium Models.
Peluquería: Tomoko
Ohama. Ayudante de
peluquería: Louma Sliti.
Maquillaje: Ammy
Drammeh, Valentina Li,
Cécile Paravina para
Chanel. Ayudantes de
maquillaje: Sun Seo,
Sarah Carlier, Lou Boidin.
Casting: Barbara
Blanchard. Jefa de
producción: Anne-Sophie
Krissi/Mezo.



NOCHE DE ESTRENO

CON SU DELICADEZA, EL ROSA ENDULZA MEJILLAS Y OJOS. SANDRA GAGO NOS DESCUBRE CÓMO LLEVAR EL MAQUILLAJE DE BOURJOIS PARIS Y DESLUMBRAR EN CADA OCASIÓN.

fotos **Juanjo Molina** texto **Alba Pastor**



EN TONOS NARANJA

El maquillador Wild Van Dijk ha aplicado *Healthy Mix Serum Foundation*, que actúa como un perfecto híbrido entre tratamiento y maquillaje. Para las mejillas, el rosa empolvado de *Little Round Pot* en el tono 34 logra un rubor naturalmente iluminado. Vestido de plumas, de **Alicia Rueda**.

En la página anterior: el experto ha aplicado el colorete en las mejillas y como sombra de ojos en el lagrimal para iluminar y hacer que los ojos parezcan más grandes. Ha complementado el maquillaje con el lápiz *Contour Clubbing Waterproof* en tono *Ultra Black*. Vestido, de **Maksu**. Todo, de **Bourjois Paris**.



ESPÍRITU FESTIVO

El maquillador ha utilizado el colorete *Little Round Pot* en tono rosa empolvado para elevar el dramatismo del look. Las pestañas se hacen infinitas con la máscara *Twist Up*. En los labios, *Fabuleux Ink* en tono *Cherry Cute*.

Top de **Pilar Bande Atelier**.

En la página siguiente: Wild Van Dijk ha aplicado el labial líquido *Fabuleux Ink* en el tono *02 Cream'ing of You*, que combina el brillo de un *gloss* con la intensidad de un tinte, y el colorete *Little Round Pot* en tono rosa empolvado.

Vestido de lentejuelas, de **Elisabetta Franchi**.

Todo, de **Bourjois Paris**.

Asistente de fotografía: Nerea Rey. Producción: Victoria Mouriño.



TE LO PONEMOS FÁCIL

1. Lápiz de ojos *Contour Clubbing Waterproof* tono *Ultra Black* (12,95 €). **2.** Base de maquillaje *Healthy Mix Serum Foundation* (27,50 €). **3.** Labial líquido *Fabuleux Ink* tono *02 Cream'Ing of You* (19,44 €). **4.** Máscara de pestañas *Twist Up* (12,95 €). **5.** Colorete *Little Round Pot* tono *34* (10,45 €). Todo de **Bourjois Paris**.

EL REFLEJO DEL ALMA

La maquilladora Giner Muñoz ha utilizado para la preparación de la piel *The POREfessional Power Powder* y *The POREfessional Matte Primer*. Los polvos *Hoola Caramel* y *Hoola* se han utilizado para contornear el rostro. En los ojos ha creado un delineado difuminado con el lápiz *Bad Gal Bang* en el tono negro y ha aplicado la máscara de pestañas *Fan Fest*. En los labios, destaca el *Plush Tints* en los tonos *French Toast* y *Pillow Play*. Se ha fijado con *The POREfessional Super Setter*. Todo, de **Benefit Cosmetics**.

Blusa, de **Coosy**.

ARCOÍRIS MAGNÉTICO


LA CREADORA DE CONTENIDO **MARTA SIERRA** SONRÍE, JUEGA CON LA CÁMARA Y DERROCHA PERSONALIDAD GRACIAS A SU ORIGINAL VISIÓN DE LA MODA.

por **Alba Pastor** fotos **Juanjo Molina** estilismo **Sandra Escriña**



Ha aplicado
*The POREfessional Matte
Primer* y *The POREfessional
Power Powder*. Los polvos
Hoola Bronzer se han
utilizado a modo de
contorno en el rostro. La
profesional ha utilizado
Dew-la-la como base de
maquillaje. La máscara de
pestañas *They're Real
Magnet Mascara* eleva la
mirada, y las cejas
perfectas se consiguen
con *Precisely, My Brow
Wax* y el gel *24h Brow
Setter*. En los labios, Marta
Sierra lleva *Plush Tint* en el
tono *French Toast*.
Todo, de **Benefit
Cosmetics**.

Vestido de gasa,
de **Álvaro Calafat**.



El producto *The POREfessional Matte Primer* prepara la piel. El iluminador *Dew-la-la* se aplica como base de maquillaje y los pómulos se ruborizan con el producto *Benetint*. El iluminador en el tono *Cookie* realza los puntos altos del rostro y el *Gel 24h Brow Setter* crea unas cejas con efecto laminado. El toque final lo aporta el *Brow Microfilling Pen*. En las pestañas se ha utilizado *They're Real Magnet Mascara* y en los labios *Splash Tint* en el tono *Skinny Dip*. El look se fija con *The POREfessional Super Setter*. Todo, de **Benefit Cosmetics**.

Vestido con volante, de **Coosy**.
Pendiente de **PDPAOLA**.



DIVERSIÓN EN ESCENA

La maquilladora ha preparado la piel con *The POREfessional Power Powder* y *The POREfessional Matte Primer*. El corrector *Boiling Cakeless* se usa para corregir ojeras y cubrir imperfecciones y el colorete *Play Tint* para destacar las mejillas.

Los productos se han fijado con *The POREfessional Super Setter*. Todo, de **Benefit Cosmetics**.

Capucha de piel, de **COS**.

Maquillaje: Giner Muñoz para Benefit. Peluquería: Manu Moreno. Modelo: Marta Sierra. Asistente de fotografía: Nerea Rey, Producción: Victoria Mouriño.

e dio a conocer gracias a una fotografía viral en la que aparece comiéndose un arcoíris —un efecto de cámara que recuerda a las fotos sujetando la Torre de Pisa con las manos— y su popularidad la situó en lo más alto de las redes sociales. Marta Sierra (Barcelona, 1994) es un talento que no se deja llevar por la fugacidad del momento, y sus vídeos combinan la jovialidad de las redes sociales con el amor por la moda y el trabajo bien hecho. La reina de las transiciones transmite alegría y originalidad en la antesala a una de las citas más esperadas del año: las Semanas de la Moda de París y Milán.

Ya has estado anteriormente en las Semanas de la Moda. ¿Estás emocionada por volver? Sí, ya llevo muchas temporadas yendo a París y Milán. Me gustan mucho las dos, pero la verdad es que este año es muy emocionante porque tenemos pensados muchísimos proyectos, así que estoy contenta. Todavía no puedo desvelar nada, pero espero que todo salga bien y podáis verlo pronto. **¿Cuál es el desfile que más ganas tienes de ver?** Tengo muchas ganas de ver el de Max Mara. Es una marca que siempre sorprende con algo nuevo e innovador, pero, al mismo tiempo, consiguen el equilibrio perfecto para que sus propuestas sean atemporales. Me encantan las prendas de calidad; poder comprarte algo hoy y usarlo de aquí a 20 años añade valor a la ropa. **Es importante crear un armario con prendas duraderas.** Sí, estoy intentando invertir en cosas a largo plazo. Es una pena el *fast fashion*, todo va muy rápido y a mí me gusta cogerle cariño a las prendas porque acaban convirtiéndose en objetos con un gran valor sentimental. Yo soy muy emocional y eso también se aplica a mi relación con la moda. **Tus vídeos me recuerdan a la serie *Emily in Paris*.** **¿Qué personajes de ficción te inspiran?** Me encantan las series de antes. Los estilismos eran increíbles y *Friends* ocupa un lugar muy importante en mi corazón. Me gusta mucho Rachel Green. Además, suelo ir a ciertas localizaciones para recrear escenas de películas o series, y me inspiro en los *outfits* de las actrices

que admiro. **Destacas por tus estilismos coloridos. ¿Qué tono no usarías nunca?** Me encantan todos los colores y me los pondría todos, pero es verdad, y esto es una realidad para cualquier persona, que hay tonos que pueden favorecer menos. Y a mí me pasa igual. Por ejemplo, un color que no me queda nada bien es el camel, me apaga y no realza mis facciones. **Estudiaste Biotecnología, algo muy distinto a tu profesión actual. ¿Siempre te consideraste una persona creativa?** Pues sí, supongo, pero nunca me había parado a pensarlo mucho, nunca me había visto a mí misma como una persona creativa. Hace años no habría dicho que era creativa, más bien me habría definido como alguien más científica y analítica. Entonces es algo que me ha venido por sorpresa. Estaba muy interesada en la moda y en aprender fotografía, así que mi propósito era mejorar y analizar esa mejora. Cuanto más practicaba, más mejoraba, y me di cuenta de que la creatividad también es algo que se puede mejorar si le dedicas tiempo y trabajo. **¿Qué planes tienes para el futuro?** Tengo muchos proyectos en mente y quiero seguir explorando y aprendiendo, pero por ahora Tom y yo estamos muy felices y tranquilos con el trabajo que hacemos y nos sentimos muy satisfechos con el ritmo que llevamos. Es muy bonito poder inspirar a tanta gente. **¿Tu trabajo requiere mucho tiempo de edición?** No son efectos especiales ni hay apenas trabajo de edición *a posteriori*. Grabamos los planos y las secuencias para que los vídeos no necesiten muchos retoques en el montaje. Las transiciones son las encargadas de crear ese efecto único en los vídeos. **¿Cómo consigues conciliar tu vida con los horarios frenéticos de tu trabajo?** Es un poco estresante tener que organizar todo continuamente. Cuando viajo, tengo que planear los vídeos y se pierde un poco la espontaneidad del momento, pero, por otro lado, la organización también me ayuda a llevar mejor el día a día. Este último año estamos intentando tener algo básico, mínimo un día de no trabajar nada el domingo, pero a veces no depende de nosotros porque puede surgir algún compromiso. ■



ES TU TURNO

1. Polvos bronceadores *Hoola* (40,99 €). 2. Iluminador líquido *Dew-la-la* (43,99 €). 3. Spray fijador de maquillaje *The POREfessional Super Setter* (40,99 €). 4. Lápiz de cejas ultrapreciso *Precisely, My Brow Pencil* (34,99 €). 5. Primer matificante *The POREfessional Matte Primer* (41 €). 6. Polvos fijadores *The POREfessional Power Powder* (25 €). 7. Máscara de pestañas *Fan Fest* (29,99 €). 8. Labial hidratante *Splash Tint* (27,99 €). 9. Colorete *Starlaa WANDERful* (40,99 €). Todo de **Benefit**.



«ES UNA PENA EL **'FAST FASHION'**.
TODO VA MUY RÁPIDO Y ME GUSTA
COGERLE CARINO A LAS PRENDAS»

«EL AROMA TIENE UN GRAN PODER»

HABLAMOS CON LA ACTRIZ **ROONEY MARA** (NUEVA YORK, 1985) SOBRE 'L'INTERDIT ABSOLU', LA NUEVA FRAGANCIA DE GIVENCHY, EL MUNDO DE LOS PERFUMES, LA BELLEZA Y MUCHO MÁS.

por **Magdalena Fraj**

Cómo eliges un papel? Es una sensación o instinto sobre ciertas cosas. Estoy segura de que gran parte es subconsciente: elegir cosas que quiero explorar o de las que quiero deshacerme. No diría que podría interpretar cualquier papel. Al menos no bien. **¿Cuál es tu película favorita?** No tengo una favorita. Me gustan diferentes cosas de diferentes películas. *Una historia de fantasmas* fue la más agradable de ver, probablemente porque no aparezco mucho en ella y porque fue tan meditativa, extraña y hermosa. **¿Qué causas son las más importantes para ti?** Los derechos de los animales. Y cualquier cosa relacionada con los niños, especialmente ahora que tengo hijos. **¿Por qué decidiste convertirte en la nueva imagen de Givenchy Parfums hace siete años?** Se acercaron a mí sabiendo que había sido una gran admiradora de la marca durante muchos años. Givenchy siempre ha sido mi marca favorita, y siempre he sentido que podía ser realmente yo misma vistiendo su ropa. Parecía una colaboración perfecta. Además, fue muy especial que me pidieran formar parte del relanzamiento de la fragancia original creada por Hubert de Givenchy. **¿Cuál es tu visión de la mujer Givenchy?** Una mujer segura de sí misma, inteligente, clásica, pero también alguien que rompe los límites y sigue su propio camino. **¿Cómo fue grabar la nueva campaña publicitaria?** Grabar con Joe Wright y el equipo de Givenchy a principios de este año fue realmente especial. Disfruté mucho haciendo esta campaña, que fue diseñada como un cortometraje y filmada al estilo del cine negro. Y fue divertido correr por París con un increíble vestido de alta costura. Es algo que recordaré siempre. Grabar con Joe fue genial. Trabajamos juntos hace casi 10 años y no lo había visto desde entonces. Le gusta hacer muchas tomas, lo cual había olvidado, ¡y eso fue divertido con todas las escaleras que tuve que subir en Montmartre! **¿Qué representan los perfumes para ti?** Creo que el aroma tiene un gran poder. Hay fragancias que pueden evocar todo tipo de recuerdos y sentimientos. **¿Cuál es tu recuerdo favorito relacionado con un perfume?** El olor de *The Girl with the Dragon Tattoo*. Para la prueba de vestuario, la ropa tenía un aroma especial. Lo recuerdo con mucha claridad. Y cuando grabamos la película, el aroma se mantuvo. Cada vez que lo huelo, me transporta a ese momento y a ese personaje. **¿Con qué frecuencia usas los perfumes?** En ocasiones especiales, o cuando estoy trabajando y quiero que el perso-





Imágenes *behind the scenes* de la campaña del perfume *L'Interdit Absolu*, con notas amaderadas de vetiver y pachulí.

«HAY FRAGANCIAS QUE PUEDEN **EVOCAR TODO TIPO DE RECUERDOS Y SENTIMIENTOS**»



naje que interpreto tenga un olor específico. **¿Qué te evoca el perfume *L'Interdit*?** El pasado, porque está arraigado en la historia de la marca y tiene un aroma sólido y clásico. Pero también me hace pensar en el futuro: cuánto hemos avanzado, cuán lejos necesitamos seguir rompiendo límites y tabúes. Para mí, la fragancia está anclada en un deseo antiguo de ser audaz y avanzar, pero también se siente moderna. Siempre he percibido eso en Givenchy. **¿Cuál es la variación olfativa de *L'Interdit* que prefieres?** Además del nuevo *L'Interdit Eau de Parfum Absolu*, mi fragancia favorita es el clásico *L'Interdit Eau de Parfum*. Hay algo en la flor de azahar y la forma en que contrasta con tonos más terrosos como el pachulí que me encanta. Me gusta su dualidad. **¿Ha cambiado tu percepción sobre las fragancias desde que te convertiste en la imagen de *L'Interdit*?** Sí. No sabía cuánto arte y ciencia se requerían para crear una fragancia. Hay un lenguaje completo para ello. Todavía no lo entiendo del todo, pero es interesante aprender todo

lo que implica crear un nuevo perfume. **¿Qué es lo que nadie puede prohibirte hacer?** No hay realmente nada que alguien pudiera prohibirme hacer. Hay muchas cosas que no haría. Pero si hubiera algo que sintiera realmente que era lo correcto, y me lo prohibieran, no dejaría que eso me detuviera. **¿Cuál es tu ritual diario de belleza?** No es muy elaborado, pero siempre uso protector solar. Y utilizo productos naturales y aceites. **¿Cuáles son tus productos de belleza favoritos?** Solo uso productos veganos. Estoy segura de que mi estilo de vida vegano ha mejorado mi piel. Intento comer de manera saludable. Los productos que no pueden faltarme son: el sérum *LVLC* de By Chance, que uso por la mañana y la noche; el aceite capilar *Santa Lucia* de ROZ; el protector solar y la hidratante *Cold Fusion Intense Moisture* de Carasoin; el bálsamo *Olio E Osso*, *The Balm* de Nucifera; y el limpiador *Alpha Paradise Cleansing Dew* de 001 Skincare London. **¿Qué hace bella a una mujer?** Ser dueña de sí misma y compasiva. ■

ENTRE EL PASADO Y EL PRESENTE



CHARLAMOS EN PARÍS CON PETER PHILIPS, DIRECTOR CREATIVO DE MAQUILLAJE DE DIOR, SOBRE EL 'LOOK' QUE HAN LUCIDO LAS MODELOS EN EL ÚLTIMO DESFILE DE LA 'MAISON'.

por **Magdalena Fraj**



Arriba, Peter Philips, director creativo de maquillaje de Dior.



1. Máscara de cejas Diorshow On Set Brow (32 €).
 2. Corrector de arrugas Capture Totale Hyalushot (95 €).
 3. Fondo de maquillaje Forever Skin Glow (59 €).
 4. Fondo de maquillaje en barra Forever Skin Perfect (57 €).
 5. Aceite labial Lip Glow Oil (44 €).
 6. Paleta de rostro Rouge Blush Colour & Glow (57 €).
 7. Lápiz de cejas Diorshow Brow Styler (34 €).
 8. Lápiz de ojos Diorshow Stylo (33 €).
- Todo, de **Dior Beauty**.

El *backstage* del último desfile primavera-verano 2025 de Dior fue un espectáculo en sí mismo, un bullicioso hervidero de creatividad donde los maquilladores trabajaban en conjunto para lograr *looks* deslumbrantes. En este ambiente vibrante, tuvimos la oportunidad de entrevistar a Peter Philips, director creativo de maquillaje de Dior, quien compartió su visión sobre las tendencias actuales y el enfoque detrás de cada *look*.

CÓMO CONSEGUIR EL MAQUILLAJE DEL DESFILE
El maquillaje en este desfile se caracterizó por su frescura y elegancia, destacando la individualidad

de cada modelo. Philips explicó que la clave para conseguir este *look* es preparar la piel adecuadamente. "Debe estar hidratada y luminosa", señala y recomienda utilizar productos como el *Dior Capture Totale Serum* para lograr un acabado radiante. "Para el desfile, utilizo la *Forever Matte Foundation*, que proporciona suficiente cobertura para ganar la batalla bajo los focos, al tiempo que mantiene un brillo luminoso", añade Philips. Este enfoque permite que la piel se vea fresca y vibrante, incluso en las condiciones más exigentes. El uso del colorete fue especialmente interesante. Philips menciona: "Colocamos el rubor de una manera

1. El ambiente en las cabinas, lo que hoy llamamos 'backstage'. 2. El primer desfile de la colección 'New Look' de Christian Dior, el 12 de febrero de 1947. 3. Los ateliers de moda de Dior en 1955.



«CHRISTIAN DIOR NO SOLÍA EXIGIR NADA ESPECÍFICO A LAS MODELOS EN CUANTO A MAQUILLAJE»

que simula un ligero enrojecimiento, como si acabaran de hacer ejercicio. Sitúo el rubor hacia abajo en las mejillas, casi como un *flush*, para darle un aire dinámico y atlético a las modelos". Este detalle no solo añade un toque de color, sino que también realza la naturalidad. En cuanto al maquillaje de ojos, Philips optó por un enfoque minimalista, evitando el uso de máscara de pestañas. "A menudo me preguntan cómo traducir este *look* a la vida cotidiana. Mi sugerencia sería añadir un poco de máscara si se desea un acabado más marcado, pero el *look* del desfile es intencionalmente fresco y enérgico", explica. "Sin máscara, los ojos tienen una apariencia más fuerte y audaz, lo que se alinea con la estética de la colección, inspirada en la fuerza y la feminidad".

EL BACKSTAGE DE AYER Y HOY

El contraste entre el *backstage* actual y el de la era de Christian Dior es fascinante. Durante los tiempos de Dior, las modelos eran completamente au-

tónomas. Según Frédéric Bourdelier, director del patrimonio de Dior Belleza: "Christian Dior no solía exigir nada específico a las modelos en cuanto a maquillaje. Eran totalmente autónomas, se maquillaban solas y a menudo usaban sus propios productos de maquillaje". La famosa modelo Victoire recuerda que, a partir de 1953, cuando Christian Dior lanzó *Rouge Dior*, las modelos comenzaron a recibir una barra de labios como regalo navideño. Esto refleja una era en la que la simplicidad y la autonomía eran primordiales, pero también presentaba sus desafíos. Ellas debían lidiar con la presión de crear múltiples *looks* en un solo desfile, lo que generaba un alto nivel de estrés. Philips destaca cómo ha evolucionado el proceso: "Hoy en día, el equipo de maquillaje colabora estrechamente con cada modelo. Nos enfocamos en resaltar la individualidad de cada una, mientras creamos un concepto coherente para el desfile". Esto ha permitido una mayor diversidad en los *looks*, adaptándose a las diferentes características de cada modelo. ■



PIEL ON FIRE

LA INFLAMACIÓN CRÓNICA ES UNO DE LOS FACTORES DE ENVEJECIMIENTO CUTÁNEO MÁS PODEROSOS. ¿CÓMO DETECTAR EL ENEMIGO QUE INCENDIA TU CUTIS Y DESACTIVARLO?

por **Virginia de los Ríos**

Quién dice que lo que no se ve no existe? La inflamación silente de la piel escapa a ese axioma, pues aunque no sea visible, sus efectos sobre el rostro son de lo más elocuentes. Pero empecemos por el principio: ¿qué es exactamente la inflamación? "Se trata de una función vital en la que están involucradas las proteínas citoquinas, que intervienen en la curación de heridas, la protección frente a infecciones y la reparación de otros daños (por ejemplo, los causados por la luz ultravioleta). Ahora bien, cuando esa inflamación es crónica, daña también las células saludables, produciendo la degradación de la matriz de fibras de colágeno y elastina", aclara Silvia Giralt, esteticista fundadora del centro médico estético que lleva su nombre. El proceso inflamatorio, sin más aderezos, se conoce desde antiguo. Ya lo describieron los romanos en el siglo I. De hecho, en sus tratados de medicina se incluye la definición que ha llegado hasta nuestros días: "Calor, dolor, tumor y rubor". Y todos sabemos lo que eso significa cuando nos hemos hecho un corte

o nos sale un grano. La curación se activa enviando a la zona de conflicto agentes antiinflamatorios, una respuesta a corto plazo que desaparece en cuestión de días u horas. Pero ¿qué pasa cuando esta reacción es constante y, además, se desata para defenderse de males "menores", provocados por nuestra ajetreada vida moderna? "En ese caso, nuestro cuerpo se siente agredido de forma permanente y se ataca a sí mismo para deshacerse de algo que considera extraño, colocando el sistema inmunitario en alerta máxima", explica el doctor Antonio Ortega, de Clínica Menorca. Es entonces cuando hablamos de la inflamación celular crónica silenciosa: "Al margen de la inflamación celular bien conocida –que provoca diferentes enfermedades de la piel, como dermatitis atópica, psoriasis, rosácea, acné–, esta otra variedad silente genera deterioro celular y envejecimiento", detalla. Esta tipología está adquiriendo ahora un notable interés en el campo de la dermocosmética. Tanto es así que ya se ha adoptado el término anglosajón *inflammaging*. "Proviene de las palabras

'aging' e 'inflamm' y se refiere al envejecimiento cutáneo producido por la inflamación de bajo grado", aclara la doctora Almudena Nuño, del Grupo Español de Dermatología Estética y Terapéutica (GEDET) de la AEDV. "Ahora sabemos que la sequedad, las manchas o las rojeces de la piel son marcadores de este fenómeno", puntualiza José María Ricart, director médico de Instituto Médico Ricart.

SÍNTOMAS DE ALARMA

La inflamación crónica es un SOS de la piel para señalar que algo no va bien. Y el combustible que alimenta el fuego de este enemigo silencioso son los radicales libres, unas sustancias que provoca nuestro metabolismo, pero también la luz ultravioleta y la contaminación, y que dañan la piel. "Cuando el cuerpo funciona bien, la mayoría acaban neutralizados por los antioxidantes que él mismo fabrica, ayudado por una buena alimentación. Sin embargo, cuando se ve saturado por el estrés, la falta de sueño, etc., los radicales libres sustraen electrones a otras células, las destruyen y siembran el caos", describe la doctora Vicky Dondos, cofundadora de la clínica de estética londinense Medicetics. Los signos comunes de lo que entendemos por inflamación incluyen enrojecimiento, hinchazón, picazón, sensación de calor y dolor en la zona afectada. ¿Pero cuáles son los indicadores de esta patología en la piel? "El acné, un envejecimiento rápido y prematuro, una piel cetrina o sin brillo o un tejido deshidratado son algunos de los síntomas que pueden revelar este mal silencioso", enumera el doctor Ortega.

CÓMO PONERLE FRENO

Atribuir a la herencia unas arrugas prematuras o hiperpigmentación es sobrevalorar el peso de nuestros antepasados en nuestro aspecto y en nuestra salud. En realidad, los desencadenantes del proceso de inflamación crónica, según la dermatóloga Almudena Nuño, "hay que buscarlos menos en la epigenética, es decir, en la expresión de nuestros genes –que determinan alrededor del 30%–, y más en nuestros hábitos, que influirán en un 70 %. Por tanto, lucir una piel joven por más tiempo y en buen estado va a depender en gran parte solamente de ti. La clave está en seguir estos consejos de la doctora:

- **Practica ejercicio:** "Es el hábito que más se asocia a mantenernos jóvenes. Con la edad perdemos masa muscular, pero con el ejercicio la mantenemos y también todas las ventajas asociadas, como, combatir la resistencia a insulina". Por otra parte, hacer deporte favorece la llegada de nutrientes y oxígeno a la piel.
- **Descansa correctamente:** "La reparación celular es

clave a la hora de prevenir el envejecimiento y esta se produce cuando dormimos. Se recomiendan, al menos, 7-8 horas diarias".

- **Controla el estrés:** "Mantener cifras altas de cortisol se asocia a un cutis apagado y seco, enrojecimiento, pigmentación, arrugas...".
- **Elimina costumbres tóxicas:** "Fumar degrada el colágeno de la piel y la oxida rápidamente, dejando un cutis ceniciento. Por su parte, el consumo habitual de alcohol también se asocia a envejecimiento".
- **Evita la exposición excesiva al sol:** "Provoca degradación del colágeno, elastosis, aparición de manchas y arrugas y mutaciones en el ADN celular".

REVISA TU NECESER

No hay que subestimar el efecto que pueden tener los cosméticos a la hora de tratar los efectos de la inflamación sobre el cutis. "Sin duda, ayudan a que mejore el estado de la piel. Por ejemplo, el retinol estimula la creación de colágeno; la vitamina C y la niacinamida son antioxidantes, y la protección solar previene el daño causado por el sol", detalla la dermatóloga Almudena Nuño, directora médica de IMDA, quien valora también la ingesta de nutricosmética. "Respecto al efecto que tiene la suplementación, el colágeno, el hialurónico, el magnesio, la vitamina C, la D o el omega 3, entre otros, pueden contribuir a una mejora. Pero siempre han de estar recomendados por un profesional sanitario, porque no en todos los casos van a ser útiles; en algunos pueden ser, incluso, contraproducentes", matiza. Sin darte cuenta, puedes tener ciertos 'agentes infiltrados' que están provocándote una inflamación crónica silente en la piel. El doctor de Clínica Menorca, te alerta sobre algunos productos cosméticos y aparatos causantes de este problema.

- **Gadgets domésticos.** "Existe la idea de que en lo que respecta al cuidado de la piel más es mejor. Pero el *skincare* es más una caminata constante que un maratón. Los dispositivos para la limpieza facial (cepillos, limpiadores o masajeadores mecánicos) pueden estresar la piel. Causan enrojecimiento y pueden dañar la capa protectora, causando inflamación, ardor, picazón y sensibilidad. Esto puede empeorar con productos químicos o exfoliantes muy fuertes o si se aplica demasiada presión o frecuencia".
- **Productos perfumados.** "La fragancia nunca es imprescindible porque no aporta un valor concreto al cosmético. La piel sensible o propensa a alergias debe preferir productos sin fragancia pues estas pueden ser muy irritantes, incluso para pieles sanas, y pueden sufrir enrojecimiento, inflamación o eczema a causa de los componentes relacionados con el perfume".

• **Exfoliantes.** "La mayoría de los exfoliantes son demasiado fuertes y abrasivos. Si contienen partículas ásperas, gruesas, duras o de forma irregular dañan la piel al provocar microdesgarros en su superficie".

• **Determinados limpiadores.** "La cosmética nos ofrece una enorme oferta de posibilidades para tratar la piel, eliminar la inflamación crónica e incluso revertir los daños acumulados. Pero hay que elegir bien. Cuando tratamos y prevenimos puntos negros, acné, manchas, arrugas, etc. es fundamental saber el tipo de producto que debes incluir en tu rutina, ya que depende del objetivo, tipo de piel y estilo de vida. "El jabón daña la barrera protectora de la piel, dejándola indefensa ante los agentes contaminantes del medioambiente, el sol, etc. La limpieza tiene que ser suave, con tensioactivos libres de sulfatos y no hay que arrastrar todo el sebo ni el film hidrolipídico natural".

LA IMPORTANCIA DE LA DIETA

Alejarse de las prisas, seguir unos horarios racionales, no tomar el sol ni exponerse a cabinas de bronceado y elegir cosméticos eficaces son medidas indispensables para poner bajo control la inflamación cutánea, pero también la alimentación es crucial. "La dieta tiene un impacto significativo en el proceso inflamatorio de la piel. Y los alimentos que consumimos pueden aumentarla o reducirla. Una dieta rica en antioxidantes, vitaminas, y minerales combatirá el estrés oxidativo y la inflamación, promoviendo

una piel más lozana y retrasando los signos de envejecimiento. En cambio, si es alta en azúcares, grasas trans y alimentos procesados, puede exacerbar la inflamación, contribuyendo al envejecimiento prematuro y favoreciendo problemas cutáneos", sentencia la doctora María Casado, médico estético y especialista en medicina integrativa y en nutrición de Clínica Palasiet. Entre los productos que habría que consumir para reducir el *inflammaging*, según está experta, que acaba de publicar el libro *Tu belleza en tus manos*, estarían estos:

• **Frutas y verduras:** ricas en antioxidantes, vitaminas y minerales. Especialmente útiles son los frutos rojos (como arándanos, fresas y frambuesas), el brócoli y las espinacas.

• **Grasas saludables:** aceite de oliva virgen extra, aguacates, y frutos secos como las almendras y las nueces contienen ácidos grasos omega-3 y antioxidantes que reducen la inflamación.

• **Pescado graso:** salmón, caballa y sardinas son ricos en ácidos grasos omega-3, conocidos por sus propiedades antiinflamatorias.

• **Especias y hierbas:** la cúrcuma, el jengibre, y el ajo tienen compuestos antiinflamatorios naturales. La cúrcuma, por ejemplo, contiene curcumina, un poderoso antiinflamatorio.

• **Té verde:** contiene polifenoles y antioxidantes que pueden ayudar a reducir la inflamación y proteger la piel. ■



1. *5B Nutri'Vital Intense Rich Cream*, de **Maria Galland**. Tratamiento nutritivo intensivo con activos que mejoran la autoprotección de la piel frente a los factores de estrés externos (123 €). 2. *White Caviar Pearl Infusion*, de **La Prairie**. Los minerales de caviar dorado actúan como activadores de las enzimas de la piel que combaten la inflamación oculta (700 €). 3. *Daily Rejuvenating Cream*, de **Eve Lom**. Contiene neurophroline™, un activo que descompone el cortisol en la piel y activa la liberación de neuropéptidos calmantes para controlar el estrés cutáneo (135 €). 4. *Watercress & Copper Lyric*, de **Byoode**. Sérum calmante, equilibrante e iluminador con poder cicatrizante, seborregulador y antiinflamatorio (55 €). 5. *Génifique Ultimate*, de **Lancôme**. Fórmula potenciada con Beta-Glucano-CM, de eficacia demostrada para aumentar la autorreparación de la piel (135 €). 6. *La Micro-Huile de Rose Activated Serum*, de **Dior Prestige**. Forma parte de una línea superinnovadora, especializada en la reparación cutánea y el *inflammaging* (395 €). 7. *Stimulskin Plus*, de **Darphin**. Reactiva las proteínas, mejora la producción natural de colágeno y la red estructural de la piel y restaura la barrera cutánea (245 €). 8. *Abeille Royale Honey Treatment*, de **Guerlain**. La miel que incorpora es antiinflamatoria, antiséptica y actúa sobre el estrés oxidativo (137 €). 9. *Sérum Antioxydant*, de **Mi Rebotica**. Con prebióticos, niacinamida y vitamina E, tiene acción antioxidante y antiinflamatoria (31,90 €). 10. *Primary Veil*, de **Valmont**. Emulsión que fortalece las defensas antes las agresiones externas y previene la inflamación cutánea (117 €).

LA TRANSFORMACIÓN DE TU PIEL

EL EXTRACTO DE PLANTAS BIOGEN, ELABORADO CON 8 POTENTES EXTRACTOS BOTÁNICOS, ES EL INGREDIENTE CLAVE DE BABOR QUE REVELA LO MEJOR DE TU PIEL.

La excelencia es sinónimo de BABOR, que desde 1956, abrió nuevos caminos en la tecnología del cuidado de la piel. Combinando ocho extractos de plantas con técnicas específicas nació el Extracto de Plantas Biogen, regenerador, antiinflamatorio, anti-oxidante y anti-microbiano: el auténtico transformador de la piel. Conoce tres de sus líneas: **Regeneration**, refuerza la capacidad de tu piel para reparar y regenerar; **Lifting**, aumenta la firmeza, el volumen y disminuye las arrugas; **Resurface**, mejora las manchas de pigmentación y la uniformidad. ■

Encuentra tu centro BABOR más cercano y consigue un **10% de dto** en estos productos hasta el 30/11.



THE CURE CREAM,
De la línea *Regeneration*. Una crema intensamente reparadora que favorece la regeneración, equilibra y transforma la piel.



COLLAGEN-PEPTIDE BOOSTER CREAM
De la línea *Lifting*. Una crema estimulante del colágeno con efecto densificante y reafirmante duradero.



RENEWAL CREAM
De la línea *Resurface*. Una textura deliciosa para obtener un tono de piel uniforme y reducir arrugas e hiperpigmentación.





NO TE PASES CON LA SAL

ADEMÁS DE SER MALA PARA LA SALUD DEL ORGANISMO, LO ES PARA LA PIEL. PERO NO SOLO PORQUE ACENTÚE LAS BOLSAS Y LA HINCHAZÓN, SINO PORQUE AUMENTA LA INFLAMACIÓN, Y ESTO TIENE OTRAS CONSECUENCIAS EN EL ENVEJECIMIENTO CUTÁNEO.

por **Silvia Capafons**

Que abusar de la sal no es nada bueno es algo que ya sabíamos. Al consumir más de los 5 gramos (2300 miligramos de sodio) diarios recomendados por la OMS (Organización Mundial de la Salud) sufre nuestro organismo, pero también nuestra piel, y no solo porque notemos más hinchazón, tal y como revelan estudios recientes. Si nos centramos en la salud, según Alejandro Cánovas, nutricionista de Royal Hideaway en Sancti Petri y del centro Nuteco, se sobrecargan los riñones, la presión arterial empeora y aumenta la retención de agua, lo que puede provocar inflamación o edemas en las extremidades y también en la piel, que puede envejecer más rápidamente. En el último Congreso Nacional de la Academia Española de Dermatología y Venereología (AEDV) se ponía sobre la mesa un reciente estudio realizado por la Dra. Natalia Dmitrieva y su equipo en el National Heart, Lung, and Blood Institute (NHLBI) de Washington que profundiza en la relación entre los niveles de sodio en la sangre (para medir la hidratación) y el envejecimiento biológico. Como resultado, si esos niveles son altos, las posibilidades de tener una edad biológica mayor que la cronológica aumentan en un 50 %. Otras investigaciones aseguran que una dieta alta en sal acelera el envejecimiento celular porque acortan los telómeros.

GLICACIÓN NO, 'INFLAMMAGING' SÍ

Sabíamos que este acortamiento de los telómeros sucede con otro de los considerados "venenos blancos", el azúcar, a través de un proceso conocido y estudiado llamado glicación, que afecta entre otros tejidos a la piel. Pero ¿qué le ocurre realmente a esta cuando se nos va la mano con el salero? La Dra. Sari Arponen, internista y doctora en ciencias biomédicas, confirma que "puede aparecer deshidratación, ya que el sodio aumenta la retención de agua en el cuerpo para equilibrar los niveles de sal y esta retención puede llevar a una piel más seca y menos elástica, lo que favorece la aparición de arrugas y líneas finas. La piel deshidratada también puede mostrarse opaca y menos saludable, y a su vez, aparecer hinchazón y bolsas o acentuar las ojeras". A esto le añadimos que abusar de la sal produce inflamación crónica, ya que "los procesos inflamatorios dañan las células y los tejidos, incluida la piel, y esto a su vez acelera las arrugas y la pérdida de firmeza", añade la doctora. Lo que se conoce hoy como *inflammaging*, en definitiva. ¿Se parece entonces lo que pasa con la sal al fenómeno de la glicación propio del azúcar? "El mecanismo exacto no es el mismo, aunque el exceso de sal tiene efectos perjudiciales en las células cutáneas igualmente. La sal puede afectar a la capacidad de la piel para repararse y regenerarse. Y por otro lado, contribuye a la

aparición o empeoramiento de los eczemas y de la psoriasis", confirma Sari Arponen. No son las únicas afecciones cutáneas las que se ven afectadas por tanto sodio: también el acné y la rosácea. Ya hay estudios que aseguran que es probable que al incidir en el equilibrio de fluidos y la inflamación en el cuerpo, se agraven estos problemas. Luego está la hipertensión producida por este abuso, que como sabemos, entorpece la circulación sanguínea, así que también incide en el buen color y en la capacidad de los tejidos para repararse. Por último, también puede mostrarse más reactiva, probablemente por el desequilibrio electrolítico y la respuesta inflamatoria del organismo.

NI MUCHO NI POCO

Pero si pasarse con la sal no es bueno, al parecer quedarse corto, en contra de lo que se puede pensar, tampoco. Según la especialista en ciencias biomédicas, un consumo demasiado bajo no es beneficioso para la salud y el aspecto de la piel; por ejemplo, podría aumentar el riesgo de resistencia a la insulina, lo que a su vez favorece fenómenos que pueden llevar a la glicación de las proteínas de la piel, y por tanto que esta envejezca. Ocurre que, a veces, consumimos mucho sodio pero no directamente del salero, sino de alimentos procesados. Y así, es difícil calcular la cantidad. La recomendación, por sentido común, es tomar alimentos frescos siempre que se pueda. Para la Dra. Arponen, lo ideal es evitar el consumo de ultraprocesados, y cocinar con una cierta cantidad de sal marina yodada, así como usar hierbas y especias para dar sabor. A menudo, por otro lado, el problema no es quizá tanto por el exceso de sal como el desequilibrio con el potasio por baja ingesta de este. "Por eso, tampoco queda del todo claro si los efectos negativos del exceso de ingesta de sal es por el sodio o por los productos en los que está contenida". Por su parte Alejandro Cánovas apunta que esos 5 gramos recomendados equivalen a una cucharilla de postre, aunque "si se tiene una patología cardiovascular o hipertensión se recomiendan 3 gramos". Sea como sea, siempre repartidos a lo largo del día, no concentrados en una comida o por la noche. ¿Que hemos cometido un exceso de una tacada?: "Entonces lo correcto es incrementar el consumo de agua o el de alimentos ricos en potasio (como las frutas y verduras) o infusiones como el diente de león. También el ejercicio físico, porque es una de las estrategias que ayudan a reducir la retención de agua a través de la sudoración. Y sobre todo, valorar cómo es nuestra alimentación actual. Si es equilibrada y realizamos comidas puntuales con un mayor contenido de sal, el organismo se equilibrará de forma más rápida siguiendo estos consejos", aconseja el nutricionista. ■

«Mi idea de belleza es abrazar la personalidad de alguien y resaltarla»

LA DIRECTORA ARTÍSTICA DE BOBBI BROWN, **HANNAH MURRAY**, HA ACTUALIZADO ALGUNOS PRODUCTOS MULTIFUNCIÓN DE LA FIRMA PARA CREAR 'POLISHED GRUNGE': UNA COLECCIÓN DE EDICIÓN LIMITADA INSPIRADA EN LA ACTITUD DESENFADADA DE LA BELLEZA DE LOS AÑOS 90.

por **Celia Gijón**

¿Por qué has elegido los 90 como inspiración para crear *Polished Grunge*? En esta década todo era simple y muy *cool*, y se veía muy diferente a lo que había antes. Y durante los últimos años hemos visto un maquillaje técnico donde borras los rasgos de la cara y los vuelves a pintar. Entonces, sentí que era el momento de hacer algo más libre, más sencillo, más sexy. Surgió de una combinación de razones: una reacción a lo que ha habido durante los últimos años y también por mi gusto por esa época. ¿Cuáles son los productos multifunción que conforman esta colección? El enfoque real de la colección fueron los ojos y los dúos que hemos creado. Por un lado, tenemos un delineador muy cremoso, mate y pigmentado. En el otro lado hay una sombra en barra en crema de larga duración. Y funcionan juntos. Para complementarlos, hemos creado tres aceites para labios y mejillas que son jugosos e imitan un rubor saludable. Y también está el iluminador en crema, que se adapta a todos los tonos de piel. Llegaste en 2021 a Bobbi Brown como la primera directora artística global. ¿Qué supone para ti este cargo? Es muy emocionante. Los productos de la marca han estado en mi radar desde el principio por su inclusividad. Así que fue un gran honor aportar una mirada nueva

a una firma con la que comparto valores. ¿Cómo crees que ha conseguido la marca mantener su ADN a la vez que innova? Bobbi tiene un ADN muy fuerte en el sentido de que trata de abrazar la individualidad, no de encubrir el carácter. Pero la industria del maquillaje ahora cambia muy rápido: hay una gran rotación de marcas, nuevas tendencias cada semana, está TikTok... La gente tiene diferentes formas de obtener información. Así que creo que se trata de mantenernos fieles a lo que hacemos mejor, pero también buscar la innovación para crear nuevos productos. En relación a lo que dices de TikTok, ¿sus tendencias influyen en vuestro trabajo? Sí, porque tienes que estar al tanto de lo que está pasando, pero es muy difícil porque hay mucho que ver y creo que la gente se aburre fácilmente ahora. Pero, realmente, mi idea de belleza es simplemente abrazar el carácter y la personalidad de alguien y resaltarlo, realzar la belleza natural. En este sentido, tú siempre abogas por maquillajes simples con un *twist* moderno. ¿Cómo se los creas? Es importante preparar la piel con el *skincare*. Si está brillante y nutrida, luce genial y no necesitas mucho maquillaje. Y luego me centro en una zona del rostro y la potencio, o juego con las texturas mates y luminosas.



ASÍ ES 'POLISHED GRUNGE'

1. *Cream Glow Highlighter*, un iluminador multiusos que se aplica en los puntos destacados de la piel: pómulos, nariz o arco de cupido (44 €).
2. *Lip & Cheek Oil*, un aceite multiusos disponible en tres tonos apto para dar jugosidad a labios y mejillas (42 €).
3. *Long-Wear Cream Shadow & Kohl Liner*, un dúo de sombra y delineador en *stick* disponible en siete tonos con el que crear tanto un maquillaje de ojos *grunge* muy sutil, así como una mirada más definida de estilo *rock and roll* (53 €). Todo de **Bobbi Brown**.

«EL ARTE, LA MODA Y LAS CAUSAS MEDIOAMBIENTALES ESTÁN INTERCONECTADAS»

CINE, ARTE Y UN PROYECTO DE REFORESTACIÓN EN SU TIERRA NATAL. TE CONTAMOS TODO SOBRE **AMRIT**.

por **Alba Pastor**

Es fácil creer que construir una carrera como modelo deja poco tiempo para cultivar otras inquietudes que requieren compromiso, sin embargo el carácter incombustible de Amrit (Punjab, 2000) atraviesa las fronteras de las disciplinas en las que se involucra. La modelo se inspira en sus raíces como artista y utiliza su altavoz para defender proyectos que buscan mejorar el mundo.



Amrit representa los valores que la convierten en la imagen de la nueva fragancia Eau de Parfum Intense de Chloé. Su unión celebra la feminidad, la belleza y la fortaleza a través de un mensaje de libertad y sostenibilidad.

Eres artista multidisciplinar, además de modelo y defensora del medio ambiente. Para mí, el arte, la moda y las causas medioambientales están profundamente interconectadas. Me centro en la perspectiva más amplia de lo que nuestro tiempo nos exige como seres humanos. Uno de nuestros principales retos es mostrar un mayor cuidado por el planeta. A través de mi trabajo, me esfuerzo por aprender y compartir estrategias para abordar estas cuestiones colectivamente. **En ti ha influido la obra de cineastas como Akira Kurosawa, Mira Nair, Wong Kar Wai y Tarkovski. Before Ears es tu primera experiencia como cineasta.** El cine me encontró en el momento preciso. Empecé a estudiar interpretación el año pasado y enseguida me enamoré profundamente de este medio de narración. Tengo muchas cosas que quiero expresar al mundo, y el cine me pareció el medio más adecuado. **Desde muy pequeña pudiste explorar tus inquietudes artísticas. ¿Cómo recuerdas ese periodo?** Como vivía lejos del museo más cercano, me inspiraba en la naturaleza para crear. Estoy muy agradecida a ese periodo porque me ha ayudado a desarrollar mi manera de entender el arte, basada en el uso de los materiales que hay disponibles. La sostenibilidad siempre ha formado parte de mi proceso creativo y sigo explorándolo. **Te mudaste a París para perseguir tu sueño.** Yo, como artista, buscaba inspirarme en lo que me

rodeaba a la vez que aprendía del mundo en general. Esto me llevó a París, una ciudad a la que ahora llamo hogar. París me ha dado mucho, disfruto de este mundo indofrancés. **¿Qué significa para ti ser imagen de Chloé?** Todavía me parece surrealista. Chloé es una marca con la que me identifico desde el principio, una marca que me encanta. Fue el primer perfume que me compré cuando empecé mi andadura en el mundo de la moda. Convertirme en el rostro de la fragancia de Chloé es como un sueño hecho realidad. **Y además comparte tus valores.** Chloé no sólo apuesta por los envases sostenibles, sino que también colabora con personas que impulsan conversaciones que debemos tener. Soy una persona que aprecia la naturaleza sin esfuerzo de la vida al tiempo que se mantiene firme en sus creencias, encuentro que Chloé se alinea estrechamente con mis valores. **¿A qué te recuerda Eau de Parfum Intense de Chloé?** A mi propia evolución y metamorfosis. Un tipo de fragancia que te hace sentir salvaje y con los pies en la tierra al mismo tiempo, en cuanto sales a la calle. Todos nos sentimos tan fuertes y seguros de nosotros mismos mientras hacíamos esta campaña y adoptábamos esta fragancia, que quiero que cualquiera que pruebe la nueva fragancia sienta lo que sentimos nosotros. ■

«EL SENTIDO DEL OLFATO ESTÁ VINCULADO A LA MEMORIA»

EL ARTISTA **ALEX ISRAEL** NOS DESVELA CÓMO ES 'OCEAN BLVD': SU NUEVA OBRA CREADA EN COLABORACIÓN CON LOS PERFUMES 'COLOGNE' DE LOUIS VUITTON.

por **Celia Gijón**

Este 2024, la *Maison* francesa y este artista al que entrevistamos se han unido para crear una obra que representa un paseo pictórico y tridimensional por un bulevar imaginario de Los Ángeles, integrando en este los perfumes *Cologne*.

Los Ángeles es la protagonista de la obra Ocean BLVD, creada en colaboración con Louis Vuitton. ¿Qué significa esta ciudad para ti? ¿Cómo definirías su estilo?

Los Ángeles es el lugar que mejor conozco en el mundo y mi musa para siempre. Es un desafío definir el estilo de la ciudad porque es tan grande que realmente puedes encontrar cualquier cosa que busques. Pero diría que el estilo de Los Ángeles se caracteriza por la calma constante del Pacífico y el cielo abierto y soleado que lo cubre, el *glamour* y las aspiraciones de Hollywood, el papel de la ciudad en el futuro de la tecnología y su profunda conexión con la cultura mexicana. **¿Cuál es la relación entre Los Ángeles y estos perfumes de Louis Vuitton?**

Cada colonia de nuestra colección representa una faceta mágica de la vida en Los Ángeles: evocan las cosas que hacen que vivir en esta ciudad sea tan único e inspirador. Empieza la jornada en el *spa Pacific Chill*, que se inspira en la desenfadada actitud californiana a través de una fragancia con notas de grosella negra, semillas de zanahoria y hierbas aromáticas. La escapada continúa con *On the Beach*, un guiño al mundo de *surf* gracias al yuzu y al aceite de flores de naranjo. Mientras que el cine *City of Stars* representa la vida nocturna de esta ciudad que nunca duerme a través de un quinteto de frutos cítricos y la flor de Tahití. El restaurante *California Dream* homenajea sus puestas de sol a través de la mandarina, el ámbar o la vainilla. Y por último, *Afternoon Swim* brinda la posibilidad de imaginar una vista del océano Pacífico a través de una oleada de frescura por la bergamota y la mandarina.

¿Cómo has logrado mantener el ADN de la Maison mientras innovas con la estética pop que caracteriza tu trabajo? Pop es la abreviatura de popular, y Louis Vuitton es la marca de lujo más grande y popular del mundo. La marca también tiene una larga historia de trabajo con artistas contemporáneos, un ADN que es muy anterior a mi mandato. La relación ha sido algo natural desde el principio, y creo que parte de la razón por la que trabajamos tan bien juntos es que compartimos un profundo respeto por nuestra herencia, tal como se define a través de nuestras ciudades fundacionales: París y Los Ángeles, y las respectivas tradiciones regionales de estas ciudades: lujo y entretenimiento. **Desde su fundación, Louis Vuitton ha sido fiel al "arte de viajar" que su creador estableció a través de maletas, baúles...**

¿Crees que a través de los sentidos del olfato y la vista has logrado mantener su espíritu viajero? Cien por cien. El sentido del olfato está intrínsecamente vinculado a la memoria, y lo que hace que el maestro perfumista de Louis Vuitton – Jacques Cavallier Belletrud – sea un genio, es su asombrosa capacidad para seleccionar y combinar los ingredientes de cada fragancia para evocar sentimientos específicos, estados de ánimo y sí, lugares felices tal como existen, o como imaginamos que podrían existir. **El color es muy importante en tu trabajo. ¿Cómo has jugado con la paleta cromática para crear esta obra?** La paleta de colores se inspira en el paisaje, en los colores de mi vida diaria en Los Ángeles. Cada aroma de la colección se ha emparejado con un degradado de color único, elegido de la paleta para conectar los puntos entre el aroma de Jacques, sus ingredientes y la inspiración de la fragancia. ■



Alex Israel es un artista multimedia de Los Ángeles que colabora con Louis Vuitton desde 2019.

En esta obra, ha diseñado visuales con los perfumes y una escultura de dos metros de largo que representa esta travesía olfativa por la costa californiana.

FOTOS: JACK PIERSON, LOUIS VUITTON.

DI ADIÓS AL ESTRÉS OXIDATIVO DE TUS CÉLULAS

'BE WISE INNER BOOSTER' DE EIRALABS, ES EL NUTRICOSMÉTICO DE CUIDADO HOLÍSTICO PARA TU BIENESTAR. LO VERÁS Y LO SENTIRÁS.



Be Wise Inner Booster, de Eiralabs (60 cápsulas 79,90 €). Apto para veganos y efectivo en mujeres y hombres. En farmacias, parafarmacias y en www.eiralabs.es

Aquella que no haya tenido síntomas de estrés en algún momento de su vida, la damos nuestra más sincera enhorabuena. Pero cuando te cuesta dormir, no puedes concentrarte, se te cae el pelo e incluso notas que tu piel está apagada prematuramente, necesitas parar y cuidar tanto tu bienestar físico como mental.

Para ello, además de un estilo de vida adecuado, te invitamos a que conozcas lo que la nutricosmética puede hacer por ti. Desde Eiralabs, el laboratorio de referencia español de nutricosmética de alta calidad, creado por la química y experta en dermocosmética y formulación Claudia Popa, se centran en ofrecer nutricosméticos eficaces para el cuidado de la salud y belleza desde el interior, allí donde no llegan los cosméticos, y nos proponen un nutricosmético definitivo: *Be Wise Inner Booster*, una fórmula completa con activos naturales *premium* en las dosis adecuadas para el bienestar que se ve y se siente.

Be Wise Inner Booster trabaja para ti como el mejor aliado, esencial para verte y sentirte mejor, porque fortalece el cabello, la piel y las uñas; promueve la relajación y reduce el estrés; mejora la salud inmunológica y reduce la inflamación; estimula la producción de colágeno para una piel radiante y aumenta la energía y la vitalidad.

En palabras de su creadora, "en un mundo donde la belleza y el bienestar están intrínsecamente conectados, es esencial considerar enfoques holísticos para el cuidado in-

tegral, y *Be Wise Inner Booster* representa un paso más en esta dirección, al abordar tanto la apariencia externa como el bienestar interior. No solo nos limitamos a mejorar la apariencia de la piel, el cabello y las uñas; sino que también nos preocupamos por el equilibrio y la salud general del cuerpo, al tiempo que favorece la vitalidad y la relajación".

INGREDIENTES ACTIVOS

Mientras que la queratina, proteína principal de la piel, cabello y uñas que aporta resistencia y brillo, no es digestible por vía oral ni se absorbe por vía externa, *Be Wise Inner Booster* aporta Cynatine® HNS, la primera queratina soluble bioactiva natural biodisponible, es decir, que el organismo puede utilizar cuando se toma por vía oral. Asimismo, en su formulación intervienen otros activos como el extracto de ashwagandha, conocido por sus propiedades de reducción del estrés; el extracto de cúrcuma, un poderoso antioxidante y antiinflamatorio; extracto de pino marítimo francés, que apoya la producción de colágeno; extracto seco de pimienta, que mejora la absorción de los nutrientes clave de *Be Wise*, para obtener el máximo beneficio de cada cápsula; Zinc, esencial para la salud inmunológica y la reparación celular, y vitamina B5, vitamina D y biotina, para mantener una energía óptima.

Si buscas una belleza duradera y un bienestar completo, encontrarás en *Be Wise* el enfoque holístico que necesitas. ■

LOS MÁS DESEADOS

DESDE INNOVADORES SÉRUMS FACIALES HASTA LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS EN MAQUILLAJE. SELECCIONAMOS LOS 'MUST' DEL MOMENTO PARA QUE ELEVES TU RUTINA DE BELLEZA A OTRO NIVEL.

por **Úrsula Fernández**



1. RAYOS DE SOL. Camille Miceli, directora artística de Pucci, y Violette, directora creativa de Maquillaje de Guerlain, fusionan sus talentos para ensalzar los míticos polvos bronceadores Terracotta con el emblemático motivo Marmo de la *Maison Pucci*. Así nace *Terracotta Marmo Sun* (98 €), de **Guerlain**.

2. ORO LÍQUIDO. *L' Huile en Serum*, de **Clarins** (385 €). Este tratamiento excepcional combina el confort, la nutrición y la acción reparadora del aceite con el poder rejuvenecedor del sérum. Refuerza la función barrera de la piel.

3. PELO FUERTE Y BONITO. Cuida tu cabello mientras duermes con *Lambdapil Melatonin Concentrate* (47,95 €), de **Isdin**, la loción con melatonina que actúa sobre el cuero cabelludo ayudando a reforzar el cabello y reducir su caída. Contribuye a revertir los primeros signos del envejecimiento capilar ayudando a mejorar la densidad y volumen.

4. EN BUENAS MANOS. El cabello se vuelve más fuerte y lleno de energía con tratamientos específicos. En **Collistar** cuentan con el adecuado para tu tipo de cabello y tus necesidades. Como el champú *Phyto-Keratin*, la *exfoliante seboequilibrante* o los champús de *ácido hialurónico* y de *colágeno*. (c.p.v.)

5. MUY PERSONAL. Fresca y elegante, *Come with Me*, de **Bottega Veneta**. Con vigorizantes cítricos de la bergamota italiana y la violeta en polvo de la mantequilla de lirio francesa. (c.p.v.)





6

6. SEÑA DE IDENTIDAD. El recuerdo asociado a un olor permanece para siempre en la memoria. Para conservar ese espíritu de eternidad, la firma **Avon** relanza este otoño su colección de perfumes *Far Away* con un fuerte compromiso de sostenibilidad y un producto certificado con la etiqueta *cruelty free*. Su apuesta, valiente y segura, busca convertir estas fragancias en el mejor aliado de una mujer en cada una de sus facetas. Estas fragancias, pensadas para liberar el lado más extraordinario de cada mujer, presentan una variedad de notas florales, orientales, *gourmand* y amaderadas creadas a partir de la sabiduría de los mejores perfumistas del mundo. Han pasado 30 años desde el lanzamiento del icónico *Far Away Original*, pero Avon se reinventa al ritmo de los nuevos tiempos para ofrecer su mejor versión. (Desde 28 €)

7. LA CIENCIA DE LA BELLEZA. Un nuevo hito en la insaciable búsqueda de la juventud eterna de **La Prairie**. La crema *Life Matrix Haute Rejuvenation* (1 770 €) prolonga la salud y la longevidad juvenil de la piel mediante la modulación de la información celular en la piel, lo que abre un enfoque completamente nuevo y holístico para comprender el proceso de envejecimiento y diseñar estrategias de rejuvenecimiento de vanguardia. Esta crema está integrada dentro de los dos programas de longevidad en Clinique La Prairie: Revitalización y Revitalización Premium.

7





8. JUVENTUD EN LA PIEL. Tratamiento *Time Expert Lift_In*, de **Germaine de Capuccini**. Crema revitalizante con ceramidas, máscara redefinición efecto tensor y concentrado reafirmante. Incluye un masajeador ergonómico que mejora la penetración de los activos, potenciando los efectos lifting. (c.p.v.)

9. MEDICINA ESTÉTICA REGENERATIVA. *NCEF-Revitalize Sérum* (98,90 €), de **Filorga**. Un sérum tan eficaz como un protocolo de inyecciones revitalizantes para alisar, unificar e iluminar.

10. ELASTICIDAD Y FIRMEZA. *Prevención de estrías*, de **Somatoline Cosmetic**. Tratamiento de acción suavizante con un 86 % de ingredientes de origen natural, específicamente formulado para prevenir la aparición de estrías causadas por la pubertad, los cambios de peso y el embarazo (23,95 €).

11. ROUGE. *Le Rouge Celine*, de **Celine**, en el tono 01 Rouge Triomphe (70 €) es el labial perfecto para quienes buscan una aplicación precisa, generosa y sin esfuerzo. Evoca una suavidad nostálgica con notas olfativas de rosa y polvo de arroz, característicos de la colección de perfumes de la casa Celine.

12. ANTIENVEJECIMIENTO. Dos nuevos sérums desarrollados con la formulación más avanzada para retrasar los signos del paso del tiempo. *Sérum Absolute Lift* (64,85 €), que reafirma, hidrata y mejora la elasticidad de la piel y *Sérum Ultimate Antiox* (64,85 €), que lumina tu piel, de **Marti Derm**. ■



NEUROCIENCIA Y MENOPAUSIA: CLAVES PARA SENTIRSE MEJOR

UN EVENTO ORGANIZADO POR INDASEC® TOALLITAS OFRECE INFORMACIÓN Y APOYO A LAS MUJERES QUE ESTÁN VIVIENDO ESTA ETAPA DE LA VIDA DE LA MANO DE LA NEUROCIENTÍFICA ANA IBÁÑEZ.

Indasec® Toallitas organizó un evento para mujeres que se encuentran en la etapa de la menopausia, abordando los síntomas físicos, emocionales y cognitivos que acompañan a este periodo, con especial atención a las pérdidas de orina. Dentro de este enfoque multidisciplinar, la intervención de la reconocida neurocientífica española Ana Ibáñez se centró en el papel del cerebro durante la menopausia y cómo este proceso afecta tanto a las pérdidas de orina como a la salud integral de las mujeres.

QUERERSE BIEN

El eje cerebro-cuerpo juega un papel fundamental en las pérdidas leves de orina durante la menopausia. "Es necesario ayudar a la reprogramación del sistema nervioso para optimizar la conexión entre el cerebro y el cuerpo. A menudo, el malestar y la sensación de vergüenza asociada a las pérdidas de orina tienen un origen cerebral más que fisiológico. El cerebro, en su intento por protegernos, puede amplificar esos sentimientos negativos, pero es posible modificar esa narrativa", señala Ana Ibáñez.

La experta subraya que el entrenamiento mental para afrontar estos cambios puede ser tan relevante como los ejerci-

cios físicos para fortalecer el tono muscular. "Si calmamos a nuestro cerebro con mensajes positivos, nos va a apoyar, y esa autoestima no se verá dañada", explica la experta, que invita a las mujeres a adoptar una perspectiva más amable y comprensiva consigo mismas.

UNA TRANSICIÓN NEUROENDOCRINA

Ana Ibáñez destaca que, aunque la menopausia es conocida por los cambios hormonales, hasta ahora no se había comprendido del todo cómo estos afectan también al cerebro. Esta transición implica una adaptación del sistema nervioso, que provoca síntomas como pérdida de memoria, falta de concentración y cambios en el estado de ánimo, pero que pueden trabajarse a nivel cerebral para aliviarlos.

DESESTIGMATIZAR LA MENOPAUSIA

"Un porcentaje altísimo de mujeres se define muchísimo más feliz después de la menopausia", afirma la experta. La clave está en reconocer que el cerebro está atravesando una fase de adaptación, y con las herramientas adecuadas, esta etapa de la vida puede convertirse en una oportunidad para alcanzar una mayor libertad emocional y mental. ■

SUSCRÍBETE UN AÑO A MARIE CLAIRE



POR SOLO **49€**

12 NÚMEROS DE TU REVISTA
Y TUS PRODUCTOS

I.C.O.N.



12 NÚMEROS
REVISTA
DIGITAL* + LOTE
DE PRODUCTOS
ICON

29€



- CHAMPÚ 'FULLY'
- MASCARILLA 'INFUSION'
- CHAMPÚ EN SECO



REGALO VALORADO
EN MÁS DE 100€

SUSCRÍBETE FÁCILMENTE:

Por internet: <https://suscripciones.zinetmedia.es/marie-claire/marie-claire-suscripciones/>

Por teléfono: 91 060 44 82

Suscripción a Marie Claire digital o papel (formato grande). Quedan excluidos los objetos promocionales de portada. Oferta solo válida para España para las primeras 120 solicitudes. Consulte las bases legales en nuestra página web <https://suscripciones.zinetmedia.es/clausula-de-privacidad>, en el teléfono de atención al cliente 91 060 44 82 de lunes a viernes de 9 a 18 h. (julio y agosto de 8 a 15 h.) o escribiendo a suscripciones@zinetmedia.es

*Formato pdf.



Escanea y suscríbete

lifestyle

LOS COLORES DE LA NATURALEZA

Un paseo por La Rioja, la tierra de los vinos excepcionales y los paisajes interminables.

Otoño tiñe de tonos marrones las tierras bañadas por los viñedos.



144 TRADICIÓN CON SABOR A VINO

Descubre La Rioja.

148 MAR Y MONTAÑA

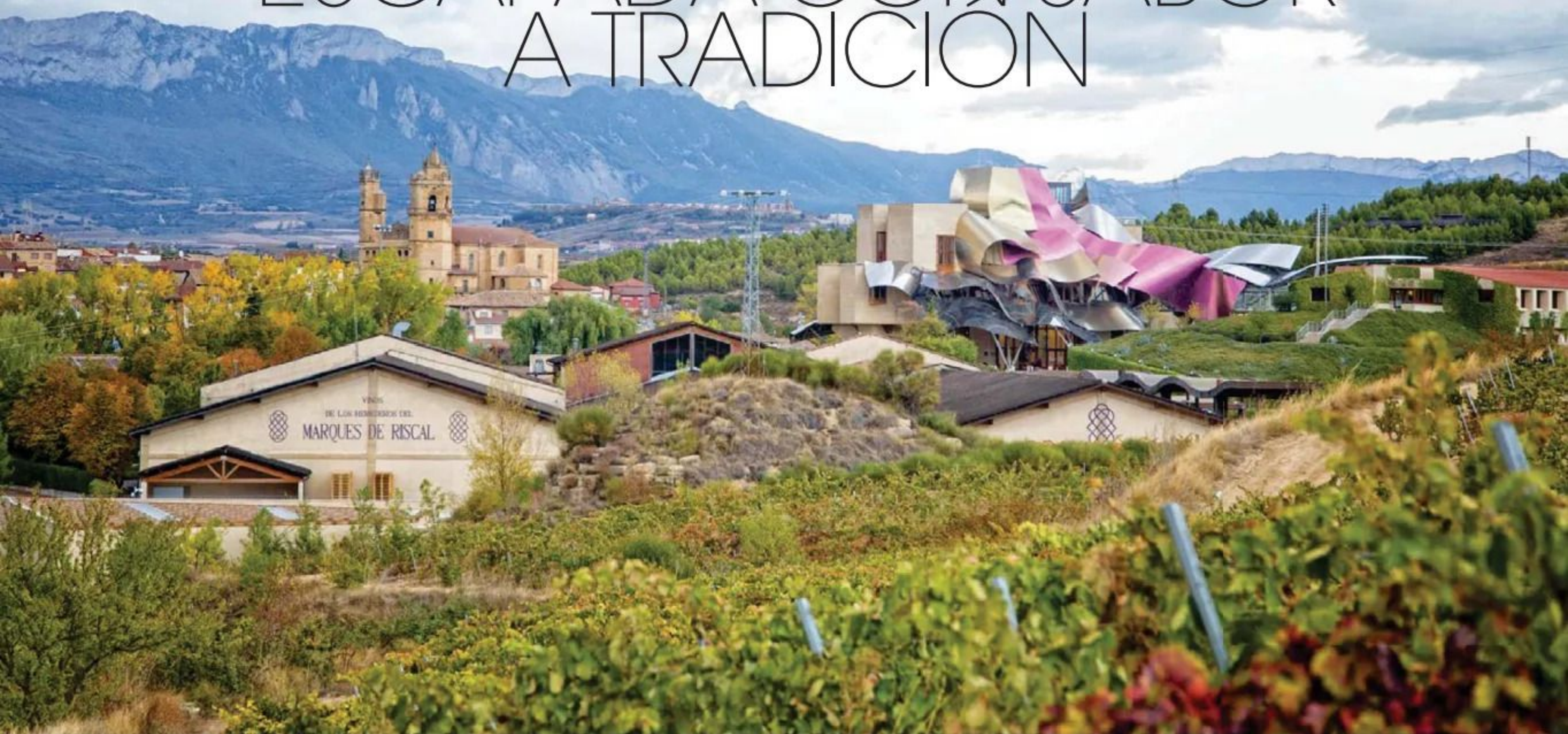
Kalk Bay, un seductor enclave costero en Sudáfrica.

154 COLOR CEREZA

La calidez del hogar apuesta por los colores granate.

RIOJA

ESCAPADA CON SABOR A TRADICIÓN



COMO EL ABRAZO CÁLIDO QUE TANTO GUSTA DEL OTOÑO, UN MANTO DE VIÑEDOS ACOGE ALGUNAS DE LAS MEJORES BODEGAS DEL MUNDO Y A UNOS CUANTOS PUEBLOS LLENOS DE ENCANTO.

por **Inma Coca**

Puede ser riojano, alavés, navarro o incluso burgalés, pero, por encima de estas divisiones y fronteras, hay un sello que unifica un territorio. Un sello que lleva siglos produciendo algunos de los mejores vinos del mundo y en el que la tradición está tan arraigada como el valor de sus caldos. Rioja aglutina a más de 600 bodegas, suma unas 67 000 hectáreas de viñedos y se enorgullece de ser la Denominación de Origen más antigua de nuestro país, además de la más emblemática y valorada, tanto, que ella sola abarca el 40 % de la cuota de mercado. El vino en Rioja se siente, se huele y, por supuesto,

se degusta. Cada pueblo tiene su bodega, o incluso varias, y juntos forman un paisaje tan evocador como sabroso. Perderse entre estos valles fértiles es ir saltando de bodega en bodega, hasta que te das cuenta de que reconoces la mayoría de nombres y emblemas sin necesidad de ser un experto en vino. En Haro te esperan las famosísimas Ramón Bilbao o Muga. Al llegar a Briones, te encuentras con Bodegas Vivanco y su completo y didáctico museo del vino. Junto a San Vicente de la Sonsierra, ese pueblecito que te regala las mejores vistas desde la altura, está la Hacienda López de Haro. Y al entrar en Cenicero, verás las Bodegas Riojanas, así como una lista que parece no tener fin.

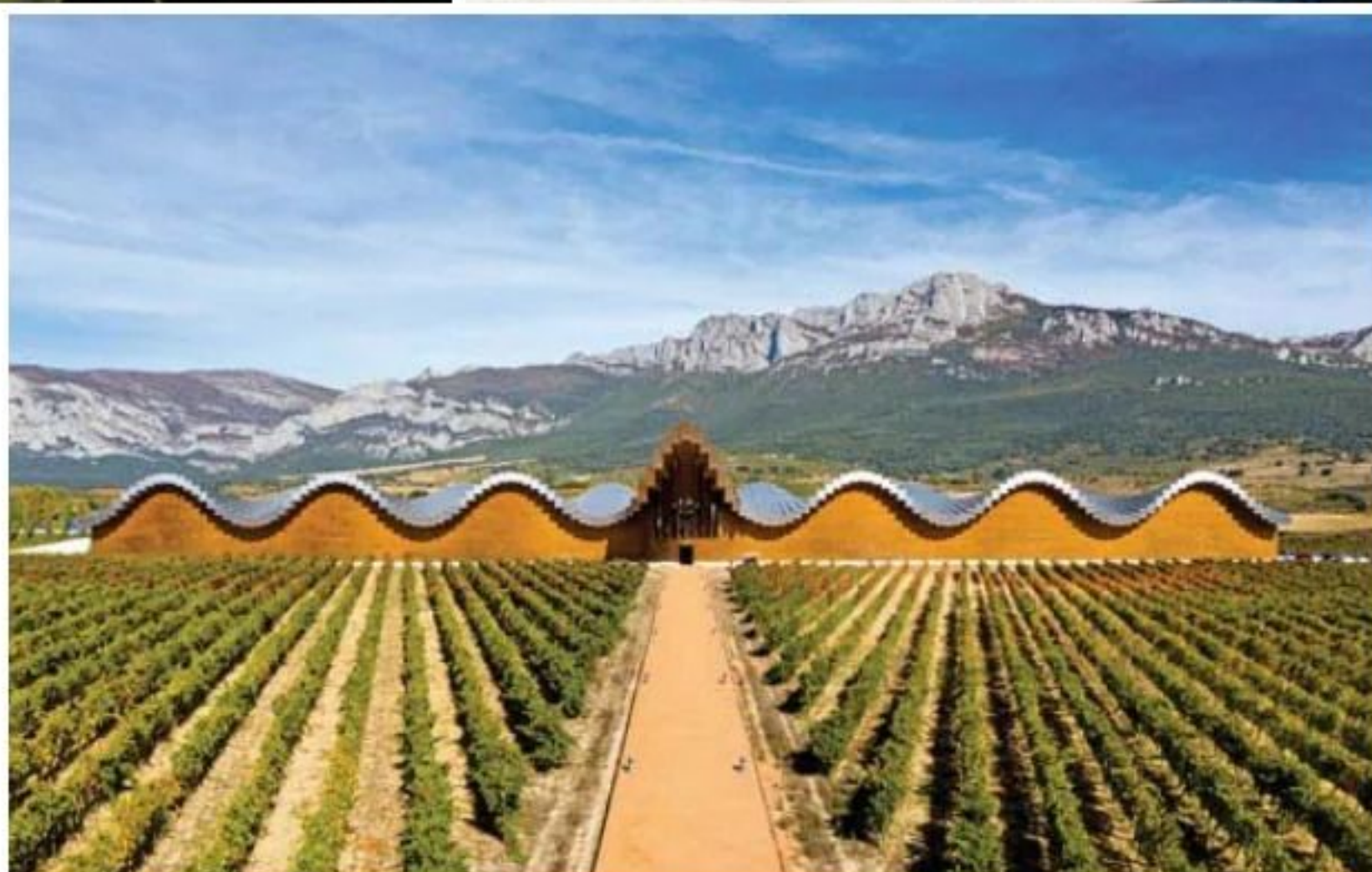
DOS GRANDES ICONOS

Siete kilómetros separan a dos de los grandes tesoros de la zona: Elciego y Laguardia. Pueblos que encarnan la esencia de la Rioja Alavesa con su encanto medieval y sus bodegas de renombre



y es que, en ambos casos, su historia está ligada al mundo del vino de la misma forma que lo está en el presente.

En el caso de Elciego, incluso su perfil ha ido variando en función de la fama que adquirirían sus vinos. A finales del siglo XVII, el boyante negocio se ve reflejado en sus palacetes barrocos, así como la iglesia de San Andrés, que se alza majestuosa en la parte más alta de la localidad. Y ese aire grandioso lo transmite desde lejos, pero también cuando te sitúas a sus pies, bajo el gran arco que une sus altísimas torres. Las mismas que fueron durante siglos el símbolo de Elciego, hasta que, en 2003, Frank Gehry, el gran arquitecto canadiense, lo cambió por completo con su explosión de acero y titanio. Este espectacular edificio, que alberga un hotel de lujo, es solo una parte de la visita a una de las bodegas más prestigiosas y antiguas de la zona. De hecho, desde Marqués de Riscal no dudan en presumir de que en sus instalaciones se pueden revivir hasta tres siglos diferentes. Todavía se conserva (y utiliza) la primera bodega, aquella en la que empezó todo y que data de 1860. Del siguiente siglo son gran parte de las instalaciones actuales, estas que combinan a la perfección la tradición con las nuevas tecnologías. El siglo XXI llegó con un espectacular hotel que incluso le ha robado protagonismo al propio vino. Pero si hay un rincón de la bodega donde es fácil palpar esa historia (lo de saborearla solo es para unos cuantos elegidos) es el conocido como la Botillería. Aquí se guardan botellas de cada una de las añadas que ha vivido la bodega desde aquel 1862, cuando produjeron su primera botella.



DE LA TRADICIÓN A LA INNOVACIÓN

La filoxera, aquella terrible plaga que en el siglo XIX devastó viñedos centenarios, afectó también a la zona de Rioja. Los bodegueros se vieron obligados a arrancar y quemar sus viñas, pero una tradición tan arraigada no podía desaparecer así. Una vez superado el bache, las bodegas resurgieron con fuerza, y nuevas generaciones se fueron sumaron al mundo del vino. Así nació Solar de Samaniego, que en los años 70 inauguró sus grandiosas instalaciones, concebidas para la producción a gran escala, reflejando la ambición de la época.

Con el paso del tiempo, esta bodega familiar decidió reinventarse y apostar por el arte para aportar valor a una marca ya consolidada. Esto queda patente durante la visita a la bodega, sobre todo al llegar al espacio denominado como Medio Millón, en alusión a la capacidad que tienen los enormes depósitos. Lo que un día fueron montones de hor-

La cata es el momento más esperado en la visita a una bodega, y por eso en las bodegas Arínzano trabajan para que sea cada día algo especial, como se aprecia en la foto de la izquierda. A la derecha, Palacio del Marqués de San Nicolás, uno de los edificios más bonitos de Briones. Abajo, la bodega Ysios y su ondulante edificio diseñado por Calatrava.



Desde arriba y en sentido de las agujas del reloj, una calle de Elciego, viñedos de Laguardia, interiores de las bodegas Herederos del Marqués de Riscal y Solar de Samaniego y paisaje otoñal de la Rioja Alavesa.



migón sin apenas uso, hoy son lienzos dignos de admirar gracias al trabajo de Guido van Helten. El artista australiano pintó a mano alzada cada uno de estos depósitos de 13 metros de altura. Dibujos que representan no solo cada fase del proceso de producción, sino que lo personifica en trabajadores de la propia bodega. Además, es muy interesante el proyecto "Beber entre líneas" en el que fusionan las culturas del vino y la literatura, y que ya cuenta con varios galardones.

TAMBIÉN BAJO TIERRA

Laguardia, donde se ubica Solar de Samaniego y la bodega diseñada por Calatrava, Ysios, es uno de los pueblos más encantadores de la zona. Tras cruzar su tan bien conservada muralla, te adentras en una maraña de calles que conservan su trazado medieval y que esconden otro recorrido oculto que une a más de 200 bodegas subterráneas. Uno de los muchos secretos de esta localidad que forma parte de 'Los Pueblos Más Bonitos de España'. Al igual que Briones, situado en la otra orilla del Ebro. Esta vez en La Rioja, pero con la misma tradición vinícola, pasear por Briones es retroceder en el tiempo para poder revivir aquella época dorada en la que cada edificio tenía el escudo de la familia en la fachada y en la que, como hoy, las celebraciones tenían lugar en la plaza junto a un buen vino. Siguiendo el cauce del río se puede continuar la ruta dirección Cenicero, Logroño y seguir hacia Navarra, donde no solo se produce vino de Rioja, también se pueden visitar destacadas bodegas como la de Arínzano, y apuntarse a una de sus muchas experiencias con el vino como protagonista. Eso sí, un recorrido a pequeñas paradas y sorbos cortos como bien manda la tradición. Porque al final, Rioja es eso: una pausa en el tiempo y un brindis a la vida.■

UN BRINDIS POR **NOSOTRAS**

Cada botella cuenta una historia. El mundo del vino y el cava ofrece una experiencia sensorial única para disfrutar en compañía.

por **Clara Narváez**



Cune tinto personalizado

Las bodegas Cune ofrecen la posibilidad de personalizar sus botellas de vino tinto, blanco y reserva a través de su web (tienda.cvne.com). Sube la foto que quieras, visualiza la etiqueta personalizada y disfruta del vino.



Arínzano Eternidad

Un chardonnay extremadamente expresivo. En nariz tiene un perfil mínimamente oxidativo sobre la fruta escarchada, miel, tabacos, crema pastelera y balsámicos.



Solar de Samaniego 7 Cepas

Un Reserva elaborado con 13 meses en barricas de roble americano y francés. Predomina una gran concentración de aromas frutales.



Codorníu Ars Collecta Grand Rosé

Un reserva, complejo, expresivo y longevo. Excelente acompañante de aperitivos gourmet o arroces de pescado.



Primer Rosé 2023

Elaborado con uvas del Pago Lucas. Semblante limpio y sutil que anticipa una serie de elegantes aromas de cereza, frambuesa y manzana roja, notas florales y un toque mineral.

Kalk Bay atrae al
visitante por su
combinación
perfecta de
atractivo *vintage* y
una vibra relajada
con un toque
hippie.



lifestyle
sudáfrica

KALK BAY

ENTRE MAR Y MONTAÑAS

A SOLO 30 MINUTOS DEL CENTRO DE CIUDAD DEL CABO (SUDÁFRICA), SE ENCUENTRA ESTE SEDUCTOR ENCLAVE COSTERO DONDE LA HISTORIA PESQUERA SE FUSIONA CON EL ESTILO BOHEMIO.

por **Robyn Alexander**





Pintoresca y bien mantenida, la piscina de mareas de Dalebrook es una de las favoritas. Cuenta con vestuarios, lo que hace posible un chapuzón rápido a mitad del día.



El pueblo pesquero de Kalk Bay, fundado en el siglo XVII en el borde oriental de False Bay (Sudáfrica), fue en su día el lugar donde los habitantes de Ciudad del Cabo obtenían el tan necesario suministro de cal: ("kalk" en holandés y afrikáans). Hoy en día, es uno de los destinos favoritos de muchas familias sudafricanas, que encuentran en este pintoresco puerto el lugar perfecto para pasear tranquilamente, hacer algunas compras de artículos *vintage* y disfrutar de una comida relajada. Los surfistas locales se pueden ver entre el oleaje, y las ballenas francas australes se avistan con frecuencia desde la orilla durante su migración estacional. Kalk Bay es una atracción en sí misma: ha sido durante mucho tiempo un centro pesquero, y los barcos locales traen captura diaria que se puede comprar. Las focas elefante frecuentan el área pidiendo sobras a los vendedores y se sirve pescado en restaurantes, tanto asequibles como de lujo. Los caminos amplios al lado del océano son ideales para un paseo o carrera matutinas. En las relativamente cálidas aguas del Océano Índico, las piscinas de marea de St. James (con su icónica fila de coloridas casetas) y Dalebrook ofrecen lugares protegidos para un refrescante baño en el mar. ■



SONNEKUS

Situado en la carretera principal de St James, a tan solo cinco minutos de Kalk Bay, Sonnekus (sonnekus.co.za) es un encantador hotel boutique de diez habitaciones con vistas al mar. El personal puede organizar todo tipo de experiencias, desde un masaje en la habitación hasta viajes en kayak, excursiones de cata de vinos y clases de surf.

ST JAMES COTTAGE

Diseñada por los propietarios de una de las principales empresas de eventos y diseño floral del Cabo, esta cabaña de ensueño, bohemia, elegante y deliciosamente colorida es la base ideal desde la cual explorar Kalk Bay y sus alrededores. St James Cottage (airbnb.com/rooms/46403556) ofrece magníficas vistas al mar y se encuentra a solo cinco minutos a pie de St James Tidal.



FOTOS: WARREN HEATH/ BUREAUX

Danger Beach
y la icónica piscina
de mareas
de St James se
reconocen al
instante por la
hilera de coloridas
casetas para
cambiarse
adyacentes al
lugar.





JANE VALKEN

Vestidos de algodón, pijamas y una cuidada selección de textiles para el hogar pueden encontrarse en Jane Valken (janevalken.com). Una tienda con prendas confeccionadas con telas naturales cuidadosamente seleccionadas.



KALK BAY BOOKS

Tranquila y cuidadosamente decorada, Kalk Bay Books ([instagram.com/kalkbaybooks](https://www.instagram.com/kalkbaybooks)) es una joya absoluta de librería independiente local, con una selección especialmente buena de poesía sudafricana y libros de segunda mano.



KALK BAY TRADING POST

Una auténtica tienda de antigüedades y productos *vintage* de la vieja escuela donde encontrarás algo nuevo e inesperado cada vez que vayas. Destacan sus cómics de los años 60 y los baúles y maletas de mediados de siglo XX.



SOUL DESIGN

Tiene una amplia selección de joyas y complementos realizados por artesanos locales e inspiradas en varios lugares y pueblos del continente africano. De Soul Design (souldesign.co.za) destacan sus pendientes y brazaletes.



KALK BAY GARDEN SHOP

En esta encantadora tienda se vende una gran variedad de plantas locales resistentes para los amantes de la jardinería. Los ferrarios y maceteros colgantes de Kalk Bay Garden Shop ([facebook.com/kalkbaygardenshop/](https://www.facebook.com/kalkbaygardenshop/)) son excelentes ideas para regalar.





CHARDONNAY DELI

Situado frente a la piscina de Dalebrook se encuentra Chardonnay Deli (chardonnaydeli.co.za/kalk-bay/). Exquisitos desayunos y almuerzos. ¿Sus especialidades? La tarta de chocolate sin harina o la clásica de zanahoria.



BOB'S BAGEL CAFÉ

Ubicado frente al parque Lever's Park, Bob's Bagel Café sirve auténticos *bagels* recién horneados y un excelente café tostado originario de la zona. Cuentan también con una pequeña galería con obras de arte y cerámica de artistas locales.



OLYMPIA CAFÉ

Una verdadera institución de Kalk Bay que ha deleitado a los amantes de la gastronomía desde 1997. Olympia Café (olympiacafe.co.za) sirve excelentes desayunos, comidas y cenas. Su plato estrella son los macarrones con marisco.



THE ICE CAFÉ

Con una bonita fachada *vintage*, The Ice Café es la única heladería dedicada a Kalk Bay. Prueba el helado Amarula, aromatizado con un popular licor de crema elaborado localmente, algo que difícilmente encontrarás en ningún otro lugar del mundo.



TRUE LOVE COFFEE

El café más pequeño de Kalk Bay también es uno de los mejores: True Love Coffee ([instagram.com/truelove_kalkbay](https://www.instagram.com/truelove_kalkbay)). Sirven deliciosos cortados y expresos, y los típicos 'pasteis de nata' portugueses, que son la especialidad de la casa.



FIEBRE POR EL CEREZA

EL TAMBIÉN CONOCIDO COMO BURDEOS O GRANATE, SE HA CORONADO COMO COLOR DE LA TEMPORADA EN EL SECTOR DE LA DECORACIÓN POR SU FUERZA Y SOFISTICACIÓN.

por **Sandra Escriña**



1. AURA OTOÑAL. El Burgundy #E694 de **CIN Valentine** es un tono ideal para vestir tus paredes. Está inspirado en el color del vino francés de Borgoña. Otras opciones de la gama son el Rubí #E120 (con más morado), el Rojo Sensual #E162 (algo más rojizo) y el Granate #0115 (más cálido).

2. SIN MIEDO AL EXTERIOR. Tanto si habitas en zonas donde se puede disfrutar de la terraza durante todo el año por el clima como si no tienes miedo al frío, **Calma Chechu** apuesta por esta silla de exterior de estilo retro con un estampado de rayas donde el cereza es protagonista (326 €).

3. MUCHA CALIDEZ. Este tipo de colores aportan a las estancias un toque acogedor, sobre todo si hablamos de esas lámparas que dan luz cálida. Es el caso de este modelo de mesa de **&Tradition** (316 €) en color granate y con un estilo clásico.

4. TODO EN ORDEN. Muchos apuestan por objetos útiles tanto para ordenar como para decorar las habitaciones de la casa. En **Flying Tiger Copenhagen** son expertos en ello y proponen este organizador de cables burdeos con tapa de bambú (3 €).

5. SÍ A LOS 'PRINTS'. Este cojín de lino bordado de **Tressé** (116 €), que cuenta con una estética sententera por su estampado geométrico, es un perfecto complemento otoñal tanto para los sillones o sofás del salón como para las camas de los dormitorios.



6. HORA DEL BRINDIS. En los meses de frío, no hay mejor plan que reunirse en torno a la mesa y en la calidez de la chimenea con amigos y familia. Este carrito camarera de **The Masie** (189,95 €) es perfecto para servir bebidas y aperitivos durante estas quedadas que se prolongarán en el invierno.

7. PARA EL DESAYUNO. Las vajillas también sucumben a los colores otoñales en propuestas como la de **Ferm Living**, formada por un set pintado a mano de taza y plato a rayas (45 €) que es ideal para acompañar el café con una tostada.

8. ALIADOS EN LA RUTINA. Ya sea para aquellos que teletrabajan o para esos que no tienen un asiento asignado en la oficina, el granate también invade organizadores como este de **Vitra** (210 €): práctico para almacenar herramientas de trabajo y compacto para transportarlo fácilmente.

9. LOS OJOS TIENEN QUE VIAJAR. Los cuadros y demás elementos decorativos nos pueden transportar a lugares y momentos vividos. Y eso es lo que hace esta obra de **Rose England** (69 €): refleja una vibrante noche en el Soho de Londres.

10. VESTIR LA MESA. Los textiles que acompañan a las vajillas y demás piezas esenciales en las comidas también se tiñen con el tan en tendencia color burdeos. Por ejemplo, los manteles individuales con estampado floral de **Tana & Co.** (25 €).

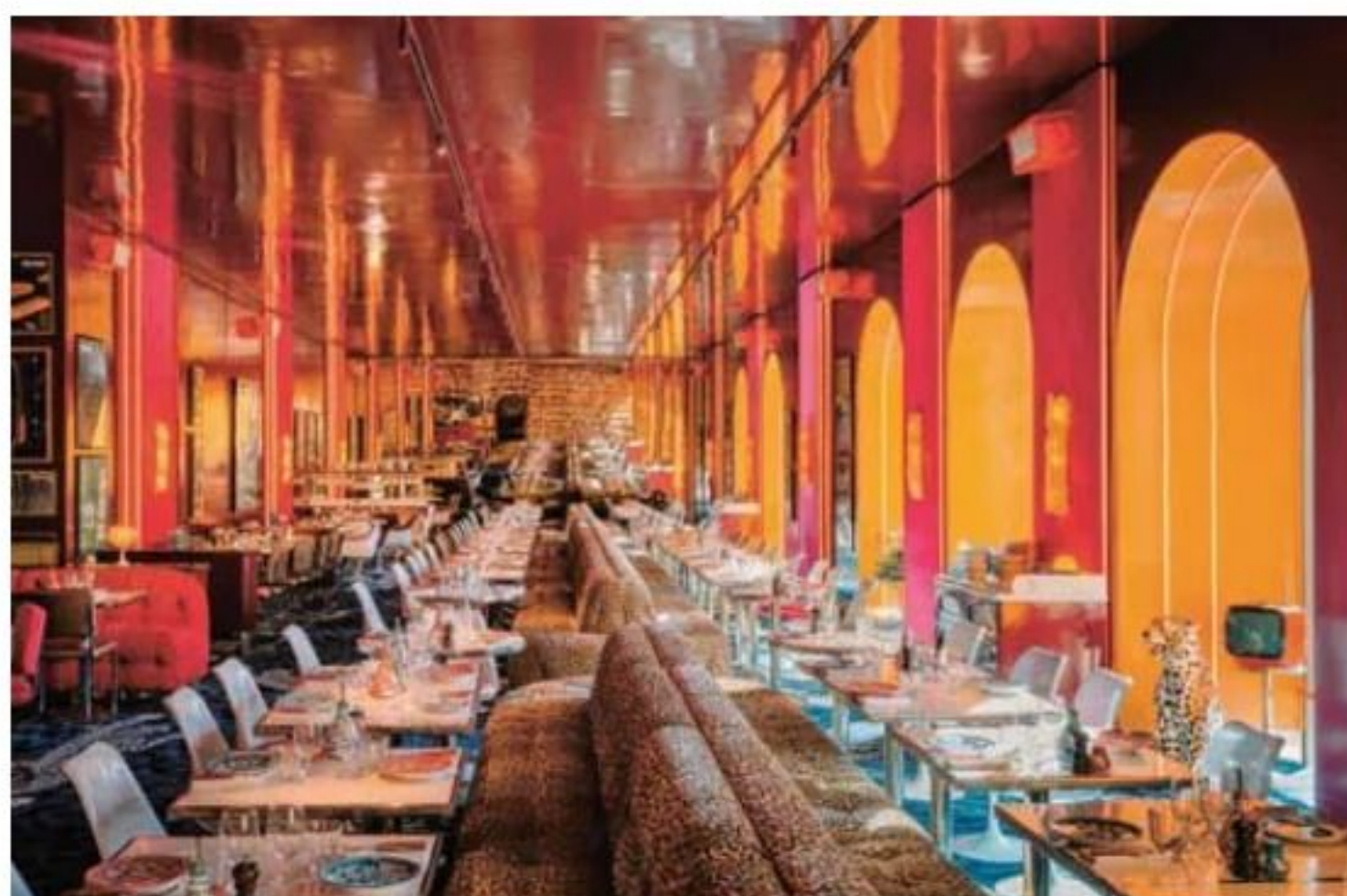
11. NO SIN CONDIMENTOS. **Zara Home** se une a la moda del tono *cherry* y apuesta incluso por teñir este molinillo para especias de madera de haya lacado (45,99 €). Por su estilo retro nos recuerda a esos que son comunes en los restaurantes italianos.

12. CREAR CONTRASTES. Con asas asimétricas y un *print* de rayas superllamativo, **The Masie** presenta este jarrón que contrastará muy bien con flores de distintas tonalidades para darle color y alegría a estos meses de otoño e invierno (96,95 €). ■

CENAR BIEN EN MADRID POR 30 EUROS

Hemos explorado numerosos establecimientos capitalinos hasta dar con seis locales donde disfrutar de succulentos platos (sin recurrir al tapeo) por muy poco. Y los hemos encontrado de todos los estilos: clásicos, canallas, de cocina internacional...

por **Carmela Díaz**



Circolo Popolare. A los pies de Torre Picasso ya es un sitio de moda y el rey de Instagram. Imposible no rendirse al espacio: dos plantas con techos altísimos, iluminación de Murano, colores vibrantes, centenares de metros de tela de leopardo y multitud de detalles que deslumbran. La propuesta gastronómica es casera: burratas traídas desde Puglia; mortadela al tartufo de Negrini; o tiramisú de pistacho. Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1.



Mitiko. Gran opción para cenar nikkei (fusión japo-peruana) sin que se resienta el bolsillo. Imperdibles las propuestas de su barra cevichera; los makis -el ahumado está muy bueno-; los langostinos pop; y, por supuesto, el sushi y el nigiri. No fallarás con los pinchos anticucheros y el lomo salteado, una delicia. Calle Sor Ángela de la Cruz, 22.

Arallo Taberna

Una opción recomendable para saborear platos sorprendentes a un precio moderado, en un ambiente informal. Manejan buen producto y combinan con acierto ingredientes tradicionales y exóticos. Entre sus especialidades, el jurel braseado. Calle de la Reina, 31.



Hong Kong 70

Gastronomía cantonesa por un precio medio-bajo. Las raciones son generosas. La cocina está a cargo de chefs hongkoneses que cocinan a la vista. Prueba la cazuela de arroz cantonés al horno. Calle Nicolás Sánchez, 11.



Quinqué

Consigue llenos diarios desde su inauguración. Es una casa de comidas donde la carta se basa en la estacionalidad, por lo que cambian sus platos con frecuencia y ofrecen sugerencias fuera de carta. Las croquetas de jamón son imprescindibles (ganadoras en Madrid Fusión). Los mejillones en escabeche casero son otro entrante top. Calle Apolonio Morales, 3.



BANCO DE BOQUERONES

Este grupo de restauración ofrecerá platos especiales con este manjar mediterráneo como protagonista en cualquiera de sus restaurantes hasta el 31 de noviembre. www.bancodeboquerones.com

FLORENTINE

Este restaurante inspirado en los años 70 ha abierto sus puertas en la exclusiva ubicación de Forum Marbella, tras un exitoso lanzamiento en Suecia, listo para revolucionar la escena culinaria de la ciudad con una auténtica cocina italiana con toques modernos. Bulevar Príncipe Alfonso Hohenlohe 7, Marbella.



LA LECHE CLESA ELEGIDA LA SEGUNDA MEJOR DE ESPAÑA

CLESA ACUMULA VARIOS RECONOCIMIENTOS QUE LA AVALAN COMO UNA MARCA DE CALIDAD Y BIENESTAR PARA LOS CONSUMIDORES

Clesa lo ha vuelto a hacer. Su leche entera ha sido elegida por segunda vez entre las mejores leches del mercado, según el último estudio de la OCU. Un reconocimiento que ya obtuvo en el año 2021 en su categoría de leche semidesnatada. El precio, la presentación en brick, el certificado de bienestar animal, valor nutricional, etiquetado, el tratamiento térmico, la higiene o la degustación, han sido los parámetros valorados por los expertos y donde Clesa ha obtenido unas altas valoraciones destacando su excelente valor nutricional y la extraordinaria relación calidad-precio.

CLESA Y EL CAMINO AL CAMBIO

La reconocida marca que lleva más de 80 años acompañando a las familias españolas con sus productos lácteos de alta calidad, es de la cooperativa rural gallega CLUN. Esta cultura

cooperativa crea impacto positivo y protege el rural, transformando la leche de las ganaderías socias y comercializándola sin intermediarios.

En su constante búsqueda de innovación, Clesa ha renovado su imagen y apuesta por nuevos formatos y productos que se adaptan a los nuevos gustos de los consumidores. Actualmente están en proceso de elaboración de una gran variedad de productos lácteos y postres, respaldados por un excelente valor nutritivo, como la nueva leche Clesa PRO+, enriquecida con hasta un 73% de proteína por litro, un aporte del 70% del calcio y un 60% de vitamina D. Una leche de alta calidad, ideal para quienes llevan un estilo de vida activo y saludable. ■

Clesa by Marie Claire





UNA VELADA CON EL CABELLO COMO PROTAGONISTA

CON PRODUCTOS QUE MARCAN LA DIFERENCIA, LOS MARIE CLAIRE HAIR AWARDS CONTINUÁN SIENDO UN REFERENTE EN EL MUNDO DE LA BELLEZA CAPILAR.

por **Clara Narváez**

El pasado 12 de septiembre, la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando en Madrid se convirtió en el escenario perfecto para celebrar la ceremonia de los Marie Claire Hair Awards 2024, patrocinados por Citröen. Una noche dedicada a la innovación y la creatividad en el mundo de la belleza capilar, con la destacada periodista y presentadora

Flora González como maestra de ceremonias. El evento reunió a las principales marcas de la industria del cabello, así como a reconocidos expertos y profesionales que han revolucionado el cuidado capilar en los últimos años. Los galardones premiaron a los productos más innovadores y efectivos, seleccionados por un jurado especializado.



1. Los premiados pudieron brindar con el cava Ars Collecta, de Codorniu. 2. También pudo degustarse el fino spritz Croft Twist. 3. Singularu regaló a los invitados unos de sus pendientes más icónicos. 4. Bodegón de los productos premiados. 5. Flora González junto al nuevo Citroën C3. 6. Magdalena Fraj, directora ejecutiva de Marie Claire junto a Paola Molina, Communications, Advocacy & Social Media Manager en Redken. 7-8. Maridaje a cargo de Viña Pomal (Rioja) y Legaris (Rueda).

LOS GANADORES

● **Acidic Color Gloss de Redken:** este tratamiento de color ácido fue uno de los más aclamados por su capacidad para proteger y restaurar el cabello mientras realza el color con tonos vibrantes.

● **Cuidados Hidratantes al Higo de Barbara de Klorane:** un tratamiento que destacó por su fórmula a base de ingredientes naturales, ofreciendo una hidratación profunda y duradera.

● **Dry Shampoo de I.C.O.N.:** este champú seco fue premiado por su capacidad para refrescar el cabello al instante, otorgándole volumen y textura sin necesidad de agua.

● **Duet blowdry de GHD:** innovador cepillo secador que combina potencia y cuidado para lograr peinados profesionales sin comprometer la salud del cabello.

● **La línea completa de QIQI,** con productos como el Champú Smooth Service, acondicionador Hydration Fixation, Spray Porosity Play y la mascarilla Super Soaker XXX-L, que impresionaron por su versatilidad y eficacia en el tratamiento de diferentes tipos de cabellos.

● **Gama the Kure y champú en seco Perk up de Amika:** esta gama ha conquistado el mercado por su capacidad de reparar y revitalizar el cabello dañado, mientras que el champú seco es perfecto para dar un toque de frescura entre lavados.

● **Wonder Cream de Moncho Moreno:** un producto de alta gama que ofrece un cuidado intensivo, ideal para el estilizado y la protección térmica.

● **UniqOne Curls de Revlon Professional:** destacó por su fórmula exclusiva para rizos, que ofrece definición y control sin apelmazar.

● **Hair Formula de Skin Molecule:** este suplemento innovador fue galardonado por su enfoque integral en el cuidado del cabello desde el interior, contribuyendo a un crecimiento más saludable.

● **Cute Sana Clarifying Scrub de Kemon:** un exfoliante capilar que limpia en profundidad y revitaliza el cuero cabelludo.

● **Be Wise Inner Booster de Eiralabs:** reconocido por su enfoque en el bienestar capilar a través de la nutrición y el fortalecimiento desde el interior.

● **Fix The Frizz! de Glowfilter:** ideal para controlar el encrespamiento, este producto destacó por su capacidad para domar el cabello más rebelde.

● **Blonde+ Repair System de John Frieda:** un sistema especializado para la reparación de cabellos rubios, restaurando su brillo y suavidad.

● **Línea Style de Keune Hair Cosmetics:** esta línea de productos para el estilizado fue premiada por su versatilidad y capacidad de crear peinados duraderos con un acabado profesional.



PEUGEOT AMPLÍA SUS 8 AÑOS DE GARANTÍA A HÍBRIDOS Y TÉRMICOS

CON ESTA EXTENSIÓN Y LA INCORPORACIÓN DE TECNOLOGÍAS MÁS SOSTENIBLES, LA FIRMA DE AUTOMÓVILES CONFIRMA SU COMPROMISO DE OFRECER VEHÍCULOS FIABLES, EFICIENTES Y ADAPTADOS A LAS DEMANDAS DEL MERCADO ACTUAL.

Peugeot reafirma su confianza en la fiabilidad de sus turismos con una importante novedad: la extensión de su garantía Peugeot Allure Care. Este programa, anteriormente reservado para vehículos 100 % eléctricos, ahora también cubre a los automóviles con motorizaciones híbridas y térmicas. Con esta ampliación, los nuevos turismos de gasolina, diésel, híbridos e híbridos enchufables que se mantengan de acuerdo con las recomendaciones de la marca, podrán disfrutar de una garantía de 8 años o 160.000 kilómetros en los talleres de la Red de Servicios Oficiales Peugeot.

El Peugeot Allure Care, que se ofrece de forma gratuita para pedidos de turismos nuevos realizados hasta el 30 de noviembre, incluye la sustitución de piezas defectuosas, ya sean mecánicas, eléctricas o electrónicas, y cubre la mano de obra.

MARCA DE CONFIANZA

Con más de 210 años de historia y siete décadas de presencia en España, Peugeot refuerza su compromiso con la calidad y durabilidad de su gama. Desde el 1 de septiembre, este programa de garantía extendida también protege a los vehículos con motorizaciones híbridas suaves (MHEV) o

térmicas. La garantía legal de tres años se complementa con cinco años adicionales de cobertura.

LA ELECTRIFICACIÓN CON TECNOLOGÍA HYBRID

Peugeot continúa su camino hacia la electrificación de su gama con el lanzamiento de versiones Hybrid en modelos clave como el Peugeot 208, 308, 3008 y 5008. Esta tecnología de hibridación suave (MHEV), disponible en potencias de 100 CV y 136 CV, ofrece una reducción del 15 % en el consumo y las emisiones de CO₂ en comparación con versiones térmicas equivalentes. Además, se benefician de la etiqueta ECO de la Dirección General de Tráfico (DGT), lo que les otorga acceso a zonas urbanas restringidas. Los motores Hybrid permiten una conducción 100 % eléctrica durante un kilómetro a baja velocidad, y pueden reducir hasta el 50 % de las emisiones en trayectos urbanos.

El corazón de esta tecnología es la caja de cambios e-DCS6 de doble embrague, que permite transiciones suaves entre los motores eléctricos y térmicos. Este sistema avanzado contribuye a una conducción ágil y eficiente, sin cambiar los hábitos del conductor. ■

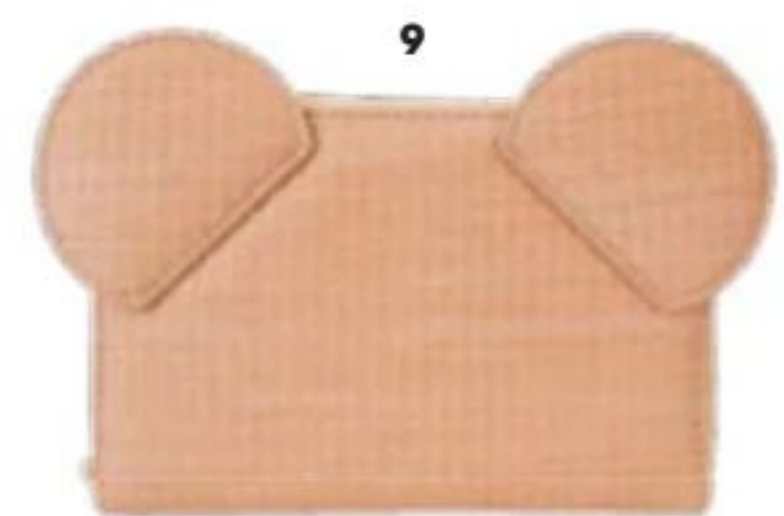


ANIVERSARIO MÁGICO

MICKEY Y MINNIE MOUSE CELEBRAN
SU 96.º CUMPLEAÑOS CON UNA
COLECCIÓN DE ACCESORIOS
PARA HACERNOS SOÑAR.

por **Alba Pastor**

Los ratones más emblemáticos de la historia de los dibujos animados han crecido acompañando a niños y adultos de todas las generaciones desde hace 96 años. La primera vez que Mickey y Minnie Mouse vieron la luz del día corría el año 1928. Walt Disney había viajado a Nueva York y en su regreso a casa dio vida a estos dos personajes que hicieron su debut en el cortometraje *Plane Crazy*. Para celebrarlo, Loungefly, la marca de estilo de vida de Funko orientada a los fans, rinde homenaje a estos pequeños amigos con una colección de bolsos, mochilas y monederos llenos de magia.



1. Pop! Mickey (16 €). 2. Bolso cruzado Minnie and Daisy Light Up Decorations-Disney (75 €). 3. Mochila Minnie Holiday Peppermint Ornaments-Disney (85 €). 4. Mochila Minnie Mouse Neon Sequin-Disney (85 €). 5. Tarjetero Minnie Mouse Neon Sequin-Disney (25 €). 6. Bolso cruzado Minnie Rocks The Dots Figural Bow-Disney (75 €). 7. Pop! Minnie (16 €). 8. Mochila Mickey Mouse Straw Cosplay-Disney (85 €). 9. Cartera Mickey Mouse Straw Cosplay Zip Around-Disney (45 €). 10. Mochila Minnie Mouse Santa Suit Mini-Disney (90 €). 11. Cartera Minnie Mouse Santa Suit Zip Around-Disney (45 €). Todo de Funko y Loungefly.

«CADA PAPEL ME ENSEÑA A TENER MENOS PREJUICIOS»

El actor **Ricard Balada** se mete en la piel de un joven Salvador Dalí en 'El caso Ángelus, la fascinación de Dalí'.

por **Alba Pastor**

Solo hay dos cosas malas que pueden pasarte en la vida: ser Pablo Picasso o no ser Salvador Dalí", dijo en una ocasión el pintor catalán. Todos, a excepción de Ricard Balada (Barcelona, 1994), estamos condenados a vivir sin ser el genio de la pintura surrealista.

¿Te dio miedo interpretar a Salvador Dalí? Al principio sí, sobre todo porque nunca había interpretado a un personaje que ya hubiese existido. Interpreto la etapa de su vida donde todavía no es famoso. Me documenté muchísimo, aunque también me dejé llevar por la intuición, y me sentí perdido y abrumado ante un personaje tan poliédrico y complejo. Mi perspectiva cambió mucho con la frase que me dijo Joan Frank Charansonnet, el director del proyecto: "Deja de intentar entenderlo, haz tu propio Dalí". **¿Crees que actuar te hace mejor persona?** El momento en el que soy más honesto en toda mi vida es cuando estoy actuando. Esto también se lo he escuchado decir a Javier Bardem. Cuando actúas, vives en el momento presente, entonces, aunque tengas el personaje construido, hay una cosa de pureza y honestidad máximas que revelan lo que te está pasando en ese momento, y en la vida muy pocas veces estamos así. Normalmente cuando nos pasan experiencias traumáticas y las emociones nos superan no hay ninguna máscara, no puedes controlar lo que sientes. Cada papel que interpreto me enseña a tener menos prejuicios. **¿Qué proyectos tienes para el futuro?** Es una pregunta complicada porque es un asunto tan volátil que aunque tengas un contrato firmado puede pasar de todo. Ahora se estrena *El caso Ángelus, la fascinación de Dalí* (2024). Hemos hecho un documental de producción inglesa con fondos de la Unión Europea sobre el cambio climático, rodado en Andalucía porque es un territorio que está sufriendo la sequía y la desertificación, y nos puede ayudar a entender hacia dónde va el futuro del planeta. Ahora empieza la distribución y haremos el corto de ficción. Luego voy a grabar una película catalana también y tengo pensado hacer muchos *castings*. **¿Cuál es tu cuadro**



favorito de Salvador Dalí? Hay muchos, pero te diría la *Reminiscencia arqueológica del Ángelus de Millet*. Dalí dedicó toda clase de análisis e interpretaciones a este cuadro de Millet, incluso escribió el ensayo titulado *El mito trágico del 'Ángelus' de Millet*. Para mí, ese cuadro supone la cúspide de su trabajo. Me gusta porque hay muchas cosas detrás de esa obra que se explican en la película y ayudan a comprender su figura. Llegué a convivir con el cuadro a nivel obsesivo, lo veía por todas partes y jugué a entrar en esa obsesión que tenía el pintor. ■



DESDE
1961

ALTA JOYERÍA
CON HISTORIA



Colección Venus

PERODRI

MADRID

BILBAO

SANTANDER

VITORIA

LEÓN

BURGOS*



FENDI

ROMA