

50 tonos de
ROJO DE
LABIOS
PARA INICIAR
2025

Al abrigo
del,
FRÍO

PRENDAS DE PELO,
NUEVOS TRENCHS
DE PIEL, ACCESORIOS
DE ESQUÍ EN LA CIUDAD
Y COSMÉTICA PARA
APLICAR BAJO CERO

Las mejores
compras de
Belleza

COMIENZA EL AÑO
CON UN TOCADOR
EFICAZ EN EL QUE
PRIME LA CALIDAD

En portada
MILENA
SMIT





CHANEL.COM

CHANEL
FINE JEWELLERY



COCO CRUSH

HAY ENCUENTROS QUE LLEVARÁS PARA SIEMPRE.

ANILLO, PENDIENTES Y PULSERAS EN ORO BEIGE, ORO BLANCO Y DIAMANTES.

Ene. /Feb. SUMARIO

- 6 EDITORIAL
Carta de la directora
- 8 LA SESIÓN
- 10 5 MINUTOS CON...
Stéphanie Magnin.
- 11 EL DESFO
Vivir en armonía.

LO QUIERO

- 14 GUERRA AL FRÍO



76

BUENAS INVERSIONES

Las rebajas más rentables para tu fondo de armario.



REPORTAJES

- 20 MILENA SMIT
Actriz, poeta y musa.
- 32 INDÓMITA
Fur al poder.
- 44 IRIA DEL RÍO
En nombre del amor.
- 52 ESTHER ACEBO
El don del equilibrio.

COMPRAS

- 61 SCANDICOOL
El estilo de las influencers nórdicas crea escuela. Te damos todas las claves para replicarlo.
- 70 ACIERTOS
Protagonistas, las medias.
- 76 JUGAR CON VENTAJA
Accesorios para comprar en rebajas... y llevarlos en primavera.

- 84** UNA CABEZA CREATIVA Stephen Jones, el sombrerero de la moda y las estrellas.
- 88** PEQUEÑOS PLACERES Los relojes mini de Cartier son los nuevos objetos de deseo.
- 89** DÍA Y NOCHE Vestido *animal print*.
- 90** VALOR REFUGIO MaxMara Atelier presenta su colección de abrigos más exquisita.
- 94** NEWS Lo último en moda.

BELLEZA

- 94** LÉEME LOS LABIOS En busca del labial rojo perfecto para inaugurar 2025.
- 104** LO HERMOS PROBADO Crema de día reparadora.
- 106** EL TRIUNFO DEL RUBOR Secretos el maquillaje de Milena Smit.
- 108** CUIDARSE BAJO CERO Protección cosmética contra las bajas temperaturas.
- 110** NÚMERO MAESTRO Entrevistamos al nariz que reinventa el N° 5 de Chanel.
- 112** LAS MEJORES COMPRAS DE BELLEZA Productos que mereces regalarte y que son una buena inversión.

EL PULSO

- 123** GUÍA DE ACTUALIDAD La agenda más completa.

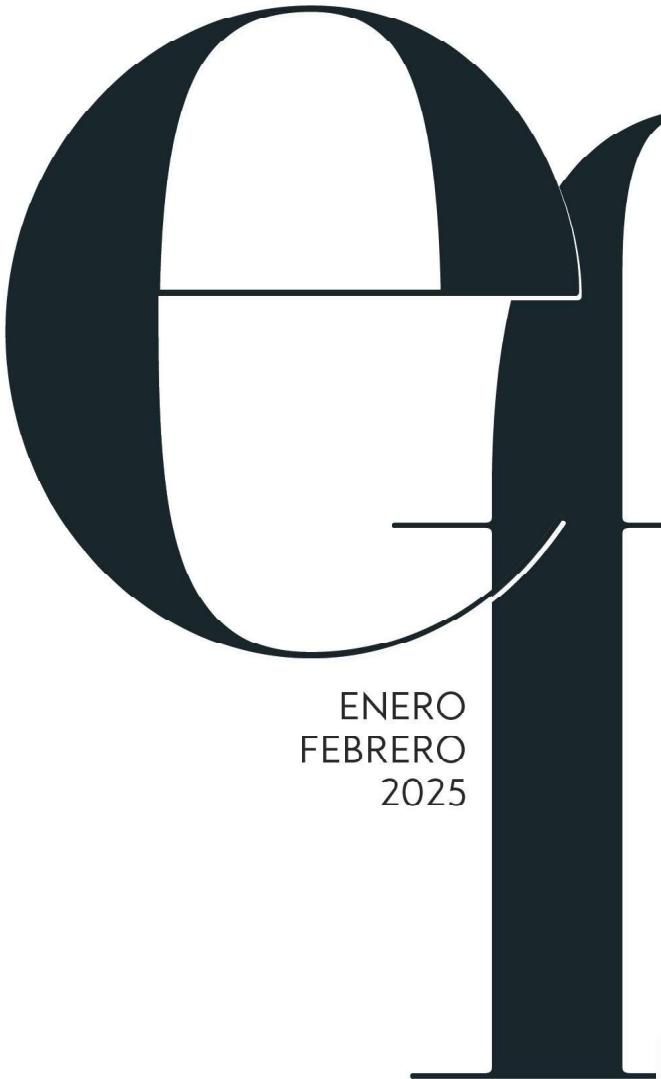


61

LA MODA
QUE LLEGÓ
DEL NORTE
Los secretos de las chicas escandinavas para crear outfits perfectos.



EDITORIAL



MARTA FLORES
Directora de *InStyle*

www.instyle.es



Versos sueltos
A la izquierda,
A pesar del
vértigo, primer
libro de poemas
de Milena Smit.
Abajo, tocado
Sewing, de
Stephen Jones
(2018).

En una noche de sábado, de esas en las que acabas de cenar y pides más vino para que la conversación (y el momento) se alarguen con la ilusión óptica de vivir sin reloj, una de mis amigas cogió una servilleta de papel, escribió algo y la dobló ante la atenta mirada de las demás. El camarero trajo la botella y el brazo de mi amiga se extendió hasta la mano que él tenía libre. Nuestra mirada, ahora estupefacta, se clavó sobre la suya y ella soltó un simple: "Sí, le he dado mi teléfono". Aquel conato de relación no prosperó, a pesar de que sí hubo un primer encuentro. Pero abrió la veda de las servilletas y, con ella, la posibilidad de entregar mensajes osados que quizás no nos hubiéramos atrevido a soltar nunca por la boca.

Esta anécdota regresó a mi mente leyendo unas declaraciones de nuestra actriz de portada, Milena Smit, en las que desvela que algunos de los versos de su libro, *Apesar del vértigo* (Ed. Harper Collins), se escribieron en servilletas de bar. Y no seremos pocos los que nos hayamos sentido identificados con ella, porque en los bares hay esparcidas más emociones de las que podemos digerir y más ideas creativas de las que jamás brotarán en una oficina. Sin ir más lejos, en el MoMa de Nueva York hay expuesto un 'garabato' sobre una servilleta de papel dibujado por Milton Glaser. Se trata del famoso *I love NY*, que diseñó de forma improvisada en 1977. Años antes, en 1945, se cuenta que Picasso hizo un boceto sobre otra servilleta y a la hora de pagar la cuenta se lo entregó a la camarera. Esta le pidió que se lo firmara y él respondió: "Solo quiero pagar la comida, no comprar el local".

Sobre similares hojas en blanco se habla de firmas de contratos millonarios, nacimientos de exitosas sagas literarias, discursos políticos o esbozos de avances tecnológicos que cambiaron el rumbo de la historia... Lo que demuestra que sobre esa superficie de papel nos da por volcar palabras reveladoras, positivas, valientes... ¿Qué tal si en la próxima cañá tapa que te tomes aprovechas para pedirle algo audaz a 2025? Yo ya sé lo que escribir: "Quiero conocer al sombrerero Stephen Jones". Tras leer su entrevista (pág. 84), creo que podríamos tener una buena charla de bar. ¡Feliz año!

Marta

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



SIMORRA



ASÍ SE CONSIGUIÓ EL LOOK

1 Lash Clash Mascara.
2 Colorete Make Me Blush Bold Blurring Blush tono 93 Restless Rose. Ambos productos, de YSL Beauty (yslbeauty.es).

Milena, con vestido de Carolina Herrera New York (carolinaherrera.com), en un momento del shooting.

CAROLINA HERRERA NEW YORK

la sesión

DETRÁS DE LA CÁMARA. UN DÍA CON **MILENA SMIT**.

Con permiso de su agenda de rodaje, conseguimos que Milena Smit, actriz y ahora también escritora (suyo es el poemario *A pesar del vértigo*, de reciente publicación) nos dedicara una jornada. Entregada a la cámara (“me encanta posar; para mí cada shooting es como una performance”, dijo), admiró el trabajo estilístico y nos contó lo mucho que ha disfrutado rodando *El juego del alma*, serie que Netflix estrena a finales de enero.

¡Ganas de verla!

ICONOS ETERNOS

Collar y anillo Serpenti de Alta Joyería, en oro blanco con esmeraldas y diamantes. De Bvlgari; (bulgari.com)

LA PORTADA

Abrigo, de Loeve.
Collar, de Bvlgari.
Fotografiada para *InStyle* por Danniell Rojas.
Realización Francesca Rinciarri.
Maquillaje Álex Saint para YSL Beauty.
Peluquería Fernando Torrent.

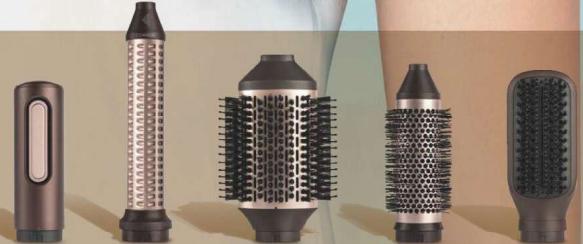
BELLISSIMA®
ITALIA

NO HAY ESTILO
SIN PROTECCIÓN.

DESCUBRE
PRODIGY®

CALOR BUENO PARA INFINITOS PEINADOS
SIN DAÑAR EL CABELO*.

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



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

BELLISSIMA.COM | SÍGANOS EN

5 MINUTOS CON STÉPHANIE MAGNIN

Protagonista de *Segundo premio*, caballo ganador en los premios cinematográficos de la temporada, la también villana de la serie *La Moderna* se toma su carrera sin prisa pero sin pausa.

1. MUCHA MÚSICA “En la película interpreto a May Oliver, primera bajista de Los Planetas. Por suerte, ella tocaba el bajo de espaldas y yo he hecho lo propio (risas). Me hubiera gustado profundizar más en el instrumento, pero no fue necesario. Al final, conseguí incluso aprenderme una canción entera.”

2. MULTICULTURAL “Nací en Málaga (1990), aunque mi familia está mezclada. La de mi padre vivió siempre en Francia, la de mi madre (de origen siciliano) reside en España... Mi casa está llena de acentos. Hablábamos en español, pero cuando queríamos contar algo íntimo, cambiábamos al francés.”

3. VIDA LABORAL “Terminé la carrera de Derecho y empecé a trabajar. De camarera y también en festivales de música. Estuve cuatro o cinco años en Las noches del Botánico, como jefa de sala o acomodadora. Me he visto miles de conciertos. Pero yo diría que los hitos de mi carrera han sido viajar a Italia y que me cogieran para trabajar en la televisión de allí, rodar la película *Ventajas de viajar en tren* y, por supuesto, *Segundo premio*.”

4. PEQUEÑOS PLACERES “Me gusta reírme, pasármelo bien. Y el cine. Para mí es un gustazo ir a ver una película con amigos para luego tomarnos algo y comentarla. Ahora mismo he terminado la serie *Querer* (Movistar Plus+) y me ha encantado.”

5. MODA “Lo más importante es que esté cómoda y me vea guapa con lo que lleve. Creo que soy tirando a clásica y no me suelo arreglar mucho. ¿Con qué firma me quedaría? Loewe, sin duda; en mi opinión, está haciendo cosas increíbles.” ■



MAN'S CONCEPT MENSWEAR

Blazer con acabado de volantes en las mangas y falda larga de algodón: (mansconcept-menswear.com).

Vivir en armonía

SFERA ES EL PERFECTO EJEMPLO DE REENCARNACIÓN MEJORADA.

INSPIRADO EN UN BOLSO DE ARCHIVO, CON ÉL **FURLA** PERSIGUE EL EQUILIBRIO TOTAL, UN BALANCE INSUPERABLE DE RECTAS Y CURVAS SOLO APTO PARA UNOS POCOS ELEGIDOS: LOS ICONOS.

Minimalismo puro

Desde la elección de la piel, lisa y combinada con ante suave en la solapa interior, al rigor del diseño, *Sfera* no se pliega a tendencias cortoplacistas. Su salvoconducto para calar es la simplicidad bien entendida.



Belleza lineal

Rectas y curvas se funden en una pieza perfectamente equilibrada, construida para elevar el discurso diario con colores propios de los clásicos: blanco, negro, granate y marrón neutro (475 €; furla.com).



Cierre geométrico

Llámalo esférico, circular o, sencillamente, redondo. No es un acabado cualquiera, es el logo convertido en guinda del pastel.



¿Flores en invierno? Sí, si son tan serenas y luminosas como las de la funda nórdica FÄLTGRÄSMOTT (19,99€) o tan elegantes como las de las esculturales lámparas de mesa de estilo origami BÄCKNATE (19,99€/u.).

Un invierno primaveral

PEQUEÑOS CAMBIOS PARA GANAR LUZ, ORDEN, ARMONÍA Y BIENESTAR

Se acaban las fiestas, guardas la última caja de adornos navideños, miras tu casa y... bajón. Y es que le decimos adiós al exceso, pero también a la luz, la alegría y la magia. Es una especie de cuesta de enero emocional que se suma a la del bolsillo. La buena noticia, sin embargo, es que es muy fácil remontarla con pequeños cambios de gran efecto y poco coste. El más rápido: renovar los textiles. Flores y formas geométricas llenas de color es la propuesta de IKEA para esta temporada. Estampados que crean atmósferas alegres y acogedoras a la vez, y que nos acercan a la deseada primavera, desde una nueva funda

nórdica, un plaid o renovando los cojines del sofá. La luz también es clave en esta búsqueda de un ambiente más amable. Luces indirectas, suaves y cálidas, con formas sinuosas y esculturales, crean espacios relajantes y confortables, al mismo tiempo que decoran. Y por supuesto, en este cambio de look post navideño no podemos olvidar el orden. Las fiestas conllevan regalos y hay que hacerles sitio. Los organizadores de cajones y armarios son soluciones económicas y muy prácticas que te ayudarán a optimizar el espacio y mantener el orden para que siempre encuentres lo que buscas sin perder ni el tiempo ni los nervios.



EFFECTO PANTALLA

Las temperaturas exigen pieles bien protegidas y la tendencia se pone al servicio del bienestar. Las gafas, a medio camino entre el estilo aviador y la máscara de esquí, cumplen su función mientras que acolchados y plumíferos siguen siendo aliados sport contra el frío.

Bottega Veneta

Gafas tipo máscara; (bottegaveneta.com).

Blauer

Plumífero metalizado; (blauerusa.com).



GRANDES ACIERTOS

lo quiero

fotografía DANNIEL ROJAS
realización PILUCA VALVERDE



TRENDY YETI

Chanel en 2010 o Saint Laurent en 2015 ya avisaron que las botas de pelo venían para quedarse e instaurarse más allá de la pista de esquí. Hoy, las firmas especialistas en vestir con innovación y materiales técnicos bajo la nieve se adaptan a terrenos urbanos sin dejar de lado un sinfín de posibilidades estéticas, como esta bota forrada de pelo con espíritu de sneaker.

Moncler Grenoble
Botas de goma con pelo; (moncler.com).

LO QUIERO

INVIERNO EN GSTAAD

Ante y shearling combaten el frío con distinción, haciendo del juego doble faz un argumento de peso que salta de la clásica pelliza de los setenta, totalmente actual en 2025, al accesorio de lujo.

Louis Vuitton

Bolso de ante monogram y monedero;
(louisvuitton.com).





SUPERFURRY

Salir de la zona de confort pasa por contemplar nuevos accesorios a los que ofrecer todo el protagonismo. Deja que el glamour *faux fur* y la esencia de Audrey Hepburn en *Charada* iluminen tu camino invernal. O ríndete al gorro de pelo de Prada, suave y calentito e inspirado en el papakha, sombrero tradicional del Cáucaso.

Prada Gorro de pelo sintético; prada.com. **Moncler** Jersey de punto; moncler.com.

LO QUIERO



SUAVE COMO LA SEDA

Aislarse del ruido en su concepto más amplio es tan necesario como hacerlo del frío. En ambos casos, mejor afrontarlo con la suavidad de la piel de cordero tratada para emular el efecto de la lana. Chanel combina *savoir faire* con armonía (y poesía) estética.

Chanel

Orejeras y chaqueta con cuello shearling: chanel.com.



TERAPIA TÉRMICA

No hay mayor placer que mantener la calidez. La moda nos permite lograrlo con accesorios funcionales, pero hay objetos como estas manoplas -¿sabías que las primeras de las que se tiene constancia datan del medievo?- que nos acercan a este punto en sentido figurado, haciendo que el estilo rebose armonía visual, por el color y el tacto de la piel de cordero.

Maje

Manoplas de piel de cordero y borreguito; (maje.com).

Asistente de fotografía

Javi Blanco.

Modelo

Verónica S. (Next Management).

Milena Smit

por CARLOS MEGÍA fotografía DANIEL ROJAS realización FRANCESCA RINCIARI



Tras sincerarse emocionalmente en el poemario *A pesar del vértigo*, su debut como escritora, **MILENA SMIT** dice estar construyendo una versión más luminosa de sí misma. Lo que no cambia es lo magnético de su rostro y lo meteórico de una carrera que con *El juego del alma* (Netflix), continuación de la exitosa *La chica de nieve*, sigue conquistando hitos que ya transcenden lo interpretativo. De la mano de YSL Beauty y Saint Laurent (firmas de las que es embajadora) y con la colaboración de Bvlgari, la actriz reflexiona sobre el amor, la amistad y la búsqueda del yo.



Sportmax

Chaqueta de
piel con hombros
descubiertos;
(es.sportmax.com).

Bulgari

Pendientes Serpenti
Viper, en oro blanco
y pavé de diamantes;
(bulgari.com).

El colorete es
Make Me Blush Bold
Blurring Blush tono
37 Peachy Nude, de
YSL Beauty;
(yslbeauty.es).

Pág izda.

Dsquared2

Vestido largo;
(dsquared2.com).

Bulgari

Collar y pulsera
Serpenti Tubogas,
en oro amarillo
con ónix y pavé
de diamantes;
(bulgari.com).



Sportmax

Chaqueta de piel
con hombros al
descubierto y
pantalón;
(es.sportmax.com).

Isabel Marant

Cinturón de piel con
hebillas en plata;
(isabelmarant.com).

Bulgari

Pendientes y anillos
Serpenti Viper, en
oro blanco y pavé de
diamantes; anillo *B.
zerol*, en oro blanco y
pavé de diamantes;
(bulgari.com).



**Carolina Herrera
New York**

Vestido negro
de terciopelo
escote corazón;
(carolinaherrera.com).

Bulgari

Pendientes B.zero1,
en oro rosa y pavé de
diamantes, y anillos
Serpenti, en oro rosa y
pavé de diamantes;
(bulgari.com).

Para el look de
maquillaje se han
mezclado dos tonos
del colorete Make Me
Blush Bold Blurring
Blush, el 69 Lavender
Lust y el 42 Babydoll
Pink, de **YSL Beauty**;
(yslbeauty.es).

Loewe

Vestido gris y negro
con aperturas;
(loewe.com).

Bulgari

Pendientes y pulsera
Serpenti Viper,
en oro blanco y
pavé de diamantes;
(bulgari.com).



Dolce & Gabbana

Abrigo vinilado:
(dolcegabbana.com).

Bulgari

Collar y anillo
Serpenti de Alta
Joyería, en oro blanco
con esmeraldas y
diamantes:
(bulgari.com).

El colorete es
Make Me Blush Bold
Blurring Blush en tono
37 Peachy Nude, que
recrea la tendencia
boyfriend blush, de
YSL Beauty:
(yslbeauty.es).





Ferragamo

Vestido satinado y botas efecto pitón; (ferragamo.com).

Bulgari

Pendientes y anillo Serpenti, en oro rosa con pavé de diamantes y ónix negro en los ojos; (bulgari.com).

Página derecha

Dsquared2

Vestido; (dsquared2.com).

Bulgari

Collar y pulsera Serpenti Tubogas, en oro amarillo con ónix y pavé de diamantes; (bulgari.com).

Milena lleva

Make Me Blush Bold Blurring Blush en tono 54 Berry Bang, y el labial YSL Loveshine Electric Love, de **YSL Beauty**; (yslbeauty.es).





Loewe

Abrigo maxi
y zapatos,
ambos en piel;
(loewe.com).

Bulgari

Collar Serpenti
Viper en oro blanco
y diamantes;
(bulgari.com).

Derecha

Saint Laurent
Gabardina de piel;
(ysl.com).

Bulgari

Collar y anillo
Serpenti de Alta
Joyería, en oro
blanco con
esmeraldas y
diamantes;
(bulgari.com).

Colorete Make

Me Blush Bold

Blurring Blush tono
44 Nude Lavalliere,
de **YSL Beauty**;
(yslbeauty.es).

Maquillaje

Alex Saint.

Peluquería

Fernando Torrent
(Another Artists).

Asistente

de realización

Piluca Valverde.

Asistente

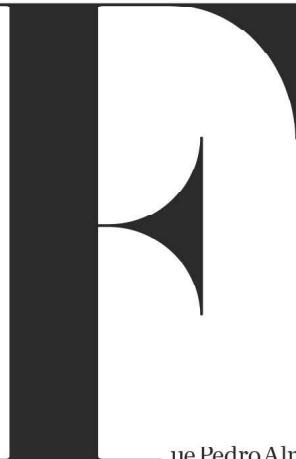
de fotografía

Javi Blanco.

Manicura

Nubia Janeth Soacha.





ue Pedro Almodóvar quien desveló que lo que le hizo decantarse por ella para el papel protagonista en *Madres paralelas* era su sinceridad, carente de escuelas o manierismos, y solo hay que sentarse unos segundos frente a ella para ratificar la afirmación del director manchego. A Milena Smit (Elche, 1996) no le hace falta subir el tono, apresurar la verborrea o rebuscar en el manual de lugares comunes de la actriz joven de éxito para atrapar con su discurso. Sus palabras, recitadas con el peso de quien las ha vivido antes, bastan para conformar el complejo puzzle de quien en apenas un par de años ha pasado de ser la gran revelación de nuestro cine a erigirse en uno de sus rostros esenciales. Lo ha logrado gracias a éxitos como *La chica de nieve*, adaptación del *best seller* que estrena ahora su segunda temporada bajo el título de *El juego del alma* (31 de enero en Netflix); su participación en la serie *Los sin nombre* (Movistar Plus+), que promete ser uno de los bombazos de 2025, o a una proyección internacional que reafirma con su papel de embajadora de marcas como Saint Laurent, YSL Beauty y su condición de amiga de la marca, de Bvlgari. Pero, sobre todo, lo ha logrado gracias a esa honestidad brutal que transmite dentro y fuera de la pantalla y con la que ha llenado las páginas de *Apesar del vértigo* (Harper Collins), testimonio tan descarnado del maltrato sufrido desde la adolescencia en diferentes relaciones tóxicas y su posterior renacimiento que todavía la remueve por dentro.

¿Indagar en esos episodios de tu pasado ha sido terapéutico para ti o ha reabierto heridas? Son textos que he ido escribiendo a lo largo de mi vida y que eran una forma de terapia. Poder desahogarme y ponerle palabras a lo que sentía me ayudaba a activar mi corteza prefrontal y a racionalizarlo, a entender por lo que estaba pasando. Leerlos ahora con el lanzamiento pues remueve, obviamente. Hay que aprender a colocar toda esa intensidad que ha ido saliendo, porque son muchas las experiencias que me han dejado huella. Hoy estoy en un momento más introspectivo.

Mientras la sociedad se empeña en exponer solo sus instantes de máxima felicidad en las redes sociales, tú apuestas por confesar golpes que te ha dado la vida. Tal cual. Este libro no va de mi personaje público; va de mí, de mi vida, de mi historia antes de esta profesión. Ha sido complicado reconciliarme con esas Milenas del pasado y creo que sigo en el proceso. Me cuesta exponerme en redes haciendo ver como todo es perfecto todo el rato, porque así es como

perdemos la percepción de la realidad. No tengo una alfombra roja en mi casa; soy una persona como cualquier otra.

Le das las gracias al amor tanto por dolerte como por sanarte. ¿Ha sido tu brújula en los buenos y en los malos momentos? El amor me ha llevado al peor infierno y al mejor cielo. Se dice que el amor tóxico no es amor, yo lo he vivido y claro que es todo lo opuesto a un amor sano y a esa sensación de paz que sientes, pero también lo he aceptado. El amor es lo que me ha movido y lo que me ha metido en los jardines en los que he estado, pero también me ha ayudado a salir de ellos. Ha estado mientras me tropezaba varias veces con la misma piedra hasta que he aprendido la lección.

Tu mensaje es de emancipación, pero también de no rendirte ante la necesidad de seguir queriendo. Nunca he sido una persona que haya necesitado a nadie ni a nadie para salir adelante, pero sí me siento muy dependiente del amor. Tengo la sensación de que es lo más bonito que podemos tener en la vida, sobre todo cuando es sano y correspondido. Me niego a vivir sin amor en la vida, no solo hacia una pareja, sino hacia mis amigos o mi familia. Tomar las decisiones y tratar a la gente desde el amor te quita todos los fantasmas.

Escribes mucho sobre la oscuridad. ¿Te daba miedo de pequeña o has tenido buena relación con ella? Me daba muchísimo miedo. De hecho, he tenido que escribir tanto sobre ella para intentar entenderla mejor. No me siento cómoda ni me gusta, pero a veces romantizamos la oscuridad y yo pensaba que me la merecía. Hoy sé que estaba equivocada; sin embargo, cuando solo conoces eso no sabes cómo transitar en otro espacio. A veces parece que preferimos lo malo conocido a lo bueno por conocer.

¿Y estás conociendo al fin lo bueno? Ahora sí. Pasar de muchas relaciones tóxicas a una relación sana requiere de trabajo y de una unión muy fuerte entre las personas, porque traes unos patrones aprendidos que no funcionan. Tiene que haber compromiso, comunicación y confianza. Hoy por hoy tengo la suerte de tenerla y no puedo imaginarme volviendo de nuevo a un lugar de sufrimiento, dolor y faltas de respeto. Yo no sé lo que quiero, pero sé lo que no quiero.

Sostienes que durante años te sentiste perdida. ¿Te ayudó esta profesión a encontrar tu sitio? Al principio me reencontré a mí misma haciendo algo para lo que era válida, que se me daba bien y que además disfrutaba. Sigue siendo así, aunque antes estaba muy volcada en el plano profesional y ahora priorizo más saber qué es lo que quiero hacer a nivel personal. Estoy enfocada en poder ser una mejor versión y llevar el trabajo de una forma más sana, sin agobios ni ansiedad. Ahora me siento perdida en ese aspecto y poco a poco voy encontrando el camino.

Impacta pensar que del estreno de *No matarás*, la película que te llevó a la fama, solo han pasado cuatro años.

¿Has podido digerirlo? No, a mí me atropelló todo. Los dos primeros años fueron una locura y de repente mi cerebro me dijo, "párate". Empecé a tener ataques de ansiedad y de pánico y tuve que aprender a poner los pies en la tierra. Fue una bofe-

tadade realidad muy *heavy*... nunca había tenido expectativas de que las cosas en mi vida pudieran cambiar de esa manera. Me abrumé tanto con todo que ahora intento normalizarlo, por eso quiero exponer quién soy yo fuera de las cámaras y las alfombras rojas. A veces lo que vemos de una persona desde nuestro teléfono es ficticio.

Tú no te reconoces en esa imagen de actriz inalcanzable. No, no voy a despersonalizarme para llevarme bien con la fama o el éxito. Entiendo que haya personas que puedan sentirse cómodas con eso, pero no funciona conmigo. Necesito andar desde mis raíces y desde quién soy yo, no aparentando nada.

Estrenas ahora *El juego del alma*, continuación de *La chica en la nieve*, que ya fue todo un éxito en Netflix. ¿Cómo es volver a visitar la piel de Miren tras dos años? Esa primera temporada fue muy dura para mí. Mi personaje había sufrido una agresión sexual y yo no tenía la suficiente experiencia como para no hacerlo personal. Durante mucho tiempo llegué a echar polvo a casa e hice un parón de nueve meses sin rodar nada para curar todo el tiempo que había pasado con el personaje. Tuve una depresión un poco fea en aquella época y se me juntaron ahí un montón de cosas, pero cuando me reenganché en esta segunda temporada tenía otra energía. Quise pensar que Miren, como yo, había hecho su terapia

ojos a los proyectos que cojo, no quiero estar en todos los saraos. Si no conecto con el guion, prefiero dedicarme el tiempo a mí misma.

Con Almodóvar sigues manteniendo una amistad muy estrecha. ¿Cómo es Pedro como confidente?

Es muy buen amigo, es esa persona que está, ¿sabes? Nos vamos escribiendo por WhatsApp para saber cómo se encuentra el otro e intentamos pasar tiempo juntos. Ahora está muy liado con la promoción de *La habitación de al lado*, pero es una persona que se preocupa por ti. Cuando me operaron de la columna estuve en contacto con mi chico y vino a verme a casa. Disfruto de sus conversaciones y aprendo muchísimo. A veces me veo en esos momentos y pienso, "qué fuerte"... Pero para mí no es Pedro, "el director de cine"; es Pedro, "mi amigo". Ya lo he normalizado.

Eres embajadora de Saint Laurent y de YSL Beauty. ¿Por qué crees que te identificas tan bien con esta enseña? Porque me han hecho sentirme comprendida y aceptada tal y como soy. Incluso en mis diferentes etapas, a veces en mis momentos más oscuros y ahora que me apetece como mucha más luz, siempre me han acompañado en todas ellas. Eso lo que más motiva y empodera.

Decía Yves Saint Laurent que "sin elegancia de corazón,

“Cuando echo la vista atrás y veo que he superado tantas cosas, pienso que da igual lo próximo que venga, porque encontraré cómo enfrentarme a ello.” -MILENA SMIT

y había madurado personal y emocionalmente. Aunque sigue siendo un personaje muy sufrido, esta vez me lo he gozado muchísimo.

Además de Miren, has interpretado a varias mujeres con conflictos potentes. ¿Prefieres interpretar personajes complejos? Siempre estaré a favor de hacer personajes en situaciones de mucha desigualdad, aprovechando el altavoz que tengo para hacerlos visibles. Aunque también te confieso que echo un poco de menos trabajar con personajes un poco más ligeros. Me va la marcha, pero me gustaría tener un respiro y hacer, por ejemplo, una peli de amor bonita.

Conseguioste muy pronto el anhelo vital de muchas actrices, ser chica Almodóvar en *Madres paralelas*. ¿De verdad esa etiqueta supone un antes y un después tan enorme? Sí lo noté. Rodar con él supuso un sueño del que no me quería despertar y me di cuenta de que para los demás también lo es. He percibido que hay algo de querer vincularse a ese universo de Pedro y, si no es con sus películas o su estética, pues trabajando con sus actrices. Hay muchos frutos de ello: proyectos, campañas, oportunidades... pero todo viene a raíz del trabajo y esfuerzo con el que he construido mi carrera. Intento ponerle mucho

no hay elegancia.” ¿Estás de acuerdo? Completamente. Si eres bonito por fuera, tienes que serlo incluso más por dentro. Eso es lo principal para mí porque, de lo contrario, solo se trata de fachada.

¿De qué manera te ha ayudado la moda a expresar una personalidad? Siempre he disfrutado del proceso creativo. Al igual que siento que formo parte de algo con YSL Beauty y Saint Laurent, también creo que yo puedo ser un lugar del que muchas otras personas puedan sentirse parte. Al principio de mi carrera buscaba la extravagancia, lo diferente y salirme de las normas, porque es como yo me sentía entonces. Ahora me encuentro más relajada y busco la paz y la tranquilidad, no quiero sexualizarme ni arriesgar tanto. Me noto como más hada, más suave, más cerca del amor.

Precisamente cierras el libro con esta sentencia: “Me siento viva y fuerte. Esto no pudo conmigo. Adiós”. Me siento más viva y fuerte que nunca, es cierto. Cuando echo la vista atrás y veo que he podido superar tantas cosas me doy cuenta de que puedo hacer lo que quiera. Da igual lo próximo que que venga, sé que voy a encontrar la forma de enfrentarme a ello. ■

INVADÓ

*fotografía JAVIER BIOSCA
realización FRANCESCA RINCIA RI*

Al abrigo del pelo y el volumen, el interior se vuelve primario, rebelde, casi incontrolable. Descubre la fiera que llevas dentro.

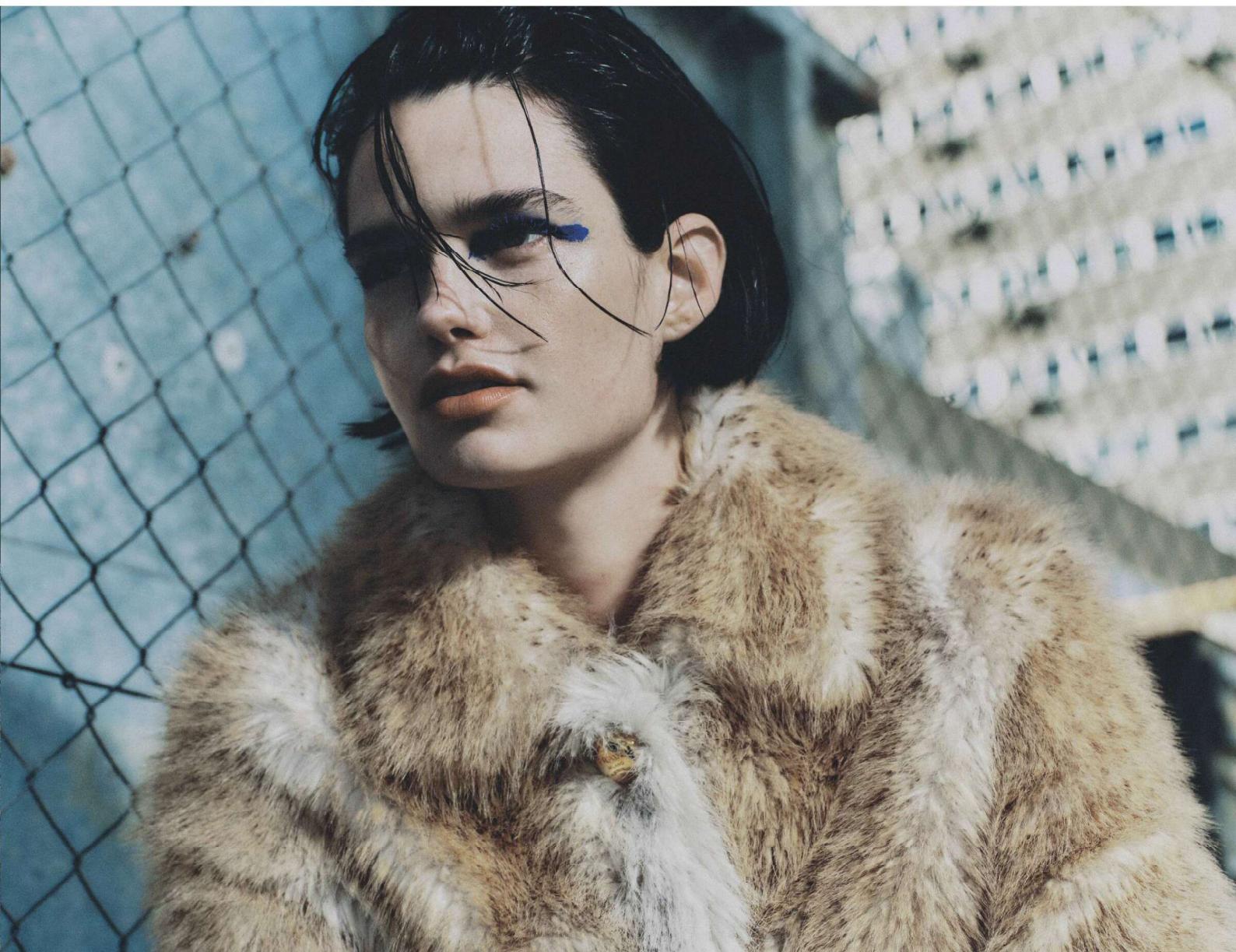




Marni
Maxibrigo con
pelo sintético;
(marni.com).
Michael Kors
Collection
Salones;
(michaelkors.es).
Calzedonia
Medias;
(calzedonia.com).



Michael Kors Collection Abrigo de pelo rizado y salones destalonados; (michaelkors.com).
Calzedonia Medias; (calzedonia.com).



Prada Abrigo con botones dorados y bolsillos; (prada.com).



Moncler Grenoble Abrigo y botas de pelo; (moncler.com).

Dries van Noten

Camiseta de tirantes;
(driesvannoten.com).

Loewe

Abrigo con solapa
de pelo y sandalias;
(loewe.com).







Balenciaga
Abrigo con print animal y falda;
(balenciaga.com).

Moncler Grenoble
Botas altas de pelo largo;
(moncler.com).



Tom Ford

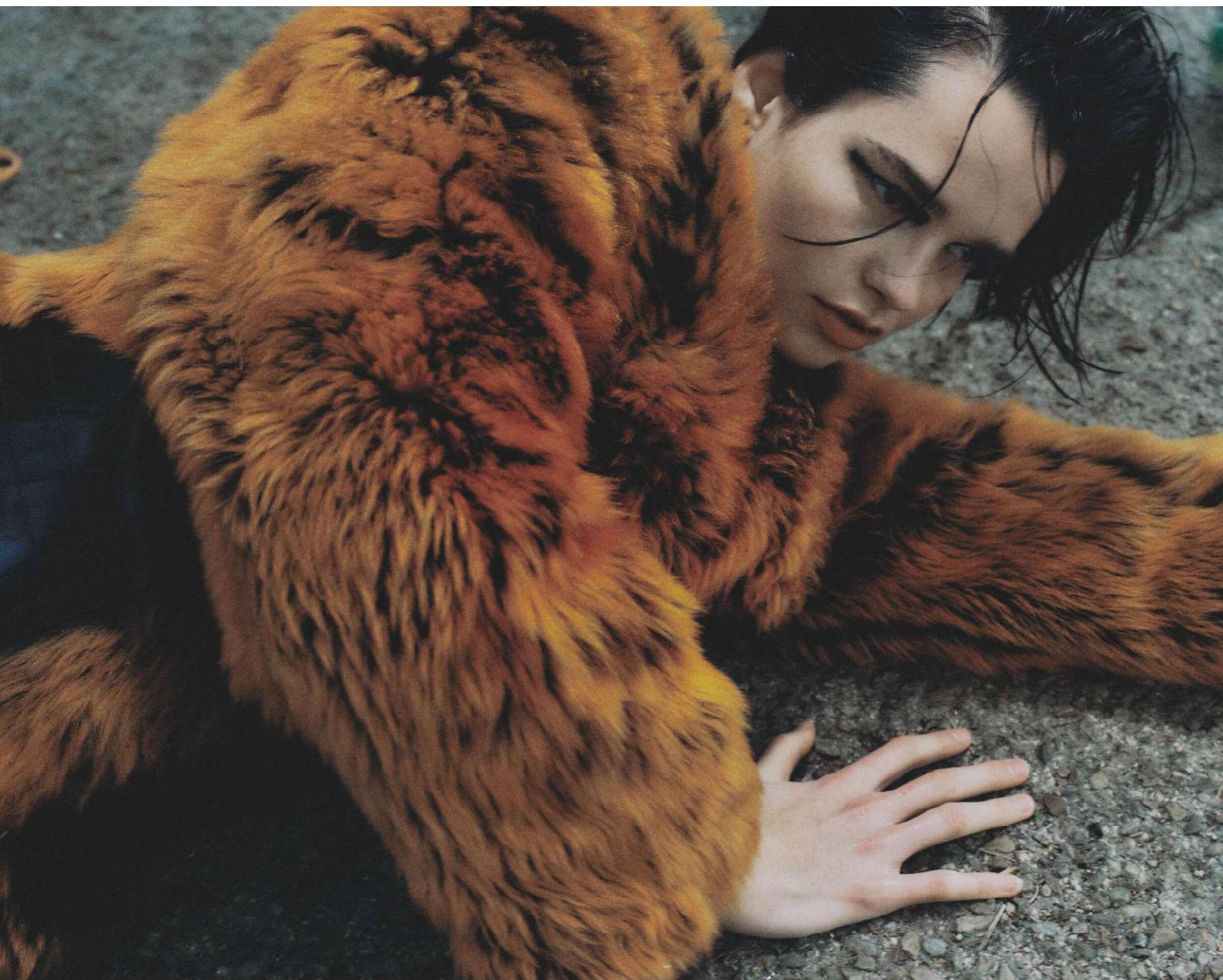
Abrigo negro:
(tomford.com).

Dolce&Gabbana

Conjunto de lencería
con sujetador y culotte;
(dolcegabbana.com).

Balenciaga

Botas altas:
(balenciaga.com).



Schiaparelli Abrigo y falda en cuero; (schiaparelli.com).



Dries van Noten Abrigo oversized, bolso tote y tank top; (driesvannoten.com).



Dolce&Gabbana Abrigo y sandalias; (dolcegabbana.com).

Maquillaje y peluquería Ricardo Calero (Uno Artists).
Asistente de realización Borja Cruz y Piluca Valverde.
Asistente de fotografía Nano Hernandez.
Modelo Sara Hart (Premiere Model Management).

En nombre del amor

Al año que comienza, IRIA DEL RÍO le pide seguir “enamorada de los proyectos que hago”, algunos tan alabados como la serie *Los años nuevos*, de Rodrigo Sorogoyen (Movistar Plus+). Y no es el único flechazo que busca perpetuar: el suyo con la colección *Crucero 2025* de Dior se intuye total y consensuado. A las imágenes nos remitimos.

por
CHUS SALIDO
fotografía
DANNIEL ROJAS
realización
PILUCA VALVERDE





Top de tul bordado
Cabinet de curiosité,
con cuello de cuentas;
vestido de crinolina
de tul y shorts en
terciopelo de algodón.
De la colección
Crucero 2025 de Dior.

En la otra página:
Falda cargo kilt en
algodón; top de jersey
de algodón con
tachuelas. parche M.
Dior y cuello con
volantes; chaquetón
corto de faille de seda;
cinturón Diorevolt, en
piel y con perlas de
resina blancas, 40 mm;
bota de muslo D-Fight
en piel y calcetín negro
efecto piel elástica.
Todo, de la colección
Crucero 2025 de
Dior; (dior.com).



Capa de merino con bucles e inserciones de malla. De la colección de Crucero 2025 de Dior.



Vestido largo
de tul bordado;
gargantilla de abeja
Dior Symbol en
metal antiguo con
acabado plateado
y perlas blancas de
agua dulce y bota
D-Fight. Todo, de la
colección Crucero
2025 de Dior;
(dior.com).

Vestido guipur estampado Cabinet de curiosité; collar Cabinet de curiosité en metal con acabado dorado y perlas de agua dulce. De la colección Crucero 2025 de Dior.





Top, falda larga, top interior y braguita interior de encaje en algodón escocés. Todo, de la colección Crucero 2025 de Dior; dior.com.



Vestido de tul bordado
Flores románticas; pantalón cargo de gabardina de algodón con degradado; top sujetador de rejilla dorada; collar Cabinet de curiosité, en metal con acabado dorado y perlas de agua dulce. Todo, de la colección de Crucero 2025 de Dior; (dior.com).

Maquillaje y peluquería
Fidel Fernández
(Another Artists).

Asistente de fotografía
Javi Blanco.

Manicura
Nubia Janeth Soacha.

Ioco podía imaginar Iria del Río (Barcelona, 1987), que cuando se presentó al casting de *Antidisturbios* – no se llevó a la ansiada y protagonista Laia, pero sí obtuvo otro papel, el de Nuri-, Rodrigo Sorogoyen, a la sazón director de la serie, la iba a volver a convocar. Y en este caso para darle el papel principal en otro proyecto, *Los años nuevos* (ya en Movistar Plus+), que cuenta la evolución de una pareja a lo largo de una década. La actriz y su antagonista, Francesco Carril, presentan y representan el paso del tiempo y del amor, en un recorrido que, visto desde el otro lado de la pantalla, destila química. La interpelamos acerca de dicha complicidad mientras se prueba los *looks* de la colección *Crucero 2025* que Dior ha seleccionado para ella. “Rodrigo no hace castings al uso. Yo les llamo sesiones de trabajo, porque a veces se puede pasar dos horas con alguien y otras dos para ver a dos personas juntas, probar secuencias, hablar, que se conozcan”, explica “Francesco y yo nos sentimos enseguida cómodos el uno con el otro. Y luego es que nos caemos muy bien, me hace reír mucho y yo lo adoro. Eso Rodrigo lo supo ver.”

¿Cómo es Sorogoyen en las distancias cortas? Solo puedo decir cosas buenas. Trabaja desde un amor, desde una pasión por todo lo que hace... Y, sí, es un director muy exigente, pero de una exigencia bien entendida. Te acompaña en ese proceso de darte cuenta de que puedes ir más allá.

Tu personaje efectúa un recorrido de 10 años a lo largo de la serie. ¿Resultó complicado escenificar el paso del tiempo y los cambios que ello conlleva en las personas?

Nos pasa mucho a los actores, que cuando queremos mostrar esa evolución solemos empezar por lo externo, que se vea el proceso de envejecimiento. En esta ocasión me propuse hacerlo al revés y comenzar por lo interno, qué le ocurre a Ana por dentro y confiar en que, a raíz de ello, varíen sus formas de estar. Decidí que de los capítulos 1 al 5 iba a reparar más en lo que pasa a su alrededor, creando un personaje espontáneo, agarrado a la vida, capaz de proyectar esa energía de querer estar en todos los lados todo el tiempo. En cambio, a partir del episodio 6, mi pretensión fue hacer un viaje introspectivo, que no le interesaría tanto lo que sucedía fuera como lo que tenía lugar en su interior. Esta premisa te hace estar de otra manera, mirar de otra manera y escuchar de otra manera. Por supuesto, el maquillaje y la peluquería han ayudado mucho, como también el hecho de haber rodado la serie cronológicamente. Recuerdo llegar al capítulo 8, mirarme en el espejo y ver el cansancio de cuatro meses y medio de trabajo. Eso también contribuye a crear otra serenidad para el personaje.

Ana pasa por diferentes procesos pero, ¿y tú? ¿En qué etapa te encuentras ahora? Diría que me siento muy ate-

rrizada. Empiezo a entender eso de que acercarse a los 40 es bastante placentero, como que hay algo en mí que se ha tranquilizado. No tengo la necesidad de saberlo todo; quiero entregarme a la vida desde un lugar más de confiar en mí. Y ver lo que me depara.

Tú tuviste ‘otra vida’, la de trabajadora social. Sí, estudié Trabajo Social y también Derecho, aunque este último no lo terminé. El Trabajo Social tenía dos caras: una muy interesante, la de poder sostener a personas que merecían ser sostenidas y que me pareció muy gratificante, ya que eras consciente de que lo que hacías servía para algo. Y luego estaba la parte frustrante, porque te das cuenta de que el sistema funciona a trompicones, que a ratos las cosas no iban como tenían que ir.

Eres y ejerces de catalana, pero tienes una parte gallega muy acusada que, para empezar, se refleja en tu nombre, Iria. Mi padre es gallego, de la provincia de A Coruña, y llevo la cultura metida dentro. Hablo incluso la lengua porque mi abuela se ha expresado en gallego toda la vida. Llevo en mí muchísimas cosas de Galicia pero, sobre todo, la historia de mi familia. Tuve la suerte de conocer a mi bisabuela, que murió con 99 años, a mi abuela, a mis tíos abuelos... De hecho, fue mi bisabuela la que inició todo diciéndole a mi abuela “Carmen, cuando puedas, vete”. Era una mujer con muchas capacidades y muy inteligente, que quería que su hija saliera y viera mundo.

Vayamos con otra historia, la tuya con Dior. Me vistió por primera vez para ir al festival de Venecia a presentar *Los años nuevos*. Cuando me enteré que íbamos me hizo mucha ilusión, pero lo siguiente fue el “qué me pongo”. Dior me abrió las puertas para que encontrara algo que me encajara y resultó que los cuatro o cinco *looks* que me probé parecían hechos para mí. Dior es elegancia, sencillez y carácter, una firma con enorme carisma. Me identifico mucho con ella.

¿Cómo es Iria cuando se apagan los focos? Pues voy sobre todo a andar, como las señoras mayores (risas). Me encanta. Me pongo mi música y lo mismo me tiro dos horas. Creo que es algo que tiene muchos beneficios, aparte de anatómicamente; es como si te ordenara la cabeza. Cuando camino, de alguna manera entro en un estado meditativo y duermo mejor. Y fíjate que le cogí el gusto a cocinar desde que mi personaje en *Los años nuevos* acaba dedicándose a la cocina. Aunque es cierto que en mi casa la gastronomía siempre ha sido muy importante. Pero mucho, mucho (risas).

Sabemos que te hiciste íntima de Victoria Luengo en *Antidisturbios*. ¿Sigues cultivando esa amistad? Nos conocimos ahí, sabíamos que las dos éramos catalanas y nos teníamos fichadas, así que tomamos café un día y acabamos viviendo un tiempo juntas en Madrid. Es como mi hermana. Tengo varias amigas actrices, porque para mí es un alivio poder hablar con personas y saber que me van a comprender, ya que estamos todas en lo mismo. Hemos aprendido que es mejor estar cerca y cuidarse que no hacerlo. ■

El don del equilibrio

Ha terminado el año con una película en cines (*Normas para una página de sucesos*) y empieza 2025 con el objetivo profesional de seguir pudiendo elegir sus proyectos y el personal de continuar “relativizando la opinión ajena”. **ESTHER ACEBO** sigue en racha.

por CIUS SALIDO

fotografía DANNIEL ROJAS

realización PILUCA VALVERDE





Dsquared2

Abrigo y camisa
de estilo masculino;
(dsquared2.com).

Bimba y Lola

Collar crisantemo
en dorado y
hojas en negro;
(bimbaylola.com).

Página izda.

Ferragamo

Abrigo cruzado con
cinturón y botas
cuissard con
plumas extraíbles;
(ferragamo.com).

Burberry

Trench a cuadros;
(burberry.com).

Carhartt

Camisa;
(carhartt-wip.com).

Calcaterra

Pantalón ancho;
(dcalcaterra.com).

Givenchy

Zapatos;
(givenchy.com).

Corbata, vintage.





Del Core
Chaqueta,
pantalones y corsé
superpuesto con
cremallera;
(delcore.com).

A black and white fashion photograph of a woman with voluminous, curly hair. She is wearing a dark, pinstripe jacket with a high, ribbed collar. The lighting is dramatic, with strong highlights on her hair and face, and deep shadows on the jacket. Her gaze is directed towards the camera with a neutral expression.

Sportmax

Chaqueta
cruzada a rayas;
(es.sportmax.com).

Calcaterra

Top estilo chaleco y pantalones anchos; (dcalcaterra.com).

Guante Varadé

Guantes en piel; (varade.com).

Hune

Zapatos; (krackonline.com).

Maquillaje y peluquería

María Nebrera.

Asistente de realización

Mikel Andrés.

Asistente de fotografía

Israel Lozano.

Manicura

Nubia Janeth Soacha.



Imadre nova a estar muy contenta con la historia que se cuenta", dice entre risas Esther Acebo (Madrid 1983) cuando le pedimos que nos hable más acerca de *Normas para una página de sucesos*, un truculento thriller sobre un periodista venido a más –concretamente, a más ‘oscuro’– que ya puedes ver en cines. Esther interpreta a Naira, quien “al principio parece un poco borde con Leo, el protagonista, que se presenta como un tío normal y adorable. Pero poco a poco nos damos cuenta de él no es tan adorable y solo ella lo sabía”, afirma la actriz.

Intrigas aparte, *Normas para una página de sucesos* habla de un periodismo bastante enfangado. ¿Qué opinas de cómo se está retratando a la profesión en los últimos tiempos? Creo que es importante cuestionarte un millón de veces lo que ves, lo que lees y lo que escuchas. Es muy fácil dejarse llevar por una imagen o un titular, pero al final los objetivos de cada cual son particulares y lo mismo muy alejados de lo que uno pueda pensar a priori. Probablemente, la realidad sea menos oscura de lo que nos pintan, pero opino que es fundamental darle una pensada a lo que es verdad y no lo es, sobre todo teniendo en cuenta que la certeza es algo individual ya que, ante un hecho objetivo, tu verdad puede ser una y la mía otra. Hay que replantearse las cosas, y si esta peli ayuda a que cada vez que leas un titular le des tres vueltas, me alegraré.

Después de disfrutar de un exitazo global como fue *La casa de papel*, ¿vives con la permanente ansiedad de tener que repetir algo similar? No. Todo el que se dedica a esto sabe que esas cosas pasan una vez en la vida. A mí me llegó tras un año duro trabajando en proyectos que no me sostenían. Por la mañana daba clases de teatro infantil y por la tarde hacía microteatro; estaba muy cansada y vivía muy apretada. Para mí, tener un personaje fijo en una serie de Antena 3 (*La casa de papel* se emitió ahí por primera vez) fue una noticia increíble. Aparecía en un primer capítulo y un segundo y luego me disparaban. Recuerdo hablar de esto con mi repre y él decirme que me limitara a disfrutarlo, que era una experiencia increíble. Luego, la fortuna le dio a mi personaje muchas vidas. Llegaba a los platós de Netflix y veía mi cara en algún edificio. No podía más que agradecer a la vida por esta oportunidad. Yo no aspiro a repetir aquello, sino a seguir trabajando dignamente de actriz, disfrutando cada momento. Hoy por hoy puedo seleccionar los proyectos que me apetecen; ese es mi objetivo.

Y de la noche a la mañana te ‘nacen’ cinco millones de seguidores en redes. Afortunadamente eso no me pasó con 17, sino ya mayor, después de años de currar mucho con momentos buenos y otros no tanto. Cuando de repente hay gente que endiosa tu trabajo... bueno, pongamos los pies en el suelo,

que tampoco estoy salvando vidas en un quirófano. Mi trabajo es maravilloso, porque cuenta historias y abre mentes, pero yo no soy tan importante. El fenómeno fan me genera un poco de miedo, teniendo en cuenta que al final soy una persona como tú. Entiendo que lo que hago llega a más gente, y también que hay a quien le gusta y a quien no, algo que me parece muy respetable. Vivo tranquila si relativizo la opinión ajena.

Madre de una niña de dos años, tres perros en casa... ¿Tu vida es sencilla de puertas para dentro? Mentiría si dijera que sí. Te organizas, pero es complicado. No creo que haya muchas facilidades para conciliar, porque para nosotros es difícil estar presentes de manera amorosa con tu familia teniendo horarios tan locos. Por eso comprendo que la gente estudie para pasar una oposición y tener trabajo y horario fijos, aunque a mí me dé ansiedad solo de pensarlo.

Estudiaste INEF, luego presentaste un programa llamado *Kosmi Club* en Castilla La Mancha... Has vivido varias vidas ya. He hecho teatro en todas sus posibilidades: con cuatro años me apuntaron a flamenco; en el cole hice teatro y ballet; estuve en el grupo de teatro del instituto y me inscribí en unos cursos de interpretación de mi barrio... A los 17 no sabía por dónde tirar; me gustaba actuar, pero mi madre me dijo que eligiera una carrera ‘de verdad’. Como hacía atletismo, primero pensé en fisioterapia, porque siempre me ha fascinado el cuerpo humano, pero me presenté a las pruebas de INEF y entré. Y al ser tan perfeccionista acabé dos itinerarios: Educación y Actividades para comunidades especiales, sobre todo discapacitados. Estuve un año en Toledo haciendo prácticas con parapléjicos, donde aprendí un montón. Al acabar la carrera, nos juntamos tres amigas y creamos una empresa para llevar la actividad física a comunidades de vecinos y centros de trabajo, pero comencé en la tele y tuve que elegir. Escogí la interpretación con sus momentos buenos y malos, porque realmente esta es una profesión a la que, con tantos noes, castings e inseguridades, has de elegir muchas veces.

Es evidente que no te va lo de quedarte quieta... En *La casa de papel* decían que me encantaba trabajar, y es verdad. Mira, ayer tenía la mañana libre y me fui a colaborar con la ONG Mundo en movimiento en un proyecto superbonito: están rodando una especie de serie como si fuese un show de talentos, una comedia que habla de lo difícil que es para algunos inmigrantes conseguir una cita en extranjería. Estamos metidos muchos: Alba Flores, Raúl Arévalo, Marta Nieto...

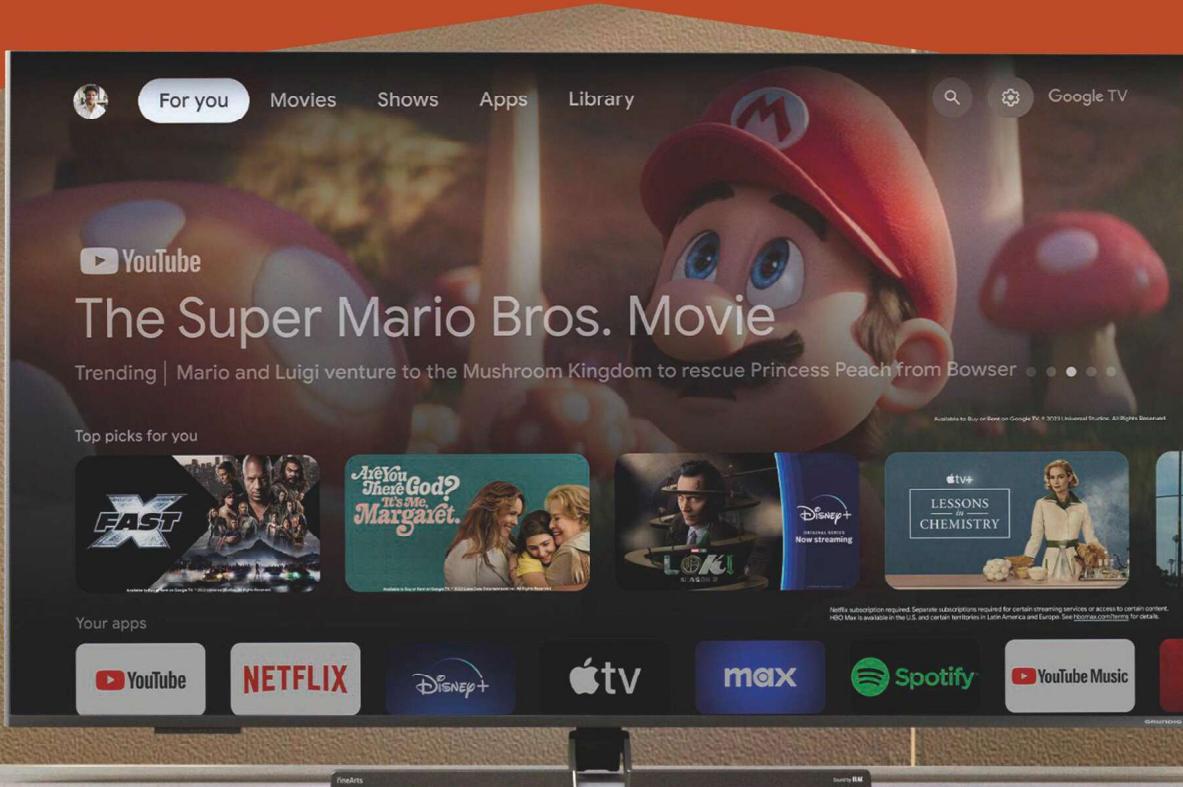
Tu pelo se ha convertido en seña de identidad. ¿Eres una ‘activista de los rizos’? No lo diría así (risas), pero sí que soy defensora de potenciar lo que tienes. Yo era de las que dormía con gorro y se hacía coletas con muchas gomas para que el pelo fuera liso. De pequeña quieras ser como los demás cuando, en realidad, el hecho de tener un elemento diferenciador enriquece. Vivía en un drama. Ahora lo asumo y lo potencio. Es cierto que le dedico un tiempo ridículo a mi pelo, pero sí invierto horas en cuidarle y en aceptarme como soy. Y mis rizos forman parte de lo que soy. ■

Nueva  Google TV de **Grundig**

Explora el mejor entretenimiento a tu medida.

Descubre la combinación perfecta de tecnología y una calidad de imagen excepcional.

Con la nueva Google TV de Grundig podrás sumergirte en tus contenidos favoritos con un diseño elegante y todas las funcionalidades necesarias para vivir una experiencia única y personal.



GRUNDIG
It starts at home

instyle.es

 InStyleSpain

 InStyleSpain

 RevistaInStyle



www.instyle.es

COLONIAS

TODO LO QUE VAS A
ADQUIRIR EN ENERO-FEBRERO

SCANDICOOl

HACE TIEMPO QUE LAS NÓRDICAS DEJARON DE SEGUIR EL FARO DE LA CORRECCIÓN EXTREMA. HOY REVOLUCIONAN EL MUNDO CON IDENTIDAD PROPIA, JUEGOS DE COLOR, PROPORCIONES, **FRESCURA** Y GANAS DE INDIVIDUALIDAD. FELIZ INSPIRACIÓN.

POR SARA TRUEBA

Bottega Veneta

Bufanda;

(bottegaveneta.com).

Bassike

Camiseta con botones;

(bassikc.com)

Pandora

Pendiente, anillo

triple (a modo

de ear cuff) y

brazaletes;

(pandora.com).

Romántica & NAIF

No todo es minimalismo y *smart looks* en el armario escandinavo.

Firmas como Cecilie Bahnsen o Ganni confirman que ellas también saben cogerle el punto a la tendencia coquette.

Celine

Top calado y Mary Janes de charol; (celine.com).

Rory William Docherty

Vaqueros rectos; (rorywilliamdocherty.com).

Pandora

Pendientes de aro, collar, anillo con perla y anillo con piedras; (pandora.com).

Chusette

Calcetines; (chusette.com).





La influencer EMMA FRIDSELL

A la consultora, estilista y creadora de contenido (@emmafridsell) le gusta Twiggy, los mix inesperados y poco convencionales y crear looks románticos. ¿Su clave? Añadir toques urbanos, actuales y un poco punk.

Combínalo con

1. **Pomandère** Calcetines, 62 €; (pomandere.com).

2. **Antik Batik** Gorrito, 185 €; (antikbatik.com).

3. **Desigual** Zapatilla de inspiración ballet con puntera, de la cápsula X Alphonse Maitrepierre, 129 €; (desigual.com).

4. **Sezane** Mary Janes destalonadas, 155 €; (sezane.com).

5. **Oceanis** Bolsito de mano de perlas, 74 €; (acuscomplementos.com).

6. **Bijou Brigitte** Diadema con strass, 20 €; (bijou-brigitte.com).





Bottega Veneta
Top, falda de ante
y pantalones;
(bottegaveneta.com).

Zimmermann
Jersey anudado
al cuello;
(zimmermann.com).

Pandora
Brazaletes
abiertos y anillos;
(pandora.com).

Chusette
Calcetines;
(chusette.com).

Adidas
Zapatillas;
(adidas.com).

Colores COORDINADOS

Expertas en mezclar básicos y
hábiles a la hora de construir
armarios coloristas, apuestan por la
ingeniería cromática, combinando
familias de color hasta el infinito.



Combínalo con

1. Hispanitas Bolso media luna, 86 €; (hispanitas.com).



2. Fendi Cinturón FF Diamonds, 450 €; (fendi.com).



3. Tous Pulsera de plata articulada, 229 €; (tous.com).



4. Tom Ford Gafas de sol Axel, 374 €; (tomford.com).



5. Longchamp Gorra deportiva, 150 €; (longchamp.com).



6. Adidas Zapatilla Gazelle, 120 €; (adidas.com).



La influencer **TINE ANDREA**

La noruega es el foco de todas las miradas durante la semana de la moda de Copenhague por sus looks pulidos y naturales, aparentemente poco pensados, que juegan con proporciones y se alejan de la pomosidad (@tineandreaa).

Fluidez **OVERSIZED**

Trench de grandes proporciones, hombros XL y siluetas voluminosas pueden parecer excesivos, pero la gracia nórdica hace que encajen (y engamen) a la perfección en la vida diaria.

Paris Georgia

Gabardina empolvada;
(parisgeorgia.com).

Rory William Docherty

Conjunto de
chaqueta y pantalones;
(rorywilliamdocherty.com).

Pandora

Brazaletes y anillos;
(pandora.com).

Gorro de

borreguito vintage.





La influencer SOPHIE ROE

Hija de interioristas, esta joven danesa es el claro ejemplo de elegancia y classicismo nórdico, siempre oportuno y nunca extremo. Adora el blanco y negro (juntos o por separado), las gabardinas y los pantalones palazzo para todos los días (@sophiaroe).

Combínalo con

1. Majorica Anillo dorado, con perla, 79 €; (majorica.com).

2. Nike Zapatillas Shox TL WMNS, 170 €; (nike.com).

3. Marni Bolso Trunkaroo tricolor; (marni.com).

4. Vagabond Bota de media caña Janine, 200 €; (vagabond.com).

5. Loro Piana Gorro de punto, 520 €; (loropiana.com).

6. Thomas Sabo Brazalete abierto, 298 €; (thomassabo.com).



5

6

COMPRAS

Dries Van Noten

Camisa y pantalones;
(driesvannoten.com).

Sener Besim

Gafas metálicas;
(senerbesim.com):

Pandora

Anillos
y brazaletes;
(pandora.com).

Chusette

Calcetines;
(chusette.com).

A.Emery

Zuecos con
tira trasera;
(aemery.com).

MASCULINO *Cool & denim*

Su estilo nace del frío, pero el instinto y el sentido práctico del armario escandinavo cala en cualquier rincón del globo. Vaqueros anchos y *dad jeans* son aliados insuperables cuando sacan su lado masculino. ¿Qué tendrán para darle un toque tan femenino?





Combínalo con

- 1. Rue Madame** Bolso con print animal, 179 €; (ruemadame.com).
- 2. MaxMara** Gafas con montura dorada; (maxmara.com).
- 3. Dr. Martens x MM6** Zapato diseño híbrido, 320 €; (drmartens.com).
- 4. Jose Luis Joyerías** Pendientes de aro, 795 €; (joseluisjoyerias.com).
- 5. La Nouvelle** Sujetador de encaje con vivo metalizado, 64 €; (lingerieelanouvelle.com).
- 6. UGG** Zueco con interior de oveja, 130 €; (ugg.com).



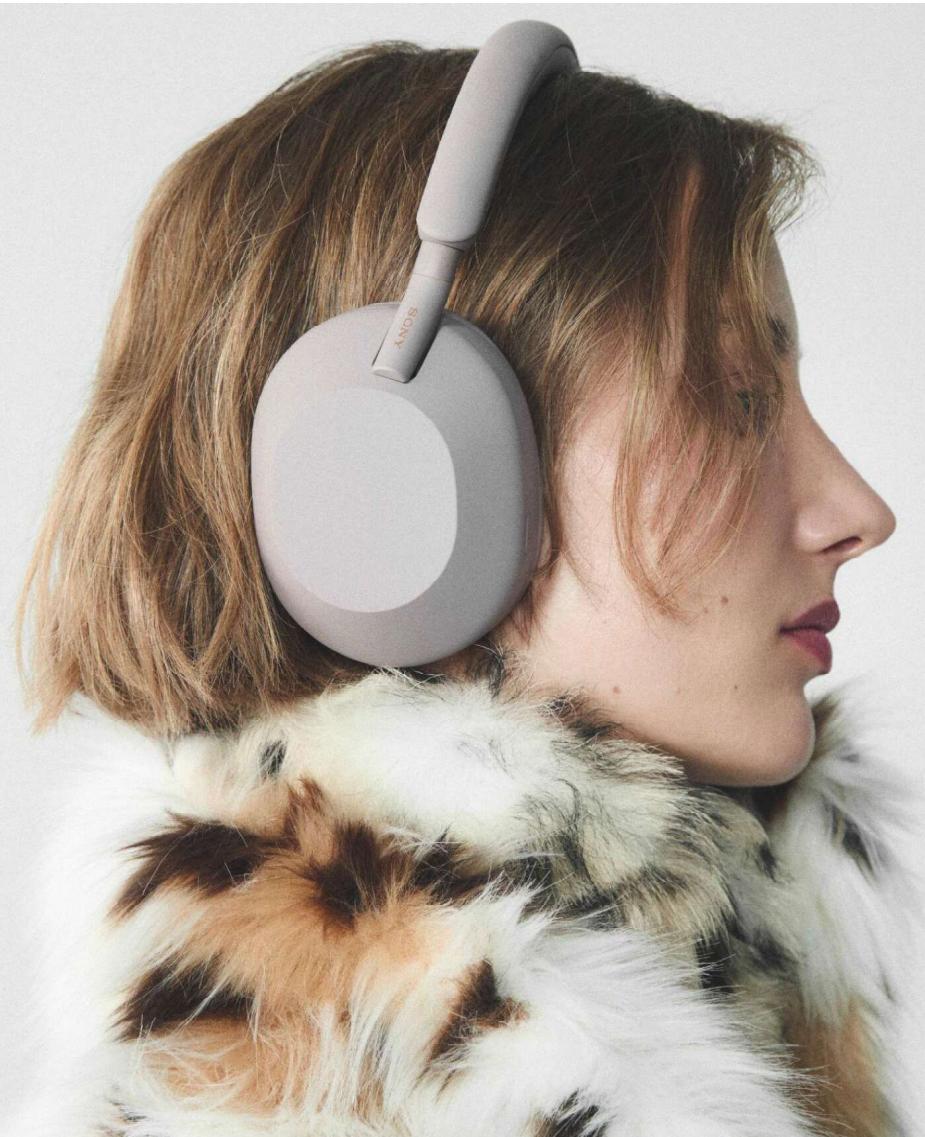
ACIERTOS

3 LOOKS PARA PONER EN PRÁCTICA

MEDIAS CON ESTAMPADO DE FANTASÍA Y PUNTO Y COLORES A VECES VIBRANTES, A VECES PASTEL, DEFINEN EL RUMBO DE ESTE ARRANQUE DE 2025. NO QUEDARSE ATRÁS Y ATREVERSE ES LA CONCLUSIÓN PARA HACER DEL MIX TODO UN ACIERTO.

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



**Givenchy**

Jersey de punto de lana con cuello de pelo sintético: (givenchy.com).

Zara

Abrigo corto peludo; (zara.com).

Emilio Cavallini

Medias con flores; (emiliocavallini.com).

Vagabond

Zapatos masculinos de cordones; (vagabond.com).

Furla

Bolso rectangular; (furla.com).

Sony

Auriculares inalámbricos con cancelación de ruido Sony WF-1000XM5; (sony.com).

MEDIAS DE FANTASÍA ¡Y PUNTO!

Como si el papel pintado tuviera la capacidad de elegir qué superficie habitar, los *prints* de flores llegan hasta las medias y conquistan un territorio que, aunque para nada nuevo, suele mantenerse en una capa de discreción, como un accesorio que no debe llamar la atención. Las flores de invierno rompen tal cadencia y, del mismo modo que imprimen vestidos enteros de Loewe o jerséis de Monse, saltan ahora en forma de medias de fantasía para declarar que ya nunca más se quedarán en segundo plano.

Mezcladas con punto, pelo voluminoso y accesorios clásicos, la excentricidad está servida.





SOLID COLOR MIX

Cualquier *look* recatado dejará de serlo con la elección de colores adecuada. Miuccia Prada es experta en dar un giro a las convenciones. Los más tradicionales ven su trabajo disruptivo; los vanguardistas, sin embargo, lo ven clásico. Nos inspiramos en ella con esta propuesta vibrante que combina sin pudor piezas básicas y colores sólidos, ofreciendo una mezcla inesperada y extraordinaria que, acompañada también de distintas texturas (entre terciopelo y plumas) nos presenta el *look* de oficina más colorista y *nerd*.

Prada

Camisa de terciopelo, jersey de lana, falda con plumas en el bajo y bolso de ante; (prada.com).

Calzedonia

Medias verde manzana; (calzedonia.com).

Zara

Zapatos tipo mule con plumas; (zara.com).



COMPRAS



COMPRAS



**Lili Sidonio**

Top de cuello alto
efecto pelo;
(mollybracken.com).

Nº21

Collar plateado;
(numeroventuno.com).

Loewe

Vestido de cuadros;
(loewe.com).

Givenchy

Bolso plateado;
(givenchy.com).

Aquazzura

Salones destalonados;
(aquazzura.com).

Emilio Cavallini

Medias estampadas;
(emiliocavallini.com).

**Maquillaje
y peluquería**

Miguel Tragacete
(The Crew Art).

**Asistente
de fotografía**

Javi Blanco.

Modelo

Darya Avtukh
(Blow Models).

REMINISCENCIAS 60 EN 2025

¿Cómo adaptaría hoy Mia Farrow su *look* para *La semilla del diablo*? Quizás buscaría referencias que sigan el protocolo *sixties*. Tal vez no...

Hoy, cualquier idea del pasado puede envolverse de modernidad y mantener su esencia. Colores y superposiciones, con la construcción desinhibida y artística de J.W. Anderson, marcan el rumbo de este *outfit* en el que las medias redondean la aportación naïf del conjunto.



COMPRAS



JUGAR

con ventaja

TRAS UN EXHAUSTIVO ESTUDIO DE LOS DESFILES DE P-V 2025, RECOPILAMOS **42 BUENAS INVERSIONES PARA HACER EN REBAJAS** Y LLEVAR AHORA... Y LOS PRÓXIMOS SEIS MESES.

por LAURA GARCÍA DEL RÍO fotografía DANNIEL ROJAS realización PILUCA VALVERDE

Por otros derroteros

Hace tiempo que el mocasín se asentó como pilar fundamental del zapatero.

Pero si hasta ahora venía jugando con la versión más *chunky* y masculina, las pasarelas de la nueva temporada sacan su lado femenino: punteras estilizadas, lengüetas, broches y hasta interacciones de tacón como las de Prada y Bottega Veneta.

Mocasines Tom, en piel, de Aeyde; (ayede.com).

Mansur Gavriel
Clutch Baci,
de cuero plisado
con bandolera;
(mansurgavriel.com).



Marella
Pochette efecto
piel trenzada con
cierre de boquilla;
(es.marella.com).

SIEMPRE A MANO

Otrora restringido a *looks* nocturnos, el *clutch* gana presencia (y dimensiones) postulándose como aliado sartorial en horario continuado. Con traje en la oficina, vaquero y gabardina el fin de semana.



COACH P/V 25

**Palomo x
Bimba y Lola**
Llavero en
piel con forma
de rosa;
(bimbaylola.
com).

Louis Vuitton
Charm de metal
Cowboy Boots;
(louisvuitton.com).



VALOR AÑADIDO

Si llenar el bolso de charms se ha hecho viral será porque, en la segunda era del *normcore*, es una receta instantánea para darle un toque personal a cualquier estilismo. Y ese deseo de individualidad nunca pierde fuelle.

DEJAN HUELLA

No es solo que el tacón remonte tras temporadas relegado en nombre del *comfort*, sino que lo hace además por todo lo alto, con siluetas escultura que lo convierten en el centro de atención.

Loewe
Sandalia Gala
de piel, inspirada
en un cinturón;
(loewe.com).



Mango
Cuña de piel
acharolada
con pulsera;
(mango.com).



Schiaparelli
Zapato de terciopelo
con tacón dorado y
candado en el empeine;
(schiaparelli.com).



COMPRAS



BALLET CLÁSICO

Desde que volvieron –con la venia de Miu Miu– hace dos años, las bailarinas se niegan a abandonar el escenario. La próxima temporada lo harán incluso en su versión más fiel a la zapatilla original con la que Marie Taglioni bailó *Las Sílfides* en 1832.

1 Mango De punta cuadrada, con lazo y doble hebilla; (mango.com). **2 Zara Home** De satén, desfleadas; (zarahome.com). **3 Alohas** Modelo Rosalind, en piel; (alohas.com). **4 Parfois** De piel con lazos en el empeine; (parfois.com). **5 Steve Madden** Modelo Baylen, con hebillas y tiras al tobillo; (stevenmadden.es).



TOMAR MEDIDAS

Después de la invasión de los formato micro, el bolso recupera su faceta pragmática con diseños mayúsculos que dan un nuevo significado a la idea del más es más.

The Frankie Shop x Barbie
De algodón, con bordado; (eu.thefrankie-shop.com).

Celine
De piel, con logo en contraste; (celine.com).

Jacquemus
La Casquette, en algodón con logo bordado; (jacquemus.com).



A CUBIERTO

Pamelas en Valentino, *buckets* en Gucci y *canotiers* en Chanel. Vestir la cabeza vuelve a ser tendencia. Pero si hay una pieza que gane por aclamación popular es la gorra, vista desde con trajes en Coach hasta con *looks* de noche en Emporio Armani.

ECOS DE BOHEMIA

Chloé ha hecho del boho la tendencia sorpresa de este invierno y Chanel, Etro, Tory Burch y Saint Laurent -la lista sigue- han confirmado de forma unánime y a golpe de joyero que seguirá en boga al menos una temporada más.

Collar con abalorios, de Zara; (zara.com).





NUEVAS PERSPECTIVAS

En las pasarelas de primavera-verano 2025 la réplica a la nostalgia dosmilera que recuperó las monturas escuetas (y que parece que por fin empieza a amainar) ha sido contundente: de ahora en adelante las gafas, cuanto más grandes, mejor.

Gafas, de MaxMara; (maxmara.com).



Chloé
Bracelet Bag, en cuero granulado; (chloe.com).

Mango
Bolso de mano efecto piel; (mango.com).

PARA NO SOLTARLOS Cubierto el frente práctico con el shopper titánico, los bolsos juegan su vertiente hedonista con asas de metal que desdibujan la línea entre lo decorativo y lo funcional.



MIU MIU P/V 25

BIEN ATADO

El binomio masculino-femenino con el que la moda viene jugando hace cima con el zapato de cordones: mientras Victoria Beckham lo suma a vestidos leíceros, Simone Rocha lo sugiere junto a faldas de tul y medias con cristales.

1 **Vagabond** En punta; (vagabond.com).

2 **Geox** De cuero; (geox.com).

3 **Simone Rocha** Con pespunte; (simonerocha.com).

4 **MaxMara** De piel con flecos; (maxmara.com).



QUE BRILLEN Si sujetan es lo de menos. Los cinturones se usan como joyas, y los de metal –que Chanel cubre de strass y Miu Miu pone de tres en tres– se llevan todos los laureles.

Chanel De cadena, con detalles nacarados en la hebilla; (chanel.com).

APROVECHAR EL TIEMPO

Con el cometido de dar la hora en segundo plano, los relojes ahora se recrean en el papel de complemento. Y los modelos joya, con pulsera de metal rígida y alguna que otra gema, cumplen.



1 Furla Modelo Ooh, con baño de oro rosa; (furla.com).

2 Calvin Klein Twisted Bezel, en acero; (calvinklein.com).

3 Swarovski Con cristales marrones de talla octogonal; (swarovski.com).

4 Tous Modelo Manifesto en acero; (tous.com).

1

DE UNA PIEZA

Contrapartida al *stacking* que respalda el *boho*, el torque –que no es lo mismo que el choker, sino una gargantilla rígida que cae más abajo; un diseño que se remonta a la Edad de Hierro– viene fuerte conjugando elegancia y sensualidad.



1. **H&M** De metal martillado con perlas; (www.2.hma.com).

2. **& Other Stories** Con forma de serpiente; (stories.com).

3. **Adolfo Domínguez** En zinc, bicolor; (adolfodomínguez.com).

EN RETROSPETIVA

Con Loewe, Miu Miu y Burberry dándoles impulso en las colecciones de la nueva temporada, la obsesión por las zapatillas retro que empezó con las *Samba* de Adidas no pierde tirón.

1 **Isabel Marant** Beth, de cuero y ante con tiras de velcro; (isabelmarant.com).

2 **Camper** Modelo Pelotas Soller, en piel y nobuk; (camper.com). 3 **Elisabetta Franchi** De piel bicolor, con escudo; (elisabettafranchi.com).



Etro

Acolchado, con asa de metal trenzada; (etro.com).



Marc Jacobs
The Spots Mini, en piel; (a la venta en farfetch.com).



Blumarine
Mini Doctor de piel con flores; (blumarine.com).

BUENAS IMPRESIONES

De unos labios en Gucci a los cuadros de Laurent Grasso en Louis Vuitton, los bolsos encuentran en los estampados una nueva forma de cautivar.

GUCCI P/V 25



MANO A MANO

Vistos en 28 de las 54 salidas del desfile de p-v 2025 –cuajado de guiños a los archivos de una firma que empezó haciendo maletas–, Gucci ha sacado del olvido los mitones.

En ante, con lazada, de Zara; (zara.com).



CUESTIÓN DE FORMAS

Cuando hasta Hermès revisita su Kelly en formato horizontal, queda claro que el bolso east/west -más largo que alto, y con un pie en los años 50 y otros en los 2000- es un éxito garantizado a largo plazo.

Bolso Le Teckel en piel, de Alaïa; (maison-alaia.com).



Una cabeza PRODIGIOSA

“CON UN SOMBRERO PUEDES CONTAR MUCHAS COSAS”, DICE **STEPHEN JONES**, A QUIEN EL PALAIS GALLIERA DEDICA HASTA EL 16 DE MARZO LA EXPOSICIÓN CHAPEAUX D'ARTISTE, LA PRIMERA EN 40 AÑOS QUE EL MUSEO PARISINO CONSAGRA POR ENTERO A UN ACCESORIO.

por **LAURA GARCÍA DEL RÍO**

Su primer sombrero, del que se acuerda perfectamente –un casquete que apañó con una caja de cereales, una vieja blusa de su hermana y claveles de plástico, y que le sirvió para entrar en la escuela de sombrerería de Saint Martins– no está en la muestra. Pero sí un diseño de su colección de graduación del 79 –“milagrosamente conservado”, admite–; el tocado de plumas con el que Lady Gaga cantó *Mon Truc en Plumes* en la apertura de los Juegos Olímpicos; un sombrero de copa con una espiral de seda en forma de rosa –al que bautizó *Rose Royce* y es uno de sus favoritos porque representa la conjunción de la excentricidad británica y el *allure* galo que tan bien define su trabajo– y hasta 170 piezas, junto a otros tantos bocetos, fotografías y videos que exploran la relación del sombrerero con Francia. “Venir a París fue el punto de inflexión de mi carrera”, dice el diseñador (Liverpool, 1957), que empezó su idilio con la cultura francesa en general y la costura parisina en particular cuando Gaultier –quien ya le había echado el ojo en el videoclip de *Do You Really Want To Hurt Me?* mítico tema de Culture Club, donde Jones aparecía breve pero elocuentemente con un fez de terciopelo rojo– le llamó para colaborar. Era 1983. Despues llegarían Aläia, Mugler, Montana, Comme des Garçons, Vivienne Westwood, Lanvin, Balenciaga y Givenchy. George Michael, Diana Ross, los Rolling y Björk. Los *101 dálmatas* de Glenn Close y *Parque jurásico* de Spielberg. Cuando en 1996 John Galliano, con quien ya había trabajado en su firma, cruzó el Canal para liderar Dior, el gibraltareño no tardó ni 24 horas en llamarle. Hoy, además de diseñar para la *maison* –la única que aún mantiene un taller dedicado a vestir la cabeza–, trabaja con Roseberry en Schiaparelli y Galliano en Margiela; diseña para Beyoncé, Rihanna y Sam Smith; y el 2 de diciembre ganó el premio a mejor diseñador de accesorios del Consejo de la moda británica, y eso que en 2008 ya le habían

dado el Outstanding Achievement Award por su trayectoria. Imposible hacer una retrospectiva de su carrera: en 45 años Jones ha orquestado más de 10.000 creaciones que han cimentado no solo su reputación sino la importancia de un elemento que, cuando él empezó, estaba decididamente en desuso. “Hasta mis tutores me dijeron que no era relevante en el mundo moderno. Pero, ¿qué es moderno? Yo veo la relación entre el tiempo y la moda de forma diferente. Ser joven y llevar algo que podría ser de tu abuela es muy osado. El problema es cuando ya no eres tan joven y empiezas a parecerse a tu abuela”, dice riendo. Estamos a finales de los 70, cuando la tendencia eran las crestas y los sombreros se asociaban más a la Reina Madre y el viejo abolengo que a la subcultura irreverente. Precisamente, “diseñar sombreros fue lo más punk que sentí que podía hacer”, defiende, con una boina –su diseño de cabecera– estratégicamente inclinada, como la llevaban Picasso, Hemingway y la Garbo. Los hacía de noche mientras de día trabajaba para su padre repartiendo fruta en un camión. Sus primeros clientes fueron sus amigos, habituales de Blitz, el club de referencia en el Londres de los New Romantics. Steve Strange, el líder de Visage, fue el primero que pagó por uno de sus diseños. Tanto le gustaron que le hizo hueco en el sótano de PX, la boutique de moda del momento, para abrir su propio taller. Boy George se convirtió en un habitual. También Madonna y Lady Di. Vendía desde a la mujer del director del Banco de Inglaterra y las editoras de *Vogue* hasta a lo más canalla de la New Wave. “Y más veces de las que crees eligían sombreros similares. Sencillamente, los llevaban de formas diferentes”, sonríe.

No es habitual, pero en esta exposición pueden verse algunas de sus primeras piezas. ¿Suele guardar sus creaciones? Con el tiempo he ido conservando más, pero al principio no. Prefería venderlas. Tampoco estaba diseñando para grandes marcas ni desfiles, sino para mis amigos. Salíamos de fiesta con ellas. Y mucho. Así que la mayoría acabaron destrozadas. Pero salvé algunas. Y es



A finales de los 70, "diseñar sombreros era lo más punk que podía hacer", defiende Stephen Jones. "Lo interesante para mí era tener por un lado a la Familia Real y por el otro el punk... y unirlos".



curioso, mientras preparaba la muestra ha habido unos cuantos diseños que ni sabía que existían que han vuelto a mis manos y he podido revisitar.

¿Cuándo supo que quería dedicarse a hacer sombreros?

Creo que nunca me di cuenta. De lo que sí me di cuenta es de que no quería diseñar moda.

¿Aunque estaba estudiando para ello en Saint Martins?

Mientras ayudaba a John (Galliano) en la segunda colección de su firma vi claro que lo hacía mucho mejor de lo que yo nunca podría, y pensé: tal vez debería dejarlo. Fueron mi familia y amigos quienes me empujaron a hacer sombreros. Hay mucha gente creando vestidos, me decían, pero nadie hace sombreros. Realmente era un arte en extinción.

Y sin embargo ahora vemos sombreros por doquier en las pasarelas. Vestir la cabeza vuelve a ser tendencia.

Hoy la ropa, el maquillaje, el pelo son más simples. Un tocado hace las cosas más interesantes. John lo explicó muy bien una vez. Le pregunté por qué le gustaban tanto los sombreros y me contestó: "Bueno, ¿por qué parar de diseñar en el cuello?". La moda, y en especial los sombreros, son una forma de comunicación.

De hecho, históricamente han sido indicativo de clase, género y estatus, signo político y religión, rango militar... Lo decía Christian Dior, "sin sombreros no habría civilización". Y siguen siendo señal de todo ello, mensajes con los que juegas. Cuando Beyoncé se sube al escenario con un sombrero cowboy, está cargado de referencias.

Suele decirse que se sabe mucho de una persona por los zapatos que lleva. ¿Es aún más cierto con el sombrero? No, porque con el sombrero no se trata de quién eres, sino de quién quieras ser. Eso es lo mejor de la moda, que puede ser una absoluta mentira. Quizás seas una madre agotada, pero te pones un tocado y te sientes como una princesa. O un adolescente que no se encanta, pero te pones una gorra y te sientes como A\$AP Rocky. Lo que más me gusta de un sombrero es su capacidad de transformación.

Más allá del aspecto técnico, ¿qué es lo que hace de un sombrero un buen sombrero? Que sea capaz de transportar a quien lo lleve a un nuevo mundo. La moda puede representar una postura política, un mensaje social, una idea. Pero creo que su mayor logro es hacer feliz. La cosa más sencilla, y la más mágica.

POR AMOR AL ARTE

Al preguntarle por alguno que tenga grabado en la memoria, las anécdotas se agolpan. Está aquella vez que le presentó a Rei Kawakubo sus propuestas y la nipona, sin mudarle un ápice el semblante, respondió con un escueto "no". "Me dijo que me fuera comer. Cuando volví media hora más tarde les había dado la vuelta y se los había colocado a las modelos del revés. Y así salieron a la pasarela."

También el desfile de costura de p/v 2004 de Dior, inspirado en Egipto, para el que hizo una máscara de un metro de altura bañada en metal que pesaba un quintal y solo esperaba que a Erin O'Connor no se le rompiera el cuello mientras desfilaba con ella. O cuando tuvo que terminar 47 sombreros para la colección de o/i 2012 de Vuitton –un cruce de Jamiroquai y el sombrero seleccionador de Harry Potter– en cuatro días. "Solo he estado a punto de abandonar dos veces. Esa fue una. La otra, con Montana."

Galliano, Kawakubo, Jacobs, Gaultier, Alaïa... ¿Cómo es trabajar con los grandes de la moda?

Depende. Con John siempre es como la primera vez, no puedes ir con ideas de antemano. Rei Kawakubo no quiere algo que encaje con su colección, sino que la sorprendas. Es casi como si quisiera algo que desafíne. Y, sin embargo, Maria Grazia busca diseños que completen el *look*, que fluyan con la colección.

También trabaja con jóvenes talentos, como Grace

Wales Bonner y Matty Bovan. **¿Cambia mucho la cosa?** Es divertido, solía pensar que podía ser su padre; ahora pienso que podría ser su abuelo y es escalofriante. Me fascina conocer su punto de vista. Pero lo que me resulta más interesante es ver que hay cosas que no han cambiado. Como la idea de que una mujer se sienta guapa, darle confianza. Eso sigue siendo igual. Tal vez la forma sea diferente, pero el fondo es el mismo.

¿Qué (o quién) ha sido su mayor influencia?

Todos los diseñadores con los que trabajo me influyen. Pero diría que John ha sido el que más. También diseñar para la princesa de Gales fue clave en mi carrera. Eso, y encontrar una caja llena de *Vogue* y Harper's Bazaar de los años 30, 40 y 50 cuando estudiaba. Eran mucho más interesantes que las revistas que se estaban haciendo entonces, plagadas de *cashmere beige*. Esas fotos, y sobre todo las de Balenciaga, me parecieron muy punk, porque aquellos diseños no tenían nada que ver con algo cómodo para el fin de semana. Se trataba de hacer una declaración.

¿Cuál ha sido el momento cumbre de su carrera?

El mundo sigue girando, siempre hay una nueva temporada, y siempre espero que mi próxima creación sea la mejor, mi momento de mayor orgullo. Aunque recibir la Orden del Imperio Británico de manos de la Reina Isabel II también fue un gran honor. Soy la única persona a la que se le ha otorgado por sus servicios a la sombrerería.

¿Qué le hace seguir creando después de tantos años?

El próximo sombrero. Siempre es un desafío diseñar algo nuevo e interesante, pero, increíblemente, me sigue encantando. ¿Qué iba a hacer si no, tortillas? La gente cree que con el tiempo te acostumbras y sencillamente fluyes. Pero no, no lo haces. Aún me pongo nervioso cuando presento una colección. Siempre esperas que esa sea la mejor. Si no es así, ¿qué sentido tiene? ■



PEQUEÑOS PLACERES

LA NUEVA APUESTA POR EL DISEÑO DE **CARTIER** RETOCA EL IMAGINARIO DE CLÁSICOS DE LA ALTA JOYERÍA CREANDO 'MINIATURAS' PRECIOSISTAS QUE SON YA OBJETO DE COLECCIONISTA. TE LAS PRESENTAMOS UNA A UNA.

Proporción y equilibrio son términos que acompañan al nuevo repertorio de relojes de Cartier. Una colección que concede todo el protagonismo a las versiones mini de grandes clásicos capaces de abanderar la Alta Relojería de la *maison* por derecho propio y que ahora llegan en otro formato, delicado y sumamente elegante. Como si de un juego de miniaturas se tratara, la casa francesa despliega su catálogo de la excelencia donde todo se reajusta y



rediseña para un resultado de coleccionista. En este portfolio encontramos versiones a cada cual más impecable. Por ejemplo, el *Tank Louis de Cartier*, cuyo original data de 1922 siendo a su vez sucesor del clásico *Tank* (1917). La actualización que hoy nos llega replica los códigos estéticos (números romanos o la corona adornada con un cabujón de zafiro) de su hermano mayor.

Otro heredero de estilo es el *Tank Américaine*, que debutó en 1988 recogiendo a su vez el testigo del *Tank Cintrée* de 1921. La versión mini repite diseño, aunque con una ligera variación en su esfera. Por su parte, el nuevo *Baignoire*, al que Cartier de-

fine como "quintaesencia del reloj joya" y cuya esfera en forma de óvalo ha creado escuela, adapta su versión mini a variantes con pavé de diamantes, en oro amarillo con correa de piel o a modo de pulsera de oro. Y, por supuesto, no podían faltar el 'pequeño' pero inmenso *Panthère*, con una correa que evoca los movimientos de una pantera y que es una floritura de perfectas proporciones, y el *Tortue*, dueño de una esfera con corona en oro amarillo y cabujón de zafiro que imita el caparazón de la tortuga. Demostración todos ellos de que el tiempo sí es un tesoro y Cartier ha sabido compartirlo. ■



Entre horas

A la izda., reloj *Tortue*, con caja en oro amarillo, esfera de opalina blanca y correa beige de piel. y el *Tank Louis de Cartier*, con correa de piel de aligátor. En la foto superior, relojes *Baignoire*, cuyas cajas y coronas están engastadas con diamantes talla brillante (cartier.com).

Vestido animal print

Camuflado bajo un abrigo de alpaca consigue esconder su lado salvaje, pero este vestido tiene alma protagonista. Con botas track se adapta al estilo urbano; con brillos plata y una gran blazer, apunta a hit.

DÍA



NOCHE



Agatha
Anillo, 89 €; (agathaparis.com).



Parfois
Estola efecto pelo, 18 €; (parfois.com).



Bottega Veneta
Bolso caja Intrecciato metalizado; (bottega-veneta.com).



Manteau Evasée
en jacquard, de la
colección MaxMara
Atelier O/I. 2024-25
Debajo, retrato de
Laura Lusuardi.



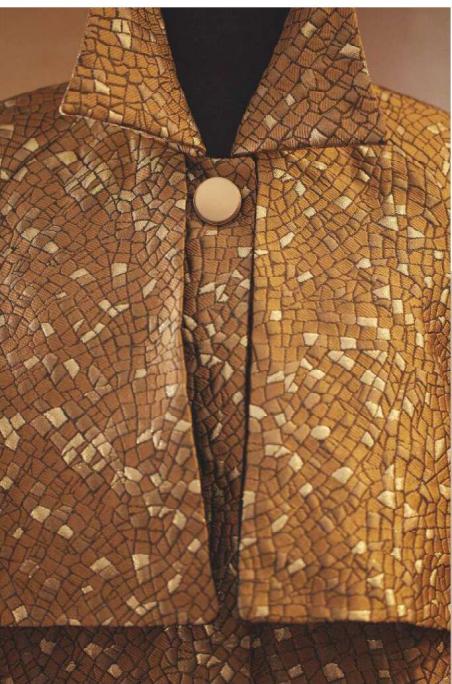
VALOR REFUGIO

CUANDO LAURA LUSUARDI, COORDINADORA DE MODA DE **MAXMARA**, LANZÓ LA LÍNEA ATELIER EN 2009 QUERÍA LLEVAR EL ABRIGO A OTRO NIVEL. QUINCE AÑOS DESPUÉS SIGUE REVOLUCIONANDO UNA PRENDA QUE PARA ELLA NO ES SOLO EL PILAR DE LA FIRMA, SINO DEL ARMARIO FEMENINO.

por LAURA GARCÍA DEL RÍO

Lue en 2003, después de que un museo berlínés les propusiera hacer una retrospectiva de la firma remontándose a sus orígenes en la ciudad italiana de Reggio Emilia, cuando Laura Lusuardi –que ahora ostenta el cargo de coordinadora de moda, pero en sus 60 años en la casa ha ejercido de costurera, estilista, consejera, historiadora y diseñadora: fue ella quien firmó el debut de Sportmax en 1969–, empezó la creación de un archivo que entre prendas (propias y ajenas), libros, revistas, bocetos, botones, telas, patrones y demás objetos de uso inspiracional, hoy atesora 300.000 referencias. Hay desde un kimono de principios de 1800 y un abrigo de terciopelo de la colección rusa de Saint Laurent –que llevó Audrey Hepburn y llegó a sus manos a través de Danielle Luquet de Saint Germain, la modelo– a varios cientos de tejidos africanos que ella y su equipo han ido recopilando a lo largo de décadas de viajes y pesquisas –y que son solo una porción de las 300 cajas con retales de todos los colores, materiales y estampados imaginables–. También una sección dedicada a sus diseños emblemáticos, empezando por el abrigo *101801*. Y perchero tras perchero de piezas *vintage* (la última vez que contaron llegaron a 8.000) que incluyen desde un pedazo del vestidor de Carine Roitfeld hasta un traje personal de Coco Chanel y un gabán de los 50 de Balenciaga, al que la

italiana regala especial atención. Al fin y al cabo, los maestros de la era dorada de la costura fueron la referencia de Achille Maramotti cuando fundó la firma en 1953 y, *spoiler*, vuelven a serlo para Lusuardi. Incluso el edificio que los guarda relata un pedazo de las entretelas de la moda reggiana: construido en 1911 como fábrica de calcetería por un empresario local –y un revolucionario: inventó la máquina para hacer medias sin costuras–, Maramotti lo compró en los 80 para usarlo de almacén. “Hoy es importantísimo. Es la memoria de MaxMara”, dice la italiana. “Y un recurso fundamental para nuestros creativos”, puntualiza. La razón de ser de este lugar no es mirarse al ombligo; también es asegurar la evolución, componiendo una fuente de creatividad constante para una firma en la que pasado y presente hilvanan con el buen diseño y el saber hacer como hilo conductor. “Hay artículos comprados en mercados *vintage*, otros adquiridos en subastas y varios donados. No se pierde nada. El archivo representa de alguna manera la historia del vestuario y la moda. Cada mujer es diferente, con un estilo de vida distinto. Y el vestuario es una representación de esto.” Fue así como en 2009 la italiana pujó por crear *Atelier*, una línea que conjuga la tradición sartorial con la investigación y el desarrollo a través del abrigo, el pilar fundamental sobre el que se levanta MaxMara. “Es nuestra prenda icónica por excelencia, y *Atelier* lo sitúa en el centro de una exploración estilística sartorial teniendo en cuenta mujeres con diferentes morfologías y estilos.” La idea es revolucionarlo, pero atendiendo siempre a la manera de hacer las cosas de



La última entrega de MaxMara Atelier (con siluetas capa, abrigos tipo levita, o gabardina, tejidos de tweed...) acerca más que nunca el abrigo a la costura, conjugando las referencias de la moda francesa de los años 50 con el saber hacer de la confección italiana. En la foto de la derecha, arriba, detalle del showroom de Olivetti en Venecia, donde tuvo lugar la exhibición de la colección.

la enseña. Es decir, sin perder de vista quién los va a vestir: fue Maramotti, más centrado en ataviar a una creciente clase media (esa a la que se refería como “la esposa de médico” y que luego se convertiría ella misma en médico) que en hacer piruetas estéticas para damas y condesas, quien estrechó el abismo que hubo hasta los 50 entre la moda de los salones de costura y la de la calle. Y no solo porque ideó una forma de producción industrial, que sin sacrificar la calidad daría paso al prêt-à-porter italiano, sino porque nunca cedió en la idea de que la moda, además de estética, debe ser útil. “El abrigo es la prenda más importante del armario femenino. La que protege y envuelve a la mujer, el primero de los refugios. Se puede usar con cualquier cosa, de día y de noche, y le da estilo e identidad a quien lo lleva.” Por eso, reitera Lusuardi, es clave que “evolucione con los tiempos, tal y como ha hecho MaxMara desde que nació hasta hoy. El abrigo debe seguir el estilo de vida de la mujer, adaptarse cambiando pesos, volúmenes, tejidos y siluetas. Lo importante para nosotros es hacerlo preservando la alta calidad de los elementos y la fabricación. Son valores absolutos.”

CONEXIÓN FRANCESA

Esta colección, que juega con lo que la italiana define como “los arquetipos del abrigo”, atiende a ese precepto. Está el *Chemise d'hiver*, un cruce con la sobrecamisa de formas amplias y confeccionado en *cashmere* que obedece al deseo de comodidad y la necesidad de movimiento; el *Manteau Evasée*, que abre estas páginas y que, con el cuello bordado de cristales y un jacquard verde oscuro sobre una base de lana y seda, conjuga funcionalidad y preciosismo; también el *Trench d'Hiver*, que declina la inapelable gabardina en piel; el *Monsieur*, inspirado en un modelo masculino de 1959; y el *Cardigan*, de tweed y con manga tres cuartos, en el que se ven atisbos de Givenchy, Dior y Balenciaga. Si en ediciones anteriores las inspiraciones han ido del Arte Povera a las obras del pintor alemán Anselm Kiefer, esta se centra en la prenda como tal. “Trabajamos en conceptos y siluetas absolutas”, dice la creativa. Y aunque el hecho en Italia es un valor no negociable –“ese nivel de investigación, la precisión, la artesanía, la calidad de los tejidos y la fabricación es lo que distingue esta línea”, apuntala–, en esta ocasión miraron a la costura francesa para darle la forma a las piezas y hasta el nombre. “Son franceses porque la inspiración detrás es el archivo de MaxMara y en los primeros años de la compañía, los 50, la moda era francesa. El resultado, sin embargo, son abrigos actuales, modernos.”

Lo que lo hila todo, literal y figuradamente, es una hebra de color rojo que, escondida en una solapa, dibujando una M en los cuellos, o enmarcando el interior de un bolsillo con el forro bronce, “representa la unión de herencia y futuro, tradición e innovación. En los 50 era un color muy utilizado: lo usaban las costureras en las pruebas, estaba en los patrones, se empleaba en la cartelería... Y en muchos de los

diseños de las primeras colecciones”, cuenta la italiana, que, de los quince diseños de esta entrega, quiso que hubiese uno en ese tono. El mismo del abrigo que aparece en el primer anuncio de la firma, de 1953, y que, después de descubrirlo en uno de sus habituales viajes al archivo, se convirtió en el punto de arranque. “Partimos de este color para descubrir y desarrollar lo que luego resultó ser un hilo conductor que une pasado y futuro.”

CON EL TIEMPO A FAVOR

Desvelar la colección durante la presentación del *Resort 2025* de MaxMara en Venecia, en el *showroom* de Olivetti a los pies de la plaza de San Marco –un ejemplo maestro de intervención modernista en un edificio histórico–, sigue el mismo patrón. Concebido por Carlo Scarpa, Lusuardi eligió el espacio porque la mezcla de diseño innovador con suelos de mosaico y techos de madera, estucos venecianos, antiguas máquinas de escribir y una escultura poscubista de Alberto Viani complementaban la idiosincrasia de una colección que se basa en unir herencia y modernidad. “Era un escenario perfecto. Inmediatamente sentí una conexión profunda. El señor Olivetti, como el doctor Maramotti, fueron visionarios de la época. Ambos eligieron arquitectos jóvenes, y la estética del espacio se parecía mucho a lo que eran en aquel momento las oficinas de MaxMara (obra de Gae Aulenti)”, cuenta la italiana, que entró en MaxMara cuando tenía 18 años y aprendió del fundador la importancia de prestar atención a sus clientes. “Complicado o no, para nosotras es fundamental seguir el estilo de vida de las mujeres, responder a sus necesidades, y al mismo tiempo ser fieles a nuestra herencia.”

Que hoy, en un panorama dominado por grandes corporaciones y conglomerados, MaxMara sea una de las últimas enseñas que resisten en manos de la familia fundadora se nota en muchas cosas. Pero sobre todo en esa. Ajena al mandato de modas efímeras y al juego de las sillas que ve ir y venir directores creativos en tiempo récord, la firma confía en el reclamo de lo cualitativo, de las cosas bien hechas, creadas para durar más allá de los seis meses de rigor y poner la moda al servicio de la mujer y no al revés. Una apuesta por un tipo de lujo que, en contrapartida al revanchismo consumista de las microtendencias, vuelve a calar. “Un abrigo que se adapta a tu armario debe durar, no tiene por qué ser bonito solo para una temporada”, defiende Lusuardi. Apostar por la continuidad y la consistencia por encima de la tendencia y la inmediatez en un mercado enganchado a la novedad constante es complicado. Lo que no significa resignarse a lo elemental ni lo anodino a lo que se ha reducido el *quite luxury*, sino abogar por las cosas bien hechas. “El abrigo es un objeto de diseño cuando las proporciones son perfectas y la silueta dura toda la vida.” Y así son los quince de esta colección. “Extremadamente cuidados en los detalles, refinados en los materiales y los acabados. Especiales. Un abrigo de *Atelier* es un lujo que te permite.” ■

COMPRAS

En enero-febrero



Un REGALO para los sentidos

Galerie Dior (galeriedior.com), con el apoyo de la **Fundación Peter Lindbergh**, ha organizado una exposición única en la que disfrutar de un centenar de imágenes con diseños de la firma, realizadas por el mítico fotógrafo (arriba, Amber Valletta, alta costura P/V 1994). Las fotografías, tomadas entre 1988 y 2018, retratan creaciones de la *maison* desde Christian Dior hasta Maria Grazia Chiuri, pasando por Yves Saint Laurent, Marc Bohan, Gianfranco Ferré, John Galliano y Raf Simons.



CAMISA SOLIDARIA

La diseñadora Sara Battaglia ha creado la camisa Red Collar para recaudar fondos contra la violencia de género. "Mi deseo es que a través de la moda se generen conversaciones significativas alrededor de esta causa fundamental", explica la creadora. Puedes encontrar más información sobre la iniciativa, así como comprar la blusa, en sarabattaglia.com.



JUEGO infantil

El director creativo de Bottega Veneta (bottegaveneta.com), Matthieu Blazy, lanza una cápsula para homenajear al ilustrador infantil **Richard Scarry**, cuyo imaginario siempre ha sido fuente de inspiración para él desde niño.

ANILLO
En oro blanco, oro rosa, diamantes y zafiro rosa. (chanel.com)



Plumas ICÓNICAS

Desde que Gabrielle Chanel presentara en 1910 un sombrero adornado con una espectacular pluma blanca, este motivo se ha convertido en **emblema para la firma**.

Y ahora es el protagonista de la colección de Alta Joyería *Plume* de Chanel.

COLLAR
Transformable, en oro blanco y rosa, platino, diamantes y zafiros rosas. (chanel.com).

UNA COLABORACIÓN MUY CONTEMPORÁNEA

MM6 Maison Margiela x Dr. Martens es la cápsula más codiciada del momento. La firmas han decidido fusionarse para trabajar sobre siluetas clásicas y transformarlas en diseños rupturistas que son casi una expresión artística.

HÍBRIDO entre el zapato 1461 y el mocasín Penton, está fabricado con la piel *Vintage Smooth* en negro y rojo para resaltar el contraste. 320€ (drmartens.com).





LÉEME LOS

x.com/byneontelegram

byneon
Neon147

byneon
Neon147

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

o escanear el código QR



belleza

NO HACE FALTA QUE HAYA UNA CRISIS ECONÓMICA PARA QUE EL LIPSTICK ESTÉ EN ALZA. EL PODER DE UNOS **LABIOS ROJOS** ES INDISCUTIBLE HASTA EL PUNTO DE QUE ALGUNOS LABIALES YA FORMAN PARTE DE LA HISTORIA DEL MAQUILLAJE. **ELIGE EL TUYO PARA FIN DE AÑO.** por **CANTAL CEÑA**

LABIOS

PROVOCAN UN IMPACTO POSITIVO en nuestro estado de ánimo y pueden hacernos sentir más seguras y poderosas cuando los llevamos. Los labios rojos están cargados de simbolismo y así lo explica la psicóloga y divulgadora Amagoia Eizaguirre: “El rojo es un color que se asocia con la energía, la pasión y la confianza. Al utilizarlo, no solo estamos proyectando esa imagen hacia los demás, también hacia nosotras mismas. En términos psicológicos, el simple hecho de vernos con un color tan vibrante en el espejo puede activar un cambio emocional que nos haga sentir más seguras y poderosas”. Para Grcgoris Pyrpylis, director creativo de belleza de Hermès, “el maquillaje o la forma en la que te maquillas no va de cómo te ven, va de cómo te sientes. Refleja tu seguridad, tu poder, tu belleza interior”. Y ocurre, sobre todo, con el maquillaje de labios. ¿Por qué? “El pintalabios, especialmente en tonos rojos, tiene una relación directa con la expresión y la comunicación. Los labios son una de las partes más visibles de nuestra cara cuando hablamos y sonreímos. A diferencia de otros tipos de maquillaje, que pueden resaltar diferentes áreas del rostro, el rojo tiene un impacto inmediato y fuerte en la percepción, tanto nuestra como de los demás”, asegura Eizaguirre. Esto se acentúa aún más cuando se trata de un producto de lujo, ya que “está asociado con la exclusividad y el éxito, y contar con un accesorio cosmético de estas características puede hacernos sentir más seguras y capaces. En psicología, este fenómeno se conoce como ‘efecto placebo de la marca’ y consiste en asociarle a un objeto cualidades positivas como el empoderamiento”.



“El éxito del *Ruby Woo* es que es un tono universal; le queda bien a todo el mundo.”

-XABIER RODRIGUES,
MAQUILLADOR

M·A·C
MACximal Sleek
Satin Lipstick, 27 €;
(maccosmetics.es).

El paseo de la fama de los labiales

Hay algunos tonos que han llenado páginas de revistas y se han convertido en auténticos best sellers. Incluso las grandes **ESTRELLAS DEL POP** se han rendido a los encantos del todopoderoso rojo.

HAY LABIALES ROJOS que pasarán a la historia, como el tono *Ruby Woo* de M·A·C Cosmetics. Es uno de los más vendidos del mundo y también se encuentra entre los favoritos de Taylor Swift, que ha hecho de sus perfectos labios rojos una de sus señas de identidad. Otro tono de la marca, *Russian Red*, alcanzó fama en los 90 gracias a Madonna, que lo utilizó durante una de sus giras. Y más tarde, inspiró el nombre artístico de la cantante española Lourdes Hernández, conocida precisamente como *Russian Red*. La respuesta al éxito de estas barras (*Ruby Woo* enamoró incluso a Rihanna antes de que lanzara su marca *beauty*) la tiene Xabier Rodrigues, National Artist Iberia de M·A·C Cosmetics. “El éxito de *Ruby Woo* es que es un color universal; le queda bien a todo el mundo. Un rojo vibrante que funciona en todos los tonos de piel y

aporta luminosidad al instante. *Russian Red* sería algo más discreto, ideal para las mujeres que no quieran destacar tanto”, asegura.

El maquillador también aporta algo de luz para saber elegir el tono y la textura que mejor nos sienta, aunque afirma que la clave está en probar. “En estos casos, la teoría tiene poco que ver con si luego nos vemos favorecidos o favorecidas”, explica. “Existe una gama de rojos extensísima para que todo el mundo pueda encontrar el suyo. Pero hay algunos *tips* interesantes como, por ejemplo, si queremos que los dientes parezcan más blancos, debemos elegir un rojo con un subtono más frío (azulado) o si pretendemos resaltar el bronceado de nuestra piel, entonces el labial deberá tener más pigmento amarillo. Pero no creo en las teorías; lo que prima a la hora de escoger un color es verse representado por él.”

Los 5 FANTÁSTICOS

1. *Rouge À Lèvres Mat Rosso Ancora*, de **Gucci**, 51 €; (gucci.com).
2. *Carcasa Snowflake* para el labial *Fabulous Kiss*, de **Herrera Beauty**, 23 €; (carolinaherrera.com).
3. *Labial Le Phyto Rouge* de **Sisley**, 54 €; (sisley-paris.com).
4. *Barra de labios exclusiva 31 Le Rouge*, de **Chanel**, 165 €; (chanel.com).
5. *Labial de edición limitada Rouge Dior Velvet* en tono 999, de **Dior**, 49 €; (dior.com).







Parejas que suman

El delineado vuelve a estar en auge. Esta temporada, los marrones se unen a la ecuación para crear contrastes de **tendencia**.



Rare Beauty

MARRÓN + PURPURINA = FIESTA PERFECTA**HERRERA BEAUTY**Labial Good Girl
Minitint Superstar
rojo 009, 48 €;
(carolinaherrera.com).**RARE BEAUTY**Lápiz mate Kind
Words en tono
Gifted, 19,99 €;
(sephora.es).

BY TERRY HYALURONIC LIP LINER

NUDE + TRANSPARENTE = NATURAL SOFISTICADO**HUDA BEAUTY**
Ici Nude Faux Filler
Lip Gloss tono
She Glitz, 23 €;
(sephora.es).**BY TERRY**
Hyaluronic Lip
Liner tono
Secret Kiss, 27 €;
(byterryparis.com).

LIP CHEAT

ROSA + NUDE = SUPERMODELO DE LOS 90**ANASTASIA
BEVERLY HILLS**
Gloss en tono
Cantaloupe, 24,99 €;
(sephora.es).**CHARLOTTE
TILBURY**
Lip Cheat Pillow Talk
Intense, 26 €;
(charlottetilbury.com).MAYBELLINE NEW YORK
LIFTER LINER**MARRÓN + ROJO = PAREJA GANADORA****BENEFIT**
Tinte de labios brillante
Splashtint en tono
Summer Fling, 27,99 €;
(benefitcosmetics.com).**MAYBELLINE**
Lápiz de labios Lifter
Liner, tono Player,
7,99 €;
(maybelline.es).**LÁPIZ MARRÓN + GLOSS NARANJA: VUELTA A LOS AÑOS 2K****MAYBELLINE**
Labial Lifter Gloss
en tono
003 Moon, 8,99 €;
(maybelline.es).**CATRICE**
Creamy Nudes
Lip Pen en tono
Cinnamon Spice, 3,99 €;
(catrice.eu).

GUERLAIN o el arte del RETOQUE en público

La carcasa con espejo del mítico Rouge G de la marca (que se acaba de reformular) ha conseguido que reaplicarse el labial en cualquier sitio sea un acto de lujo y autocuidado. Se creó en 2009 gracias al joyero Lorenz Bäumer, quien diseñó esta funda de metal cromada con espejo integrado que en 2018 se volvió personalizable y este año 2024, más sostenible.



Paleta de color

De mate a brillo extremo y del marrón más oscuro al fucsia vibrante. La oferta es **infinita**.

MATE: 1 **Rare Beauty** Kind Words Matte Lipstick, tono Strong, 23,99 €; (sephora.es). 2 **Urban Decay** Vice Lipstick en tono Horchata, 23 €; (elcorteingles.es). 3 **Rare Beauty** Kind Words Matte Lipstick, tono Creative, 23,99 €; (sephora.es). 4 **Rare Beauty** Kind Words Matte Lipstick, tono Humble, 23,99 €; (sephora.es). 5 **Charlotte Tilbury** Matte Revolution Lipstick en tono Pillow Talk, 36 €; (charlottetilbury.com). 6 **L'Oréal Paris** Color Riche Intense Volume Mate en tono Worth It, 13,99 €; (elcorteingles.es). 7 **Gucci** Rouge À Lèvres Mat Lipstick tono 208 They Met in Argentina, 51 €; (gucci.com). 8 **Charlotte Tilbury** Labial Matte Revolution, tono The Queen, 36 €; (charlottetilbury.com). 9 **Gucci** Rouge À Lèvres Mat tono 501 Constance Vermillon, 51 €; (gucci.com). 10 **Revlon** Super Lustrous The Luscious Mattes Lipstick en tono 007 On Fire, 10 €; (revlon.es). 11 **La Perla** Matte Silk Lipstick en Poppy Red, 54 €. 12 **Hermès** Rouge Hermès Mate en tono 68 Rouge Bleu, 70 €; (hermes.com).

13 **Dior** Rouge Dior Couture en acabado mate, tono 777 Fahrenheit Velvet, 52,99 €; (dior.com). 14 **Chanel** Rouge Allure Velvet, tono 54 Paradoxe, 48 €; (chanel.com). 15 **Burberry** Barra de labios Kisses, tono 38 Rosewood, 46 €; (es.burberry.com). 16 **Chanel** Rouge Allure Velvet Nuit Blanche, tono 06:00, 50 €; (chanel.com). 17 **Clarins** Jolie Rouge Vlvet Matte en Dahlia Red, 39, 50 €; (clarins.es). 18 **L'Oréal Paris** Color Riche Intense Volume Mate en Plum Dominant, 13,99 €; (elcorteingles.es).

SATINADO: 1 **Givenchy** Le Rouge Interdit Intense Silk 210 Rose Braisé, 46 €; (givenchybeauty.com). 2 **YSL Beauty** Rouge Pur Couture, tono Nu Muse, 45 €; (yslbeauty.es). 3 **Rose Inc** Satin Lip Color Rich Refillable Lipstick, tono Besotted, 30 €; (roseinc.com). 4 **Clinique** Pop Longwear en Beige Pop, 31 €; (clinique.es). 5 **Anastasia Beverly Hills** Satin Lipstick, tono Tease, 25,99 €; (sephora.es). 6 **Hermès** Rouge Hermès Shiny, edición

limitada, tono Coral Parasol, 73 € (hermes.com). 7 **Burberry** Labial Kisses en Military Red, 46 €; (es.burberry.com).

8 **Meleros** Labial en tono Fashionista, 15,75 €; (meleros.com). 9 **Poppy King** Labial Original Sin, 35 €; (poppykingusa.com).

10 **Clarins** Joli Rouge en 742 Joli Rouge, 39,50 €; (clarins.es). 11 **Laura Mercier** Rouge Essentiel Silky Crème, tono Rose Vif, 38,50 €. 12 **Sephora Collection** Rouge is not my name, tono 19, 13,99 €; (sephora.es).

BRILLO: 1 **Hermès** Rouge Hermès Shiny, edición limitada, tono Prunoir, 73 €; (hermes.com). 2 **Violette_Fr** Bisou Balm tono Calisson, 34 €; (violettefr.com). 3 **Sisley** Phyto-Rouge Shine en Sheer Nude, 36,05 €; (sisley-paris.com). 4 **Sisley** Sisley Phyto-Rouge Shine tono Sheer Chili, 36,05 €; (sisley-paris.com). 5 **Revlon** Super Lustrous Glass Shine en Glaring Coral, 10 €; (revlon.es). 6 **Tom Ford** Ultra Shine Lip Color en Nubile, 60 €; (elcorteingles.es).



Sonríe, que no mancha

Si te has quitado la ropa antes de desmaquillarte o has tenido algún accidente con la barra de labios sobre alguna prenda, Begoña Pérez, La Ordenatriz, recomienda quitarla lo antes posible frotando la mancha con alcohol y una bayeta de microfibra nueva y, a ser posible, en un tono que no destiña, sobre todo si la prenda es blanca.

I

LA PROMESA

Esta versión mejorada de la crema de día 365 Skin Repair, *Lancaster Liposomal Cellular Day Cream*, multiplica por tres la velocidad que tiene la piel de remediar los daños que causa el fotoenvejecimiento celular. Lo hace gracias a la sinergia de cuatro enzimas reparadoras y al complejo Skin Perfecting Complex, que fortalece la barerra de la piel y reduce arrugas y poros.

2

LA OPINIÓN

“Lo que la hace verdaderamente eficaz es su capacidad para proteger y reparar la piel simultáneamente, proporcionando resultados visibles como la reducción de líneas finas y una textura más uniforme. A diferencia de otros productos, actúa de forma preventiva y correctiva, asegurando una piel radiante y saludable durante todo el año”, aseguran desde la marca.

3

EL VEREDICTO

Lancaster refuerza una de sus líneas más potentes, la que trabaja en la resiliencia de la piel, que lleva desde 2003 luchando contra el fotoenvejecimiento. *Liposomal Cellular Day Cream* es hidratante y aporta, al instante, una sensación de frescor y jugosidad, consiguiendo que la piel esté menos sensible frente a los agresores externos y los factores de estrés.

Lancaster
365 Skin Repair
Liposomal Cellular
Day Cream, 77,50 €;
(lancaster-beauty.com).



LO HEMOS PROBADO

ES LA CUARTA GENERACIÓN DE LA LÍNEA 365 SKIN REPAIR. LA CREMA DE DÍA **LIPOSOMAL CELLULAR DAY CREAM** LLEGA REFORZADA POR UNA TECNOLOGÍA PATENTADA DE ENZIMAS QUE **REPARAN** A MÁXIMA VELOCIDAD LOS DAÑOS CAUSADOS POR EL FOTOENVEJECIMIENTO.



Desata el glow en tu piel

CON EL NUEVO FONDO DE MAQUILLAJE DE BOURJOIS PARIS

Todas soñamos con una piel luminosa e hidratada, que luzca un brillo natural y saludable. Eso sí, sin que tengamos que dejarnos el sueldo o parte de la paga de Navidad en un producto tan milagroso como caro. La llegada de Healthy Mix Glow Tint Essence de Bourjois Paris hace realidad nuestros sueños: lujo hidratante y refrescante a nuestro alcance.

¿Qué tiene de especial?

¡Todo! Desde su fórmula exclusiva y revolucionaria hasta su carácter premium, pero 'low cost', ya que se trata del primer glow tint con pigmentos encapsulados disponible en el mercado de consumo masivo (¡por fin!). Así, su combinación de

vitaminas E y B5, antioxidantes y bio-péptidos derivados del extracto de arándano, potencian la luminosidad desde dentro. Mientras que su tecnología innovadora Colour Captive crea un velo uniforme, que difumina poros, reduce rojeces y deja un acabado impecable y fresco.

Los tres fantásticos

Para lograrlo, este fondo de maquillaje trabaja en tres frentes. Microesferas que liberan hidratación y se funden con tu piel. Una fórmula ultraligera, con un 71% de agua, que garantiza hasta 24 horas de hidratación. Y un efecto 'piel desnuda', que difumina imperfecciones, sin exceso de producto.



CÓMO APLICAR TU GLOW TINT: el secreto está en la mezcla

Úsalo solo o con Healthy Mix Serum Concealer, un corrector jugoso y ligero, con cafeína y vitaminas, que afina líneas de expresión y revitaliza la piel. Sigue estos tres pasos para un brillo radiante y natural.

Prepara y activa

Coloca una o dos bombas en el dorso de tu mano. Mezcla suavemente para activar los pigmentos encapsulados y obtener un tinte uniforme.



Aplica

Usa mejor las yemas de los dedos. Distribuye pequeñas cantidades en frente, mejillas, nariz y barbilla. Difumina con movimientos circulares.



Fija

Si prefieres matificar ciertas áreas, como la zona T, utiliza el Healthy Mix Setting Powder para un look impecable que dura todo el día.

TRES TRUCOS EXPRÉS

¿Un toque juvenil?

Aplica Glow Tint Healthy Mix Essence en las manzanas de tus mejillas.



¿Un extra de luminosidad?

Úsalo como prebase.

¿Coertura localizada? Combínalo con el Healthy Mix Serum Concealer.



Chaqueta de **Sportmax** (es.sportmax.com) y pendientes de **Bulgari** (bulgari.com).

El triunfo del rubor

LA MAQUILLADORA ALEX SAINT NOS CUENTA LOS SECRETOS DEL LOOK DE **MILENA SMIT** CON UN COLORETE MULTIUSOS DE **YSL BEAUTY**.

Pedro Almodóvar dijo una vez de ella que esa piel tan blanca era un sueño para cualquier director de fotografía. Contemplándola ahora, tenía razón: el rostro de Milena Smit es un perfecto lienzo, también para los maquilladores. En este caso, ha sido Alex Saint la encargada de los *makeups* que acompañan a la sesión de portada con la



actriz, donde el colorete es el gran protagonista gracias a los nuevos *Make Me Blush Bold Blurring Blush*, de YSL Beauty. Este lanzamiento, un conjunto de productos en polvo con colores intensos pero con un acabado difuminado, incluye en su fórmula escualeno y rosa mosqueta para un resultado perfecto. Alex Saint nos da las claves de los diferentes estilos que ha creado con ellos.

Pensando en la actriz “Para Milena prefiero los tonos fríos. Todo le encaja, pero los rojos y rosas con base azul le sientan especialmente bien. Es joven y tiene una piel preciosa, por eso he utilizado el toque justo para enfatizar eso. Hemos creado *looks* casi sin maquillaje en los que resalta simplemente el rubor. Milena tiene una belleza única, muy magnética, y creo que cualquier rasgo suyo es un punto fuerte”, apunta.

El mood de la sesión “Antes de empezar a trabajar en unas fotos como estas, me gusta que todo el equipo entienda el concepto y vaya en la misma dirección. Los *looks* se suelen preparar en base a las directrices de la revista y luego siempre tienes la oportunidad de aportar tu visión para adaptarla a la *celebrity* en cuestión. Me gusta pensar en un estilo que te haga sentir la mejor versión de ti misma, en este caso, la de Milena.”

Los productos “Lo bueno de los nuevos *blush* de YSL es que son versátiles, se pueden aplicar tanto en mejillas como en ojos y labios. Me siento incapaz de elegir solo un tono, pero los rosas más cálidos le suelen favorecer a todo el mundo y, al ser en polvo, lo extiendo con brocha.”

COLOR Y TRATAMIENTO

Make Me Blush Bold Blurring Blush cuenta con una fórmula enriquecida con escualeno, que difumina poros e imperfecciones, y rosa mosqueta rica en antioxidantes, 55 €; (yslbeauty.es).

Perfecta para el cambio de año

SI BUSCAS UN REGALO DE REYES, DARTE UN CAPRICHOSO SIMPLEMENTE REPONER TU ARMARIO BEAUTY DE CARA AL NUEVO AÑO, AQUÍ TE DEJAMOS PROPUESTAS PREMIUM EN COSMÉTICA Y PERFUMERÍA.



1

Greenwich Village EDP, de Bond No. 9
Una fragancia de la prestigiosa marca neoyorquina que enloquecerá a los amantes de las fragancias de familia floral oriental, tan en tendencia en este último año. Las notas de salida son cassis, lichi y mandarina; las notas de corazón son peonía, jazmín y lirio del valle; y las notas de fondo, praliné, almizcle ambrox y vainilla. Una creación unisex, ideal para quienes no siguen reglas, sino emociones.



2

Agra y Marrakesh, de Contes de Parfums

Recién lanzadas en noviembre de 2024, estas dos fragancias de autor se incorporan a la colección Cities de Contes de Parfums. Una nos transporta a Agra (India) de la mano de la perfumista Caroline Dumur, mezclando notas opulentas y atemporales que reflejan la majestuosa aura del Taj Mahal. La otra nos lleva a Marrakesh (Marruecos) con Nelly Hachem-Ruiz, quien captura la esencia del vibrante zoco con delicadas especias, notas de cuero y ámbar.



3

Hundred Silent Ways de Nishane

Inspirada en el poeta Rumi, es un homenaje a los perfumes más queridos en la historia de la perfumería con una interpretación moderna y buscando la seducción con una sola gota. De la familia olfativa cítrica-frutal, esta fragancia unisex obra de la perfumista Anne Flipo ha sido uno de los grandes éxitos de Nishane en 2024.



4

Coffret Gold by Júlia Bonet

Un pack ideal para un cuidado de la piel madura, que contiene lo necesario para una rutina de skincare completa y exclusiva. **Gold supreme cream** (50ml) es la crema intensiva que aporta a la piel las propiedades únicas del oro, la trufa blanca y Bio-Complex GF5™. **Supreme eye contour** (15ml) es el contorno de ojos que aporta a la piel las propiedades únicas del oro y Bio-Complex GF5™ con un aplicador cerámico cerámico, que estimula la circulación y ayudando a drenar líquidos acumulados, y así reducir ojeras y bolsas. **Supreme intensive mask** (60ml) es una mascarilla ultra-nutritiva que actúa sobre los signos del cansancio y la edad.



5

Júlia Bonet GTX Extreme Lifting Serum

La estrella de la línea GTX Extreme by Júlia Bonet es este Lifting Serum de 50 ml. que atenúa las arrugas para una piel más lisa, tersa y visiblemente más joven. Su fórmula, inspirada en los últimos avances médico-estéticos, es rica en activos regeneradores y ayuda a tratar las arrugas desde el origen. Combina un innovador complejo multi-peptídico con la tecnología X50™ para corregir la aparición de las arrugas con resultados visibles de forma inmediata, consiguiendo el llamado efecto "botox-like".



MELENA A RAYA

El frío y el viento dejarán de hacer estragos en tu melena con este secador y styler multifunción de Babyliss con varios cabezales. Air Wand, 129 €; (babyliss.com).



PARA LLEVAR

Stick de protección solar con efecto despigmentante. Con ácido kójico y salicílico.

DSP-Cover, de la línea Pigment Zero, de MartiDerm, 17,95 €; (martiderm.com).



Wild Tuberose, de la colección Les Transparences, 242 €; (narcisorodriguez-parfums.com).



Protección TOTAL
Cazadora y pantalón, de Perfect Moment; (perfectmoment.com). Gorro, de Dsquared2; (dsquared2.com).

CUIDARSE BAJO CERO

EL FRÍO IMPONE SU RUTINA COSMÉTICA, **TRATAMIENTOS INTENSIVOS** DE INVIERNO DONDE NO PUEDEN FALTAR BÁSICOS COMO LA PROTECCIÓN SOLAR O EL BÁLSAMO LABIAL.

AROMAS CÁLIDOS

Este agua de perfume intenso de Narciso Rodriguez combina un corazón de almizcle con nardo silvestre, mezcla que te envuelve como el terciopelo.

CUERPO A PUNTO

Exfoliante de cuerpo de Ziaja, de la línea Baltic Home Spa, con glicerina y cafeína, que suaviza la piel y tiene aroma a mango.

Exfoliante Fit Mango, 7,49 €; (ziajashop.com).



LABIOS DE SEDA

Inspirado en el juego de ajedrez, este aceite de edición limitada hidrata a la vez que realza los labios.

Lip Comfort Oil Black & White en tono White 24, 30 €; (clarins.es).



LOS 365 DÍAS

Fluido hidratante de la marca Altruist con ácido hialurónico de bajo peso molecular, niacinamida, glicerina y la clave: SPF 50.

Dermatologist Moisturising Fluid, 9,95 €; (international-cosmetic.com).

¡NOVEDAD!

IROHA
NATURE

80%

menos granos y
mejor textura*

Perfectos para
piel con
imperfecciones
y poros marcados

50
DISCOS

ACNE
PRONE
SKIN

IROHA
NATURE

Toner Pads

EXFOLIATING

Anti-blemish

ANTES

DESPUÉS**

Con Ácido Salicílico,
Artemisa
y Probióticos

www.irohanature.com

*Discos tónico exfoliantes: % Urado satisfacción, 10 usuarios, después de usar el disco tónico mañana y noche durante 28 días.

**Resultados test de eficacia, después de usar el disco tónico mañana y noche durante 28 días.

RESULTADOS
PROBADOS

NATURAL ORIGIN
98%
INGREDIENTS
ISO 16128

MICROBIOME
FRIENDLY

Para Olivier Polge (Grasse, 1954) no hay que tener una nariz especial si pretendes ser, precisamente, nariz de profesión. Aunque en su caso, todos los caminos apuntaban a que lo sería, desde su lugar de nacimiento hasta el oficio de su padre, Jacques Polge, que estuvo más de tres décadas creando perfumes para Chanel, la misma *maison* en la que ahora lo hace Olivier. “Lo que la gente no se imagina es que para dedicarte a esta profesión no necesitas un olfato especial. Pero sí una personalidad singular, porque tienes que ser creativo, curioso. Es más un tema de sensibilidad que de atributos físicos”, asegura desde una suite del hotel Ritz de París, donde le entrevistamos. A primera vista parece serio y discreto, pero nada más empezar a hablar con él despliega todos su encantos, incluso cuando comenta el mal tiempo que hace siempre en París. Olivier iba para pianista y se nota que toca por la forma de mover sus manos, elegante y pausada, pero en 2015 su rumbo viró y tomó el relevo de su padre. “Ya no voy a cambiar más de profesión”, bromea. “Voy a parar aquí.” Dos oficios, el de músico y el de perfumista, que tienen mucho que ver. “Hago conexiones entre la música y los aromas; ambos son completamente invisibles, fluyen en el aire y despiertan tu imaginación, a veces sin que ni siquiera te des cuenta. No se ven, pero se pueden sentir y desatan muchas emociones”, asegura.

HERENCIA FAMILIAR

“La primera fragancia que utilicé en mi vida fue *Égoïste*, una creación de mi padre, que era perfumista y fue mi predecesor en Chanel. Este perfume masculino supuso una revolución, porque existía desde hacía años, con otro nombre, pero tenía muy poca distribución. Decidieron relanzarlo y crear una historia detrás. Chanel es una marca muy femenina y pensaron contar la historia como si se hiciera desde la mente de una mujer. Ese fue



Número maestro

EL ÉXITO DEL **PERFUME N°5** DE CHANEL ES TAN INDISCUTIBLE COMO MISTERIOSO. ASÍ LO ASEGURA EL PERFUMISTA DE LA MAISON, **OLIVIER POLGE**, A QUIEN ENTREVISTAMOS CON MOTIVO DE LA NUEVA CAMPAÑA PROTAGONIZADA POR LA ACTRIZ MARGOT ROBBIE.

por **CANTAL CEÑA**

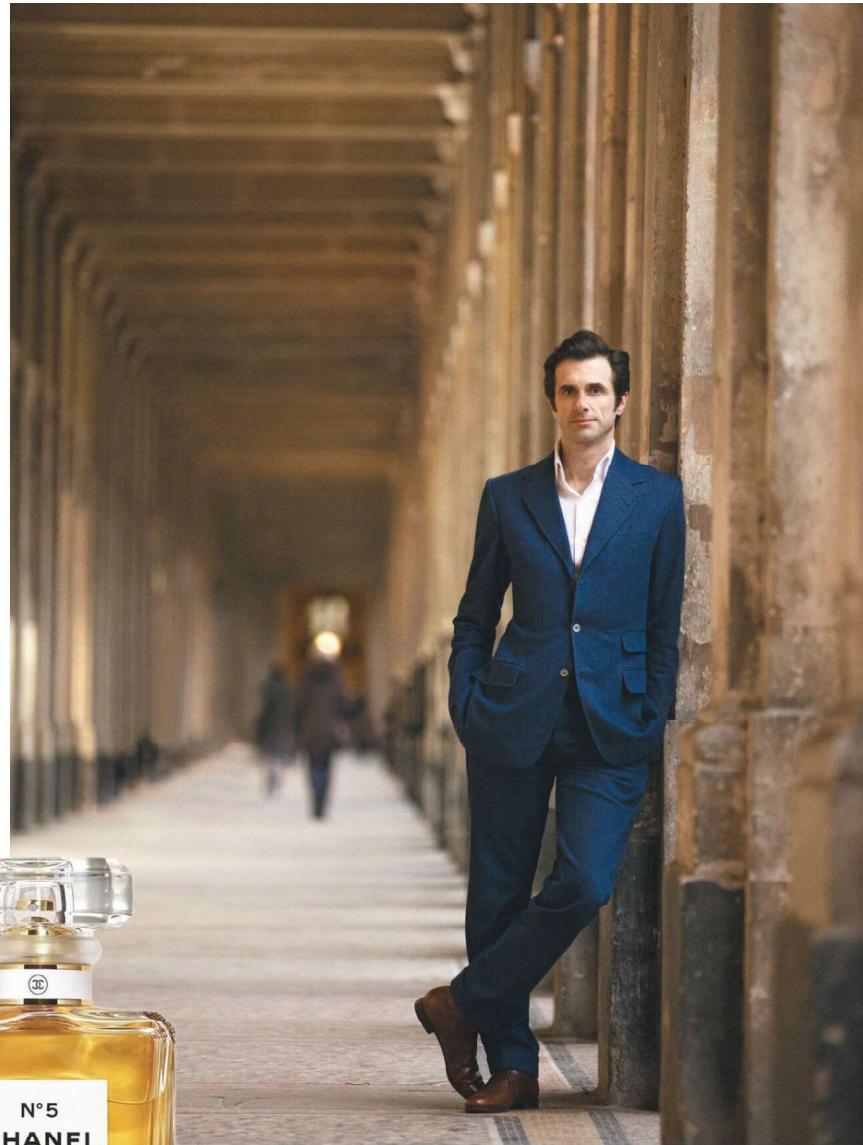
su éxito. No recuerdo exactamente lo que decía la campaña, pero era básicamente que 'Égoïste es alguien que no piensa en mí lo suficiente'", explica Olivier con entusiasmo.

Él también puede presumir de ser el artífice de una reinvención, la del perfume más icónico de la *maison*, el N°5. Fue en 2016 cuando interpretó a su manera esta fórmula, tan moderna como atemporal, y lanzó N°5 *L'Eau*. "Los tiempos cambian y no tenemos el mismo sabor, se evoluciona. Siempre hay algo que decir de forma nueva. De hecho, una de mis frases favoritas de Coco Chanel es que la moda cambia, pero el estilo permanece. Y se puede aplicar a esta nueva fragancia perfectamente", explica. "El N°5 tiene una identidad tan fuerte que te anima a jugar con ella. Vestir los ingredientes de manera diferente, por ejemplo. Obviamente, fue un gran desafío, pero no tan difícil: la clave estaba en tener claro que cada variación debe decir algo sobre N°5. Eso no se puede perder nunca."

Esta misma idea se aplica a la mujer que, cada año, encarna la mítica fragancia en esta época. Pueden ser caras distintas, pero todas tienen algo que aportar al N°5. En 2024 la elegida fue la actriz australiana Margot Robbie, imagen de Chanel desde 2018, que ahora aporta su fuerza a esta última campaña. No solo como imagen publicitaria, también con un papel protagonista en el spot *See You at 5*, una visión cinematográfica de lo que Gabrielle Chanel quería para las mujeres, dirigida por Luca Guadagnino, y en la que Jacob Elordi acompaña a Margot en una cita fallida con un mensaje: disfruta el momento.

ODA A LA LIBERTAD

Esa espontaneidad es la que necesita Olivier Polge para trabajar. "A veces tengo miedo, me falta imaginación,



"El N°5 tiene una identidad tan fuerte que puedes jugar con ella, se pueden vestir sus ingredientes de otra manera."

-OLIVIER POLGE, PERFUMISTA DE CHANEL

pero siempre acabo confiando en mis instintos y no fallan." Además, el trabajo del perfumista está respaldado por todo un proceso de creatividad, talento y saber hacer que empieza con los cultivos propios de flores y acaba con el diseño del frasco. "La forma en la que hacemos las cosas en Chanel nos hace diferentes a los demás. Yo no estoy involucrado directamente en el proceso de creación de un perfume, pero sí que se trata de un trabajo 'hecho en casa', por lo que todos estamos conectados con la misma idea", explica. "Yo hago lo que me concierne y después ya, que

guste más o menos, no es tarea mía. Hay algo muy íntimo con el olor, nunca una elección es buena o mala, simplemente se necesita encontrar la conexión. Por eso no sabes en lo que se convierte tu fragancia. Hoy en día, aún no podemos explicar por qué el N°5 se hizo tan famoso, nadie es capaz de asegurarlo". Pero lo que sí sabe es que el éxito de sus creaciones depende mucho de su forma de trabajar y esta se resume en una palabra: libertad. "Es sagrada para mí, la clave es que me dejen libertad para hacer mi trabajo, de la A a la Z", concluye. ■

Las mejores compras de **BELLEZA**

LOS ESPAÑOLES YA GASTAMOS 206 € ANUALES POR PERSONA EN COSMÉTICA, LO QUE SUPONE UN AUMENTO DEL 10% CON RESPECTO AL AÑO PASADO. SI QUIERES INVERTIRLOS BIEN -TANTO A PLAZO INMEDIATO COMO LARGO-, NO PASES POR ALTO NUESTRA SELECCIÓN DE PRODUCTOS. TODOS TIENEN UN PLUS QUE LOS HACE IMPRESCINDIBLES

por **MARTA CÁMARA**
fotografía **DANNIEL ROJAS**

Alo largo de nuestra geografía podemos encontrar alrededor de 15.000 perfumerías especializadas, 50.000 salones de peluquería, 22.300 centros de belleza y 22.100 farmacias y parafarmacias. Un total de cerca de 110.000 espacios que mes a mes se actualizan con nuevos lanzamientos. No es de extrañar que cada vez sea más difícil elegir y mantener fidelidad cosmética. Según Stanpa (Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética), la mayor parte del consumo se concentra en el cuidado de la piel del rostro, la hidratación del cuerpo y la protección solar, que han crecido por encima del 14%, aunque el segmento del maquillaje también ha aumentado: un 12,2% con respecto al pasado año. ¿La tendencia? Se aprecia una clara apuesta por la belleza responsable, más sostenible e innovadora, y la búsqueda de la personalización de fórmulas e ingredientes.

Este año, hemos buceado entre los últimos lanzamientos en los sectores de lujo, *mass market*, dermofarmacia y cosmética profesional con el fin de mostrarte las mejores inversiones para cuidar el rostro, la piel del cuerpo y el cabello sin olvidarnos del lado más lúdico que aporta el *make up*.



**SECADO
'A LA CARTA'**

**Moldeador de Aire Digital
Prodigy, de Bellissima**

Este moldeador de aire digital asegura un secado rápido y permite crear un sinfín de peinados sin dañar el cabello. Para ello, se sirve de la protección que aporta la tecnología Ion Ceramic Hi-Pro y de seis accesorios intercambiables.

249,90 €; (es.bellissima.com).

Rostro

LAS NUEVAS FÓRMULAS
LOGRAN EFECTOS
QUE COMPITEN CON
TRATAMIENTOS ESTÉTICOS.
¿PRINCIPALES OBJETIVOS?
ATENUAR LOS SIGNOS
DEL PASO DEL TIEMPO
Y POTENCIAR LA
LUMINOSIDAD DE LA PIEL.



DIOR
CAPTURE
OX-C TREATMENT
LE SÉRUM

ENVEJECIMIENTO REVERSIBLE

**Capture Le Serum
OX-C Treatment, de Dior**

Su nuevo complejo de oxígeno y colágeno activa un transportador esencial de las células que incrementa la producción natural de fibroblastos. La mejora más impactante en la piel es el aumento de la firmeza y un visible efecto de relleno.

195 €; (dior.com).

TRATAMIENTO NOCHE Y DÍA

Nuxuriance Ultra Alfa (3R), de Nuxe

Durante el día, protege, suaviza, unifica el tono de la piel y potencia la luminosidad; por la noche, repara, renueva y mantiene la hidratación cutánea. Formulado con niacinamida, extracto de alfalfa, ácido hialurónico y extracto de hemerocallis fulva.

84,90 €; (es.nuxe.com).



COMO UN INYECTABLE

Reductor de Arrugas Dinámicas, de Mary Kay

La alternativa sin agujas a los tratamientos inyectables profesionales, que relaja la apariencia de las líneas de expresión y ha demostrado clínicamente ser un 76% tan eficaz como ello.

Contiene extractos de lavanda, flor eléctrica y romero.

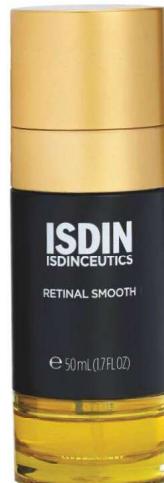
59 €; (marykay.es).

EL RETINOL MÁS SUAVE

Retinal Smooth Isdinceutics, de Isdin

Un sérum de noche bifásico formulado con retinaldehído, matrikinas y niacinamida, que aumenta en un 40% la luminosidad en tan solo 4 semanas. La clave es que acelera la renovación de la piel de manera suave y mejora visiblemente la textura.

69,95 €; (isdin.com).



DOBLEMENTE EFICAZ

Le Duo Serum, de L'Oréal Paris

El poder de dos sérum en uno para revertir los signos visibles del envejecimiento cutáneo, permitiendo que la piel esté más revitalizada y nutrida. Potenciado con 21 activos antienvejecimiento. ¿El efecto? Cinco años de arrugas eliminados.

26,15 €; (loreal-paris.es).



MASCARILLA REPARADORA

Masque Hydratant anti-soif Réparateur, de Clarins

Una mascarilla hidratante que contiene ceramidas y lípidos constituyentes de la barrera cutánea para aportar nutrición y confort a la piel tirante, sensible y ultraseca. La dermis se nota intensamente nutrita, hidratada y confortable, y reparada desde el interior.

47,50 €; (clarins.es).

SÉRUMS ANTI-AGE

Proage Serum Day & Night, de Luxmetique

En sus dos versiones, día y noche, incorpora innovadoras patentes a base de péptidos, factores de crecimiento y otros activos que activan intensamente el rejuvenecimiento de la piel, neutralizan las rojeces, mejoran la barrera cutánea y unifican el tono.

69,95 € cada uno; (luxmetique.com).

Maquillaje

FÓRMULAS QUE REACCIONAN CON EL PH DE LA PIEL PARA APORTAR UN TONO PERSONALIZADO, BASES DE MAQUILLAJE QUE SON HÍBRIDOS PERFECTOS ENTRE TRATAMIENTO Y COLOR... LA MEZCLA IDÓNEA ENTRE LO LÚDICO Y LO CIENTÍFICO.

BÁLSAMOS CON COLOR

Rouge Coco Baume, de Chanel

El icónico bálsamo de labios se renueva con una fórmula que permite un acabado aún más brillante y ofrece hidratación durante 16 horas. La cobertura de una barra y el brillo de un gloss.

42 €; (chanel.com).



SEGUNDA PIEL

Synchro Skin Self-Refreshing, de Shiseido

Gracias a la tecnología ActiveForceTM, este fondo de maquillaje fluido y de larga duración se sincroniza con la piel para resistir a la temperatura, la humedad y el movimiento. Piel fresca y perfectamente hidratada durante 24 horas.

41,60 €; (shiseido.es).



SOL DE INVIERNO

Nude Couture Matte Bronzer, de Herrera Beauty

Esta fórmula asegura 12 horas de acabado bronceado de aspecto saludable, 24 de intensa hidratación y un efecto difuminado al instante. Es resistente al agua y se presenta en cuatro tonos que comparten un acabado mate irresistible.

80 €; (carolinaherrera.com).



EL BLUSH INTELIGENTE

Multi Stick Color Flush pH-Reactive, de Catrice

Para labios y mejillas. Se presenta en un cómodo stick, se adapta perfectamente a todos los tonos de piel y la cuida mientras proporciona un acabado fresco y suave. El resultado es un tono rosa personal e intransferible.

5,99 €; (catrice.eu).



PESTAÑAS DE VÉRTIGO

Astronomical, de Byredo

Aporta volumen XXL, riza y espesa las pestañas con solo una sola pasada. ¿Su secreto? El cepillo de silicona y la varita de aplicación curvada que las separa para crear un efecto panorámico. Resistente al sudor y la humedad.

45 €; (byredo.com).

¿BASE O TRATAMIENTO?

Absolute The Fluid Foundation, de Lancôme

Su fórmula concentra un 85% de cuidado de la piel y está enriquecida con extracto de rosa perpetua y proxylane, para hidratar intensamente la piel y rejuvenecerla día tras día. Con una brocha kabuki incluida, que sublima el resultado y aumenta la luminosidad.

127 €; (lancome.es).



LÁPIZ DE OJOS

Le Crayon, de Sensilis

Eyeliner de alta intensidad y larga duración que permanece intacto durante 16 horas. Contiene aceite de jojoba y su textura ultrasuave se desliza con facilidad tanto dentro como fuera de la línea de las pestañas. En 4 tonos tendencia.

14,90 €; (sensilis.com).



PEELING CORPORAL

Biocorps
Anti-Roughness
Peeling Scrub,
de Biotherm

Un exfoliante corporal renovador diseñado para eliminar las asperezas, el aspecto apagado y la falta de flexibilidad de la piel que consigue revelar su faceta más resplandeciente. Apto para todo tipo de pieles, incluso las más sensibles.

38 €; (biotherm.es).

BIOtherm
BIOCORPS
ANTI-ROUGHNESS
PEELING SCRUB

COMMAGE CORPS RENOVATEUR
NEWING BODY SCRUB
GROSSESSES PEAU TERRE SOUPLESSE
ROUGHNESS DULLNESS SUPPLENESS

e 200ml 6.76FL.OZ

Cuerpo

RECLAMA LOS MISMOS MIMOS
QUE DESTINAS AL ROSTRO
Y EL INVIERNO NO ES EXCUSA
PARA NEGÁRSELOS. NUESTRA
SELECCIÓN CUBRE TODOS
LOS FRENTES PARA MEJORAR
LA PIEL Y MOLDEAR LA SILUETA.

ACEITE DE DUCHA

Atoderm Huile de Douche, de Bioderma

Este aceite de ducha corporal asegura una piel hidratada durante 24 horas y un confort inmediato. También calma la sensación de tirantez y protege de las agresiones externas gracias a su fórmula compuesta por biolípidos vegetales y vitamina B3.

16,95 €; (bioderma.es).



TRATAMIENTO REAFIRMANTE

Modelift Crema Corporal, de Martiderm

De acción hidratante, remodelante, reductora, reafirmante y antiedad, resulta ideal para el cuidado intensivo de zonas específicas como brazos, muslos y abdomen. La combinación entre el silicio y el DMAE potencia la firmeza y combate la flacidez de la piel.

29,75 €; (martiderm.com).

ACCIÓN ANTI-ESTRÍAS

Aceite Antiestrías CICA, de E'lixir

Un potente tratamiento triple acción que previene, reduce y repara las estrías -sean del tipo que sean-, las cicatrices y las marcas. Además, trata las manchas e hidrata la piel en profundidad. Está formulado con un 99% de ingredientes naturales.

24,50 €; (phergal.com).



REAFIRMANTE DE PECHO

Bust Firming Emulsion, de Alqvimia

Contiene activos vegetales de fenogreco y árnica especialmente seleccionados para potenciar la belleza del pecho, reafirmarlo y reducir las arrugas ocasionadas por el sol y el paso del tiempo. Contiene además ésteres de jojoba que contrarrestan la sequedad.

61,25 €; (alqvimia.com).



ACEITE REAFIRMANTE

Aceite Flexibilidad Almendra, de L'Occitane

Formulado a base de aceite de almendras dulces y complejo de silicio, este multiusos aporta flexibilidad y confort a la piel de manera inmediata. En menos de un mes, se muestra más firme y elástica. Las dermis secas caerán rendidas.

39 €; (es.loccitane.com).

EFFECTO ANTIEDAD

Hyaluron Filler + Elasticity, de Eucerin

Una crema corporal antiedad con dos ingredientes clave: la arctina potencia la renovación del colágeno, ayudando a mejorar la firmeza, y el ácido hialurónico proporciona una hidratación intensa y suaviza la piel.

27,50 €; (eucerin.es).



Cabello

INGREDIENTES ULTRANATURALES, TRATAMIENTOS PROTECTORES Y DE REPARACIÓN INTENSIVA Y FÓRMULAS QUE PERMITEN CREAR Y MANTENER CUALQUIER PEINADO. TU MELENA SE MERECE LO MEJOR DE LO MEJOR.



MÁXIMA REPARACIÓN

Organic Mask CBD Infused, de I.C.O.N.

Rejuvenece y nutre el cabello apagado, dañado y castigado en tres minutos. Con un complejo de aloe, manteca, aceites y té verde, y libre de agua, devuelve el brillo y la vitalidad al cabello con su textura ultraligera, una delicia para los sentidos.

42 €; iconencasa.com.

SOLO PARA RUBIAS

Moroccanoil Treatment Violeta, de Moroccanoil

Para cabellos rubios, con mechas o plateados. Se trata de un aceite capilar que corrige el tono para neutralizar de forma progresiva los cobrizos a los que pueden virar a la vez que aumenta el brillo, controla el encrespamiento, desenreda e hidrata.

38,90 €; (moroccanoil.com).



MASCARILLA NUTRITIVA

La Masque Soin Nutrition Intense, de Sisley

Con una alta concentración de cinco aceites nutritivos y manteca de kokum, solo necesita cinco minutos para nutrir de manera excepcional la melena aportando lípidos esenciales para el brillo, la suavidad y la fuerza del cabello.

112,50 €; (siley-paris.com).



CHAMPU EXFOLIANTE

Shampooing Scrub, de Vitry

Formulado a base de sal marina, algas, salvia, berro, ortiga, romero y árnica. Además de exfoliar, limpiar en profundidad y purificar el cuero cabelludo, resulta perfecto para conseguir espaciar los lavados en el caso de los cabellos grasos.

15,90 €; (vitry.com).



EL PEINADO PERFECTO

Dyson chi-to-san, de Dyson

Los productos más esperados. La Crema de Peinado y el Sérum de Acabado que necesitas para reducir el encrespamiento, hidratar el pelo, aportar un brillo y definición instantáneos y conseguir una fijación flexible durante todo el día.

59 € cada uno; (dyson.es).



ACEITE EMBELLECEDOR

Elixir Ultime, de Kérastase

Protege el pelo, dejándolo más suave, sedoso y brillante. El mítico aceite sublimador sin aclarado -formulado con camelia francesa y camelia silvestre seleccionadas a mano- se presenta ahora en un formato recargable y sostenible.

67 €; (kerastase.es).



SPRAY DE VOLUMEN

Thick Trick Spray, de Keune

Este producto de peinado con efecto volumen aporta cuerpo y densidad al pelo y ofrece protección térmica hasta 230°C para garantizar que el cabello se mantiene sano y fuerte durante las sesiones de peinado con planchas, moldeadores o secadores.

22,95 €; (keune.com).



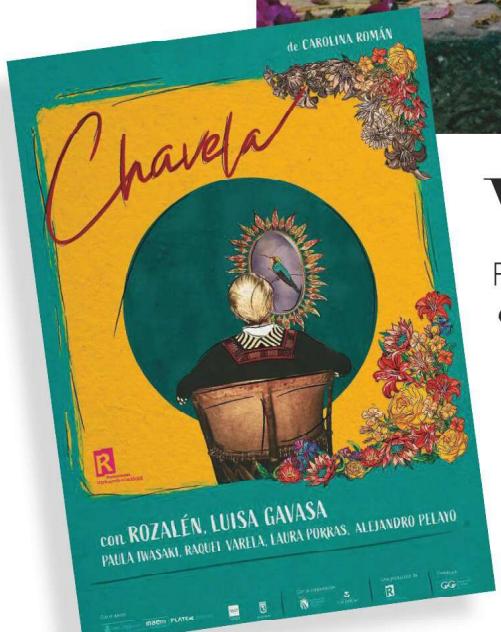
EL SANTO

elsantostore.com



SOLO ESTO ESTA

LA GUÍA DE
ACTUALIDAD
MÁS
COMPLETA



VIDA Y MILAGROS

Rozalén y la actriz Luisa Gavasa unen talento en **Chavela, la última chamana**, un montaje que suma teatro y música y nos transporta a una sucesión de magia y recuerdos durante los últimos días de vida de la cantante. Se podrá ver en el Teatro Calderón de Valladolid los días 31 de enero y 1 de febrero. A partir de ahí, pasará al Marquina de Madrid, donde permanecerá hasta el 11 de mayo.

El presidente del gobierno (un anonadado Manu Baqueiro) se queda atrapado en un baño público y sin papel. En semejante situación de vulnerabilidad empieza a entender la calaña de la gente que le rodea. Esta es la premisa del corto titulado *El trono* –“una comedia negra, una sátira”–, primero de la actriz Lucía Jiménez (Segovia, 1978) y que supone también su debut en la dirección. Cortometraje, por cierto, que no para de recabar premios y reconocimientos allí donde se exhibe.

¿Cómo surgió la idea de *El trono*?

Después de 25 años trabajando como actriz, tenía ganas de contar mis historias. Empecé a hacer un máster de guion, a estudiar Dirección, y a raíz de estas escuelas en las que estuve surgió la idea de *El trono*. Era un poco una gamberrada, basada en cierta anécdota que me había contado un amigo de una vez que se había quedado encerrado en el baño. Me propuse partir de ahí y subir las apuestas, conseguir que en 12 minutos veamos la caída y el auge de un personaje. Me pareció interesante que fuera una persona con muchísimo poder, verlo atrapado en la situación más vulnerable en la que puedes estar, sin papel, y observando cómo todo su ‘imperio’ se viene abajo.

¿Fue gozosa esta experiencia tras la cámara?

Resultó muy orgánico todo. Tenía muchos miedos, que son lógicos. Siento un enorme respeto y amor por este trabajo y esta industria, en la que llevo desde los 16 años, e imponía un poco estar al mando de un equipo. Pero me sentí muy arropada y la verdad es que en este caso tenía clarísimo lo que quería contar y cómo. Todo lo que estaba en mi cabeza se ve en la pantalla.

¿Tus sueños de adolescente, cuando debutaste en cine con *La buena vida*, se han hecho realidad?

Yo creo que no. He ido aprendiendo mucho. Esta es una carrera que te da grandes sorpresas, pero también bastantes disgustos, y hay que ser un corredor de fondo, porque pasan cosas en el camino. Somos muy sensibles, vulnerables, y al final se habla mucho de ti. Lo que sí que creo es que soy una persona luchadora, trabajadora y lo que me propongo, lo consigo. He escrito ya el guion de un largo, que está en financiación, y ha sido un proceso de pico y pala, de estudiar mucho y dedicarme a ello.

PASO A LA REINA

Lucía Jiménez

La actriz debutó en la dirección con *El trono*, un cortometraje ‘canalla’ que está en todas las quinielas de premios de la temporada.

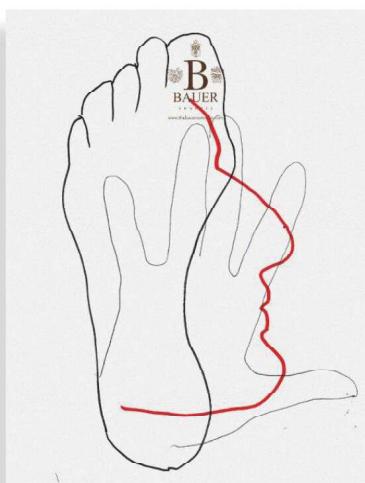
La idea de tener estrella en esta profesión es muy romántica, pero lo que hay, más que suerte, es trabajo duro.

¿Cómo gestionas los tiempos de espera?

Aprovecho para estudiar, para formarme. ... Yo tengo una ‘empresa’ en casa: soy madre de tres hijos y eso es ya una locura. A mí lo que me faltan son horas.

¿Retomarás alguna vez tu carrera musical?

No me da la vida. Mi hermana va a sacar un disco precioso y sigo en contacto con la música gracias a ella, que a veces me invita a cantar. Es algo que me ha acompañado toda la vida, pero ahora mismo no tengo tiempo para nada más.



Cuando las creatividades convergen surgen proyectos tan interesantes como el libro **NOMADIC JOURNEY AND SPIRIT OF PLACES**, un *table book* disponible en tiendas seleccionadas de Massimo Dutti (massimodutti.com) y que recoge la evolución artística de Marina Abramović. Famosa por sus performances y sus obras de arte conceptual, la artista serbia vuelca en este volumen retazos de su proceso creativo, incluidos poemas y reflexiones personales. Un libro que apunta a regalo incuestionable para coleccionistas y seguidores de la creadora.



Miami, Eslovenia y Montenegro

¡TRES DESTINOS IMPRESCINDIBLES PARA 2025!

Eurostars Hotels te propone para el nuevo año tres increíbles experiencias que combinan lujo, cultura y paisajes excepcionales.



Eurostars Winter Haven - Miami

Miami es el epicentro de la sofisticación y del entretenimiento. Disfruta de su vibrante vida nocturna, de sus playas de ensueño y de su escena artística inigualable. En este paraíso costero, el Eurostars Winter Haven te abre sus puertas para que descubras el glamour de la ciudad más chic y sofisticada de Florida. Este elegante hotel, ubicado en pleno distrito Art Déco, combina el encanto de los años 30 con todas las comodidades más actuales. Desde su privilegiada ubicación en Ocean Drive disfrutarás de vistas espectaculares al Atlántico y tendrás acceso directo al bullicio de la ciudad.

www.eurostarswinterhaven.com



Grand Hotel Union Eurostars - Eslovenia

Eslovenia cautiva con sus paisajes alpinos, sus lagos cristalinos y un espíritu eco-friendly que invita a reconectar con lo esencial. En su encantadora capital, Liubliana, se encuentra el Grand Hotel Union Eurostars. Este hotel histórico, con una fachada de ensueño y una ubicación ideal, te invita a descubrir lo mejor de la ciudad. Con su arquitectura Art Nouveau, cada rincón del hotel te transportará a una época dorada. Tras un día explorando la ciudad, podrás relajarte en su spa o disfrutar de su cafetería, lugar de encuentro de personalidades del mundo del cine, la cultura o la política.

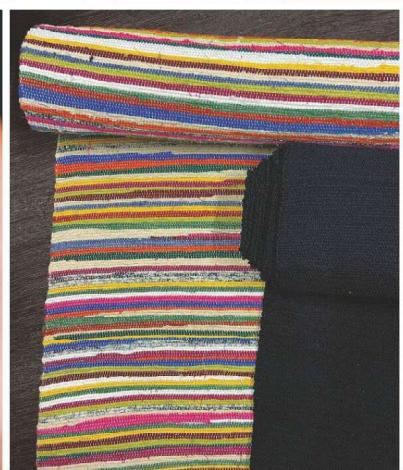
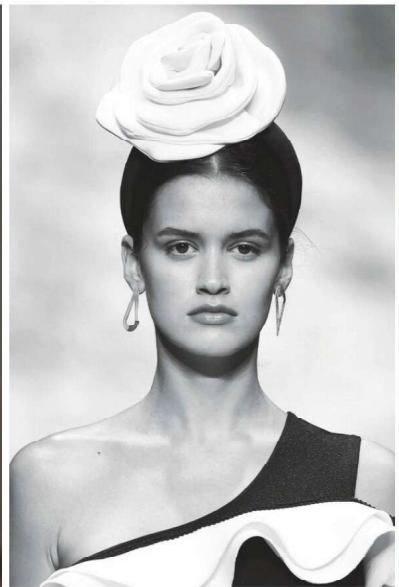
www.grandhotelunioneurostars.com



Eurostars Queen of Montenegro - Montenegro

Montenegro es la joya escondida del Adriático. Con sus pintorescas costas, sus impresionantes montañas y una rica herencia histórica, es el lugar perfecto para quienes buscan lujo y serenidad en un entorno único y especial. En las costas de este pequeño, pero encantador país, el Eurostars Queen of Montenegro se convierte en el refugio ideal para una escapada inolvidable. Situado en la exclusiva Riviera de Budva, este hotel ofrece increíbles vistas panorámicas de sus montañas y de sus playas de aguas cristalinas. Además, tendrás también la oportunidad de visitar la histórica ciudad de Kotor, un tesoro repleto de encanto y tradición.

www.grandhotelunioneurostars.com



ACENTO PALMERO

EN **LA PALMA**, EL DISEÑO MÁS MODERNO Y EL INGENIO MÁS DISRUPTIVO SE UNEN A PROCESOS TRADICIONALES EN UNA INICIATIVA QUE PONE EN VALOR TESOROS Y ARTESANÍA DE LA ISLA.

por **CHUS SALIDO**

La artesanía y la moda han ido de la mano desde tiempos inmemoriales. Tejidos y telares han dado forma a diseños únicos mientras expertas manos han creado accesorios que son parte de la historia del arte. Y es hoy, momento en que la producción industrial parece hacerse fuerte, cuando aquellos empeñados en recuperar antiguas técnicas y labores manuales reivindican su saber hacer uniéndose a propuestas y marcas capaces de exponer sus diseños como algo único, cuando no excepcional, y convertirlos en ob-

jetos de deseo. Estos 'orfebres de la moda' acompañan el oficio de talento y crean propuestas tan especiales como las que se vieron sobre la pasarela de Gran Canaria Swim Week by Moda Cálida el pasado octubre. Allí, y bajo el nombre de Bonita, se unieron en realidad dos voluntades con ADN palmero: la de Isla Bonita Moda y la de La Palma Artesanía. Pero vayamos por partes: Isla Bonita Moda es una plataforma nacida con el propósito de impulsar el talento creativo y la moda de autor de La Palma. En su última convocatoria se presentaron cinco marcas locales (Rayco Plata, Julia Brito, Shamelu, Sara



Luis Joyas y Ban) con un objetivo muy definido, el de hacerse eco de la flora y fauna de su lugar de origen, re-interpretando la belleza del paisaje e integrando en sus diseños aspectos relacionados con la naturaleza. Y no solo eso, ya que también se pretendió reivindicar el legado histórico de la tierra. Aquí es donde entra La Palma Artesanía, proyecto centrado en recuperar tejidos y técnicas ancestrales. Gracias a él se han vuelto a poner en marcha antiguos telares que antaño elaboraban mantas o telas de seda para las familias más adineradas. Siguiendo aquel amor por el detalle, lo que ahora se busca es transformar tejidos en piezas únicas artesanales, esto es, se cortan telas (por ejemplo, de una camisa ya confeccionada) para después hacer un ovillo con ellas, mezclarlas y pasárlas por el telar. De esa manera, al proceso artesanal se suma la tendencia de la moda circular y el reciclaje, capaz de darles segundas o terceras vidas a piezas en desuso. El resultado no son solo vestidos y otras prendas de ropa, sino incluso bolsos y tocados elaborados en producción responsable, limitada y de cercanía y en el que ha tenido mención de honor Las

Hilanderas de El Paso, único taller artesanal de elaboración de seda que opera ahora mismo en Canarias.

Miriam Perestelo, Consejera de Promoción Económica del Cabildo insular de La Palma, a través de Sodepal (Sociedad de Promoción y Desarrollo Económico y Social de la isla de La Palma), organismo tras ambas iniciativas, Isla Bonita Moda y La Palma Artesanía, declara que “esta unión de fuerzas entre creativos y las manos artesanas representa un paso significativo hacia la consolidación de una industria de la moda más consciente y alineada con los valores de la isla”. Nacida con vocación de continuidad, y ánimo de mostrar al mundo los tesoros de La Palma, Bonita atestigua “la unión de fuerzas entre creativos y manos artesanas”, asegura Miriam, quien concluye que este proyecto “representa un paso significativo hacia la consolidación de una industria de la moda más consciente y alineada con los valores de la isla”. ■

Expo & ocio

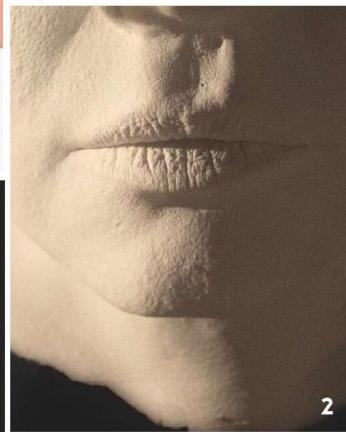
La cita con el arte viaja (¡incluso en el tiempo!) y descubre nuevas aproximaciones creativas. En el sentido de las agujas del reloj...



1



3



2

1. POP FOREVER, TOM WESSELMANN &...

Wesselman, uno de los mayores representantes del pop-art norteamericano, protagoniza esta muestra que estará en la Fundación Louis Vuitton (8 Av. du Mahatma Gandhi, París) hasta el 24 de febrero y en la que también se recogen obras de otros 35 artistas.

2. ESTABA BIEN AHÍ, DONDE ESTABA, EN MI CUERPO

Desde el 27 de febrero, la polifacética Alba Galocha expone en Bate Social Store Store (Santa María 14, Madrid). Obras, en porcelana y tela, que exploran la relación con su cuerpo.

3. MAKING EGYPT

El testimonio de cómo las imágenes del antiguo Egipto han influido en las expresiones culturales modernas se puede ver desde el 15 de febrero en el Victoria & Albert Museo de Londres (vam.ac.uk).

ACOGEDOR Y ELEGANTE

Un palacete del XIX, en la calle Barquillo de Madrid, aloja uno de los hoteles con más encanto de la ciudad. Se llama **Only YOU Boutique Hotel** e inaugura 2025 con novedades, también gastronómicas.



TIEMPO DE BRUNCH El año empieza en Only YOU Boutique Hotel con el brunch de los domingos, que se degusta en su restaurante Younique Arts Club. Servido en cuatro platos, de 13:00 a 16:00, incluye salados (makis, zamburillas o pincho moruno, entre otros) y propuestas dulces como el gofre de Nutella. Cuesta 39 € (onlyyuohotels.com).



1



X Edición Premios INTERIORES 2024

FOTOS: A. FREDERICO GAROFANO, D.R.

Un año más, la revista *Interiores* celebró sus premios, que en cada edición homenajean la labor de profesionales del diseño, el interiorismo, la arquitectura y el arte. Talentos emergentes, figuras consagradas y representantes de empresas del sector se reunieron en el Hotel Ritz de Madrid en una velada donde quedó de manifiesto el compromiso de todos con las propuestas sostenibles, renovadoras y/o artesanales.



2



3



4

NOCHE PARA EL RECUERDO

1 Los premiados posan en bloque y con sus trofeos tras la gala.

2 Sergi Latorre, de Roca; Gorka Arana y Shadi Rodríguez, de Laufen (empresa fabricante de baños de alta gama); Diana Alves, de Roca; y Alberto Fernández, de Laufen.

3 Nadezhda Vasileva, Patricia González, Susana Redondo y Rocío Sancho, todas de UDIT (Universidad de Diseño, Innovación y Tecnología).

4 Lorenzo Castillo, interiorista, junto a Pilar Civís, directora de *Interiores*.

InStyle

DIRECTORA MARTA FLORES marta-flores@rba.es

SUBDIRECTORA Y EDITORA DE BELLEZA Cantal Ceña cantal-cena@rba.es

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

REDACTORA JEFE Chus Salido chus-salido@rba.es

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

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

EDITORA WEB Diana Matilla diana-matilla@rba.es

REDACTORA WEB Andrea Navarro andrea-navarro@rba.es

COLABORADORES Francesca Rincieri, Piluca Valverde, Borja Cruz, Mikel Andrés (Moda).

Carlos Megía, Sara Trueba, Laura García del Río, Marta Cámaras (Redacción).

Gloria Espí, Lauren Izquierdo, Olga Tamarit, Rocío Ponce, Claudia Pérez, Mónica Heras, Cristina Vila (Web). Javier Biosca, Danniell Rojas (Fotografía). Ángela del Val (Producción).

REDACCIÓN López de Hoyos, 141, 1^a planta. 28002 Madrid.

Teléfono: 91 510 66 00. E-mail: instyle@rba.es

RBA PUBLIVENTAS

CEO ENRIQUE BLANC

DIRECTORA GENERAL Ariadna Hernández

DIRECTOR DE NEGOCIO DIGITAL Serafín González

SUBDIRECTOR DE ESTRATEGIA COMERCIAL DIGITAL Iván Lorente

SOLUCIONES DE IMPLEMENTACIÓN DE PUBLICIDAD DIGITAL Alicia Cortés

MADRID

DIRECTORA DE OFICINA Arantxa Sánchez

DIRECTORAS DE PUBLICIDAD Belén González, Belén Pérez-Bedmar

SUBDIRECTORA DE PUBLICIDAD Silvia Montalbán

JEFESA DE PUBLICIDAD Juncal Utrilla

COORDINADORA DE PUBLICIDAD Yolanda Iriagueros

PUBLICIDAD MADRID López de Hoyos, 141, 1^a planta. 28002 Madrid. Teléfono: 91 510 66 00.

BARCELONA Y LEVANTE

DIRECTORA DE PUBLICIDAD Ángela Carpio

DIRECTORAS DE PUBLICIDAD Cristina Hombravella, Olga Fernández

COORDINADORA DE PUBLICIDAD Ainhoa Argente del Castillo

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

DELEGACIÓN ITALIA Delachi Pubblicità. Via Luigi Pirandello, 8. 20144 Milano. Italia.

Tel: 39 02 433 646.

RBA REVISTAS

PRESIDENTE RICARDO RODRIGO

DIRECTOR GENERAL CORPORATIVO JOAN BORRELL

DIRECTORA GENERAL AUREA DÍAZ

DIRECTORA EDITORIAL Susana Gómez Marculeta

DIRECTORA DE MARKETING Berta Castellet

DIRECTORA CREATIVA Jordina Salvany

DIRECTOR GENERAL DE OPERACIONES Josep Oya

DIRECTOR DE PRODUCCIÓN Ramón Fortuny

INSTYLE US

EDITOR-IN-CHIEF SALLY HOLMES

DOTDASH MEREDITH INTERNATIONAL

ASSISTANT MANAGER, INTERNATIONAL LICENSING Angelica Cruz

EXECUTIVE DIRECTOR, LICENSING OPERATIONS Paul Ordóñez

VICE PRESIDENT, BUSINESS + STRATEGY Joy Evans

©Madrid 2025 RBA Revistas S.L. TI Gotham Inc. Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de cualquier información gráfica o escrita sin la autorización de la Dirección. InStyle no se hace responsable de la opinión de sus colaboradores, en los trabajos publicados, ni se identifica necesariamente con la misma. El nº 237 de InStyle España es propiedad exclusiva de RBA Revistas S.L.

© RBA REVISTAS, S.L. 2025

Reservados todos los derechos. Queda prohibida la reproducción, almacenamiento en cualquier medio o soporte, distribución, comercialización y comunicación pública de la presente publicación, su transformación total o parcial, así como la de sus textos, dibujos, fotografías, portada, marca y cualquier contenido. La prohibición alcanza también a cualquier uso de los contenidos relativos a la denominada inteligencia artificial. Tampoco se pueden utilizar para recopilaciones, reseñas, revistas de prensa o citas, sin la autorización expresa y por escrito de la titularidad de la revista.

La infracción de cualquier derecho sobre la presente publicación, titularidad de RBA REVISTAS S.L., será perseguida siguiendo las leyes aplicables y se exigirá a los infractores la imposición de las sanciones civiles y/o penales establecidos en la normativa vigente, y las indemnizaciones que correspondan.

DISTRIBUCIÓN: LOGISTA PUBLICACIONES IMPRIME: Rotocobri S.A.
DEPÓSITO LEGAL: B-6238-2012 EDICIÓN: 06/2025 PRINTED IN SPAIN. ISSN 1698-4544
ISSN DIGITAL 2938-6063 ATENCIÓN AL LECTOR Email: clientes@rba.es
SUSCRIPCIONES Email: suscripciones@rba.es



Ana Rodrigo, Editora de RBA Revistas.



Gracias Ana

El pasado 11 de noviembre nos dejó Ana Rodrigo Ghiozzi, (1966-2024), Editora de RBA Revistas, la editorial que publica la cabecera *InStyle*. Ana comenzó su carrera profesional con solo 20 años y actualmente era responsable de más de 25 títulos en papel (en España, Italia y Portugal) y 17 webs de distintas áreas.

Fue una editora única, creativa y valiente, que aportó siempre una visión innovadora del periodismo con el foco centrado en asegurar la calidad de los contenidos y ofrecer el máximo servicio al lector. Ana convirtió *El Mueble* en la cabecera líder de decoración, fue la creadora de *Mente Sana*, la primera revista de salud mental de este país, y dirigió el lanzamiento de *Historia NG*, la primera publicación de la marca National Geographic que se edita en USA con contenido realizado en España. Ana Rodrigo fue también la editora de *Lecturas* durante los últimos 17 años e impulsó personalmente toda la transformación digital de nuestras marcas.

Desde el equipo de redacción de la revista y la web de *InStyle* queremos honrar su memoria y rendirle homenaje con este número.

Gracias por tanto, Ana.

SECRECY



Plata de Ley 925 bañada en Oro de 18K

www.secrecyjewels.es
@/secrecyjewels





Cartier