

fashion

¡HOLA!

MARZO
2026

LA NUEVA
MODA TE
HACE FELIZ

¿BOHO O
PREPPY?
VUELVE EL
FLEQUILLO

ESCAPADA A
FLORENCIA CON
MARIA SOLE
FERRAGAMO

En portada

ADRIANA
MARÍN
Duquesa de Aliaga
LEGADO
& ESTILO

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

Ó escanea el código QR:



TENDENCIAS CON

ARTE







louisvuitton.com

LOUIS VUITTON



ART DIR: PAUL MARCIANO PH: JOSH RYAN © GUESS?, INC. 2026

GUESS

GUESS.EU



MARINA RINALDI



ALVARO



TENDENCIAS

12

FASHIONÍZATE

Diviértete jugando con bloques de color en tus looks. Los accesorios te dan la clave de cómo hacerlo.

24

A LA ÚLTIMA

Desde las pasarelas nos llegan tres tendencias de altura: plumas, flecos y tejidos con cuerpo y texturas. No esperes a que te lo cuenten. Llévalas ya.

50

VAMOS DE SHOPPING

Otro dúo de la moda que llega para quedarse son las faldas voluminosas y los diseños de cuero. Añádelos a tu *wishlist*.



104

MUJERES & MODA

62

LUCÍA LÓPEZ

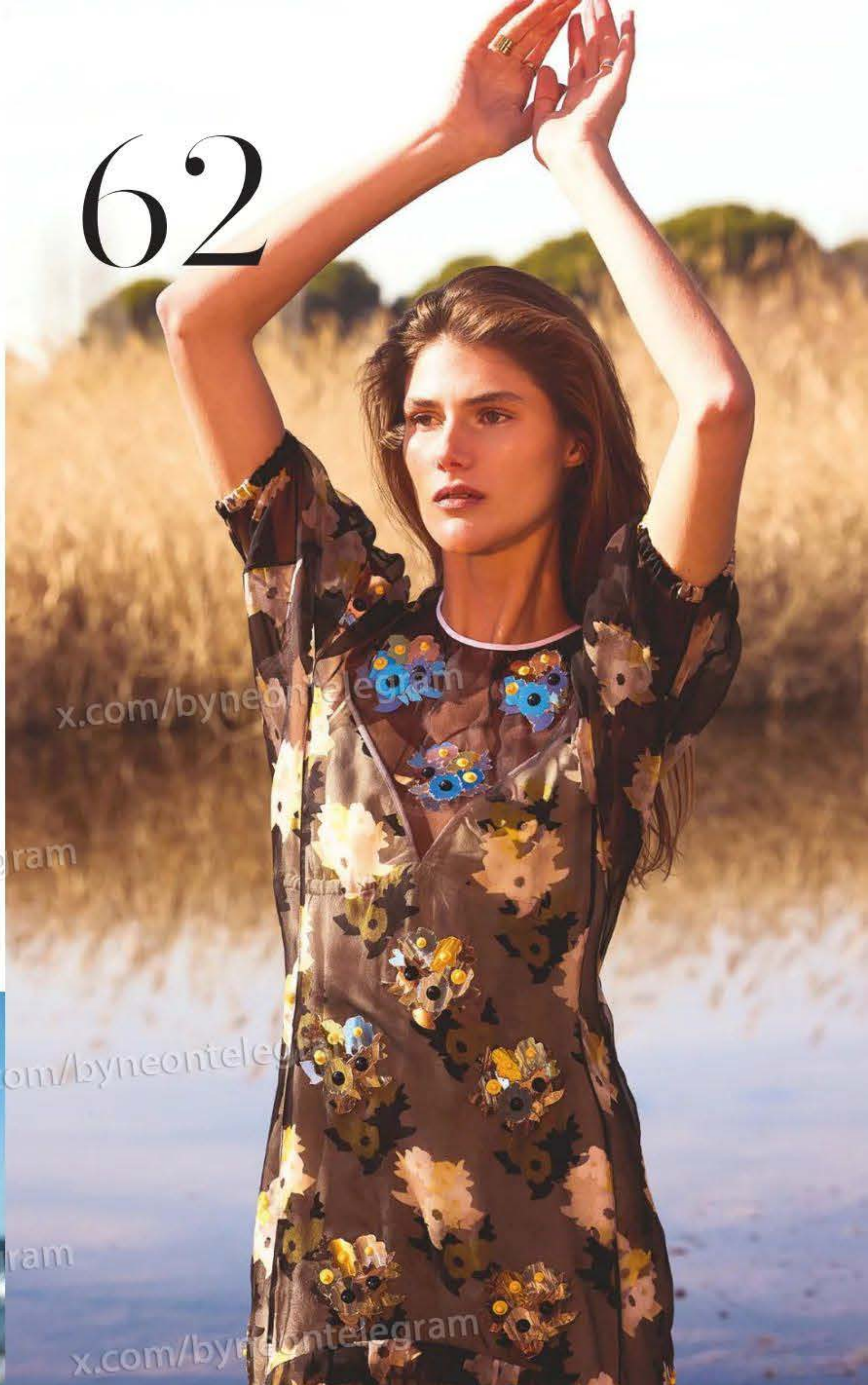
La *top* española rompe fronteras y pone rostro al *dream team* de las *tops* patrias que triunfan en todas partes.

74

ADRIANA MARÍN

Nadie como ella para hablarnos de arte y moda. La duquesa de Aliaga nos cuenta cómo une sus dos grandes pasiones.

62



84

AND THE OSCAR GOES TO...

Lentejuelas, vestidos inolvidables, lujo y diversión en un *shooting* que nos hace soñar con recoger la famosa estatuilla dorada.

BELLEZA & BIENESTAR

98

¿TE ATREVES CON EL FLEQUILLO?

Te contamos los dos tipos de cortes que arrasan esta temporada.

104

AL HABLA CON UNA TOP

Aida Artilles comparte sus *tips* de autocuidado, que son para ella una filosofía de vida. Descubre cómo se pone en valor la modelo canaria.

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

O escanea el código QR:



LIFE

116

**PRIMAVERA
EN LA MESA**

Lleva la magia de la nueva estación al comedor de tu casa.

124

**DESTINO:
FLORENCIA**

La diseñadora Maria Sole Ferragamo nos hace de excepcional guía por la ciudad con más arte.

128

VALENTINO ETERNO

El emperador de la moda italiana deja un impresionante legado que te traducimos en cifras de alto impacto.

fashion **¡HOLA!**

Presidente

EDUARDO SÁNCHEZ PÉREZ

Vicepresidentas

CARMEN SÁNCHEZ PÉREZ
Y MERCEDES SÁNCHEZ PÉREZ

Directora de publicaciones:

ROSETA L. DEL VALLE

Directora

LAURA LONGO

Directora adjunta

CARMEN CATASÚS

Director creativo

NACHO FIDALGO

Subdirectora

MARÍA ELVIRA

Redacción

SILVIA LUENGO G.
LUCÍA HERNÁNDEZ
ISABEL SERRA
AMALIA QUIROGA
AMAIA LEÓN

Estilista

LEIRE PEÑA

Redacción digital

PAULA CALLEJO
CRISTINA GONZÁLEZ
MARIANA TORRES

Director general de negocio

JAVIER JUNCO AGUADO

Directora comercial

ARANCHA GONZÁLEZ

Directora publicidad

EUGENIA RECIO

Subdirectora publicidad Barcelona

LAURA MELER

Publicidad internacional

ANTONELLO LODOLETTI

Ejecutiva de publicidad

MARTA ZAMORA

Coordinación

CARMEN BEL

Publicidad

ROSA BERNARDO

Director de producción

FELIPE ESPINOSA

Director distribución y trade marketing:

JUAN PABLO ORELLE

Depósito Legal M-39221-2012

Fotos pasarela:

IMAXTREE

Fotos celebrities:

GETTY IMAGES
GTRES ONLINE, CORDON PRESS

 holafashion-es

 holafashion-es

 holafashion

C/ Miguel Angel 1- 28010 - Madrid
suscripciones.hola.com / teléfono 917 811 800

84

LA BELLEZA de lo impermanente

Un mito traspasa la forma de ver el mundo. La ausencia no es reemplazo, pero permite espacio para crear a través de ella. Tras la pérdida de Valentino, la carta del director creativo de la firma, Alessandro Michele, en contexto con la primera colección de Alta Costura sin "el último emperador de la moda", no fue un discurso más sobre herencia creativa. Fue un manifiesto de valores profundo que llegó al corazón de la industria de la moda, pero también al de quienes, como él, entendemos que la vida es un camino de transformación. "No eres más que un eslabón en una cadena donde lo transmitido adquiere sentido precisamente porque no se retiene", revelaba. Actuar sintiendo que nada permanece en el tiempo plantea una forma más cuidadosa y menos dominadora de ver el mundo. Michele honra así su misión en la enseñanza italiana "no para llenar una ausencia, sino para preservarla. Solo aceptando un vacío así, sin intención de ocuparlo, el legado de Valentino puede seguir siendo lo que siempre ha sido", exponía en una de sus citas más poderosas.

Su alegato, tan subversivo como contemplativo, muestra otras posibilidades de percibir los acontecimientos: donde el vacío no es carencia sino oportunidad, donde observar es una decisión magistral. Comprender ese concepto tan filosófico como espiritual de la impermanencia, que se desprende de las palabras del diseñador, no es resignarse a lo que se pierde, sino entender que todo fluye, como en un acto valiente de metamorfosis.

Porque sí, hay muchas primaveras, con sus tonalidades, sus paisajes y sus estados de ánimo. Exuberante y colorida en honor a la pintora Helen Frankenthaler o silenciosa y nostálgica al estilo de Vermeer, no es casual y sí causal que el arte inspire a los creativos en el estreno de temporada, recordándonos que en cada ciclo hay cambio de perspectiva y que diferentes prismas son posibles. En todos ellos -y esto es lo realmente valioso- las mariposas están listas para desplegar sus alas.

Laura Longo
DIRECTORA



GIORGIO ARMANI

VITTORIA CERETTI

MADRID, GALERÍA CANALEJAS - MARBELLA, PUERTO BANÚS

Los bolsos se despliegan en un sinfín de formas, colores y tamaños. Junto a estas líneas, diseño de piel lisa y modelo de ante naranja, ambos de **Ferragamo**, y maxibolso rosa de ante, de **Fendi**.



DIVERSIÓN EN BLOQUE

El color inyecta la dosis extra de alegría y vitalidad que necesitamos para salir del invierno. Triunfa con un bolso o unos zapatos de impacto, los mejores aliados primaverales.

FOTOGRAFÍA: **BORJA DE LA LAMA** ESTILISMO: **LEIRE PEÑA** TEXTO: **AMALIA QUIROGA E ISABEL SERRA**

LOS TEJIDOS
SATINADOS
Y LOS TONOS
NEÓN LLEGAN
PARA INSUFLAR
OPTIMISMO
Y HACERTE
BRILLAR



No tengas miedo de apostar por el *mix & match*. La modelo lleva body satinado fucsia y falda tubo de Fendi, zapatos de Aquazzura, reloj de Tudor y anillo de Jose Luis Joyerías.

Las siluetas relajadas arrasan. En la imagen, la modelo lleva camisa sin mangas y pantalón *denim* blanco de Emporio Armani, zapatillas de Celine y bolso de Gianni Charini.



Collar de perlas con charms (c.p.v.), de Dior.

Peine con funda (280 €), de Versace.



Bolso de piel trenzada (3.600 €), de Bottega Veneta.



Pendientes de perlas (520 €), de Valentino Garavani.

Gorra gráfica (95 €), de Sporty & Rich.



Zapatilla LV Sneakerina (890 €), de Louis Vuitton.

SPORTY CHIC

Las piezas más cómodas del armario, como 'jeans', deportivas y gorras, se convierten en favoritas de los directores creativos, que apuestan por el 'athleisure'.



ERMANNNO SCERVINO

ermannoscervino.com

TODO O NADA

*Si vas a apostar por un tono,
que sea a lo grande. Los 'total looks'
monocolor son nuestro gran flechazo.*

La paleta de tonos neutros y tierra es la más versátil de la temporada. En la imagen, *total look* de chaqueta y pantalón cámel de Sportmax, maxibolso de rayas de Tod's y pendientes y anillo de Recarlo.



Auriculares (579 €),
de Apple.



Horquilla
(39 €),
de Cos.



Gafas de sol maxi
(40 €), de M6
Multiópticas.



Bolso bicolor (870 €),
de Jacquemus.



Funda para AirPods
(1.250 €), de Hermès.



Diadema efecto Carey
(395 €), de Balenciaga.

GIANNI CHIARINI
FIRENZE

QUIERO UNIFORME

El traje no pasa de moda, solo se reimagina. Esta temporada lo hace con americana corta.

Cuando faltan ideas para vestirse, el traje no falla. En esta página, pantalón y americana de Chanel, bolso tipo bandolera de Celine y choker de Jose Luis Joyerías.

Top lencero
(39,99 €),
de Zara.



Pendientes maxi
(350 €), de
Isabel Marant.



Cinturón
(290 €),
de Victoria
Beckham.



Sombrero beis
(220 €), de Maison Ola.

Stiletto con animal print (2.300 €),
de Schiaparelli.



Blauer.



**"IT'S WHAT'S ON THE INSIDE
THAT COUNTS"**

BY BRUCE WEBER

blauerusa.com

SER ORIGINAL

*¿Te atreves con el mandil?
La moda redescubre esta prenda
para que la actualices a placer.*



El delantal
"de la
abuela" se
ha convertido
en la pieza
de culto más
inesperada de
la primavera.
En estas
páginas,
total look de
Miu Miu.



Collar
de cuentas
(135 €),
de Cashfana.



Pendientes
de oro
(2.250 €),
de Suarez.



Reloj
Oyster
Perpetual
(c.p.v. €),
de Rolex.



Bolso de ante azul (3.190 €), de Magda Butrym.



Bailarina de charol (435 €), de Carel.

Pinza de pelo
(450 €),
de Saint Laurent.



Charm de peluche
(690 €), de Prada.



MISAKO | □□□

LOS GUANTES
TRANSFORMAN,
COMO POR ARTE
DE MAGIA, UN
LOOK NORMAL
EN UNO
EXTRAORDINARIO

¿Fiesta a la vista?
Los guantes son
ese accesorio en
el que siempre
puedes confiar.
En la página,
total look de Prada.



Bolso verde menta y zapatillas de encaje, ambos de Jimmy Choo, y bolso rosa palo de Prada. El bloque de mármol es de La Redoute.



DULCE PASTEL

*Las tonalidades empolvadas -del rosa bebé al amarillo vainilla o el verde pistacho-
avisan del cambio de estación y celebran que el buen tiempo es inminente.*

CHANEL

GIAMBATTISTA VALLI

BALENCIAGA

CAICATERRA

THE ATTIC

STELLA MCCARTNEY

ALZAR EL VUELO

Delicadas y poderosas, las plumas se convierten en la tendencia a probar para quienes desean lucirse.

COLLAGES: JUAN PABLO CHIPE



ULLA JOHNSON

PRABAL GURUNG

MUGLER

VICTORIA BECKHAM

BOTTEGA VENETA



MODA

TÁCTIL

Los tejidos con textura se imponen en las colecciones de primavera, llenas de prendas extraordinarias que invitan a ser tocadas.



DALE

RITMO

¿El elemento decorativo más recurrente en las grandes pasarelas del lujo? Los flecos y su movimiento. Bienvenida a la moda cinética.

NO ME COMPRES FLORES, REGÁLAME UN BOLSO

Es el recado que dejan las pasarelas P/V'26, cargadas de accesorios no solo decorados con motivos florales, sino elaborados a su imagen y semejanza y más especiales que un 'bouquet'.

TEXTO: ISABEL SERRA

Sorprender -o sorprenderse a una misma, por qué no- con un ramo de flores siempre es una buena idea. Hacerlo con un bolso que las imita es una idea aún mejor y parece ser el deseo de las grandes marcas, que si en sus colecciones de primavera-verano suelen acudir al tópico floral, en las de 2026 lo han hecho con más esmero si cabe. Su aproximación al imaginario botánico ha recaído en esta ocasión en los accesorios, y lo ha hecho como nunca antes. Zapatos, pendientes o *charms* con flores esculpidas

decoran y dulcifican las propuestas del lujo, que ha visto en el romanticismo su temática predilecta. Pero es en los bolsos donde más florece la moda. Vemos ejemplos en todas las capitales: los bolsos-pétalo en Zimmermann y Chloé, los exquisitos bordados con abalorios botánicos en Giambattista Valli o en Dries Van Noten o las reproducciones realistas y evidentes, como las avistadas en Fendi.

La temporada augura calles repletas de chicas que, en vez de cafés para llevar y cestas de mimbre, portarán los bolsos-flor más bonitos y especiales de las tendencias.



ZIMMERMANN



VALENTINO



De izq. a dcha., imagen del desfile de Giambattista Valli, bolso de Kenzo, modelo de Simone Rocha y bolso de piel con flores aplicadas de Gabriela Hearst.



CHANEL



MAGDA BUTRYM



GIAMBATTISTA VALLI



DRIES VAN NOTEN



CHLOÉ

Siempre a favor

Como cada primavera, el *print* floral libra la batalla con quienes lo acusan de ser manido, típico, evidente. Y, también de nuevo, la gana, demostrando que las flores apetecen siempre y en todas sus formas, sobre todo cuando marzo asoma en el calendario. En las principales pasarelas se observa cómo esta temporada la moda ha tomado la vía de la literalidad, llenando sus looks con complementos -especialmente bolsos- animados con peluches, apliques y texturas que imitan, en multitud de versiones, a la naturaleza.



FENDI

Juntos es MEJOR

El idilio viene de lejos y, cada vez que pueden, pasean de la mano para recordarnos que son uno. Basta con repasar las colecciones de primavera-verano 2026 para ver y disfrutar de la unión de moda, arte y cine.

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

O escanea el código QR:



CAROLINA
HERRERA:
DE MADRID
AL CIELO

La capital española es el *leitmotiv* de la propuesta "a la madrileña" de Wes Gordon. El diseñador americano grita a los cuatro vientos su admiración por el vibrante uso del color de Pedro Almodóvar, la artesanía patria y la belleza de la rosas de El Retiro.



VERSACE 'LOVES' WARHOL

Ya lo hizo Gianni en los noventa y ahora lo repite Dario Vitale. Y es que las icónicas obras de Andy Warhol siempre encuentran un lugar en las propuestas de la casa italiana. Esta temporada, reivindican al icónico artista con una elegante rebeldía.

La modelo española Laura Ponte fue una de las estrellas de un desfile con claros guiños a los ochenta y a la cultura pop



Valli capta el romanticismo de un campo cuajado en primavera y el candor tanto de las campesinas como de las burguesas del siglo XVII



GIAMBATTISTA VALLI O EL VIAJE AL BARROCO

Entre delicados linos y flores, el diseñador italiano hace una oda a la autenticidad de la naturaleza. Y mira a las pinturas barrocas de Vermeer para llenar de esa belleza sus propuestas femeninas.



LA VIDA ES ACUARELA PARA ULLA JOHNSON

La creadora neoyorquina ha encontrado en la fuerza de las obras de la artista Hellen Frankenthaler su paleta de colores para firmar una colección que derrocha optimismo.



Las obras 'Western Dream', 'Moontide' y 'Nature Abhors a Vacuum' centran el imaginario creativo de Ulla Johnson



La mezcla de pigmentos, trasladada a la pasarela, crea la sensación de estar ante una pintura en movimiento

Del MATERIAL *de los* SUEÑOS

*Con 21 años, ha debutado a lo grande en la pasarela de Milán. De padre aragonés y madre escocesa, su tez de cristal, su melena cobriza y su más de 1,80 m de altura la han catapultado a la cumbre de la moda en cuestión de un día. Y todo apunta a que es solo el comienzo de una carrera brillante. La modelo oscense **Nieves Boucher** nos adelanta la moda que viene en su primera cita con fashion.*

FOTOGRAFÍA: **EDUARDO MIERA** ESTILISMO: **LEIRE PEÑA** TEXTO: **AMALIA QUIROGA**



GUIÑO ORIENTAL

Nieves Boucher debuta ante nuestro objetivo con *total look* de **Emporio Armani** formado por top palabra de honor, cinturón estilo fajín y pantalón.



SUTILEZA

El encaje pone la nota final a los diseños más delicados de la pasarela. Junto a estas líneas, Nieves posa con top palabra de honor, falda "midi" de triple tejido, trench, zapatos y bolso de **Prada**.



**ESTILO
VICTORIANO**
Los diseños
de inspiración
decimonónica
se abren paso.
La modelo, con
camisa popelín
y falda mini
de Carolina
Herrera x
Palomo.



**SARTORIAL
& CHIC**

La sastrería revisita los 80's. En la imagen, Nieves Boucher lleva camisa semitransparente, *body* pijamero y chaqueta de **Louis Vuitton**. En la siguiente página, con vestido con pedrería y chaqueta *bomber* de **Miu Miu**.





BUEN PATRÓN
Con la primavera a la vista, los tejidos se aligeran y nos cautivan propuestas tan apetecibles como este traje de lino de **Max Mara**.



DETALLES "JOYA"

La pedrería irrumpe esta temporada para elevar el armario con majestuosidad. Nieves deslumbra con camisa sin mangas, vestido mini con pedrería y chaqueta bomber de piel, de **Miu Miu**.



EL AÑO DE NIEVES

Debutar en Milán, en la pasarela Primavera/Verano 2026 de Prada, en un desfile dirigido por Maria Grazia Chiuri y Raf Simons, no es baladí para una joven de 21 años de Jaca, Huesca. Estudiante de Educación Social y apasionada de la fotografía, el esquí y el senderismo, la vida tranquila de la modelo -hija de padre aragonés y madre escocesa, de quien ha heredado sus rasgos tan característicos- ha dado un giro de 180 grados.

Tras lucir el look 49 de la colección de la firma italiana, un mono de estilo *working* en tono gris, la española se ha convertido en el centro de todas las miradas. Una experiencia inolvidable que marca el inicio de su camino en la moda internacional, para el que está más que preparada.

MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA: PAOLA GARCÍA, ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA: LUIS ESPINOLA, ASISTENTE DE PRODUCCIÓN: ARMANDO ARROJO,
ASISTENTE DE ESTILISMO: PATRICIA HINOJAL, LOCALIZACIÓN: THE POTTERY



PONTE COLOR

Es el momento de apostar por los tonos vitaminados y los estampados **bold**.

Nieves Boucher posa con vestido de tablas, camisa popelín y bolso de **Prada**.

En la página anterior lleva vestido y culotte a juego y zapatos transparentes con calcetín de **Loewe**.

Artista INVITADO

Se cumplen diez años del Dior Lady Art, el proyecto que transforma el icónico bolso creado para Lady Di en un lienzo en blanco para que artistas seleccionados plasmen su creatividad. Repasamos una de las intervenciones más especiales de esta edición y otras uniones en las que arte y moda confirmaron su sintonía.

TEXTO: ISABEL SERRA



UNA ODA

A LO MARAVILLOSO

Las creaciones de Sophia Soeb para Dior Lady Art tienen como elemento capital el trabajo de las texturas. La artista se ha valido de los tejidos y materiales de la casa para imitar la naturaleza y elaborar piezas que invitan a ser tocadas.

Probablemente, es el bolso más conocido de la firma francesa y una insignia del lujo a nivel mundial. Además, el Lady Dior, creado en 1995 por el entonces director creativo de la marca, Gianfranco Ferré, para sorprender a la Princesa de Gales en una visita oficial a Francia, es el punto de partida y el protagonista indiscutible de una de las iniciativas más especiales y bonitas de la *maison*. En ella, la marca invita a artistas internacionales a inspirarse y reinterpretar el diseño para adaptarlo a su estilo y a su disciplina. Es una forma, cuentan desde Dior, de que estos abracen (y ensanchen) una leyenda y la transformen en una manifestación de su visión creativa, difuminando, otra vez más, las barreras entre arte y moda.

En esta edición conmemorativa por su décimo aniversario han querido plasmar la libertad creativa y multidisciplinar del proyecto, juntando a diez artistas de todo el mundo. Sophia Loeb, Jessica Cannon, Patrick Eugène, Eva Jospin, Ju Ting, Lakwena, Lee Ufan, Inès Longevial, Marc Quinn y Alymamah Rashed conforman la lista de invitados.



FOTOGRAFÍAS: JAMESE ROBJANT

CUATRO OBRAS DE ARTE

Es especialmente fascinante la intervención de Sophia Loeb. La artista brasileña ha plasmado en cuatro bolsos diferentes su pintura abstracta, que incita a sumergirse en la naturaleza ya sea física o espiritualmente. Referencias a jardines impresionistas y pinceladas expresivas se mezclan con guiños al lujo más opulento a través de abalorios y materiales metalizados, de cuya sintonía emergen bolsos que son auténticas joyas.

“Mi infancia en Brasil ha moldeado mi visión artística ya que he estado muy en contacto con la naturaleza. Siempre hay muchas texturas en mis obras. He reflejado esta fluidez orgánica que hay en mi forma de crear en este bolso y he explorado otras técnicas para aportarle un toque excéntrico, pero siempre clásico y elegante”, explica Soeb a tenor de su participación. Su obsesión con las texturas la han llevado a crear un bolso que es arte portátil pero también una muestra más de la excelencia en los materiales que habitan en los ateliers de Dior. La sensibilidad pictórica de Sophia Soeb casa muy bien con la excelencia del *savoir-faire* de Dior.

CADA VEZ MÁS FIRMAS INVITAN A ARTISTAS, CONSAGRADOS Y NOVELES, A TRASLADAR SU VISIÓN A DISEÑOS ICÓNICOS

El proyecto anual Dior Lady Art, que ha celebrado su aniversario con la publicación de un libro recopilatorio de la editorial Rizzoli, revela un compromiso férreo de la casa con el arte que se está instaurando como tendencia entre las marcas de lujo. Fendi eligió a Conie Vallese, especializada en artes decorativas, para celebrar sus 100 años de historia con una extensa colaboración en la que la artista cooperó con talleres tradicionales de Italia y reinterpretó con sus piezas oficios centenarios como el trabajo del bronce, el vidrio, la cerámica y la madera. También intervino el icónico Peekaboo, trasladando en él su forma de trabajar y concebir el arte.

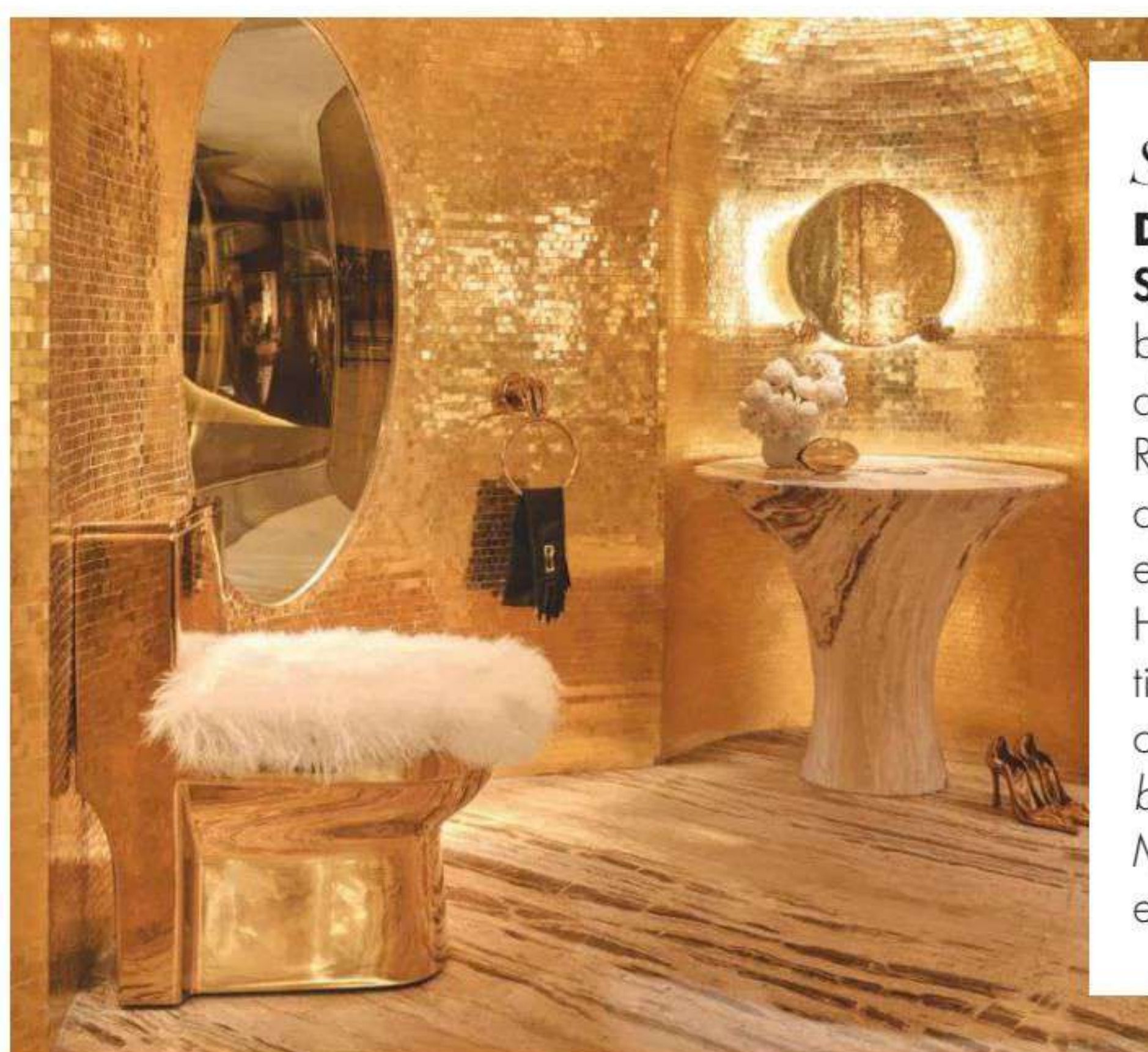
ALIANZAS “VIP”

Tiendas concebidas como auténticos museos, diseños que podrían presidir una galería... Amar (y celebrar) el arte está de moda.



LA GRAN APUESTA

Tiffany & Co. refuerza su compromiso con el arte con la apertura en Milán de una imponente tienda presidida por cuatro mosaicos de 1914 traídos *ad hoc* desde Estados Unidos y la colaboración con su artista predilecto, Daniel Arsham, que ha elaborado un estuche de bronce para guardar una edición limitada del collar HardWear.



SOBREDOSIS DE ARTE

Schiaparelli inaugura, bajo la supervisión de su director creativo Daniel Roseberry y la colaboración con el estudio de arquitectura Halleroed, una nueva tienda en Hong Kong concebida como un *boudoir* surrealista. Merece la pena perderse en sus cuevas de oro.

CIEN AÑOS DE EXCELENCIA

La argentina Conie Vallese capitaneó el proyecto Fonderia Fendi, organizado e impulsado para celebrar el 100 aniversario de la firma y poner en valor la excelencia y la artesanía que Fendi y por extensión, Italia, representan.





Segundo capítulo

Maria y Laura se conocen bien. Juntas lanzaron Maria de la Orden en 2019 y, ya con la firma asentada, han querido dar un paso más en su relación laboral con la adquisición de Daphne.

ENTRE AMIGAS

Maria de la Orden junto a Laura de La Révélière y Cleo zu Oettingen-Spielberg con Farina Pavel desmontan el tópico de que no hay que mezclar amistad y negocios. Charlamos con las empresarias sobre complicidad, intuición y sus recién estrenados proyectos creativos.

TEXTO: ISABEL SERRA

MARIA DE LA ORDEN & LAURA DE LA RÉVÉLIÈRE DAPHINE

Puede que el roce haga el cariño, pero son la confianza y la comunicación las cualidades que construyen las relaciones más sólidas. No solo personales, también las profesionales. Maria de la Orden y Laura de la Révèlière son amigas y socias y han alcanzado el éxito cimentando su vínculo en las mencionadas aptitudes. Juntas fundaron Maria de la Orden Studio en 2019, después de reconocer en la otra lo que a una le faltaba. La madrileña era -y es- un portento creativo y tiene un universo estético amplísimo, mientras que la francesa, formada en Caudalie, sabe cómo hacer que todo funcione, mejore y crezca. “Maria es el alma creativa e imagina todas las colecciones; Laura es la directora de orquesta de todo el proyecto. Es un equilibrio constante entre estructura, anticipación y libertad”, comentan las empresarias, que acaban de embarcarse en un nuevo proyecto, cambiando de contexto y de industria. Han adquirido la firma de joyería Daphine, a la que pretenden trasladar su identidad y la exitosa fórmula que ha hecho de su marca un proyecto reconocido y rentable. “Cuando Daphine anunció su cierre, las dos tuvimos la misma intuición, sin haberlo hablado antes. Con apenas unos minutos de diferencia nos llamamos para decirnos: ‘¿Y si apostamos por ello?’”. Después de haber construido un universo de moda muy reconocible, la joyería nos pareció una evolución natural y una aventura que nos entusiasma tanto desde el punto de vista creativo como estratégico”, explican a ¡HOLA! Fashion.

Quieren crear piezas para el día a día que puedan combinarse entre sí. “Como auténticos talismanes contemporáneos, las colecciones se inspiran en nuestros viajes y recuerdos y en nuestra forma de mirar el mundo”, comentan Maria y Laura. Van a mantener en Jaipur el *atelier* de Daphine, ciudad donde encuentran piedras preciosas y un saber hacer ancestral. Preguntadas por cuestiones estratégicas, pretenden aplicar la misma metodología que en su marca de ropa. “Lanzaremos colecciones en *drops* a lo largo del año con una distribución mixta entre el canal *online* y la venta al por mayor, que ya empezamos en Navidad. La acogida fue excelente y la demanda, muy alta”, confirman. Acaban de aterrizar en Madrid,

“LAS DOS
TUVIMOS
EXACTAMENTE
LA MISMA
INTUICIÓN.
NOS LLAMAMOS
PARA DECIRNOS:
‘¿Y SI
APOSTAMOS
POR ELLO?’”

donde esperan que las joyas de aire *vintage* de Daphine encajen con el vestir de las españolas. Uno de los primeros retos es remarcar que no es una extensión de su marca ya existente, Maria de la Orden, sino otro proyecto aparte. “Daphine tiene un universo más minimalista, con una estética monocromática y depurada”,

aclaran. Afrontan este capítulo con una ilusión inmensa y con la experiencia de su lado. Ambas tienen una conexión especial y comparten una intuición privilegiada hacia lo que gusta y funciona en la industria. Además, cuentan con un séquito de clientas que confían en su visión y que, seguro, las seguirán en esta nueva andadura.





CLEO ZU OETTINGEN- SPIELBERG & FARINA PAVEL LA FORESTA

Foresta es la palabra italiana para referirse al bosque. “Representa profundidad, calma y continuidad”, explican Cleo zu Oettingen-Spielberg y Farina Pavel sobre el significado del nombre que han elegido para su recién estrenada firma de ropa. “Un bosque -añaden- crece lentamente, moldeado por el tiempo y no por la urgencia”. Establecen este paralelismo con las piezas de su firma, pero bien podrían estar hablando de su amistad, que surgió en las cumbres y se ha ido afianzando con el tiempo a base de experiencias compartidas, sintonía y confianza. “Nuestro primer recuerdo juntas es un viaje por carretera a las montañas. Estuvo lleno de risas y conversaciones sobre arte, libros y películas, y los valores que compartimos. Hubo una sensación inmediata de afinidad”, rememoran las empresarias acerca de su primer encuentro. Detectaron un gusto equivalente y Farina, que llevaba años desarrollando diseños en privado pero se mostraba recelosa a emprender, vio en Cleo a una socia ideal. “Sentí instintivamente que debía proponerle la idea”, explica la alemana. Y con el mismo ímpetu, la princesa Zu Oettingen-Spielberg dijo que sí.

El resto es historia y el presente, La Foresta, su proyecto compartido, que acaba de ver la luz y que encuentra en la nostalgia la piedra angular de su identidad. “Farina aporta una sólida formación empresarial, una visión estratégica y un enfoque decidido y directo. Es muy perseverante y sabe lo que quiere y cómo conseguirlo”. “Cleo suma creatividad, un encanto natural y una intuición social excepcional”, se pirolean la una a la otra. “Compartimos una sensibilidad estética alineada, los mismos estándares, la misma paciencia y la misma visión a largo plazo, por lo que las decisiones son rápidas y eficientes. Hay una dinámica disciplinada y creativa a la vez”, comentan.

“LA PARTE MÁS DESAFIANTE DEL PROCESO HA SIDO RESISTIRSE A LOS ATAJOS. LA DISCIPLINA HA SIDO NUESTRO MAYOR RETO Y NUESTRO COMPROMISO”

Actualizar la estética alpina

El telón de fondo de La Foresta es el paisaje alpino, en especial el de St. Moritz, donde tantas confidencias han compartido las emprendedoras.

¿Cuál ha sido el mayor desafío en la creación de la marca? Ambas coinciden: resistirse a los atajos. “Construir algo con integridad requiere paciencia. Encontrar a los socios adecuados, perfeccionar cada detalle y permitir que el proceso se tome su tiempo. Esa disciplina ha sido nuestro mayor reto y nuestro compromiso más firme”, alegan. El esfuerzo ha valido la pena y son la marca de lujo que querían ser, una de moda lenta. Ahora mismo buscan afianzarse y cimentar una base sólida y coherente. A largo plazo, quieren que La Foresta evolucione hasta convertirse en un universo completo. “Uno que inspire a las personas a vestirse de manera consciente para el campo, las montañas y la naturaleza”, añaden.

Las prendas beben inevitablemente del estilo personal de las dos. “El mío es sobrio pero expresivo. Valoro las piezas que parecen ‘sin esfuerzo’, pero que revelan su calidad a través del corte, el tejido y los detalles. Esta sensibilidad se refleja en prendas ideadas para ser usadas y vividas, no para ser exhibidas. Pensamos muy deliberadamente en los colores y las combinaciones, y cada modelo que creamos juntas es algo que nos encantaría llevar personalmente”, cuenta Cleo. La esencia de la marca se construye sobre la femineidad, la confianza y la durabilidad y tiene en el *janker*-una chaqueta típica de estilo alpino similar a la austríaca- a su mejor representante. “Es nuestro punto de partida: una prenda tradicional reinterpretada con juego y precisión”, subrayan ambas. La primera colección está plagada de piezas refinadas, elegantes, sofisticadas y embajadoras de ese “lujo silencioso” que tanto peso tiene en las tendencias presentes. “La calidad no es negociable”, zanján las fundadoras de La Foresta, cuya labor se orienta hacia mujeres cultivadas y curiosas, con un encanto innato y una sensibilidad especial hacia la moda más atemporal.



Perseverancia, decisión
y un gusto impecable son
cualidades compartidas
por Farina y Cleo,
además de las claves
del éxito de su proyecto.

x.com/byneontelegram

Ó escanea el código QR:



NEWSTALGIA

... para transformar nuestro presente acelerado recuperando

TEXTO: **AMALIA QUIROGA** COLLAGE: **JUAN PABLO C...**

ansformar nuestro presente acelerado recu
TEXTO: **AMALIA QUIROGA** COLLAGE: **JUAN PABLO CHIPE**



Desde mediados del siglo pasado hasta hoy, no ha habido un solo año en el que un hito tecnológico no haya transformado por completo algún ámbito de nuestras vidas. La llegada de Internet, los archivos digitales, los *smartphones*, la mensajería instantánea o la recién aterrizada Inteligencia Artificial -tema de conversación omnipresente- son solo algunos ejemplos de innovaciones que han cambiado a pasos agigantados nuestra manera de entender el mundo y de relacionarnos con los demás y con nosotros mismos. La experiencia de comprar en una tienda se resuelve ahora en apenas dos clics; ya no se piden taxis, se solicitan Ubers; el dinero en metálico es casi inexistente y nuestras colecciones de discos y libros se han reducido a dispositivos diminutos y ultraconectados que nos permiten acceder a bibliografía y discografía disponible desde prácticamente los inicios de la humanidad.

Nos prometieron que nuestra vida material mejoraría notablemente, pero rara vez nos detenemos a pensar en el deterioro de aspectos humanos intangibles como las emociones, la creatividad, la socialización o el bienestar: conceptos que la tecnología jamás podrá sustituir y que para los seres humanos son tan esenciales como el agua o el oxígeno. Por eso no sorprende que en tiempos convulsos como este surjan términos como la *Newstalgia*, un fenómeno en tendencia que combina modernidad con nostalgia por lo retro. La Teoría del Péndulo, una explicación científica comprobada a lo largo de la historia de las civilizaciones, ilustra perfectamente la aparición de movimientos como este: con el tiempo, las sociedades oscilan de un extremo a otro, y cuando la abrumación y la fatiga digital alcanzan su punto álgido nuestro cuerpo pide desconexión y añora épocas pasadas.

VUELTA A LO ANALÓGICO

Mirar hacia atrás ya no es un gesto reservado a los más nostálgicos. Aunque su auge haya nacido en las redes sociales -una paradoja para un movimiento que aboga por reducir el uso de la tecnología-, 2026 se ha proclamado oficialmente como el año del regreso a la vida analógica. Y es curioso cómo especialmente las generaciones más jóvenes, como los Z, han abrazado el término y lo han impulsado desde plataformas como Instagram o TikTok.

El fenómeno se manifiesta en múltiples frentes: desde el furor por las cámaras analógicas y las digitales de los 2000, que hemos visto en manos de *celebrities* como Dua Lipa o Kendall Jenner, hasta el resurgir del vinilo, un formato que parecía condenado a la extinción y que hoy resulta impensable que un artista no incluya en el lanzamiento de su nuevo álbum. A ello se suma la romantización de los auriculares con cable frente a los inalámbricos, una tendencia que ya han adoptado figuras como Kaia Gerber; el renovado aprecio por los libros físicos y el auge de los clubes de lectura; y, en general, todo aquello que nos invita a frenar, a vivir el presente de forma más consciente y pausada. *Hashtags* como *#BringBackFlipPhones* condensan este sentimiento y agrupan cientos de vídeos que añoran una época en la que, aunque seguíamos conectados, lo hacíamos con mucha más intención: enviábamos pocos SMS y exprimíamos cada carácter.

Este regreso a lo analógico no es casual: responde a una saturación digital que nos ha vuelto más conscientes del valor de la lentitud y de lo tangible. En un entorno dominado por la inmediatez y los algoritmos, estos objetos “obsoletos” y rituales “imperfectos” -el grano y los colores distorsionados de una foto o el cable que se enreda en el bolsillo- funcionan como anclas sensoriales que nos devuelven una sensación de control.

LA SATURACIÓN DIGITAL IMPULSA UN REGRESO A LO ANALÓGICO, DONDE LO TANGIBLE Y LO LENTO RECUPERAN VALOR EN LA VIDA COTIDIANA

LA NEWSTALGIA REDEFINE LA INDUSTRIA AL MEZCLAR MODERNIDAD CON NOSTALGIA, INSPIRANDO MODA Y CULTURA CONECTADAS CON EL PASADO

A esta corriente se suma la búsqueda de calma y el auge de los *hobbies* lentos y manuales; solo hay que observar la proliferación de escuelas de cerámica y cafés para pintar o los *run clubs* en las grandes

metrópolis, que se han convertido en refugios frente al ruido digital. Porque, al final, tener el último iPhone o estar en contacto constante con todo el mundo ya no resulta tan atractivo. La disponibilidad 24/7 y entregar nuestros datos a la gran red ha dejado de ser aspiracional: el verdadero lujo ahora es desconectar, preservar el descanso y no sacrificar el sueño. Todo ello compone un mismo impulso cultural: la necesidad de recuperar experiencias más auténticas en un mundo que se mueve demasiado rápido.

LA INDUSTRIA MIRA HACIA ATRÁS

A medida que este movimiento trasciende las comunidades digitales, surge una pregunta inevitable: ¿qué impacto ejerce sobre industrias tan influyentes como la moda, la belleza, la decoración o la cultura? Es

casi una ley no escrita que los directores creativos revisiten una y otra vez los archivos de sus *maisons*, incorporando guiños nostálgicos en cada nueva propuesta. Ahí está, por ejemplo, la genialidad de Matthieu Blazy en Chanel y su última colección, presentada en

una estación de metro abandonada de Nueva York. Desplegaba referencias tan diversas como la película *Tonight or Never* (1931) -para la que Coco Chanel diseñó el vestuario-, una reinterpretación del icónico logo de *Superman* con la doble C, o un maquillaje y un estilismo impregnados de la estética de los años 50 y 60. También destaca la propuesta de Dario Vitale en Versace, una colección saturada de serigrafías de Andy Warhol y códigos visuales propios de los años 80. Una década que, además, ha vuelto a conquistar al público más joven gracias a fenómenos culturales como *Stranger Things*, la superproducción de Netflix ambientada en ese periodo y repleta de homenajes a clásicos de la ciencia ficción como *Alien* o *E.T., el extraterrestre*.

En cosmética, Valentino acaba de presentar *Born in Roma Purple Melancholia*, un perfume concebido como un viaje sensorial a través de la memoria. Su objetivo es despertar recuerdos, canalizar la melancolía y transformarla en un aroma envolvente construido sobre notas de ciruela, vainilla y osmanto, un ingrediente que activa el sistema límbico, la región del cerebro donde se procesan las emociones y los recuerdos.

¿Y qué decir de la decoración? También aquí la *Newstalgia* marca el ritmo. No solo regresan los muebles *vintage*, sino que una nueva ola de piezas contemporáneas inspiradas en el Art Déco, el *Mid-Century*, la *Bauhaus* o el *Space Age* está conquistando interiores llenos de personalidad. La predilección por épocas pasadas es un aspecto más de la búsqueda de calma y control en una época hiperconectada y saturada de información.

ESTACIÓN DE ALTOS VUELOS

Piezas con movimiento y personalidad son el secreto del armario de los nuevos tiempos. ¿Lista para hacer tu 'fashion statement'?

FALDA XXL

Cautivadora, femenina, irresistible... Es hora de visitar una prenda que, ahora, multiplica su volumen y se viste de texturas especiales para que eclipses allá por donde pises.

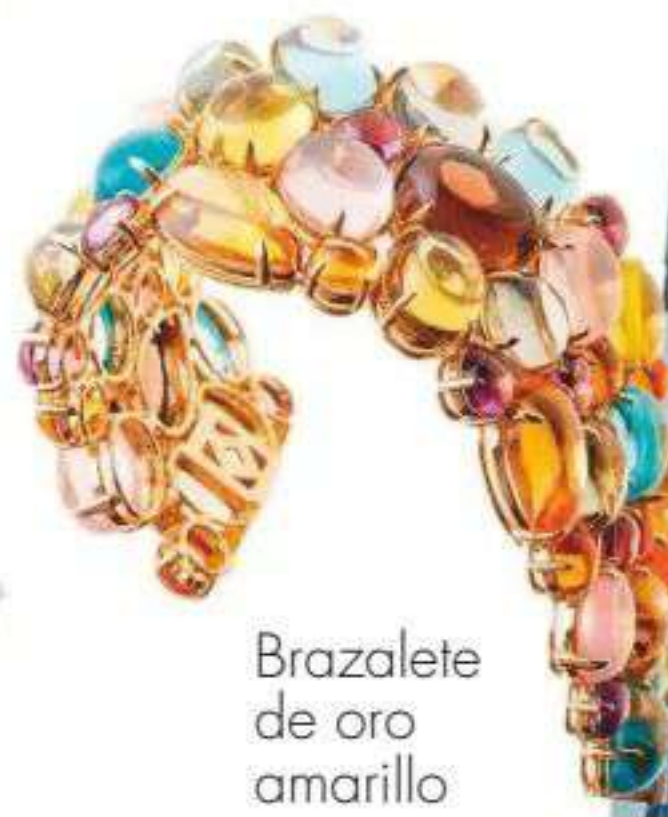
TEXTO: **AMALIA QUIROGA**



Top drapeado
(1.130 €),
de Magda Butrym.



Pendientes
con perlas
(275 €),
de Paulet.



Brazalete
de oro
amarillo
y gemas
multicolor
(c.p.v.),
de Grassy.



Falda
de flores
(815 €),
de Erdem.



Diseño con flores 3D
(c.p.v.), de David Koma.



Salón satinado (1.300 €), de Roger Vivier.

Bolso
combinado
(2.660 €),
de Oscar
de la
Renta.



BALENCIAGA



GIAMBATTISTA VALLI

Bolso trenzado
(c.p.v.), de
Giambattista Valli.



Mule con flor 3D (c.p.v.), de Dior.

GLAMOUR de LARGO
*Las faldas suben de nivel y abrazan siluetas grandes y voluminosas.
La seda, el tul y la organza protagonizan las propuestas más delicadas.*



Falda efecto pelo (3.740 €), de Gabriela Hearst.



Falda satinada (320 €),
de Elisabetta Franchi.

Cartera (950 €),
de Balmain.



Sandalia metalizada (525 €), de Gianvito Rossi.



CON ENERGÍA

El cuero básico y neutro queda relegado a un segundo plano. Decimos '¡Hola!' a cazadoras 'biker', faldas, pantalones y vestidos que abrazan la novedad en forma de prendas recias y vitaminadas.

BOTTEGA VENETA

Gafas rectangulares (c.p.v.),
de Etnia Barcelona.



Bolso asimétrico (1.130 €),
de The Attico.



Pantalón globo (4.900 €), de Alaïa.



Vestido mini (2.112 €),
de Magda
Butrym.



Cinturón (560 €), de Khaite.



Bomber de cuero (c.p.v.),
de Pinko.



Sneaker (c.p.v.), de McQueen.

CUERO a todo COLOR

*El negro cede su protagonismo a una paleta de tonalidades vibrantes.
La gama de burdeos, púrpuras y rosados arrasa en la pasarela.*

Zapato con cuña (890 €), de Balmain.



Falda midi (1.975 €),
de Altuzarra.



Colgante de plata
con baño de oro y
topacios (399 €),
de Aristocrazy.



Gabardina (2.250 €),
de Proenza
Schouler.



Bota de
caña alta (1.195 €),
de Maison
Skorprios.



FENDI



HERMÈS



Vestido midi (810 €), de Norma
Kamali en Net-a-Porter.



Chaqueta bomber (5.200 €),
de Givenchy.



ESTILO en la CALLE

Un tejido regio salpicado de flores, lunares en clave 'girly' y cazadoras 'cropped' aterrizan en el asfalto para despedir el invierno con buen ánimo y mejor gusto.

TEXTO: AMALIA QUIROGA



Dale un giro 'casual'

La aristócrata Beatrice Borromeo actualiza el aire regio del jacquard combinándolo con unos jeans.



TEXTURA & CARÁCTER

Adelántate al buen tiempo apostando por las flores desde ya. Los motivos botánicos multicolor, bordados en relieve, protagonizan los 'jacquard' más exclusivos de la temporada.





Más allá de la chaqueta

Las prescriptoras de moda incorporan también el exclusivo tejido en pantalones, shorts y bolsos.



Pantalón satinado (c.p.v.), de Etro.



Chaqueta estampada (160 €), de Lloyd's en El Corte Inglés.



Bolso tote (2.900 €), de Dior.



Cazadora con detalle de pelo (230 €), de Maràvic.

TOPOS... ¡Y OLÉ!

Faldas, camisas, chaquetas, zapatos... Lunares de todos los tamaños se imprimen sobre un gran repertorio de siluetas y accesorios que cobran sabor español. Si hay un binomio que triunfa, es en blanco y negro, el predilecto de las 'it girls'.



Aire lencero
Los vestidos y tops de lunares, en tejidos satinados y con detalles de encaje, son el flechazo más girly de la temporada.



Camisa con lazada (27,95 €), de Zara.



Falda midi (345 €), de Ganni.



Falda globo (590 €), de Patou.

Top lencero (45,99 €), de Mango.



Zapato de salón (c.p.v.), de Amina Muaddi.

EFFECTO 'CROPPED'

En cuero, ante o 'teddy', las cazadoras 'biker' se reinventan en clave sofisticada. Su patrón, más corto, termina justo a la altura de la cintura y es ideal para estilizar la figura y elevar cualquier look. ¡Promete convertirse en la estrella!



Cazadora biker
(495 €),
de Claudie Pierlot.



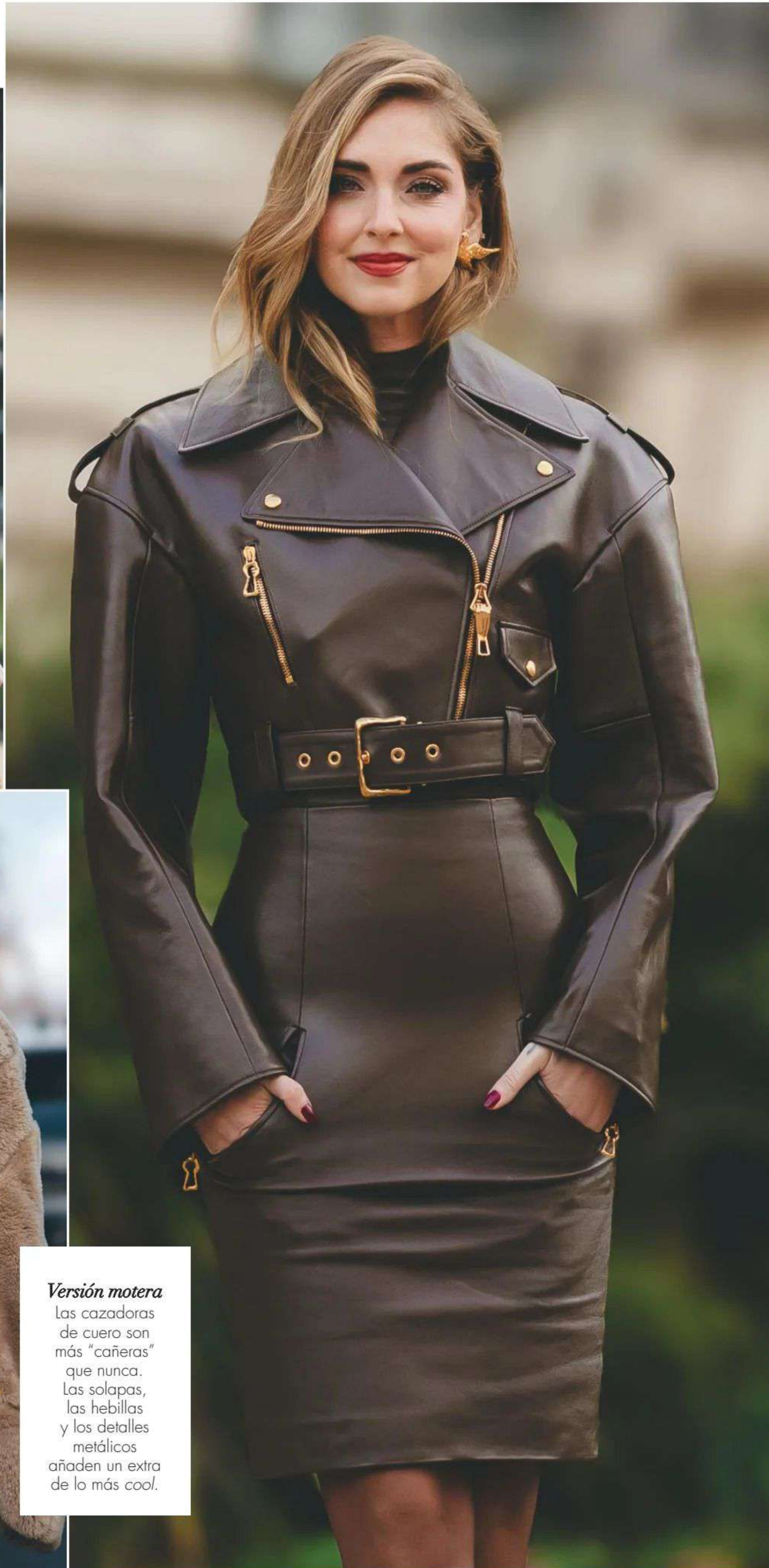
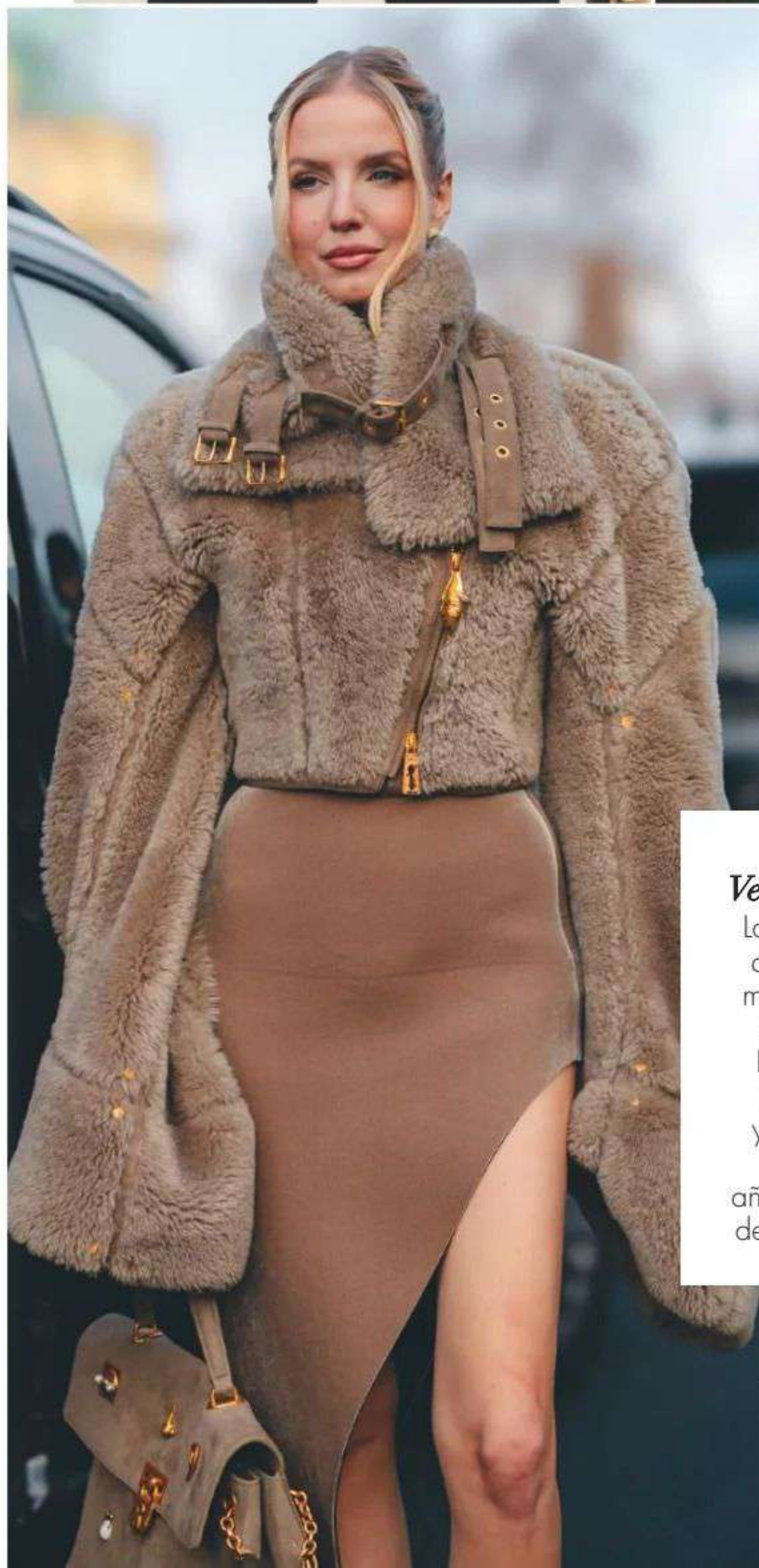
Con aplicaciones
metálicas (c.p.v.),
de Gabriela Hearst.



Bajo asimétrico
(2.310 €),
de Magda Butrym.



Con logo
(3.300 €),
de Prada.



Versión motera

Las cazadoras de cuero son más "cañeras" que nunca. Las solapas, las hebillas y los detalles metálicos añaden un extra de lo más cool.

‘Leggings’, blusas & ESTILO

Se alargan las horas de luz y también la lista de planes en la agenda. Con estos estilismos protagonizando tu armario, llegarás a todos como la mejor vestida.

TEXTO: ISABEL SERRA



Blusa satinada (89,00 €), de Nurrrk.

Leggings (29,99 €), de Woman El Corte Inglés.

Sandalia blanca (45,99 €), de Mango.

Leggings tobilleros (76 €), de Girlfriend Collective.

Blusa animal print (29,95 €), de H&M.

Chaqueta con alamares (195 €), de Laganini.

CHLOÉ



JUEGA CON VOLUMENES



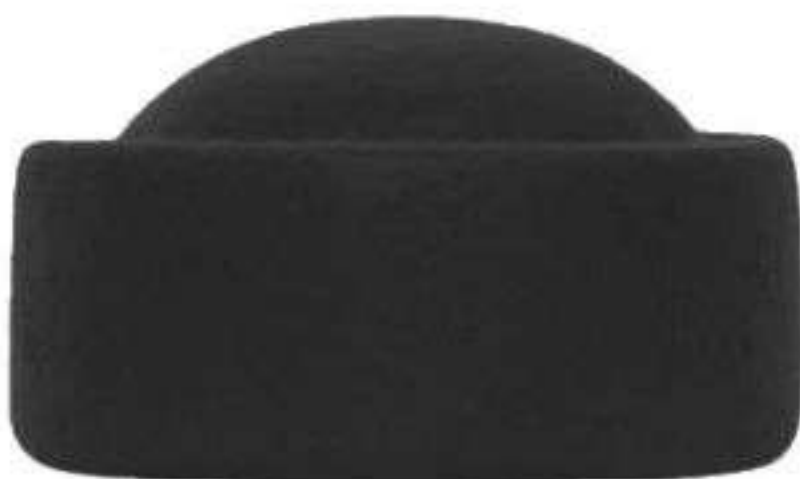
Justa PROPORCIÓN

El regreso de los pantalones ajustados ha llegado a la facción más sofisticada y nocturna del guardarropa. Con blusas elegantes -el satén será tu aliado- y accesorios vistosos, incluso el *legging* más informal competirá con un vestido de fiesta.

ELEVA EL LOOK



Collar de eslabones (13,99 €), de Misako.



Sombrero tipo casco (59 €), de Arket.



Pendientes de cerámica (125 €), de Aca Cerezo.



Anillo cruzado (22,95 €), de Singularu.

UN ACCESORIO POTENTE NO DEJARÁ QUE

LA RUTINA SE INSTALE EN TUS 'OUTFITS' DE TRABAJO

Pantalones culotte (35,99 €), de Easy Wear en El Corte Inglés.

Americana clásica (29,99 €), de Stradivarius.

Bolso de ante (145 €), de Charles & Keith.

Salón con tacón triangular (185 €), de Bimba y Lola.

Bailarinas de satén (155 €), de Sézane.

Polo de canalé (29,99 €), de Monki.

Chica DE ASFALTO

Alegra hasta la ropa de oficina restándole sobriedad a tu traje. Unas bailarinas satinadas o una libreta romántica harán que ir a trabajar sea más motivador (y estiloso).

Reloj (99 €), de Viceroy.

Libreta (23,95 €), de Kokonote.

Termo para café (36 €), de Stanley.



CELINE

DELICADO TOQUE ‘Glam’

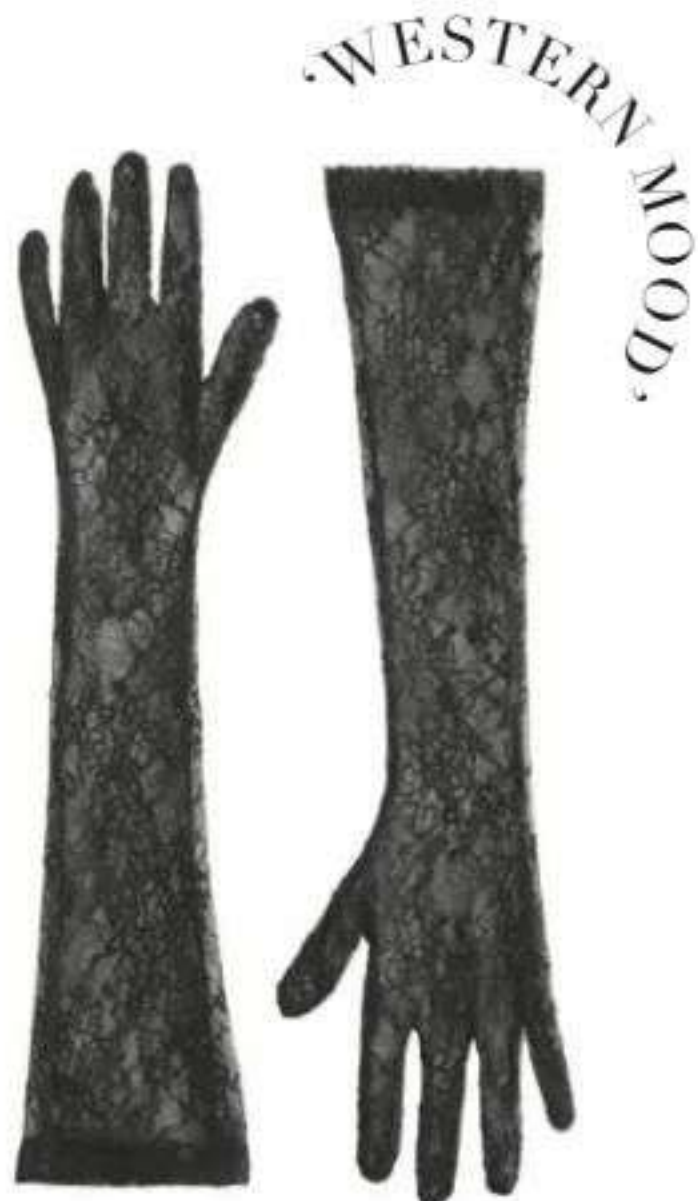
La transición hacia un armario más primaveral ha encontrado en los guantes una solución práctica y elegante. Búscalos largos y especiales y atrévete a combinarlos con vestidos cortos y *babydoll*.



Guantes con tachuelas (39,99 €), de Mango.



Vestido floral (157 €), de Stine Goya.



De encaje (49 €), de & Other Stories.



Con apliques joya (69,99 €), de H&M.



De tul (50 €), de Guante Varadé.



Vestido rosa pastel (240 €), de Rotate.

PIEZAS CLAVE



Bolso metalizado (159 €), de Tous.



Gafas cateye (200 €), de Anine Bing.



Pendientes largos (139 €), de Pandora.



Anillo con perla (49 €), de Aristocrazy.

UNA PEQUEÑA GRAN REVOLUCIÓN

EN EL UNIVERSO DE LA CAMISAS



Camisa con mangas farol (149 €), de MarÁvic.



Blusa rosa pastel (293 €), de Maje.



Camisa con lazo (35,95 €), de Zara.



Blusa satinada (130 €), de María de la Orden.



Camisa de rayas (90 €), de Cherubina.

Maxi LAZOS

A estas alturas del año, ya estamos cansadas de tanto minimalismo estético, y las camisas y blusas pussy bow llegan justo a tiempo para salvarnos del aburrimiento a lo grande.



SAINT LAURENT

Lucía SIN LÍMITES

*Consagrada como uno de los rostros favoritos de la moda española, la madrileña **Lucía López** asiste a su propio renacimiento. Sus sueños no tienen techo y apuntan a las grandes pasarelas internacionales.*

PRODUCCIÓN: **THE CREW** FOTOGRAFÍA: **JESÚS ISNARD** TEXTO: **ISABEL SERRA**



“TODAVÍA
RECUERDO CÓMO
ME TEMBLABAN
LOS TOBILLOS
EN MI PRIMER
DESFILE EN PARÍS.
¡LA PASARELA
ME PARECÍA
KILOMÉTRICA!”

MUCHAS FLORES
El estampado floral
vuelve en su versión
más romántica.
Lucía lleva falda
de **Louis Vuitton**
combinada con
joyas de **Suarez**.



A CAPAS

Nunca un traje fue tan especial. En la imagen, Lucía López defiende un *total look* de **Dior** y joyas de **Bvlgari**.

A full-page photograph of a woman with long brown hair, looking off to the side with her arms raised. She is wearing a dark, semi-transparent dress with a large floral pattern and several colorful, three-dimensional floral appliques. The background is a soft-focus field of tall, dry grass under a clear sky.

**TRANSPARENCIAS
EN JUEGO**

La delicadeza
del tejido
semitransparente
se acentúa mediante
apliques florales.
La modelo posa con
total look de **Fendi** y
anillos de **Dinh Van**.



VA DE TEXTURAS
Lucía lleva vestido
con *cut-out* de
Hermès y joyas
de **Suarez**.
En la otra página,
con top de gasa
de **Max Mara** y
pendientes de
Nina Ricci.

“NO HAY QUE
TOMARSE LOS
‘NOES’ COMO
ALGO PERSONAL.
SI NO ES ESA
OPORTUNIDAD
VENDRÁ OTRA”







“DESDE HACE
UN AÑO HAGO
MEDITACIÓN.
Y SER CONSTANTE
CON MIS
ENTRENAMIENTOS
ME AYUDA A
VOLVER
A TIERRA”

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

O escanea el código QR:



x.com/byneontelegram

x.com/byneontelegram

byneon
Neon147

byneon
Neon147

**OTRA CARA DEL
'ANIMAL PRINT'**
El vestido de leopardo
se tiñe de metal.
Lucía López, con
un diseño de **Stella
McCartney**.



**VOLANTES
A TODO VOLUMEN**
El detalle más clásico
de la moda nacional
adquiere otro cariz
en este diseño de
Blumarine que combina
largos asimétricos
y volúmenes.



BELLEZA INDÓMITA
Lucía López
posa con vestido
largo y bordado
de **Nina Ricci** y
pulsera de **Rabat**.



RUTA SALVAJE
La modelo, con un vestido con detalle azul, de **Ferragamo**, y pendientes de **Bvlgari**.

Las modelos han tenido que acostumbrarse a convivir con la palabra “no”. Forma parte de su día a día y lo mejor que pueden hacer es tomárselo como Lucía López, nuestra protagonista y maniquí consagrada, que ha aprendido a gestionar con paciencia y sensatez las negativas. “Si no es esa oportunidad, vendrá una siguiente”, afirma. En el modelaje, como en la vida, cuando se cierra una puerta se abre una ventana. O un ventanal. O incluso aparece un caballo blanco para elevar la fotografía a una categoría solo reservada a algunas disciplinas artísticas. “Tuvimos que repetir un look, ya que la luz no cuadraba con la historia. Fue la oportunidad perfecta para demostrar que esa repetición ocurrió por un motivo: tuvimos la suerte de que apareciera un caballo blanco en escena y pudiéramos poner la guinda al pastel”, recuerda.

Todo pasa por algo, incluso los finales que no auguran despedidas sino segundas oportunidades. Hablamos con la modelo madrileña sobre la solidez de su carrera en la industria y sobre soñar a lo grande.

-Llevas una década trabajando en la moda. Echando la vista atrás, ¿podrías elegir el momento de tu carrera que más significado ha tenido para ti?

-No podré borrar jamás de mi mente mi primer desfile en París, bajo la Torre Eiffel y para Saint Laurent. Sobran las explicaciones ante semejante acontecimiento. Ya no solo porque París siempre va a ocupar un espacio muy importante en mi corazón, por ser mi ciudad favorita, sino por tener la suerte de que mi primer desfile en una de las capitales referentes de la moda fuera para una casa tan

“ESTOY SOÑANDO A LO GRANDE EN TODOS LOS ASPECTOS. NO VEO NINGÚN LÍMITE”

histórica. Todavía recuerdo cómo me temblaban los tobillos desfilando por esa pasarela que parecía kilométrica.

-¿Qué te gustaría que pasara en tu carrera en un futuro inmediato?

-Últimamente estoy soñando a lo grande respecto a todos los aspectos que pueden definir la carrera de una modelo. He tenido la suerte de, después de tantos años, poder contar con la oportunidad de renacer, gracias al gran apoyo de mi nueva agencia. No veo ningún límite a día de hoy para poder regresar a las grandes pasarelas internacionales.

-¿Alguna vez has deseado tener un trabajo de oficina y no lidiar con una agenda tan complicada?

-Siempre he sido muy consciente de la suerte que tengo por poder dedicarme a un trabajo tan dinámico. Me considero una persona curiosa y activa, así que estar frente a una pantalla muchas horas al día acabaría agotándome mentalmente.

-En esta profesión, las modelos reciben muchos “noes”. ¿Cómo ha evolucionado tu manera de afrontarlos?

-Después de tanto tiempo, es importante ser consciente de que por muchas negativas que puedas recibir eso no determina tu valía dentro de este trabajo. Hay muchísima competencia constantemente y existen otros factores que pueden determinar esa decisión. No hay que tomárselo como algo personal. Si no es esa oportunidad vendrá una siguiente.

-¿Qué recursos utilizas para seguir conectada contigo misma?

-Desde hace un año hago meditación, aparte de ser muy constante con mis entrenamientos, que me ayudan a volver a tierra y a dedicarme momentos a mí misma. Intento seguir manteniendo relación con mi gente, aunque ¡soy un desastre con el teléfono!

-¿Qué le dirías a la Lucía que empezaba?

-Que disfrute al máximo, porque todo va a salir bien. No hay nada que deba agobiarte, ya que de una manera u otra toda experiencia te va a nutrir y a enseñar. Y que cuando se cierra una puerta se abre una ventana.

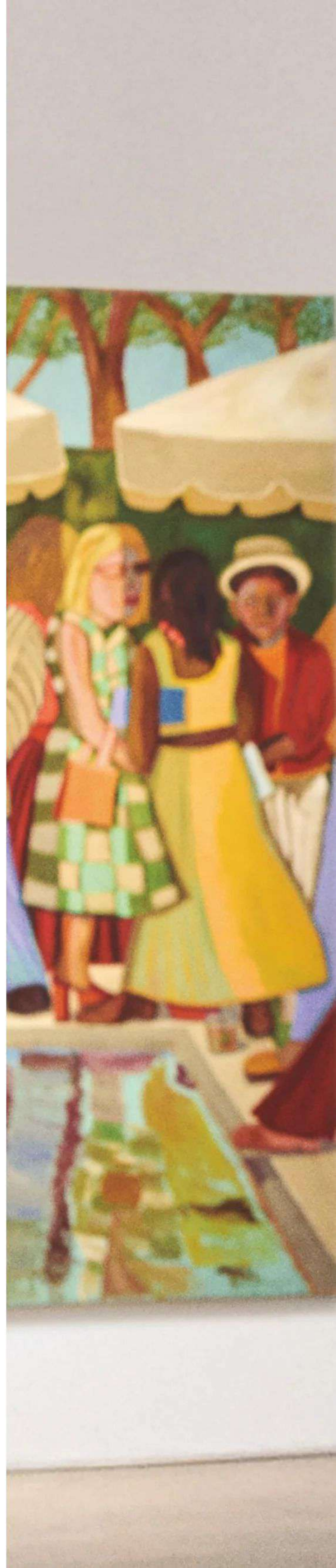


**ELEGANCIA Y
DELICADEZA**
Eugenia Silva
y Lucía López posan
con vestidos de
Palomo Spain y joyas
de **Rabat**.

Una • Vida de Arte

Creció en una familia vinculada al panorama artístico y este año cumplirá 15 años como historiadora del arte en Christie's España. Adriana Marín Huarte, duquesa de Aliaga, nos habla con pasión de universos creativos, familia y el legado de la Casa de Alba, de la que forma parte.

PRODUCCIÓN: **INÉS DOMEcq** FOTOGRAFÍA: **CHESCO LÓPEZ** TEXTO: **MARÍA ELVIRA**





ENVUELTA EN ROJO

El color de la pasión entraña una enorme carga visual. En la imagen, la duquesa de Aliaga posa con una capa de **Antonio Velasco**.

“ME GUSTA
COLECCIONAR
OBRAS DE
AMIGOS
ARTISTAS,
PORQUE HAY
HISTORIAS
DETRÁS DE LOS
OBJETOS”

ELEGANCIA NEUTRA

La gama tonal del marrón claro o el beis se revela como una opción apta para contextos sofisticados. Junto a estas líneas, Adriana luce un vestido cámel de Baro Lucas.

ESTILO LADY

Cinturas
marcadas y
faldas con
volumen
caracterizan
el vestir más
típicamente
femenino. La
historiadora del
arte actualiza
esta estética con
un *total look*
de **Prada**.

“VER UNA
COLECCIÓN TAN
BIEN CUIDADA
Y GESTIONADA
COMO LA DE LA
CASA DE ALBA
ME PRODUCE
UNA PROFUNDA
ADMIRACIÓN”



DÍAS DE PRIMAVERA

No toda la moda de la temporada rinde pleitesía a las flores. Lo botánico se plasma en otros *prints* y detalles. A la izquierda, la duquesa de Aliaga lleva vestido con bordados de Mariano Moreno y anillos de Roberto Coin.



**MÁS ALLÁ
DE LO TÍPICO**

Las invitadas se
inspirarán en este *look*
que anima a buscar
alternativas al vestido.
Adriana lleva un *total*
look de **Max Mara**.



MADE IN SPAIN
Adriana Marín se convierte en una embajadora exquisita de las firmas nacionales. Junto a estas líneas, con vestido de **Lucía Vía** y cinturón de **The IQ Collection**. En la página siguiente lleva vestido y pañuelo de **Palomo Spain**.

No hay plató más inspirador para Adriana Marín Huarte que una galería. Ahí, la duquesa de Aliaga, licenciada en Historia del Arte, concilia un Max Mara con un cuadro de Abraham Lacalle o un Miu Miu con las esculturas de Julio Galindo y es capaz de hablar con la misma pasión de arte que de moda, cuando esta última entraña un significado. “Ver el desfile último de Schiaparelli, con Daniel Roseberry, él hablando tanto de la Capilla Sixtina y de Miguel Ángel... O todo lo que hace Jonathan Anderson. Me interesa mucho, sobre todo la parte creativa”, confiesa Adriana, que este año cumplirá quince años al frente de los departamentos de Pintura Antigua y Siglo XIX de Christie’s España y se asoma a nuestras páginas, por vez primera, “con respeto”, el mismo que reconoce sentir por el título nobiliario que recibía tras contraer matrimonio, hace casi una década, con Luis Martínez de Irujo y Hohenlohe-Langenburg, nieto mayor de la duquesa de Alba. “Por mi vocación de historiadora, siempre me ha gustado entender los legados y la tradición. Por eso, representar un título con tanta historia ligada a la Corona de Aragón es una responsabilidad que afronto con mucha ilusión y pensando en cómo darle continuidad hoy”, reconoce.

¿De dónde nace tu amor por el arte y la creación?

“Crecí en una familia muy vinculada al panorama artístico en los años 60 y 70. Mi abuelo Juan Huarte fue amigo de muchísimos artistas que hoy son figuras fundamentales del siglo XX español, como Sáenz de Oiza, Eduardo Chillida, Pablo Palazuelo, Jorge Oteiza o Antonio López. También tuvo una productora de cine, X Films, y organizó, en 1972, un hito muy importante para la España de aquella época, que fueron los llamados *Encuentros de Pamplona*, un revulsivo artístico que trajo a John Cage, un compositor estadounidense totalmente rompedor para la época, o el *kathakali* de Kerala; los artistas hicieron *happenings* en Pamplona durante varios días. Mi abuela conoció mucho a Cristóbal Balenciaga y fue quien le hizo su traje de novia, que era espectacular.

“MÁS ALLÁ DE LA MODA,
INÉS (DOMECCO, SU
CUÑADA) Y YO TENEMOS
MUCHA RELACIÓN Y
COMPARTIMOS LOS
VALORES DE LA FAMILIA”





Decidí casi por un impulso instintivo estudiar Historia del Arte. Me fui un año de Erasmus a la Sorbona. Imagínate París, y yo rodeada de galerías, museos... Hice prácticas en Christie's y ese momento fue clave. Había una energía magnética. Han pasado casi 15 años y no hay un día igual, lo cual me hace pensar que fue una decisión correcta.

-¿Te atrae el mundo del coleccionismo?

-Trato de apoyar a amigos artistas. Tenemos fotografías de Alejandro Guíjarro, que ha tenido galería en Londres y ahora hace unas cosas alucinantes en su estudio en Carabanchel. A una amiga mía que pinta vajillas, María Castellanos, le encargué una especial para nosotros. Tengo alguna pieza de Llorens-Artigas, un ceramista español impresionante, y un cuadro de mi abuela, que fue copista del Museo del Prado en su juventud. Me gustan las historias que cuentan los objetos.

-También disfrutas "perdiéndote" en subastas...

-¡Sí! Justo hemos vendido en Nueva York el boceto de Miguel Ángel del pie de una sibila de la Capilla Sixtina por 27,2 millones de dólares, un récord en subasta para el artista. Hace poco subastamos la colección *Mathilde and Friends in Paris*, con objetos, prendas de moda, etcétera, de Mathilde Favier, directora de *celebrities* mundial de Dior. Aún recuerdo la de George Michael y la energía que había en King Street. No piensas que estás en las oficinas de Christie's. De repente entrabas y sonaban las canciones de *Faith*, con toda su colección

**"MIS NIÑAS
-MENCIA Y
CARMEN- ME
HAN DADO UNA
ENERGÍA QUE
NO SABÍA QUE
TENÍA Y ME
HAN HECHO
EQUILIBRAR
PREFERENCIAS
Y SER MÁS
PACIENTE Y
EMPÁTICA"**

**"POR MI VOCACIÓN DE
HISTORIADORA, SIEMPRE ME
HA GUSTADO ENTENDER LOS
LEGADOS Y LA TRADICIÓN.
REPRESENTAR UN TÍTULO COMO
EL DE DUQUESA DE ALIAGA ES
UNA RESPONSABILIDAD QUE
AFRONTO CON ILUSIÓN"**

alrededor. Resultó moderno y muy rompedor. O de Charlie Watts, batería de los Rolling Stones.

-Imagina que puedes teletransportarte al pasado. ¿En qué movimiento artístico te sumergirías?

-¡Sería increíble! Igual llega un momento en que, con todos los avances tecnológicos, podamos viajar en el tiempo. Me apasionaría volver al Renacimiento italiano, porque fue una época de esplendor brutal: que acabase la Edad Media y surgiese una corriente no solamente de arte, sino de ciencia y filosofía que aún hoy sigue fascinando a todo el mundo. Imagínate en aquella época en la que la gente pudiera ver algo como lo que hizo Miguel Ángel. Alucinante

-Hablemos de moda. ¿Sigues las tendencias?

-La moda en sí me gusta muchísimo, sobre todo lo que concierne a la creación. Las tendencias no las sigo tanto porque, al final, tengo mi estilo y no estoy tan metida en ese mundo.

-Tu cuñada, Inés Dimecq, es todo un referente de estilo. ¿Le pides consejo?

-Por supuesto. Además, me encanta su marca. Y no lo digo por decir. Hacer ropa es como construir una pieza, y los cortes que hace Inés con ella ayudan a definir, a estilizar o a dar el volumen correcto al cuerpo, como haría una escultora con su escultura. Más allá de la moda, tenemos mucha relación y ambas compartimos los valores de la familia. Intentamos vernos a menudo y que nuestros hijos estén juntos.

-Tienes dos niñas, Mencía y Carmen, de siete y cinco años. ¿Qué te ha enseñado la maternidad?

-Estoy apasionada. Me ha dado una energía que no sabía que tenía. Me ha hecho crecer, ser más empática y paciente y equilibrar las preferencias, poner todo en perspectiva y dar importancia a las cosas que realmente la tienen. Estoy viviendo esta etapa con absoluta fascinación. ¡Me enseñan más ellas a mí que yo a ellas!

-¿Les inculcas tu pasión por el mundo artístico?

-Las llevo a museos, exposiciones... lo intentamos hacer divertido. Recuerdo una de Magritte en el Thyssen. Me decían: "¡Fíjate, mamá! Ha puesto una nube en una copa". Con su mirada espontánea y naíf, nos hacen ver cosas que hemos perdido. Esa perspectiva tan fresca me divierte muchísimo. Todo cala y todo suma. Te vas nutriendo desde pequeño. Y les inculco mucho la creatividad: están todo el día pintando, van a un taller de cerámica... en casa hacemos mucho trabajo manual. Me parece una forma interesante de acercarse al arte.

-Este año celebras una década de casada. ¿Qué es para ti lo más bonito del matrimonio?

-El proyecto vital que tenemos Luis y yo, haber formado una familia y nuestras dos niñas. Tenemos muchos planes de futuro y estamos muy contentos.

-¿Cómo vives desde dentro el legado de la Casa de Alba, que atesora una de las colecciones privadas más importantes de Europa?

-Desde el punto de vista de historiadora del arte, ver una colección tan bien gestionada y tan cuidada y la forma en que están llevando el legado me produce una profunda admiración. Y lo que supuso Cayetana de Alba, que fue todo un referente y una mujer única.



SABER VESTIR

El buen gusto se lleva en el ADN y está presente en cualquier estilismo, sea básico o elevado. En la otra página, la duquesa de Aliaga luce un vestido de **The IQ Collection** y un brazalete de **Bulgari**. Sobre estas líneas, con vestido de **Baro Lucas** y anillos de **Roberto Coin**.

and the OSCAR *goes to...*

Arranca la temporada de galas, alfombras rojas, vestidos de alta costura y estilismos inolvidables, donde la moda despliega toda su fantasía. ¡Qué bonito es soñar a lo grande!

PRODUCCIÓN: **THE CREW** FOTOGRAFÍA: **JESÚS ISNARD**





La modelo lleva
vestido con plumas
de **Gucci**, zapatos de
Jimmy Choo y joyas
de **Suarez**.



Sobre estas líneas, la maniquí posa con americana de **Dior**, falda de **Claro Couture** y joyas de **Rabat**.

OJOS
AHUMADOS,
VESTIDOS DE
LENTEJUELAS,
ESMÓQUINES
Y TACONES
DE AGUJA
CONFORMAN
EL FONDO DE
ARMARIO DE
UNA ESTRELLA
DE CINE



Sobre estas líneas, el
modelo lleva *total look*
de **Giorgio Armani**,
y ella, vestido de **Jan
Taminiau**, collar de
Bvlgari y zapatos
de **Ferragamo**.



En estas páginas, nuestras protagonistas posan con vestido con escote *bardot* de **Ze García** y joyas de **Carrera y Carrera**, y vestido negro de **Jan Taminau**, joyas de **Bulgari** y zapatos de **Christian Louboutin**. El modelo lleva traje de **Mans Concept**, camisa de **Emidio Tucci**, zapatos de **Gianvito Rossi** y broche de **Del Páramo Vintage**.



¿TE IMAGINAS
IR A LA FIESTA
DE LOS OSCAR?
VESTIRÍAS
CON PLUMAS,
VOLÚMENES,
DIAMANTES,
SATENES
Y MUCHO
MUCHO *STRASS*

ENLACE AL CANAL

[x.com/byneontelegram](https://t.me/byneontelegram)

O escanea el código QR:



En la imagen, a la izquierda, la modelo luce *total look* de **Louis Vuitton**. A la derecha, su "compañera de reparto" posa con vestido de **Claro Couture** y zapatos de **Aquazzura**. Ambas llevan joyas de **Cartier**.





Sobre estas líneas, la modelo, en un guiño a la actriz Jennifer Lawrence, posa con vestido de **Andrew Pocrid**, pendientes de **Del Páramo Vintage** y anillo de **Rabat**.



Junto a estas
líneas, la
modelo posa
con *total look*
de **Chanel**.





LO MEJOR
SIEMPRE PASA
CUANDO NO
HAY CÁMARAS,
FOCOS O
MICRÓFONOS.
CUANDO BAJA
EL TELÓN, SUBE
LA DIVERSIÓN

De izq. a dcha., la
modelo lleva vestido de
Giorgio Armani y joyas de
Chaumet; él luce camisa
de Mans Concept, pantalón
de Saint Laurent, pajarita
de Giorgio Armani y
reloj de Cartier; la tercera
protagonista posa con
vestido de Max Mara y
joyas de Dinh Van.



Y EL PREMIO OSCAR
A LA MEJOR VESTIDA ES PARA...

ESTILISMO: FONCHI NAHUM. MAQUILLAJE: MARIO RUBIO. PELUQUERÍA: CARLOS DÍAZ GARCÍA. ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA: ALEJANDRO VAQUERO MARTÍN. ASISTENTE DE ESTILISMO: FE CATUBIG

EN HOLLYWOOD
O EN LA
VERBENA, NADA
DE DESAYUNO
CON DIAMANTES.
MEJOR, UNAS
FRENCH FRIES

En la página de la izquierda, la modelo
lleva joyas de **Carrera y Carrera**.
Sobre estas líneas, la maniquí posa
con vestido de **Palomo Spain**, joyas
de **Swarovski** y zapatos de **Lodi**.

Belleza



ISABEL MARANT

¿Y si me corto **FLEQUILLO?**

Este gesto tan sencillo tiene la capacidad de transformar por completo tu imagen y tus facciones. Si te decides a pasar tijera, quédate con dos estilos que, aunque opuestos, pisan fuerte. Y elige equipo: ¿'boho' o 'preppy'?

TEXTO: AMAIA LEÓN

El desfile de Brigitte Bardot, el largo y setentero de Jane Birkin o el cortísimo que Audrey Hepburn llevaba en *Desayuno con diamantes*. Hay flequillos que han hecho (casi) tanta historia como las mujeres que los lucían, y esta es solo la primera prueba del poder que tiene el sutil corte. Un flequillo es capaz de transformar nuestra imagen, nos permite cambiar de look solo con un tijeretazo y también es un elemento estratégico para resaltar -u ocultar- algunos de nuestros rasgos. Si lo cortamos justo por encima de las cejas, enfatiza la mirada. Si llega casi a los ojos, marca más el pómulos, pero también otorga presencia a la nariz. Y siempre, sea como sea, es una buena opción para armonizar los rostros muy alargados. Pero la mejor razón por la que deberías apuntarte al flequillo es para transmitir tu personalidad a través de tu peinado y convertirlo en un rasgo más de tu look, como lograron las tres famosas actrices. De entre todos los diseños de flequillo posibles, las tendencias han encumbrado dos como los cortes estrella de la temporada: *boho* y *preppy*. ¿Cuál quieres que sea el tuyo esta primavera?

ESPÍRITU 'BOHO'

Moda y belleza van siempre de la mano: numerosas tendencias que, primero, llevamos inspiran peinados y maquillajes poco después. Esto es precisamente lo que ha sucedido con la estética bohemia, que gracias a Chloé, Isabel Marant y Etro ha despuntado en las tiendas en los últimos meses. Ahora, este estilo relajado, libre y algo *hippie* conquista las melenas de las chicas más románticas a través de ondas, capeados y el flequillo más cómodo, que se consolida como uno de los cortes más deseados de la temporada, según nos confirma Sonia de Teresa, estilista de Luis&Tachi: "Su éxito está en la naturalidad y en la capacidad de adaptarse a distintos rostros y texturas, aportando movimiento sin rigidez y un aire desenfadado muy actual", explica. Y es que, en realidad, el *boho* no es uno, sino muchos flequillos con el mismo espíritu: la búsqueda del equilibrio entre *rock & roll* y femineidad.

Por eso, la tendencia puede adaptarse fácilmente a diferentes tipos de rostros y también de cabellos. En el caso de texturas onduladas y rizadas, Sonia de Teresa aconseja un flequillo más corto y desordenado. Así el acabado natural cobrará protagonismo. "El secreto está en potenciar la ondulación con productos de *styling* que definan sin apelmazar y ayuden a proyectar los volúmenes del corte de forma orgánica", recomienda.

"En cabellos finos y lisos, el flequillo estilo cortina aporta equilibrio y suaviza las líneas del rostro", continúa la experta. Este corte, el más



Champú refrescante Dry Shampoo (36,00 €), de I.C.O.N.

Spray texturizante Un.done (30 €), de Amika.



MOSCHINO



Cepillo para dar volumen La Brosse à Brushing N°1 (82 €), de Hair Rituel by Sisley.



Mascarilla para pelo rizado Curl Expression (25,85 €), de L'Oréal Professionnel.



DIOR

UN CORTE SIN REGLAS

"El flequillo *boho* es universal", afirma la peluquera Sonia de Teresa. Se adapta a todos los óvalos de la cara y texturas de pelo y está pensado para lograr movimiento natural. Peinarlo también es fácil: "Bastan un secado suave, dirigiendo el aire hacia los lados y evitando volumen en la raíz, y un sérum ligero para definir y pulir", detalla la profesional.



LUISA SPAGNOLO



ESTÉTICA 'COLLEGE'

Para mantener el flequillo naif bien peinado durante todo el día, Moncho Moreno recomienda "aplicar un producto de fijación ligero sobre el pelo húmedo, secarlo hacia delante y luego cepillarlo para darle caída natural. Termina con aire frío para fijarlo y, si hace falta, un toque de plancha solo en las puntas".



Spray protector Bond, J'aimé Bond (19,99 €), de Moncho Moreno.

Laca fijadora Hairspray (24,90 €), de Rituals.

característico del estilo bohemio, también se recomienda si tienes la cara en forma de diamante. Para rostros más cuadrados o en el caso de melenas densas y abundantes, la experta propone crear una onda rota a través de un flequillo muy largo y degradado que se integre con el resto de la melena.

La clave, en todas las opciones, es que el acabado parezca *effortless*, como si apenas nos hubiéramos peinado. Y esto solo se consigue con un buen corte en manos de un profesional. Por eso, nada de experimentar en casa, por muy sencillo y relajado que te resulte el look que quieres copiar. Recuerda: el estilo bohemio transmite despreocupación, pero está tan milimétricamente pensado como cualquier otro.

AIRES 'PREPPY'

Justo en el otro plato de la balanza de las tendencias de moda y belleza gana posiciones la estética *college* o *preppy*, defendida por Miu Miu, Ralph Lauren o incluso Chanel. En lo

referente al cabello, este estilo clásico, marcado por las prendas universitarias, se traduce en flequillos rectos o ladeados, pero siempre, siempre, perfectamente peinados. Como cuenta el estilista Moncho Moreno, "este flequillo suelen pedirlo mujeres elegantes, que cuidan mucho su imagen y les gusta verse pulidas pero sin perder naturalidad. Disfrutan peinándose y buscan un acabado impecable".

El corte, como ocurre con el *boho*, también puede (¡y debe!) personalizarse. El más popular es el flequillo tupido por encima de las cejas, un corte con cierto aire infantil que, justamente por esa razón, rejuvenece instantáneamente. "Es perfecto para rostros redondos o con facciones marcadas porque aporta un toque desenfadado", opina Moncho Moreno. "También



Cepillo desenredante The Ultimate Detangler Rosebud (18 €), de Tangle Teezer.

Secador plegable Nano On The Go! (130 €), de Rowenta.



se lleva bien con cabellos finos o con ondas suaves, pero no es la mejor opción para cabellos muy gruesos o rígidos, porque puede verse muy pesado". En esos casos, un "falso flequillo" -como propone Balmain (sobre estas líneas, chica con la raya en un lateral y peinado asimétrico)- puede ser una excelente opción para probar el look *preppy* sin riesgo a equivocarse.

En rostros ovalados o alargados, Moncho Moreno aconseja optar por flequillos algo más largos, que lleguen a la altura de los ojos. "Ayudan a equilibrar las proporciones y resaltan la mirada", explica. Eso sí, no lo elijas si tu pelo es muy rizado, muy fino o tienes remolinos en la zona frontal. "Sería complicado mantener la forma a lo largo del día", asegura el experto. Y no le falta razón al hacer énfasis en ese aspecto, ya que lo más característico

5 TRUCOS PRO

1 Textura

Uno de los factores que más condicionan el éxito de un flequillo. En general, el tipo *college* queda mejor con pelo liso, mientras que el *boho* se adapta a ondas y rizos.

2 Facciones

Otros aspectos que tu peluquero debe valorar: la forma de tu rostro y los rasgos que quieras destacar. Es esencial personalizar el flequillo para que te rejuvenezca de verdad.

3 Mechas

Si vas a hacerte un trabajo de coloración, como las populares mechas *contouring*, pide que te corten el flequillo antes de marcar el color. Así obtendrás un resultado más preciso.

4 Retoques

El flequillo requiere ser cortado habitualmente para mantenerlo bonito. Si eliges uno bohemio, tendrás que retocarlo cada mes. Y si eres de *preppy*, cada tres semanas, aproximadamente.

5 Protector térmico

Úsalo cada día para evitar que el secador y las planchas dañen tu flequillo, que además va a ser la parte de tu pelo que más se vea.



del flequillo *preppy* es su acabado perfecto y pulido. Por eso, si tu pelo tiene una forma muy marcada y por mucho que lo estires y alises vuelve a su onda natural, tal vez este flequillo no sea el más adecuado para ti. Al contrario, el look *boho* sí te irá como anillo al dedo porque te

permitirá sacar el máximo partido a la textura de tu melena y sin necesidad de pasar horas y horas delante de su espejo. Porque, en realidad, cortarnos el flequillo tiene un objetivo claro: que nos sintamos más guapas y renovadas con un solo gesto. Y de lo más sencillo.

APUESTA 'UPCYCLING'

El tejido vaquero suprarreciclado, procedente de los talleres de las principales casas de moda, irrumpe para vestir el maquillaje. ¡Un auténtico capricho!
Lujo y sostenibilidad conviven en la colección limitada 'Blooming Denim', de Guerlain.



1, 2 y 3. Carcasas Denim Flora, Red Rose y Cherry Blossom (38 €/ud). **4 y 6.** Aceite para labios KissKiss Bee Glow Oil, tonos 209 Blooming Glow y 878 Dhalia Glow (44 €/ud.). **5.** Polvo iluminador Météorites Blooming Glow (70 €). **7.** Sombras de ojos Ombres G, en 396 Denim Blossom (80 €). **8 a 13.** Barra de labios Rouge G, en los tonos 759 Prune Candide, 12 Brune Amarante, 345 Rouge Bohème, 205 Nude Amandine, 303 Rose Pivoine y 962 Tulipe Noire.

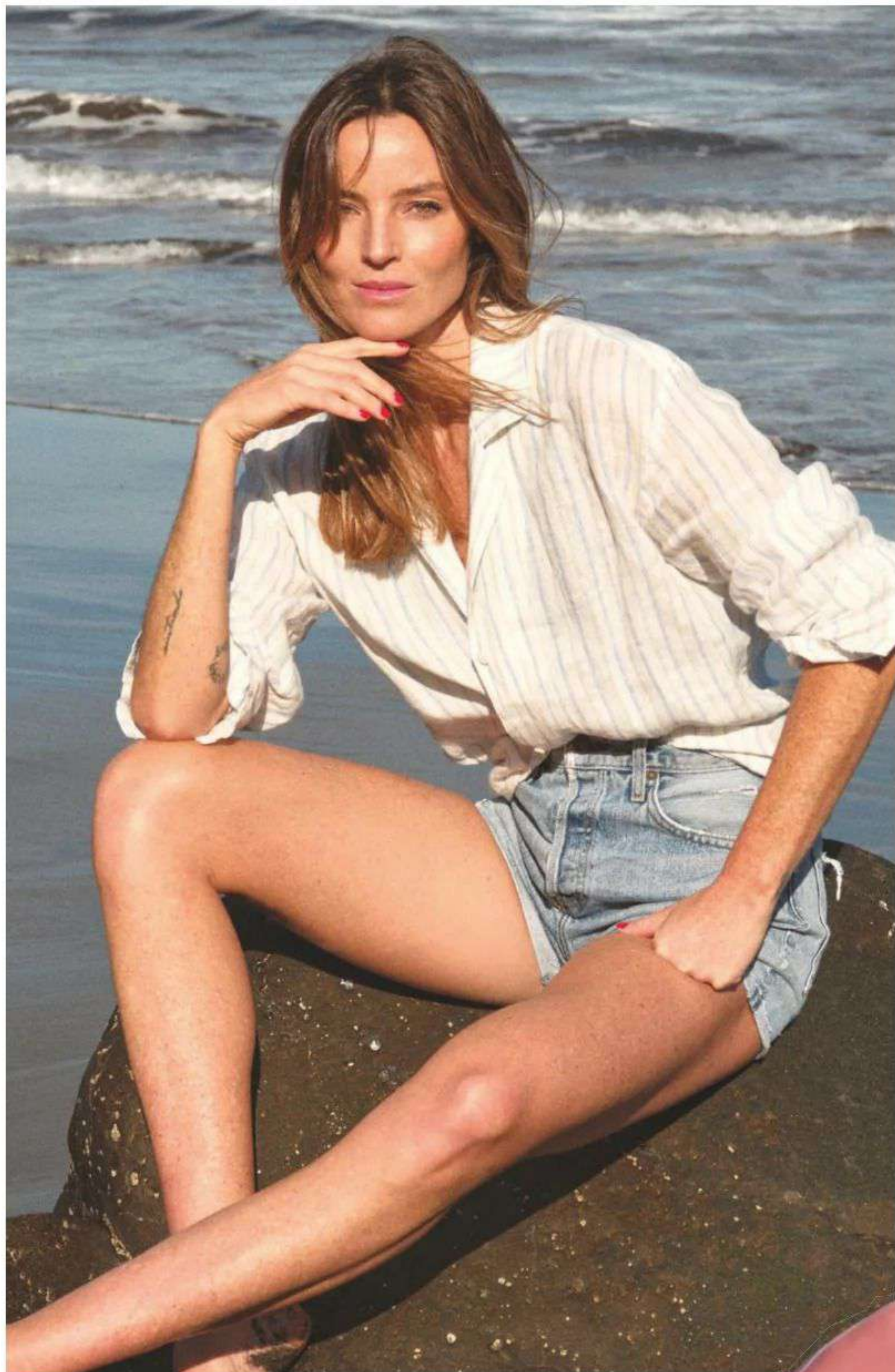
COLLAGE: JUAN PABLO CHIPE

PURA VITAMINA

La propuesta más primaveral de Lancôme está repleta de color, brillo y energía para dotar a tus looks de atrevimiento y personalidad y ayudar a que tu piel derroche 'glow'. ¡Te invitamos a jugar!



1. Máscara de pestañas con efecto lifting Lash Idôle Curl Goddess (40 €). 2, 9, 12 y 14. Brillos de labios Juicy Tubes: 10 Fambroise Pop, 06 Simmer, 03 Dreamsicle, 08 Tickled Pink (20 €/ud.). 3, 4, 7 y 8. Brillos Lip Idôle Juicytreat Gloss, en 40 All The Tea, 37 Red Y or Not, 48 Jam It!, 10 Oink Oh La La (38 €/ud.). 5, 6, 10 y 11. Sombras de ojos Idôle Goddess Dimension Mono, tonos Lunar Glow, Meteor Smoke, Nude Dusk, Sparkling Comet (36 €/ud.). 13 y 15. Colorete líquido mate Skin Idôle Juicy Blush, en 90 Berry Bisou y 80 The More The Cherrier (42 €/ud.). 16. Sombra líquida Tint Idôle, tono Cocoa Macchiato (33 €).



Aida Artiles PONERSE EN VALOR

Vivir cerca del mar es un privilegio que la modelo y experta en yoga aprovecha a favor de su bienestar y su belleza.

TEXTO: ISABEL SERRA

Detrás de la cara descansada y el cuerpo entrenado de Aida Artiles no hay milagros. No hay, ni siquiera, genética. La fórmula mágica de la modelo es más vieja que el fuego y pasa (¿sorpresa?) por conjugar la paciencia con la constancia en la práctica de unos hábitos con los que lleva años conviviendo. No es secreto para nadie el papel capital que tiene el yoga en su vida, una disciplina que cambió su relación con el deporte y su aproximación a la salud. “Con él, empecé a ponerle verdadera intención y a cuidarme desde un lugar mucho más amable y consciente, pero sobre todo coherente. Para mí no es un deporte, sino una práctica de autocuidado”, cuenta la canaria.

Junto al yoga, el mar supone otro de los pilares fundamentales en su rutina de cuidados. Tiene la suerte de vivir cerca de él y de poder dar largos paseos por la playa cada mañana, y eso no hay crema o suplemento que lo supere. “A veces paseo por la orilla, otras medito y hago respiraciones y otras tantas me doy un baño”, nos explica desde su

isla. Antes de salir de casa, eso sí, Aida intenta conectar con su cuerpo de forma introspectiva. Su estrategia pasa por mirar hacia dentro y preguntarse cómo se siente. “Veo qué hay en mi contenido mental y desde dónde quiero enfocar mi día para que no sea el estado de ánimo cambiante el que lo marque”, explica sobre su meditación matutina.

Todo en su vida parte, pasa y termina en la consciencia. “Cuidarme es ponerme en valor y prestar atención al cuerpo y a la mente, el lugar que habito”. La atención hacia su propio cuerpo -sus necesidades, sus fortalezas y sus flaquezas- es una “manía” que le viene desde pequeña, cuando tuvo que encarar problemas de alergias y asma, algo que determinó su alimentación y la empujó hacia un enfoque más holístico de la salud. “Ahora llevo una alimentación variada y sin restricciones, pero durante nueve años fui vegana por razones éticas”, se sincera.

Su vida es ajetreada y su agenda está plagada de viajes y compromisos de trabajo, por lo que mantener su rutina con tantas idas y venidas se ha convertido en un reto que, con disciplina, logra salvar. Siempre viaja con su esterilla para aprovechar ratos libres en los que regalarse una sesión de yoga o buscar el gimnasio del hotel. Tampoco deja en casa su neceser de productos indispensables, con los que mantiene una rutina de belleza sencilla pero eficaz: limpiador, vitamina C, sérum, crema hidratante y protección solar.

Más allá de su tocador, Aida Artiles confía en tratamientos faciales y corporales que, asegura, han cambiado completamente una piel demasiado expuesta al sol y la playa como la suya. “Cada invierno me realizo el láser Harmony XL-PRO para las manchas, además del Alma Q y Thermage FLX en la Clínica Naac, en las Palmas de Gran Canaria. “Trabajan la elasticidad, la luminosidad y la recuperación del colágeno”, comenta la modelo sobre sus innegociables en cabina. Como su piel, también su melena ha sufrido muchos estragos, por lo que en este momento es su principal preocupación *beauty*. “No me lo lavo a diario y, después del champú y el acondicionador, suelo aplicarme algún aceite de medios a puntas”, comenta. Su convivencia con el mar le ha impuesto la necesidad de un extra de hidratación pero le ha dado calma y paz interior. Al final, todo es cuestión de equilibrio.



1. Base de maquillaje *Les Beiges* (60 €), de Chanel. 2. Complejo iluminador para unificar el tono y reducir manchas *Brightalive* (156 €), de ZO Skin Health. 3. Crema hidratante *The Ultimate Soothing Cream* (290 €), de Augustinus Bader. 4. Tinte para labios y mejillas *Benetint* (28 €), de Benefit. 5. Polvos bronceadores *Terracotta* (58,95 €), de Guerlain. 6. Barra de labios *Pillow Talk* (37 €), de Charlotte Tilbury.

COMER CONSCIENTE

DIETA SENSATA

La coherencia guía a Aida en sus decisiones de bienestar y, por ello, dejó el veganismo. "Desde hace un año he vuelto a introducir proteína animal en mis comidas. Tiendo a tener anemias y estaba en déficit", explica. Ahora mismo toma suplementos como hierro con cobre, vitaminas C y D y magnesio.



ALMA YOGUI

CUERPO ACTIVO

"El yoga ha sido un viaje de vuelta a casa, una reconciliación, un darme cuenta", reflexiona.

Para moverse desde una perspectiva más deportiva, prefiere otras actividades como correr, entrenar la fuerza, nadar o incluso jugar a las palas.

FOTOGRAFÍAS: GERARDO VALIDO PARA ANGELS PROJECT



RESET ANUAL

MODO 'OFF'

"Mi escapada para darme un respiro es irme a un retiro de silencio. Este año tengo uno programado de dos semanas en Monchique (Portugal). Estoy muy ilusionada por este nuevo reto", comenta Aida sobre un viaje con el que volverá como nueva y que supone un desafío emocional.



CHICA DE MAR

Como buena isleña, su conexión con el agua ha sido siempre muy potente. Lo lleva tatuado en la piel. Cuando está en su casa, Aida mejora sus mañanas corriendo o paseando por la orilla e incluso dándose un chapuzón para activarse.

LA NUEVA ERA del ROMANTICISMO

Una paleta de color en tonos pasteles y 'nudes' con un acabado empolvado, siluetas ligeras con materiales naturales o transparencias estratégicas: lo etéreo y romántico regresa en clave actual. Te contamos cómo llevarlo a la práctica.

UNA MIRADA SENSIBLE

Juego de texturas, líneas limpias, acabados ligeros, un brillo suave en la piel y aromas vaporosos.

El romanticismo se actualiza esta primavera, en lo que a belleza se refiere, con una nueva sensibilidad: pieles de porcelana, labios apenas teñidos y ojos con un halo de luz precioso, como si todo estuviera pensado para verse suave y cuidado. Y la moda ha hecho justo lo mismo a través de siluetas ligeras, gasas flotantes y transparencias estratégicas. Lo vimos en París con los diseños de Erdem, Elie Saab o Valentino en forma de prendas con cortes depurados y tejidos vaporosos. Esa coherencia entre lo que llevas y cómo lo llevas es lo que vuelve tan apetecible esta estética tan femenina. Para recrearla, empieza por la mirada: *The Rejuvenating Eye Cream* de **La Mer** ilumina el contorno. En los labios, *Extra Lip Tinted Balm* de **Bobbi Brown** suma hidratación y un tinte suave. Para el cabello, *Miraculous Oil* de **Aveda** sella las puntas y controla el frizz sin restar ligereza. Y como broche, *Soleil Neige* de **Tom Ford Beauty** deja una estela limpia y delicada, como el nuevo código romántico.



Vestido cóctel de jersey floral, de **Oscar de la Renta**.

Lazo-horquilla de terciopelo para el cabello, de **Miu Miu**.

Bolso Bloom mini, de **Erdem**.



Para llevar el nuevo romanticismo a la práctica, comienza aplicando el nuevo contorno de ojos *The Rejuvenating Eye Cream* de **La Mer** (1), una renovación 360° que revierte los 8 signos visibles del envejecimiento desde la primera noche. Para unos labios jugosos y naturales, *Extra Lip Tinted Balm* de **Bobbi Brown** (2) es un bálsamo cuyo color se ajusta al pH y aporta hidratación gracias a su mezcla de aceites botánicos y ceramidas. En el cabello, *Miraculous Oil* de **Aveda** (3) es un aceite capilar ligero, ideal para conseguir un brillo inmediato, suavidad y controlar el encrespamiento. Por último, *Soleil Neige* de **Tom Ford Beauty** (4) es el perfume romántico por excelencia, no solo por su envase, sino por su aroma cítrico con flores blancas y almizcle, delicado y muy femenino.



ISABEL SANCHÍS

EL EFECTO PORCELANA

Una piel que parece inmaculada, labios hidratados con un toque de color y un cabello con cuerpo: la versión más luminosa de lo romántico.

La paleta de color influye en esta nueva era, pero en clave actual: nudes cremosos, rosas empolvados, tonos pasteles como el melocotón que favorecen a cualquier tono de piel en cuestión de maquillaje, y en forma de prendas y complementos en lo que a moda se refiere. Puede que la exitosa serie de *Los Bridgerton* haya influido en esta nueva corriente —piel impecable, labios naturales y jugosos apenas maquillados con un bálsamo y mejillas sonrojadas—, que también ha contagiado al *streestyle*. Para lograr ese efecto de piel impecable, comienza aplicando la nueva *Double Wear Stay-in-Place* de **Estée Lauder**, una base icónica, ahora reformulada, para una piel hidratada y unificada con una duración de hasta 36 horas. Tiene una cobertura modulable y un acabado mate natural precioso. Después, simplifica la rutina con el *Chubby Stick Moisturizing Lip Color Balm* de **Clinique**, en el tono *Totally Tutu*, un bálsamo rosa pastel graduable que puedes aplicar por capas tanto en los labios como en las mejillas. El cabello también adopta ese aire etéreo a través del *Abundant Blowout* de **Aveda**. Aporta volumen, y crea una bruma protectora frente al calor y la humedad. Y, para terminar, crea una atmósfera y un contexto aún más romántico con la vela perfumada *Lime Basil & Mandarin* de **Jo Malone London** que envuelve todo en un aroma fresco y limpio, pero con un toque tropical gracias a la albahaca y el tomillo blanco aromático.



CONTENIDO ESPECIAL DE MARCA. Texto: Mari Carmen Quílez. Estilismo: María Parra.



Para una piel impecable, aplica la nueva *Double Wear Stay-In-Place* de **Estée Lauder** (1). Perfecciona, equilibra brillos y aguanta 36 horas —sin oxidarse—, con un acabado mate natural lleno de vida y una cobertura modulable. Después, *Chubby Stick Moisturizing Lip Color Balm* de **Clinique** (2) es un bálsamo labial que reconforta, suaviza líneas de sequedad y deja un rosado *nude* precioso con un efecto brillante. Para el cabello, *Abundant Blowout* de **Aveda** (3), multiplica el volumen y crea una bruma imperceptible que protege del calor y la humedad. Y, para elevar la rutina, la vela *Lime Basil & Mandarin* de **Jo Malone London** (4) perfuma el ambiente con un aroma refrescante, chispeante, con albahaca y tomillo blanco.



Collar Panet elaborado con perlas cultivadas Akoya japonesas, de **Jirula**; Blusa Patricia de organza de seda con cuello anudado, de **Loro Piana**; y bailarinas Dance Pink, hechas con charol, de tacón sensato y pulsera fina y ajustable, de **Adeba**.

Piel, no te IRRITES

Frente a arrugas o flacidez, la calidad de la piel -en equilibrio, descansada y con buen tono- entra en la conversación como nuevo marcador de belleza. Descubre qué le "enfada" y cómo cuidarla para que esté en paz

TEXTO: MARÍA ELVIRA

E

s la nueva invitada a la conversación. Ni arrugas, ni flacidez, ni manchas; el foco está haciendo un *zoom* a la “calidad de la piel”, como demuestra el incremento de esta búsqueda en redes sociales que

desvela un estudio reciente de Allergan Aesthetics. Se habla cada vez más de equilibrio, buen aspecto y luminosidad, lo cual no es otra cosa que salud, que se percibe, además, como uno de los más preciados síntomas de vitalidad y juventud. Pero ¿cómo es esta piel “estoica”, a la que nada ni nadie altera? “Es aquella que presenta unos niveles adecuados de hidratación, ni grasa ni muy tirante, sin rojeces o excesiva reactividad a cambios ambientales y que, por supuesto, no muestra sintomatología en forma de picor o ardor”, precisa María Marcos, dermatóloga del Grupo Pedro Jaén.

SE “ENFADA” Y PIERDE AGUA

A la consulta del doctor Morales-Raya, en Madrid, cada vez acuden más pacientes con la piel reactiva, enrojecida o con una sensación de incomodidad constante que se manifiesta en forma de picor, ardor y tirantez. Ocurre tanto en personas jóvenes como maduras y no siempre está asociado a una enfermedad, sino a un desequilibrio cutáneo, según cuenta el doctor Jorge Arroyo, dermatólogo de la clínica: “Las causas suelen ser multifactoriales. Hay que entender la piel como un órgano dinámico y no estático, que va a estar sometido a distintos factores -tanto endógenos como ambientales- que pueden estar involucrados en ese desequilibrio cutáneo”. ¿De qué “presuntos implicados” hablamos? El experto destaca el uso excesivo o inadecuado de cosméticos, como sobreexfoliación, ácidos mal pautados, retinoides sin adaptación previa o sobrehidratación; factores ambientales -contaminación, radiación solar o cambios en



SESIÓN “PRO”

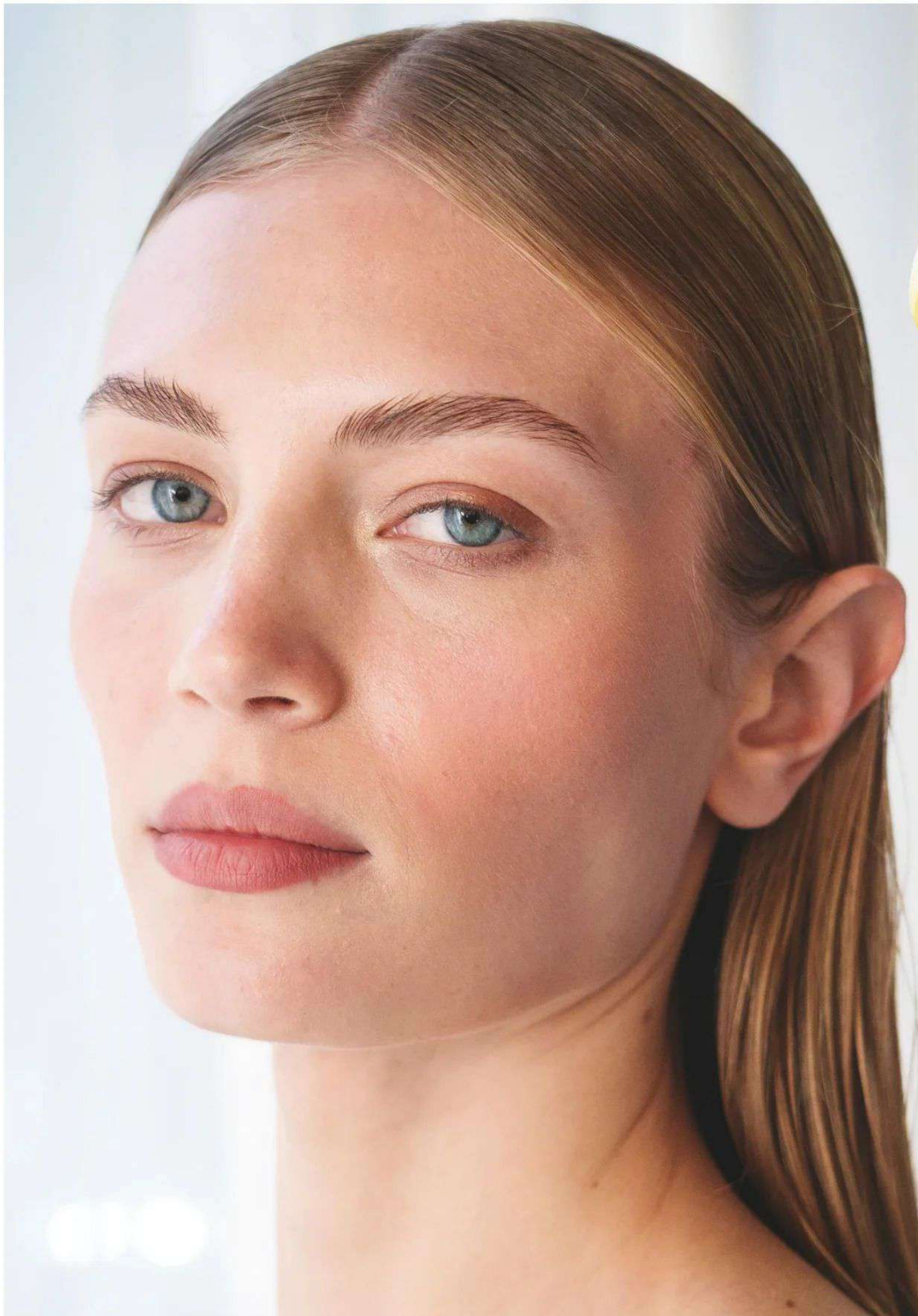
Para devolver el equilibrio a una piel irritada, se recomiendan tratamientos calmantes y reparadores, así como evitar cualquier técnica agresiva. Según el doctor Jorge Arroyo, funcionan bien los protocolos de hidratación profunda y reparación de la barrera cutánea, con activos calmantes como panthenol, niacinamida o ácido hialurónico.

el clima (el invierno nos deja de “regalo” un cutis deshidratado que tolera peor las rutinas)-, estrés, falta de sueño y alteraciones hormonales. “Todos estos factores conllevan habitualmente una alteración de la barrera cutánea, lo que hace que la piel pierda agua y se vuelva más vulnerable a agentes externos”, advierte el doctor. “Barrera cutánea”. En este sintagma que designa a la capa más externa de la piel (también conocida como estrato córneo) está el meollo, tal y como añade la dermatóloga María Marcos: “El equilibrio depende de que su función sea la adecuada, ya que es ella la que ejerce el poder defensivo. También la microbiota cutánea está intrínsecamente relacionada con esa estructura y con esa funcionalidad. Podemos decir que es una parte de la propia barrera, cuya alteración se va a manifestar en patologías como acné, rosácea o piel sensible”. Y cuidado, porque no hay que confundir el desequilibrio cutáneo -tan repentino como pasajero si se trata bien- con la piel sensible -un estado innato o la rosácea, una patología crónica en la que el enrojecimiento es persistente y los capilares visibles.

UN PARÓN COSMÉTICO

Como hacían los estoicos, tomemos cartas en el asunto con lo que realmente está en nuestras manos -los cuidados en casa- y obviemos aquello que no es fácil controlar y que concierne a la parte ambiental o emocional (este sería otro capítulo). “La piel no se irrita sin razón, sino, frecuentemente, por exceso de buena voluntad. La limpieza excesiva, el uso de retinoides o exfoliantes químicos sin supervisión, la mezcla de muchas sustancias cosméticas activas en una misma rutina y el cambio frecuente de productos puede afectar a su función barrera”, recuerda la doctora María Penalba, especialista en dermatología médico-quirúrgica en IMR, instituto médico que lidera el doctor José María Ricart. “La piel requiere respeto y constancia y no siempre más es mejor”, apunta la experta. De ahí que la mejor estrategia para devolverle a una piel irritada su estado natural de calma y equilibrio sea lo que su colega, la también dermatóloga

UNA PIEL EQUILIBRADA ESTÁ BIEN HIDRATADA, NO ES NI GRASA NI MUY TIRANTE Y NO PRESENTA ROJECES O EXCESIVA REACTIVIDAD A CAMBIOS AMBIENTALES; TAMPOCO MOLESTA EN FORMA DE PICOR O ARDOR



EL EXCESO DE LIMPIEZA, INCLUSO CON PRODUCTOS BIEN FORMULADOS, ES UNA DE LAS CAUSAS DE LA DISRUPCIÓN DE LA BARRERA CUTÁNEA

Ana Rodríguez-Villa, denomina “pausa cosmética”, que no es sino simplificar los cuidados de belleza. “En estos casos recomiendo suspender retinoides, exfoliantes, ácidos y activos potencialmente irritantes, aunque formen parte de la rutina habitual. Algunos lo pueden entender como un retroceso, pero realmente es una estrategia, ya que cuando la barrera está alterada la piel no responde bien a estímulos y todo en general puede irritar más de lo que beneficia”, asegura la doctora, para quien el eje del tratamiento es la reparación lipídica. “Hay que buscar cremas con ceramidas, colesterol y ácidos grasos en proporciones equilibradas, idealmente con formulaciones biomiméticas que imiten el cemento natural de la piel. Este punto es clave para reducir la pérdida transepidérmica de agua y devolver estabilidad al estrato córneo”, continúa. Y una “llamada” a las hiperresponsables que cumplen encarecidamente con la higiene facial, porque

Sérum nocturno detoxificador *Detox Dream Serum* (41,90 €), de **Patyka**. Crema restauradora *Neovadiol Longevity* (72,50 €), de **Laboratorios Vichy**. Sérum de exosomas *Clinical Exosomes* (74,95 €), de **Cocunat**. Limpiadora en gel *Cleansing Gel Water* (70,70 €), de **Sensai**. Gel hidratante *Electrolyte Dewy Gel* (52 €), de **Biotherm**. Contorno de ojos *Age Proteom* (69 €), de **Institut Esthederm**. Crema antiedad con protección *Rénergie H.P.N. Uvmune SPF50* (139 €), de **Lancôme**.

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

Ó escanea el código QR:



MENOS ES MÁS

Simplificar la rutina cosmética, en un momento de alteración, le permite a la piel regularse por sí misma.

Por la mañana, procúrate una limpieza suave, hidratación que además sea reparadora y protección solar.

Por la noche, la higiene ha de ser igualmente delicada. Se recomienda una crema que calme o repare, pero sin ingredientes agresivos, y dejar de usar ácidos, exfoliantes y retinol durante algunas semanas, hasta que notes la piel más equilibrada (sin tirantez ni rojeces). Luego, introduce otros activos de forma gradual.



la dermatóloga arroja un dato interesante, y es que el exceso de limpieza, incluso con productos bien formulados, es una de las causas de la disrupción de la barrera. Reducirla al máximo es uno de los primeros cambios que prescribe: “Especialmente por la noche, utilizando fórmulas muy suaves, sin sulfatos ni alcohol y con pH fisiológico. La idea es retirar maquillaje e impurezas sin arrastrar los lípidos naturales del estrato córneo”, explica.

VUELTA A LA CALMA

¿Cuándo sabemos que la piel está curada? ¿Es capaz de percibirse a simple vista un recién recuperado equilibrio? Pues va a ser que sí, según la dermatóloga María Penalva. “La piel parece calmada. No está roja, no brilla demasiado ni está opaca. Muestra una textura homogénea, refleja naturalmente la luz y brinda confort. No es una piel perfecta, pero sí ‘descansada’, que no requiere ayuda extra. Y esto, visualmente, se percibe de inmediato”, corrobora la experta. Hay otra vara de medir el equilibrio cutáneo, cuanto menos curiosa, que no es otra que comprobar que el maquillaje

UNA BASE DE MAQUILLAJE QUE SE PUEDE APLICAR DE MANERA UNIFORME ES INDICIO DE QUE LA PIEL SE ENCUENTRA EQUILIBRADA Y CUIDADA

queda bien integrado en el rostro. “Es aquel que parece ser parte de la piel, en lugar de una capa adicional. No se nota cuando esta está sana. No se cuarteo ni se acumula en líneas, no marca poros y se fusiona con ella. Una base que se aplica de manera uniforme y natural es un indicio claro de que la piel se encuentra equilibrada y bien cuidada”, describe la especialista, para quien el cambio de percepción que estamos experimentando es “fascinante”, con un nuevo marcador de juventud que involucra a la calidad cutánea: “Ya no se busca tanto la perfección, sino el equilibrio, la luminosidad y un buen aspecto. La piel sana se ha transformado en un nuevo indicador de belleza y hasta de bienestar. Se aprecia que esté hidratada, uniforme y con poros tranquilos. Una piel que irradia salud hace que las arrugas pasen a un segundo plano”, concluye.

SU 'TESORO'

Aún quedan unas semanas para el Día del Padre, pero no está de más obtener pistas sobre ese aroma con un carácter tan singular y único que le hará sentir como 'El Señor de los Perfumes'.



OTRA FRUTA

El cóctel de *Stronger with you powerfully*, de Emporio Armani, es imbatible. Mandarina, cereza y bergamota se mezclan con lavanda, dos tipos de castaña -una dulce y otra ahumada- y vainilla. De lo más adictivo (98 €, 50 ml).

GOURMAND

Uno de los ya clásicos de Boss sube de intensidad con *The Scent Eau de Parfum Intense*, más que un jugo, un licor de ámbar y frutas que parte de la maninka, el fruto africano cuyo olor recuerda a las fresas con chocolate (89 €, 50 ml).

FRESCURA

Ni la oscuridad del frasco ni el nombre hacen sospechar que *Sauvage Eau Forte*, de Dior, es luminosa. Sin alcohol y con base de agua, Francis Kurkdjian ha conseguido crear una alta concentración que resulta fresca (168 €, 100 ml).

ESA OCASIÓN

Una velada especial requiere de un perfume a la altura, y *Oud Whisper*, de Ojad, sería uno de los elegidos. El contraste entre frutas como la guayaba con sándalo y cuero lo convierten en un oriental diferente (230 €, 100 ml).

ALMA SPORT

Polo 67 es el homenaje de Ralph Lauren al año en el que lanzó su marca Polo. La elegancia deportiva se traduce en aroma con ingredientes tan infalibles como los cítricos, el vetiver y la bergamota (94 €, 75 ml).

OCEÁNICO

La flor de azahar salta del terreno femenino al masculino inaugurando una tendencia que recoge *Blue Code*, el primer *eau de parfum* para hombres de El Ganso. El acorde de brisa marina nos lleva a la playa. (74 €, 100 ml).



DE RELAX

El atardecer desde el Café del Mar. Esta postal imagina Ramón Monegal para *#sunsetcafé*, de la colección Ibiza, una original creación con notas de coco, café y algas en la salida y jazmín, rosa y fresa en el corazón (180 €, 100 ml).

ESPECIAS

Pimienta negra, nuez moscada y naranja sobre un fondo de tabaco y vetiver. Dolce & Gabbana celebra los veinte años de su icónica fragancia masculina con *The One For Men Parfum* y su adictiva composición (140 €, 100 ml).

CON CHISPA

La de *Myslf L'Absolu*, de YSL Beauty es una trama aromática tan radiante y fresca que quizás también quieras llevar tú. La combinación de flor de azahar y jengibre, de lo más estimulante, se refuerza con pachulí (143 €, 60 ml).

ACUÁTICO

El agua como un torrente de frescura es lo que representa el nuevo perfume de Versace, *Eau Fraîche Extrême*, que firma el célebre perfumista Olivier Cresp y que conjuga limón, pimienta rosa, lavanda y almizcle. (132 €, 100 ml).

HORIZONTE

Si le gusta el puntito floral, con *Scarlet Poppy*, de Jo Malone, acertarás. Trata de recrear la imagen de un campo de amapolas con un rico ramillete floral que reposa sobre un fondo de almendra, vainilla y tabaco. (140 €, 50 ml).

CAUTIVADOR

Su ocasión para manifestarse es la noche. *Bad Boy Cobalt Absolute*, lo último de Carolina Herrera, sale de fiesta con acordes frescos de lavanda azul y salvia y una nota terrosa de trufa blanca de lo más especial. (102 €, 50 ml).

“CICLAJES” DE SUPLEMENTACIÓN

¿Puede el organismo acostumbrarse a un complemento o adaptógeno? ¿Debemos tomarnos un descanso? ¿Cuánto tienen que durar estas pausas? Abrimos debate y resolvemos dudas.

TEXTO: ISABEL SERRA

Magnesio, berberina, creatina, ashwagandha, melatonina, colágeno o inositol son términos que han pasado a formar parte no solo de nuestro vocabulario, sino de nuestro botiquín. Los adaptógenos y complementos alimenticios conforman un tema recurrente en las conversaciones sobre bienestar y longevidad; no solo entre *insiders* del sector, también en cualquier rincón de las redes sociales. Cada semana aparece un nuevo suplemento dispuesto, cual pócima mágica, a solventar una a una nuestras dolencias. ¿Es eso malo? En absoluto, siempre y cuando haya un especialista que nos estudie, guíe y recomiende en función de nuestras necesidades, no según las de la última creadora de contenido que ha aparecido en TikTok. Corremos el riesgo de convertirnos en una sociedad sobresuplementada y malsuplementada si no confiamos en profesionales -médicos, farmacéuticos, dietistas-nutricionistas, etc.- y si no encaramos la ingesta de este tipo de producto con conciencia. En esta conversación surge otro debate: ¿Podemos tomar un suplemento para siempre o hay que parar cada cierto tiempo para optimizar su efecto en el organismo? ¿Puede el cuerpo habituarse? “Más que ‘acostumbrarse’, lo que puede ocurrir es que el suplemento pueda requerirse de otra manera o dosis. Las pausas forman parte de una estrategia clínica consciente. El organismo no es estático y, a medida que cambia el contexto fisiológico -mejora un déficit, se regula una vía

alterada, baja el estrés...-, lo hace la necesidad del apoyo externo”, explica Elisa Blázquez, nutricionista y asesora de Kobho Labs.

EN PAUSA

Salvando las distancias, los descansos en suplementación serían como esas vacaciones por nuestra cuenta, lejos de nuestras parejas, que hacen que volvamos a ellas con más ganas y con el contador a cero. Y de la misma forma que esos *breaks* vitales nos recuerdan qué felices somos, “hacer pausas permite comprobar si el suplemento sigue siendo necesario, evitar estímulos mantenidos cuando ya no aportan un beneficio claro y devolver protagonismo al propio cuerpo”, añade Blázquez. Asimismo, los ciclajes “permiten restablecer la sensibilidad fisiológica, evitar una adaptación excesiva y reevaluar la necesidad real del suplemento”, puntualiza Alexia Lario Rivas, farmacéutica experta en suplementación de Zzen. Preguntada sobre cuánto deben durar esos descansos, las especialistas insisten en que no hay una pauta universal, sino que todo -duración y continuidad- depende del contexto clínico de la persona. Pero existen algunos parámetros que debemos valorar a la hora de organizarlos. A saber: el motivo de la prescripción, el estado digestivo y de absorción, nuestros niveles de estrés y de inflamación, la edad, la etapa vital, la evolución de los síntomas y, si hay, los resultados de una analítica. Por supuesto, la variable con más peso es el propio suplemento o adaptógeno, pues no todos requieren de los mismos tiempos, tanto en cuestión de toma como de descanso.

MAGNESIO

Es uno de los suplementos más extendidos por sus numerosos beneficios -ayuda al insomnio, energía, recuperación muscular...- y los expertos apuntan que en personas con estrés, calambres, mala calidad de sueño o alta demanda el uso de este mineral puede mantenerse de forma prolongada. “No requiere pausas obligatorias, aunque puede valorarse un descanso tras varios meses si se ha normalizado el nivel”, apunta Lario Rivas.

ASHWAGANDHA

Se trata de un adaptógeno que trabaja en el eje del estrés, por lo que sí se recomienda realizar “ciclajes”. “Tras 8 o 12 semanas de uso, haríamos pausas de 2 o 4 semanas, para mantener su eficacia y respetar los mecanismos de regulación del organismo”, comentan desde los laboratorios Zzen. Elisa Blázquez recomienda pausar la toma sobre todo cuando el motivo inicial eran el estrés, la ansiedad o las alteraciones del sueño.

COLÁGENO

Este es otro suplemento ampliamente utilizado hoy en día -en *smoothies*, en bebidas con café...- que, en ciertos contextos, sí es bueno pautarlo por fases. “En dolor articular, recuperación de tejidos o soporte de piel y mucosas, tras dos o tres meses de uso conviene valorar si se mantiene, se hace una pausa o se prioriza el aporte desde la alimentación”, comenta la nutricionista. Un buen caldo de huesos sería una alternativa excelente.

¿Y EL CAFÉ?

“La cafeína o la teína pueden causar sensibilización. Es decir, que tu cuerpo ya no responda con la misma intensidad con el tiempo y el uso repetido. Por eso es bueno combinarlos con adaptógenos, como la rhodiola o la glicina, que pueden ayudar a ‘reiniciar’ ese estado”, explica la doctora Isabel Viña.

A VALORAR

1 El motivo de la pauta: corrección de un déficit, regulación de una alteración, estrés o problema de absorción.

2 El estado del sistema digestivo y los parámetros de inflamación.

3 Los niveles de estrés y la etapa vital en la que se encuentra la persona.

4 La presencia de patologías y evolución de los síntomas.

5 La edad, el metabolismo y el estilo de vida.

VITAMINA C

Siempre teniendo en cuenta que todo depende de la situación clínica de cada persona, los expertos valoran que podría ser interesante apoyarse en la alimentación, y no en la suplementación, cuando la carencia de esta vitamina se haya normalizado. En este caso, el organismo sabe regular su absorción y eliminar el exceso, por lo que no haría falta forzar el descanso. “En fases de estrés o de infecciones puede mantenerse durante semanas o meses”, apunta Elisa Blázquez.

CREATINA

“No hay que hacer descansos”, afirma Isabel Viña, médico experta en hormonas y creadora de IVB Wellness. “Su efecto es acumulativo y se necesitan al menos 3 o 4 semanas de uso continuado para tener efectos y de 6 a 8 meses para observarlos a nivel mental -menor fatiga cerebral o mejor memoria-”, añade. El resto de expertas coincide en que si hay objetivos de recomposición corporal o rendimiento puede mantenerse en el tiempo. La pausa, en todo caso, será una decisión propia.

MELATONINA

Este es un suplemento que afecta al sistema nervioso y que tiene una acción reguladora o moduladora, por lo que, explica Lario Rivas, su uso continuado puede hacer que

el organismo se adapte al estímulo y que el efecto percibido disminuya con el tiempo. “Hacer ‘ciclajes’ ayuda a mantener la eficacia y a respetar los mecanismos naturales de regulación del cuerpo”.

La conclusión más importante de este debate es que hay que individualizar cada caso y trabajar de la mano de especialistas que puedan valorar la continuidad o no en la toma de un suplemento. También hay que observarse y valorar correctamente si de verdad hace falta ayudarse de agentes externos, o si con una buena alimentación y ajustes en nuestro estilo de vida podemos alcanzar un estado de salud más óptimo. “Los suplementos no son ‘medicinas mágicas’, sino herramientas que funcionan si se integran en una rutina que responde a necesidades reales”, zanján desde el equipo médico de Be Levels. Los ‘ciclajes’ de suplementación demuestran, al final, que casi todo tiene sus etapas y requiere de sus pausas.



PRIMAVERA *en la* MESA

Siéntate y disfruta del fabuloso festín de consejos de tres anfitrionas de lujo -la diseñadora de arte floral Gabriela Salazar, la nutricionista Paola Procell y la interiorista Miriam Alía- que dominan como nadie 'l'art de la table'. Celebra con gusto que la nueva estación está a punto de florecer.

TEXTO: SILVIA LUENGO G.

Pasión por la naturaleza

La diseñadora de arte floral Gabriela Salazar posa junto a uno de sus arreglos, confeccionado con flores de su propio jardín. Vivir de cerca cómo nacen, crecen y envejecen le ha dado un conocimiento valiosísimo para llenar de intención sus *bouquets*.



GABRIELA SALAZAR

Diseñadora de arte floral

Cultiva su propio jardín con mimo y deleite junto a su casa, en Valle Bravo, a dos horas de Ciudad de México. Y desde este vergel viajan a todo el mundo sus famosos arreglos florales, que ponen el toque de poesía, color y alegría a los eventos más exclusivos. Conocida como “la Musa de las Flores”, Gabriela Salazar nos traduce el lenguaje de la primavera sobre el mantel.

-¿Cuáles son las flores que reinarán en la nueva temporada?

-Ranúnculos, amapolas, fritilarias, tulipanes, anémonas, lilas y hellebores. Además, los narcisos anuncian la llegada del buen tiempo y el sol.

-Cultivas tus propias flores. ¿Te da eso un mayor conocimiento de lo que representa cada una de ellas?

-Por supuesto. Cultivarlas me ha dado mucha intimidad con ellas, las conozco, se cómo se abren, qué les gusta, cuándo es buen momento para cortarlas, cómo combinarlas, cómo envejecen o cambian de color... ¡Todo!

-En tu caso, las flores van directamente del jardín a la mesa. ¿Qué valor añadido aporta esto a tus arreglos y *bouquets*?

-No hay nada más bello y auténtico que las flores locales de estación. Aportan una personalidad única a cada arreglo. Hablan del lugar, del clima y del momento del año, y lo hacen más fresco, honesto y vivo.

-¿Es diferente vestir una mesa de flores según estemos en un interior, un jardín o una terraza?

-No existen reglas rígidas, pero sí una lectura sensible del entorno. En los interiores buscamos traer la vida del jardín a la casa y hacer que el espacio cobre vida, que nos recuerde que somos parte de la naturaleza. En cambio, vestir una mesa al aire libre es casi un gesto de respeto, una ofrenda de reconocimiento. Los arreglos dialogan con el paisaje y acompañan sin competir con él.

-¿Cómo podemos sorprender a nuestros comensales sin caer en el exceso?

-No tiene que ver con usar más flores, sino con elegir las con intención y permitirles expresarse.

-El aroma no debería interferir...

-Debe acompañar suavemente, integrarse sin imponerse y dejar que flores y comida convivan en equilibrio.

-Por tu experiencia, ¿cuáles son las flores que más éxito tienen en las celebraciones primaverales en torno a la mesa?

-Los ranúnculos.

-¿Qué debemos evitar al decorar?

-No darle a cada flor su espacio para “respirar”. Cuando están muy juntas, se pierde la ligereza y el movimiento. Hay que permitir que las flores se expresen y lograr un arreglo suave, vivo y que celebre la vida.





Alegría en la cocina

La dietista y coach nutricional Paola Procell, artífice de @paola_cocinasana, rodeada de los alimentos que mejor nos preparan para estrenar estación.

PAOLA PROCELL Dietista y mentora nutricional

La llegada de la primavera se nota en el ánimo, pero también en la despensa. Comer de acuerdo a la nueva estación es algo orgánico, tal y como explica la experta en nutrición Paola Procell, *alma mater* en redes de @paola_cocinasana y autora del libro *Tu salud empieza en la cocina*.

-¿Qué alimentos no pueden faltarnos esta temporada?

-Es el momento perfecto para volver a comer con más color, fibra y “vida”. Venimos de platos densos y el cuerpo agradece que le ayudemos a despertar del letargo invernal con alimentos como espárragos, alcachofas, guisantes y hojas verdes, que son ricos en fibra, agua, vitaminas y compuestos bioactivos. Si además incorporamos a nuestro menú frutas como fresas, cítricos o kiwi, estaremos sumando antioxidantes y vitamina C. Y para que el plato quede realmente completo la clave es añadir proteína de calidad.

-¿Cuáles son las formas de cocinado más ligeras?

-Al vapor, salteados, al horno y las cremas suaves, porque preservan nutrientes, respetan la digestión y permiten comer de manera sabrosa sin excedernos con grasas poco convenientes o salsas.

-¿Es el momento de iniciarnos en la “dieta arcoíris”?

-Absolutamente. Cada color aporta una familia distinta de antioxidantes y fitonutrientes. El rojo, licopeno y antocianinas; naranja y amarillo, carotenoides; el verde, folatos, clorofilas y magnesio; el blanco, compuestos azufrados y el morado, antocianinas. Con que en el día haya tres colores ya estás cuidándote.

-¿Hay que procurar no comer a partir de las siete de la tarde?

-Esa regla tan rígida no es la vida real. Lo que sí tiene base es cuidar el ritmo circadiano y no comer cuando no haya luz solar. Cena ligero y deja que pasen dos o tres horas antes de acostarte.

-¿Qué alimentos ayudan a las alergias?

-Aquí soy clara: la comida no sustituye a un tratamiento, pero sí puede apoyar. Un patrón antiinflamatorio con omega-3 (pescado azul, nueces, chía), alimentos ricos en vitamina C y polifenoles (kiwi, cítricos, frutos rojos) y un buen trabajo de microbiota con probióticos (yogur natural, kéfir, fermentados) puede ayudar a sostener el sistema inmune.

-Para que la astenia primaveral no nos agüe la fiesta, ¿qué podemos comer?

-La astenia muchas veces no es “falta de ganas”, sino una mezcla de sueño irregular, estrés, hidratación deficiente y algún desequilibrio nutricional. Yo lo resumo en tres pilares: desayuno con proteína real; más hierro y vitaminas del grupo B (legumbres, huevos, hojas verdes, frutos secos) e hidratación con minerales.

-Llega el momento de destapar la piel. ¿Cómo la preparamos desde dentro?

-Me gusta pensar en cinco claves: vitamina C (para el colágeno); carotenoides (para darle tono saludable); omega-3 y vitamina E (para la elasticidad) y reducción de ultraprocesados (para evitar la inflamación y la piel reactiva). Kiwis, cítricos y fresas para la vitamina C; zanahoria, calabaza y espinacas para carotenoides, y aceite de oliva y pescado azul como base. Cuando el cuerpo está menos inflamado, la piel suele reflejarlo. Por último, no podemos olvidar la importancia de hidratarse bien a lo largo del día, ya sea con zumos, caldos o infusiones herbales.

SIGUE LA DIETA ARCOÍRIS



Incorpora a tu mesa variedad de colores; no solo nos referimos a frutas y vegetales, algunas flores comestibles añaden un extra a tus platos. Sé creativa en la mesa y experimenta también con infusiones de pétalos aptos para el consumo.

MIRIAM ALÍA

Diseñadora de interiores

Por su personal manejo del color, originalidad y audacia ha conseguido convertirse en referente de un nuevo interiorismo que rejuvenece espacios bajo un prisma de lo más *cool*. La interiorista madrileña, que no deja de recibir premios como *deco influencer*, nos invita a traducir el cambio de estación en un comedor resplandeciente.

-Eres conocida por tu gusto y manejo de los tonos vibrantes. ¿Es la primavera tu estación favorita del año?

-Sin duda. Es el momento en que el color al fin vuelve a tener protagonismo después del invierno: los espacios se abren, la luz comienza a cambiar y apetece experimentar y dar vida a la casa.

-¿Cómo podemos trasladar este optimismo a nuestra mesa?

-El espacio tiene que activarse. Hay que abrir, despejar y dejar entrar la luz. Y luego introducir detalles atrevidos: un color inesperado, una pieza con carácter o un contraste que rompa la neutralidad.

-¿Qué elementos son clave para recrear esa sensación?

-Hagamos que la mesa tenga vida y personalidad. Juguemos con el color sin miedo: mezcla estampados, introduce mezclas originales de flores o frutas como elementos decorativos. Que las bases, como el mantel, sean alegres.



Hágase la luz

La interiorista Miriam Alía aconseja romper la neutralidad con toques inesperados y dejar que la luz lo cambie todo. Un truco para "primaverar" la mesa: mezclar frutas y flores.



Apuesta por estampados como los cuadros de Vichy o las rayas de colores, y deléitate a capricho con las vajillas.

-¿Cuáles son para ti los colores estrella?

-Los naranjas y amarillos son mis favoritos. Me encanta combinar tonos suaves con otros más llamativos para crear contraste y que el espacio respire energía y vitalidad.

-¿“Menos es más” a la hora de decorar?

-Una sola decisión fuerte dice más que muchos pequeños objetos sin intención. Prefiero una mesa con carácter que una sobrecargada.

-¿Qué importancia das al menaje?

-Muchísima, porque los objetos denotan intención y cuidado. Elegir cada pieza con cariño refleja lo que hay detrás y anima a los invitados a disfrutar y a celebrar. Una mesa bonita es capaz de crear emoción antes incluso de probar la comida.

-Te gustan mucho las antigüedades.

¿Lo *vintage* triunfa también sobre la mesa?

-Las piezas con historia me encantan porque tienen algo que no se puede imitar.

Un mantel antiguo, un bordado hecho a mano o una tela trabajada con calma aportan una sensación especial a la mesa, un mimo que se percibe.

-¿Cubertería y vajilla deben ir en consonancia con el tipo de encuentro o mejor no hacer caso a normas?

-Las reglas están para romperse y arriesgar, aunque es verdad que a mí me gusta seguir algunas pautas. Por ejemplo, si utilizo una vajilla muy recargada, prefiero acompañarla con una cubertería sencilla y “limpia” que no compita con ella, y a la inversa.

-¿Qué papel juega la luz en la decoración cuando hablamos de sol y buen tiempo?

-Lo transforma todo. Aporta calidez y brillo, hace que los colores se intensifiquen y logra que los espacios se vean de otra manera. Además, acompaña y realza las mezclas. Esta época del año es el momento perfecto para introducir en nuestra decoración tonalidades vibrantes y contrastes sin temor, porque la luz los acompaña y los potencia de forma natural, sin estridencias.



1.

RELAX EN SUSPENSO

Las sillas colgantes, que nos arropan con su amable vaivén, son ya un clásico de los meses primaverales y sus tardes en el porche o la terraza. Si tú también estás enganchada al relajante balanceo no pierdas de vista este modelo (4.711 €) que propone **Dedon**.

2.

PARAÍSO ENTRE OLIVOS

Al sur de Italia, en Brindisi, se ubica **Borgo Egnazia**, un *resort* de lujo rodeado de campos de olivos centenarios y paradisíacas playas que replica la arquitectura palaciega de la zona.



LO MÁS

Con el sol de nuestro lado y más horas de luz, marzo se convierte en el mes perfecto para llenar el día de cosas extraordinarias. ¿Qué tal descubrir un 'palazzo' escondido, darte un capricho decorativo, pasarte a la bici eléctrica o soñar despierta en tu jardín?

TEXTO: **SILVIA LUENGO G.**



3.

NO SIN MI RADIO

Parece que vuelve a estar de moda, si es que alguna vez cayó en el olvido. En un mundo en el que los sistemas de audio buscan el minimalismo, resurge en clave retro la radio de todo la vida. Bueno, su versión digital. Arriba, propuesta (587 €) de **LDLC**.



4.

¡DESCUBRE EL MUNDO!

Marzo es un mes magnífico para planear las mejores escapadas. Europa, EE. UU, Asia... Infinidad de destinos te esperan y **Steam Line** te invita a conocer su nueva maleta rígida (1.031 €). Preocúpate solo de disfrutar y deja el equipaje en manos expertas.



5.

UN CAFÉ EN LA PISCINA

No, aún no ha llegado el tiempo de los chapuzones y de sol sobre la toalla, pero sí podemos marcarnos un alarde decorativo y elegir para nuestro salón una mesa auxiliar con forma de piscina. Sobre estas líneas, una creación en bronce con pátina de color (c.p.v.), del artista **Franck Genser**.



6. MARCA LA DIFERENCIA

Hay diseños que elevan la funcionalidad y la precisión a otro nivel, dando como resultado una belleza absolutamente atemporal. Es el caso del modelo *Baignoire*, de **Cartier**. Desde 1912, este reloj de característica esfera elíptica representa la esencia de la *maison* al subrayar la grandeza de la sencillez.



7. CALOR DE EXTERIOR

Los días más largos nos regalan la oportunidad de hacer vida al aire libre, aunque las temperaturas todavía no nos permitan decir *bye-bye* al abrigo. Pero eso no empaña nuestras ganas de "terraceo" y jardín. Para caldear los ratos de ocio, **Mohd** propone esta pira redonda con soporte para leña.



8. PEDALEA QUE NO ES POCO

Metidos en los atascos, cuántas veces habremos mirado con cierta envidia a los ciclistas que avanzan por el asfalto sin escollos. Atrévete a ser uno de ellos y conquista la ciudad a golpe de pedal. Además de estar siempre a tiempo, no contaminas y llegas al trabajo con la actividad física del día conseguida. ¿No es para pensárselo? El modelo eléctrico de la foto es *Capri Azur 4* (2.700 €), de **Biciclásica**.



9.

GRANDEZA MINI

¿Cansada de dar vueltas trantando de aparcar? ¿Buscas un diseño mini con diseño impecable y tecnología puntera? Tu coche es el nuevo i10, de Hyundai. Este año podrás moverte por la ciudad como pez en el agua con un modelo que ofrece la grandeza de los detalles y la mecánica unidos al estilo de un rediseño que enamora. Conquistar el asfalto nunca fue tan sencillo...



10.

HORAS DE FANTASÍA

El universo creativo de la firma italiana Seletti se extiende a todo tipo de objetos cotidianos que hace extraordinarios. Su última ocurrencia es este reloj de pared (470 €) que parece sacado del clásico *Alicia en el País de las Maravillas*.



11.

SKATE MANÍA

La fiebre por la estética *skater* sigue dando sus frutos, y en esta ocasión es el propio monopatín el que se viste de gala para convertirse en objeto de deseo de los amantes del estilo *sporty*. A la izquierda, propuesta (1.250 €) de Saint Laurent.



12.

UN 'SUEÑECITO' EN LAS NUBES

Su color, azul cielo, su suavidad de terciopelo, el asiento ancho y plano, la forma envolvente... Todo en este sillón (3.450 €) pide a gritos que nos tumbemos a soñar sobre él. No es extravagancia; es una apuesta por el lado más naíf del interiorismo que invita a la calma y que firma el artista Jonathan Adler.

13.

TE PRESTO MI BOLÍGRAFO

Pero solo un rato, ya que un accesorio de papelería como este, con logo impreso en rosa palo sobre fondo fucsia y detalles plateados (900 €), es el capricho de cualquier escritorio. Si acabas de tener un flechazo, que sepas que es el modelo *Doc* de la colección *Colormanía*, de la emblemática firma parisina de lujo Louis Vuitton.



14.

HIFI FASHION

Ya hace varias temporadas que las firmas de moda se estrenaron en el mundo de la tecnología para ponerle chispa a nuestro día a día. El universo del sonido y la música es el campo preferido de algunas de ellas, como en el caso de Fendi, que nos ha dejado sin palabras con su nuevo altavoz portátil en *jacquard* (2.400 €).



15.

UNA FOTO, POR FAVOR

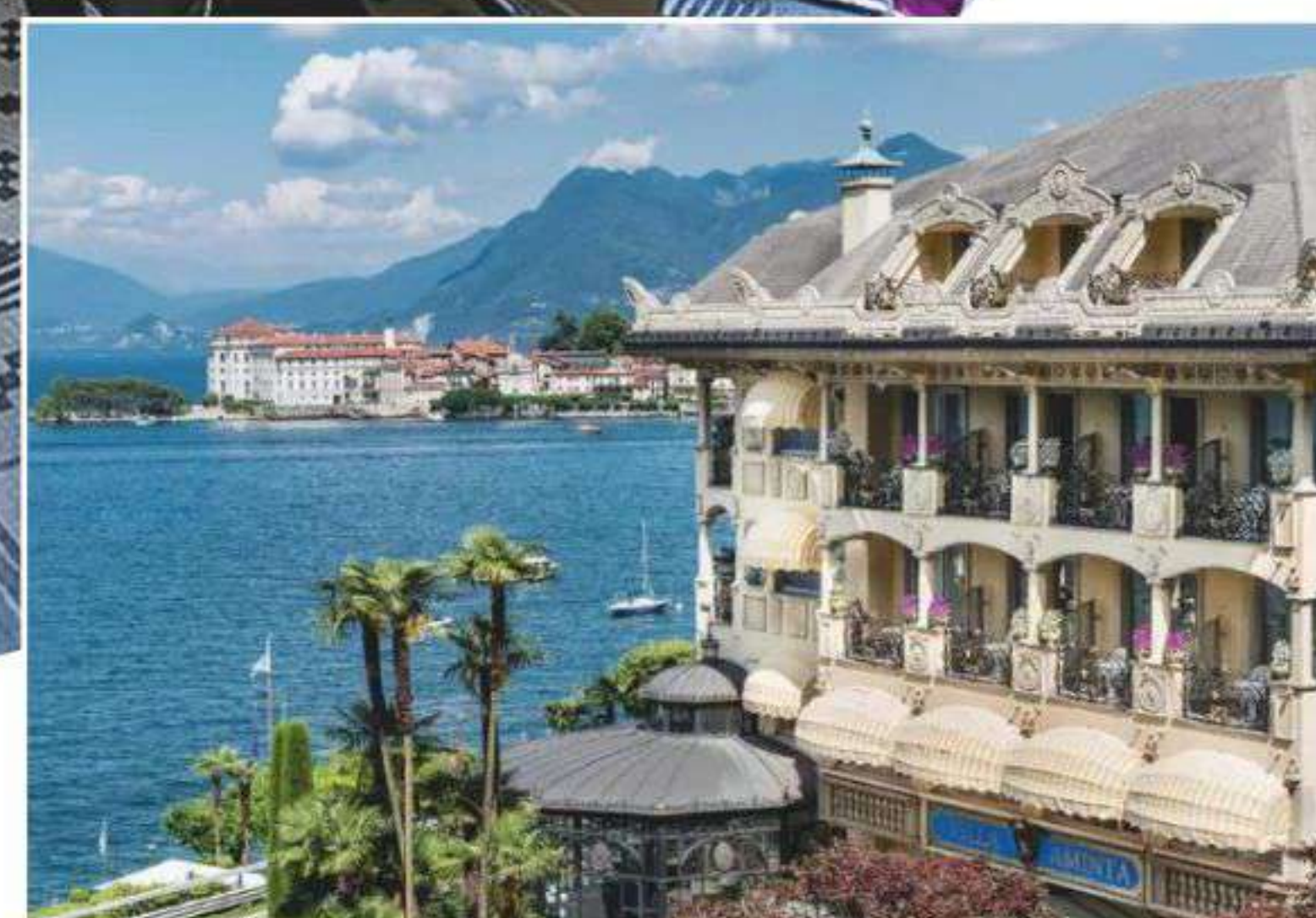
Los nostálgicos -y también los amantes de lo último- caerán rendidos ante este modelo de Instax by Fujifilm que llega para coronarse como nuestra cámara de cabecera. Su pequeño tamaño, la calidad de su imagen y el diseño retro la llevarán directa a nuestro bolso para captar los mejores momentos. Cuesta 196 €.



16.

ITALIA, SIEMPRE

El país con forma de bota nunca deja de sorprendernos. En esta ocasión recalamos en Piamonte, en el espectacular golfo de las Islas Borromeas, en Stresa. Allí se erige la **Villa & Palazzo Aminta**, un complejo ubicado en un edificio señorial en el que te sentirás como en casa. Gastronomía de diez, un spa de ensueño, jardines y calas de belleza difícil de olvidar hacen de este hotel de cinco estrellas un lugar en el que querrás parar el tiempo.



17.

¿ERES DE VINILO?

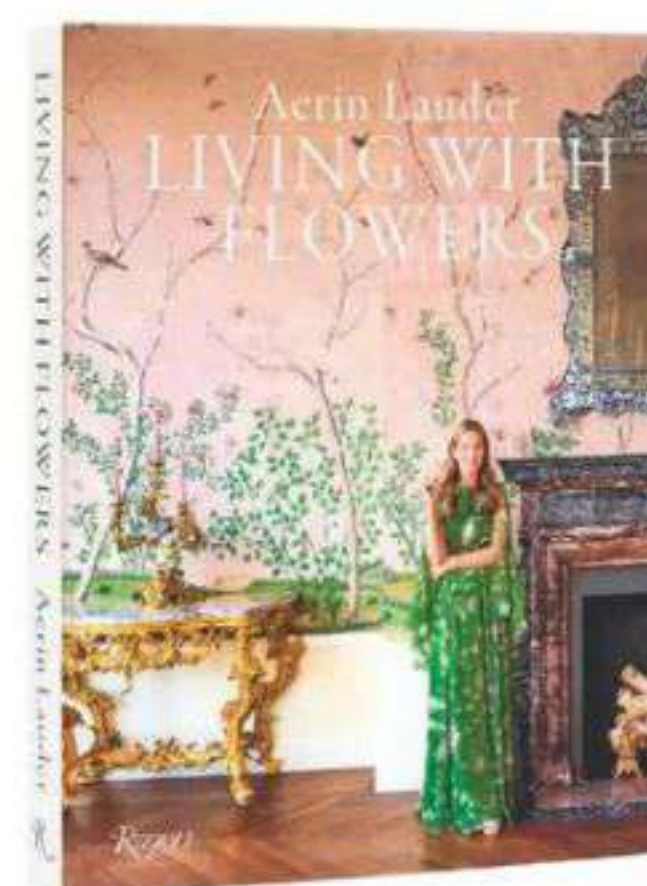
Cada vez somos más. Nada puede compararse a la sensación de pinchar tu preferido disco y esperar unos segundos para que tu momento de desconexión tenga banda sonora. Sobre estas líneas, una propuesta minimalista, práctica y fácilmente transportable de la firma danesa de referencia, **Bang & Olufsen**.



18.

LO QUE TU RELOJ DICE DE TI

Forrest Gump decía que se puede saber mucho de una persona por sus zapatos, pero mirando su reloj también. Sofisticación, eternidad y excepcionalidad es lo que denota este modelo de la familia *Datejust* en oro y con diamantes (18.950 €), de **Rolex**.



19.

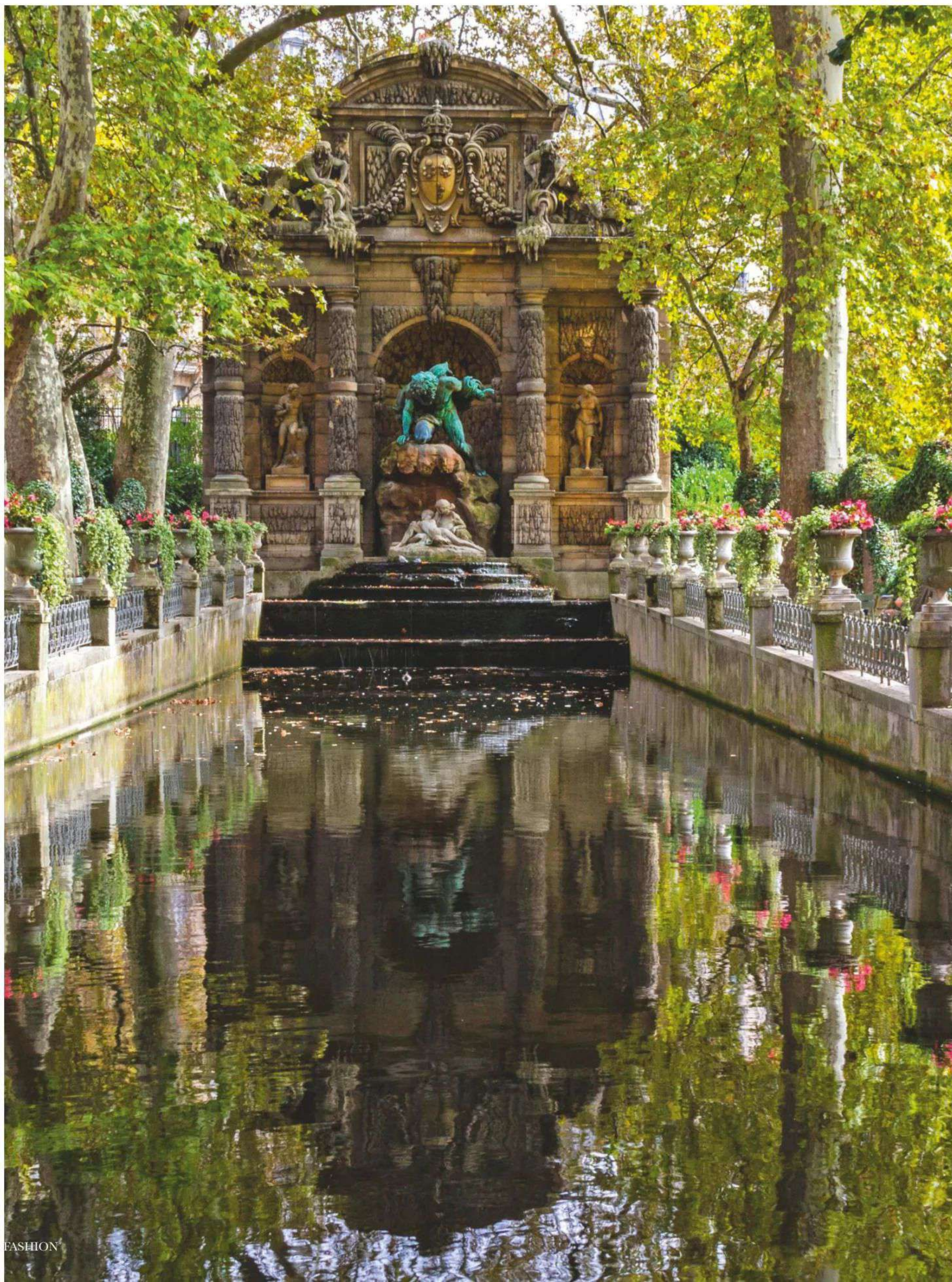
EXPLOSIÓN FLORAL

Su pasión por la botánica ha llevado a Aerin Lauder a protagonizar un libro (50,75 €) sobre la magia de las flores como elemento decorativo. En él nos descubre cómo podemos integrar su belleza en cualquier espacio. Edita **Rizzoli**.

BELLÍSSIMA FLORENCIA

*La diseñadora de joyas **Maria Sole Ferragamo** nos descubre los lugares mágicos de la capital de la Toscana y cuna del Renacimiento, el escenario de su infancia, donde encuentra la inspiración y el sosiego y reafirma el valor de la belleza y la cultura.*

TEXTO: **SILVIA LUENGO G.**



Arriba, la creadora de joyas Maria Sole Ferragamo posa con uno de sus famosos diseños de cuero, confeccionados de forma artesanal por maestros artesanos de la Toscana. A la izquierda, uno de sus rincones favoritos de Florencia: los **Jardines de Boboli**, el "pulmón verde" más importante de la ciudad italiana.

“CRECER EN
FLORENCIA
TE ENSEÑA
RESPETO Y
VENERACIÓN
POR LA
HISTORIA,
LA ARTESANÍA
Y EL TIEMPO”



Forma parte de una de las sagas más influyentes del mundo de la moda. Maria Sole Ferragamo creció entre el taller artesanal y la fábrica familiar de zapatos de los Ferragamo e hizo de los restos de cuero que se descartaban para la creación de calzado su primer material para diseñar. A los seis años, su madre le regaló una caja de manualidades para hacer brazaletes; aquello le apasionó tanto que, años más tarde, se convertiría en su profesión. Estudió Arquitectura y un máster de diseño en la Saint Martins, en Londres, pero en cuanto pudo regresó a su Italia natal y a su querida Florencia para empaparse de su legado artesano, cultura e inspiración. Por eso, nadie como ella para hacernos de cicerone y acercarnos al lado más personal y mágico de la vida de una ciudad que respira arte a ambos lados del río Arno, donde la capital de la Toscana reconcilia en calma el pasado y el presente.



PASADO MEDIEVAL

El Ponte Vecchio es uno de los iconos de Florencia, una joya medieval del siglo XIV que te sorprenderá con el chispeante alboroto de tiendas y locales de restauración que alberga sobre sus desgastadas piedras.



ESENCIA BOHEMIA

Estrechass calles con contraventanas de colores, paredes desconchadas y olor a café. La Florencia más bohemia es territorio de artistas y admiradores del arte. Arriba, la famosa *trattoria* **Coco Lezzone**; a la derecha, la librería y punto de encuentro cultural **Todo Modo**.



El día de nuestra protagonista no siempre arranca de la misma manera. Pero una de sus mejores formas de estrenar la jornada es paseando por los **Jardines de Boboli**. Ubicados detrás del Palacio Pitti, ofrecen al visitante más de 45.000 metros a lo largo de los cuales sobrecoge la belleza de sus esculturas, lagos y fuentes. Para la diseñadora de joyas, cruzar el margen sur del río que divide la ciudad y entrar en este vergel es trasladarse a un pasado rebotante de inspiración y referencias que alientan su creatividad. “Crecer en Florencia te enseña respeto y veneración por la historia, la artesanía y el tiempo. Te proporciona un fuerte sentimiento de responsabilidad hacia la belleza y la cultura”, explica con un capuchino en la mano. Su favorito: el de especialidad que sirven en la librería **Todo Modo**, en Vía dei Fossi, 15, donde a nuestra musa le encanta perderse entre volúmenes sobre diseño y novedades editoriales y disfrutar de una buena conversación sin prisas.

Siempre que necesita abrazar su legado familiar se escapa al **Palazzo Spini Feroni**, en el centro de Florencia, en la Piazza Santa Trinita. Allí se encuentra el **Museo Salvatore Ferragamo**, donde a lo largo de siete salas se despliega la trayectoria de casi un siglo de la firma de calzado que ha llevado el *made in Italy* a otro nivel. El edificio gótico, de 1289, es todo un emblema de la ciudad. Para Maria Sole, este lugar supone “reconectar con mis raíces y reafirmarme en la idea de que la creatividad y el emprendimiento pueden convivir en armonía con la cultura y la generosidad”.

Arquitecta de formación, nos cuenta que la capital es un paraíso para la profesión, ya que cada fachada es una lección única. Uno de sus edificios preferidos es la **Basílica del Santo Spirito**, en el fascinante barrio de Oltrarno. En este vecindario, Maria Sole disfruta descubriendo nuevos talleres y estudios de trabajos artesanales que son savia para la creación de sus



CITAS INELUDIBLES

Para una larga sobremesa ente amigos, **5eCinque** (arriba) es el restaurante vegetariano más visitado del centro. A la derecha, **Palazzo Spini Feroni**, un edificio gótico que alberga el Museo Salvatore Ferragamo, donde se recogen los casi cien años de andadura de la firma.



VINTAGE Y COOL

Si te gusta bucear en el pasado buscando tesoros de otras épocas, **Jules and Jim** es tu tienda. En ella encontrarás una cuidada selección de moda y decoración, donde cada pieza tiene una historia que contar con elegancia y estilo.

“EL MUSEO
FERRAGAMO
ME REAFIRMA
EN LA IDEA
DE QUE
CREATIVIDAD Y
GENEROSIDAD
PUEDEN
CONVIVIR EN
ARMONÍA”

fabulosas joyas de cuero y latón, nacidas con vocación de sostenibilidad. Nuestra guía siente debilidad por todo lo *vintage*, y cuando le preguntamos por su tienda de moda y decoración favorita de la ciudad no lo duda: **Jules and Jim**, en Via del Moro, 56. “Es un lugar donde conviven diferentes épocas con elegancia y *storytelling*, sin nada que recuerde a una producción en masa”, cuenta. Una filosofía que ella también aplica a sus colecciones, donde la calidad y el detalle siempre reinan sobre la cantidad.

Como parte esencial del estilo de vida florentino no pueden faltar los restaurantes, en los que encuentra los sabores tradicionales de su infancia: **Coco Lezzone** (Via Parioncino, 26), cerca del Museo Ferragamo, es una *trattoria* familiar que cocina en su horno de leña los mejores platos de toda la vida. El restaurante **5eCinque**, en la Piazza della Passera, al otro lado del río Arno, ofrece cocina ecológica y vegetariana, y los productos de temporada llegan directamente de su huerto.

El mejor plan cultural para la diseñadora está en el **Palazzo Strozzi**, en pleno centro de Florencia, donde suele disfrutar de exposiciones que conectan la ciudad con el arte, como la dedicada al pintor Mark Rothko o la que celebra a Beato Angelico, el maestro del Renacimiento -“una figura relevante a día de hoy”-, a través de más de 140 obras. Para terminar el día, nos invita a la heladería **Sbrino**, en Via dei Serragli, 32, donde la fantasía azucarada sorprende al paladar. El tiempo vuela, se pone el sol y despedimos a Maria Sole en la ribera del Arno.



UNA MUESTRA ÚNICA

Del 14 de marzo al 23 de agosto se exhibe en el **Palazzo Strozzi**, en el centro de Florencia, la exposición *Rothko in Florence*. Junto a estas líneas, acuarela de la colección de Christopher Rothko.



VALENTINO *eterno*

Tras su fallecimiento, “el último emperador de la moda” nos deja un legado (casi) inconmensurable tras cerca de medio siglo dedicado a una pasión con la que hizo historia.

TEXTO: PAULA CALLEJO

El pasado 19 de enero, el mundo entero lloraba el fallecimiento del emblemático Valentino Clemente Ludovico Garavani, una de esas figuras que parecían eternas y que, de hecho, lo serán siempre para todos aquellos que amamos la moda. Más allá de su fortuna, valorada en cerca de 1.500 millones de euros, y de las 21.000 piezas que se encuentran expuestas en la fundación que lleva su nombre, en Roma, resulta casi imposible cuantificar un legado de la magnitud del que deja el conocido como “el último emperador de la moda”, pero estamos de acuerdo en que, si tuviéramos que hacerlo, todo comenzaría con un rojo brillante, que marcó su vida y dio pie a una leyenda. Solo los grandes creadores son capaces de adjetivar con su nombre algo tan inmenso como un color. Un color que, por cierto, tiene su origen en nuestro país y que fue, a la vez, la gran obsesión de Valentino y la mejor estrategia de identidad de marca posible. Nació a finales de los 50, durante un viaje a Barcelona, donde se quedó fascinado al ver a mujeres vestidas de este tono. Entonces decidió incluir, al menos, un look rojo en cada colección; el resto, como suele decirse, es historia.



Valentino Garavani llegó a tener una docena de carlinos a lo largo de su vida. En la imagen, con dos de ellos y modelo vestida con uno de sus diseños.



Valentino Garavani posando con las modelos -incluida Natalia Vodianova- en el que fuese su último desfile, en 2008.

Teñido del emblemático *rosso*, como se denomina en Italia, el primer vestido tuvo nombre propio, *La fiesta*, y formaba parte de la primera línea del creador, que lanzó en 1959, tras regresar a su país natal después de pasar una década estudiando y trabajando en París. Aquella cápsula estaba protagonizada por diseños inspirados en las túnicas helénicas, los cuales otorgarían a Valentino, años más tarde, su famoso apodo. “Podían costar hasta 100.000 dólares, todos cosidos a mano y, con la economía tal como está ahora, se puede decir que es el último emperador”, explicaba Matt Tyrnauer, periodista y director del documental *Valentino, el último emperador*, en 2008.

Volviendo a finales de los 50, por aquel entonces llegó a su vida Giancarlo Giammetti, quien apostó desde el inicio por el proyecto y dejó sus estudios de Arquitectura para convertirse en cofundador de la firma. Durante 65 años conformaron el mejor tándem profesional y personal, puesto que, aunque su historia de amor duró algo más de una década, como el propio diseñador confesaría tiempo después, mantuvieron una estrecha relación hasta el día de su muerte.

En 1962, Valentino superó con éxito su gran debut internacional sobre la pasarela en el Palazzo Pitti, de Florencia. Entre aquella histórica presentación y la última que protagonizó como director creativo al frente de su empresa pasaron 46 años. Su inolvidable adiós, que cerró con todas las modelos enfundadas en el mismo vestido rojo, tuvo lugar en enero de 2008, en los jardines del Museo Rodin, de París, ante cerca de 900 personas.

LAS MUSAS QUE LE ENCUMBRARON

A principios de los 60, Audrey Hepburn y Elizabeth Taylor, dos de las actrices más cotizadas del momento (y a las que se rifaban las firmas más prestigiosas del mundo) cayeron rendidas ante las creaciones de Valentino. Sin embargo, la cliente que mayor visibilidad otorgó al italiano fue Jackie Kennedy, a quien conoció en 1963, cuando la que

fuera primera dama buscaba diseñadores para sus estilismos tras la muerte de su marido, John F. Kennedy. La suya fue una relación de admiración mutua y profesionalidad que consolidó la carrera internacional del modista gracias a los más de 50 looks que creó para ella. Cinco años después de su primer encuentro, Jackie confió en él el vestido de novia para su boda con el empresario Aristóteles Onassis, un romántico diseño que marcó un antes y después en la moda nupcial y fue adquirido por 24.320 dólares en una subasta celebrada en 2024.

A lo largo de su trayectoria, el modista estableció vínculos muy estrechos con iconos de distintas generaciones. Sophia Loren, Naty Abascal, Isabel Preysler, Elle Macpherson, Naomi Campbell o Anne Hathaway son solo algunas de las clientas que llegaron a ser embajadoras y amigas. Muchas de ellas escogieron diseños de Valentino para asistir a los eventos más prestigiosos del mundo, y su relevancia en la alfombra roja es tal que se le considera uno de los grandes talismanes de las actrices nominadas a los Oscar, ya que cuatro de ellas se han alzado con la codiciada estatuilla dorada vistiendo sus propuestas: Jessica Lange, en 1982; Sophia Loren, en 1991; Cate Blanchett, en 2005, y Julia Roberts, en 2001, cuando

nos enamoró con un look bicolor que encontró apenas a unos días de la gala y que logró conmover a su creador. Valentino diría tiempo después que, a pesar de haber acompañado a numerosas estrellas en momentos muy especiales, nada le emocionó más que ver a “la sonrisa de América” recoger el premio a mejor actriz por *Erin Brockovich* con una de sus creaciones.

No solo los armarios de las grandes divas de Hollywood están repletos de piezas del italiano, sino que en los palacios europeos también sucumbieron a sus femeninos, delicados y elegantes modelos, que aportaban sofisticación y espectacularidad sin caer

VER A JULIA ROBERTS RECOGER SU OSCAR CON UN “VALENTINO” FUE UNO DE LOS MOMENTOS MÁS EMOCIONANTES DE SU CARRERA

MÁS ALLÁ DE LA MODA, LAS GRANDES PASIONES DEL DISEÑADOR FUERON EL ARTE Y LA ARQUITECTURA

en excesos, filosofía que encaja a la perfección con los protocolos de la realeza. Desde nuestra reina Sofía, que cuenta con varias decenas de sus impresionantes diseños de alta costura, hasta la infanta doña Margarita. Por su parte, Diana de Gales, una de las figuras más relevantes en la moda de los años 80 y 90, mostró su imagen más seductora en 1992 con un look compuesto por un corsé de terciopelo burdeos y minifalda de encaje, que requirió más de 200 horas de trabajo.

SUS VILLAS Y EL ARTE: EL OTRO GRAN LEGADO

La moda no era, en absoluto, la única faceta artística que interesaba al genio de Voghera. Famosa es la frase que hoy preside el dintel de su fundación y resume su filosofía: "Amo la belleza, no es mi culpa". Vivió rodeado de castillos, yates y obras de arte. Su pasión era el lujo y le fascinaba convertir sus propiedades en impresionantes museos. En su patrimonio figuran desde un espectacular castillo del siglo XVII en el corazón de Francia a un exclusivo chalet en la estación suiza de Gstaad, un ático neoyorquino con vistas a Park Avenue o una casa en el golfo de Nápoles, además de su hogar habitual en la Via Appia Antica, una villa de más de 30 habitaciones en la que se instaló su capilla ardiente. Todos estos inmuebles custodiaban tesoros que los convertían en galerías de arte. Su mansión en el londinense barrio de Holland Park era famosa por albergar cinco obras de Pablo Picasso, tan solo una pequeña parte de la colección privada del diseñador.

Imposible olvidar el impresionante yate de 46 metros de eslora que tantas imágenes icónicas nos dejó y que era la definición exacta de lujo, hasta el punto de que el salón estaba decorado con obras originales de valor incalculable firmadas por artistas como Andy Warhol o Picasso. Bautizada como *TM BlueOne*, esta exclusiva vivienda flotante contaba con capacidad para alojar hasta a diez invitados en sus cinco camarotes. Repartidas en estas casas se encontraban sus más de 100 juegos de porcelana fina, con piezas de origen europeo clásico, un tema que le obsesionaba. Prueba de ello son los cerca de 200 platos de Meissen exhibidos en la sala de desayunos de su piso en Londres. Por supuesto, en todas sus propiedades había también un espacio especial reservado para sus perros. Los más conocidos fueron seis carlinos, pero llegó a tener más de una docena a lo largo de su vida. Viajaban con él en sus *jets* privados, tenían cuidadores exclusivos y eran como hijos para el diseñador, quien posaba con ellos en las entrevistas y llegó a convertirlos en parte de su imagen pública.

El diseñador siempre estuvo rodeado de divas. A la derecha, posando con Iman.



¿QUÉ HAY DE NUEVO?

fASHIONLIST

Marzo llega cargado de novedades irresistibles del 'fashion system'. ¡Prepárate para una agenda de lanzamientos, exposiciones y planes que no vas a querer dejar pasar!

TEXTO: AMALIA QUIROGA E ISABEL SERRA



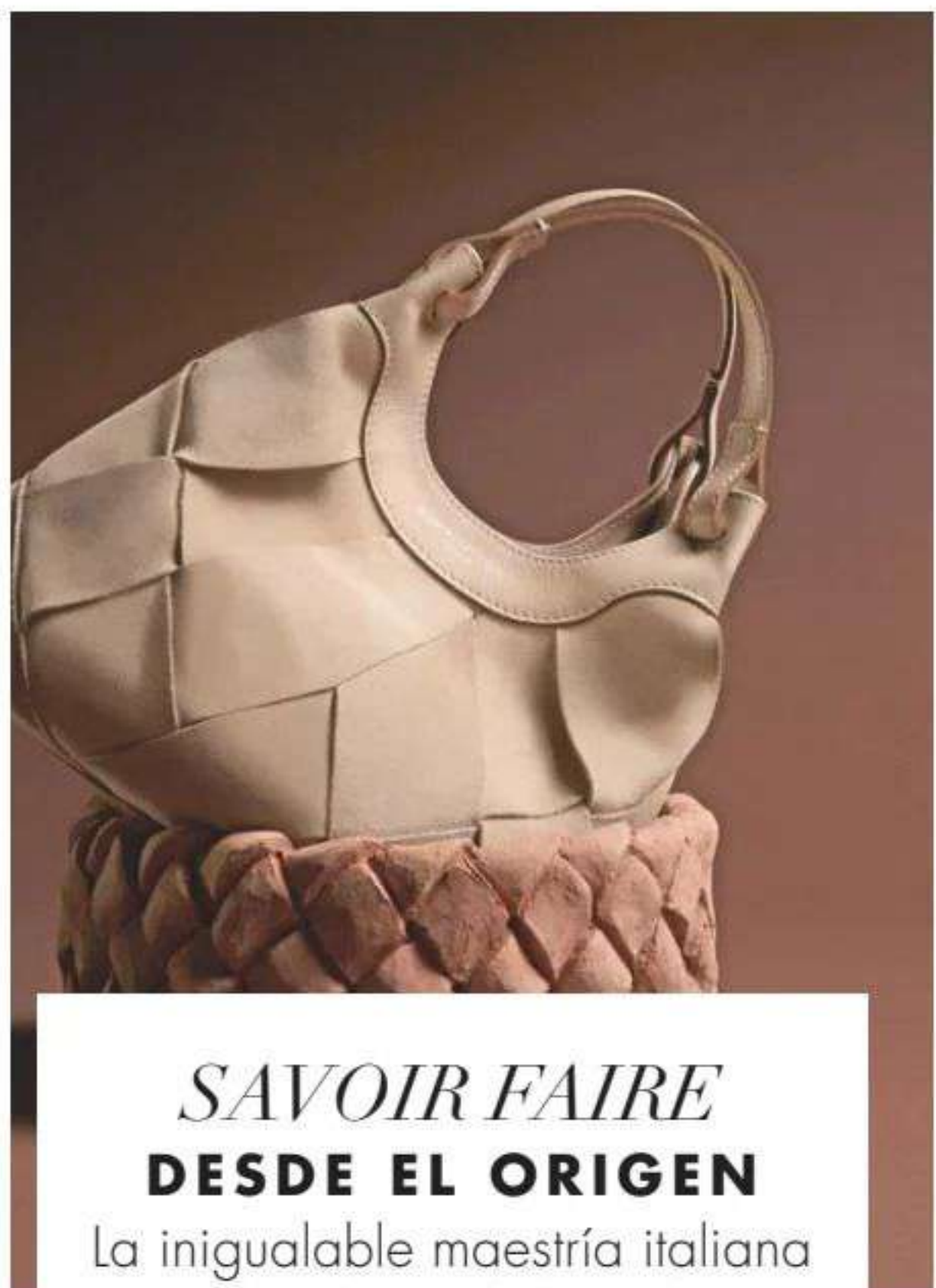
PRIMERAS IT GIRLS

Misteriosas, sofisticadas y la máxima encarnación del 'cool effortless'. Las precursoras inspiran la moda actual.

Recientemente conocíamos la noticia del fallecimiento de **Jacqueline de Ribes**. Su lista de ocupaciones era casi tan espectacular como su físico o su vestidor: aristócrata, diseñadora, productora de cine y filántropa. Sin embargo, si algo le movía, era el arte, lo que la llevó a jugar un papel crucial como presidenta honoraria de la Sociedad de Amigos del Museo d'Orsay, en París, y a ejercer de mecenas para diversas instituciones artísticas. En la cúspide de la élite social, se relacionaba con figuras como la *socialite* mexicana **Gloria Guinness** -musa de pintores como René Bouché, Kenneth Paul Block o Alejo Vidal-Quadras Veiga-, **Nan Kempner** -representante de la casa de subastas Christie's y consultora de diseño de Tiffany & Co.- y la coleccionista de arte **Marella Agnelli**. Ellas fueron las primeras *influencers* de la historia, a las que la moda y el arte siempre miran.



De izquierda a derecha y de arriba abajo: Gloria Guinness, Nan Kempner, Jacqueline de Ribes, Marella Agnelli y C. Z. Guest.



SAVOIR FAIRE DESDE EL ORIGEN

La inigualable maestría italiana en el trabajo de la piel es inmediatamente reconocible. Para su colección Primavera-Verano 2026, Gianni Chiarini rinde homenaje a la icónica técnica del trenzado, que se materializa en el nuevo modelo *DUA* y promete convertirse en uno de los más deseados de la temporada.



EN CASA DEL GENIO

El espíritu y la memoria del maestro de la sastrería italiana, Giorgio Armani, se mantienen vivos y la nueva campaña de la enseña lo confirma. Por primera vez en la historia de la marca, la sesión fotográfica se ha realizado en la casa del diseñador, en el corazón del barrio de Brera, en Milán, con Vittoria Ceretti y Clément Chabernaud como protagonistas, continuando así con un legado inolvidable.



UNA TOP 360°

¡Que no cunda el pánico! Kaia Gerber no abandona la moda, pero empieza a pensar desde dentro.

La top acaba de incorporarse al equipo de la firma *denim Re/Done* como inversora y socia creativa, forjando una alianza *fashion* imbatible.



@SHOPREDONE

Veinticinco años DE CELEBRACIÓN

Uno de los mayores orgullos de la ciudad de Ginebra (Suiza) es el Museo Patek Philippe, que este año cumple un cuarto de siglo. La manufactura ginebrina celebra la pasión de su fundador, Philippe Stern por los relojes y el logro de albergar una de las colecciones más importantes del mundo.





MODA DE ALTURA

¡Una experiencia de ensueño en el corazón de los Alpes suizos! Gstaad fue el escenario de un exclusivo desfile que transformó el paisaje alpino en una pasarela inmersiva para celebrar el 45 aniversario de GUESS. Con VIPS de la moda como Chiara Ferragni y Leonie Hanne entre los invitados, la firma desplegó su visión de glamour invernal y actitud *après-ski* en un entorno inolvidable.



ARTE A TUS PIES

La colección de Primavera/Verano 2026 de **Manolo Blahnik** es absolutamente irresistible. Diseños innovadores, reinterpretaciones de archivo y referentes culturales y geográficos que van desde los Andes hasta la Côte d'Azur llegan para conquistar tu vestidor con una explosión de color.



ÉPOCA DE BODAS

La firma valenciana de alta costura **Isabel Sanchis** abre su primera tienda física en Madrid. Ubicada en el número 98 de la calle Serrano, este espacio de tres plantas acercará a la clientela madrileña sus colecciones de *prêt-à-porter*, de costura, de novia y de alta moda, y ofrecerá una experiencia de compra exquisita.





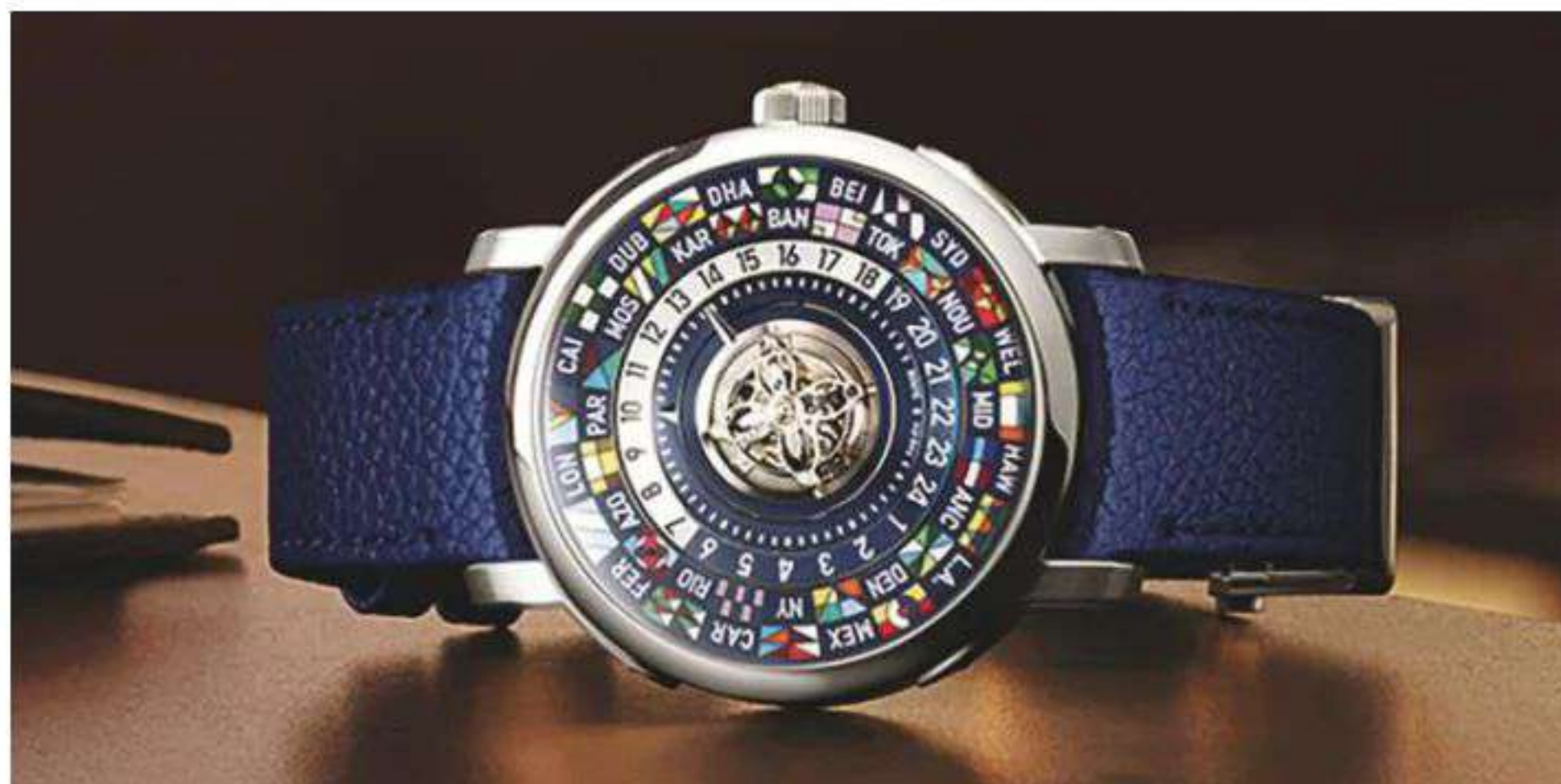
BAJO LA MIRADA DE UN MAESTRO

Blauer vuelve a confiar en la mirada legendaria del fotógrafo de moda Bruce Weber para dar forma a su campaña Primavera/Verano 2026, un relato visual capturado en su inconfundible blanco y negro en Montauk, un antiguo pueblo de pescadores a tres horas de Nueva York, que celebra el espíritu dinámico y aventurero y el *American way of life* que definen a la marca. Una historia de libertad, autenticidad y movimiento.



DEBUT DE PLATA

Sézane no para de crecer. Recientemente, la han catalogado como la firma de lujo asequible con más *engagement* entre los consumidores, a quienes esta temporada les *regala* su primera línea de joyas en plata. En ella habitan pasadores, anillos, pendientes, brazaletes y hasta horquillas de diseño sutil pensados para complementar los siempre impecables estilismos de la "mujer Sézane".



TIEMPO DE NOVEDAD

Cómo nos gustan las buenas nuevas que nos traen las firmas de lujo. En el caso de la icónica Louis Vuitton las tenemos a pares. Por un lado, el lanzamiento de cinco nuevas piezas de la colección de *haute horlogerie* Scale (arriba uno de los modelos), y, por otro, la inauguración en Barcelona de la espectacular tienda temporal que cuenta con dos plantas y garantiza una inmersión total en el universo de la *maison*.





A TODO COLOR

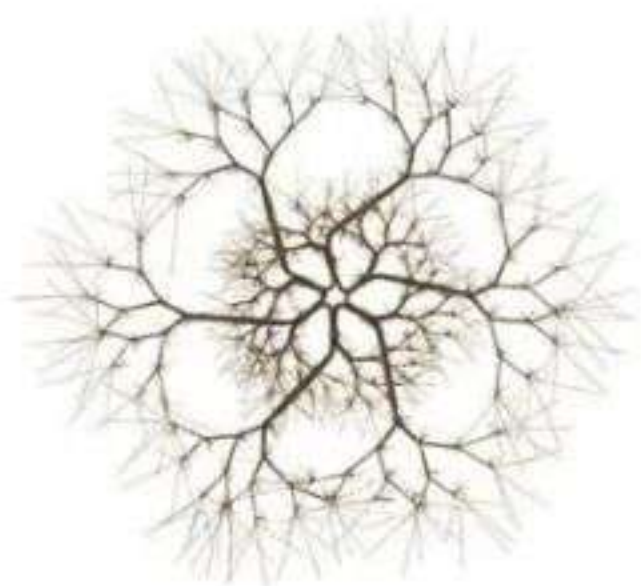
La historia del diseñador japonés Issey Miyake llega en un nuevo 'coffee table book'.

Avanzar y romper moldes fue siempre el objetivo de Issey Miyake, y lo logró con creces. Sus creaciones, que unían de forma única la poesía y la funcionalidad, trascendieron fronteras gracias a su magistral fusión de diseño y tecnología. El nuevo libro de Taschen, editado por Midori Kitamura -presidenta del Miyake Design Studio y mano derecha del creador durante más de 45 años-, recorre la trayectoria completa del creador, desde sus inicios hasta su fallecimiento, en 2022, acompañado de magníficas fotografías que capturan fielmente su excepcional creatividad.



SENSIBILIDAD FEMENINA

Ruth Asawa (California, 1926) fue una de las artistas más prolíficas del siglo XX. Aunque la apreciación de sus esculturas y litografías ha crecido exponencialmente en las últimas décadas, la retrospectiva que acoge el Museo Guggenheim de Bilbao -del 19 de marzo al 13 de septiembre- es la primera gran exposición en incluir todos los aspectos de la autora.



LARGA VIDA AL PUNK

La rebeldía irrumpe en los museos. Esta primavera, el Museo Bowes, en el condado de Durham (Inglaterra), presenta una gran retrospectiva dedicada a Vivienne Westwood. Centrada en sus diseños más icónicos y transgresores, desde principios de 1980 hasta los 2000, la muestra celebra el legado de la diseñadora más provocadora e imaginativa de Gran Bretaña... ¡y del mundo!



MODA & GASTRONOMÍA

Del 25 de febrero al 2 de marzo, coincidiendo con *Milan Fashion Week*, el Emporio Armani Ristorante acogerá el primer *pop-up* del icónico restaurante neoyorquino Indochine, uno de los favoritos de Giorgio Armani durante sus estancias en la Gran Manzana y punto de encuentro de figuras de la cultura pop como Andy Warhol, Madonna o Mick Jagger. ¿Te lo vas a perder?



PASOS HISTÓRICOS

¡Atención, *junkies* de los zapatos! Llega un libro "para morirse". La editorial Rizzoli celebra 90 años de lujo, tradición y vanguardia de la icónica *maison* francesa Roger Vivier con la monografía *Roger Vivier: Heritage and Imagination*, perfecta para perderse entre sus páginas.



SURREALISMO SIN LÍMITES

Cuando moda y arte dialogan, surgen piezas tan espectaculares como las de Schiaparelli. El próximo 28 de marzo, el Victoria & Albert Museum de Londres da el pistoletazo de salida a una nueva exposición que recorre los orígenes pioneros de la casa de moda y su evolución bajo la dirección creativa de Daniel Roseberry.



INGENIO TEATRAL

Porque la moda es mucho más que tendencias: es un lenguaje narrativo, emocional y político. La exposición *Nostalgia/Utopía* llega a la Sala Canal de Isabel II de Madrid, desde el 4 de marzo y hasta el 12 de julio, con una potente retrospectiva de la diseñadora toledana Ana Locking, donde la moda se convierte en un viaje entre la memoria y el deseo de futuro.



DIÁLOGO ETERNO

Desde el 18 de febrero puedes experimentar, en el MFIT Museum, de Nueva York, una inmersión total en la relación simbiótica entre la moda y las bellas artes. La exposición *Art x Fashion* reúne más de 140 piezas capaces de "atraparte" para que las analices al detalle como si fueran pequeños tesoros.



En la imagen, los modelos más icónicos de la colección *Haute Couture* de 1988, exhibidos en la Galería Nacional de Londres.

De Mondrian a Van Gogh

DESFILE en la GALERÍA

A finales de los ochenta, Yves Saint Laurent fusionó su universo 'haute couture' con la obra de pintores icónicos en una colección que fue la envidia de museos de todo el mundo.

TEXTO: **SILVIA LUENGO G.**

La pintura siempre fue una de sus pasiones, dibujaba con destreza y algunos de sus bocetos fueron premiados por su belleza e intención. Y su revolución en el mundo de la moda femenina nunca difuminó la línea dorada que une a esta con el arte. Más bien al contrario, la hizo resplandecer. En 1988 se lió la manta a la cabeza y dejó que su admiración por pintores icónicos de la historia, como Velázquez, Picasso, Mondrian, Matisse y, especialmente, Van Gogh protagonizase su colección de alta costura de primavera-verano. El éxito fue rotundo.

PASIÓN E INSPIRACIÓN

No era la primera vez que el modisto francés hacía un guiño a sus preferidos de la pinacoteca. Ya en 1965 sacudió el *dress code* de los vestidos cóctel con su colección tributo a Mondrian. Sin embargo, la

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram
O escanea el código QR:



grandeza de la *haute couture*, en los ochenta, fue el mejor contexto para deslumbrar al mundo con sus vestidos-cuadro, en los que los pinceles fueron sustituidos por la costura más sublime. Aquel alarde de maestría dejó en el aire el eco de algo extraordinario, un hito difícil de olvidar. Diez años más tarde, algunos de los looks más emblemáticos del desfile se exhibieron en la recién estrenada sala bautizada como Yves Saint Laurent de la Galería Nacional de Londres (foto de arriba). La muestra volvió a arrasar entre un público, que alucinaba viendo la fastuosa manera en la que el *couturier* unía el lenguaje pictórico con el de la moda estableciendo un bellissimo diálogo para la posteridad.

LA CHAQUETA DE 380.000 EUROS

Entre los diseños más exquisitos de la colección se encontraba una chaqueta bordada con más de 200.000 lentejuelas, en la que se reproducía la obra *Los girasoles* (1888-89), de Vincent Van Gogh. Para su confección se necesitaron unas seiscientas horas de trabajo a cargo de la emblemática casa de bordados de lujo Lesage. Se crearon cuatro para la venta y una para el desfile, que lució la mismísima Naomi Campbell. Hasta 2019 pudo verse en la Fundación Yves Saint Laurent, pero ese año la institución decidió sacarla a subasta. Las expectativas eran altas, con un precio de salida de casi 120.000 euros, aunque alcanzó un precio final de 380.000, que pagó la Galería Nacional de Melbourne, donde se exhibe desde entonces. Con esta cifra de mareo, la chaqueta de seda y *paillettes* se convirtió en la prenda de moda más cara de la historia jamás subastada. Junto a esta, la segunda gran protagonista de la colección de alta costura de 1988 fue la chaqueta *Lirios* (1889), inspirada en esta obra del pintor holandés. Igualmente impresionante, también fue subastada en 2019, logrando un precio final de 175.000 euros. Cifras récord de la moda que, aunque cuantifican la grandeza del trabajo de Saint Laurent, se quedan cortas para calificar la realización del titánico sueño de unir con dignidad moda y arte.

iHOLA!

39 €



o escríbenos a **suscripciones@hola.com**

 **TEATRO REAL**
CERCA DE TI

Descubre todos
los meses las *claves*
de estilo para
estar a la última
en *tendencias* de
moda y belleza



Cartier