

fashion

¡HOLA!

MAYO
2026

En portada

ALEX
RIVIÈRE-SIEBER

PASIÓN
CREATIVA
TATIANA
SANTO DOMINGO
& DANA ALIKHANI
SASSA DE OSMA
& TATIANA
DE NICOLAY

BELLEZA
BLOOMING
DEL COLORETE
A LOS PERFUMES
LUMINOSOS

EL EFECTO
BOTTICELLI
LOOKS RELAJADOS
PARA CREAR TU
PROPIO ESTILO



ENLACE AL CANAL
[x.com/byneontelegram](https://www.instagram.com/byneontelegram)
Ó escanea el código QR:



La elegancia
RENACE

Península: 3,90€ • Canarias y Portugal (cont.): 4€
00 163 >
9 772255 176007



ROLEX
OYSTER PERPETUAL
DATEJUST

28

SUPERLATIVE CHRONOMETER
OFFICIALLY CERTIFIED

SWISS MADE



REACH FOR THE CROWN

EL LADY-DATEJUST



Dior







CHANEL
THE CHANEL 25 HANDBAG

AVANCE



FENDI

12 TODO ES UN JARDÍN

PURO MOVIMIENTO

Los tejidos se aligeran y fluyen vaporosos. Flecós, transparencias y flores se mecen en sintonía.

22 TRENDY & CHIC

Capas, encajes, volantes, y el color rojo por bandera, lideran una primavera en clave *chic*.

32 WOMEN ON TOP

Tatiana Santo Domingo y Dana Alikhani. Sassa de Osma y Tatiana de Nicolay.



36 MODA QUE RESPIRA HONDO

El nuevo lujo del *fashion system*: privacidad, calma y silencio.

54 HANAMI ESPAÑOL

Seis diseñadores patrios nos cuentan cuál es su pieza digna de contemplar.

MUJERES CON VOZ

58 ALEX RIVIÈRE-SIEBER

Nuestra mujer de portada posa espectacular con un estilo neorromántico.



ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

O escanea el código QR:



68 KIMBERLY KLOSS

La modelo viajó a Madrid y demostró ante el objetivo que es mucho más que la hermana de Karlie.

76 CARLA FERRER

La creatividad es el motor de esta amante de la moda y la fotografía.

BELLEZA & BIENESTAR

92 EL COLORETE FLORECE

El *blush* regresa con fuerza para alegrar tu rostro y tus días.

100 PERFUMES LUMINOSOS

Más luz y más perfume. El buen tiempo pide sensorialidad.

108 CINDY CRAWFORD

Los secretos de los espléndidos sesenta años de la *top de tops*.



LIFE
120 VIAJE A PARÍS
 Ines de Cominges nos invita a descubrir la Ciudad de la Luz.

124 EL EFECTO BOTTICELLI
 El triunfo de lo orgánico sobre lo rígido e iconos pop que podrían ser musas del pintor.

134 LA FIESTA MÁS BRILLANTE
 Primera edición de los Premios Fashion a las joyas más espectaculares.



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
 ISABEL SERRA
 SILVIA LUENGO G.
 LUCÍA HERNÁNDEZ
 AMALIA QUIROGA

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

Diez mil Flores y un Hanami

era de esperar que, en un contexto de exposición constante, dominado por las redes sociales y la necesidad de ser vistos, las mentes más brillantes reclamasen una vuelta a lo esencial, rompiendo lazos con el *mainstream*. Son muchos los creativos que han explorado y revisitado esa elegancia que no necesita imponerse. Con tejidos que fluyen, siluetas que sugieren en lugar de definir y una femineidad que no busca ser consumida rápidamente: se aleja de lo estridente sin perder presencia y reivindica ser observada, como si se tratase de un *hanami*.

El precioso ritual japonés que venera los cerezos en flor nos recuerda que la belleza ocurre desde la contemplación. Lleva a la calma, a ahondar en lo que verdaderamente tiene significado, lejos del impacto inmediato y agotador al que nos hemos acostumbrado.

Este diálogo con la naturaleza merecía ser fotografiado en todas sus formas. Con la mirada de Alex Rivière-Sieber y nuestros diseñadores españoles, hemos querido trasladar esa conexión con la moda que florece y se abre paso -delicada, como la Venus de Botticelli- generando curiosidad. Una mirada que, sin duda, nos invita a estar más atentos y a practicar ese refinamiento tranquilo, carismático, que parece tener el mismo efecto que un susurro.

Laura Longo
DIRECTORA

AQUAZZURA



AQUAZZURA BOUTIQUE - CALLE DE SERRANO, 54 - MADRID



ENCANTO CAMPESTRE

Entre flores silvestres, la moda traslada el imaginario del 'countryside' inglés a la vida cotidiana.

FOTOGRAFÍA: **DANNIEL ROJAS** ESTILISMO: **LEIRE PEÑA**



Vestido con motivo floral (605 €), de **Cara Cara**.

Pendientes en oro amarillo y turmalinas verdes (c.p.v.), de **Grassy**.

Cámara compacta de fotos *Lomomatic 110* de **Lomography** (189 €), en **Zara Home**.

Cinturón con flores y cadena (145 €), de **Marella**.

Reloj *Lady-Datejust* en acero y oro **Everose** (c.p.v.), de **Rolex**.

Anillo *Color Blossom Mini Star* de oro rosa, malaquita y diamante (3.300 €), de **Louis Vuitton**.

Juego de *backgammon* (705 €), de **Cult Gaia**.



Los diseños de cuadros en tonos verdes son una buena alternativa a las flores. En la imagen, la modelo lleva vestido de punto con lazada al cuello y mocasines, de **Dior**.



Junto a estas líneas, la protagonista, con vestido de punto de estampado floral multicolor, de Celine.

Camisa de seda con estampado (1.100 €), de Marni.

Charm con bolso en miniatura (280 €), de Pucci.



Anillo en oro rosa con flores y mariquita (7.600 €), de Van Cleef & Arpels.

Funda para smartphone, de lona bordada (1.300 €), de Prada.

Lámpara de mesa (129 €), de Westwing Collection.

Gafas de sol redondas (400 €), de Celine.



VIAJE A LOS 70'S

Mangas acampanadas, estampados vibrantes y toques psicodélicos nos invitan a revivir la colorida década.



Aimee Lou Wood



dinh van
P A R I S

Colección Menottes dinh van



Los tonos tierra protagonizan este look formado por top de cashmere, falda de flecos y bolso de satén rosa. Todo, de Prada.

VERBENA DE TARDE

Discreción en la paleta cromática; riesgo en el diseño. Da la bienvenida a flecos, volúmenes y grandes escotes.

Vestido largo de seda con fruncidos voluminosos (2.795 €), de Zimmermann.

Caja de cerillas de diseño (11,99 €), de Archivist en Westwing.

Jarrón bicolor (900 €), de Hermès.

Bolso de piel, con cadena (3.600 €), de Louis Vuitton.



Anillo en forma orgánica, recubierto en oro de 14 quilates (129 €), de Pandora.

Sandalia plana efecto pelo (1.350 €), de The Row.

LLOYD'S

SOLO EN

El Corte Inglés

LECCIÓN DE COLOR

La teoría del rojo inesperado apuesta por transformar el look con detalles sorprendentes en este tono. Todo un derroche de pasión.



En la imagen, la modelo posa con top de organza, bralette de punto y falda de brocado floral, de Fendi.



Pulsera de cordón en oro con diamantes (720 €), de Messika.



Camisa de organza con flor (4.200 €), de Valentino.

Vela Figuiet (325 €), de Diptyque.

Sandalia de piel con detalles de rafia (1.095 €), de Aquazzura.

Labial Brun Sunset (75 €), de Hermès.

Bolso 11.12 clásico, con bordados de flores (c.p.v.), de Chanel.



LOLA CASADEMUNT

BARCELONA



45

Years dreaming



Junto a estas líneas, una propuesta en amarillo mantequilla formada por top asimétrico, bralette de punto y pantalón oversize, de **Sportmax**.

En la página siguiente, la modelo posa con vestido de seda estampado, pulseras de resina y pendientes dorados, todo de **Elie Saab**.



CLARO Y CRISTALINO

Tejidos vaporosos, acabados traslúcidos y tonalidades suaves definen una temporada marcada por la ligereza y la femineidad.



Gargantilla con flor (690 €), de **Chloé**.

Pendientes con zafiros rosas y verdes (1.250 €), de **Suarez**.

Bolso de lentejuelas (3.500 €), de **Roger Vivier**.

Falda con mariposas (490 €), de **Blumarine**.

Sérum *Abeille Royale* en edición limitada (144 €), de **Guerlain**.

Máscara de pestañas *Lash Idôle Curl Goddess* (40 €) de **Lancôme**.

MUNDO BOTÁNICO

La naturaleza inspira diseños etéreos y vaporosos con una delicada paleta empolvada. Entre rosas, camelias y peonías anda el juego.



Set de 4 pulseras (58 €), de **Bimba y Lola**.

Bailarina bordada, de encaje y lentejuelas (590 €), de **Ermanno Scervino**.

Gafas de sol ovaladas (1.500 €), de **Giorgio Armani**.

Bolso con motivo floral (2.200 €), de **Louis Vuitton**.





BLUMARINE

ROTAT BIRGER CHRISTENSEN

ALAIÀ

CAROLINA HERRERA

BOTTEGA VENETA

DIOR

CELINE

GABRIELA HEARST

CUÉNTAME UN CUENTO

Las capas, largas, fluidas y teatrales, brotan como una de las piezas clave para invitadas. Te sentirás de fábula.

COLLAGES: **JUAN PABLO CHIPE**

ACNE STUDIOS

ERMANNO SCERVINO

GIAMBATTISTA VALLI

CAROLINA HERRERA

PATOU

DIOR

FENDI

HAZ QUE
ENCAJE

*Gracias al romanticismo que empapa la moda,
la blonda despunta en nuestros looks de diario.
No pretende ser sexy, sino ganarse la admiración.*



CHANEL

STELLA MCCARTNEY

FENDI

LOLA CASADEMUNT

RALPH LAUREN

GIVENCHY

MOISÉS NIETO

TEÑIDOS DE ROJO

El color más intenso y poderoso de la paleta es el primero en el espectro luminoso y, también, en vestidos que brillan por sí solos.

VALENTINO

GIAMBATTISTA VALLI

SAINT LAURENT

AJE

CAROLINA HERRERA

RABANNE

CONTEMPLA EL VUELO

*Todo fluye, nada permanece. La sucesión de
volantes en hombros, faldas y mangas augura
una estación en constante movimiento.*

MODA HECHA

PÉTALO *a* PÉTALO

Las firmas han deshojado las flores más bonitas del parque y han colmado con ellas prendas y accesorios con las que vivir, sentir y tocar la primavera.

TEXTO: ISABEL SERRA

flores, flores y más flores. De marzo a junio, las tendencias son incapaces de no caer en la tentación de valerse de *prints* con motivos botánicos o bordados florales. Por nuestra parte, no hay queja alguna en dejarnos llevar por el tópico de vestir la primavera una y otra vez y sin rechistar. Esta temporada, vemos cómo la moda, guiada por un romanticismo confeso y orgulloso, va un paso más allá y abraza lo floral a través de una tridimensionalidad que construye piezas

que invitan a ser tocadas o, cuanto menos, observadas muy de cerca. Como si los tejidos hubieran sido sustituidos por retales de rosas, violetas y ranúnculos, y con una lección de artesanía magistral, las grandes casas de moda han decorado vestidos, faldas, zapatos y bolsos con detalles que imitan los pétalos más bellos del jardín. De Dior a Chanel, pasando por Carolina Herrera y Balenciaga, las firmas han visto en esta técnica decorativa una vía para actualizar la tendencia más típica, manida y, eso sí, querida de esta época del año.



RICHARD QUINN

INMA LINARES

CAROLINA HERRERA

A/E



BALENCIAGA



DIOR

Bello jardín

Firmas como Richard Quinn o Giambattista Valli no se entienden sin las flores, a las que esta temporada de primavera-verano 2026 se han sumado incluso otras, como Balenciaga o Aje, no tan próximas a lo floral.



DIOR



GIAMBATTISTA VALLI



RICHARD QUINN



DIOR



NARDOS

En detalle

Aunque el imaginario floral sea una constante en la ropa de estos meses, hay dos anécdotas que explican que su presencia sea aun mayor en 2026. Una, el homenaje a Madrid de Carolina Herrera a través de las violetas que decoraban varias piezas de su colección. Otra, el gesto que John Galliano tuvo con Jonathan Anderson en su debut para Dior. El icónico diseñador le mandó un ramo de ciclámenes de su jardín para desearle suerte, idea que el irlandés replicaría en su colección de alta costura al incluir un bouquet de esa flor en su invitación y en varios de los diseños.



ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

Ó escanea el código QR:



Entorno velado

En las antípodas de la moda corpórea, resultado de la confección “por pétalos”, está la ligereza de piezas semitransparentes que piden paso y peso en los looks más envolventes.

La organza flota sobre la silueta femenina con la misma levedad con la que la *sakura* -la flor del cerezo japonés- se desprende del árbol y desliza por la brisa en época de *hanami*. Lo mismo hacen el tul o la gasa, tejidos etéreos y casi imperceptibles que han encontrado su lugar, uno muy privilegiado, en una temporada curiosamente marcada por lo opuesto, es decir, por piezas ultradecoradas con plumas, bordados o apliques. La delicadeza de las transparencias ha funcionado como un recurso reiterado en la creación de las propuestas más veraniegas, que, lejos de utilizarlo para conseguir un acabado sexy o sugerente, lo han convertido en un arma romántica.

La traducción práctica (y llevable) es una moda llena de vestidos, faldas, blusas y sobrecamisas transparentes que dejan entrever lo que hay debajo. Lo vemos en las pasarelas más importantes y en marcas concretas como Aje, Giambattista Valli o la española Eiko Ai. Estas no solo (des)cubren sets de lencería, sino que muchas veces lo hacen con estilismos completos. En esos casos, las prendas funcionan como un velo y, como al accesorio nupcial, las rodea una especie de simbolismo o espiritualidad. La fluidez es la característica común: todas las piezas son ligeras, no pesan, se mueven ingravidas. Esa liviandad atañe también a los colores elegidos, siempre sutiles, empolvados y, de nuevo, delicadísimos.

PHYTO

PARIS

NUEVO

PHYTO 7 ELIXIR

CREMA CAPILAR
NUTRITIVA

TRANSFORMACIÓN INSTANTÁNEA
DEL CABELLO SECO
NUTRICIÓN | DISCIPLINA | 48H ANTIENCRSPAMIENTO*

MEDIOS A PUNTAS
7 EXTRACTOS BOTÁNICOS ACTIVOS
SIN SILICONA • TEXTURA FUNDENTE

LA BOTÁNICA ATREVIDA

DISPONIBLE EN FARMACIAS, PARAFARMACIAS Y ES.PHYTO.COM

*Estudio clínico bajo control dermatológico, 27 mujeres - 21 días - puntuación clínica.



DIOR



Buenas alianzas

El diálogo de la propuesta de alta costura de Dior con las piezas cerámicas de Magdalene Odundo ha supuesto una de las líneas creativas principales de la *maison*.

Quiero ser como tú

Vestidos que homenajean piezas cerámicas y zapatos que imitan flores o con tacones escultóricos dominan una temporada en la que la moda contempla con detalle todas las disciplinas artísticas.

TEXTO: ISABEL SERRA

Cuando copias la naturaleza, siempre aprendes algo”, afirmó Jonathan Anderson a tenor de su colección de alta costura para Dior. Ya en su debut para la *maison* reveló una afinidad incontestable con el ecosistema floral -véanse los zapatos en forma de camelias XL- pero fue en la presentación de su línea más elevada y elaborada cuando este se hizo muy evidente. Los ciclámenes, con sus colores y su morfología, funcionaron

LA OBRA DE MAGDALENE ODUNDO COBRA VIDA Y MOVIMIENTO EN LOS DISEÑOS DE JONATHAN ANDERSON

como uno de los hilos conductores principales en la propuesta del irlandés, junto a la obra de Magdalene Odundo. La ceramista keniana es conocida por sus obras antropomórficas, en las que moldea la naturaleza a su gusto. Trabaja las líneas sinuosas, y estas establecen un diálogo con las siluetas de las prendas más llamativas de la colección, sobre todo en una serie de vestidos escultóricos y drapeados. Se trata de piezas estructuradas y curvilíneas cuya semejanza

“LA NATURALEZA
NO OFRECE
CONCLUSIONES
FIJAS, SINO
SISTEMAS EN
MOVIMIENTO QUE
EVOLUCIONAN,
SE ADAPTAN
Y PERDURAN”,
CUENTAN
DESDE DIOR



Herencia

Explican desde Dior que estos zapatos, bautizados como *Aurore*, conectan con el legado floral de la *maison* y con el trabajo que Roger Vivier hizo en la firma. Los paralelismos con la camelia se detectan enseguida.

Arriba, a la derecha, zapato *Aurore*, con flor escultórica, de Dior.

A la izquierda, bolso *Pasticcino* de lana bouclé, de Weekend Max Mara, y zapato tipo mule en satén verde pistacho, de Ferragamo.

con las piezas de Odundo se presenta, a simple vista, más que evidente. Para reforzar esta conversación creativa entre la artista y el diseñador (y entre la naturaleza, el *fashion system* y el arte), cerámicas y vestidos se mostraron en conjunto en una exposición en el parisino museo Rodin bautizada como *La gramática de la formas*. Por supuesto, no es la primera vez que la moda se mira en el espejo del arte, especialmente de disciplinas como la cerámica o la escultura. Tampoco el único

ARTE,
MODA
Y UNIVERSO
BOTÁNICO
CONFORMAN UNA
TRÍADA CREATIVA
RECURRENTE Y
PRÁCTICAMENTE
INDISOCIABLE

homenaje que encontramos en esta temporada de primavera-verano 2026. Desde Ferragamo, lanzan un tacón escultórico en forma de “S” que abraza la concavidad de las curvas y que viene a ser la evolución de uno de los primeros tacones que inventó el zapatero italiano en los años cuarenta, el “F”. Presente en mules, sandalias y *sling-backs*, este nuevo tacón alarga la prolífica relación de la enseña italiana con el mundo del arte y los artistas.



A todo color

El imaginario estético de Muzungu Sisters está muy ligado a la India. "Siempre encontramos inspiración en sus tradiciones, colores y cultura", reconocen sus fundadoras, Tatiana Santo Domingo y Dana Alikhani.

CREAR VIAJANDO

Y viajar creando. Esa es la filosofía de las marcas Muzungu Sisters y Philippa 1970. También de las mujeres que las lideran, Tatiana Santo Domingo con Dana Alikhani y Sassa de Osma, que estrena colaboración con su amiga y artista Tatiana de Nicolay. Nos sumergimos en sus universos creativos, llenos de color, cultura y belleza.

TEXTO: ISABEL SERRA

TATIANA SANTO DOMINGO & DANA ALIKHANI MUZUNGU SISTERS

La inquietud por viajar las hizo amigas; su sentido del humor y su calidez con las personas, inseparables. Tatiana Santo Domingo y Dana Alikhani se conocieron en Londres hace más de veinte años pero no fue hasta 2009 cuando decidieron emprender juntas y lanzar su proyecto -la palabra “marca” se queda pequeña- Muzungu Sisters. Dana siempre sintió interés por la artesanía y los derechos humanos, mientras que a Tatiana le llamaba mucho la atención el universo del coleccionismo. Ambas aunaron experiencias y hobbies en lo que en un primer momento fue una tienda donde vendían piezas artesanales provenientes de sus viajes (de ahí el nombre, ya que “muzungu” es “viajero” en suajili). Con el tiempo, la paciencia y la demanda, Muzungu Sisters terminó convirtiéndose en una firma con diseños propios. “La creamos para promover productos hechos a mano por artesanos locales de todo el mundo. Esto incluye apoyar a aquellos cuyos oficios están desapareciendo y hacer que estas piezas atemporales lleguen al mercado global”, explica Dana. “Queremos empoderar a los artesanos para que continúen con sus tradiciones. Exploramos opciones sostenibles y apoyamos economías locales, respetando sus culturas”, añaden sobre su iniciativa, a través de la que también colaboran con ONG y cooperativas.

Detrás de cada colección -empezaron con una línea femenina pero han ido añadiendo colecciones masculinas, infantiles y de hogar-, hay una cultura o un viaje inspirador. “Nos inspiran las culturas, músicas y artes locales de todos los países que hemos visitado”, cuenta Tatiana. También sus propios gustos, como añade Dana: “Elegimos piezas que nos pondríamos nosotras mismas y luego evaluamos calidad, historia, rareza y condiciones de producción”. En Muzungu Sisters conviven lo eterno con lo efímero. Por un lado, abrazan ese espíritu viajero con una dinámica de *pop ups* por todo el mundo, de Mykonos a Los Ángeles, a la vez que persiguen la durabilidad con prendas que no pasen de moda. “Muchas piezas son extremadamente raras y únicas, a menudo desconocidas fuera de su comunidad, lo que las hace especiales y dignas de conservarse y heredarse”, opina Tatiana. Esa autenticidad que reside en cada una de sus piezas conecta con su idea del lujo. “Los consumidores valoran saber de dónde vienen los productos. El lujo ya no es solo precio, sino exclusividad,

“PARA LOS CONSUMIDORES, EL LUJO YA NO ES SOLO PRECIO, SINO EXCLUSIVIDAD, AUTENTICIDAD Y SIGNIFICADO”

autenticidad y significado”, alega Dana. Sus vidas privilegiadas no empañan ni un ápice su implicación: “Hacemos de todo, desde seleccionar los proveedores hasta dirección artística o contabilidad”, reconocen. Más allá de las tareas del día a día, Tatiana y Dana tienen una misión de crear y difundir belleza de una forma consciente y ética. “Decidimos

emprender con la misión de encontrar tejidos bellos, únicos y sostenibles, así como a los mejores bordadores, tejedores y talleres”. Su búsqueda no cesa, ya que confiesan que su objetivo es llegar a más comunidades para ayudar a que sus artes y sus oficios se conozcan y valoren en todo el mundo desde el escaparate de Muzungu Sisters.





**Espíritu
nómada**

En la colaboración de Philippa 1970 con Tatiana de Nicolay el viaje funciona como punto de partida a la hora de gestar la colección.

En esta página y la siguiente, las socias posan en la tienda recién inaugurada, en Madrid.

Tatiana de Nicolay se ha encargado de elaborar las ilustraciones que ahora decoran los diseños, entre los que encontramos vestidos, pantalones de inspiración *seventies* y prendas prestadas de otras culturas, como la kurta, una especie de camisa larga de la indumentaria tradicional india. “Me dijeron: ‘Haz lo que a ti te guste’. Vine a Madrid con unos bocetos en acuarela y a partir de ahí surgió cuántas piezas queríamos hacer, si eran para el día o para la noche... Nuestros mundos funcionan muy bien juntos, ya que a mí me inspiran los viajes que he hecho y los lugares donde he vivido, como la India, Argentina, Marruecos o Egipto con sus mundos vegetales, sus tradiciones, sus colores...”, explica la artista.

Los recuerdos de esas postales viajeras se han plasmado en los motivos que, ya sea a través de estampación o bordado, embellecen las prendas de la cápsula. El imaginario de Sassa y Tatiana ha pasado por las manos y el filtro de Jorge Vázquez y Pablo Galán, socios en la marca y encargados de convertir en realidad (y en moda) ese concepto creativo. La reacción de Tatiana al verla -recuerda- fue un “wow”.

“Es una oda al exotismo de diferentes rincones del mundo”, insisten las ahora socias en esta cápsula. Las piezas de la línea pueden verse y comprarse en todas las tiendas de Philippa 1970, también en la recién inaugurada en Madrid, bautizada como Limited. El nombre no engaña: ahí estarán disponibles aquellos diseños de la marca más exclusivos y que requieren más trabajo y mimo. ¿Habrá un segundo capítulo en esta colaboración? Sassa y Tatiana sonríen, cómplices.

**SASSA DE OSMA
& TATIANA DE
NICOLAY
PHILIPPA 1970**

La amistad es lo más bonito y lo más importante dentro de esta colaboración”, sentencia Sassa de Osma sobre la cápsula que desde Philippa 1970, la firma que capitanea junto a Javier Vázquez y Pablo Galán, ha lanzado junto a la ilustradora y aristócrata Tatiana de Nicolay. Son amigas desde hace muchos años. Se conocieron en París, donde comparten círculo con Maria de la Orden o Ines de Cominges. Se admiraron, profesional y personalmente, desde el primer momento, por lo que cuando la abogada y miembro de la familia Hannover tuvo la oportunidad de “fichar” a una artista para idear una colección especial y limitada no dudó en llamar a de Nicolay. “Para mí, Tatiana representa la mujer Philippa”, afirma. ¿Y

cómo es esta mujer? “Es alguien a quien le gusta viajar a rincones del mundo que no son tan obvios, que admira la artesanía y las culturas de diferentes partes del mundo y que arriesga a la hora de vestirse”, explica. Fue Sassa la encargada de proponerle el reto. Para la parisina, descendiente de la aristocracia, esta unión ha sido un sueño. “Estar en este proyecto no ha sido trabajo, sino puro placer. Trabajar con una amiga es muy especial. De Sassa admiro su estilo, su amabilidad y que estamos en la misma página”, explica la ilustradora. Por su parte, Sassa valora su capacidad artística, clave en esta colección.

“ESTE PROYECTO NO HA SIDO TRABAJO, SINO PURO PLACER. ESTAR CON UNA AMIGA COMO SASSA ES MUY ESPECIAL”



JO

EN CALMA

En un mundo sumido en la sobreexposición y la hiperconectividad en las redes sociales, el anonimato se perfila como un privilegio y una quimera inalcanzable para muchos. Analizamos cómo esa búsqueda de privacidad, alejada del ruido, influye en la moda y la belleza.

TEXTO: ISABEL SERRA

Érase un mundo sin redes sociales, sin *scroll* infinito, sin valía contabilizada en seguidores o *likes*, sin barrios gentrificados por obra y gracia de algún café de especialidad, sin experiencias pensadas para ser fotografiadas -y compartidas- y no tanto para ser vividas. Érase una vez un tiempo en el que tener una vida (casi) privada no era considerado excepcional, sino una cotidianidad tan mundana que rozaba el aburrimiento. De un tiempo a esta parte hemos dejado de aburrirnos; también de ser anónimos. Tanto es así, que serlo es ahora un absoluto privilegio, el mayor lujo al que uno puede aspirar y una utopía que cada vez más persiguen. “Elegir la privacidad por encima de la sobreexposición es la forma suprema de romanticismo”, dijo Lorenzo Serafini después de presentar su colección de primavera-verano 2026 para Alberta Ferretti en Milán. Al armario de esa mujer que practica -y valora- la discreción aspira a llegar el creativo. “No es restricción, es lujo”, zanjó, no sin antes invocar a Tina Chow, modelo y diseñadora de joyas que es considerada la precursora del *minimal chic* y el icono de estilo confeso de la mismísima Kate Moss. Ella personifica la última musa de Serafini: una mujer que ofrece fiestas sin necesidad de compartirlo en Instagram, que se va de vacaciones sin poner la ubicación de su destino, que valora la ropa impoluta -colores neutros, cortes limpios- y sin excesos. En definitiva, una mujer que se aleja del ruido vacío y que, sin pretenderlo, se ha convertido, para muchas, en el ideal a seguir.

¿SILENCIO DIGITAL?

Los analistas de WGSN también auguraban un regreso de los perfiles bajos y reservados. “El silencio digital es el nuevo lujo. Hemos detectado que el ser capaz de desconectar sin sacrificar la posición social o la carrera profesional es un símbolo de estatus”, observaban los expertos en tendencias.

“Las últimas temporadas reflejan claramente una sensibilidad que busca alejarse de la sobreexposición permanente. Durante años hemos vivido en una lógica de hiperpresencia digital, donde parecía imprescindible estar constantemente visible, conectado y compartiendo. Ahora empieza a surgir una corriente que reivindica lo contrario: el valor de la intimidad, del silencio y de la discreción”, comenta Beatriz Carranza, consultora especializada en estrategia comercial para marcas internacionales. “En ese sentido, hoy el verdadero lujo no es solo acceder a determinados productos o experiencias, sino poder elegir el grado de visibilidad con las que se viven”, añade.

RELEVANCIA Y ANONIMATO

En ciertos ámbitos -el de los negocios e incluso el de las relaciones de pareja-, vivir *off-line* y ser dueño de la información propia genera un aura de autoridad, de prestigio, de algo especial. “Desaparecer”, aunque solo sea en redes sociales, es en última instancia una forma de presentarse al mundo y de comunicar quiénes y cómo somos. En ciertos casos, ese paso atrás se comunica y ahí entra una paradoja: desaparecemos, pero hacemos saber al mundo esa decisión. Es decir, realizamos una retirada pública. Para muchos, por no decir que para la amplia mayoría, vivir alejados de cualquier tipo de exposición es una quimera, pues se requiere de presencia y visibilidad si no para vivir, sí para toparse con buenas oportunidades, prosperar laboralmente y construir reputación. Es imposible, si el debate se traslada al lenguaje de la moda, no plantearse la cuestión de si es viable ser relevante siendo anónimo. “Es posible, pero es muy complicado. Esta es una industria profundamente ligada a la visibilidad, a la narrativa pública y a la construcción de relevancia social. Por eso vemos cómo muchos perfiles de la alta sociedad o de determinados círculos culturales se vinculan a la moda, ya que es una forma de mantener presencia, estatus y conversación dentro del sector”, opina la especialista en lujo evidenciando las complejidades de la relación entre la moda, la notoriedad y la privacidad.





El vestir discreto y comedido ha tenido buenas representantes a lo largo del tiempo, como Rosie Huntington-Whiteley, Lauren Santo Domingo o Kate Moss en sus primeros años.



CALVIN KLEIN



ALBERTA FERRETTI

BUENOS EJEMPLOS

Hay perfiles que sí han conseguido alcanzar la máxima relevancia manteniéndose fieles a sus principios de privacidad. Marta Ortega, presidenta no ejecutiva de Inditex, es una de las mujeres más poderosas del país y, aunque su influencia en la moda es mayúscula, mantiene su cuenta de Instagram privada y son pocas las veces que se pronuncia públicamente. Otros nombres propios de sobra conocidos en la industria son Phoebe Philo o Mary-Jane y Kate Olsen, musas y pioneras del lujo discreto e intelectual. La consolidación de sus proyectos -la una acaba de volver a la moda con una firma propia mientras que las hermanas estadounidenses han alcanzado con su firma The Row el prestigio de la industria aun manteniéndose fuera de sus circuitos tradicionales- es un síntoma inequívoco de que la discreción está de moda. “Elas representan un lujo silencioso y extremadamente cuidado en patronaje y materiales que conecta directamente con esta idea de una moda más íntima y menos performativa”, comenta la estilista y autora de *Iconos de estilo: de Cleopatra a Zendaya*, Erea Louro.

“HEMOS VIVIDO EN UNA LÓGICA DE HIPERPRESENCIA DIGITAL Y AHORA SE REIVINDICA EL VALOR DE LA INTIMIDAD Y EL SILENCIO”

EL OCASO DEL IMPACTO

Las redes sociales funcionan a través de narrativas celéricas y, en general, parciales pero con un enorme (y global) poderío para impactar que podría estar siendo desafiado. “Percibo una transición muy clara del ‘impacto’ al ‘significado’. Durante años hemos vivido en una sucesión constante de microtendencias que duraban menos de un mes: estéticas que nacían, se explotaban y se agotaban en cuestión de semanas. Ese ritmo es creativamente agotador y, sobre todo, insostenible”, alega Louro. El agotamiento provocado por las redes sociales tanto en usuarios y consumidores como en marcas y diseñadores ha hecho que estéticas más minimalistas, simples y coherentes vuelvan a estar en la conversación.

“La ropa deja de buscar el momento viral y persigue la coherencia, lo que se traduce en siluetas más depuradas, menos artificio y tendencia evidente y más construcción de un armario real no ya como concepto aspiracional, sino como necesidad”, zanja la estilista.

MUSA DE ESTILO

Es imposible no mencionar a Carolyn Bessette-Kennedy, epítome del vestir discreto y un personaje redescubierto con el reciente estreno de la serie *Love Story*, que relata su relación de amor con John F. Kennedy Jr. Su armario, su personalidad esquiva, su círculo de amistades mientras duró su labor al lado de Calvin Klein y su manera de afrontar la vida pública -jamás concedió una entrevista- han llegado en plena romantización del perfil bajo. No hay algoritmo que haya acallado su influencia. La moda ha vuelto a ella con frecuencia pero en estos últimos meses, sea por la ficción televisiva o por el contexto sociocultural que nos tiene enganchados a cualquier componente nostálgico, los guiños a su estilo limpio y cuidado han sido todavía más evidentes. Su melena *messy*, sus vestidos negros, tan imponentes como básicos, y sus vaqueros rectos suponen hoy un puerto seguro para encontrar estabilidad, aunque solo sea estilísticamente hablando. La propia publicista utilizó la solidez de su fondo de armario -que no era sino una extensión de su genuina personalidad- como arma para mantenerse anclada a la realidad y no dejarse comer por su condición de personaje mediático. “Aunque terminó siendo una figura pública, en gran parte sin buscarlo, intentó mantener su privacidad al máximo. Esa tensión entre exposición y reserva forma parte esencial de su atractivo. Su manera de vestir era también una forma de protegerse, de reducir el ruido”, analiza Louro.

MÁS ALLÁ DE LA ROPA

Guiadas por el ejemplo de firmas como Calvin Klein -¿cuál si no?-, Jil Sander, Victoria Beckham o Alberta

Ferretti, las colecciones de la presente temporada alumbran una mayor presencia de tonalidades neutras, patrones favorecedores, estilismos contenidos y acabados sin estridencias. Esa apuesta por lo discreto y sensato no solo se traduce en ropa y complementos, sino que también puede observarse en ciertas decisiones estratégicas de *marketing* y comunicación. Un gran ejemplo es la ya mencionada The Row, una firma que se ha alejado de cualquier circuito oficial y controla casi por completo el discurso que generan sus colecciones. Otro signo evidente de esa vuelta al lujo tradicional es la apuesta de marcas como Michael Kors, Khatie o Gucci por modelos consagradas y de siempre como Christy Turlington, Raquel Zimmermann o Kate Moss, que desfilan, respectivamente, en las últimas presentaciones de las mencionadas casas. Ese tiempo en que las grandes celebridades y las *influencers* tomaron las pasarelas en una búsqueda desesperada por el *like* ya pasó.

“

LA ROPA DEJA
DE BUSCAR
EL MOMENTO
VIRAL Y
EMPIEZA A
PERSEGUIR
COHERENCIA,
MENOS
ARTIFICIO
Y MENOS
TENDENCIA
EVIDENTE

”

LA BELLEZA DE SIEMPRE

Las tendencias *beauty* no se quedan al margen de esta corriente purista y también se orientan hacia esta discreción al alza y hacia un concepto de “naturalidad consciente” que rompe con los cánones estéticos que venían viéndose en los últimos años. “En 2026 las tendencias en belleza y medicina pasan por deshacerse del efecto artificial y buscar resultados naturales, sin pinchazos ni opciones que cambien la morfología natural de la cara. Se busca mejorar la calidad y el estado de la piel, no modificar los rasgos faciales”, vaticina la especialista Maribel Yébenes. En ese sentido, tanto en el *skincare* como en el maquillaje y en la medicina estética se observa un regreso a la armonía, a la contención y al criterio en detrimento del exceso, el artificio y la exageración. Este cambio de paradigma no solo se plasma en una rutina de cuidado más corta y efectiva -*skinimalismo*, lo llaman los expertos- sino en un look final muy ligero y refrescante que también acepta pecas a la vista, acabados despeinados, moños imperfectos e incluso caras lavadas.

En el último desfile de Alta Costura de Chanel, la gran mayoría de modelos no llevaba ni una gota de maquillaje y, si lo hacía, era imperceptible. Al final, esta es una belleza orientada a vivir y no a lucir en una pantalla. Como casi siempre en las dinámicas de la moda y la belleza, estamos ante una respuesta de reacción. “Es importante entender el cambio desde lo cíclico. Cuando llegó la logomanía y después la era digital se llevó todo al extremo (más visibilidad, más *branding*, más exageración, más estímulo), así que era inevitable que en algún momento apareciera el deseo de lo contrario. Después del exceso, llega la contención”, concluye la estilista Erea Louro.

NUEVOS DESPERTARES

La temporada se despiereza animada por prendas y colores que revitalizan el armario.

TEXTO: AMALIA QUIROGA

LA FLOR, *en el* CENTRO

La pasarela abraza un único motivo floral grande, poderoso y protagonista que transforma cualquier look en toda una declaración de estilo.



Pendientes de esmalte (318,21 €), de Simone Rocha.

Vestido camisero (535 €), de Marques' Almeida.

Bolso trenzado (3.500 €), de Bottega Veneta.

Jeans con rosa bordada (310 €), de Ynés Suelves.

Colgante de margarita (620 €), de Dior.



SIMONE ROCHA



Gafas de sol (350 €), de Loewe.

Vestido palabra de honor (6.150 €), de Oscar de la Renta.

Clutch bordado (1.580 €), de Olympia Le Tan.

Anillo con cristales multicolor (230 €), de Swarovski.



Desde el TALLO

En vestidos, bolsos, zapatos y joyas, las flores asoman como una explosión de color.



MARQUES' ALMEIDA

OSCAR DE LA RENTA



Broche dorado (550 €), de Carolina Herrera.

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

Sandalia con flor 3D (490 €), de Simone Rocha.

Bolso de rosa (9.500 €), de Dolce & Gabbana.





FIESTA *de* PIJAMAS

La pasarela catapultó la comodidad a estatus de tendencia con prendas etéreas y formas relajadas a las que se añade algún que otro detalle 'glam'.

DOLCE & GABBANA

Camisa XXL (990 €), de Stella McCartney.



Collar de oro blanco y diamantes (c.p.v.), de Rabat.



Top lencero (1.300 €), de Valentino.



Camisa floral (530 €), de Emilia Wickstead.

Bailarina teddy (290 €), de Sleeper.



Sueños DE DÍA

La sastrería se reinventa con un efecto 'comfy chic' desenfadado. Los detalles lenceros y de encaje son el aderezo perfecto.

Mono lencero (4.330 €), de Saint Laurent.



Top lencero de flores (895 €), de Roberto Cavalli.



Vestido camisero (950 €), de The Attico.



Bolso saca con flecos (69 €), de Laia Alen.



Camisa de pijama (30 €), de Etam.



Pendientes de oro y diamantes (5.490 €), de Suarez.



Pantalón estampado (215 €), de Marina Rinaldi.



Zapato de tacón encaje (1.350 €), de Jimmy Choo.



Abrigo de rayas (8.900 €), de Schiaparelli.



THE ATTICO



DOLCE & GABBANA

Efectos ESPECIALES

Amarillos, rosas y verdes empolvados, tejidos ligeros y dimensiones cada vez más cortas definen el uniforme con el que echarse a las calles para disfrutar del buen tiempo.

TEXTO: ISABEL SERRA



ELIGE LOS NEUTROS



Blusa con puntilla (89 €), de &Other Stories.

Vestido largo (29 €), de Zara.

Sandalia de tacón (239 €), de Lola Cruz.

Blusa (34,99 €), de H&M.

Top en nude (29,99 €), de Mango.

Anillo sello (99 €), de Tous.

Minifalda (45 €), de Hand Over.



VER *el sol*

Tras una vida ligado a la lencería o a la ropa nocturna, el encaje reclama espacio en el armario del día a día con el objetivo de imponerse en los looks diurnos. Los tonos suaves y las siluetas prácticas le ayudan a integrarse con estilo.

ELEVA EL LOOK



Bolso lazo (89 €), de Charles Keith.



Sandalias de tiras (179,95 €), de Martinelli x Redondo Brand.



Pulsera (70 €), de Agatha Paris.



Coletero (7,99 €), de Stradivarius.

ENCOMIENDATE A ESTE COMBO PARA

ELEVAR ESTILISMOS DE DÍA Y DE NOCHE

Vestido con hombro descubierto (240 €), de Rotate.

Cinturón fajín (19,99 €), de Pieces.

Cinturón de ante (29,99 €), de Zara.

Vestido (29,99 €), de Easy Wear en El Corte Inglés.

Vestido largo (69,99 €), de Mango.



Cinturón joya (145 €), de Ba&sh.

Marca tu CINTURA

Armar un outfit diferente es tan sencillo como añadir un cinturón especial a un vestido sobrio, un gesto que no busca la practicidad, sino la efectividad visual.



Cinturón con hebilla ovalada (9,99 €), de Stradivarius.



Cinturón con hebilla dorada (19,99 €), de Tintoretto en El Corte Inglés.



Cinturón animal print (69 €), de COS.



Pendientes lazo (99 €), de Alhaja Cult Store.

ENLACE AL CANAL [x.com/byneontelegram](https://www.byneontelegram.com)
Ó escanea el código QR:



MICHAEL KORS

NOTAS *de vainilla*

Un año más, el "mantequilla" se perfila como el color idóneo para mimetizar el armario con la calidez de la temporada. En accesorios o en *total looks*, deja que su delicadeza te envuelva.



Cárdigan de manga corta (69 €), de Levi's.



Pulsera de perlas (145 €), de Majorica.



Vestido mini con encaje (35,95 €), de Zara.

Sandalia de tacón (119,95 €), de The Are.



Horquilla con lazo (7,99 €), de Bijou Brigitte.



Bolso bombonera (255 €), de Bimba y Lola.



Vestido corto de tweed (240 €), de Maje.

PIEZAS CLAVE



Bailarinas (170 €), de Sézane.



Gafas de lectura (35 €), de Izipizi.



Charm (22,99 €), de Singularu.



Pañuelo (170 €), de Jacquemus.

NO LO LLAMES ABURRIDO: MEJOR LLÁMALO

EFFECTIVO. FUNCIONAL Y PERFECTO

Chaleco (25,99 €), de Lefties.

Anillo bañado en oro (149 €), de UNOde50.

Bolso (129 €), de Lola Casademunt.

Zapatilla (140 €), de Hoff.

Bermudas (119 €), de The Tiny Big Sister.

Gafas de sol (49 €), de Multiópticas.

De 9 a 17H

La adaptación de los trajes de oficina a las temperaturas de mayo pasa por confiar en bermudas elegantes, americanas livianas y chalecos sorprendentes.

Americana (175 €), de Sophie & Lucie.

Pendientes largos (129 €), de Aristocrazy.

Bermudas de pinzas (79,99 €), de Massimo Dutti.



RALPH LAUREN

ESTILO *en* *la* CALLE

Faldas floreadas, mariposas vibrantes y un blanco nuclear iluminan cada paso. Ahora lo que toca es alegrar los look.

TEXTO: AMALIA QUIROGA



Efecto 3D

Parece que escapan de la propia prenda... Las flores bordadas sobre el tejido aportan el extra de textura y carácter a diseños genuinamente lady.





Falda fruncida (2.099 €), de Carolina Herrera.

Diseño de tubo (1.014 €), de Emilia Wickstead.

Con lazada (2.690 €), de Chloé.

Estilo 50's, con vuelo (2.460 €), de Oscar de la Renta.



COMO UN LIENZO

Entre largos vaporosos, cortes mini, líneas tubo y diseños con vuelo, los estampados florales se imponen con actitud en el 'street style', que se llena de movimiento, color y siluetas marcadas. Sí, Miranda Priestly... flores para la primavera.



Binomio perfecto

La fórmula infalible para sacar partido a este diseño bebe de la estética de los años 50. El dúo formado por camisa blanca y falda multicolor se adapta con naturalidad a (casi) cualquier ocasión.

DESPLIEGA ALAS

Caerás rendida a un motivo inesperado que revolotea entre prendas y complementos. Las mariposas aparecen en vestidos, tops, vaqueros y hasta zapatos, aportando un toque divertido. En bordados, apliques o 'prints' vibrantes, este detalle alado también se convierte en el guiño más fresco y sorprendente de la temporada.



Pendientes (5.520 €), de Silvia Furmanovich en Moda Operandi.

Vaquero estampado (310 €), de Ynés Suelves.

Sandalia de tacón (846,95 €), de Sophia Webster.



Alternativa 'cool'

Las mariposas serán tus mejores amigas si buscas una alternativa al estampado de flores, maravilloso, aunque no tan sorprendente.



Top con transparencias (457 €), de Blumarine.

Anillo de oro rosa y diamantes (c.p.v.), de Van Cleef & Arpels.

Bolso metalizado (950 €), de Aquazzura.





BLANCO EN TODO

Hay muchas versiones del color acromático, pero el nuclear más neutro es el que se lleva el premio por su pureza absoluta. Impoluto y luminoso, aporta una elegancia casi magnética a las siluetas 'minimal'.



Falda mini (c.p.v.), de Sandro.

Camisola de lino bordada (435 €), de Marina Rinaldi.

Bolso de mano (2.100 €), de Giorgio Armani.

Zapato slingback (2.000 €), de Saint Laurent.

Vestido corto (29,95 €), de Zara.

INSTANTE 'HAWAII',

Detenerse, observar... y reflexionar. Como el 'sakura', la moda vive de momentos que brillan y se desvanecen.

TEXTO: AMALIA QUIROGA COLLAJE: JUAN PABLO CHIPE





Una familia japonesa está sentada en un parque: dos niños, sus padres y un entrañable perrito que corretea de un lado a otro sin descanso. Están acomodados sobre una manta de cuadros *vichy*, disfrutando de un pícnic que parece sacado de una postal primaveral. La niña señala uno de los cientos de árboles que forman un manto rosa en el parque de Ueno, en Tokio. La madre sonrío y la alza en brazos para ayudarla a acariciar los suaves pétalos de un árbol en plena floración. Pero no es un árbol cualquiera: es mayo, y lo que la niña contempla, fascinada, es un *sakura*.

Ese instante -mínimo, delicado, casi suspendido en el aire- quedará grabado en su memoria mucho después de que los pétalos hayan caído. En apenas unas semanas no quedará rastro de esa explosión rosada, salvo la promesa de que volverá a repetirse 365 días después. Mucho antes que ella, sus ancestros se sentaron en ese mismo parque para hacer lo mismo, cimentando una tradición heredada de generación en generación y tan intrínseca en la cultura japonesa que, aún hoy, sigue latiendo con la misma fuerza. En esa escena cotidiana y casi ritual se esconde algo más que un simple paseo familiar: una sensibilidad estética que trasciende fronteras y que, año tras año, inspira miradas, narrativas visuales y tendencias.

UN RITUAL MILENARIO

Los orígenes del *Hanami*, cuyo significado literal es “mirar las flores”, se remontan al período Nara (siglo VIII), cuando la aristocracia japonesa celebraba la floración de los cerezos, los famosos *sakura*. Con el tiempo, estos fueron ganando popularidad hasta convertirse en un símbolo absoluto, especialmente durante el período Heian, cuando la corte imperial comenzó a vincularlos con el arte y la literatura. Pero el *Hanami* es mucho más que una simple observación botánica. Es un ritual social que reúne a familias, amigos y comunidades bajo las copas de los árboles. Durante unas semanas (entre abril y mayo), los parques se llenan de risas, música y brindis con *sake*. La floración se convierte en un acontecimiento nacional que marca el inicio de la primavera y, simbólicamente, también de un nuevo ciclo vital.

La fugacidad del *sakura* es clave para entender el significado profundo del *Hanami*. Marcos Cartagena, escritor y conferenciante experto en sabiduría japonesa, explica: “Los cerezos japoneses están llenos de simbología. Representan el renacer y las nuevas oportunidades. Por ese motivo, el inicio de los nuevos cursos escolares y de los ciclos empresariales se realizan en abril. El *sakura* nos demuestra que siempre hay una nueva oportunidad para volver a empezar y sacar lo mejor que llevamos dentro”. Los pétalos, de una belleza inigualable, pero frágiles y delicados, representan la belleza efímera y la impermanencia de la vida, un concepto japonés conocido como *mono no aware*. Esta sensibilidad ante lo transitorio -la capacidad de emocionarse por lo que está destinado a desaparecer- es uno de los grandes pilares culturales de Japón y explica por qué la floración de los cerezos despierta una emoción colectiva tan intensa.

Hoy, el *Hanami* sigue siendo un símbolo de armonía, renovación y contemplación, pero también un referente estético que ha trascendido su origen ritual. Su delicadeza, su carácter fugaz y su capacidad para emocionar han inspirado disciplinas muy diversas, y es precisamente esa belleza efímera -tan intensa como breve- la que encuentra lugar en la moda, un territorio donde lo pasajero tiene un valor propio.

LA MODA, AL IGUAL QUE EL HANAMI, VIVE DE LA CONTEMPLACIÓN Y LA INTENSIDAD DE UN INSTANTE

LOS DESFILES SON AUTÉNTICOS ESCENARIOS QUE SE CONSTRUYEN Y DESMONTAN EN UN DÍA, COMO SI NUNCA HUBIESEN EXISTIDO

ENCANTO EFÍMERO

Es innegable que la moda tiene una parte funcional, pero no podemos obviar la enorme carga estética que la sostiene y a la que somos profundamente sensibles. De no ser así, no existirían los desfiles, ni la Alta Costura, ni yo estaría escribiendo estas líneas en esta cabecera. Pero, ¿qué relación puede tener un ritual de contemplación de lo efímero con una industria tan poderosa? Más allá de concebir el vestido como arte, el desfile es, en esencia, una puesta en escena creada para ser contemplada durante un instante y desaparecer después. Una belleza que existe solo en el momento en que ocurre.

Algunas marcas incluso han llevado esta idea al extremo. En su desfile primavera/verano 2023, la firma francesa Coperni sorprendió al mundo con un hito que ya forma parte de la historia de la moda: Bella Hadid apareció en escena desnuda y se situó en el centro de una sala inmensa mientras tres técnicos rociaban su cuerpo con un misterioso spray blanco que, en cuestión de segundos, se transformaba en un entramado de “tela” que iba moldeando un vestido. Un instante y un vestido irrepitible, tan breve como hipnótico. Esa misma sensación de belleza fugaz radiaba el holograma de Kate Moss en el desfile otoño/invierno 2006 de Alexander McQueen, o el icónico vestido blanco de Shalom Harlow, salpicado de pintura en directo en el show de 1999 de la misma firma. Momentos que duran apenas unos segundos, pero que quedan grabados en la memoria colectiva, igual que la imagen de un cerezo en su máximo esplendor antes de que el viento lo despoje de sus pétalos. La moda, como el *Hanami*, vive de la contemplación. Pierpaolo Piccioli lo subrayó en su debut en Balenciaga al cubrir el rostro de las modelos con cascos para que nada distrajera del vestido, reforzando la idea de la moda como acto de observación y reflexión pura. Lo mismo ocurre con las puestas en escena de Chanel, auténticos escenarios teatrales que se construyen y desmontan en un solo día, como si nunca hubieran existido.

Y si hay un concepto que encarna a la perfección esta naturaleza transitoria -cada vez más evidente en la industria- es el de las colecciones cápsula: piezas pensadas para existir durante un breve período, intensas, deseadas y, precisamente por su fugacidad, inolvidables. Jorge Redondo, director creativo de Redondo Brand apunta: “Saber que algo se va a acabar pronto lo hace más especial y llamativo para el público. No queremos vestir como los demás, queremos algo mucho más personal y original y creo que estas colaboraciones aportan eso, precisamente. Porque al final, tanto en el parque de Tokio como en la pasarela o la *boutique*, seguimos persiguiendo ese instante perfecto que se desvanece, pero que deja una huella en nosotros.

Tiempo MÁGICO

Una flor, un recuerdo, un instante que se detiene. Seis diseñadores españoles dialogan con la naturaleza de su tierra y seleccionan su prenda más especial, pensada para ser observada con calma. TEXTO: AMALIA QUIROGA



“La amapola me lleva a esos momentos inocentes de la infancia, donde parecía que nada malo podía pasar”
(ANA LOCKING)

ANA LOCKING

LAS AMAPOLAS DE TOLEDO

La diseñadora toledana contempla esta especie silvestre como quien vuelve a un recuerdo. No solo es la flor que tiñe de rojo los campos de Castilla-La Mancha, sino la imagen nítida de una infancia jugando en los alrededores del Mirador del Valle, en su ciudad. “Me lleva a esos momentos inocentes de la infancia, donde parecía que nada malo podía pasar. Me encantaba abrir sus capullos verdes, cubiertos de pequeños pelos, y desplegar sus pétalos delicados, arrugados, como si fuesen pequeños trozos de tela”. De aquel inocente gesto nace su look *ball gown* (arriba, en la imagen), construido como si fuera una amapola a punto de desplegarse. Sobre un corsé interior de tafetán rojo, se articula un cuerpo asimétrico en dos piezas y una voluminosa falda confeccionada en un tafetán *jacquard* de flores, con una hilatura rústica sin pulir. “Funciona como un gran capullo, como los de las amapolas antes de abrirse, con una amplia abertura que deja entrever la pierna: una especie de cueva que guarda un interior por descubrir”.



ZE GARCÍA
HORTENSIAS EN CANTABRIA

Esta bella flor conecta a Ze García con su origen. "Siempre me lleva a casa", confiesa al recordar las calles de Santander llenas de sus volúmenes barrocos. En su memoria sigue siendo una lección de arquitectura y simetría. Su diseño más especial nace de esa misma esencia: un vestido de líneas limpias cuya aparente sencillez esconde una complejidad técnica que solo aprecia la mirada experta. El dramatismo del bolero y las flores hechas a mano dialogan con la pureza del cuerpo. "Para mí, esa es la clave de la belleza de una hortensia: la arquitectura y la limpieza del talle y de lo simple y, a partir de eso, cómo nace toda esta estructura e historia mucho más artística y de falso desorden".



"La belleza de la hortensia está en la arquitectura y la pureza de lo simple, de donde nace una estructura artística y de falso desorden"
(ZE GARCÍA)



TERESA HELBIG
CATALUÑA Y SUS SIEMPREVIVAS

Para la creativa catalana, las coloridas flores son un gesto de rebeldía íntima, porque desafían el tiempo y se niegan a desaparecer. "Mi universo tiene esa mezcla de delicadeza y fuerza, de belleza contenida y resistencia silenciosa. La siempreviva está ligada a ese gesto de conservar lo que emociona, quizá por eso me acompaña tanto". Para ella, la flor representa las manos que cosen con conciencia de futuro, no de inmediatez, y de crear piezas que no nacen para agotarse en una temporada, sino para permanecer. Por eso, su diseño "flor" es un vestido confeccionado a partir de una colcha japonesa del siglo XIX, un tapiz cargado de historia, de intención y tiempo. "Al intervenirla no quise imponer, sino dialogar. Respetar su peso, su memoria, su verdad. Transformarla en vestido fue darle otra vida sin borrar la anterior".



"La siempreviva está ligada a ese gesto de conservar lo que emociona; quizá por eso me acompaña tanto"
(TERESA HELBIG)





JC PAJARES

LAVANDA DE GUADALAJARA

Es el aroma de la tierra del diseñador y una experiencia sensorial que vuelve cada julio con el Festival de la Lavanda. "Es un momento muy especial porque suele celebrarse al atardecer y todo el mundo va vestido de blanco". El campo se convierte en un ritual de contemplación colectivo. Desde niño, ese paisaje ha marcado su sensibilidad: el olor, la luz, los paseos a caballo, incluso los saquitos de lavanda junto a la almohada para ayudarlo a dormir. Esta conexión con lo artesanal y lo local explora también su diseño digno de contemplar: un corsé realizado íntegramente en cerámica y una falda tejida en un telar centenario, rematada con gorullo de lana autóctona en el bajo. "Es un proceso muy especial; es 100% elaborado a mano", explica.

"Los geranios de Córdoba simbolizan la alegría, la compañía y la buena suerte"
(JUANA MARTÍN)

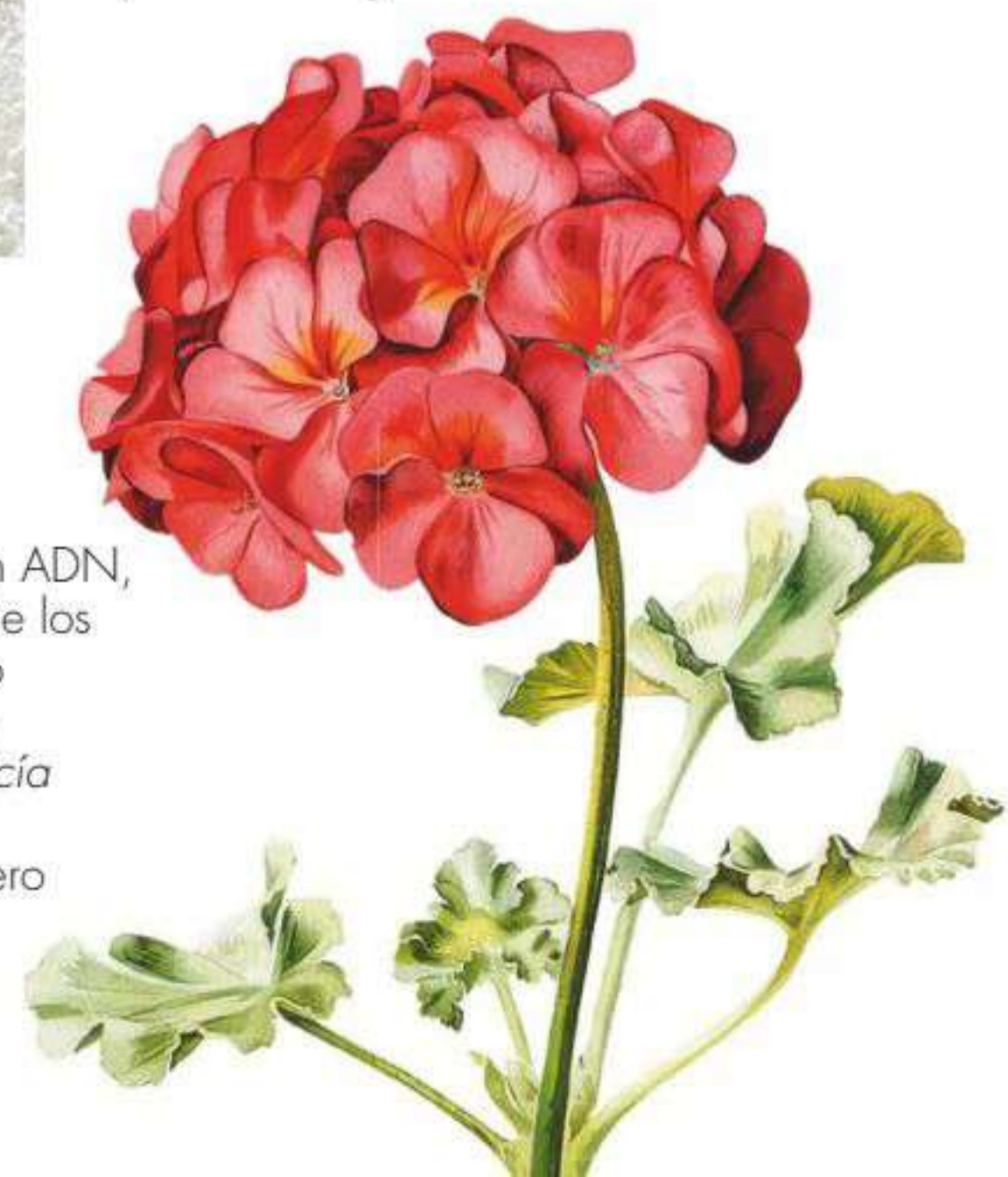


"El Festival de la Lavanda se convierte en un ritual de contemplación colectivo"

(JC PAJARES)

JUANA MARTÍN CÓRDOBA Y SUS GERANIOS

Para la cordobesa, la popular flor es memoria viva. "Significa toda una infancia, un ADN, una forma de recibir la primavera". Los geranios están presentes en cada esquina de los patios de su ciudad. "Simbolizan la alegría, la compañía y la buena suerte". Como no podía ser de otra forma, ese paisaje andaluz, que es su día a día, impregna su proceso creativo. También su diseño más evocador, nacido de la colección *Andalucía* -la primera que presentó dentro del calendario oficial de la alta costura-. Un look negro lleno de luz, volumen y textura. "Me recuerda a un geranio negro: oscuro, pero profundamente andaluz". Una pieza que celebra la fuerza de sus raíces.





*“Me interesa la idea de lo esencial, lo que parece sencillo pero está lleno de matices. Muchas veces mi punto de partida es traducir lo cotidiano en algo que pueda emocionar”
(MOISÉS NIETO)*



MOISÉS NIETO

LOS CEREZOS DE JAÉN

La flor del cerezo es, para Moisés Nieto, una metáfora poderosa. “Representa lo efímero, la belleza que aparece en su punto más alto solo un instante”, describe. Esa tensión entre lo pasajero y lo permanente dialoga con su forma de entender la moda: colecciones que viven intensamente, pero cuya esencia permanece en la memoria. Más que un recuerdo concreto, la flor le provoca una sensación de pausa, de observar sin prisa, de apreciar lo sutil. El paisaje de Jaén se filtra en su trabajo casi de forma inconsciente. “Me interesa esa idea de lo esencial, de lo que parece sencillo pero está lleno de matices. Muchas veces, mi punto de partida es precisamente ese: traducir lo cotidiano en algo que pueda emocionar desde la sobriedad”. Sus diseños nacen de esa misma búsqueda. “Quiero crear piezas que inviten a parar, a mirar con calma”, cuenta. Siluetas limpias, casi arquitectónicas, tejidos con un movimiento contenido y un equilibrio preciso entre estructura y ligereza dan forma a prendas (como las de la imagen) que no pretenden imponerse, sino acompañar. Un gesto silencioso que cobra sentido en la mirada de quien lo observa.



“La flor del cerezo es una metáfora poderosa. Representa lo efímero, la belleza que aparece en su punto más alto solo un instante”

ALEX

Un universo propio

Su nombre es sinónimo de buen gusto y estilo minimalista, pero su papel en la moda trasciende la etiqueta de icono. Alex Rivière-Sieber es diseñadora, productora, experta en lujo y, aquí, flamante musa de la colección 'Resort' de Louis Vuitton.

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



HORIZONTE ROSA

A la izquierda, Alex Rivière lleva un cárdigan con acabado de flecos y pantalón blanco de la colección *Resort* de **Louis Vuitton**. En esta página, posa con un chal rosa con el estampado *Monogram* perteneciente a la misma colección.

“EN UN
ENTORNO CON
TANTO RUIDO,
MANTENERSE
FIEL A UNA
MISMA IMPLICA
DECIR ‘NO’ A LO
QUE NO ENCAJA
CONTIGO”



OBJETO DE CULTO

En la imagen,
la empresaria con
el bolso *Capucines
BB* de ratán y piel,
de **Louis Vuitton**.
La pieza se ha
convertido en uno
de los modelos
icónicos de *maison*.

“CREO QUE AHORA
HAY UNA NECESIDAD
DE VOLVER A
LO ESENCIAL.
EL CONSUMIDOR
NO BUSCA SOLO
UNA ETIQUETA,
SINO PIEZAS
CON SENTIDO”



TACTO CÁLIDO
Alex Rivière disfruta
de la comodidad
de este conjunto de
chaleco y bermudas
con acabado
de flecos de la
colección *Resort* de
Louis Vuitton.

AL AMPARO
DE BÁSICOS

Junto a estas líneas,
Alex Rivière lleva
un polo de punto
calado con botones
dorados de la
colección *Resort* de
Louis Vuitton.



“LAS COLECCIONES *RESORT* PERMITEN CONSTRUIR UN ARMARIO MÁS REAL,
CON PIEZAS QUE NO DEPENDEN TANTO DE UNA TENDENCIA PUNTUAL”



DOBLE DENIM

En esta página, nuestra protagonista luce un *total look* de la colección *Resort* de **Louis Vuitton**, formado por una chaqueta *denim* sin mangas y una falda, también *denim*, asimétrica y con volantes demostrando la valía de una de las tendencias más significativas de la temporada.

Alex Rivière-Sieber tiene las cosas muy claras. Sabe lo que quiere, pero sobre todo sabe lo que no. En la vida, sí, pero también en la moda. Coherencia, disciplina, criterio, estructura y equilibrio son palabras a las que ella misma recurre con frecuencia en esta conversación y que suponen los valores que definen su estilo de vida, su visión y su forma de vestir. No es un mero icono de estilo, sino una mujer que lee e interpreta la industria con ojo clínico y que sabe, en medio de un ruido infinito, poner el foco en lo que de verdad es importante. Hablamos con ella sobre volver a lo esencial, lujo e identidad.

-Tienes una marca, una productora y gestionas tu propio perfil. ¿Cuál es la fórmula para llegar a todo, hacerlo bien y no desgastarse por el camino?

-Tener una visión muy clara y sostenerla con disciplina y estructura. Para mí, es fundamental trabajar con una mentalidad a largo plazo, priorizando la coherencia por encima del ruido. No se trata de llegar a todo, sino de saber dónde poner el foco. La consistencia, el esfuerzo constante y una estructura clara son lo que realmente permite construir algo sólido y sostenible en el tiempo.

-¿En qué ámbito de tu trabajo te sientes más cómoda?

-Especialmente en el proceso creativo, desde la concepción de una idea hasta verla materializada, ya que es donde puedo desarrollar mi visión con mayor libertad y donde siento que realmente apporto más valor. Me encanta crear, ya sea desarrollando un producto, un espacio o una campaña, siempre dentro de un mismo sentido estético y de un universo muy definido. Al mismo tiempo, disfruto mucho cuando esa creatividad se conecta con la parte estratégica: es en esa intersección donde todo cobra sentido.

-Tienes un estilo de vestir muy definido. ¿Cómo llegaste a él? ¿Pasaste por épocas en que vestías según lo que “se llevaba” y no según lo que a ti te gustaba?

-A lo largo de mi vida siempre he tenido bastante claro mi criterio estético. En un entorno con tanto ruido, mantenerse fiel a una misma implica tener la seguridad para decir “no” a lo que no encaja contigo. Nunca he buscado llamar la atención a toda costa, sino construir un estilo coherente en el tiempo. Creo que la moda es una forma de autoexpresión y me interesa explorarla y evolucionar, pero sin dejarme arrastrar por tendencias pasajeras que no responden a quién soy.

-¿Qué tiene que tener una prenda para conquistarte?

-Intención. Me interesa ese equilibrio entre lo estético y lo funcional, piezas que no solo sean bonitas, sino que funcionen en la vida real y te acompañen con naturalidad. Y, sobre todo, tiene que ser una prenda a la que quieras volver. Si no tiene esa capacidad de permanecer en el tiempo y seguir teniendo sentido más allá de una temporada, pierde valor para mí.



“LA BELLEZA DE LA MODA ESTÁ EN CONSTRUIR UN ESTILO PROPIO A PARTIR DE
DISTINTAS REFERENCIAS, SIEMPRE FILTRADAS POR QUIÉN ERES” ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

Ó escanea el código QR:



COMO EN CASA
Alex Rivière posa
con un vestido
blanco de
estética *babydoll*
de la colección
Resort de
Louis Vuitton.



CLÁSICO E INFALIBLE

Junto a estas líneas, Alex Rivière abraza el minimalismo con una camisa blanca con bordados de la colección *Resort* de Louis Vuitton.

-¿Qué te inspira a la hora de vestirte y de pensar las colecciones de tu marca, Alex Rivière Studio?

-Mi inspiración viene de muchos lugares, todos muy conectados con la moda y con mi propia historia. Guardo muchas prendas *vintage* de mi madre y de mi abuela, y para mí son una fuente constante de referencia. Me inspiran las proporciones, los tejidos, la forma en la que estaban construidas y esa elegancia que no depende de una época concreta. También el cine: la atmósfera, los personajes y la manera en la que construyen una identidad a través de la imagen. Y la gente que me rodea: observar cómo se visten, cómo combinan las prendas, cómo adaptan la moda.

-La firma cumple cinco años en un momento en que su estilo, el minimalismo y ese "amor" por los básicos están en pleno auge. ¿Por qué crees que ahora se está volviendo a una moda más discreta?

-Durante muchos años hemos vivido en una dinámica de consumo rápido, de "usar y tirar", que ni es sostenible ni resulta realmente satisfactoria. Creo que ahora hay una necesidad bastante generalizada de volver a lo esencial. El consumidor es mucho más consciente y ya no

busca solo una etiqueta, sino piezas con sentido, bien confeccionadas, que duren y que encajen en su vida real. Hay una atención mucho mayor a la calidad, a los materiales, al origen y a la versatilidad. En ese contexto, una moda más discreta y atemporal responde a esa necesidad de construir un armario con criterio, con piezas que permanezcan y que no dependan de tendencias pasajeras.

-Después de este tiempo, ¿qué resumen haces de la evolución que ha tenido la firma?

-El balance es muy positivo, sobre todo el aprendizaje y evolución constantes. Hemos pasado de ser una propuesta centrada en el *resort-wear* a construir una colección completa, con un armario más elevado y coherente, basado en piezas versátiles y atemporales. Todo el crecimiento ha sido muy orgánico y consciente, tomando decisiones con una visión clara a largo plazo y sin comprometer la esencia de la marca. Para mí era fundamental no perder coherencia en el camino, especialmente en una industria que tiende a la inmediatez. Hoy siento que hemos conseguido consolidar un lenguaje propio y construir algo que va más allá de la moda en sí: un universo con

identidad, pensado para perdurar y acompañar a la mujer en distintos momentos de su vida.

-Posas con la colección *Resort* de Louis Vuitton y tu marca nació con una de estas "cápsulas". ¿Qué tienen de especial?

-Las colecciones *Resort* nacen con una vocación muy concreta: acompañar a una mujer que viaja y necesita un armario versátil, adaptado a distintos climas y momentos. Son colecciones que se sitúan entre temporadas y, precisamente por eso, tienen una naturaleza mucho más funcional y transestacional. Para mí, ahí está su valor. Permiten construir un armario más real, con piezas que se adaptan, que viajan bien y que no dependen tanto de una tendencia puntual. Por eso tenía todo el sentido que la marca naciera desde ese punto. El *Resort* refleja muy bien mi manera de entender la moda: práctica, atemporal y pensada para acompañar a la mujer en su día a día, esté donde esté.

-Si pudieras cambiarte el armario con una mujer, ¿con quién lo harías?

-Admiro el estilo de muchísimas mujeres, pero creo que el armario es algo profundamente íntimo y personal. Con los años he ido construyendo el mío con mucho mimo, seleccionando piezas que cuentan mi propia historia y con las que me siento verdaderamente cómoda. Si tuviera que elegir, no sería el armario de una sola persona, sino una mezcla de varias. Me atrae la naturalidad y ese punto desenfadado de Kate Moss, el minimalismo impecable de las hermanas Olsen o la elegancia atemporal de Jackie Kennedy. Al final, la belleza de la moda está precisamente en eso: en construir un estilo propio a partir de distintas referencias, pero siempre filtradas por quién eres.

-¿Cuál es tu definición del lujo?

-Para mí, el lujo no se trata de un nombre o una etiqueta, sino de una experiencia y de cómo te hace sentir. Es la sensación de una prenda sobre la piel, la comodidad que te aporta y la belleza de todo lo que la rodea, incluyendo el *savoir-faire* y la artesanía. Hoy en día, el verdadero lujo está profundamente vinculado a la autenticidad y a la atención al detalle. Se trata de una emoción mucho más que de una simple apariencia.

“ME ENCANTA
CREAR. ESA
INTERSECCIÓN
ENTRE
CREATIVIDAD
Y NEGOCIO ES
DONDE TODO
COBRA SENTIDO”

AL DESCUBIERTO

La fundadora de
Alex Rivière Studio se
convierte en musa del
“menos es más” con
un vestido blanco con
blonda de la colección
Resort de **Louis Vuitton**.

KIMBERLY BELLEZA

PRODUCCIÓN: **THE CREW**
FOTOGRAFÍA: **JESÚS ISNARD**
TEXTO: **AMALIA QUIROGA**

BELLEZA ETÉREA

En la imagen, Kimberly Kloss, junto a Eugenia Silva, con top de **Sportmax** y falda de **Dior**. La modelo española, por su parte, lleva vestido de **Palomo**. Todas las joyas son de **Rabat**.

*Pasamos 24 horas con
Kimby Kloss, la hermana
pequeña de Karlie, también
modelo, y descubrimos a una
mujer y madre apasionada
que exprime la vida. Su
escala en Madrid dio para
visitar el Prado, perderse
en las plazas más castizas,
comer churros con chocolate
y deslumbrar en su primera
sesión con fashion.*





UNA NINFA URBANA

Sobre estas líneas, Kimby, quien confiesa que la maternidad la ha cambiado por completo, posa con vestido de **Victoria Cimadevilla** y anillo de **Cartier**. En la página siguiente, luce un diseño de **Santos Costura**, acompañado de joyas de **Suarez**.

“SOMOS CUATRO
HERMANAS Y
SIEMPRE NOS
HEMOS APOYADO.
CON ELLAS NACÍO
MI ENTUSIASMO
POR EL
EMPODERAMIENTO
FEMENINO”

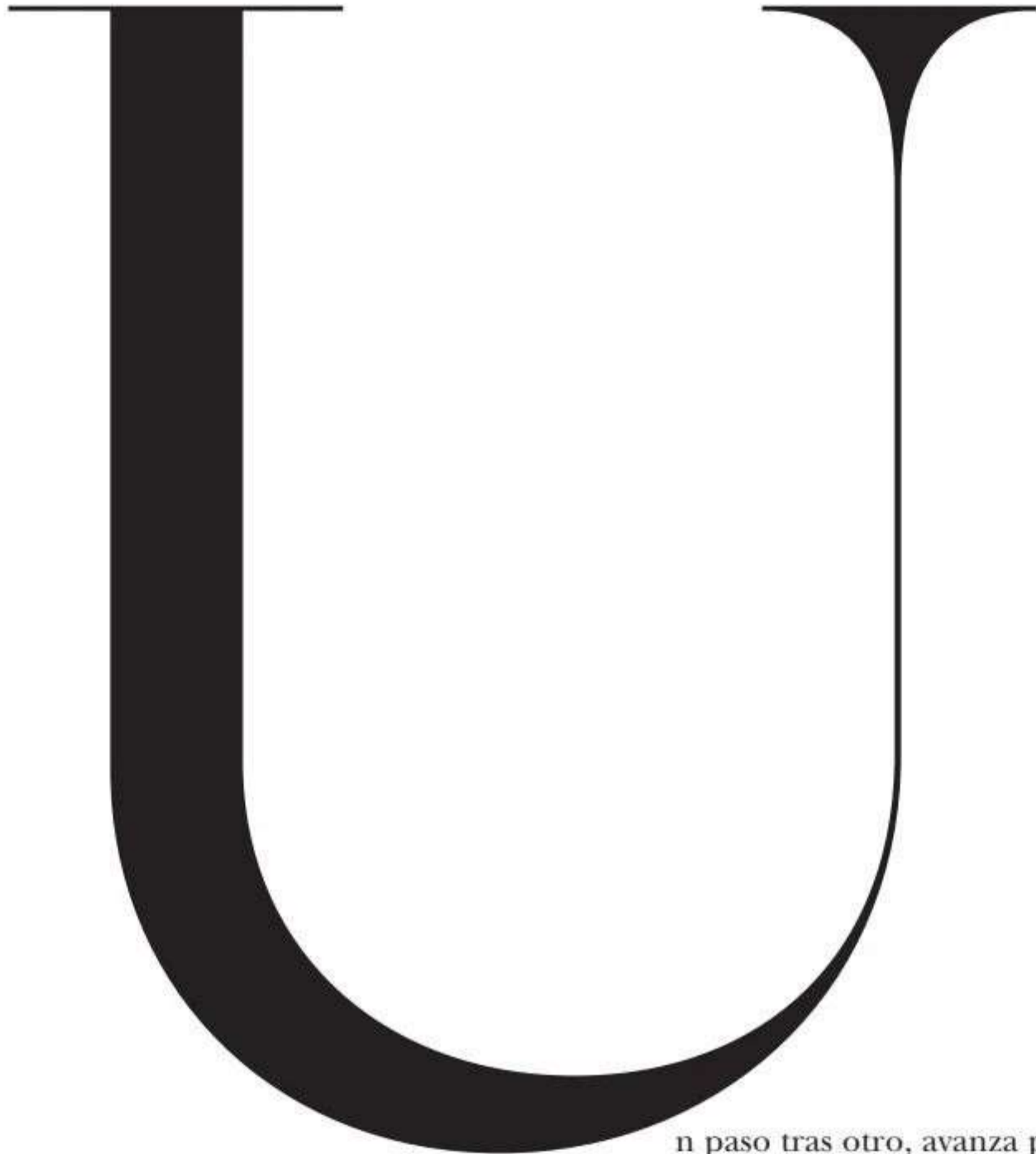


“MI HIJA ME
AYUDA A
SILENCIAR EL
RUIDO QUE HAY
EN MI CABEZA
Y ENFOCARME
EN LO QUE
REALMENTE
IMPORTA”



DON INNATO

Kimby se desenvuelve con total naturalidad frente al objetivo. En la imagen lleva vestido de **Álvaro Calafat** y joyas de **Bvlgari**. En la página anterior posa con vestido de **Blumarine** y joyas de **Carrera y Carrera**.



n paso tras otro, avanza por el set con una mezcla de nervios y entusiasmo que se contagia al instante. Cada cambio de look le emociona como si fuera un pequeño logro, y esa energía se refleja en la pantalla del fotógrafo, donde el que será su debut en nuestras páginas empieza a cobrar forma. El equipo sigue cada uno de sus gestos con la excitación de quien presencia un comienzo importante. Kimberly Kloss, Kimby, ha viajado de Miami a Madrid por primera vez para posar para FASHION y dar sus primeros pasos en la industria, siguiendo la estela de su famosísima hermana Karlie, como si los códigos de la moda estuviesen impresos en el ADN. “Ha sido un día realmente especial. Todavía estoy en *shock*. Crear algo tan bonito requiere de un gran equipo, y la jornada ha sido increíble. ¡Se me ha pasado volando! Estoy muy agradecida”, contará con simpatía al concluir la sesión.

-¿Es tu primera vez en España?

-Sí, nunca había estado aquí. He intentado aprovechar el tiempo al máximo desde que bajé del avión. Nada más aterrizar me fui al Museo del Prado; estar allí me ayudó a conectar con la cultura. Después visité el Palacio de Oriente, caminé por las plazas cercanas y comí churros con chocolate. También pasé por Hermès, en Galería Canalejas, y me compré un pañuelo como recuerdo. Fue un “vine, vi y vencí” en toda regla (risas). ¡Espero volver muchas veces más!

-¿Siempre supiste que querías dedicarte a la moda?

-Siempre. Cuando jugaba con Barbies de pequeña, hacía de “modista” con ellas y tenía mi propio atelier; creo que ahí empezó mi amor por la moda. Mi primer

“LA
MATERNIDAD ME
HA MOSTRADO
DE QUÉ VA LA
VIDA Y ME HA
ABIERTO LOS
OJOS. ME HA
ENSEÑADO A
SER FUERTE. ES
ALGO QUE TE
ATERRIZA”

trabajo fue en Michael Kors, en *retail*, y después hice prácticas durante cuatro años en DVF, en Nueva York. Fue un sueño trabajar con Diane y su equipo. Más tarde, un par de años antes de la COVID, estuve en Christian Louboutin, en el departamento de relaciones públicas. Me encantaba trabajar con los estilistas. Siempre he estado al otro lado de la cámara, así que ponerme delante ahora es una especie de bendición. Siempre he soñado con que esto pasara.

-Tienes tres hermanas: tu gemela, Kariann; Karlie, y Kristine. ¿Cómo fue crecer en una familia mayoritariamente femenina?

-¡Ay, pobre de mi padre! (Risas). Pero lo mimábamos muchísimo. Crecer en una casa con tantas mujeres fue algo muy especial. Ahí nació mi entusiasmo por el empoderamiento femenino. Siempre nos apoyábamos, ya fuera en un partido de fútbol o en un desfile. Estar ahí para animarnos era lo normal.

-Con tu gemela, ¿tienes una conexión especial?

-Sí, totalmente. Nos complementamos muchísimo. Muchas veces somos opuestas: yo soy muy femenina y ella es más *tomboy*. A ella le gusta el azul, y a mí, el rosa. Son detalles, pero ser gemela es un regalo: mantener tu propia identidad y, aun así, compartir una conexión tan fuerte. Puedes sentir lo que siente la otra. Es precioso.

-¿Cómo describirías tu identidad más allá del apellido Kloss?

-He crecido mucho en esta última etapa de mi vida, especialmente después de tener una hija. Soy madre a tiempo completo. Mi hija tiene tres años y medio y me aseguro de que tenga todo lo que necesita.

-¿Qué te ha enseñado la maternidad sobre ti misma?

-Me ha mostrado de qué va la vida y me ha abierto los ojos. Me ha enseñado a ser fuerte, independiente y a cuidar mi círculo cercano. Es algo que te aterriza. Traer a mi hija al mundo ha sido un regalo inmenso. También he aprendido a seguir cuidándome y amándome como mujer y como persona. Siempre habrá ruido en tu cabeza, pero en esta etapa he visto como silenciarlo y enfocarme en lo que realmente importa: el amor que siento por lo que me rodea.

-Hablas de cuidarte... ¿Qué ritual de belleza nunca te saltas?

-Mi rutina de *skincare*, estoy obsesionada. *Gua Sha*, rodillo facial, mascarillas... todo. En el avión venía con parches en los ojos y una máscara de luz roja, ¡todo lo que pude ponerme! Creo que la persona a mi lado pensó: “Dios mío, ¿me tiene que tocar esta chica?” (Risas). Incluso llevaba mascarillas específicas para los pies y las manos, porque se pierde mucha hidratación. Ahora que ya tengo 30 años, me tomo muy

en serio el autocuidado.

-¿Qué te motiva o inspira en tu día a día?

-Mi familia. Mi madre, mis hermanas, mi abuela... ya no está aquí, pero la llevo en el corazón. A veces veo señales -un cisne, un arcoíris, un delfín- y para mí son mensajes que ella me manda para seguir adelante. Como si dijese: “Cree en ti, ámate”. Ahí empieza todo.

DIRECCIÓN DE ARTE: EUGENIA SIVA PARA THE CREW. ESTILISMO: FONCHI NAHUM. ASISTENTE ESTILISMO: FE CATUBIG. MAQUILLAJE Y PELLUQUERÍA: RAQUEL ÁLVAREZ. AYUDANTE DE MAQUILLAJE Y PELLUQUERÍA: VERÓNICA CASTELL

MADRES E HIJAS

En el mes en el que se celebra la maternidad, Kimby confiesa que su madre y su abuela son sus mayores fuentes de inspiración, y espera transmitir lo mismo a su hija. En la imagen, con vestido de **Louis Vuitton** y joyas de **Cartier**.

“PONERME
DELANTE DE
LA CÁMARA ES
UNA BENDICIÓN.
SIEMPRE HE
SOÑADO CON QUE
LLEGARA ESTE
MOMENTO”



LAS MÁS
Bellas
FORMAS

Tejidos, planos y una cámara de fotos definieron la mirada estética de Carla Ferrer, que equilibra con naturalidad sus dos grandes pasiones -la arquitectura y la creación de contenido- y cuyo estilo depurado y atención por el detalle la han convertido en todo un referente en redes.

PRODUCCIÓN: **INÉS DOMEQ** FOTOGRAFÍA: **CHESCO LÓPEZ** TEXTO: **AMALIA QUIROGA**





LUNARES Y OLÉ

Los *polka dots*, en su versión más minimalista, suben al podio de estampados ganadores. En la imagen, Carla posa con *total look* de *Doblas* y joyas de *Dinh Van*.



PURA SENSUALIDAD

Las siluetas atrevidas y ultrafemeninas se fusionan con el minimalismo. Junto a estas líneas, nuestra protagonista lleva vestido de **Michael Costello** y joyas de **Chaumet**.



EL EFECTO DEL LAYERING

Los juegos de superposición de capas añaden textura y carácter al armario de primavera. Carla Ferrer posa, sobre estas líneas, con un *total look* de Prada.



CON MUCHA PASIÓN

Nos rendimos al rojo intenso de esta propuesta con inconfundible acento español. En la imagen, Carla luce un *total look* de **Stéphane Rolland**. En la página siguiente, posa con un delicado vestido adornado con flores 3D, de **Elie Saab**.






¿QUIÉN ES CARLA?

La creatividad forma parte de cada detalle en la vida de Carla Ferrer, que sostiene una cámara de fotos desde que tiene memoria y ha encontrado en ella una forma natural de expresarse. Crear looks, posar y explorar la estética visual siempre le resultó instintivo, influida por el trabajo de su madre en el mundo de la moda. Así, de manera orgánica, surgió también su trabajo en redes. Aunque nunca haya dejado de lado su otra gran pasión: la arquitectura. Hoy cursa su último año de carrera y trabaja en el despacho de su padre, donde ha descubierto cuánto le inspira la combinación de funcionalidad y belleza. Ese enfoque ha moldeado su mirada y también su forma de comunicar en redes, con un estilo minimalista y atemporal que construye a partir de básicos de calidad, combinaciones sencillas y cuidadas y una paleta neutra. Para Carla, la moda es un lenguaje que le permite expresar su personalidad y mostrar quién es. Cuando necesita desconectar, Jávea es su refugio. Ha pasado allí todos los veranos desde que era muy pequeña, y mantiene un vínculo muy especial con este municipio alicantino. Siempre que busca unos días de calma intenta escaparse al sitio donde, desde siempre, ha sido feliz.

MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA: SONIA MARINA. ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA: ROCÍO RUDIILA. ASISTENTES DE PRODUCCIÓN: CLAUDIA PINTADO Y SARA SUÁREZ. ASISTENTE DE ESTILISMO: CANDI CABRAL



CHIC VERSÁTIL

Las tendencias opuestas se complementan a la perfección. Junto a estas líneas, nuestra musa lleva un *total look minimal* de **Hermès** y pulseras de **Dinh Van**. En la página anterior, Carla, con vestido voluminoso y balaclava de **Peñalver** y zapatos de **Ferragamo**.



Love
natural



PRESENTE PERFECTO

Sofía Montojo pertenece a una nueva generación de creadores digitales que vienen pisando fuerte. En esta imagen, posa con look y bolso multicolor *Guess The Camden Bag*, todo, de **Guess**.

*La creadora digital **Sofía Montojo** se desenvuelve con la misma soltura frente a la cámara que detrás ella, como gran apasionada de la fotografía que es. De su mano descubrimos las tendencias más apetecibles de **Guess**.*

FOTOGRAFÍA: **ROSA COPADO** ESTILISMO: **LEIRE PEÑA** TEXTO: **LUCÍA HERNÁNDEZ**



PRIMAVERA DULCE

Sofía posa con chaqueta y pantalón de tweed vaquero, camiseta con logo y bolso Guess Camden Bag. En la página siguiente, con conjunto utilitario de dos piezas. Todo, de Guess.





TRES EN RAYA

Junto a estas líneas, Sofía lleva vestido de inspiración marinera, de **Guess**; bolso **Guess Camden Bag**, de color negro y en tonos dorados, y sandalias, de **Guess Accessories**. En la página siguiente, nuestra protagonista, con camiseta de rayas y vaqueros, de la misma firma.





ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

O escanea el código QR:



CON OTRA MIRADA

A Sofía Montojo, la fotografía le ha fascinado desde niña. Hasta tal punto que, una Navidad, decidió pedir una cámara como regalo. Y no hubo vuelta atrás. Desde entonces, comenzó a capturar la belleza de cada momento y a convertir en eternos episodios efímeros. Encontró en la fotografía una forma de autoexpresión, que, al poco tiempo, decidió compartir en redes sociales.

Pronto, su manera de ver el mundo a través del objetivo comenzó a sumar seguidores que iban descubriendo a una Sofía creativa y apasionada por el diseño y la moda. "A través de la ropa, puedo jugar con distintas versiones de mí misma, y eso es lo que más me gusta. No sabría definir mi estilo con una sola etiqueta, porque va cambiando según la etapa o, incluso, el día", nos cuenta. Tampoco siente miedo alguno a probar cosas nuevas. Prueba de ello es este editorial, en el que reinterpreta las tendencias de la primavera de la mano de Guess. "Lo que más me gusta de la colección es su aire fresco y urbano. Es una propuesta muy versátil, pensada para el día a día, pero sin perder ese punto especial", asegura. Entre la vorágine de eventos, campañas y reportajes, como el que protagoniza en estas páginas, Sofía encuentra la paz en su querida Cantabria, donde se siente "la persona más feliz del mundo".

MINIMAL CHIC

Solo necesitas una camisa blanca y un pantalón sastre para crear un look tan impecable como el de la *influencer* con esta propuesta de **Guess**.

MAQUILAJE Y PELLUCQUERÍA: NACHO FERNÁNDEZ. ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA: DAVID MARTÍNEZ.
ASISTENTE DE ESTILOS: DIEGO GRIMALDI. ASISTENTE DE MAQUILAJE Y PELLUCQUERÍA: EMA DURÁN



PUNTO DE ESTILO

Pocas combinaciones tienen tanto éxito como la formada por el croché y el *denim*. En la imagen, Sofía Montojo con un look juvenil y refrescante de la firma **Guess**.

Belleza



Florece el
COLORETE

El 'contouring' da paso al 'blushing': un rubor marcado que es capaz de conectarnos con la niñez y la risa y trasladar el bienestar y la emoción de fuera adentro.

TEXTO: MARÍA ELVIRA

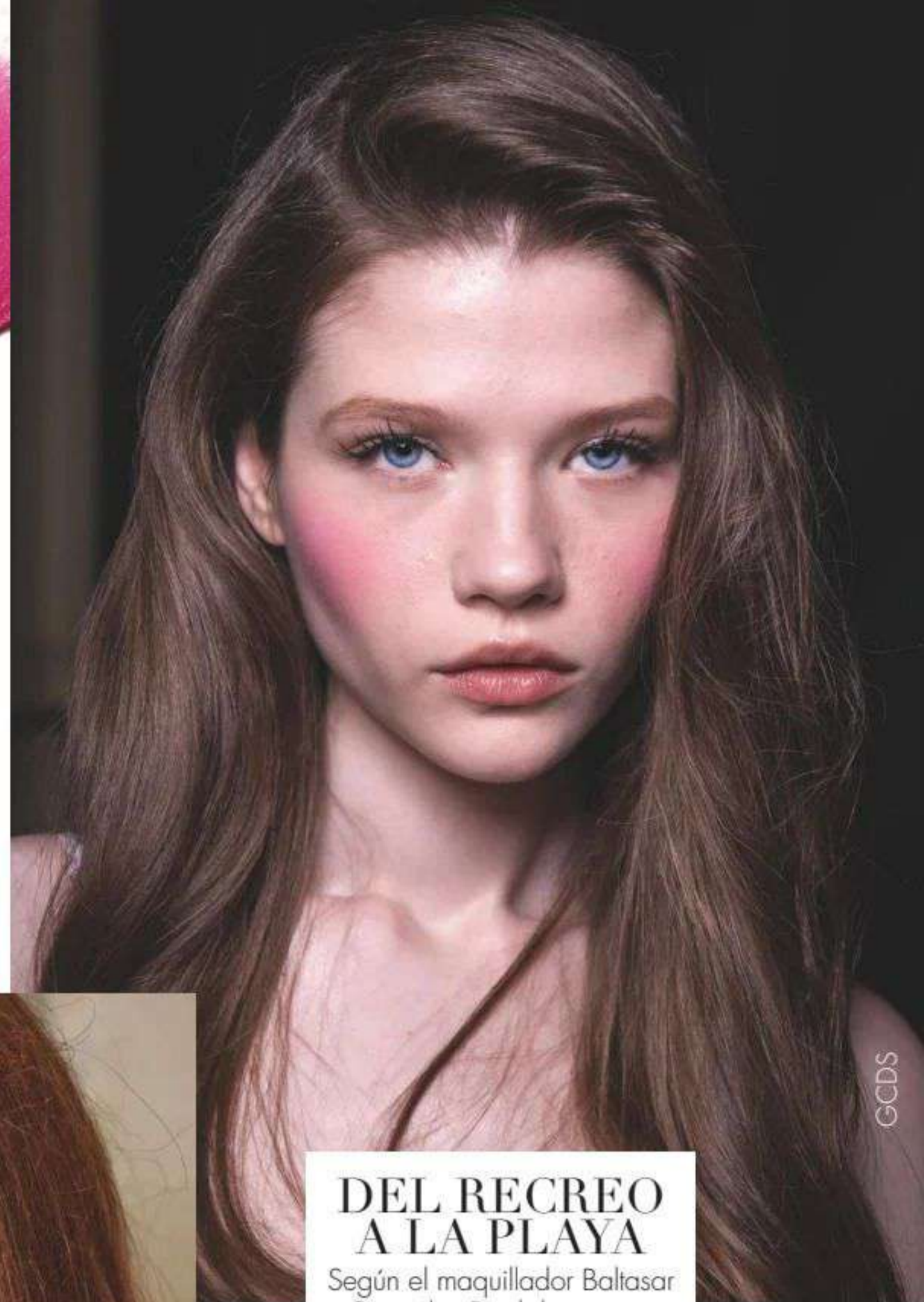
GCDS



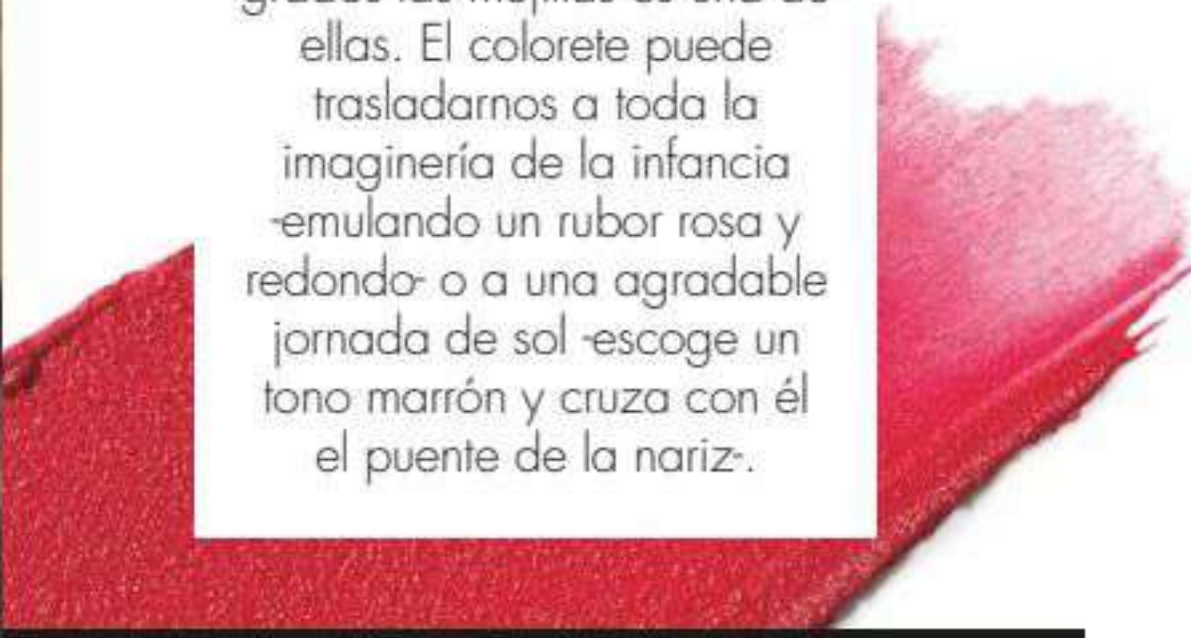
La maquilladora Pat Grath convertía en viral hace unos meses el colorete María Antonietta, un *blush* excelso con el que viajábamos a la película de Sofia Coppola y a Kirsten Dunst con las mejillas encendidas. Prabal Gurung, N° 21 o Chloé han subido el rubor a la pasarela como acompañante de lujo de sus colecciones de primavera/verano 2026 y, en la calle, el *highlighter* y el *contouring* ya no colonizan el rostro y sí lo hacen los diferentes matices de rosa. A lo grande, como si hubiesen despertado de un largo invierno. “El colorete ha pasado de ser accesorio a un pilar fundamental de nuestra rutina. La vitalidad con la que eleva el maquillaje resulta impactante”, asegura Nerina Freán, *make up expert* de Prada Beauty. “Vitalidad”. En esta palabra está el quid. Porque de lo que se trata es de dar vida al rostro, y en un producto tan sencillo, fácil de usar y que nos podemos permitir a diario encontramos la savia.

MOOD MAKE UP

Risa, enamoramiento, paseos por el campo, recuerdos de la niñez... el rubor está presente en las situaciones más agradables de la vida y el colorete nos ayuda a recrearlas. “Hemos construido la idea de que las mejillas sonrosadas evocan algo muy especial. Para empezar, en ellas subyace la salud. Nos ponemos colorete porque buscamos optimismo, lo cual se ha convertido en una aspiración constante”, afirma el maquillador Baltasar González Pinel, director artístico de M.A.C Cosmetics. Si echamos la vista atrás, al acuñado en el año 2000 como *lipstick index*, un marcador social que indica que en tiempos de incertidumbre económica la gente se gratifica con pequeños caprichos asequibles, casi que podríamos hablar de un *blush index*. “Estamos viviendo un momento en el que el colorete está teniendo mucha relevancia. Al ponértelo, te ves mejor, más sana, más vital, y esto imprime en tu interior una postura de inicio distinta”, subraya el experto.



DEL RECREO A LA PLAYA



Según el maquillador Baltasar González Pinel, buscamos situaciones que asociar al optimismo, y subir unos grados las mejillas es una de ellas. El colorete puede trasladarnos a toda la imaginaria de la infancia -emulando un rubor rosa y redondo- o a una agradable jornada de sol -escoge un tono marrón y cruza con él el puente de la nariz-.





SE HAN RUBORIZADO

El *clean look* da paso esta primavera a un maquillaje donde el colorete aflora de forma exuberante. En las imágenes, Sarah Pidgeon, el último fichaje de Hailey Bieber para su firma Rhode, Bella Hadid, embajadora de Prada Beauty, y Anya Taylor-Joy, musa de Dior Beauty, todas ellas con rubor rosa marcado que llega hasta las sienes.

El bienestar está en el foco de lanzamientos como el nuevo colorete de Prada Beauty, que más allá de una herramienta de maquillaje pretende ser una vía para conectar con la rutina de belleza de manera más libre. "No queremos corregir el rostro, sino ofrecer productos con los que inspirarse, explorar y divertirse cada día", apunta la *make up expert* de la firma.

EL CEREBRO INTERPRETA MAYOR BIENESTAR EN EL GESTO QUE HACEN LAS MANOS EN CONTACTO CON LA PIEL CUANDO TE MAQUILLAS

¡QUÉ BIEN ME SIENTO!

Importa el colorete, pero también esos segundos que dedicamos a aplicarlo. Según la psicóloga Sofía García-Faya, la neurocosmética explica que el propio gesto que hacen tus manos en contacto con la piel cuando lo estás deslizando es un estímulo sensorial que activa áreas cerebrales relacionadas con el placer o la motivación. "Esto lo convierte en una buena estrategia de regulación emocional. Un maquillaje sencillo, que te dé un efecto de 'buena cara', mejora el ánimo, suaviza la autocrítica y nos ayuda a sentirnos más seguras y preparadas para afrontar situaciones sociales o laborales. El cerebro interpreta mayor bienestar, y esto puede desencadenar esa sensación poderosa de 'soy capaz'", confirma. Siempre que seas tú -eso sí- quien elija "ruborizarse" y no haya detrás una sensación de obligación.

4 TRUCOS 'PRO'

1 *Con efecto "relleno"*
"Aplica el colorete de forma centrada, alineado con tu pupila, con una brocha grande y suave", cuenta Nerina Freán, de Prada Beauty.

2 *Trazo juvenil*
"Modula la intensidad del color extendiéndolo en capas desde el centro de la mejilla, subiendo por el alto de los pómulos en dirección a las sienes y casi tocando la línea inferior de las pestañas".

3 *Monocromático*
"Aplica el colorete con la yema de los dedos por encima de los pómulos, en párpados superiores y labios, difuminando bien los contornos con una brocha mediana", explica la maquilladora.

4 *"Blonzing"*
La experta anima a probar la mezcla de bronzer y blush. "Mi combo favorito: colorete rosado en mejillas combinado con un marrón en párpados y labios".

BLUSH AQUÍ Y ALLÁ

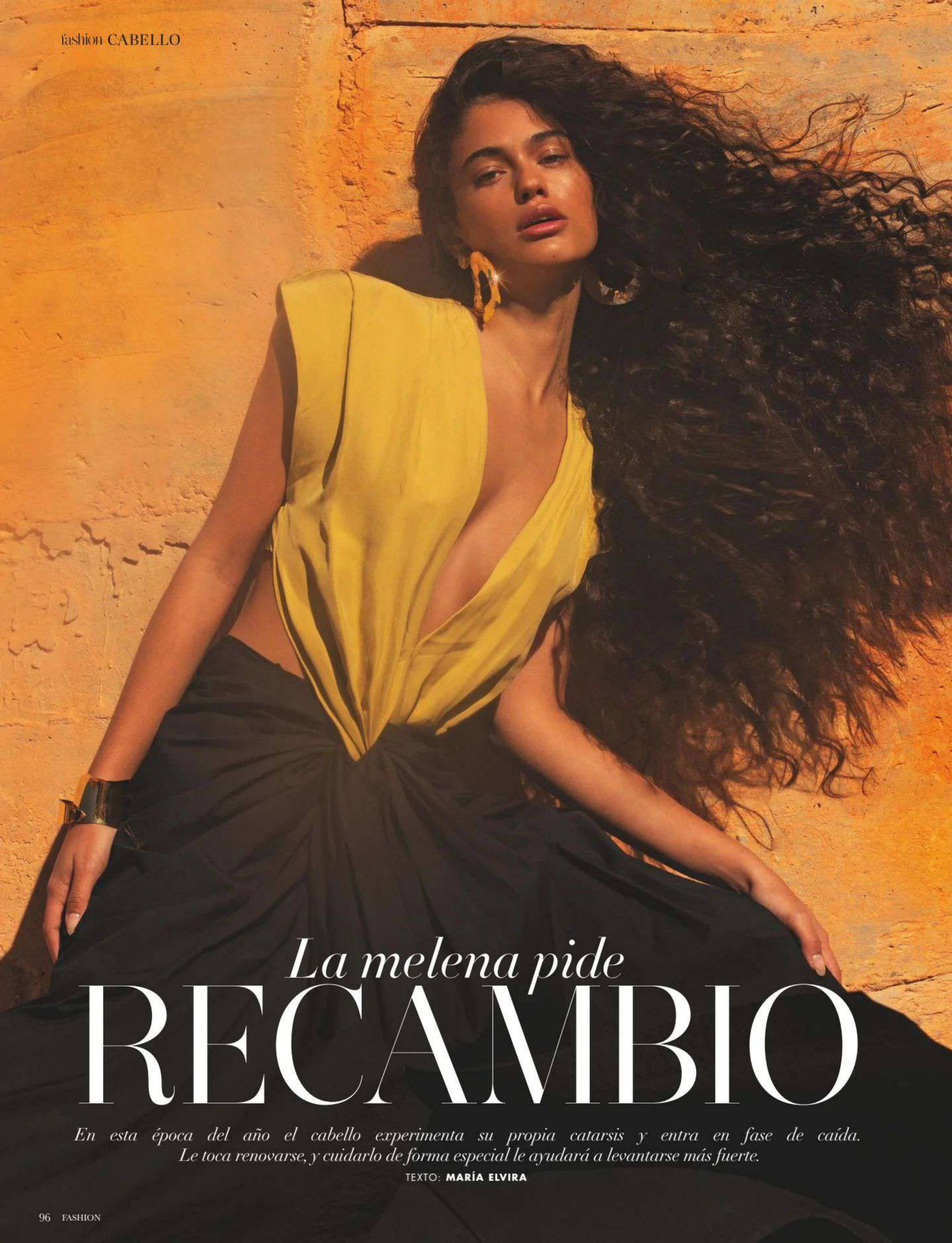
Imprimen un rubor que alegra la cara al instante, como si fuesen pócimas mágicas de vitalidad. Los nuevos colorettes, con vocación multifunción y texturas 'skin friendly', se acomodan en mejillas, párpados y labios.



COLLAGE: JUAN PABLO CHIPE

1. Hybrid Blush, en el tono 425 Lady bug (26 €), de **Kylie Cosmetics**. 2. InnerGlow CheekPowder Blush, en Twilight Hour 02 (56 €), de **Shiseido**. 3. The Multiple, tono Bad Habit (48 €), de **Nars**. 4. Make Me Blush Bold Blurring Blush, en Babydoll Pink (57 €), de **YSL Beauty**. 5. Mini Blushy Palette, tono Incompatibles (31 €), de **Rabanne**. 6. Luminous Silk Cheek Tint, Bold Pink 53 (45 €), de **Armani Beauty**. 7. Le Blush, tono 90 Luminous Rose (15,90 €), de **L'Oréal Paris**.

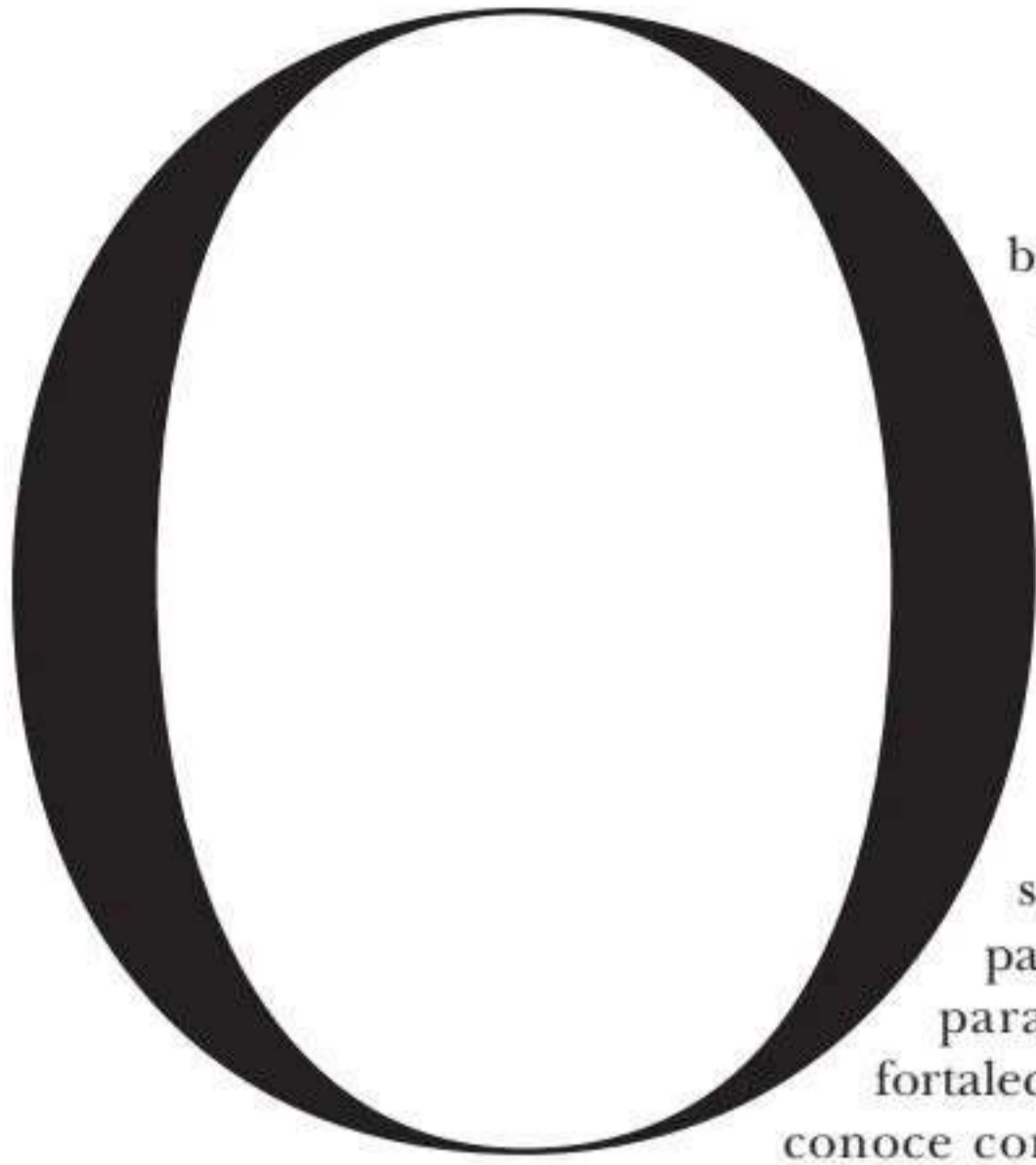
8. Pillow Talk Beauty Soulmates Palette, en el tono Flawless Pink (53 €), de **Charlotte Tilbury**. 9. Good Girl Blusher, 1016 Poppy (44 €), de **Herrera Beauty**. 10. Glow Play Cushion Blush, tono Totally Synced (39 €), de **M.A.C Cosmetics**. 11. Prada Touch, en 086 Peach (45 €), de **Prada Beauty**. 12. Buttermelt Blush, tono Butta Together (13 €), de **NYX Cosmetics**. 13. Blush 'N' Blush, Cotton Candy (19,95 €), de **Rimmel London**. 14. Diamond Filler, Brilliant Peach (15,95 €), de **Physicians Formula**.



La melena pide
RECAMBIO

En esta época del año el cabello experimenta su propia catarsis y entra en fase de caída. Le toca renovarse, y cuidarlo de forma especial le ayudará a levantarse más fuerte.

TEXTO: **MARÍA ELVIRA**



Observatorio capilar: más pelos en la almohada. Y en el cepillo. Y en el desagüe. Hay caídas bellas de contemplar -véase la de la *sakura*- y luego está la del cabello, que no es sino el peaje que pagamos en primavera para tener una melena fortalecida en verano. “Se la conoce con el nombre de fase telógena y es la etapa final del ciclo capilar. Muchos de nuestros folículos entran de forma sincronizada en fase de renovación. Por así decirlo, es un proceso fisiológico de ‘recambio del cabello’”, apunta la doctora Anaya Fernández, tricóloga en Demya Madrid y Bojanini Experts. La buena noticia es que, tras el descenso, llega la subida y el pelo vuelve a crecer, purificado, tras haber experimentado su propia catarsis. “Cada folículo pierde un pelo -ha terminado su periodo de vida- y tiene la capacidad de generar otro nuevo, generalmente más fuerte. El ciclo continúa y lo habitual es que en unos meses se recupere la densidad capilar de forma progresiva”, tranquiliza la experta.

EFECTO ÓPTICO

Ante un efluvio estacional que acontece de forma tan natural (y espectacular a veces) como el de las flores, lo primero que hay que hacer es no alarmarse. Nada de contar cabellos en el lavabo para comprobar si superamos esos alrededor de 150 que se considera que es “normal” que caigan al día. Estrés más. Mejor “jugar” a no verlos con pequeñas estrategias que ayudan a percibir la caída de forma menos alarmante, tal y como sugiere Katrina Riera, farmacéutica y *medical advisor* de DS Labs: “Lavarlo con mayor frecuencia puede evitar ver una gran cantidad de pelo acumulado de golpe en la ducha, ya que en realidad ese cabello se iría desprendiendo en varios días. También ayuda cepillarlo a diario

para distribuir la caída y evitar esa impresión puntual de ‘exceso’. Del mismo modo, llevar el pelo más corto puede dar sensación de mayor volumen y hacer menos evidente la pérdida, aunque no la modifique realmente”, comparte la experta. Al contrario, también recuerda que estar en un constante recuento de los cabellos que se pierden a diario o revisar de forma obsesiva el cepillo flaco favor nos hace: “No solo distorsiona la percepción, sino que contribuye a empeorar la sensación de caída. Además, lo importante no es cuánto se ve caer en un momento concreto, sino si con el tiempo se aprecia una disminución real de la densidad”, subraya.

PARECE MÁS

¿Notas la **raya marcada?**

“Cambiarla ayuda mucho. O si te gusta llevarla siempre del mismo lado, prueba a hacerla más diagonal o incluso peinando un poco en zigzag”, recomienda el peluquero Gabriel Llano. También sugiere usar productos de volumen en raíz o fibras capilares para zonas más visibles.

Cortar el pelo no frena la caída pero permite jugar al disimulo, según el experto. “Un buen corte con movimiento aporta mayor densidad visual”, afirma.

¿CAÍDA O ADELGAZAMIENTO?

En lugar de contar pelos, algo que no es ni práctico ni fiable, existen para las expertas señales más claras en las que fijarse para averiguar si nos encontramos ante una caída puntual o un “adelgazamiento” del cabello. Por ejemplo: zonas del cuero cabelludo que comienzan a clarear, una raya más ancha, ir a recogerte la coleta o el moño y darte cuenta de que no son tan gruesos como solían o certificar que tu melena, con el paso de las semanas, no es capaz de recuperar su volumen habitual. Que la caída se prolongue más de dos o tres meses y que, además, se

EN LA CAÍDA ESTACIONAL, CADA FOLÍCULO PIERDE UN PELO -PORQUE HA TERMINADO SU PERIODO DE VIDA- Y TIENE LA CAPACIDAD DE GENERAR OTRO NUEVO, GENERALMENTE MÁS FUERTE. EL CICLO CONTINÚA Y LO NORMAL ES QUE EN UNOS MESES SE RECUPERE LA DENSIDAD

acompañe de la mencionada mengua capilar también es indicador de una posible caída patológica (y no fisiológica, que es la propia de la primavera). En estos casos, lo mejor es consultar con un médico tricólogo especialista para que realice un diagnóstico preciso. “Mientras que la caída estacional se caracteriza por un aumento puntual del número de cabellos que entran en fase de caída (y que al mantenerse el folículo sano vuelven a crecer con normalidad, sin que se produzca una pérdida real de densidad), el afinamiento capilar responde a un proceso progresivo de miniaturización del folículo, por el cual el pelo crece cada vez más fino, corto y débil, se desprende con mayor facilidad y, con el tiempo, puede llegar incluso a dejar de producirse”, advierte la farmacéutica Katrina Riera. ¿Cuáles son las causas de esto último? La principal, la acción de la dihidrotestosterona (DHT), hormona clave en la alopecia androgenética, la forma más común de pérdida de cabello. “Pero a este proceso también contribuyen factores como la predisposición genética, el envejecimiento y el estrés, así como una menor irrigación sanguínea en el cuero cabelludo, lo que puede comprometer el adecuado aporte de nutrientes y oxígeno al folículo”, continúa la especialista. Y aunque no siempre puede evitarse por completo cuando está escrito en los genes, sí que es posible frenar o ralentizar su evolución. “Mantener un cuero cabelludo sano, asegurar un adecuado aporte nutritivo y, en caso de que sea necesario, recurrir a tratamientos específicos indicados por un profesional son medidas clave”. Por su parte, la tricóloga Anaya Fernández destaca la importancia de una detección temprana: “A diferencia de la caída estacional, el adelgazamiento del cabello sí requiere tratamiento precoz. Cuanto antes actuemos, mejores resultados obtenemos. Un diagnóstico a tiempo es la clave para mantener un pelo sano y fuerte”. La buena noticia es que hoy existen múltiples opciones terapéuticas (desde

EL CABELLO ES EL REFLEJO DEL FOLÍCULO PILOSO, QUE A SU VEZ DEPENDE DE LA SALUD DEL CUERO CABELLUDO

la bioestimulación plaquetaria, un tratamiento médico estético regenerativo que consiste en inyectar factores de crecimiento en el cuero cabelludo, o la mesoterapia, a base de oligolementos y vitaminas, hasta fórmulas magistrales que se elaboran de forma individualizada) que permiten frenar la progresión de la alopecia e incluso generar cabello nuevo y mejorar su calidad y grosor.

LUGAR DE CONTENCIÓN

El cuero cabelludo es esa tierra fértil que hay que cuidar con sabiduría para que dé buenos frutos. “El cabello es el reflejo del estado del folículo piloso, un órgano altamente activo influido tanto por factores internos del organismo como por el entorno del cuero cabelludo. Si este está bien irrigado y libre de alteraciones favorecerá un crecimiento fuerte y saludable; por el contrario, desequilibrios como el exceso de sebo, la inflamación, la descamación o una microcirculación deficiente pueden debilitar el folículo, alterar su ciclo y favorecer tanto la caída como el afinamiento”, afirma la farmacéutica. En nuestras manos está, si no contemplar la caída (para no hacer leña...), sí al menos acompañar a nuestra cabellera en un momento tan especial como es el de su renovación en primavera. Para ello, lo más importante es adoptar cuidados que mantengan equilibrado el cuero cabelludo “Se recomienda mantener una higiene regular -con productos suaves-

DALE UN *chute* DE ENERGÍA

Champú anticaída y estimulante *Revita* (24,50 €), de DS Labs. Tratamiento reparador de la queratina *Keratin Filler* (12 €), de Indola Professional. Loción con exosomas *Exogrow Booster* (91 €), de DSD de Luxe. Tratamiento anticaída *For Women* (49,90 €, 28 viales bebibles), de Olistic. Complemento alimenticio efervescente *Phytophanere* (19,90 €, 30 comprimidos), de Phyto Paris. Secador de pelo *Nano* (119 €), de Rowenta.



“MENOS AGRESIÓN, MÁS CUIDADO DEL CUERO CABELLUDO Y, SOBRE TODO, CONSTANCIA”, UN “TRIUNVIRATO” CLAVE, EN PALABRAS DEL PELUQUERO GABRIEL LLANO



**SECA EL PELO A TEMPERATURA MEDIA
Y SIN ACERCAR DEMASIADO CALOR
A LA RAÍZ. DESENREDA SIEMPRE DE LAS
PUNTAS HACIA ARRIBA PARA NO PARTIRLO**

para evitar la acumulación de sebo y residuos. También es importante protegerlo de agresiones externas, como la radiación solar o el uso de productos irritantes, y favorecer la microcirculación mediante masajes suaves. Una alimentación equilibrada -rica en hierro, proteínas y vitaminas del grupo B3- y un adecuado control del estrés contribuyen de forma directa a su equilibrio y buen funcionamiento”, cuenta Riera.

El peluquero Gabriel Llano recomienda, cuando vayas a secar el cabello, “no frotarlo con la toalla, usar protector térmico y hacerlo a temperatura media y sin acercar demasiado el calor a la raíz”. También aconseja peinarlo con mucha suavidad

(evitando los cepillados agresivos) y desenredar siempre empezando por las puntas y hacia arriba. “Nunca desde la raíz porque podemos partir el cabello”, asevera. El experto también considera importantísimo evitar los peinados tirantes. “Crean tensión en la raíz y pueden fomentar la caída, así que mucho mejor optar por peinados sueltos o recogidos poco estructurados”, concluye.



MÁS DÍAS DE LUZ... & de perfume

Con las jornadas más largas, resplandecen las notas de frutas y flores. Y lo hacen con una jugosidad hiperrealista que hace que parezca que estás pegando un bocado a un melocotón o contemplando las peonías en un jardín. Pura sinestesia.

TEXTO: **MARÍA ELVIRA** ILUSTRACIÓN: **JUAN PABLO CHIPE**

Comienza la temporada de frutas y flores. Sacamos del armario los jerseys de lana y las notas más densas para conectar con el ritmo (estacional) de los días más largos. “La luz cambia cómo percibimos el perfume. Buscamos composiciones que ‘respiren’ y no resulten pesadas. Los frutos aparecen no como dulzor evidente, sino como textura. En el caso del higo, por ejemplo, no se trata tanto de oler a fruta madura, sino a la hoja o la savia. Esa sensación verde y lechosa resulta más luminosa y sofisticada”, explica Carlos Huber, fundador de Arquiste Parfumeur. En el mundo floral -olfativamente hablando- la adaptación al clima se produce a través de flores “con aire” y para nada opulentas. “La clave está en trabajarlas con transparencia y sin exceso de dulce, acompañando a la luz, no bloqueándola”, añade el experto. Sin ir más lejos, el neroli -el aceite de las flores del naranjo-, aporta frescura, frente al absoluto de la misma flor, que por su alta

**LA LUZ CAMBIA
CÓMO PERCIBIMOS EL
PERFUME. LA FRUTA
APARECE NO COMO
DULZOR EVIDENTE
SINO COMO UNA
DELICADA TEXTURA**

concentración revela una faceta cálida y envolvente que “marida” mejor con los meses de frío. Los nuevos florales “limpios”, nada evidentes ni cargantes pero con gran proyección, son los responsables de que comience a hablarse de una “frescura sofisticada” que reconforta y, a la vez, es sensual. “Son perfumes cargados de optimismo y esperanza que cobran un protagonismo especial en primavera y nos invitan a disfrutar más intensamente de cada momento”, describe Seila Lapeña, especialista en fragancias del grupo Shiseido. Es el caso de *Lumière d’Issey*, que con notas de mandarina verde, azahar y pistacho amaderado se presenta como un *eau de parfum* luminoso y moderno que nos pone de buen humor.



Energía natural

El lujo de sentir el sol en la piel es lo que consigue transmitir *Euphoria Solar Elixir*, de Calvin Klein, un jugo sabroso que combina vainilla, orquídea y mango (149 €, 100 ml).

La más radiante

Crystal Emerald, de Versace, es un aditivo cóctel a base de bergamota y melocotón en la salida y rosa, jazmín y trambuesa en el corazón (109 €, 50 ml).

A favor de piel

Aqua Allegoria Perle inaugura una era de híbrido entre perfume y tratamiento con una innovadora fórmula a base de agua. Aquí, el refrescante *Nerolia Vetiver* (154 €, 125 ml).

Fiesta en el jardín

Wild Vetiver, de The House of Creed, es el lugar donde la vida silvestre y la sofisticación se encuentran. Un canto a la rosa y las hojas de vetiver (220 €, 50 ml).

Debajo de la higuera

A Grove by the Sea, de Arquiste, rescata la faceta verde del higo y le añade bergamota, neroli y maderas suaves para crear la postal más evocadora (190 €, 100 ml).

Un mordisco de pera

El “aire” de *Sutileza Elixir* es floral almizclado y con notas de esta fruta (155 €, 50 ml).

LA COMBINACIÓN DE ROSA CON UNA NOTA FRUTAL INESPERADA, COMO EL MELOCOTÓN, ES PARADIGMA DE UNA NUEVA SOFISTICACIÓN

Bocado 'gourmet'

El acorde de maracuyá en *Power of you*, de Emporio Armani, es tan hiperrealista que parece que estás mordiéndolo la fruta. Riquísima. (105 €, 50 ml).

Lluvia de pétalos

Orabella, los perfumes de Bella Hadid, aterrizan en Europa. Con base de aceites esenciales, *Window2soul* huele a rosas y jazmín (82 €, 50 ml).

Oler a "limpio"

La rosa, en el centro de *Le Rouge Flower*, de Kenzo, cobra matices empolvados con vapor de arroz y almizcles (120 €, 75 ml).

Una delicia

En *Idôle Peach N' Roses*, de Lancôme, el melocotón natural se baña en pétalos de rosa. ¿Puede ser más sugerente? (119 €, 50 ml).

Suma suavidad

Los cerezos en flor inspiran *Berry Her Parfum*, una composición dulce con cereza, ámbar y vainilla (192,60 €, 100 ml).

Sabroso zumo

Casi siempre actriz secundaria, la frambuesa es protagonista principal de *Libre Berry Crush*, de YSL Beauty (140 €, 50 ml).

Según Albina Estévez, *retail education manager* de Lancôme, esta evolución de la frescura no significa un abandono de las raíces sino una búsqueda de interpretaciones más contemporáneas. "Notamos un reciente interés no solo por la rosa clásica; también por cómo se reinventa". La combinación de esta flor icónica con una nota frutal inesperada y jugosa, como es el melocotón (presente en *Idôle Peach N' Roses*, la última fragancia de la enseña francesa), supone un claro paradigma de la nueva sofisticación. "Es la prueba de que el consumidor busca aromas que cuenten un historia original, llena de matices", añade la experta. El melocotón es una de las frutas que copan los elixires en este momento, pero no está solo. Fresa, cereza, mango, pera o frutos rojos se suman e inauguran una cualidad perfumística que se ha dado en llamar "jugosidad realista", donde uno siente que de verdad está mordiéndolo el alimento. "Los matices tropicales y las frutas con hueso añaden textura y modernidad, mientras que

cítricos como el yuzu, el pomelo o la bergamota resultan revitalizantes", puntualiza Iranzu Vallejo, experta en perfumes de Farlabo. Entre las flores con carácter primaveral marca tendencia el jazmín, "pero ahora más verde, acuático y ligero y acompañado de magnolia, peonía o azahar". ¿Y existe una combinación ganadora de flores y frutas? Sí, los ramilletes blancos -ejemplares arriba mencionados- con mandarina, melocotón y mango se llevan la palma.

LOS ACORDES
FRUTALES
FUNCIONAN
COMO UN
CATALIZADOR
DEL OPTIMISMO
E INYECTAN
ENERGÍA Y
CONFIANZA

**Delicadeza
"british"**

English Pear & Freesia, uno de los perfumes de Jo Malone más queridos, nos traslada a la primavera en la campiña inglesa con pera y fresia (105 €, 50 ml).

Acuático

Un floral de lo más refrescante que completa su salida de mandarina verde y cardamomo de la India con un bouquet de loto azul, jazmín y magnolia. *Iconic Sublime*, de Guess (77 €, 100 ml).

**Luz de
amanecer**

Lumière d'Issey, de Issey Miyake, trata de capturar el despertar del día... y provocar con ello una sonrisa. Lo logra con mandarina verde 100% natural y neroli (116 €, 50 ml).

En el centro de todo

Good Girl Jasmine Absolute, el nuevo stiletto de Carolina Herrera, despliega una faceta intensa y caramelizada del jazmín, la flor favorita de la diseñadora (155 €, 80 ml).

**Como un
caramelo**

Eau Splendide llega a la familia *Chance*, de Chanel, vestida de malva y con un jugo cautivador a base de frambuesa, rosa y violeta (172 €, 100 ml).

Pero... ¿afectan las notas florales y frutales a nuestro ánimo? Para la experta de Lancôme, el poder de cualquier fragancia sobre nuestras emociones es "directo e innegable". "Los acordes frutales funcionan como un catalizador de optimismo. Mientras que los cítricos nos inyectan energía y vitalidad, las frutas más jugosas nos envuelven en una sensación deliciosa que se traduce en confianza y una actitud positiva cada vez que percibimos su estela. Las notas florales, por su parte, son un universo

de matices. Pueden evocar una pureza casi inocente o, por el contrario, despertar nuestro lado más sensual y poderoso. Son el reflejo de una feminidad polifacética", describe. Volviendo al higo, un fruto asociado al conocimiento y la iluminación (era el favorito de Platón), tiene algo muy evocador porque no es un olor inmediato o simple. "Su complejidad se parece mucho a cómo funciona la memoria. No es lineal, está lleno de capas. Muchas veces remite a momentos íntimos, a espacios de sombra, a una cierta calma doméstica, a recuerdos personales... No es un olor expansivo, es introspectivo. Quizá por eso conecta tanto", subraya Carlos Huber.



Antes del verano...

LO ÚLTIMO & MÁS 'TOP'

Tratamientos faciales, corporales y un original método de entrenamiento: te contamos nuestra experiencia con algunos de los rituales que nos han hecho vernos y sentirnos muy bien.

TEXTO: EQUIPO FASHION



La psicóloga y coach de salud nutricional Carolina López-Tejero, en una de sus clases, que combinan ejercicio y baile.

a quienes trabajamos escribiendo sobre belleza en una revista nos llegan cada semana invitaciones para probar nuevos tratamientos, conocer centros de *fitness* innovadores y un largo etcétera. No hay tiempo suficiente para vivir en primera persona todo aquello que nos gustaría compartir. Sin embargo, esta primavera, nos hemos propuesto probar los métodos más punteros en cuidado facial y corporal para contaros nuestra experiencia real, cómo es cada protocolo (más allá de la información que se muestra en su página web) y qué resultados puedes esperar de cada uno de ellos. Cinco han sido los elegidos para este “experimento”: tres tratamientos faciales con lo más innovador de la tecnología estética, un ritual corporal perfecto para prepararte antes de la primera escapada a la playa y una disciplina de baile que fortalece tus músculos y tu confianza. Te explicamos qué es lo mejor de estas novedades, que ya arrasan, y por qué tú también las deberías probar.

SWAN BY CAROLINA EL MOMENTO CISNE

Las posturas que adoptas en el día a día dicen más de ti de lo que piensas. No solo al resto de personas, también a tu cerebro. La neurociencia motora se encarga de definir esos nexos y la curiosidad por ella hizo que Carolina López-Tejero decidiera indagar en ese universo. Formada en Psicología en Richmond, certificada como Coach de Salud Nutricional por el IIN y profesora de pilates y yoga, difundía sus conocimientos sobre estos temas a través de su blog desde Estados Unidos, donde residía. Ahora, ya instalada en Madrid, Carolina nos recibe en su casa y nos invita a movernos. Su método, *Swan by Carolina*, es fruto del deseo de inspirar a una creciente comunidad. Combina todo lo anterior con el *ballet* y la calistenia: el arte de usar el peso del propio cuerpo para generar fuerza, flexibilidad, agilidad y resistencia. El movimiento funciona como regulador del cortisol, la ansiedad y la percepción de seguridad. Por eso, el método de Carolina brinda la oportunidad, más allá de cada clase o sesión, de habitar el cuerpo de una manera distinta. Ofrece la posibilidad de convertir una dura coreografía en una efectiva herramienta de autoconocimiento que trasciende la dimensión del *fitness*.

Todo empieza, dice, “por encontrar 30 minutos para ti al día, para perderte en tu propio baile y dejar que te inunden y aís-

len la música y tu respiración”. Es un momento para “despertar, descubrir y alcanzar”. Más que para ponerte en forma, que también, es una ecuación ideal para conservar el cerebro ágil. Las clases son difíciles porque la instructora no quiere dar opción a que te distraigas. Te quiere aquí y ahora. Para que toda tu atención esté puesta en desplegarlo y ocupar espacio. Desea que te muestres capaz, que te retes y emanés autoestima por los cuatro costados. “Esto es un viaje de autoconocimiento”, dice Carolina. “Si tus pensamientos no te apoyan y tus emociones no te acompañan, el cuerpo no puede estar

bien”, explica. Sus clases empiezan y terminan tranquilas. Pone el broche con música clásica a cada ciclo renovador. Media hora le basta a la *coach* para hacer que germine en tu interior el deseo de volar en todos los ámbitos de tu existencia.

SIN LÍMITES

Si la vida fuera alguna de las secuencias de las clases de Carolina y pudieras congelar cualquier *frame*, siempre te verías guapa. La confianza en una misma es *sexy*, y Carolina es el reflejo de esto. Sabe que el magnetismo se cultiva desde el movimiento. Serena, ligera como una pluma y elegante como el cisne más bonito del lago.

Según la neurociencia motora, el cerebro planifica, ejecuta, ajusta, automatiza y transforma. A lo largo de una clase del método *Swan by Carolina*, puede haber un momento en el que sientas que no puedes más. Será el instante en el que te des cuenta de que tu cerebro ya ha interiorizado el patrón. Te sale solo. Fluye hasta un punto en que te anima a hacerlo mejor. Entonces creces, luchas, sigues y, sin querer, descubres que no tienes límite. Que puedes hacer lo que te propongas. Y de eso va la historia. Si esto lo aplicases a cualquier cosa, no habría inalcanzables. Solo un método que

funciona al bailar y te eleva. Te inspira y alienta. Si llevases contigo la lección, no te resultaría difícil convertirte en un cisne que ocupa el espacio que se merece, que no entiende de imposibles, que arriesga, se muestra, brilla y se expresa. Un cisne que no recuerda el patito que fue. Y si lo piensa, es solo para sentir orgullo. Satisfacción por llegar a donde llegó. También impulso para seguir subiendo, seguir sintiendo. Y solo con media hora de baile y unos movimientos bien elegidos.

“EL MÉTODO COMBINA
PILATES,
YOGA,
BALLET &
CALISTENIA
(USAR EL PROPIO
CUERPO PARA
GENERAR
RESISTENCIA)”

“LA CLASE ES
DIFÍCIL PARA QUE
ESTÉS PRESENTE Y
NO TE DISTRAIGAS.
CAROLINA
TE QUIERE
‘AQUÍ Y
AHORA’”

FLX LONGEVITY THERMAGE PRO REJUVENECIMIENTO TRANQUILO

“Un plan de pensiones para la piel” o “el lujo silencioso de los tratamientos” son solo dos de los muchos comentarios que había leído sobre Thermage FLX, la radiofrecuencia estrella para tratar la flacidez. La he probado y puedo confirmar que esta tecnología con fama de “potente” para el descolgamiento cutáneo no defrauda. Su efecto, además, se potencia con un método ideado en Maribel Yébenes que la combina con HIFU -ultrasonidos ultra y macrofocalizados- y láser Erbío, para tratar textura, poros y manchas. El tratamiento consta de tres sesiones, distribuidas a lo largo de seis semanas. La primera se dedica a Thermage FLX, que en realidad lo que hace es calentar la dermis, la capa de piel más profunda, para tensar la malla de colágeno. La sensación es algo dolorosa, como si te estuviesen “grapando” la cara, pero llevadera. Al terminar, la piel se ve más relajada -como si la sangre circulara mejor- y, al pellizcarla, se nota más gruesa, con mejor calidad. Según me cuentan, el colágeno no ha hecho más que empezar a trabajar: a los tres meses estará a pleno rendimiento, y a los seis, en su punto más alto. Dos semanas después, llega la segunda parte: los HIFU -otra tecnología para favorecer el colágeno y redensificar-, que también se sienten como una grapadora, pero “localizada”. Con ellos se insiste en zonas críticas, como la línea de la mandíbula o el pico de la ceja; es como si me respunteasen la piel para levantarla, y noto los contornos más definidos. En la semana sexta y última es el turno de los láseres Erbío:YAG + Nd:YAG, con acción superficial -para renovar la textura- y profunda -para tratar lesiones vasculares y seguir estimulando el colágeno-. Salgo con la piel purificada y el tono igualado; también siento la cara despejada, como con un suave *lifting*. Recalcar desde aquí que es un tratamiento para tratar la flacidez y la tersura, no para borrar arrugas. El precio se puede consultar en los centros de Maribel Yébenes (Madrid y Málaga).

ALMA Q, “EL LÁSER DEL VERANO”

Así es como se conoce a un tratamiento que puede utilizarse durante todo el año e incluso 24 horas antes de cualquier cita, porque no enrojece. Por eso es perfecto para conseguir una sensación de “piel limpia” y con tono uniforme y luminoso, lista para un evento. Pero en realidad se trata de un láser acumulativo; es decir, necesita varias sesiones para mostrar todo su potencial. En concreto, suelen ser tres las citas recomendadas para obtener resultados visibles, espaciadas entre 3 y 4 semanas. Eso sí, desde la primera sentirás el efecto. En mi caso, que soy propensa a tener los poros abiertos, noté una mejoría casi inmediata alrededor de la zona de las mejillas y en la barbilla. La textura general de mi piel mejoró, también gracias a la mascarilla *Carbón Peel* con la que finalizan cada sesión de Alma Q en The

“TRAS
THERMAGE,
NOTO LA
PIEL
TERSA Y
RELAJADA,
COMO SI HUBIESE
DORMIDO
8 HORAS”

“ALMA Q ES
UN TRATAMIENTO
PERFECTO PARA
ATENUAR
POROS Y
MANCHAS
Y DAR LUZ
A LA PIEL ANTES
DE UN EVENTO”

Beauty Concept (Madrid). Fue a partir de la tercera sesión cuando vi que las pequeñas manchas y los lentigos solares comenzaron a difuminarse. En general, la piel queda más jugosa, menos apagada y tersa. Consigue lo que siempre buscamos: que tus amigos o en el trabajo te digan que tienes “muy buena cara”. Importante, sobre todo si tienes tendencia a la hiperpigmentación: aplica SPF50 a diario durante el proceso, ya que, tras el láser, la piel queda más expuesta y sensible al sol y podrían aparecer nuevas manchas. En TBC, el precio por sesión es de 500 €, aproximadamente. Si estás en Barcelona, puedes encontrarlo en Clínica Naac.

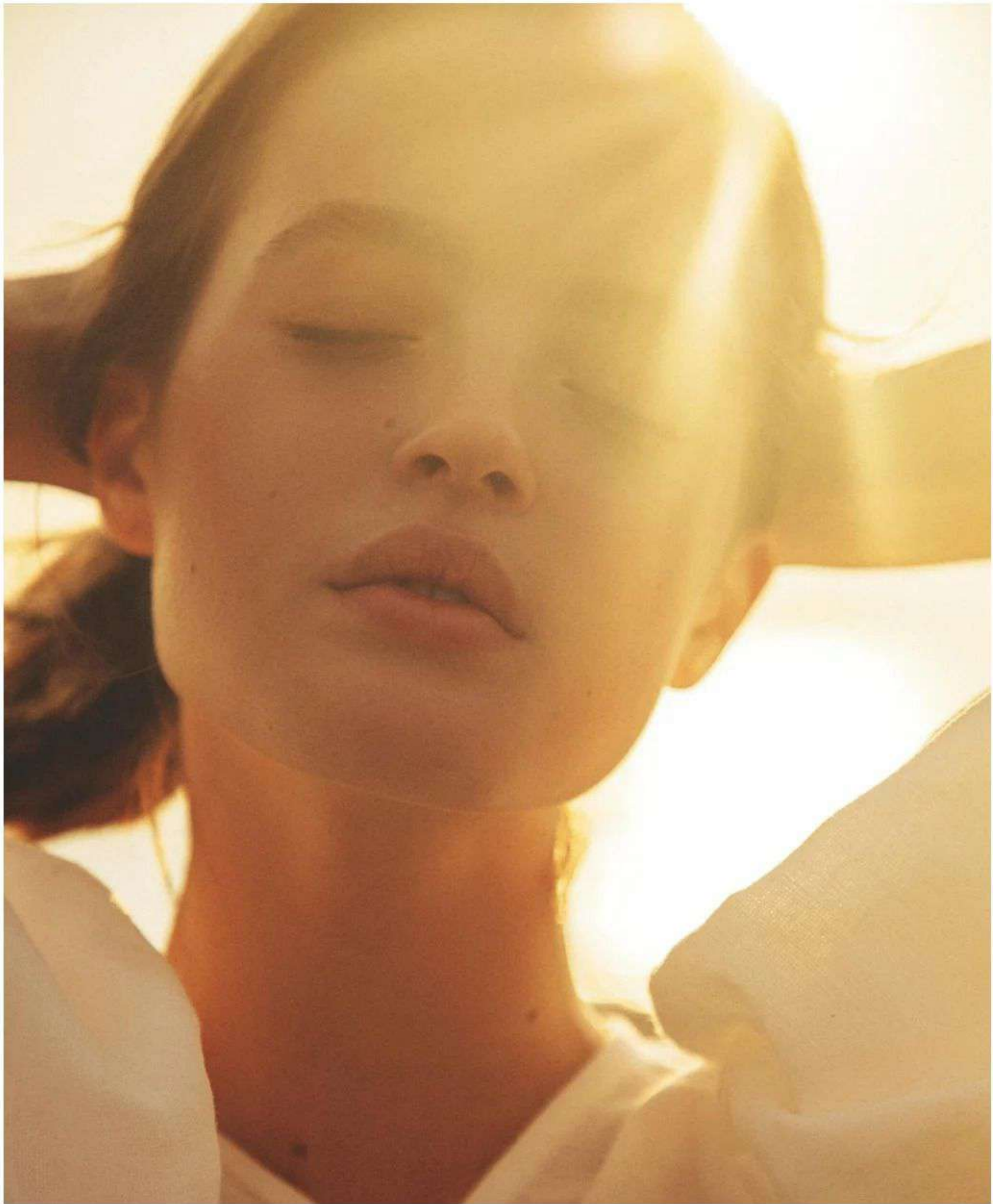
COMO UNA CELEBRITY CON LA NEUROESTIMULACIÓN FACE TONE

Margot Robbie, Jennifer Aniston y Gwyneth Paltrow se lo hacen antes de pisar la alfombra roja, y saber que The Beauty Concept lo traía a España me hizo especial ilusión (fenómeno fan, lo confieso). Face Tone es como reiniciar la piel y llevarla a su máximo de energía. Está basado en la neuroestimulación y utiliza microcorrientes de muy baja intensidad para reconfigurar el potencial de las células, reforzar su metabolismo y que puedan desarrollar mejor funciones como la producción de colágeno. Se realiza con un dispositivo que tiene diferentes cabezales y es perfecto para personas que desean mejorar la textura de la piel a nivel de arrugas (finas y profundas) y de flacidez. El tratamiento comienza con

una oxigenación profunda para mejorar la vascularización, aumentando el grosor de los vasos sanguíneos para que los nutrientes y el oxígeno lleguen de forma más eficiente a la piel.

A continuación, con microcorrientes diversas (hay siete programas en total) se tratan arrugas, tonificación muscular y textura. En mi caso, la terapeuta insiste en reafirmar, haciendo que, gracias a la neuroestimulación, mis músculos faciales “aprendan” de nuevo a contraerse como lo hacían cuando estaba en plenas facultades. Lo que me gusta es que, entre cabezal y cabezal, me dan un masaje de *kobido* tan relajante que hace que casi caiga dormida. Soy devota de esta técnica manual de *lifting* (¡tendrían que incluirla en todos los tratamientos!), y esto, más terminar con un velo de colágeno de la firma suiza CellCosmet, hace que el protocolo sea un lujo

en resultados y en experiencia. Desde la primera sesión se nota en la piel, se ve más jugosa y tersa. No es nada agresivo y puedes hacértelo una y hasta dos veces a la semana (ahí manda el bolsillo, porque cuesta 380 € la sesión de 90 minutos).



BRAZILIAN TOUCH DRENAJE DE CUERPO Y EXFOLIACIÓN TROPICAL

Los masajes drenantes son el gran secreto de las actrices para parecer más tonificadas y sentirse ligeras, y el tratamiento corporal que siempre recomiendo a mis amigas, porque se nota desde la primera vez. Sobre todo, si lo completas con cosmética exfoliante e hidratante que deje el cuerpo renovado tanto por dentro como por fuera. Esto es lo que propone Fernanda Silva, fundadora de Royal Touch, con su nueva experiencia, que tiene

el sugerente nombre de *Brazilian Touch*. Para ofrecernos un plus de belleza y bienestar antes del verano, este protocolo combina su icónico método de drenaje linfático con una exfoliación tropical revitalizante, antes, y un masaje relajante, después. El trío no puede estar mejor elegido: trabaja la piel del cuerpo a todos los niveles, desde la textura superficial hasta el tono muscular y el sistema linfático. Gracias a la aromaterapia (se utilizan productos con esencias brasileñas como açai y pitaya), viajarás mentalmente hasta una playa de Brasil. Y gracias al increíble masaje remodelador te sentirás preparadísima para estrenar bikini nada más salir. El tratamiento completo dura 90 minutos y está disponible en su centro de Madrid por 280 €.

“LOS **ACEITES DE AÇAÍ Y PITAYA**
QUE ACOMPAÑAN AL MASAJE TE HACEN VIAJAR A UNA PLAYA DE BRASIL”

inda

Crawford

TEXTO: DANIELLE LAWLER

derrocha belleza y vitalidad. Su secreto: cuidado, amor por lo que hace y una familia que es su gran orgullo. Ha traspasado la barrera de los sesenta en su máximo esplendor. La famosa modelo

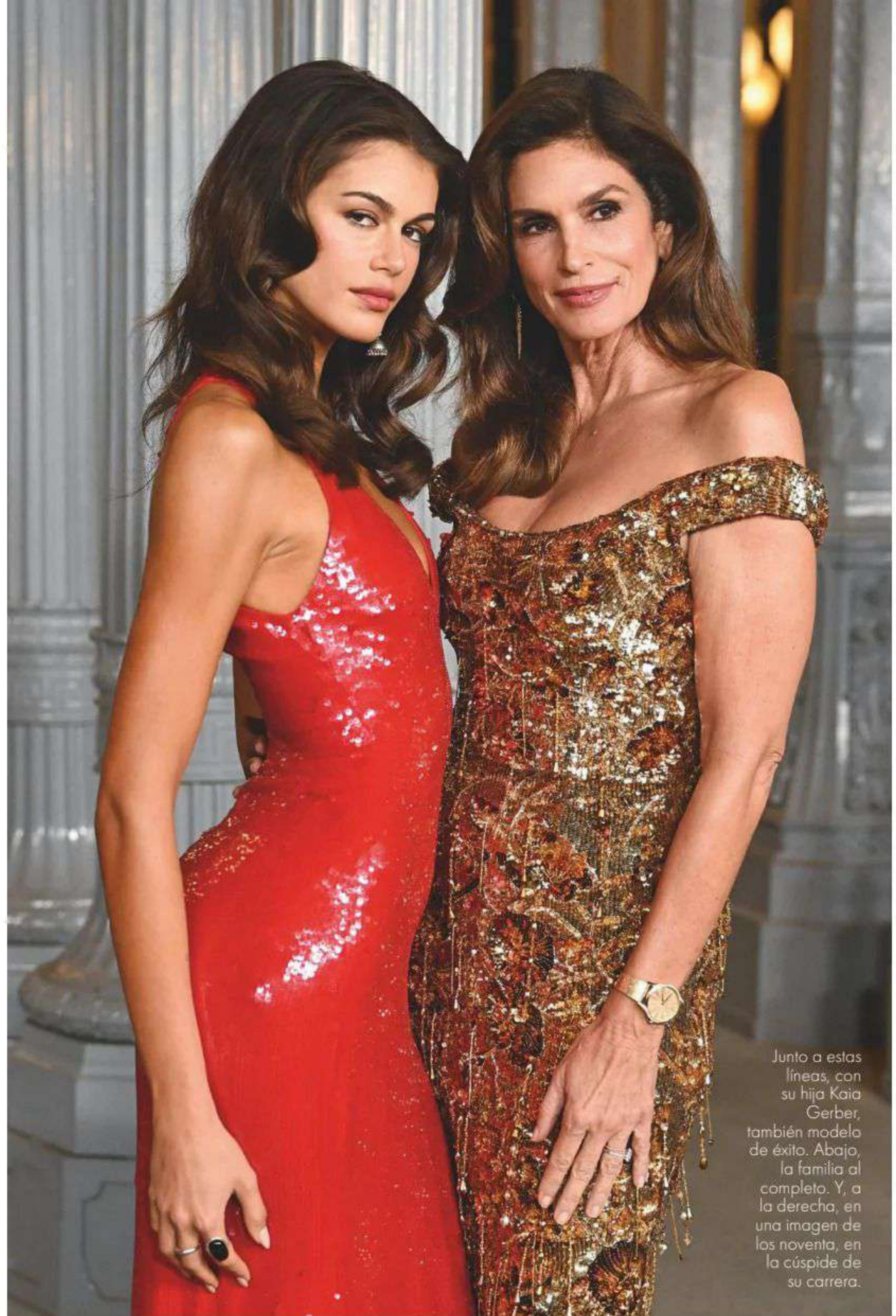


Primer plano de la supertop Cindy Crawford en 1990, cuando su belleza la convirtió en icono de una era.

En los ochenta, cuando desfilaba en las pasarelas, Cindy Crawford no imaginaba que su carrera como modelo se extendería más allá de los veinticinco años con los que contaba entonces. ¡Qué equivocada estaba! La supermodelo ha cumplido sesenta y continúa rompiendo barreras como una de las mujeres más influyentes del sector. Con su voluminosa melena y su característico lunar por bandera, ha protagonizado la portada de más de mil revistas y se ha convertido en musa de la moda. De hecho, fue una de las primeras *influencers* en reconocer su valía y sacarle partido, ganando cientos de millones de dólares con sus propios negocios y allanando el camino para la siguiente generación de modelos, incluida su hija, Kaia Gerber. Ahora, Cindy está y se siente mejor que nunca (algo que en parte atribuye a drenajes linfáticos regulares, saunas de infrarrojos y tratamientos faciales *gua sha* y de contorno corporal *Onda Pro*).

SEGURIDAD EN SÍ MISMA

Con la edad, Crawford ha alcanzado la paz interior y, finalmente, se ha liberado de las inseguridades que conllevaba pasar toda una vida frente a la cámara, una autoaceptación que agradece a Rande Gerber, su esposo desde hace 27 años y padre de sus hijos, Kaia, de 24, y Presley, de 26. “Como modelo, resulta confuso cuando te consideran un ideal de belleza y en tu vida personal a veces sientes que no estás a la altura. A mi esposo no le gusta el maquillaje y me ha ayudado a darme cuenta de que no lo necesito para ser “Cindy Crawford”. La modelo distingue entre la Cindy profesional y la Cindy mujer



Junto a estas líneas, con su hija Kaia Gerber, también modelo de éxito. Abajo, la familia al completo. Y, a la derecha, en una imagen de los noventa, en la cúspide de su carrera.



y recuerda cómo cuando era joven llegaba al set con un grano u ojeras y durante dos horas se sentaba en una silla “con toda esa gente increíble que te peinaba y maquillaba y te ayudaba a construir tu autoestima”. Reconoce que era la mejor parte: “Ya siendo madre ir a trabajar era como cogerme vacaciones, pero me pasó factura como mujer: sin eso, no era suficiente. Lo necesitaba para ser Cindy Crawford”. Ahora, anima a Kaia, que ya es una cotizada modelo y actriz, a tener la suficiente confianza en sí misma para que no sienta las mismas emociones. “Como madre, la pregunta es: ¿Cómo le ayudo a ver que no tiene que sacrificarse para sentirse bella y amar sus propio cuerpo?”.

UNA ESTUDIANTE BRILLANTE

Cindy no siempre planeó ser modelo. De adolescente, Cynthia Ann Crawford, de Illinois, soñaba con ser física nuclear o la primera mujer presidente. De hecho, era una estudiante brillante, pero su camino quedó marcado cuando un fotógrafo local la tentó para probar suerte como

modelo en Chicago. A los 17 años, ganó el concurso de modelos Elite Look of the Year y, aunque obtuvo una beca universitaria para estudiar ingeniería química, después de un semestre abandonó los estudios para mudarse a Nueva York. En 1986, firmó con la agencia de modelos Elite Nueva York y rápidamente consiguió sus primeras portadas. "Fue un paso importante. Después de posar en Playboy, conseguí fans masculinos, lo que me abrió las puertas de MTV y Pepsi, ya que algunos clientes no querían rostros de modelos que gustasen únicamente a las mujeres. En aquel momento no me preocupaba lo que pensarán mis futuros hijos, sino tener que contárselo a mi padre", recuerda entre risas.

EMPRESARIA EN CIERNES

En 1990, Cindy posaba para el objetivo del fotógrafo Peter Lindbergh junto a Christy Turlington, Linda Evangelista, Tatjana Patitz y Naomi Campbell. El icónico grupo de supermodelos que marcó la década de los noventa apareció ese mismo año en el icónico videoclip de *Freedom*, de George Michael.

Dos años antes, en 1988, el instinto emprendedor de Cindy se había despertado durante una sesión de fotos de trajes de baño para Sports Illustrated. "Mi primera portada en esta revista no fue una buena experiencia. Pero al final resultó algo increíble porque decidí hacer mi propio calendario". Publicado en 1990, fue un éxito inmediato. Después, en 1992, vendría el vídeo de ejercicios *Cindy Crawford: Shape Your Body Workout*, que vendió más de cinco millones de copias. En 2000, colaboró con el especialista francés en cosméticos Jean-Louis Sebagh para lanzar *Meaningful Beauty*, productos diseñados para pieles maduras. Y el año pasado su familia se asoció con la marca californiana de ropa deportiva *Vuori*, como inversores y embajadores. Todo un placer para Cindy, que desea pasar tiempo con sus hijos ahora que se han mudado de la casa familiar en la playa de Malibú.

ORGULLOSA MADRE

"La familia lo es todo", dice Cindy sobre la vida que ha construido junto a Rande Gerber, su segundo marido (estuvo casada con el actor Richard Gere desde 1991 hasta 1995). Kaia recuerda cómo cuando eran pequeños su madre compaginaba su exigente carrera internacional con las "noches de pizza de los domingos". "Mi madre es mi inspiración", dice la joven modelo cada vez que le preguntan por ella.

"Viajar es lo mejor y lo peor de la industria del modelaje. Tienes la suerte de conocer el mundo entero, pero no pasas mucho tiempo en casa con tu familia", cuenta Cindy respecto a esos años de idas y venidas estando en la cumbre del éxito. Pero debía de hacerlo bien, porque en una ocasión su hijo Presley, que también es modelo, les dijo a sus profesores que su madre no trabajaba. "En ese momento pensé: ¡Guau! Eso significa que debo estar haciendo un trabajo estupendo. ¡Ni siquiera notó mi ausencia!".



CON LA
EDAD, CINDY
CRAWFORD HA
ALCANZADO LA
PAZ INTERIOR
Y SE HA
LIBERADO
DE LAS
INSEGURIDADES
DE PASAR
TODA UNA
VIDA FRENTE A
LA CÁMARA

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

Ó escanea el código QR:



byneon
Neon147

Comer A BUENA HORA

Conocer las reglas de tu reloj interno -y cómo los órganos y las hormonas marcan los horarios- te permitirá seguirle el ritmo con las comidas. Sintonízate con tu biología para mejorar las digestiones y el sueño y mantenerte con energía todo el día.

TEXTO: SILVIA LUENGO G.

Comes variado y de calidad. No picoteas y procuras llevar a la mesa “alimentos” -y no “productos”- con los nutrientes que necesitas. Sin embargo, algo falla, porque no te sientes ni con la energía ni con la plenitud que esperabas. La clave no es el “qué”; es el “cuándo”. Las horas a las que desayunamos, comemos y cenamos son determinantes para nuestra salud en general (y la hormonal en particular), y conocer sus efectos puede ser el puente perfecto hacia el bienestar integral, tal y como asegura Marta León, nutricionista especializada en salud hormonal femenina.

A PARTIR DE LAS 23H ALMACENAS GRASA

Seguro que alguna vez has comido *pizza* o legumbres a mediodía, y te han sentado muy bien, y otro día has hecho eso mismo a la hora de la cena y te ha quitado el sueño y provocado hinchazón. “No es casualidad, es biología”, zanja la experta. “Nuestro cuerpo tiene un reloj interno -el ritmo circadiano- que regula de forma diferente la digestión, el metabolismo y la producción de hormonas según la hora del día. Lo que a las 10 de la mañana se procesa como energía, a las 11 de la noche se almacena como grasa”. Al margen de que el aporte calórico sea el mismo durante la comida y la cena, no metabolizamos de igual manera de día que de noche. Esta evidencia científica nos hace regresar, según Marta León, a una herramienta que siempre estuvo ahí: la sabiduría del ritmo. “Nuestras abuelas cenaban temprano, desayunaban fuerte y no necesitaban ninguna aplicación en el móvil para saberlo. La crononutrición es la ciencia que está validando lo que la biología ancestral ya sabía”.

CORTISOL POR LA MAÑANA, MELATONINA DE NOCHE

Tú, tu madre, hermanas, hijas o sobrinas tenéis un reloj interno que funciona con tal precisión que ni la relojería suiza podría imitar, y precisamente esa maravilla de la naturaleza es la que sincroniza tu cuerpo con la luz solar.

Se lo debemos a los ritmos circadianos. “Al amanecer, el cortisol (la hormona de la acción) sube, el páncreas se activa y todo el organismo dice: ‘Es de día, ¡hay que funcionar!’”. Cuando anochece, ocurre lo contrario: la melatonina (la hormona del descanso) toma el mando, la digestión se ralentiza y el cuerpo entra en modo reparación”, cuenta la especialista en salud hormonal. Los desajustes, los síntomas molestos y la falta de energía comienzan en el momento en el que vivimos ignorando este reloj. “Cuando desincronizamos ese ritmo, todo el sistema paga las consecuencias: peor digestión, más inflamación, subida de peso y, para las mujeres especialmente, más desajuste de hormonas”.

TODAS LAS COMIDAS EN 10-12 HORAS

Un primer paso para respetar los ritmos circadianos es comer a las horas. La nutricionista nos da la pauta: “Por normal general, deberíamos desayunar entre las 7 y las 9 de la mañana, una vez que el sol ha salido y el cortisol matutino ha alcanzado su pico natural; comer antes de las 2 de la tarde, que es cuando la capacidad digestiva y la sensibilidad a la insulina están en su mejor momento, y cenar antes de las 8”. Es importante que dejes pasar al menos dos horas desde esta última ingesta y el momento de irte a dormir. Es más, en un mundo ideal, los expertos recomiendan concentrar las comidas del día (las dos o tres que hagas) en un rango de diez a doce horas, con lo que, si desayunas a las 7, deberías cenar a las 6-7 de la tarde. No es el horario típico español, pero merece la pena intentarlo para no pagar el coste metabólico y hormonal que supone cenar tarde.

**DESAYUNA
ENTRE LAS
7 Y LAS 9 DE
LA MAÑANA

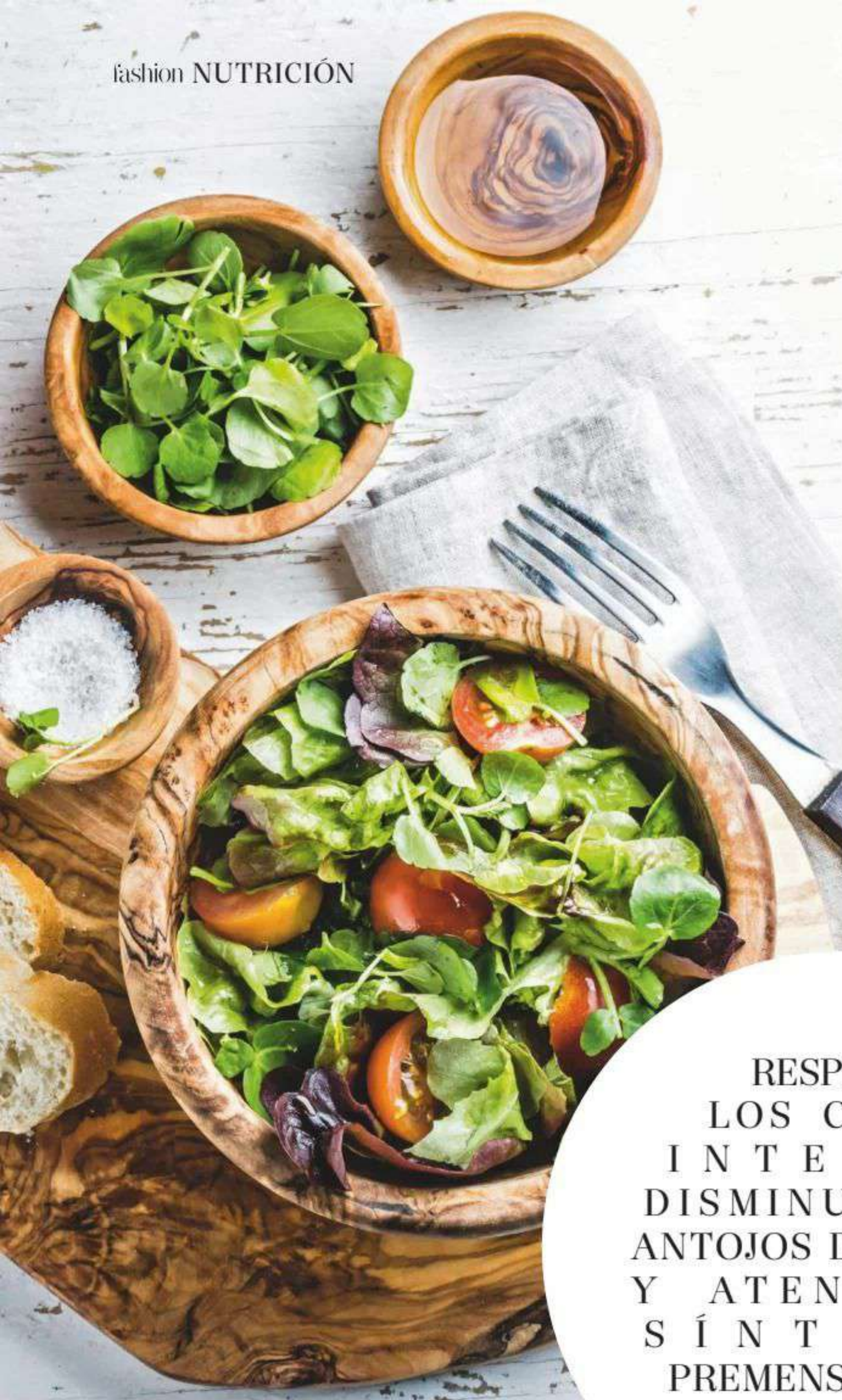
COME
ALREDEDOR
DE LAS 2 DEL
MEDIODÍA

CENA ANTES
DE LAS 8 DE
LA TARDE**

HORMONAS A ESCENA

La crononutrición también cuida nuestras hormonas. “Por la mañana, el cortisol nos despierta, nos da energía y prepara al cuerpo para metabolizar bien el desayuno. A mediodía le toca a la insulina -en este momento las células son más sensibles a ella-, de modo que los carbohidratos se metabolizan mejor y generan menos almacenamiento de grasas. Por la noche, la melatonina, con oscuridad y ayuno, hace su aparición estelar para asegurarnos un sueño reparador”, explica la





RESPECTAR
LOS CICLOS
INTERNOS
DISMINUYE LOS
ANTOJOS DE AZÚCAR
Y ATENÚA LOS
SÍNTOMAS
PREMENSTRALES
Y LOS SOFOCOS

especialista. En el caso de las mujeres, existe otro ritmo que debemos escuchar: el infradiano (o ciclo hormonal mensual). “Los estrógenos modulan la sensibilidad a la insulina, influyen en la producción de serotonina y condicionan la calidad del sueño”. Así, nuestro sistema hormonal es una orquesta que toca al unísono cuando ambos relojes están sincronizados.

A CADA ÓRGANO SU MOMENTO

Al igual que las hormonas, los órganos también tienen horarios. “Aunque nuestro organismo nunca para, cada uno de ellos tiene su momento de máxima eficiencia”, asegura Marta León. “Por la mañana, entre las 5 y las 7, el intestino grueso se encuentra en su momento de mayor actividad y el cuerpo ha completado su limpieza nocturna. De 7 a 9, el estómago está en su pico de producción de jugos gástricos, momento ideal para un desayuno completo y nutritivo. De 11 a 1 del mediodía, el corazón y el hígado trabajan al máximo rendimiento. La capacidad digestiva es óptima y la sensibilidad a la insulina está en su punto más alto. De 1 a 5 de la tarde, el intestino delgado está en plena absorción

de nutrientes. A partir de las 5, el riñón empieza su turno de filtración y depuración. Una buena hidratación por la tarde le será de gran ayuda. De noche, entre las 11 y las 3 de la madrugada, el hígado protagoniza su gran trabajo de detoxificación hormonal”, enumera.

DESAYUNO DOPAMÍNICO... Y MÁS

El plato ideal en cada momento del día también tiene sus reglas, según la experta. Las proteínas funcionan mejor en la primera mitad del día. Por la mañana, activan la dopamina y proporcionan los aminoácidos que el cuerpo necesita para construir músculo y reparar tejidos. “¿Un desayuno infalible? Huevo, kéfir o queso fresco, que te dan un *repiés* muy diferente al de los cereales azucarados o un café con galletas”. Las grasas saludables acompañan bien tanto al desayuno como a la comida principal. “Son el sustrato de todas nuestras hormonas: sin grasas buenas, los ovarios no pueden trabajar”. Y en cuanto a los carbohidratos de calidad, como los cereales integrales, las legumbres o la fruta, también tienen su mejor momento en la primera mitad del día, en el desayuno y la comida principal. La insulina, por su parte, se vuelve menos eficaz hacia la tarde-noche, razón por la cual es mejor tomar proteínas y verduras.

ALONDRA O BÚHO, EL HORARIO ES EL MISMO

Habrás oído hablar de “alondras” (madrugadores, que lo dan todo durante el día y que, a partir de las seis de la tarde, caen en picado) y “búhos” (se levantan, no son personas hasta bien entrada la mañana y a partir de las 10 de la noche reviven cual ave fénix). “Estos cronotipos existen y tienen base biológica. Hay gente con una tendencia natural a ser más activa por la mañana y otra por la noche. Pero esta tendencia cambia a lo largo de la vida hormonal”, revela la experta. Lo que no se modifica es la biología circadiana básica. Y esto significa que, seas madrugadora o trasnochadora, tus hormonas van a seguir teniendo unas horas de máxima eficacia, y tus órganos, unos horarios específicos para cumplir con sus funciones. Por más que te empeñes, la insulina es menos eficaz por la noche, el hígado detoxifica mejor si haces una cena temprana y la melatonina necesita de oscuridad y ayuno.

“RELOJ” PARA LA INFLAMACIÓN

La cronodisrupción, es decir, vivir desincronizados de nuestro ritmo biológico, es uno de los principales generadores de la “inflamación de bajo grado”, que en muchos casos subyace en síntomas como cansancio, dolor de cabeza y de articulaciones, niebla mental, aumento de peso, malas digestiones y, en el peor de los casos, patologías declaradas. “No duele como una inflamación aguda, pero está ahí, erosionando la salud día a día”, explica Marta León. La buena noticia es que podemos darle la vuelta enviando al cuerpo señales que le gusten y que le hagan funcionar de acuerdo con su naturaleza, y no forzando un ritmo que no le corresponde y contra el que se rebela. “Respetar nuestro reloj interno ayuda a reducir esa inflamación, regular la digestión, mejorar el sueño, estabilizar la energía a lo largo del día, disminuir los antojos de azúcar y, en muchas pacientes, atenuar los síntomas premenstruales y los sofocos. No es magia, es biología”.

EL RITMO DE LA MICROBIOTA

El microcosmos de bacterias, virus y arqueas también tiene su propio reloj. “Las diferentes cepas de bacterias se activan en distintos momentos del día para procesar nutrientes, producir neurotransmisores y regular la inflamación”, explica la nutricionista. Cuando comemos fuera de horario de forma sistemática, interrumpimos esa sincronía bacteriana. La consecuencia es un desequilibrio hormonal profundo. “En nuestra microbiota existe un conjunto de bacterias intestinales especializadas en metabolizar los estrógenos, llamado estroboloma. Su trabajo es decidir qué estrógenos se eliminan y cuáles se reintroducen en circulación. Cuando este ‘grupo de élite’ funciona bien, los niveles se mantienen equilibrados. Cuando se altera, por una microbiota empobrecida o por cronodisrupción, los estrógenos pueden acumularse en exceso o eliminarse demasiado rápido, y ahí empiezan los problemas: reglas dolorosas, síndrome premenstrual severo, peor perimenopausia”.

COMPENSA CON 12 H DE AYUNO

Con los ritmos circadianos sucede lo mismo que con el sueño: si le “robamos” horas, no se recupera ni se compensa con doble “ración” al día siguiente. “El reloj interno puede ajustarse una o dos horas, según la estación, pero la biología circadiana básica no cambia: seguimos necesitando un ayuno nocturno de al menos doce horas y una cena alejada del momento de dormir”, recuerda Marta León. Un truco que funciona bien en esta época del año, cuando los días se alargan, es intentar que la comida del mediodía sea la más completa de la jornada, especialmente cuando sabes que la cena se va a retrasar, e hidratarte bien por la tarde. “Si llegas a casa después de una cena tardía, lo mejor es que a la mañana siguiente retomes tu ritmo sin compensaciones extremas. Nuestro cuerpo es capaz de repararse si le damos el espacio para hacerlo”, concluye la especialista.



AUNQUE HAYA MÁS HORAS DE LUZ, LA BIOLOGÍA CIRCADIANA BÁSICA NO CAMBIA: SEGUIMOS NECESITANDO UN AYUNO NOCTURNO DE AL MENOS DOCE HORAS Y UNA CENA ALEJADA DEL MOMENTO DE DORMIR



1.
LUJO ORIENTAL
Al noroeste de Camboya, junto a los templos milenarios de Angkor Wat, se ubica el *resort* de cinco estrellas **Angkor Village Hotel**. Este paraíso oriental está rodeado de estanques de lotos y frondosa vegetación que refresca los sentidos. Y es que la estancia está planteada como una auténtica cura por dentro y por fuera. No te pierdas los tratamientos de su *spa* ni su gastronomía local.



LO MÁS

Una escapada renovadora a un 'resort' de Asia o a un paraíso remoto del Caribe, objetos excepcionales con alma 'vintage' y otros de coleccionismo que capturan el tiempo. Mayo propone un horizonte de sueños y... muchas ganas de alcanzarlos.

TEXTO: **SILVIA LUENGO G.**



2.

MASCOTAS COOL

Son los reyes de la casa, los que se llevan todos los mimos y las atenciones y nos encanta cuidarlos incluso a través de los detalles más cotidianos. Las grandes marcas se suman a la fiebre *pet friendly* con diseños como esta bolsa para transporte (c.p.v.) de **Hermès**.



3.

¡DALE A LA TECLA!

El universo analógico sigue ganando adeptos a velocidad de crucero. Lo último en nostalgia retro son las máquinas de escribir, que vuelven con fuerza a los escritorios de los más románticos. Arriba, modelo dorado (4.007,95 €), de **Mr and Mrs Vintage**.

4.

MINIPAGODA EN LA MESA

Traslada el exotismo de Oriente al mantel con detalles que dejen a tus comensales sin palabras. Las aves del paraíso y los cerezos en flor dan paso a pagodas donde colocar fruta o dulces. Junto a estas líneas, en latón lacado (274,95 €), de **Mrs Alice**.





5. BANDADA LUMINOSA

El mundo de las lámparas es un festival de tendencias y fantasía que no tiene límites. Sin perder su función práctica, este objeto puede marcar el carácter de cualquier estancia. ¿Buscas originalidad? Fíjate en la de la imagen, que representa una bandada de pájaros en las ramas de un árbol. Es de Moooi y su precio es de 36.536,06 €.



6. ARTE A LA GRIEGA

La modesta ánfora, utilizada en la antigüedad grecorromana como medida y envase, recupera su protagonismo como codiciado objeto decorativo. Sin perder su esencia clásica, vuelve con un aire mitológico que queda bien en cualquier sitio. Esta propuesta (633 €) es de La Double J.

7. MODO CHILL OUT

El buen tiempo ofrece la coartada perfecta para estrenar rincón *chill*. En el jardín, el porche o la terraza, "planta" tu sillón balinés y entrégate a tus caprichos. Junto a estas líneas, un modelo de ratán trenzado para dos personas, con reposapiés adosados (c.p.v.), de Wayfair.





8. INNOVACIÓN

Podría ser la silla colgante del gélido salón de Elsa, la heroína de Disney. Pero no, este diseño (c.p.v.) que atrapa magnéticamente la mirada forma parte de la nueva colección de *Objetos Nómadas*, de Louis Vuitton. Presentada en la Semana del Diseño de Milán 2026, renueva el diálogo de la *maison* entre herencia, arte y creatividad contemporánea que define la esencia de esta emblemática colección.



9. HORARIO DE VERANO

Más horas de luz y más tiempo para disfrutar de la vida social al aire libre. Aprovecha cada segundo al ritmo del modelo *Cubitus*, en oro rosa, con esfera cuadrada y satinada en marrón (76.650 €), de Patek Philippe. Un clásico eterno.

10. MUY ARTY

La nueva colaboración entre Mosaista y el museo Thyssen-Bornemisza ha dado lugar a una serie de baldosas hidráulicas inspiradas en las obras de artistas como Paul Klee, Juan Gris, Edward Hopper o Kandinsky, entre otros. Las piezas de edición limitada (c.p.v.) son fragmentos que forman murales u objetos varios.



11. UN CAFÉ EN EL ANFITEATRO

Pero sin moverte de casa. La magia de Fornasetti lo hace posible con su mesa auxiliar (5.500 €), que recrea el frontal de un anfiteatro clásico. Está serigrafiada y decorada a mano, y rematada con un tablero de cristal. Está claro que la hora del café, sea a la que sea, tendrá un plus de sofisticación.

12. CARACOL, COL, COL...

El reino animal sigue inspirando con frenesí al mundo del interiorismo. En este caso, es la silueta de un caracol la que protagoniza el punto de luz de sobremesa (1.100 €). La fantasía de Jonathan Adler la convierte en un diseño divertido y original, en blanco total, para animar e iluminar las tardes de lectura.



13. MÚSICA HI-FI

Los reproductores de vinilos llevan tiempo arrasando entre los melómanos. La novedad, en esta ocasión, es que ya no tenemos que separarnos de nuestro tocadiscos cuando toque viajar. Auditorium hace posible que puedas llevarlo contigo con este formato pequeño de estética retro y el mejor sonido (1.699 €).



14. TE QUEDARÁS CON ÉL

Desde estas páginas, nos encanta sorprender de vez en cuando con piezas únicas, en las que las grandes firmas se marcan un alarde de diseño y poderío. Este mes hemos encontrado este mechero (56.728 €) de Dupont, en oro y esmalte, que es una obra de pura artesanía y que seguro se convierte en objeto de deseo para coleccionistas.



15.

OTRO RITMO

En una isla privada dentro de Islas Turcas y Caicos, al norte del Caribe, rodeado de playas de aguas cristalinas y suave arena blanca, se alza el *resort* cinco estrellas **Como Parrot Cay**. Un complejo en clave *slow* donde podrás escapar de la rutina y su frenético ritmo. En este lugar, el tiempo se detiene y el concepto de *mindfulness* se aplica a cada momento. ¿La premisa? Deja el reloj en la entrada, ya que durante tu estancia no te hará ninguna falta.



16.

ALEGRÍA A LOS POSTRES

El prelude estival no se resiste al color ni al buen humor. Y las vajillas se hacen eco de ello. Platos con motivos gastronómicos de todo tipo llenan de buen rollo las comidas, cenas y aperitivos. Estos de postre (desde 55 €, el set de cuatro) llenarán de sonrisas la hora más dulce del día. Los firma **&Klevering**.



17.

NOS VAMOS DE VIAJE

Europa, Asia, África... Elige destino y ocúpate solo de disfrutarlo. Asegúrate, eso sí, de traer de vuelta los mejores recuerdos. Y, para que lleguen intactos, elige bien tu maleta. Arriba, *trolley* ligero con diseño de safari (438 €), de **Delsey**, perfecto para seguirte en tus aventuras.



18.

UNA JOYA SOBRE EL MANTEL

No, no es un brazalete lo que ves sobre estas líneas. Se trata de un servilletero (110 €) dorado con *strass* decorativo que, sin duda, elevará el tono de tu mesa. Es una idea de **Johanna Buchanan**.

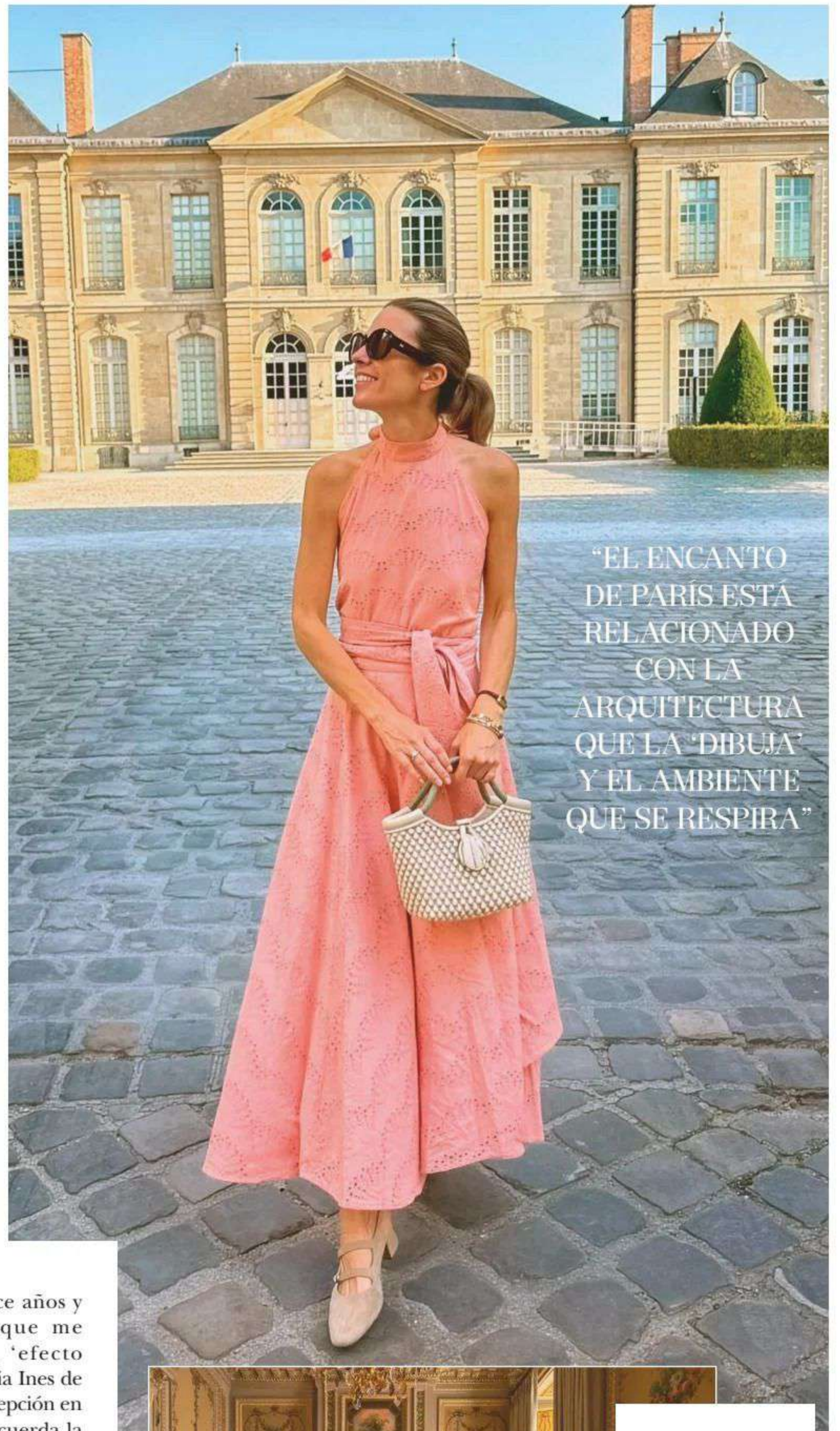


Ines de Cominges

PARÍS, JE T'AIMÉ

La ciudad que enamoró a Ernest Hemingway con su rutilante bohemia es un espectáculo en el mes de las flores. La empresaria de moda e 'influencer', que vive allí desde hace tres lustros, nos la (re)descubre.

TEXTO: **SILVIA LUENGO G.**



“EL ENCANTO DE PARÍS ESTÁ RELACIONADO CON LA ARQUITECTURA QUE LA ‘DIBUJA’ Y EL AMBIENTE QUE SE RESPIRA”

Llevo viviendo en París quince años y siempre descubro algo que me sorprende. Es la ciudad ‘efecto sorpresa’, cuenta la empresaria Ines de Cominges, nuestra guía de excepción en la Ciudad de la Luz. Aún recuerda la primera vez que la visitó, a los cuatro años, y su poder cautivador, que, según la cicerone, tiene que ver con “la inspiración, la arquitectura que la dibuja y el ambiente que se respira. Todo junto hace que surja ese *je ne sais pas quoi* tan genuinamente francés”, comenta sobre un lugar que “secuestra” corazones de forma universal. De su mano, nos volvemos a enamorar de una urbe que inicia el día temprano y con olor a cruasán en cada esquina. “Nada como empezar la jornada con un delicioso café de especialidad en **Café Varenne** (36 Rue de Varenne, distrito VII). Me encanta, voy mucho con mi marido. Y si me apetece algo dulce no me resisto a entrar en **Copains** (60 Rue Tiquetonne, zona centro), donde la destreza francesa con la repostería tiene forma de hojaldre o de *pain au chocolat*”, comparte Ines frente



LUJO PALACIEGO
El **hotel Le Crillon**, un edificio neoclásico con toques modernos, es uno de los rincones preferidos de la empresaria de moda Ines de Cominges (en la imagen de arriba).



MOMENTO WELLNESS

Arriba, la famosa perfumería **Frederic Malle**, donde Ines de Cominges encuentra sus fragancias preferidas. Junto a estas líneas, el **spa del Le Cheval Blanc**, un paraíso del relax en el centro de la ciudad.



a varios almendros y prunos en flor que son un auténtico espectáculo. La madrileña, después de tres lustros en la Ciudad de la Luz, ha conseguido desgranar el secreto del estilo *cooly* relajado de las parisinas: “Creo que la clave está en la sencillez; ellas dicen que un buen vaquero, una camiseta blanca desenfadada y una cesta veraniega siempre funcionan”. Para ser tan chic como ellas, Ines recomienda hacer una primera parada en **Bon Marché** (24 Rue de Sèvres, distrito VII), donde la experiencia de compra entre firmas de primer nivel, techos acristalados y decoración *art nouveau* no puede ser más excepcional. París es el epicentro del *vintage*, y no conviene perderse esa otra cara de la moda. La empresaria propone **Plaisir Palace** (3 Rue Paul Dubois, distrito III), una tienda en la que se pueden encontrar tesoros de grandes *maisons* de la costura francesa. En cuanto a los accesorios más alucinantes, los busca en **The Collector Square** (36 Boulevard Raspail, distrito VI); sabe que allí consigue ese “algo” distintivo y personal que eleva sus looks.

Después de una mañana de *shopping*, el mejor restaurante para reponer fuerzas y disfrutar de la famosa gastronomía local es **Le Voltaire** (27 Rue Voltaire, en pleno centro). “Es un clásico imprescindible”, comenta Ines. Tras el almuerzo, París entra en un ritmo más calmado, como si fluyera al suave ritmo de *Claro de Luna*, de Debussy. Y, en esta atmósfera, nuestra guía nos lleva a disfrutar de una experiencia olfativa única en **Frederic Malle** (10, Rue Cambon, distrito I), maestros perfumistas donde los haya. A continuación, recalamos en uno de los mejores *spas* de la ciudad, **Le Cheval Blanc Spa Hotel** (8 Rue du Louvre, distrito I), un sitio de donde siempre resurge renovada. Otro de sus lugares favoritos de la ciudad es el **hotel Le Crillon**, un emblema de la capital francesa, con su estilo neoclásico, en el que se mezclan elementos del siglo XVIII con toques contemporáneos. “Allí siempre me siento como en casa”, confiesa.



DÍA DE MERCADILLO

Sobre estas líneas, Ines se entrega a uno de sus planes predilectos: visitar los mercadillos retro más famosos de París para encontrar auténticos tesoros. Uno de sus imprescindibles es el **Mercado de las Pulgas**, en la zona norte, que recomienda a todo el que visita la ciudad.



CAPRICHOS ‘GOURMET’

A la izquierda, el obrador de moda en París, **Copains**, donde degustar dulces típicos franceses es toda una experiencia. Arriba, la terraza de **Le Voltaire**, el restaurante donde más le gusta almorzar a nuestra flamante guía.



“LAS
PARISINAS
DICEN QUE
UN BUEN
VAQUERO Y,
UNA CAMISETA
BLANCA
DESENFADADA
SIEMPRE
FUNCIONAN”

De Cominges es una enamorada de la arquitectura y el arte parisinos, y en una ciudad repleta de museos, galerías y exposiciones puede dar rienda suelta a esta pasión. Uno de los que recomienda es el **Museo Rodin** (77 Rue de Varenne, distrito VII). “Es de mis favoritos, resulta envolvente y alberga exposiciones maravillosas e inspiradoras. ¡Por no hablar de sus fabulosos jardines!”, cuenta entusiasmada. Otro de sus planes preferidos con familia y amigos es acercarse hasta el **Grand Palais** (Avenida Winston Churchill, junto a los Campos Elíseos). “Es todo un icono y también ofrece muestras únicas”, explica. Aunque con este tiempo primaveral son los jardines los que cobran vida tras meses de silencio. “**Los Jardines de Luxemburgo** (entre el Barrio Latino y el de Saint-Germain-des-Prés) tienen una fuente con pequeños barcos de madera dirigibles, con los que se puede hacer carreras. También me encanta el **Parque de Catherine Labouré** (29 Rue de Babylone, distrito VII), más desconocido y tranquilo”, comparte.

Oscurece y el color de los cerezos, magnolios, platanales y tilos palidece poéticamente. Antes de cerrar el día, la *influencer* nos recomienda una pequeña guía de París comprada en su librería de cabecera, **L'Écume Des Pages** (174 Saint-Germain, distrito VII). Tenemos lectura nocturna y el mejor plan para la mañana siguiente, que Ines recomienda encarecidamente: “Me encanta mandar a mis amigos y familia a visitar **El Mercado de las Pulgas** (Saint-Ouen, norte de París). Siempre lo menciono entre mis imprescindibles y, al final, ¡me acabo apuntando yo también al plan!”, dice con una sonrisa pícaro que hace adivinar que nos veremos pronto entre puestos de antigüedades y tesoros *vintage*. Allí estaremos, después de visitar a primera hora la icónica Torre Eiffel. *Au revoir!*”

FOTOS: @INESDECOMINGES, @CHEVALBLANCPARIS, @COPINS.PARIS, @IE_VOITARE_RESTAURANT, @ECUMEDESPAGES, @CAFEVARENNE



ENCANTO ESPECIAL.
Arriba, la librería **L'Écume Des Pages** y la *influencer* en una de las galerías comerciales que visita para renovar armario. A la izquierda, el mítico **Café Varenne**.

La moda y la cultura, bajo el influjo del pintor

BOTTICELLI tenía RAZÓN

En las cabelleras fluidas, los vestidos con flores y las voces que dictan una cadencia más ligera habitan las pinceladas del florentino y las ganas de renacer.

TEXTO: **LUIS NEMOLATO**

No te culpamos. Que ya lo decía Miranda Priestly en *El diablo se viste de Prada*... Ella lo hacía como una cariátide. Sin expresión. Hierática. Con la ceja izquierda rozándole el flequillo plumizo: “Florals? For spring? Groundbreaking...”. Pero el péndulo de la historia es tan caprichoso como un niño frente a un escaparate lleno de pasteles y en este primer cuatrimestre de 2026 la belleza ha decidido regresar a casa. O a los orígenes. El renacer del mundo tras el invierno medieval. O sea, a la Florencia de 1480. Virtuosa, pura, grácil... floral. Pero con 5G, cristales líquidos y mejores cócteles, gracias a Dios. Es el llamado “Efecto Botticelli”, un *mood* que ha asaltado el *street style*. Diríamos que las pinceladas del florentino están marcando el diapason cultural: de la moda al cine pasando por la música, la belleza y, por supuesto, la industria. Porque el arte no se crea ni se destruye, solo se transforma. En tendencia. Y ahora el sector ha decidido voltear la vista (hacia la Galería Uffizi) y recuperar así un ideal que nunca, en realidad, terminó de irse (ya lo verás, que ha habido sus adelantadas a su tiempo) y ahora se extasía viva ante las Gracias, ante Flore, *El nacimiento de Venus*, *La Anunciación*... o una virgen de Filippo Lippi, que para eso era uno de sus *followers*. Y no son solo unas referencias históricas. Son la respuesta estética al melodrama, a la ferocidad, al extremo... ¿al frío tal vez? Ya lo veremos... Pero es un nuevo comienzo. El Renacimiento ya no se estudia en los libros, sino que marca las reglas de las melenas que fluyen como ríos de oro, los vestidos que parecen susurros de seda

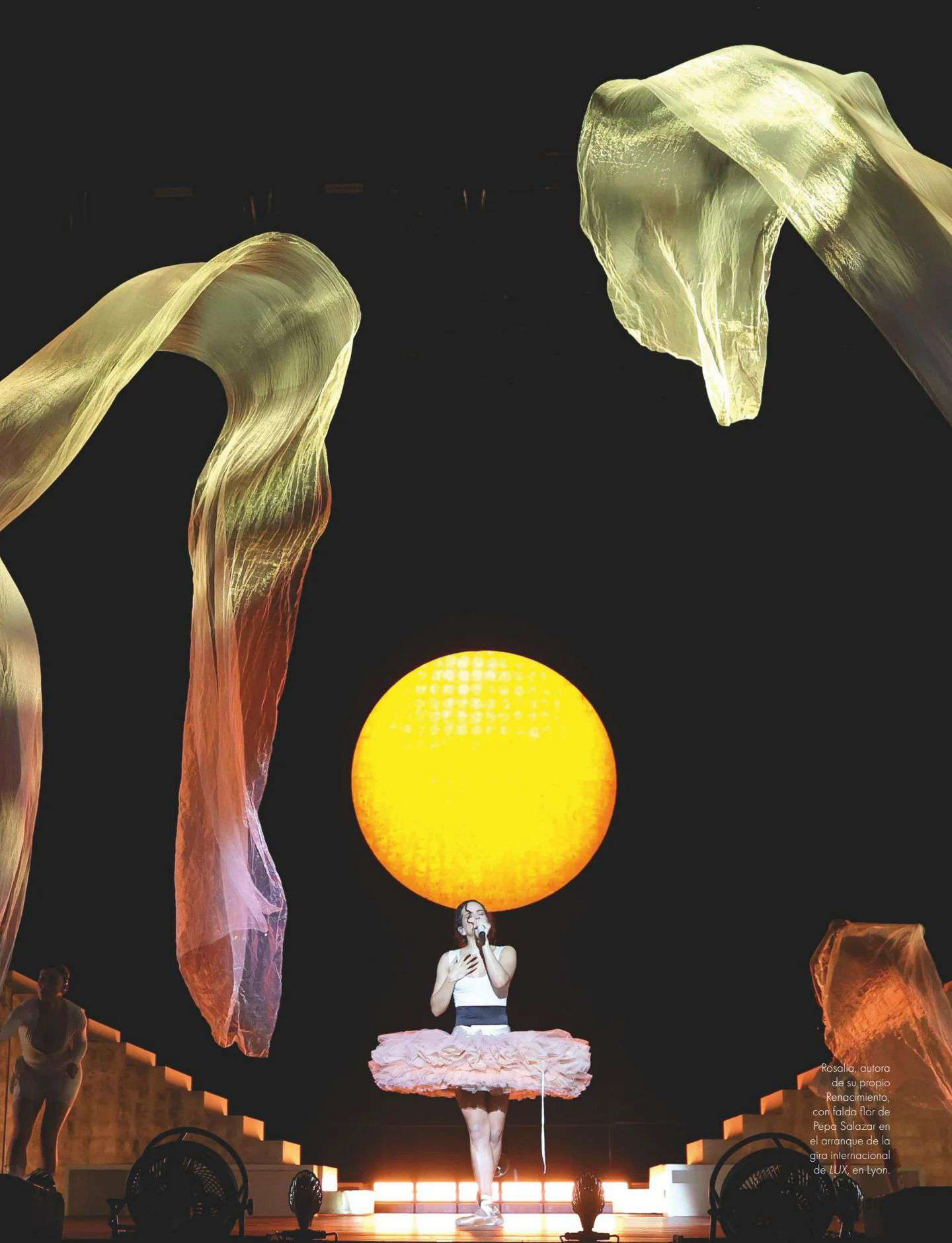
pastel, las flores que brotan en faldas, mangas, puños, cuellos... y las voces que dictan el ritmo, más liviano, ligero... *pop* de nuestra era. Todo hoy se adorna de primavera. Es un regreso a la sinuosidad y a esa feminidad que, hace cinco siglos, emergió de una concha de nácar en las costas de la Toscana.

ENTRE ONDAS Y COSTURAS BOTÁNICAS

Si hay un síntoma inequívoco de este cambio de paradigma es el regreso de las melenas infinitas. Las llamadas *Botticelli Waves*, que no son un accidente de peluquería, sino un cambio en el canon de belleza que firmas como GHD o Dyson ya han codificado en sus nuevos protocolos de peinado. Este efecto “al agua” ha colonizado las alfombras rojas, redefiniendo el concepto de sofisticación capilar. Ya no buscamos el pulido perfecto, el rizo definido o el liso tabla de las Kardashian, sino la onda orgánica, deshecha, casi líquida, extremadamente larga, que imita eso que pintó el italiano hace cinco siglos con la paciencia

de un santo: la caída natural del cabello de la Venus al salir del mar, pegajosa como la bruma marina. Un “me acabo de levantar y soy así de natural” de manual, aunque sepamos que detrás hay un cargamento de productos antiencrespamiento. Desde la presencia magnética de Zendaya, que ha abandonado los recogidos arquitectónicos y hecho de su cabello kilométrico un accesorio de alta costura, hasta la elegancia *effortless* y bohemia de Dakota Johnson (¿alguien ha dicho Woodstock?) y su flequillo setentero -que debería de tener un código postal propio en NYC-, el mensaje es uno y claro: la belleza reside en el movimiento. Es el triunfo de lo orgánico sobre lo

EL
RENACIMIENTO
MARCA LAS
REGLAS DE LAS
MELENAS QUE
FLUYEN, LOS
VESTIDOS DE
SEDA PASTEL
Y LAS VOCES
QUE DICTAN
UN RITMO MÁS
LIVIANO



Rosalía, autora de su propio Renacimiento, con falda flor de Pepa Salazar en el arranque de la gira internacional de LUX, en Lyon.



En las imágenes, las cantantes Taylor Swift, en plena actuación de *The Eras Tour*, Lana del Rey, fiel a sus *oufits* de flores, y Beyoncé durante la gira *Renaissance Tour*. La actriz Dakota Johnson posa con melena de prerrafaelita moderna.



rígido, de la textura sobre la estructura, de la naturaleza sobre la geometría; el pelo ya no se peina, se deja fluir. Diríamos que es casi una oda a la libertad. Vives, fluyes, como los pétalos de las margaritas cuando sopla Céfito. Pero donde “la cosa” se pone verdaderamente botánica es en las costuras. Ya lo estás viendo en todo este número, claro... Los diseñadores han decidido dejar de ser costureros para convertirse en restauradores de arte con aguja e hilo. En 2026, las flores no son un adorno; son una religión, una estructura y una armadura. Giambattista Valli ha elevado el concepto a la categoría de dogma de fe con sus tules infinitos que parecen corolas de pétalos explotando alrededor del cuerpo. Valli no viste mujeres; crea paisajes habitables. Schiaparelli, fiel a su ADN, no evoca, reproduce. Y sus flores son eso, flores, gruesas o con espinas. Zimmermann ha recuperado ese espíritu *hippy* con el que cada encaje cuenta una historia del jardín prohibido del Edén sin perder la narrativa, demostrando que se puede ser romántica pero sin hacer cursilería de postal. Erdem o la *maison* Dior o Maria Grazia Chiuri para Fendi juegan con las capas de seda translúcida como si fueran láminas de barniz al óleo, veladuras lechosas para recrear esa explosión de flores de tiempos

LA BELLEZA
RESIDE EN EL
MOVIMIENTO.
ES EL TRIUNFO
DE LO
ORGÁNICO
SOBRE LA
ESTRUCTURA,
LA GEOMETRÍA
Y LO RÍGIDO

pasados. Menos dramáticos, más esenciales. De mirtos, de rosas silvestres, de musgos y de acianos empolvados que nada tienen que ver con las grandes hojas tropicales ni los colores estridentes sino que, con una precisión técnica ancestral, respeta aquella vegetación precolombina que Botticelli sembraba en sus lienzos. Ahí nace la paradoja que da valor a este “fenómeno”: en la delicadeza de la organza se encuentra la fuerza, la de un canon de belleza que ha sobrevivido cinco siglos. Y las mujeres rendidas al “efecto Botticelli” son ninfas (o musas), sí, pero no son frágiles ni etéreas ni necesitan que nadie las rescate. Ellas son el paisaje, un universo. Musas que se deben a sus diosas. Las del Olimpo moderno.

LA NATURALEZA NO ASFIXIA, PROTEGE
En el herbario de emociones que es la moda hoy, las reglas las dictan ellas, las que entendieron que el mejor escenario es, cómo no, una concha de nácar con luces de neón. Beyoncé ya nos hizo un guiño en 2017 cuando, mitad Venus mitad Madonna con niño, se envolvió en volantes y coronas de flores aunando un imposible Renacimiento italiano con

barroquismo andaluz por obra y magia de Palomo Spain. Fue el momento en el que el mundo comprendió que ser una Venus en el siglo XXI requería una mezcla de mística religiosa y poderío racial. Lady Gaga también transitó por el imaginario de Botticelli allá por 2014. Con conchas en el pecho y un platino Maria Antonieta en la cabellera más teatral que pictórico. Más *pin up*. Aunque ahí, en la escena *burlesque* o *midcentury*, sea otra americana, Lana Del Rey, la que mejor encarna esa melancolía floral. La que se queda despierta hasta el amanecer entre coronas de rosas, amores tóxicos

y promesas rotas. Ella es la Venus que, en manos de Alessandro Michele con Gucci o Valentino, ha visto pasar el tiempo -y sus tropelías- y prefiere el *bourbon* a la ambrosía. Lana no imita el Renacimiento; es su versión más *cool* y nocturna, con una mirada que oscila entre lo sagrado y lo profano, que trasciende lo musical para convertirse en manifiesto. Quizás por eso, si el italiano hubiera tenido que ponerle voz a su Venus, sería la suya, aguardientosa, triste, desencantada. Representa ese ideal de belleza que sabe que el tiempo es circular y que lo clásico siempre vuelve cuando lo moderno se vuelve demasiado ruidoso y demasiado feo. Pero si buscamos el componente de ritual puro, tenemos a Florence Welch. La líder de Florence + The Machine ha hecho de la estética prerrafaelita su uniforme de combate. Ver a Florence en el escenario, con sus gasas y su melena de Medusa ondeando al viento, es ver una pintura de Dante Gabriel Rossetti -otro loco obsesionado con Botticelli- cobrando vida para maldecir a un ex y recordarnos que la naturaleza es indómita, pelirroja y un poco salvaje. Ella aporta ese aire de bruja del bosque que no se corta el pelo porque su fuerza reside en el enredo. Y cómo olvidarnos de otra prerrafaelita, de la Taylor Swift de *The Life of a Showgirl*. De su portada y de la estética de *The Fate of Ophelia*, obvio. Sumergida hasta el cuello en la iconografía de la Ofelia de John Everett Millais o de la del alemán Friedrich Heyser. Entre flores y verdín, en una naturaleza que parece asfixiarla pero que en realidad la protege, como si la de Pensilvania hubiera entendido que las flores no son para que te las regalen, sino para cimentar tu templo sagrado.

MÍSTICA DE LO IMPERFECTO

Y si Botticelli y Taylor y Lana son agua y aire, Rosalía se ha hecho mármol. En *LUX*, ha optado por un diálogo más físico, más material con el arte. Su reinterpretación de la *Venus de Milo* -como la Eva Green de guantes negros de *Los Soñadores*, de Bertolucci- propone una Venus, otra, la de Milo que, de tener brazos, podría ser la Medicea, tapándose el pecho tras salir de entre las olas, una imagen que simboliza la belleza incompleta, la imperfección

**EL TIEMPO
ES CIRCULAR
Y LO CLÁSICO
SIEMPRE VUELVE
CUANDO LO
MODERNO
SE TORNA
RUIDOSO**



En la imagen, Zendaya, con melena kilométrica como accesorio de alta costura. Abajo, desfile de Zimmermann P/V 26.



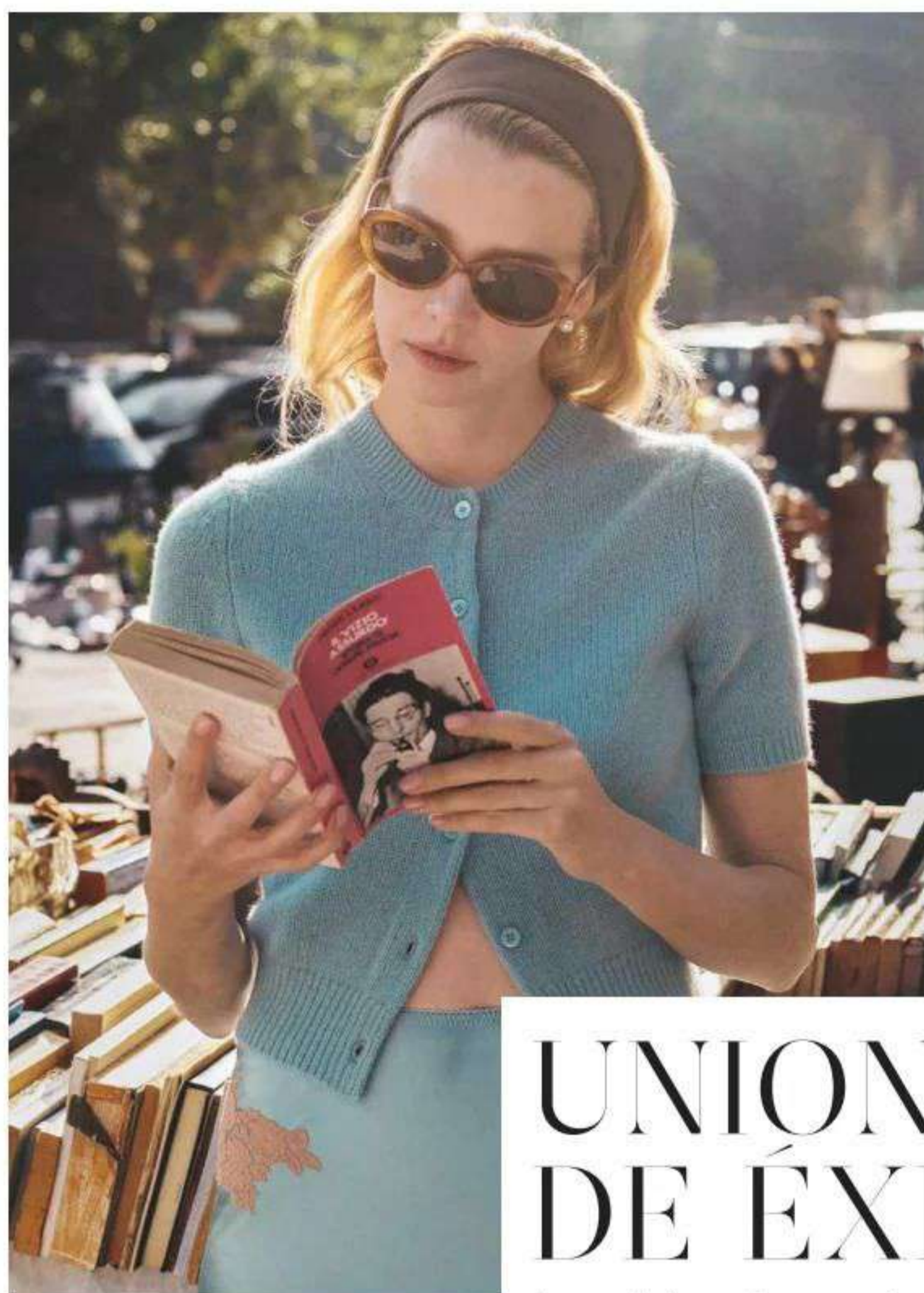
como forma de arte supremo, rotundo, pero a la vez vulnerable y que corta la respiración. Una *performance* que demuestra que las mujeres actuales no solo son el modelo, sino las autoras de su propio Renacimiento, de su belleza y también de sus carencias. Decía Stefan Zweig que siempre llega un momento, por mínimo que sea, en que el mundo -o un hombre en concreto- decide que hay que volver al brillo del original para poder sobrevivir entre las incertezas del presente y el abismo del futuro. Toca a las mujeres hacerlo. Quizás sea eso, el efecto Botticelli, la respuesta humana ante un mundo dominado por la IA y la guerra. Porque hemos comprendido que la verdadera vanguardia no es el futuro que nos prometieron, sino saber reinterpretar el pasado. Redescubrir que la imperfección de una flor que se marchita es bella y que lo es precisamente por eso, y que lo que parece sencillo en realidad es un ejercicio hondo y profundo: dejarnos fluir y... renacer. Es posible que en este 2026, Venus, tú y yo hayamos decidido que es el momento para volver a nacer de nuevo.

¿QUÉ HAY DE NUEVO?

fASHIONLIST

Este mayo, prepárate para no aburrirte. Ediciones limitadas por las que suspirar, exposiciones por las que coger un avión y libros por los que sí vale la pena quedarse en casa.

TEXTO: AMALIA QUIROGA E ISABEL SERRA



UNIONES DE ÉXITO

Las colaboraciones están a la orden del día en la industria de la moda y la belleza. Repasamos las alianzas más interesantes.



Cada vez es más frecuente que las firmas inviten al talento ajeno para explorar otros públicos o creatividades. Ese "artista invitado" puede ser otra marca, como en el caso de la colaboración entre **Estée Lauder** y la icónica **Diane von Fürstenberg**, que vuelve al mundo *beauty* con un perfume, *InCharge Essence d'Eau*, y varios productos de maquillaje; o el de la firma de gafas **Garrett Leight** con **Dôen**. Otras veces, la unión puede darse con un personaje de la talla de **Ariana Grande**, quien, por segunda vez, traslada su universo mágico y su personalidad a una delicada colección cápsula con **Swarovski**. O, como la española **Maràvic**, hay firmas que prueban suerte (y la encuentran) con creadoras de contenido emergente, como la también *podcaster* **Eugenia López-Fonta**, que ha diseñado una colorida propuesta para arriesgar más allá de los básicos.



De izquierda a derecha y de arriba abajo, Garrett Leight x Dôen, Maràvic, Swarovski y Estée Lauder por Diane von Fürstenberg.



Brillar **EN PLANO**

La clásica firma de calzado Martinelli ha visto en el diseñador Jorge Redondo un socio infalible. En primavera y en plena temporada de eventos, repiten cápsula, esta vez centrada en el tacón sensato y el calzado plano. ¿Nuestras favoritas? Unas sandalias de tiras con una flor como protagonista.



Un gran **ESTRENO**

La marca favorita de las influencers danesas, Rotate Birger Christensen, se estrena en el mundo de las gafas tras aliarse con Chimi y lanzar una línea compuesta por 11 modelos diferentes destinados a triunfar tanto como sus festivos vestidos.



HELENA, DISEÑADORA

La modelo y ahora fotógrafa Helena Christensen se une a la marca Gudrun & Gudrun en la creación de una colección limitada y muy personal.

Las remotas Islas Feroe, perdidas en pleno mar Nórdico, son la cuna de esta firma conocida por su ropa de punto y responsable del fichaje de la icónica modelo como diseñadora adjunta de su última cápsula. "Helena elevó nuestro suéter a la categoría de objeto de culto hace más de veinte años", recuerda el fundador sobre la maniquí, que siempre ha sido fan confesa de la marca. De la colección destaca la paleta de colores pastel -rosa, amarillo vainilla, melocotón...- y la técnica en el trabajo del punto, que deja imperfecciones a la vista que denotan una confección manual. Helena Christensen también se ha encargado de posar para una parte de la campaña y de fotografiar el resto junto a Louise Follain.



Diversión
A LOS PIES

Las *frulanes* de Cayumas son todo un fenómeno cuyo éxito se basa en las colaboraciones. La última, con Casa Lopez, una firma francesa famosa por sus textiles de inspiración mediterránea y latinoamericana. Sus coloridos diseños convierten los modelos principales de la marca *made in Spain* en toda una expresión de vitalidad.

ZARA ES MÁS QUE ROPA ASEQUIBLE

La marca de Arteixo concibe su línea *Studio* como un punto de unión con las esferas más elevadas de la moda y una oportunidad para trabajar con los talentos más importantes. Para su última colección ha contado con el estilista y director creativo Karl Templer, cuya propuesta femenina refleja un romanticismo de tejidos livianos y colores pastel. La campaña está fotografiada por Steven Meisel. ¿Quién da más?

Piscina y sesión
DE DISCO

Ese es el recorrido que las responsables de Alice + Olivia y PQ Swim planean para la ropa de baño que protagoniza su colaboración. Diseños versátiles, divertidos y poseedores de un toque sexy que convencerán a todas las mujeres gracias a unas calidades excepcionales y unos diseños que sí favorecen. Ya contamos los días que faltan para verano.



Artesanía
MODERNA

Año tras año, la Fundación Loewe organiza el certamen *Loewe Foundation Craft Prize*, que celebra el mérito artístico y las conexiones entre las técnicas artesanas y ancestrales con el arte contemporáneo. La organización acaba de revelar los nombres de los treinta finalistas (pueden consultarse en la página web de la fundación), cuyas obras conformarán una exposición en la National Gallery Singapore. Podrá visitarse del 13 de mayo al 14 de junio de 2026. El nombre del artista ganador, así como las dos menciones especiales, se revelarán el 12 de mayo.



La meca
DE LAS INVITADAS

Dar con el look perfecto para cada ocasión especial no es tarea fácil. Pero... ¡no desesperes! La nueva *flagship* de Lady Pipa, en el número 33 de la calle Lagasca, de Madrid, llega para poner solución a tus cuestiones estilísticas. ¡Te querrás probar todo!



50 AÑOS DE INGENIO

Celebrar medio siglo de estilo no es un gesto menor: es una declaración de identidad. La icónica firma española Adolfo Domínguez celebra su 50 aniversario reivindicando la elegancia relajada, la sostenibilidad y la artesanía que la han convertido en referente. Y, para marcar este hito, están trabajando en una colección conmemorativa para honrar su legado que muy pronto verá la luz.



MÁXIMO LUJO EN LA MILLA DE ORO

La alta relojería suiza aterriza en Madrid con la llegada de la primera *boutique* de Patek Philippe en España: un elegante espacio en la exclusiva calle Serrano. Con 350 m², dos plantas y un diseño que fusiona la tradición y la calidez del espíritu madrileño, la firma invita a descubrir su universo en un entorno de lujo que celebra más de 160 años de vínculo con la capital.



VERANO A LA EUROPEA

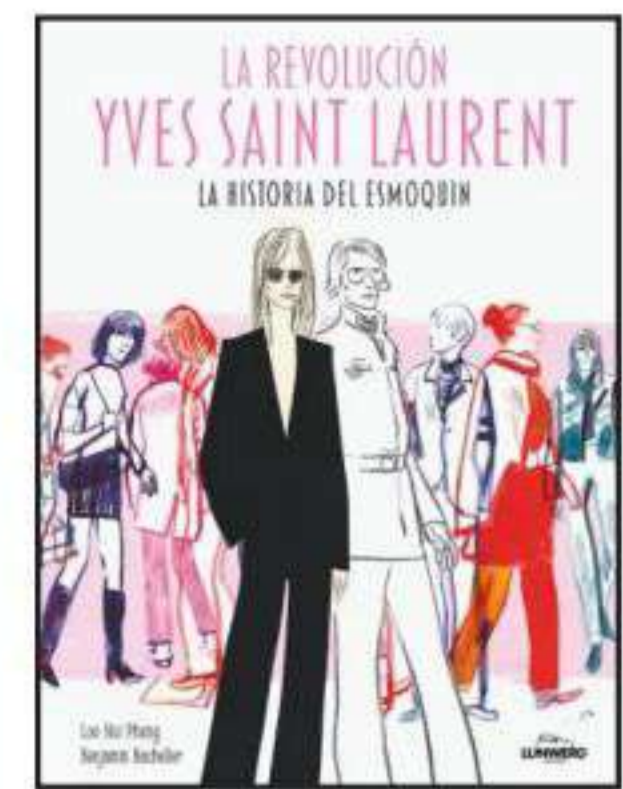
La energía del verano encuentra en Lily Collins a su nueva musa como embajadora internacional de Zalando para su campaña de primavera-verano 2026. Con naturalidad y espontaneidad, la actriz captura a la perfección la esencia de los días estivales que transcurren entre terrazas, calas y planes improvisados. Una celebración de la moda, el color y la diversión.



PÁGINAS DE COLOR

Un viaje apasionante por el imaginario del artista oaxaqueño Fernando Andriacci.

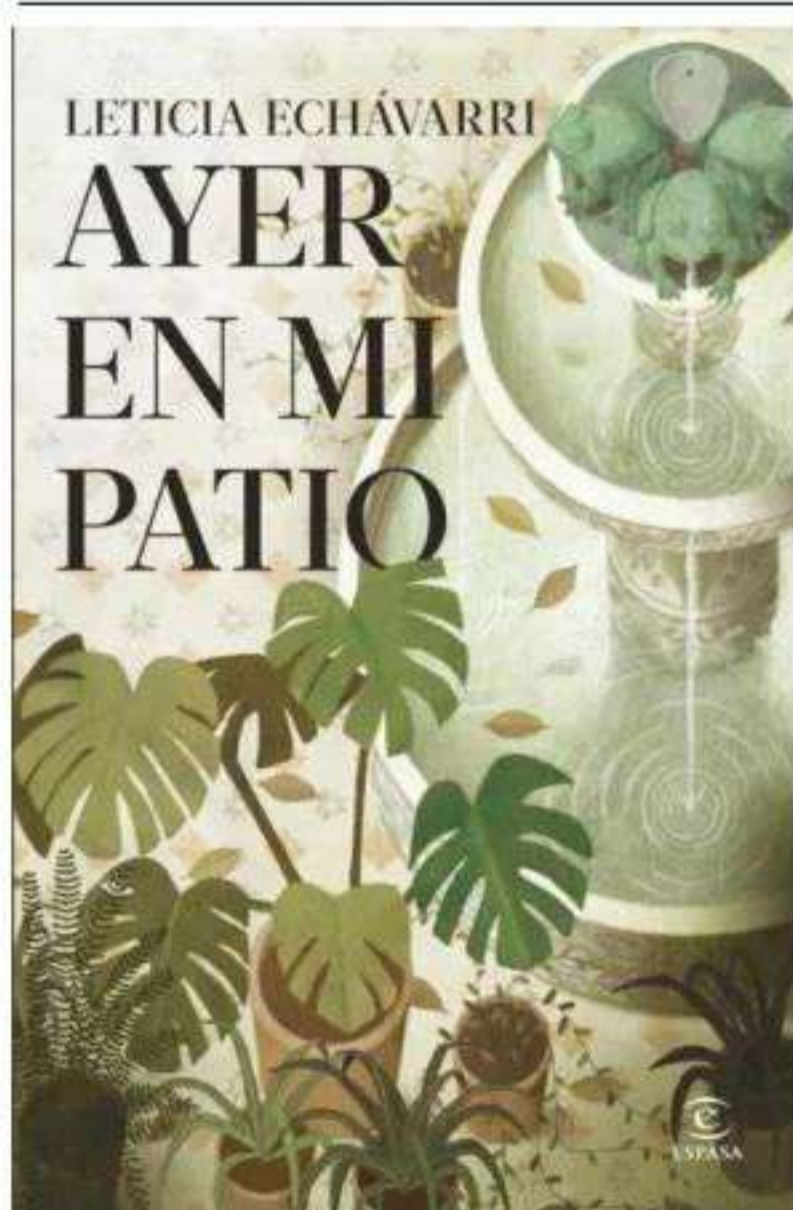
El nuevo título de Rizzoli, *Una vida de arte y color*, celebra la obra vibrante y multifacética de Fernando Andriacci, uno de los artistas oaxaqueños más singulares de su generación. Este monográfico hace un recorrido por su universo visual: animales fantásticos, formas orgánicas y un estallido colorista que dialoga con el mito y la modernidad. A través de pinturas, cerámicas y murales, el volumen revela una imaginación desbordante y un lenguaje propio que fusiona tradición, simbolismo y una energía creativa inconfundible.



ÉL CAMBIÓ TODO
La figura de Yves Saint Laurent se reveló como la de un creador que transformó la moda desde su base, liberando el vestir femenino con una visión moderna y audaz al convertir el esmoquin en un símbolo de poder y libertad. *La revolución Yves Saint Laurent* (Ed. Lunwerg) recorre la historia de esta prenda icónica, su impacto cultural y su capacidad para redefinir la elegancia contemporánea.



UNA VERDAD INCÓMODA
Estado civil: cansada (Roca Editorial) es un retrato mordaz de la vida moderna, en la que el agotamiento emocional, las expectativas sociales y el deseo de reencontrarse con una misma se entrelazan con el humor. En él, la autora y experta en salud y bienestar, Ana Morales, explora las pequeñas batallas cotidianas con una voz cercana, invitando a reconocer, sin culpa, el cansancio que todas llevamos dentro.



HISTORIAS QUE ATRAPAN
Una novela que combina intriga, memoria y emociones profundas. *Ayer en mi patio* (Ed. Espasa), de Leticia Echávarri, sigue la historia de Koldo, una joven embarazada que descubre en su nueva comunidad de vecinos, en Madrid, un misterio silenciado durante décadas. Entre secretos vecinales, un anillo perdido y una tragedia olvidada, la historia revela cómo el pasado siempre encuentra la forma de regresar.

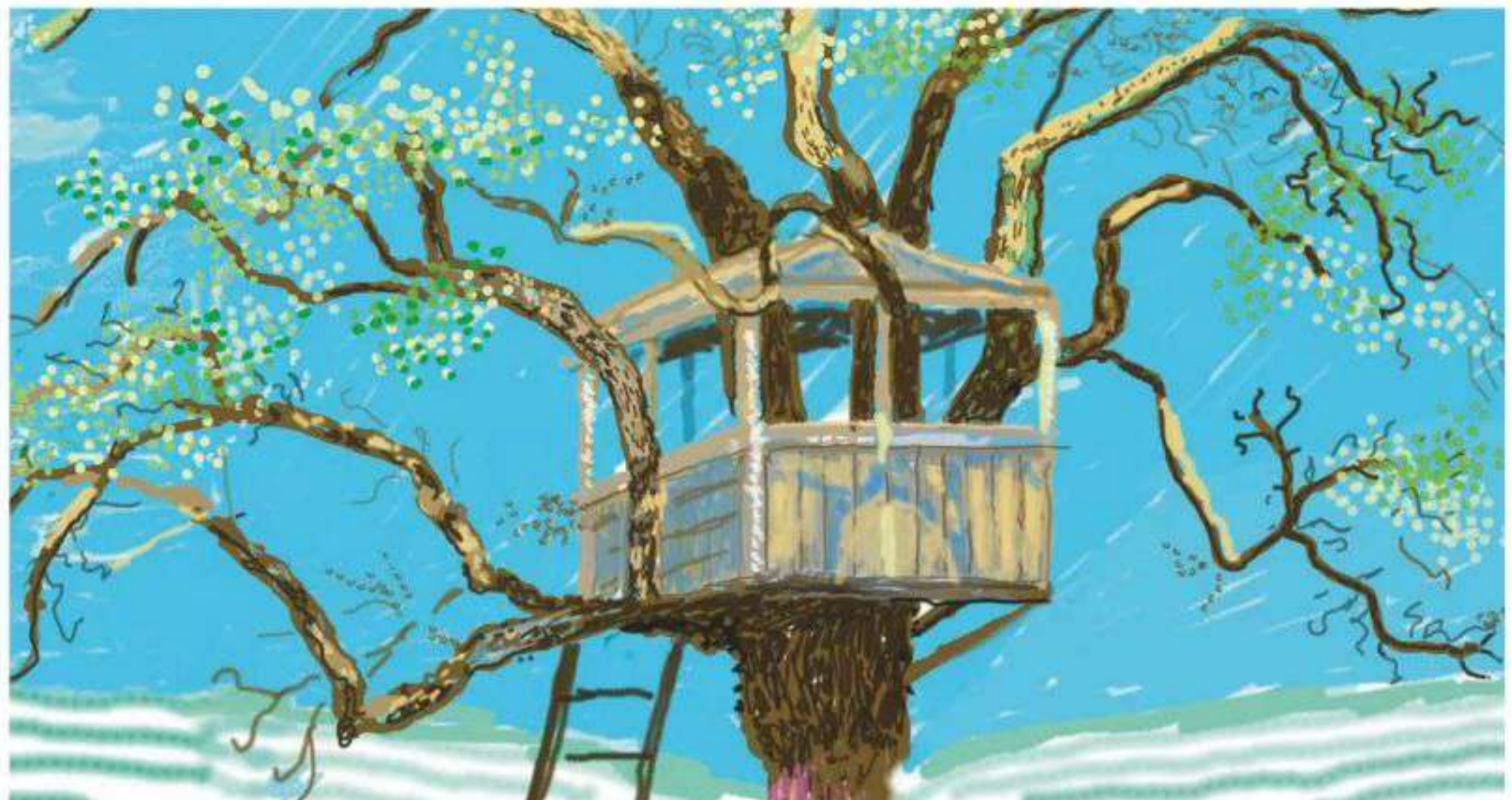


BRILLO ETERNO
Bahrain Pearls explora la tradición milenaria de Baréin, un pequeño país insular situado en el Golfo Pérsico, en Asia occidental, como cuna de las perlas naturales más preciadas. Esta edición de Assouline combina historia y lujo para mostrar la belleza cultural y el legado marítimo del país. Un *coffee table book* simplemente exquisito.



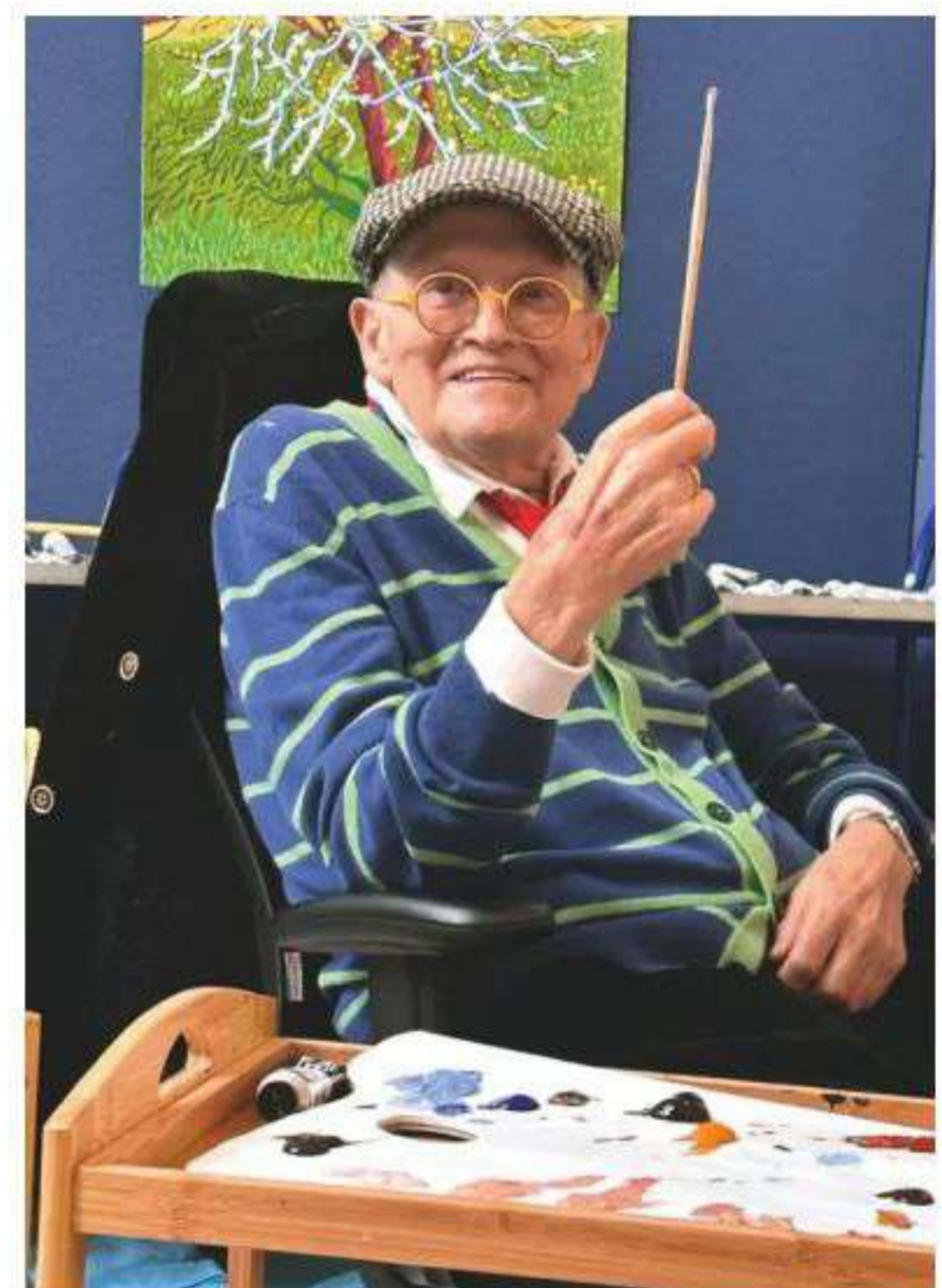
Al teatro con...
HALSTON

Un retrato teatral que explora la vida y el ingenio creativo de Roy Halston. La obra, producida por Donna Karan, captura la huella que el diseñador dejó en la moda de los años setenta. Se estrenará el 2 de junio en el Bay Street Theater, en Nueva York.



HOCKNEY
A GRAN ESCALA

La Serpentine Gallery de Londres invita a adentrarse en la mirada de David Hockney a través de sus nuevas pinturas y del impresionante mural de noventa metros *A Year in Normandie*. El recorrido celebra la fascinación del pintor por observar lo cotidiano, explorar la luz y transformar el paso del tiempo en una experiencia visual. Una experiencia inmersiva que dialoga con la naturaleza de los jardines de Kensington.



UN NUEVO REFUGIO
EN MADRID

La nueva librería Ivorypress, en la calle Orfila, impulsada por Elena Ochoa, trae a Madrid un espacio cultural dedicado al arte y la arquitectura. Además de su cuidada selección editorial, ofrece una programación cultural especialmente sugerente. Un refugio íntimo que aporta un nuevo pulso creativo al barrio de Chamberí.



K-BEAUTY
ÚNICA

La nueva exposición *Korean Beauty, Story of a Phenomenon*, en el Museo Guimet de París, explora la belleza coreana a través de siglos de arte, objetos rituales y cultura popular. Un apasionante recorrido que revela la evolución de sus ideales estéticos, desde la tradición de la dinastía Joseon hasta la influencia global actual de la *K-Beauty* y el *K-Pop*.



PRIMERA EDICIÓN DE LOS PREMIOS FASHION JOYAS

... Y LA NOCHE BRILLÓ

En una velada donde las joyas más deslumbrantes fueron las protagonistas, se entregaron los galardones a las firmas y colecciones que hacen grande -y eterno- al sector.



Nos atrapan con su belleza y fascinan sin remedio con las historias que encierran. Las joyas nos hacen soñar desde antes de los tiempos de Cleopatra. La faraona habría enmudecido ante el talento que se celebró -y se distinguió- en la primera

edición de los Premios Fashion Joyas.

Una noche para el recuerdo donde la periodista María Palacios ejerció de maestra de ceremonias con un detalle que anticipaba cómo de deslumbrante iba a ser la velada: los broches gemelos de la reina Victoria Eugenia. Enfrente, un jurado de excepción: Josie, estilista, periodista y analista de moda; Adriana Marín, duquesa de Aliaga e historiadora del arte; Sybilla Sorondo, diseñadora, y Paloma Cuevas, empresaria y diseñadora. Junto a ellos, Laura Longo, directora de ¡HOLA! Fashion, y Carmen Catasús, directora adjunta. La emoción se respiraba en el ambiente y, tras un cóctel de bienvenida y la intervención de Laura Longo, quien subrayó la necesidad de

Arriba, los seis premiados. Y en detalle, arriba y abajo, momentos de la gala, en el hotel Thompson Madrid by Hyatt.

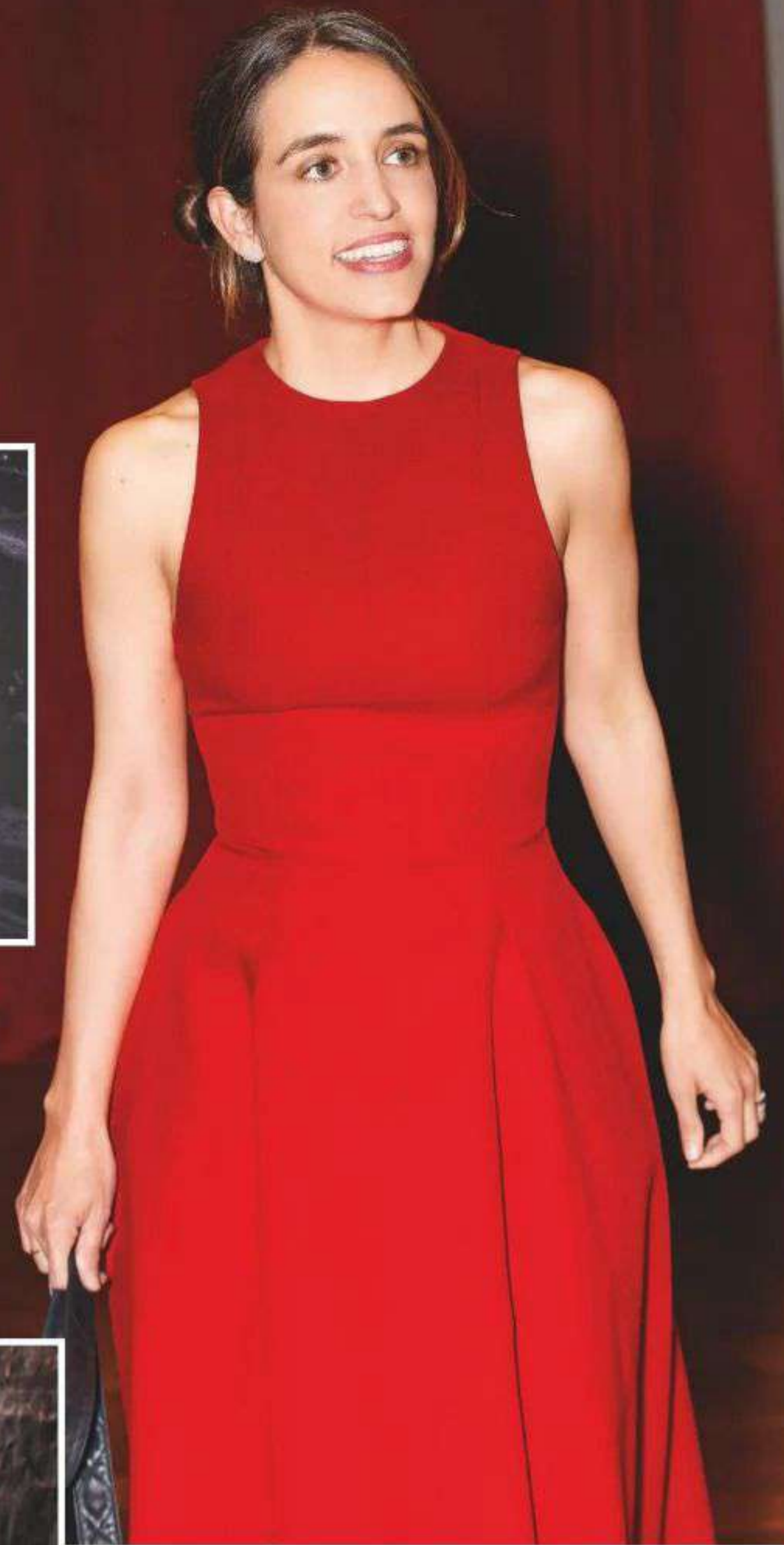




EXCELENCIA, DEDICACIÓN Y PIEZAS ÚNICAS FUERON LAS PROTAGONISTAS DE MOMENTOS EXCEPCIONALES



A la izquierda, el polifacético Josie, que fue miembro del jurado, y que lució un broche en forma de tortuga, de Grassy. Arriba, María Palacios, presentadora del evento, quien combinó su look con los broches gemelos de la reina Victoria Eugenia, joyas únicas en el mundo. A la derecha, Adriana Marín, duquesa de Aliaga, y miembro del jurado.



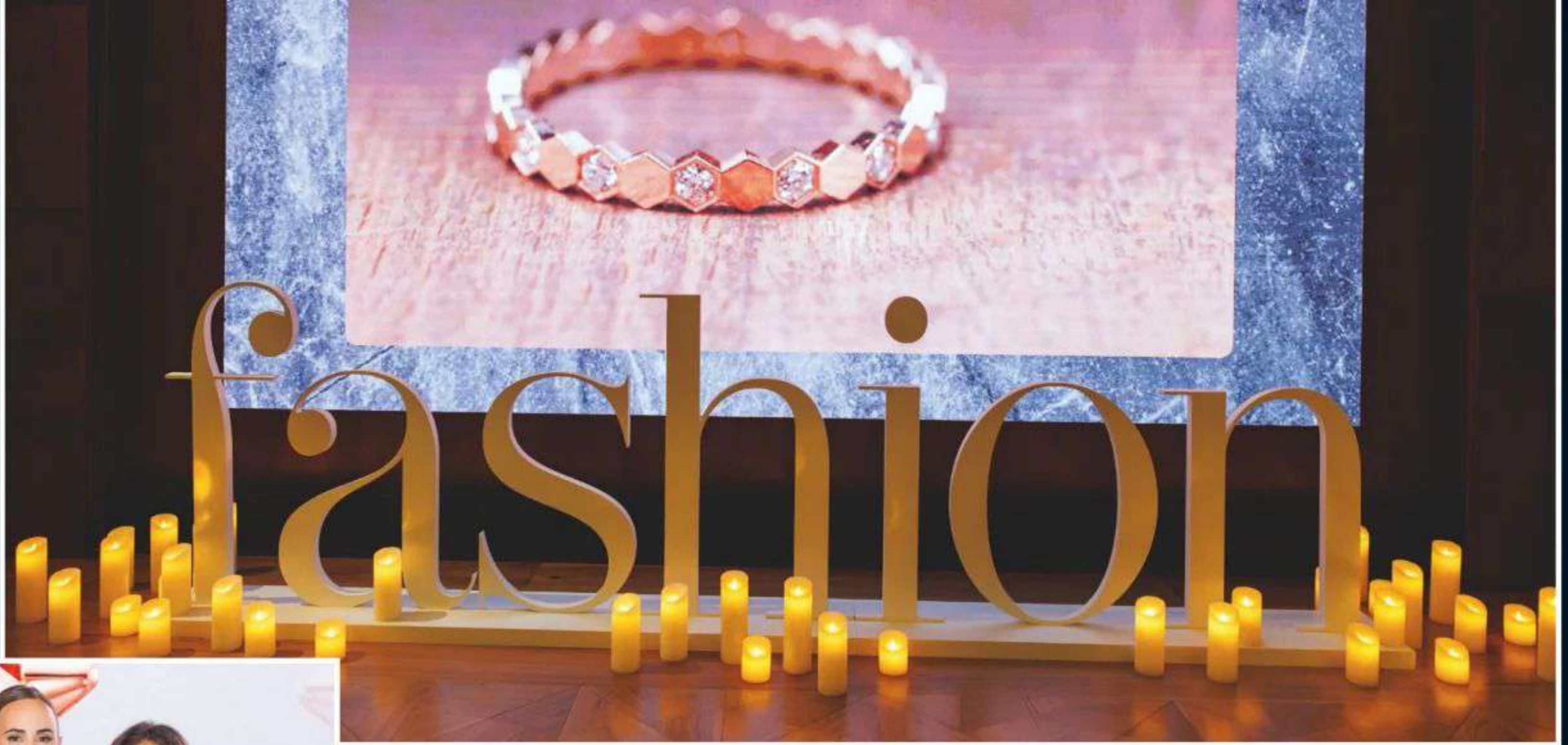
poner en valor el talento de la industria, comenzó la entrega de galardones. El primer reconocimiento, para la Mejor Campaña de Comunicación, recayó en la firma Roberto Coin, por su *Venetian Princess Collection*, protagonizada por la actriz Dakota Johnson. Lo recogió Raúl Romero, de la agencia Raúl Romero Press. A continuación, se entregó el premio a la Mejor Evolución y Trayectoria, que fue a parar a Jose Luis Joyerías, por su relevante crecimiento empresarial. La actriz Vanesa Romero, embajadora de la casa, fue la encargada de recogerlo. Entre la expectación y la magia del momento, se entregó el tercer galardón, a la Mejor Colección Internacional, que recayó en la emblemática *maison* Cartier por *Clash de Cartier*. Begoña Torrontegui, *talents and entertainment manager* de la firma, subió al escenario para recogerlo con orgullo. La noche continuó con otro momento memorable, cuando se otorgó la distinción a la Mejor Colección Nacional, que fue para Grassy y su propuesta *Gran Vía*, inspirada en uno de los edificios más



ADRIANA MARÍN, DUQUESA DE ALIAGA E HISTORIADORA DEL ARTE. FUE UNO DE LOS MIEMBROS DEL FLAMANTE JURADO QUE FALLÓ LOS PREMIOS FASHION JOYAS=

Arriba, la diseñadora Sybilla Sorondo, miembro del jurado. A la derecha, Carmen Catasús, directora adjunta de ¡HOLA! Fashion, y la actriz Vanesa Romero.





COLECCIONES DESLUMBRANTES
Y PIEZAS ICÓNICAS FUERON PREMIADAS
EN UNA NOCHE DONDE LA BELLEZA
Y EL 'GLAMOUR' FUERON PROTAGONISTAS



Arriba, Laura Longo, directora de ¡HOLA! Fashion, junto a Begoña Torrontegui, talents and entertainment manager de Cartier. Abajo, algunas de las invitadas: Alejandra Esain y Lola Esain, co-fundadoras de SACH, y, en el centro, Sofía Irisarri, PR manager de la firma.



Sobre estas líneas, Paloma Fernández Monroy, directora general de Suarez. A la derecha, Josie entregando el premio Pieza Icono a Flavia Moreno-Barberá, directora de Relaciones Públicas de Chanel Iberia.

emblemáticos de esta calle de Madrid. Su directora creativa, Patricia Reznak, recogió el premio. Por su parte, Paloma Fernández Monroy, directora general de Suarez, agradeció el galardón a la Mejor Pieza de Alta Joyería, por un impresionante collar de oro blanco de 18 quilates, con 643 diamantes, de la colección *Aura*. Como colofón a esta velada de brillo, belleza y talento creativo, se entregó el premio a la Pieza Icono, que fue a parar a la firma Chanel, por su collar *Comète*. Una espectacular creación de diamantes y platino que, como peculiaridad extra, puede presumir de ser parte de la única colección de alta joyería diseñada por la propia Gabrielle Chanel. Tan especial reconocimiento fue entregado a Flavia Moreno Barberá, directora de Relaciones Públicas de Chanel Iberia. Con este último reconocimiento se puso el broche de oro a una velada en la que se celebró el talento del sector, la maestría de la artesanía y la dedicación de sus profesionales, que mantienen vivo y vibrante el sueño lleno de magia que es la joyería.



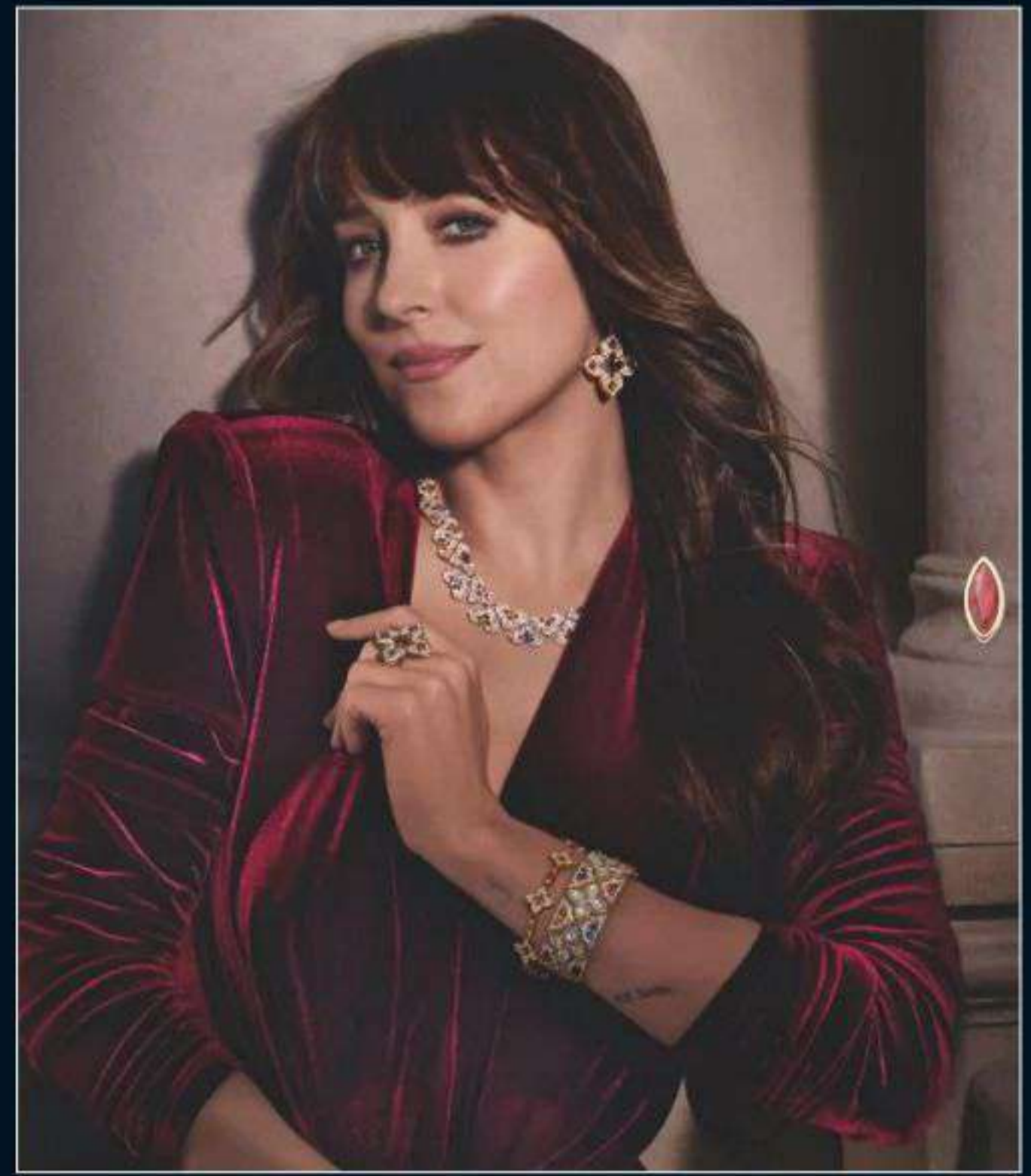
De izquierda a derecha: Patricia Reznak y Carmen Mazarrasa, de Grassy; Blanca Marín, de Chanel; Hannah Rodríguez y Sonia Ruiz, de Gold&Roses.

LOS PREMIADOS

SEIS GALARDONES DISTINGUIERON EL TRABAJO INCONMESURABLE DE LAS FIRMAS DE JOYAS QUE SON EL MOTOR DEL SECTOR



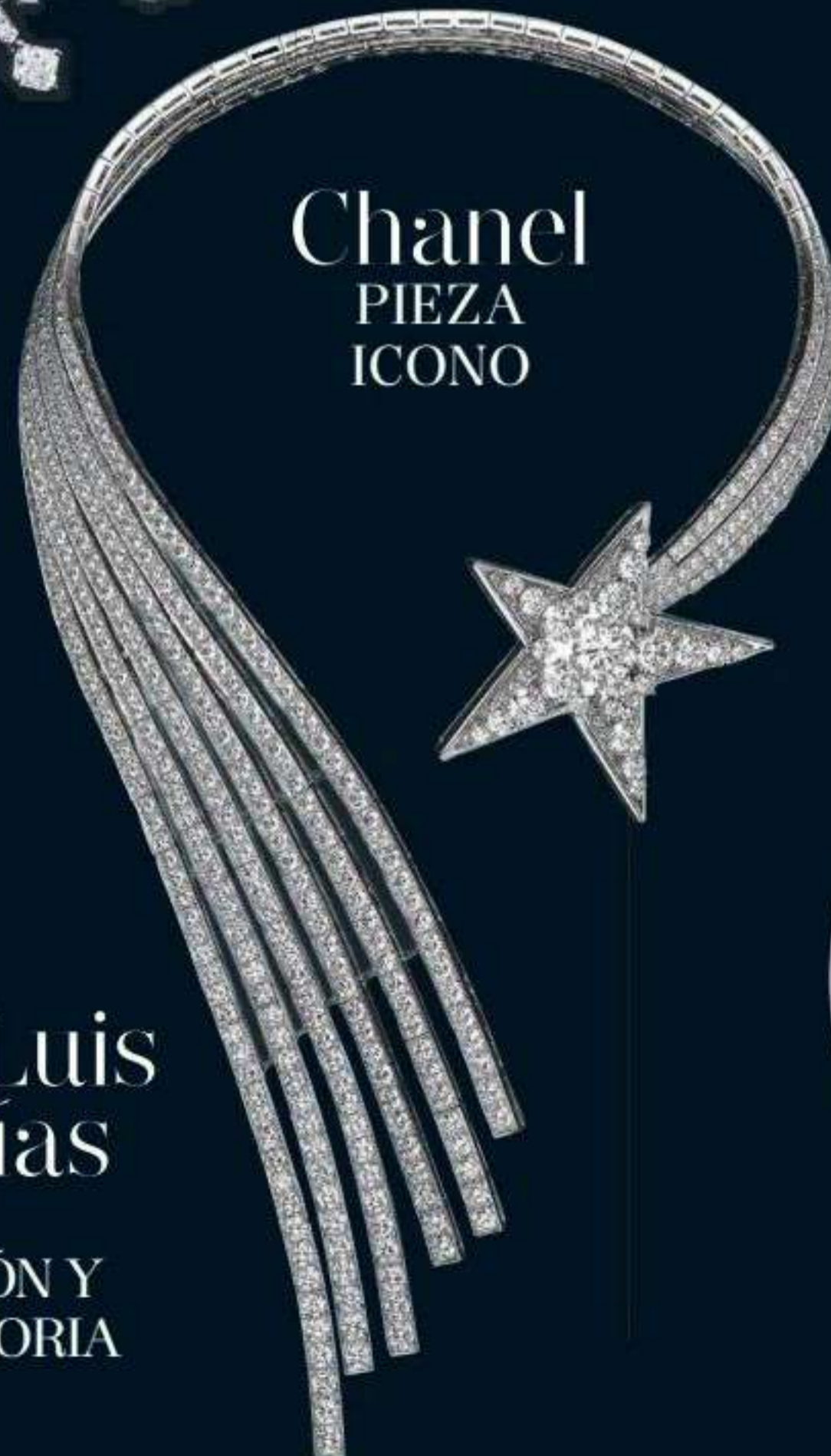
Cartier
MEJOR COLECCIÓN
INTERNACIONAL



Roberto Coin
PREMIO MEJOR CAMPAÑA



Suarez
MEJOR PIEZA DE
ALTA JOYERÍA



Chanel
PIEZA
ICONO



**Jose Luis
Joyerías**
MEJOR
EVOLUCIÓN Y
TRAYECTORIA

Grassy
MEJOR COLECCIÓN
NACIONAL



Jane Birkin, estrella improvisada

LA BELLEZA COMO TALISMÁN

Revolucionó los años sesenta con su flequillo "cortina", sus ojos de un azul profundo y sus románticas canciones, pero también con una defensa innata de lo espontáneo, lo natural y auténtico. La musa de la bohemia huía de artificios, se deleitaba en lo esencial y abanderó un concepto de belleza más allá de lo estético.

ENLACE AL CANAL



TEXTO: SILVIA LUENGO G.

Uno de los bolsos más codiciados por millones de mujeres en todo el planeta lleva su nombre, los grandes modistos suspiraban por vestirla, viajaba en primera y levantaba pasiones, pero lo que realmente hacía feliz a Jane Birkin era un paseo por el campo o la playa junto a sus hijas. Era mucho más fácil verla descalza recorrer Saint-Tropez que bajo la Torre Eiffel. Y es que la artista británica más parisina fue siempre una devota de la sencillez, el desenfadado y la espontaneidad. Una enamorada de detener el tiempo, observando los prunos de París florecer y sembrar de pétalos el suelo sobre el que ella imaginaba letras de canciones. En algunas, las flores simbolizaban el amor puro y fragante, mientras que el desamor era para ella esa misma naturaleza seca y marchita.



ELLA MISMA, EN ESENCIA

Cuando tienes el mundo a tus pies, debe de ser fácil perder la cabeza y rendirse a los halagos tratando de ser aquello que los demás celebran tanto. Pero Jane Birkin era distinta, y optó por ser ella misma en todo momento y lugar y no desviarse del camino que creía que debía seguir. Cuando subía a un escenario o entraba en el set, quería ser solo ella, sin ornamentación de maquillaje, postizos -tan de la época- u ostentosos vestidos. Solo Jane. Cuando le preguntaban por qué apostaba por esa naturalidad

**SOBRE EL
ESCENARIO, NI
MAQUILLAJE
NI ARTIFICIOS
ESTÉTICOS:
SOLO QUERÍA
SER ELLA**

ETERNA SONRISA

El icono inolvidable que fue la intérprete de *Je t'aime... moi non plus* abrazó el paso del tiempo sin miedo, sin ocultar arrugas, presbicia y manchas en las manos. Porque la belleza es cambiante, porque va más deprisa que la capacidad de los ojos para descubrirla. Y lo efímero -como el sublime *hanami* japonés- es bello por fugaz, por su poder para dejar una estela que hace que ansiemos volver a ver esa magia otro instante pasajero. Esa sabiduría, quizá sin saberlo, la llevaba consigo Jane, quien si algo mantuvo perenne a lo largo de su vida, fue su sonrisa. La de alguien que sabe que está en el rincón más bonito del jardín.

casi salvaje, siempre decía que ante el público "ni *gloss* para evitar distracciones". Y no se equivocó al imitar a las flores, sencillas y efímeras, hermosas y frágiles, espontáneas y volátiles. Jane Birkin encarnó la naturalidad como pocas. Nunca ocultó sus pecas, ni arregló su sonrisa por más insistencia de productores y amantes. La belleza fue para ella lo opuesto a lo premeditado; algo vivo y cambiante, que aparece y emociona, que se disipa y conmueve.

Un lenguaje dinámico que habla al sentimiento presente, que se regocija en las cosas efímeras, como el florecer de la primavera, donde la belleza aparece y atrapa, y se va de puntillas sin que apenas nos demos cuenta. Pétalos en el suelo, como un recuerdo de lo que fue, de un instante único que no vuelve a repetirse. Y Jane sabía -y quería- saborear esas perlas y dejarlas marchar en calma.

CANNES Y FLORES SILVESTRES

Su estilo era un *mix* fortuito entre el *effortless* parisino y la modernidad del *swinging London*. Una mezcla de desenfadado, atrevimiento y desdén. Solo ella fue capaz de pisar alfombras rojas, como la de Cannes, con un minivestido transparente y un cesto de mimbre con pequeñas flores silvestres, sus favoritas, junto a las margaritas y otras pequeñas flores de color blanco. Adivinamos que su humildad y sencillez tuvieron mucho que ver con estas preferencias de Jane. Antes de dar nombre al "bolsito de los bolsos", ese simple cesto de mimbre, unas veces con ramos, otras con manzanas, o biberones para sus hijas, dio la vuelta al mundo porque nadie entendía cómo una estrella como ella se paseaba con un decadente objeto de artesanía rústica pasado de moda. Cuando, en realidad, ese simple cesto era moda, al menos en sus manos.

DISEÑA LA BODA DE TUS SUEÑOS



¡HOLA!

NOVIAS

PRIMAVERA
VERANO
2026

VUELVEN
LOS CLÁSICOS
DEL VELO
A LOS VESTIDOS
DE CORTE
PRINCESA

EN BUSCA
DEL ANILLO
PERFECTO

Inés
Domecq
TODOS LOS
SECRETOS DE
ESTILO PARA
LAS NUEVAS
INVITADAS

EL
GRAN
ROMANCE

YA A LA VENTA
NUEVO NÚMERO PRIMAVERA/VERANO

ORGANIZA
TU BODA ¡HOLA!
TE AYUDAMOS EN
TUBODAHOLA.COM

Podrás conseguirlo en tu punto de venta habitual, en la tienda ¡HOLA!
suscripciones.hola.com o llamando al teléfono **917 811 800**



TUDOR



BLACK BAY 58



**BORN TO
DARE**



QUERA

1887

C. MARQUÉS DE LARIOS, 4 • MÁLAGA • +34 951 55 44 11
C. ARGENTERIA, 22 • GIRONA • +34 972 20 46 90
AV. DR. GADEA, 24 • ALICANTE • +34 965 23 01 67
C. GETARIA, 13 • SAN SEBASTIÁN • +34 943 93 44 00
WWW.QUERA.ES