

fashion

¡HOLA!

JULIO
2026

En portada

**CALA
MORAGAS
EN LA
CIMA DE
LAMODA**

**LOOKS
RIVIERA**
BIKINIS, CAPAZOS,
SOMBREROS...
VIVE UNAS
VACACIONES
CON ESTILO

**BLUE
MIND**
ESTAR CERCA
DEL MAR
TE CURA

**BELLEZA
A PRUEBA
DE CALOR**
MELENAS
LIBRES
PERFUMES
MEDITERRÁNEOS
MAQUILLAJE
JUICY

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

O escanea el código QR:



Eterno

VERANO

Península: 3,90€ • Canarias y Portugal (cont.): 4€
00165 >
9 772255 176007





CAJA PEQUEÑA. PRESENCIA EXTRAORDINARIA

El Seamaster Aqua Terra 30 mm posee un tamaño compacto, pero es ideal para cualquier ocasión. Con una esfera plateada de cepillado solar, índices en forma de casco de barco y agujas facetadas en oro Moonshine™ de 18 qt, este refinado reloj aloja el calibre 8750, el movimiento OMEGA Co-Axial Master Chronometer más pequeño, certificado según los estándares más exigentes del sector.


OMEGA

BOHO



STELLA MACCARTNEY

8 MOOD ESTIVAL IMPECABLE 24/7
De la elegancia del azul marino al *boho* del croché. Deslumbra sobre la arena y en el *beach club*.

22 EL MAR INSPIRA
El fondo marino, con sus estrellas, corales y peces de colores, salta de la pasarela a tus looks.

26 RENDIDAS A LAS BALEARES
Mónica Anoz, Blanca Miró, Eugenia Silva... Las islas despiertan la creatividad.



52

34 ESTILO MÓNACO
De Grace Kelly a Carmen Montero Mundt, descubre el *dress code* monegasco.

38 1,2,3... ¡SPLASH!
Sumérgete en el *shopping* de baño más refrescante.

MODA BAJO EL SOL

52 CALA MORAGAS
La modelo del momento despliega su talento y su belleza racial.

62 AL NATURAL
Lino, algodón, ganchillo o esparto... Viste tus vacaciones de básicos.



62

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

Ó escanea el código QR:



72 ALLEGRA Y CECILIA HOHENLOHE
Descubre a las hermanas que ponen rostro a una generación.

82 PURO MEDITERRÁNEO
Colores arena, siluetas fluidas y la rafia dibujan tu verano junto al mar.

BELLEZA Y... ¡RELAX!

90 MAQUILLAJE JUICY
Tonos nacarados, efecto piel *wet*, un dorado perfecto... Aprende a conseguir 'el look'.

94 ASÍ SE CUIDA
Katia Gutiérrez-Colomer comparte sus secretos *beauty*.

100 EN PAZ CON TU PELO
Consigue que el cloro, la sal y el sol jueguen a tu favor.

104 UN MAR DE PERFUMES
El Mediterráneo es cultura olfativa y un sinfín de aromas.



LIFE

116

PÍDETE UN BEACH CLUB

Las firmas de moda toman las playas y te invitan a vivir el dulce far niente.

124

DESTINO: SICILIA

Descubrimos la inmensidad de la isla con Lucilla Bonaccorsi, hija de la diseñadora Luisa Beccaria.

138

MARILYN MONROE

Murió a los 36 años y se convirtió en icono del siglo XX, pero siempre sintió que nadie la conocía.



82

fashion **IHOLA!**

Presidente

EDUARDO SÁNCHEZ PÉREZ

Vicepresidentas

CARMEN SÁNCHEZ PÉREZ
Y MERCEDES SÁNCHEZ PÉREZ

Directora de publicaciones:

ROSETA L. DEL VALLE

Directora

LAURA LONGO

Directora adjunta

CARMEN CATASÚS

Director creativo

NACHO FIDALGO

Subdirectora

MARÍA ELVIRA

Redacción

SILVIA LUENGO G.
ISABEL SERRA
AMALIA QUIROGA
AMAIA LEÓN
ELISA GARCÍA-FAYA

Estilista

LEIRE PEÑA

Redacción digital

PAULA CALLEJO
CRISTINA GONZÁLEZ
MARIANA TORRES
JOHANNA TOSCANO

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 Ángel 1- 28010 - Madrid
suscripciones.hola.com / teléfono 917 811 800

EL MAR DE TU VERANO

Veranos hay muchos, pero el nuestro es puro Mediterráneo. Por su inmensidad inspiradora, sus tonalidades acuáticas, los acordes olfativos y la percha de sus estilismos. Pocos mares tienen el poder de atracción del Mediterráneo. Toda una cultura que sigue siendo explorada desde sus enclaves más internacionales por diseñadores y perfumistas. No hay verano sin Baleares, la Costa Azul o Sicilia. Sin los capazos, los vestidos de lino blanco o las rayas marineras. Tampoco sin la bergamota, el ylang ylang o la buganvilla. En el verano se hace más evidente una cita que encontrarás en nuestras páginas y desde la que desgranamos la esencia estival: “El buen gusto tiene que ver más con la capacidad de elegir que de adquirir”.

No es lo mismo un pareo en Formentera que un bañador en Montecarlo. Ni un aperitivo con Spritz que un atardecer con French 75. Tampoco besar a ritmo de Lana del Rey o bailar al de Bad Bunny. Tú haces al verano. Lo divertido y genuino de las vacaciones es que somos quienes queremos ser. En una meditación con el sonido de las olas, en un amanecer tardío con el vestido de lentejuelas y los tacones en la mano o en un paseo en barco con tu *dream team* soñado. Sea como sea, que el mar se convierta en tu destino para activar el *blue mind* en lugar del “modo avión”.

Laura Longo
DIRECTORA

DAMIANI

Mariacarla Boscono wears the Margherita Collection

Handmade in Italy since 1924



Junto a estas líneas, la modelo posa con bikini de **Calzedonia** y conjunto formado por chaqueta torera y pantalón campana, de **Nina Ricci**.

Traje de baño de lúrex (c.p.v.), de **Bohodot**.

Pulsera de oro blanco, lapislázuli y diamantes (5.280 €), de **Rabat**.

Collar (450 €), de **So-le Studio**.

Perfume *Light Blue* en gel (65 €), de **Dolce & Gabbana**.

Pantalón de croché (90 €), de **Guess Beachwear**.

Collar asimétrico (435 €), de **Dinosaur Designs** en **Net-a-porter**.

Sandalia de tiras (c.p.v.), de **Celine**.

Juego de cartas (290 €), de **Pucci**.



TARDE MÁGICA

Cae el sol, comienza la 'golden hour' y los azules se tornan marinos, difuminándose con la elegancia del negro.

FOTOGRAFÍA: **DANNIEL ROJAS** REALIZACIÓN: **FRANCESCA RINCIARI**



UN RAYO DE SOL

El salitre, la arena y las altas temperaturas reclaman piezas en tonos tierra con textura y carácter.

La modelo lleva pichi con cuello de polo, de **Elisabeta Franchi**, y sandalias de **Jimmy Choo**.



Gafas cat eye (230 €), de **Swarovski**.

Traje de baño con *cutouts* (c.p.v.), de **Énfasis** en **El Corte Inglés**.

Visera de rafia (720 €), de **Prada**.

Gafas de buceo (80 €), de **Petites Pomes**.

Aceite iluminador de almendra (39 €), de **L'Occitane**.

Mule con cuña (1.450 €), de **Jimmy Choo**.

Tabla de surf (14.300 €), de **Chanel**.

Paleta de sombras de ojos (76 €), de **Yves Saint Laurent**.



EL ARMARIO DE BAÑO DEFINITIVO

SIMORRA firma la colección *beach-to-night* que inspira el verano más libre y sofisticado.

Arte, calma, siluetas fluidas y texturas orgánicas definen la nueva colección de baño de **SIMORRA**. Una línea que rinde homenaje a esos días infinitos entre lecturas a la sombra, galerías, artesanía y atardeceres frente al mar, que se traducen en siluetas fluidas, tejidos nobles y una elegancia tan natural como espontánea.

La gran clave de esta colección radica en cómo la arquitectura orgánica de la costa se traslada a la moda de baño. En lugar de estructuras rígidas, los diseños proponen líneas suaves, curvas fluidas y volúmenes equilibrados que dialogan con el cuerpo femenino, realzando su silueta.

En busca de la máxima sofisticación textil, el proceso de diseño parte de la observación de los tesoros del fondo del mar, como el alga Hiziki o el coral. Lejos de los *prints* literales, la firma ha preferido reinterpretar estas estructuras orgánicas a través de técnicas textiles de vanguardia. ¿El resultado? Tejidos ricos en relieves, texturas tridimensionales y superficies táctiles que capturan la luz del sol, aportando una maravillosa profundidad y un sutil movimiento a cada pieza.

Como broche de oro idóneo para elevar esta propuesta estival, la colección incorpora una exquisita línea de joyas de vidrio soplado hechas a mano en colaboración con la artesana Mar Bermejo. Cada pieza requiere 45 días de meticuloso trabajo a cuatro manos y se ejecuta estrictamente bajo demanda. Esta serie tan especial solo se podrá adquirir en las *boutiques* de la firma en Madrid, Barcelona, Palma de Mallorca y Marbella, o bajo petición en su *web*.



LÍNEAS
PURAS Y
TEXTURAS
MARINAS:
EL OASIS
ESTIVAL
QUE
REDEFINE
EL LUJO
BAJO
EL SOL



FONDO DE ARMARIO ESTIVAL

Trajes de baño y bikinis concebidos bajo la versatilidad. Gracias a sus acabados refinados, las prendas están pensadas para transitar de la playa a una cena. Basta con añadir una falda fluida, unos pantalones de lino o unos complementos elevados para lograr ese look de noche relajado. Este año apuesta por el color verde oliva, el negro, los fruncidos estratégicos, las asimetrías y los volantes. Confeccionada en lycra de alta gama, cada pieza abraza la silueta con precisión milimétrica, esculpiendo el cuerpo con un ajuste impecable.



En la imagen, traje de baño asimétrico, de Medina Swimwear, y gafas de sol de Chanel.

OLA DE ESTILO

Siluetas sinuosas, curvas inesperadas y asimetrías de impacto elevan los trajes de baño más sofisticados.

Traje de baño asimétrico (144 €), de Guillermina Baeza.

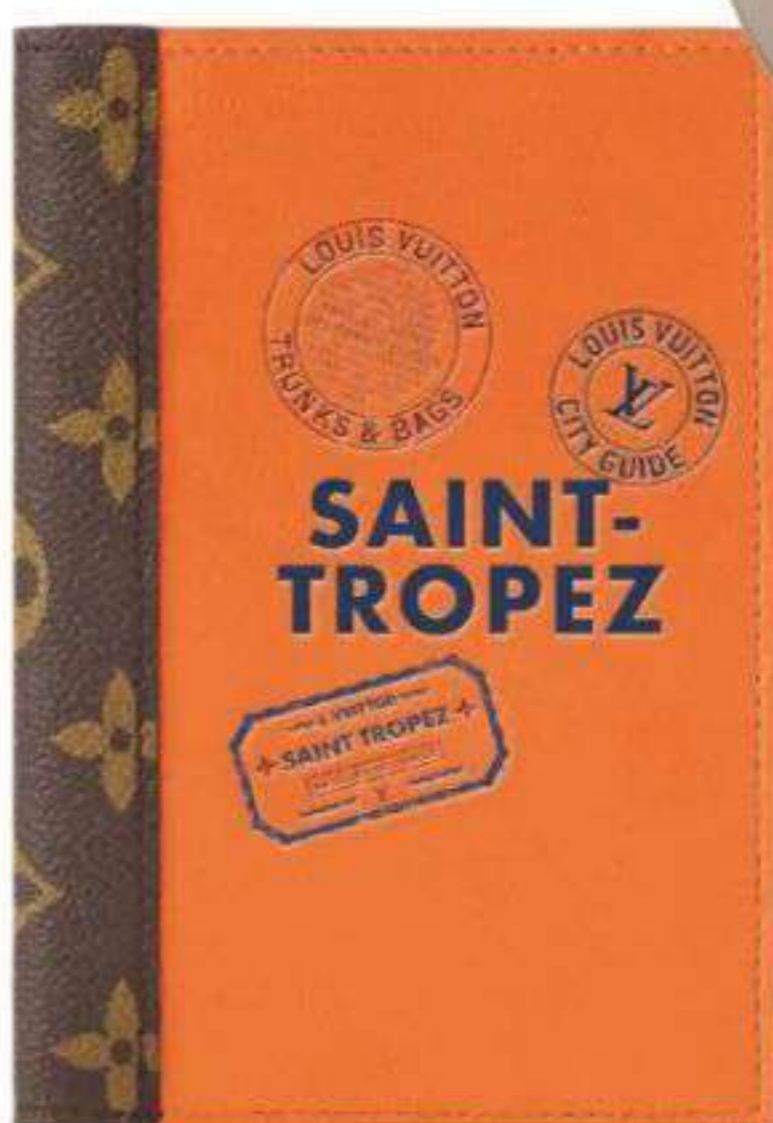
Pendientes de oro (35 €), de Arket.

Iluminador L'orchidee Highlighter (115 €), de Sisley.

Gafas de sol (1.500 €), de Celine.

Pulsera (59 €), de Viceroy.

Bolso de croché (69,99 €), de Scalpers.



Funda de pasaporte (495 €), de Louis Vuitton.

Sandalia trenzada (79,95 €), de Giuseppe.



ENTRE EL CIELO Y EL AGUA

Con la *top model* Toni Garrn como imagen de la campaña, la firma de joyería **Thomas Sabo** presenta *Elyndra* para este verano. Una propuesta inspirada en el mundo del marín pescador, en la que el movimiento, el color y la sofisticación fluyen sin esfuerzo.



Nuestros armarios de verano piden ligereza, luminosidad y esa energía que solo los meses de sol logran despertar en nosotras.

Un deseo de frescura que también se adapta a la joyería que elegimos para brillar en los largos días estivales. **Thomas Sabo** ha sabido capturar a la perfección esta esencia en el regreso de su colección insignia, *Elyndra*, inspirada en el ave más fascinante de las riberas: el marín pescador.

La firma nos sumerge en un oasis de cielos despejados, reflejos acuáticos y transiciones fluidas; un edén donde la espectacular *top model* alemana Toni Garrn se convierte en la musa de este viaje, encarnando con su magnetismo natural la libertad, la fuerza y la elegancia de unas piezas concebidas para mimetizarse con el verano.

La colección *Elyndra* nace directamente de la interacción mágica entre el cielo, el agua y la luz. Sin embargo, el verdadero hilo conductor y corazón de la colección es el propio marín pescador, un ave que simboliza, como ningún otro, la precisión, la determinación y la libertad sin límites. Esta ave no solo inspira el concepto, sino también la cautivadora paleta cromática de la colección. Sus característicos tonos azules y blancos se reflejan en cada una de las piezas. Por ello, la joya estrella de la colección es el colgante *Martín Pescador*, que, con un diseño sofisticado y lleno de carácter, evoca la confianza y la elegancia con las que el ave se mueve en su entorno, a través de cortes en forma de lágrima y líneas refinadas.

EL COLGANTE
ELYNDRA
MARTÍN
PESCADOR ESTÁ
ELABORADO
EN PLATA CON
PIEDRAS EN
TONOS AZULES
Y BLANCOS



Junto a estas líneas, la modelo, con bañador masculino estilo bóxer, de Prada, y bandeau de Calzedonia.

Bikini de rayas (520 €), de Fendi.

Paleta de sombras en edición limitada Diorshow 5 Couleurs (72 €), de Dior.

Peine de carey con funda (190 €), de Celine.

Palas de playa (630 €), de Miu Miu.



Nevera portátil (199 €), de Fieldbar en Westwing.

Tumbona (5.940 €), de Jacquemus.



ESENCIA SPORTY

Los tejidos se vuelven ligeros y los patrones nacen para un verano marcado por la actividad.



PELUQUERÍA Y MAQUILLAJE: MATA VALENTÍ. ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA: MIGUEL SANCHO. ASISTENTE DE ESTILISMO CAROLINE CHENIVESSE. PRODUCCIÓN: ÁNGELA DEL VAL. AGRADECIMIENTOS: SABATIC GAVÀ MAR

TODO A PUNTO

El croché y los entramados reclaman su protagonismo en propuestas de aire bohemio y relajado.



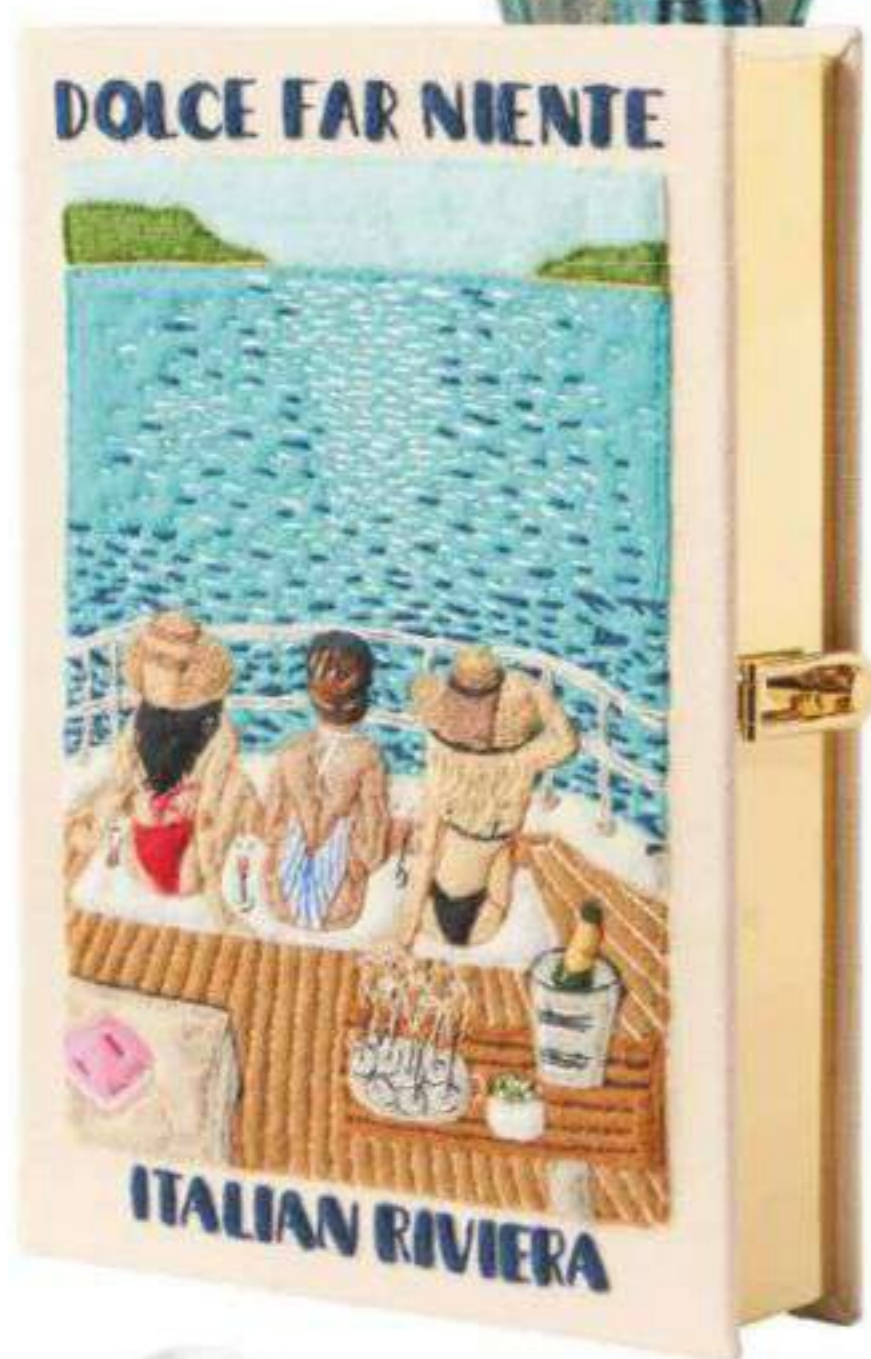
Auriculares (199 €), de Shokz.

Traje de baño (79,99 €), de Scalpers.

Clutch bordado (2.173 €), de Olympia Le-Tan.

Falda de punto (193 €), de Sandro.

Anillo de plata y citrino (145 €), de Jose Luis Joyerías.



El croché es el rey indiscutible del verano. En la imagen, bikini de triángulo y falda longuette, de Loewe Paula's Ibiza.



Eau de toilette Starlicious Pineapple Musk Shimmer (38,35 €, 75 ml), de Mugler.

Gorro de croché (c.p.v.), de Escorpion.

Sandalia plana (550 €), de Aquazzura.



UN VERANO A TODO COLOR

Energía, textura y actitud definen *Kurt's Cabana*, la colección de **Kurt Geiger** que reinventa el estilo vacacional desde una mirada fresca y maximalista donde cada accesorio se convierte en una declaración de identidad.

El verano pide otra actitud. Más libre, más instintiva, más visible. Esta temporada, esa energía se traduce en accesorios que no solo acompañan, sino que marcan el ritmo del look y se convierten en el centro. En esta atmósfera, la colección *Kurt's Cabana* de **Kurt Geiger** aterriza con una propuesta clara: transformar el guardarropa vacacional en un espacio de expresión contemporánea, donde el gesto lo es todo. Inspirada en la estética relajada de los clubes de campo retro y las escapadas estivales bañadas por el sol, la línea recupera ese imaginario de piscina, texturas de rizo, rayas y tardes infinitas, reinterpretándolo desde una mirada actual y sin complejos. No hay nostalgia como tal, sino una versión amplificada de este momento mágico del año: más sensorial y expresiva. Aquí, los accesorios asumen el protagonismo. Bolsos que capturan la luz, materiales que invitan al tacto y detalles que aportan movimiento elevan incluso los estilismos más sencillos. Cada pieza está ideada para aportar carácter y construir una narrativa propia. El icónico bolso *Kensington* se reinventa con nuevos acabados y tonos, manteniendo su esencia pero adaptándose a un contexto más lúdico y relajado. Los totes de gran formato responden a la versatilidad más actual, mientras que alpargatas, sandalias y chanclas se reinterpretan desde una mirada más elevada, donde lo funcional se encuentra con lo aspiracional. Además del diseño, lo que define la colección es su vibra.

Una forma de entender la moda que prioriza la autenticidad frente a la perfección, la expresión frente a la norma impuesta. Vestir deja de ser una cuestión de tendencia para convertirse en una determinación personal. En ese sentido, *Kurt's Cabana* conecta con una mujer cosmopolita que busca piezas con identidad, capaces de transformar lo cotidiano en algo especial. El uso del color, sus combinaciones y las texturas refuerzan esta idea. Tonos vibrantes y contrastes inesperados generan una experiencia que va más allá de lo visual. La moda se vive y se experimenta con la influencia de Londres como hoja de ruta. Un matiz que agrega diversidad, una actitud abierta, sin reglas, que invita a explorar y a reinterpretar el estilo propio. *Kurt's Cabana* plantea un verano entendido como un estado mental ligero y espontáneo donde el estilo nace desde el accesorio y se construye a partir de la intuición.

Este 2026, el look deja de construirse desde la norma y responde a una intención. Y ahí, propuestas como esta de Kurt Geiger —distribuida por El Corte Inglés— encuentran su lugar.



TEXTURAS, LUZ Y MOVIMIENTO

Las texturas son el centro de *Kurt's Cabana*: el rizo evoca verano y ligereza, las cuerdas aportan un matiz artesanal y los flecos introducen movimiento. Cada pieza se apoya en una paleta intensa de contrastes que invita a experimentar, donde rayas, acabados táctiles y combinaciones cromáticas construyen una estética rica, dinámica y muy visual. El resultado es una colección que no pasa desapercibida y que convierte el accesorio en el punto de partida del estilismo estival.

MARC CAIN



MICHAEL KORS



ERMANNO SCERVINO



CATARINA MINA



FREDERICK ANDERSON



UN PIE EN

LA PLAYA

Reivindicamos pisar la arena con un look pensado y bonito. ¿El combo infalible? Piezas caladas y pameles.

COLLAGE: JUAN PABLO CHIPE



RAFFAELA D'ANGELO

ISABEL MARANT

GABRIELA HEARST

DOLORES CORTES

MISS BIKINI





AMI PARIS

YCM

RALPH LAUREN

STELA JEAN

VIVETTA

MSGM

HÁBLAME.
MARINERA

Las rayas azules conforman el 'print' más particular de la estación, presente en vestidos, tops y camisetas.

DIOR

FELY CAMPO

RALPH LAUREN

STELLA MCCARTNEY

TOTEME

BLUMARINE

SIEMPRE

RADIANTE

No por típico el vestido blanco deja de ser relevante o apetecible. Largo o corto, es la opción estival favorita.

AL SON DEL FONDO MARINO

La moda se ha tomado el verano al pie de la letra y ha llenado de corales, conchas y peces de colores nuestros estilismos. Nos sumergimos en la inspiración más apetecible de la temporada.

TEXTO: ISABEL SERRA

Sirens just wanna have fun es, parafraseando la icónica canción de Cyndi Lauper, una síntesis perfecta de lo que haremos y seremos esta estación: sirenas que se lo pasan bien. También es el título que la firma italiana Vivetta ha puesto a su colección de primavera-verano 2026, en una clara declaración de intenciones: todas las prendas, al igual que los accesorios, remiten al mismo paisaje, el mar. Broches con forma de cangrejo, tacones que son erizos de mar, *prints* con motivos náuticos... Todo en la propuesta de la marca invita a proyectarse a pie de playa o incluso unos metros bajo el agua. Más literal fue Olivier Rousteing en su último baile para Balmain -dejó el puesto de director creativo en 2025, cediéndole el testigo a Antonin Tron-, cuyo desfile fue una sucesión de looks hilvanados por referencias provenientes del mar y del océano más profundo. Vestidos formados íntegramente por conchas y caracolas tintineantes, bolsos colmados de *charms* que no eran

otra cosa que mejillones, tops contruidos con arena... Todo remite a la costa, el lugar seguro del diseñador, según él mismo confirmaba tras la presentación. Esa fascinación por el océano y su mundo animal ha traspasado las Semanas de la Moda y ha llegado a nuestro armario y, sobre todo, a nuestro joyero. La influencia del universo subacuático en nuestros estilismos es tan evidente como refrescante y estiloso, con sandalias decoradas con texturas que imitan el coral, collares de estrellas, conchas impresionantes presidiendo colgantes de perlas e incluso vestidos tipo red.



OTTE



BALMAIN



MARC CAIN



Collar con detalle de coral (195 €), de Martha Calvo.



VIVETTA



DRIES VAN NOTEN



VIVETTA



CHLOÉ



LOEWE

BALMAIN

Sirenas

La literalidad con la que en Balmain ha plasmado la fiebre marina queda plasmada en este vestido, construido concha a concha, caracola a caracola. Otras marcas como Dries Van Noten o Chloé han sido más discretas, aprovechando los accesorios para sumarse a la tendencia.



Collar de perlas con charm (40 €), de Siargao Studio.

En detalle

La fascinación por el mar supone el origen y la razón de ser de algunas firmas. Es el caso de Siargao Studio, que nace de un viaje de su fundadora, Ana Barceló, a Filipinas y gira en torno a un mantra: la creencia de que el océano deja ciertas cosas atrás por una razón. ¿Será para que lleguen a nuestros joyeros mediterráneos? Sus piezas están protagonizadas por conchas recogidas de forma responsable en playas paradisíacas y combinadas con detalles especiales como perlas, lazos y encajes para crear, así, auténticas joyas.

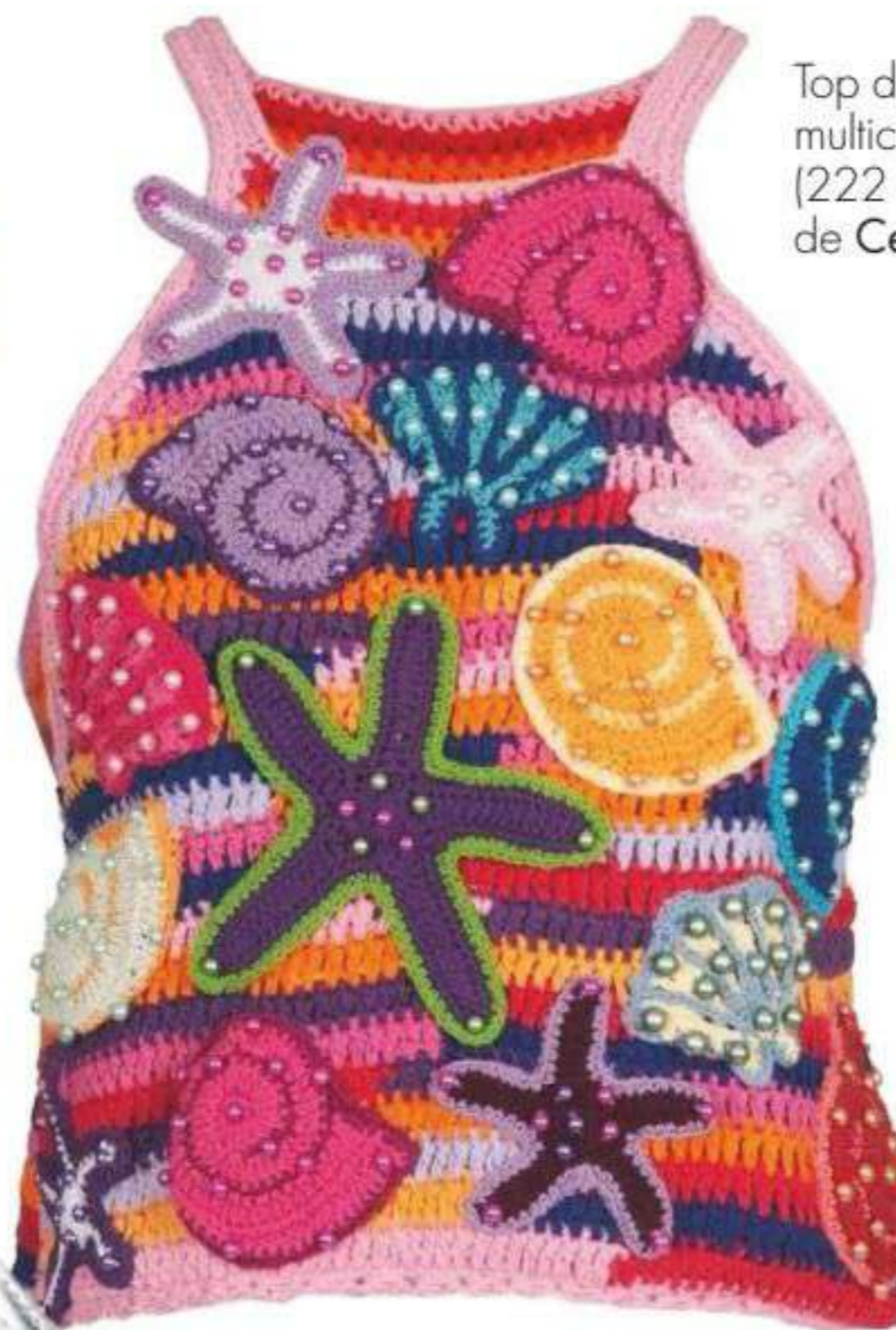
Collar de cuerda con charms (89,99 €), de Cashfana.



Bolso metalizado (c.p.v.), de Shein.



Top de punto multicolor (222 €), de Celia B.



Pendientes largos (68 €) de Bimba y Lola.



VIVETTA

Sandalia con detalles que imita el coral (950 €), de Gianvito Rossi.



Sandalia con tacón mejillón (580 €), de Simkhai.



VIVETTA

Vestido de playa de punto (1.190 €), de Missoni.



Pañuelo con pez de cerámica (19,99 €), de Zara.



Short con estrella (19,99 €), de Pull & Bear.

El fondo marino es al verano lo que las flores a la primavera: evidente, sí, pero apetecible. Podríamos considerar que Balmain ha sentado la "teoría" y puesto esta corriente en la hoja de ruta de la moda estival, pero son las marcas más accesibles y comerciales las que la han impulsado hacia nuestros roperos y joyeros de una forma efectiva y resultona. El mar baña nuestro armario a través de

estampados realistas -sirenas, estrellas, olas- o de tacones trampantojo con forma de molusco, como el que Simkhai ha integrado en sus sandalias plateadas. El mundo de los complementos es el más influenciado, pero la ropa también tiene su papel. Uno, eso sí, más sutil, que invoca el imaginario náutico a través de tejidos "red", cuellos marineros y pantalones bombachos. También mediante bordados de croché añadidos a shorts y tops o de detalles esculpidos con cerámica en forma de peces.



B

Refugio creativo

BALEARES

Antes, un oasis recóndito; ahora, un secreto a voces. El archipiélago balear lleva décadas siendo el escondite predilecto de algunas de las mentes más brillantes. Nos citamos con un selecto grupo de mujeres de la moda que ha encontrado allí un lugar donde parar y dar rienda suelta a su imaginación.

TEXTO: **AMALIA QUIROGA**



Un lugar en el que no existen los despertadores ni las mañanas a contrarreloj, esas en las que sales con el abrigo puesto y, cinco minutos después, te sobra en el vagón de metro que te lleva a la oficina. Una vez en ella, entre pantallas, ruido de tráfico y la sensación de que el día se te escapa entre tareas, pasan las horas hasta que, ya de noche, haces una parada rápida en el súper antes de volver a casa para empezar de nuevo al día siguiente. En este otro lugar -el mágico-, te despiertas con el canto de la abubilla y los rayos de sol te acarician mientras te desperezas entre unas gustosas sábanas de lino. Tras un paseo matutino por el mercado local, al que vas con un capazo de mimbre para comprar los ingredientes de la ensalada que te llevarás a tu cala favorita de aguas turquesas, la tarde se presenta ante ti para leer, dibujar, pensar, crear... simplemente vivir.

Unas pocas afortunadas del *fashion system* han encontrado en el archipiélago balear su refugio particular y, lejos de convertirse en un mero destino vacacional, este se ha transformado en hogar. Un enclave privilegiado en el que dan rienda suelta a su creatividad y donde, como coinciden todas, experimentan algo en el aire difícil de explicar con palabras. Y no son las primeras en sentirlo. Antes que ellas, muchos espíritus sensibles y creadores de épocas pasadas, como el pianista Frédéric Chopin o los genios literarios Robert Graves, George Sand, Rubén Darío o Camilo José Cela, también buscaron en estas islas un refugio para el alma, un lugar donde la belleza y el silencio se convierten en materia prima para crear.

DONDE LAS IDEAS ENCUENTRAN SU HOGAR

Una de las primeras en entenderlo ha sido Eugenia Silva. Para la *top* madrileña, que pasa casi más tiempo en aeropuertos y estudios de fotografía que en su propia casa, Formentera se ha convertido en un refugio emocional, un lugar donde el tiempo se detiene y cuya belleza salvaje la conquistó en pleno invierno, cuando no había turistas, ni ruido, ni distracciones. Allí, rodeada de pinos, higueras y un mar que parece pintado a mano, encuentra la calma que la vida profesional le roba. "Formentera me devuelve siempre a lo esencial: silencio, tiempo y una relación con la naturaleza y el bienestar. Todo funciona desde otro ritmo, y eso influye en cómo pienso, cómo descanso. Te obliga a bajar la velocidad, y al principio cuesta, sobre todo cuando vienes de Madrid, Nueva York... donde todo es urgente y todo es ruido". La historia de su refugio íntimo y secreto se enlaza con la de otras mujeres que, como ella, han encontrado en las islas un espacio para respirar, un lugar donde la vida se vive sin prisa y donde la creatividad se enciende sin esfuerzo.

Entre ellas está la diseñadora argentina Sofía Sánchez de Betak, cuyo espíritu nómada encontró en Mallorca un ancla inesperada. "Me siento muy acogida, la gente es muy amigable, la energía es muy positiva, la naturaleza es sublime y la comida es deliciosa. Aquí hay buen *sabor* por la vida". Acostumbrada a vivir entre grandes ciudades cosmopolitas, la isla le ofrece un ritmo distinto, más humano. Allí, descalza, sin prisa, cocina, hace yoga y deja que las ideas lleguen sin forzarlas. Y es que la creatividad necesita silencio, pero también belleza, y ambas cosas abundan en Baleares. Un lugar donde la naturaleza marca el ritmo y donde la vida se siente más auténtica.

La conexión con la naturaleza es también lo que llevó a la modelo estadounidense Arizona Muse a cruzar el charco para instalarse en Ibiza. Activista medioambiental y fundadora de Dirt, su organización dedicada a promover la agricultura regenerativa, encontró en "la isla bonita" un lugar donde sus

valores y su vida podían alinearse a la perfección. Para ella, “es el lugar perfecto para abrirse a la Tierra, al mundo y a la espiritualidad”.

Algo similar le ocurre a la modelo Inguna Butane con la misma isla. La letona viajó de vacaciones por primera vez hace dos décadas y, simplemente, se enamoró. Años después, encontró una casa payesa perdida en mitad de la montaña de Sa Talaia, la rehabilitó y la convirtió en su gran tesoro. Allí descubrió un ritmo y una serenidad que no existen en ningún otro lugar. La belleza de la isla, la energía que desprende y, sobre todo, la gente que la habita fueron decisivas. “Esta isla atrae a una comunidad muy especial de gente creativa; es realmente inspiradora”. Lo que más le sorprende es su profunda sensación de paz: “Unos pocos días en esta tierra fueron tan relajantes como dos semanas en otro lugar”. En esa casa de campo restaurada, Inguna dibuja, escribe y desarrolla proyectos personales que solo podrían haber nacido en un entorno así. Ibiza, con su paisaje casi intacto, se convierte para ella en un estudio al aire libre donde la creatividad fluye sin esfuerzo y donde cada paseo por el campo o la playa se transforma en inspiración.

La modelo alemana Vanessa Breuer representa otra forma de vivir la isla: la familiar. Instaló su hogar en Ibiza hace años, donde cría a sus hijas en contacto directo con la naturaleza. Su historia demuestra que Baleares no es solo un destino para desconectar, sino un lugar donde muchas encuentran la posibilidad de empezar de nuevo.

LA MODA QUE RESPIRA MEDITERRÁNEO

La influencia de las islas no se limita a los modelos ni a su necesidad de escapar de agendas frenéticas. También ha conquistado a diseñadoras y marcas de moda extranjeras que han encontrado en Baleares una fuente de inspiración inagotable. La creadora de la firma francesa Sessùn, Emma François, reside en Marsella, aunque lleva años enamorada de la artesanía balear y tiene su segunda residencia en la isla de Menorca. Los tejidos naturales, los colores tierra y las piezas hechas a mano por artesanos locales inevitablemente se filtran en todas sus colecciones, que respiran un aire mediterráneo inconfundible.

Algo parecido ocurre con Ba&Sh, la firma parisina fundada por el dúo de amigas Barbara Boccara y Sharon Krief, que ha convertido Ibiza en escenario habitual de sus campañas y en un punto creativo clave. La energía femenina de la isla, dicen, es imposible de ignorar. En palabras de Barbara, “en Ibiza tienes la sensación de que todo es posible desde el momento en que llegas. Hay una luz casi sobrenatural, incluso en invierno, una calidez dorada que lo envuelve todo. Y luego está el espíritu cosmopolita del lugar; la gente viene de todos los rincones del mundo, traen consigo sus culturas, sus estilos, sus historias. Y, sin embargo, todos encuentran allí su propia libertad”. Esa conexión la llevó incluso a establecer allí su propio hogar: “Hay algo en tener tu propio espacio en la isla que hace que la relación con ella sea mucho más íntima”.

La lista continúa con mujeres que han hecho de las islas un refugio para pensar, crear y vivir. Blanca Miró pasa largas temporadas en Menorca. “Es gran parte de mi vida, mi infancia, y guardo recuerdos llenos de nostalgia. Es una isla que tiene algo más especial que el resto, al menos para mí. Cuando la piso siento que entro en un estado de paz muy puro. Parece como si el tiempo se detuviera”. Allí encuentra la claridad mental que necesita para

dirigir su característica y colorida firma de moda La Veste.

Por su parte, Mónica Anoz tiene el corazón dividido entre Ibiza y Menorca. “Ibiza para mí es libertad y creatividad. Tiene una energía muy especial, muy magnética, que siento desde pequeña. Me inspira muchísimo esa mezcla entre naturaleza salvaje, gente creativa y esa sensación de desconexión total”. Menorca, en cambio, le ofrece otra cosa: “Es una isla más silenciosa, más pausada y con una belleza muy pura. Allí siento que realmente bajo el ritmo y reconecto conmigo”. Ambas han sido clave para la creación de su firma de sandalias y complementos artesanales, The Trench: “El espíritu mediterráneo está en absolutamente todos los detalles: en las texturas naturales, en los tonos tierra, en los acabados hechos a mano y en esa idea de lujo relajado que no necesita exagerar nada”.

El recorrido no estaría completo sin mencionar a tres diseñadoras cuya obra está profundamente ligada a Baleares. Sybilla, una de las creadoras más influyentes de la moda española, encuentra en la sierra de Tramuntana, en Mallorca, la perspectiva que necesita para crear. Y después de la pionera Smilja Mihailovitch, la princesa serbia que

creó el primer desfile de moda ibicenca *adlib* en 1971, llegó la sevillana Charo Ruiz, que puso el primer pie en Ibiza en los años 70, cuando aún era un paraíso *hippy* desconocido. Ella es quien mejor encarna la esencia del archipiélago. Su trabajo, lleno de luz, color blanco y libertad, no podría existir sin la isla. “En Ibiza siempre es fácil inspirarse. Después de tantos años, sigo encontrando inspiración en esa manera tan auténtica de vivir, en lo sencillo, en lo femenino y en lo espontáneo, algo que sigue emocionándome igual que el primer día”. Desde su atelier ibicenco desarrolla todas sus colecciones, siempre fiel a una visión ligada al *slow fashion* y al valor de la calidad y la artesanía.

Todas ellas, desde modelos internacionales hasta diseñadoras icónicas, coinciden en lo mismo: el archipiélago tiene algo intangible, una mezcla de luz, calma y belleza que no se puede explicar del todo con palabras. Un lugar donde la creatividad respira, donde el tiempo parece pararse, donde la vida se vive sin prisa. Un refugio. Un hogar. Un punto de partida para crear, soñar y, si lo deseas, volver a empezar.

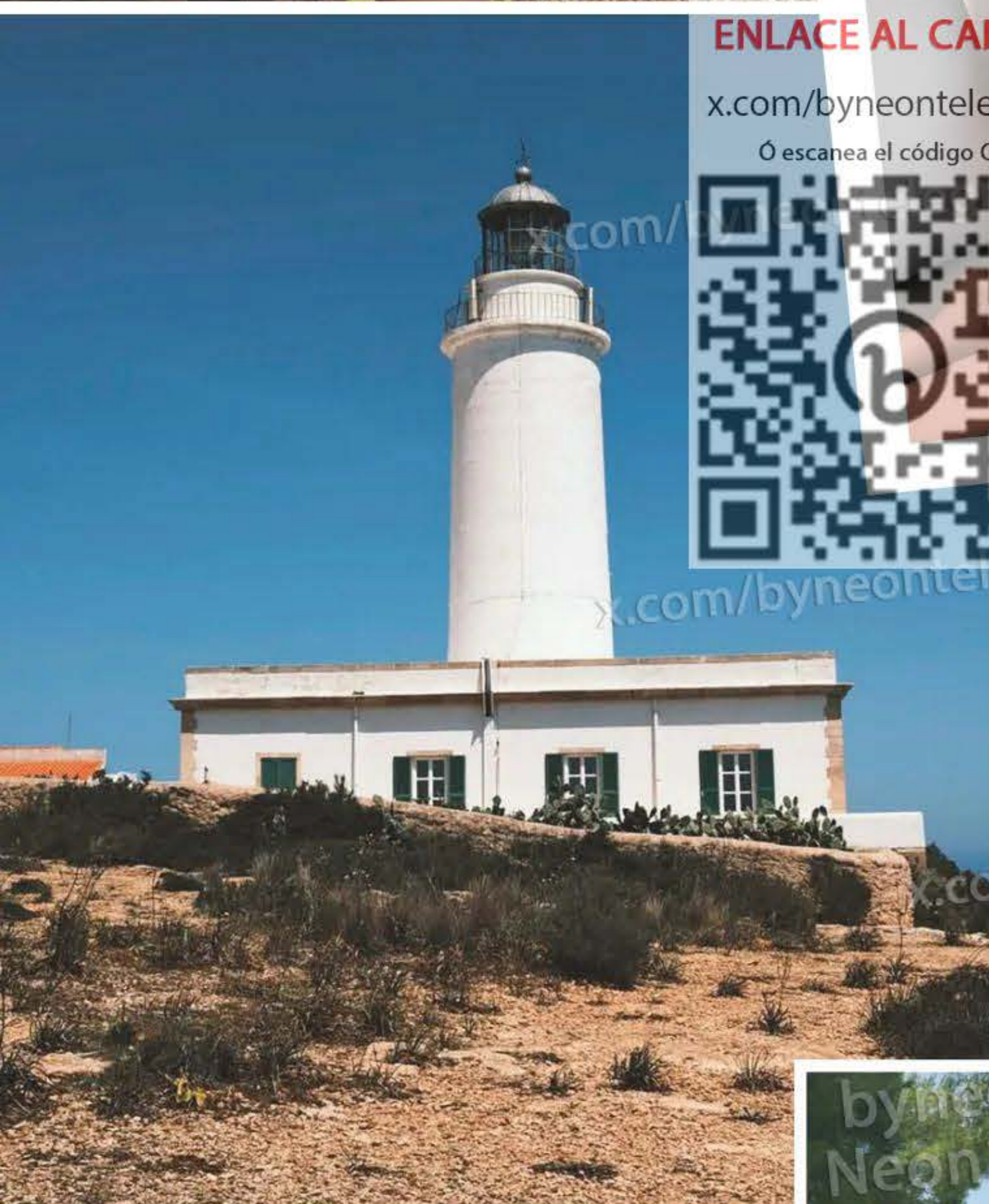
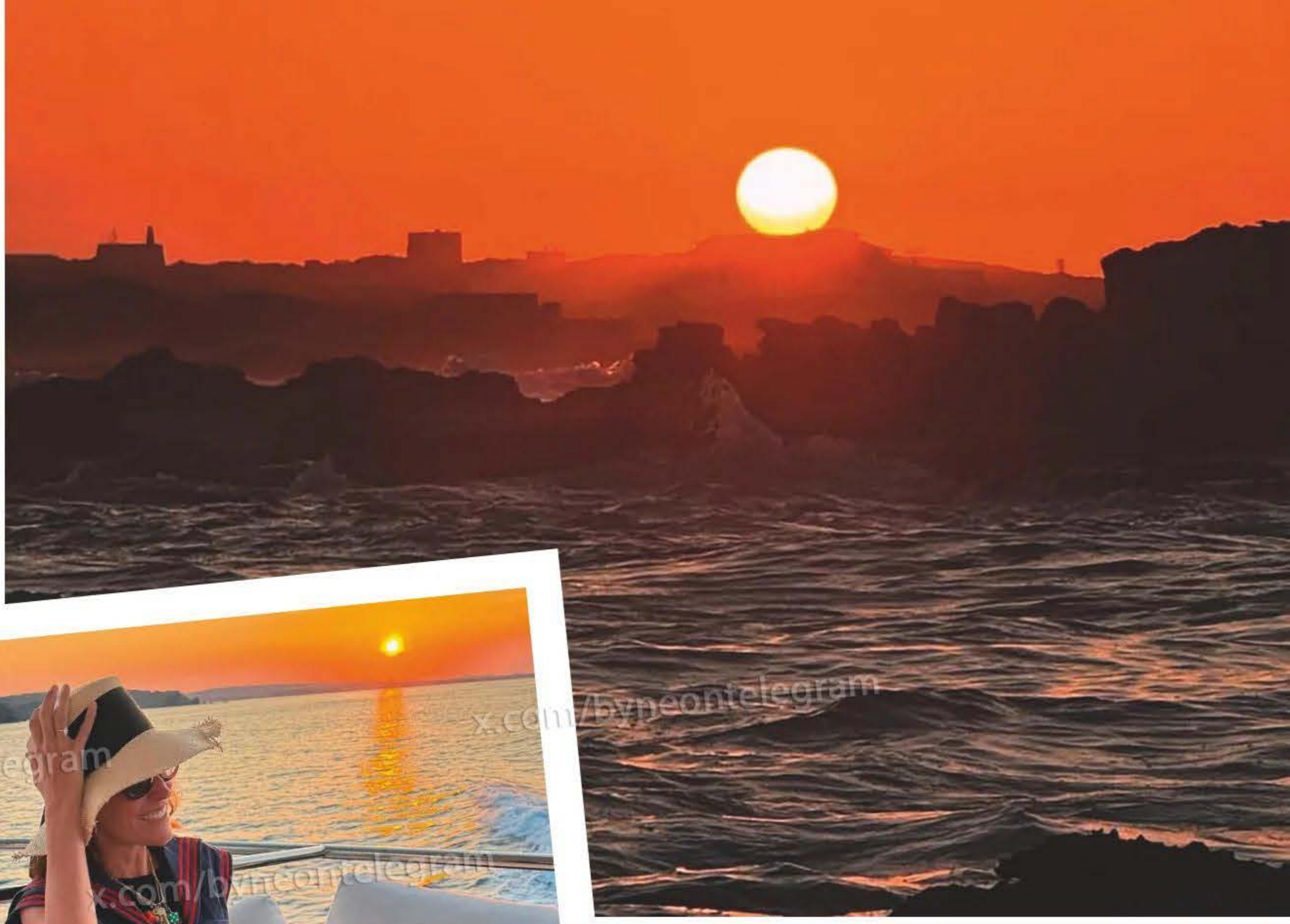
Claves

LIBERTAD

El movimiento *hippy* floreció en las islas Pitiusas a mediados de los 60 y dotó al archipiélago de unas fuertes señas de identidad que aún hoy se conservan: la artesanía, la moda *adlib* o la búsqueda de la espiritualidad.

EL ENTORNO

Los azules, en todo su espectro cromático; la montaña; la arena blanca, y el silencio han hecho de este enclave una fuente inagotable de inspiración para creadores y marcas.



ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegam

Ó escanea el código QR:

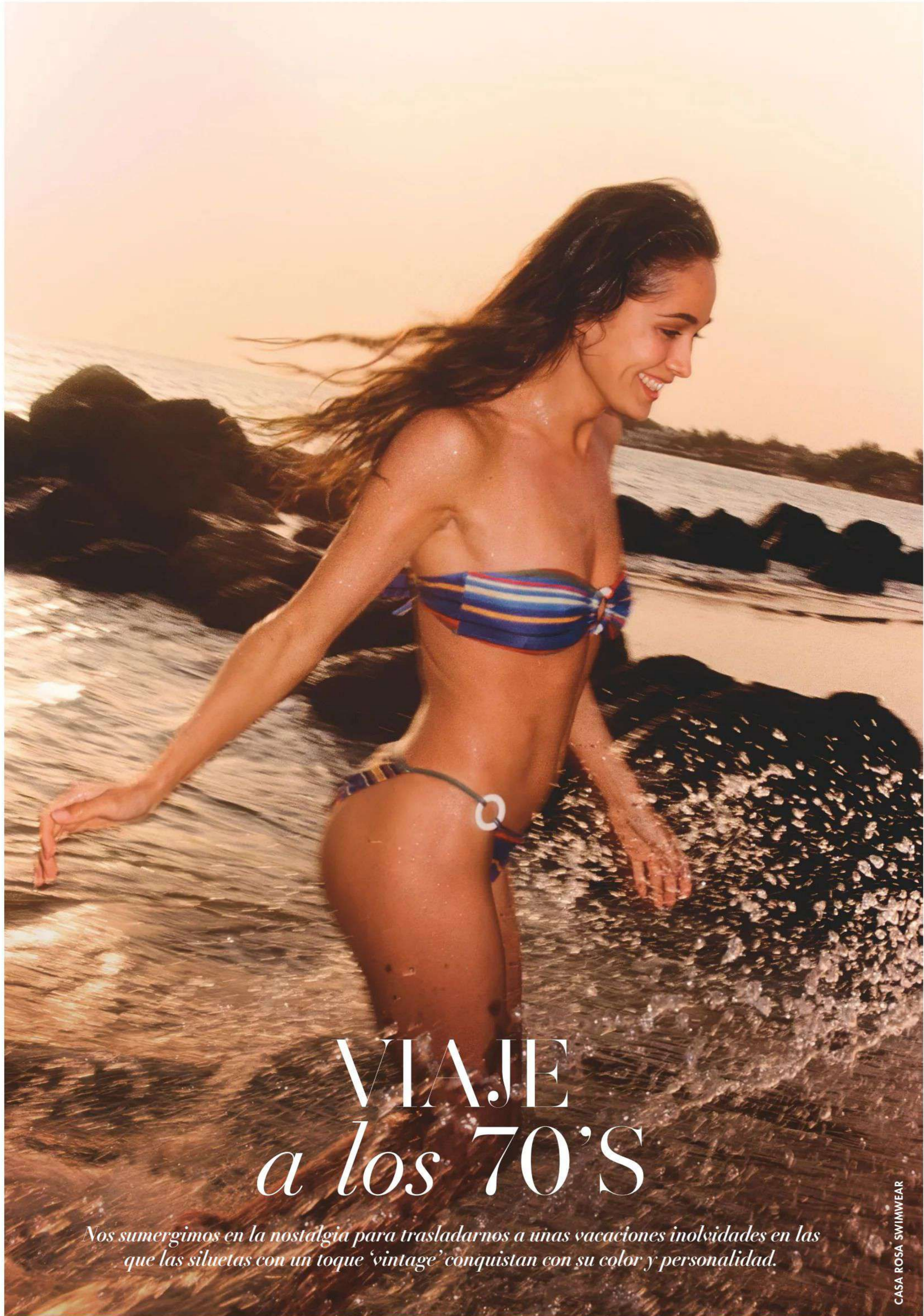


DONDE LA MENTE FLUYE

De izquierda a derecha y de arriba abajo: Mónica Anoz, Blanca Miró, Eugenia Silva, Charo Ruiz e Inguna Butane. Para ellas, el archipiélago balear se ha convertido en un paraíso no solo donde desconectar del ruido de la ciudad, sino donde la creatividad y las ideas fluyen solas sin esfuerzo, invitándolas constantemente a dejar volar la imaginación.



FOTOS: CARLOS VILLAREJO, @BLANCAMIRO, @EUSILVA, PIPI HORMAECHEA



VIAJE *a los 70'S*

Nos sumergimos en la nostalgia para trasladarnos a unas vacaciones inolvidables en las que las siluetas con un toque 'vintage' conquistan con su color y personalidad.

CASA ROSA SWIMWEAR



Bikini de rayas (49 € cada parte), de The Tiny Big Sister.



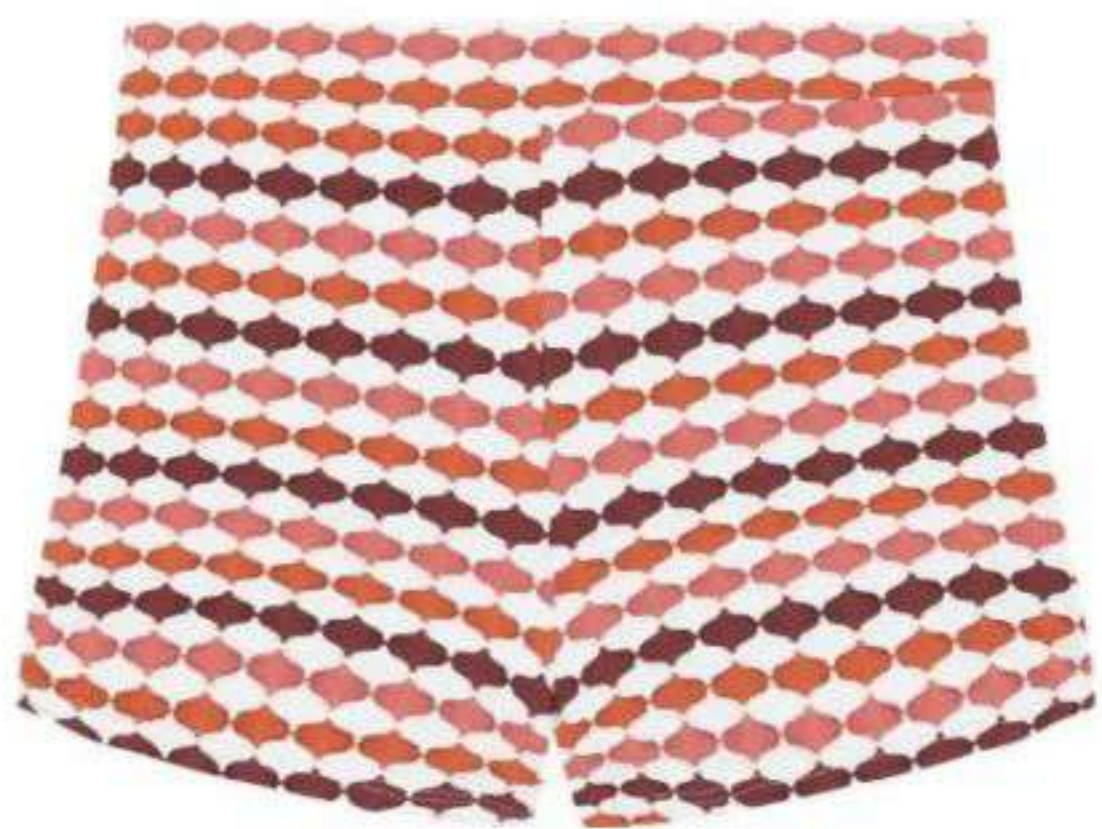
Camisa de tejido toalla (185 €), de La Veste.



Bolso de cuentas (405 €), de Staud.



Diseño estampado (top: 46 €; pantalón: 43 €), de Bohodot.



Mule de PVC (450 €), de Jimmy Choo.

FIEBRE RETRO

Los estampados psicodélicos llegan para hacerte enloquecer.
El croché pone la nota 'boho' a los complementos.



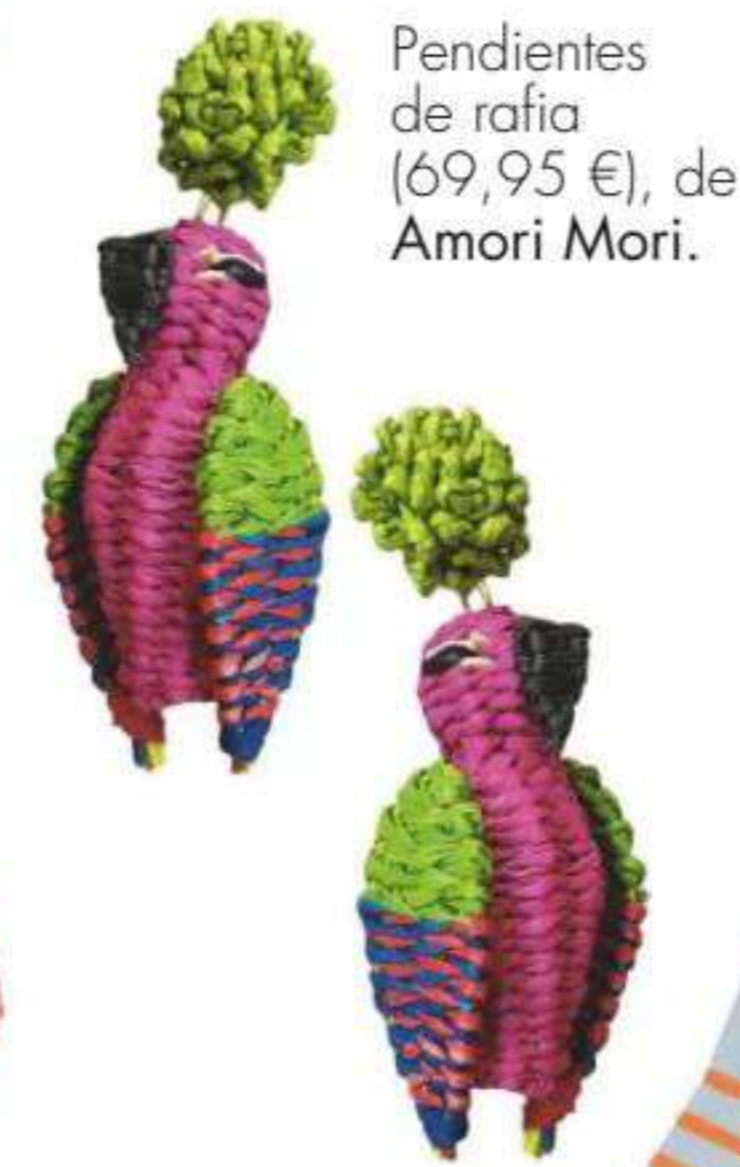
Pantalón de croché (160 €), de Bananhot en Mytheresa.



Casquete de croché (25 €), de Foránea.



Traje de baño con botones (138 €), de Mommyloves.



Pendientes de rafia (69,95 €), de Amori Mori.



Gafas de sol ovaladas (15,99 €), de Parfois.



Collar de cuentas (22,99 €), de Mango.

Bolso de rafia (490 €), de Jacquemus.



Caftán (140 €), de Maria de la Orden.



Shorts de flores (69,90 €), de Cantê.



Sandalia con plataforma (198 €), de Kurt Geiger.



Rumbo al VERANO

¿A qué rincón mediterráneo te escapabas estas vacaciones? Tanto si descubres las islas Baleares como si viajas a la costa italiana, tenemos el look perfecto para ti.



Top cruzado (29,99 €), de Bria.

Vaqueros blancos (69,90 €), de Silbon.

Bailarinas de charol (249 €), de Pretty Ballerinas.



Blusa romántica (17,99 €), de Stradivarius.

Top halter (54,95 €), de Wild Pony.

Pantalón tipo bermuda (45,95 €), de Zara.



EL ESCOTE TENDENCIA



Cap Ferrat

Este idílico puerto de la Costa Azul impone una estética de inspiración náutica fácil de replicar: combina azul marino y blanco.

ELEVA EL LOOK



Sombrero de rafia (39,95 €), de Lola Casademunt.



Sandalias de tacón (39,99 €), de Ulanka.



Bolso trenzado (35,99 €), de Mango.



Bailarinas suaves (39,99 €), de Parfois.

EL BLANCO NO PIERDE RELEVANCIA, SINO QUE SE

ADAPTA A LAS TENDENCIAS DE TEMPORADA

Vestido bordado (380 €), de Celia B.



Vestido minimal (79 €), de &Other Stories.



Juego de pendientes irregulares (35 €), de COS.

Pañuelo (25 €), de Sézane.



Bermudas (29,90 €), de Uniqlo.



Sandalia con pompón (209 €), de Lodi.

Ruta en CERDEÑA

Es la isla más codiciada y su paisaje invita a abrazar la sencillez a través de vestidos de lino, pañoletas blancas y pendientes de perlas.



Bolso alargado (120 €), de LaTouche en El Corte Inglés.



CALVIN KLEIN

Tour por *MENORCA*

Recorrer la isla balear más salvaje y desconocida de norte a sur tiene sus premios: el hallazgo de una playa desierta, un atardecer inolvidable junto a un faro o una cena en pleno puerto.



Vestido malva (69,99 €), de Sfera.



Bolso de croché (79,99 €), de Scalpers.



Sandalia trenzada (79,95 €), de Giuseppe.



CHLOÉ



Top floral con encaje (59 €), de Bohodot.



Vestido corto con volantes (99 €), de H&M.



TOQUE BOHEMIO

Minifalda boho con brillantes (29,99 €), de Bershka.

PIEZAS CLAVE



Gafas de sol XL (89,99 €), de Pedro del Hierro en Opticalia.



Alpargatas de yute (95 €), de Macarena.



Broche (14,99 €), de Misako.



Anillo con perlas (149 €), de Tous.

GRECIA. VIAJE TOTAL: PLAYAS AZULES,

PUEBLOS CON ENCANTO Y MUCHA HISTORIA



Collar de cuerda (55 €), de Viceroy.

Capazo clásico (29,95 €), de El Corte Inglés.

Gafas de sol (135 €), de Jimmy Fairly.

Vestido midi (149 €), de eseOese.



Vestido fruncido (39,99 €), de Easy Wear en El Corte Inglés.



Isla de RODAS

El color marrón se impone este verano como el tono de moda. Favorece a todas y resalta el bronceado que te regalará el Adriático.



Cinturón metálico (15,99 €), de Pull & Bear.



Sandalias marrones (7 €), de Kiabi.



MICHAEL KORS

— ESTILO en la CALLE

Ligeros, femeninos, infalibles. Así son los vestidos -de día y de noche- que definen un verano sin esfuerzo, pero de máxima sofisticación.

TEXTO: AMALIA QUIROGA

Escote ganador

En forma de corazón, cuadrado, halter, con cut-outs... Este año triunfan todas las formas. Encuentra la que más te favorezca y será tu comodín para dar con el diseño perfecto.



MAÑANAS A COLOR

Además del eterno blanco 'adlib', regresan los estampados. Los cuadros 'vichy' y las flores son apuesta segura, junto a notas sólidas y potentes en tonos intensos como el rojo.





**Una prenda,
mil estilos**

¿Eres una chica boho o minimal? El vestido de verano consigue llegar a todos los armarios sin importar cuál sea tu tendencia predilecta.



Gafas de sol (119 €), de Lola Casademunt.

Collar largo (69 €), de Viceroy.

Vestido de rayas (195 €), de Sophie and Lucie.



Sandalia metalizada (69,95 €), de Gioseppo.

Diseño de cuadros vichy (c.p.v.), de Maràvic.





**Esencia
lencera**

El slip dress de aire 90's sigue conquistando, décadas después, por su sencillez y su elegancia impecable.



NOCHES CON CARÁCTER

Las más atrevidas acortan el largo y las clásicas conservan el 'midi', pero todas apuestan por tejidos especiales: satén, encaje, 'paillettes'. Es la ocasión perfecta para brillar.





La gama de los "fríos"

Los azules, junto al negro eterno, se imponen como la opción más depurada para sumar un toque de *coolness* a las noches cálidas.



Pendientes de oro blanco y diamantes (c.p.v.), Tiffany & Co.



Vestido mini de paillettes (4.500 €), Prada.



Casquete joya (210 €), Sach Atelier.



Diseño multicolor (430 €), Aje en Net-a-Porter.



Bolso con tachuelas (450 €), de Staud.



Mule metalizado (1.100 €), Bottega Veneta.



LA LA

LLEGA PARA QUEDARSE

En apenas un año, Cala Moragas se ha convertido en un referente en la industria y en el rostro de una nueva generación de modelos. También ha encontrado su lugar favorito en el mundo: la moda.

PRODUCCIÓN: **INÉS DOMEcq** FOTOGRAFÍA: **CHESCO LÓPEZ** TEXTO: **ISABEL SERRA**



OBRA DE ARTE

Sobre estas líneas, Cala posa con un impresionante diseño realizado en mimbre, de **Candelas y Felipa**, en colaboración con la Cestería Marcilla.

“MIS INICIOS
FUERON SERIOS
DESDE EL
PRIMER DÍA.
NUNCA TUVE
TIEMPO DE
PREGUNTARME
SI IBA A
FUNCIONAR
O NO”



JUEGO DE ESCOTES
En la imagen, la
modelo lleva top,
falda y gabardina,
todo de **Max Mara**,
y zapatos de
Ferragamo.



ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

Ó escanea el código QR:



EL ENCANTO DE UN VESTIDO BLANCO
Sobre estas líneas, Cala Moragas luce un diseño satinado y asimétrico, de Dior.

“TODAVÍA NO
TENGO UN LUGAR
QUE SIENTA
COMPLETAMENTE
MI CASA. SIGO
BUSCÁNDOLO”





TALENTO PATRIO

La modelo española defiende, sobre estas líneas, un *total look* de **Sportmax**, compuesto por gabardina, top y pantalón. En la otra página, lleva un vestido metalizado y zapatos de ante, de **Versace**.



“ESTUVE EN EL ÚLTIMO *SHOOTING* DEL FOTÓGRAFO MARTIN PARR.
LO RECUERDO CON TRISTEZA, PERO CON MUCHO ORGULLO”



A PIE DE PISCINA

En la otra página, Cala posa con vestido de **Fendi**, sandalias rosas de **Aquazzura**, reloj de **Rolex** y joyas de **Chaumet**. Sobre estas líneas, lleva bikini de **Etam** y vestido y accesorios de **Ferragamo**.

“NO
CAMBIARÍA EL
SER MODELO
POR NADA
DEL MUNDO”

MERIENDA DE VERANO
En esta página, Cala
con bikini, camisa,
botas y pulseras,
todo de Isabel Marant.

SIN APRIFICIO

Entre encajes, algodones orgánicos y colores acuarela, disfrutamos con estilo de unos días de vacaciones a la orilla del Mediterráneo de la mano de la 'top' alemana Kim Riekenberg.

PRODUCCIÓN: **THE CREW** FOTOGRAFÍA: **ROSA COPADO**



**LA BELLEZA
DE LO NATURAL**

La top Kim Riekenberg posa con camisa semitransparente de **Sfera**, sobre *bralette* de encaje de **Etam**, jeans de **Isabel Marant**, pulseras de cuero de **CXC** y anillo de **Yliana Yopez**.



COLOR ACUARELA
Junto a estas líneas,
la modelo con una
de las tendencias
top del verano: los
vestidos que simulan
la técnica de
pintura. El diseño es
de **Zimmermann**
y los collares, de
Silvia Tcherassi.



MOTIVOS FLORALES ESTAMPADOS
O APLICADOS PROTAGONIZAN
DISEÑOS LIGEROS QUE FACILITAN
TODO MOVIMIENTO

LUCIR PIEL

El verano junto al mar pide ligereza y frescura. A la izquierda, la modelo, con camisa de **eseOese**; shorts de **Dsquared2**; collar de **Ba&sh**, y de cadenas de **Etro**, y corbata de **Federica Tosi**. A la derecha, con vestido de **Johanna Ortiz**.



EL BORDADO ES EL DETALLE POR EXCELENCIA, QUE NOS RECUERDA LA BELLEZA DEL LEGADO ARTESANAL DE LOS PUEBLOS QUE MIRAN AL MAR

LOS VESTIDOS
BLANCOS
VAPOROSOS,
CON UN TOQUE
ROMÁNTICO,
CONVIERTEN
EL ESPÍRITU
ADLIB BALEAR
EN EL COMODÍN
VERANIEGO



**BLANCO
LUMINOSO**

Con sus inmensos matices, el color de la luz define un estilo relajado y liviano con el que acertarás en todas tus citas estivales.

A la izquierda, vestido calado de **Twinsset**. Junto a estas líneas, conjunto formado por *camisa cropped* y falda coordinada, de **Zaitegui**. Las alpargatas son de **Castañer**.



Alemana afincada en Mallorca, a Kim Riekenberg no le queda rincón del mundo por tachar en su agenda. Tras haber desfilado para Balmain y Alexander Wang, pronto verá la luz su firma de joyas, GEMELLE Jewellery, de la que es cofundadora. Sus casi 1,80 m de altura, su rostro angelical y una forma de posar rebosante de personalidad la han convertido en una de las modelos más buscadas. Y eso que fue descubierta por casualidad, en un restaurante de Hamburgo, tras un día de compras. Aquella adolescente que nunca pensó que podría dedicarse al modelaje ha tenido que pellizcarse varias veces ante hitos profesionales que aún hoy le parecen un sueño, como aparecer en la portada de la icónica *Sports Illustrated* o trabajar ante el objetivo de Peter Lindbergh. “Me permitía mostrar mi personalidad y no solo posar. Tenía esa magia. Buscaba honestidad y emoción ante la cámara. Esas experiencias me enseñaron que la autenticidad es mucho más poderosa que la perfección”, cuenta. Otra lección que ha marcado su forma de posar la aprendió del *ballet* clásico, disciplina a la que se dedicó en su juventud y que le dio consciencia corporal. “El movimiento juega un papel clave en mi trabajo y los equipos suelen notar mi desenvoltura en este aspecto”. Adora su trabajo, pero lo que más le gusta es pasar tiempo con su familia, en especial con su hijo. “Lo ha cambiado todo de la manera más bonita. Reordena tus prioridades. De pronto, la vida significa mucho más que el éxito profesional”. **SILVIA G. LUENGO**

TOQUE BOHEMIO
 Junto a estas líneas, la *top* alemana Kim Riekenberg posa con vestido y pañuelo de **Emporio Armani**, y collares de la misma firma y de **EsseOEsse**.

ASISTENTE DE FOTOS: MARÍA CONDE. ESTILISMO: INÉS ESNAL. MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA: RICARDO CALERO



ENSOÑACIÓN

Como en un cuadro costumbrista, las modelos Kim Riekenberg y Eugenia Silvia posan con vestidos con volantes de **Teresa Helbig**, joyas de **Rabat** y alpárgatas de **Castañer**.

C ISNES & LAZOS

*Allegra y Cecilia Hohenlohe son las hermanas que todas queremos ser.
Nos citamos con ellas, con su buen humor y con la nueva colección
'Dioriviera 2026' en una soleada mañana a orillas del lago.*

PRODUCCIÓN: **INÉS DOMEQ** FOTOGRAFÍA: **CHESCO LOPEZ** TEXTO: **ISABEL SERRA**

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

Ó escanea el código QR:

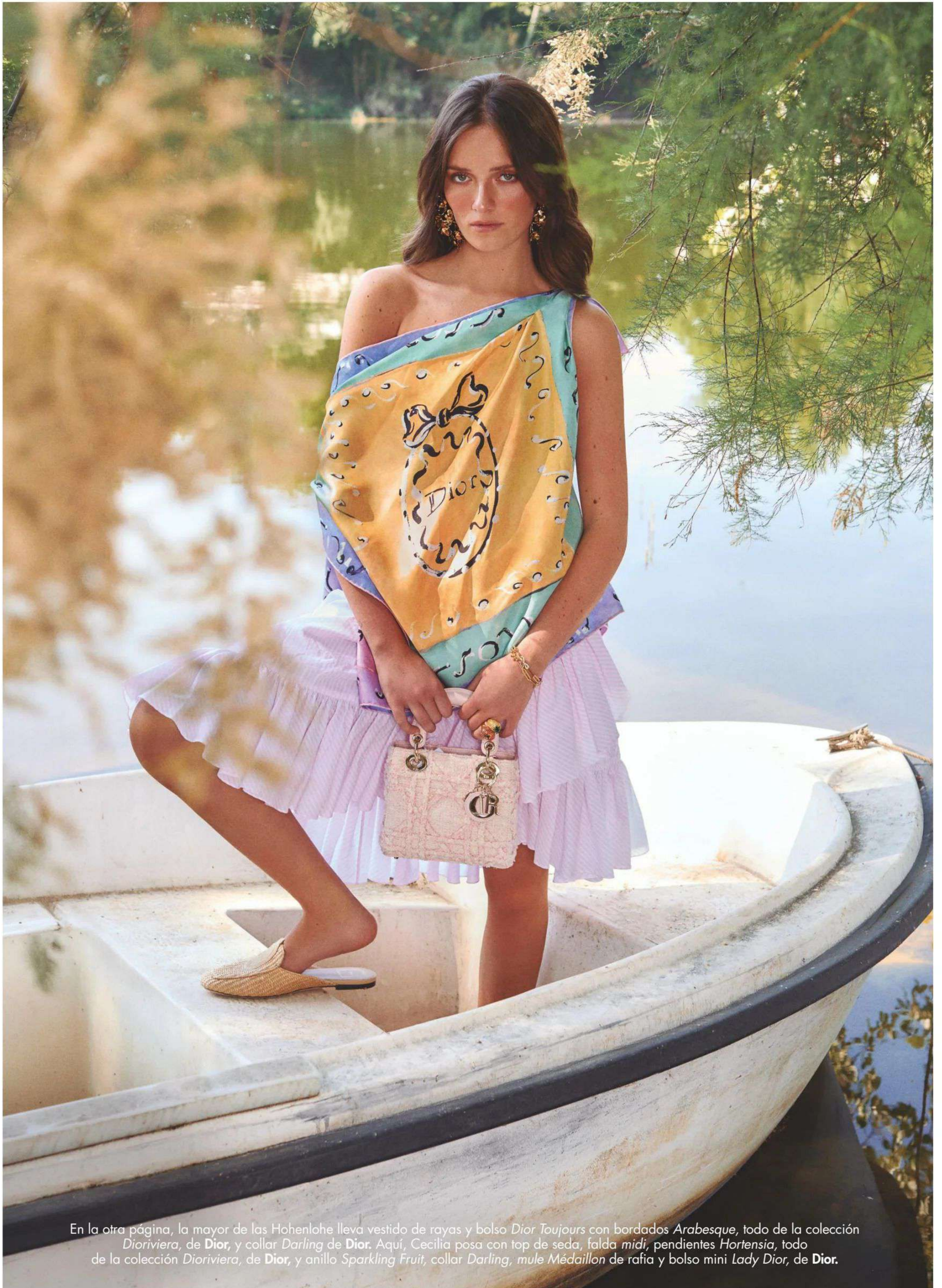




A la izquierda, Cecilia lleva suéter Dior Médaille, falda midi con motivo Arabesque y bolso mini Lady Dior, todo de la colección Dioriviera, de Dior, y anillos Sparkling Fruit, de Dior. A su lado, Allegra luce un vestido midi con estampado Dior Arabesque, pendientes Hortensia y bolso Book Tote con print Dior Arabesque, todo de la colección Dioriviera, de Dior.

“CUÁNTO MÁS
TIEMPO PASAMOS
JUNTAS, MÁS
A MENUDO
PENSAMOS
LO MISMO”





En la otra página, la mayor de las Hohenlohe lleva vestido de rayas y bolso *Dior Toujours* con bordados *Arabesque*, todo de la colección *Dioriviera*, de **Dior**, y collar *Darling* de **Dior**. Aquí, Cecilia posa con top de seda, falda *midi*, pendientes *Hortensia*, todo de la colección *Dioriviera*, de **Dior**, y anillo *Sparkling Fruit*, collar *Darling*, mule *Médaille* de rafia y bolso mini *Lady Dior*, de **Dior**.

LA MAÑANA TRANSCURRE ENTRE LAGOS Y MUELLES. PASAN CISNES Y ALGÚN CONEJO DESPISTADO, ATRAÍDOS POR LA DULZURA DE LAS HOHENLOHE Y DE LOS TONOS PASTEL QUE TIÑEN Y DEFINEN LA COLECCIÓN 'DIORIVIERA' DE DIOR





En la otra página, la pequeña de las Hohénlohe luce chaleco de punto, minifalda con *print Arabesque*, de la colección *Dioriviera*, de **Dior**; anillo *Sparkling Fruit*, bolso *Lady Dior* en tamaño pequeño y mules *Médaillon*, todo de **Dior**. Sobre estas líneas, Allegra lleva vestido de rayas y bolso *Book Tote* con bordado *Painted Ribbon*, de la colección *Dioriviera*, de **Dior**; anillos *Sparkling Fruit*, collar *Darling* y mules *Médaillon*, todo de **Dior**.



Cecilia luce camisa de lino, bañador de dos piezas rosa, sombrero Cannage Teddy-D, bolso Book Tote con bordados Bows Latte, todo de la colección Dioriviera, de Dior, y anillo y collar Sparkling Fruit, todo de Dior.

“TENEMOS LA SUERTE DE
QUE EN CASA SIEMPRE SE
HA VALORADO TODO LO
RELACIONADO CON EL ARTE”



A la izquierda, Allegra posa con suéter Médaille, cárdigan Marinière, mule Woven y sombrero Cannage Teddy-D de la colección Dioriviera, de Dior. Lo combina con pantalón azul y bolso Médaille mediano, también de Dior. A su lado, Cecilia lleva blusa de volantes y falda midi de la colección Dioriviera, de Dior, y con chaqueta Bar Médaille, cinturón Médaille y bolso bombonera Médaille, todo de Dior.



Allegra y Cecilia Hohenlohe no son mellizas, pero su complicidad confunde. Se llevan poco más de un año, comparten la misma mirada turquesa y piensan (e incluso muchas veces sienten) de forma idéntica. “Es muy fuerte, sobre todo cuanto más tiempo pasamos juntas. Nos terminamos las frases, nos apetece lo mismo...”, cuentan minutos antes de que empiece esta sesión y esperan, entre zapatos y bolsos colmados de lazos y flores, todos de la colección *Dioriviera 2026* de Dior. De ella se fijan en los mismos zapatos, unos *mules* de rafia con bordados que no querrán quitarse para las fotos y que se llevarían a todos los planes. “Son preciosos. Nuestra pieza favorita. Pegan con todo y los vemos como un *must* para el verano”, opinan sobre este accesorio de la firma. Llevan años separadas -Allegra, la mayor, estudió en Inglaterra hasta que se mudó a Madrid para entrar en la universidad y ya asentarse, justo cuando Cecilia aterrizaba en el país británico desde Marbella-, pero su apego es inquebrantable. Siguen siendo un *pack*. “Cuando me preguntan por mi vida, respondo en plural”, confiesa la pequeña, demostrando que, a pesar de la distancia, no conciben su vida sin ese “nosotras”.

Las hermanas Hohenlohe hablan todos los días por videollamada y comparten el mismo grupo de amigas, además de una afición confesa por comer y descubrir nuevos bares y restaurantes. “Ahí se va todo nuestro dinero”, ríen. También tienen a medias un recuerdo que guardarán para siempre: el de la fiesta que, en julio de 2025,

“EN NUESTRA FAMILIA SE NOS HA INCULCADO QUE ES MEJOR TRABAJAR EN LO QUE NOS GUSTA Y YA DE AHÍ VENDRÁ EL ÉXITO”

de Marbella, donde crecieron; del colegio St. Mary’s School, en Ascot, donde estudiaron; de Escocia, donde Cecilia cursa Historia del Arte; de Francia, donde Allegra estuvo trabajando; de Madrid, donde han pasado largas temporadas... “Fue raro e ilusionante ver cómo todos se llevaron tan bien, ya que, al final, nosotras hemos vivido en sitios y ambientes muy distintos”.

No pueden evitar hablar de sus padres, Pablo de Hohenlohe-Langenburg y María del Prado Muguero, escritora e hija de los marqueses de Caicedo, de quienes han heredado una exquisita sensibilidad para el arte. Cecilia canta y está a punto de empezar unas prácticas de verano en la prestigiosa galería Gagosian, de Londres, mientras que Allegra dibuja y trabaja en el sector publicitario. “En la familia se nos da bien la creatividad. Tenemos la suerte de que en casa siempre se ha valorado todo lo relacionado con el arte. Hay familias en las que te obligan a seguir una profesión y a nosotras siempre nos han impulsado a ser creativas. Nos han inculcado que es mejor trabajar en lo que nos gusta y que ya de ahí vendrá el éxito”, explican sobre sus valores familiares.

Aunque las disciplinas artísticas de la pintura y el canto estén entre sus aficiones, no tienen pensado dedicarse profesionalmente a ello, y eso que lo creativo guía sus trabajos y proyectos. Allegra está inmersa y motivada con su puesto en publicidad en la agencia Burns the Agency, y Cecilia, entusiasmada con el mundo de la moda. Está organizando el

celebraron en el Pazo de Oca, en Pontevedra, Galicia, y en la que reunieron a toda su gente: “No nos lo creíamos. ¡Conseguimos movilizar a una gran cantidad de personas! Y de todas las partes del mundo”, rememora la mayor. Aún hoy recuerdan los nervios que supuso la organización del evento, que entre su familia y sus amigos empezó a ser llamado irónicamente como “la boda”. No tuvo, de hecho, nada que envidiar a una ceremonia nupcial: vestidos de gala, bailes, anécdotas, ligues y flechazos inesperados. “¡Ay! Esos jardines...”, bromean recordando quién sabe qué unión.

La fiesta gallega dejó muchísimas emociones. “Significó tener todos mis mundos juntos”, suscribe Cecilia. Y mundos tienen muchos: sus amistades

MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA: SONJA MARINA. ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA: ROCIO RUDIILA. ASISTENTES DE PRODUCCIÓN: SARA SUÁREZ. ASISTENTE DE ESTILISMO: CANDI CABRAL



En la otra página, Allegra lleva cinturón *Médailleon*, collar *Darling* y camisa de rayas de la colección *Dioriviera*, todo de **Dior**. Sobre estas líneas, la hermana pequeña de las Hohenlohe luce vestido *midi* de la colección *Dioriviera*, de **Dior**, y pendientes *Poetic Garden* y mules *J'Adior*, todo de **Dior**. Junto a ella, la mayor posa con *mule Coeur* y poncho con capucha de la colección *Dioriviera*, de **Dior**.

desfile benéfico que su universidad, la St. Andrews, realiza anualmente y en la que, en 2002, desfiló la mismísima Kate Middleton ante la atenta mirada de un ya enamorado príncipe Guillermo. “Soy la directora creativa: organizo los *shootings*, elijo los diseñadores, escojo las marcas, la música... Configuro el concepto del desfile”, explica la pequeña de las Hohenlohe.

En el transcurso de la sesión, Allegra y Cecilia revelan una relación envidiable y una admiración mutua, además de una capacidad para caer bien a todo el mundo. No paran de piroparse, buscarse y animarse. No se quejan ni una sola vez, aunque el sol estival de mediodía sea más propio de una playa caribeña que de un

**“LA FIESTA DEL
AÑO PASADO
SIGNIFICÓ UNIR
TODOS NUESTROS
MUNDOS. FUE MUY
ILUSIONANTE”**

lago a las afueras de Madrid. Cecilia está a pocos días de mudarse a Londres para comenzar su nueva etapa como galerista. Allegra la esperará en la capital para, en agosto, poner rumbo a dos de sus sitios favoritos: Ribadesella y Sotogrande. Ahí pasarán el verano, uno de los pocos momentos que su apretada agenda les concede para estar juntas sin prisas y sin mirar el calendario. Este año no habrá celebración multitudinaria, pero sí libros pendientes, reservas en restaurantes de moda y momentos de leerse y adivinarse el pensamiento. También un eclipse solar que colapsará muchos puntos de España y que ellas tendrán el privilegio de contemplar desde cualquier recóndita playa asturiana.



MODO RESET

No hay pieza que respire más vacaciones que un vestido liviano. En la imagen, la modelo posa con un diseño de **Zara Home**.



A OTRO

BRUNO

El “uniforme” del verano mediterráneo es tan apetecible como práctico. Colores arena, tejidos ligeros, siluetas cómodas y accesorios de rafia definen el armario de la chica más guapa de la playa.

PRODUCCIÓN:
THE CREW
FOTOGRAFÍA:
ROSA COPADO



DEVOCIÓN POR EL LINO
Esta fibra natural es un
acierto en épocas de calor.
En la imagen, la maniquí
luce camiseta de **American
Vintage**, pantalón de
Maje y pulseras de **Aurélie
Bidermann** y de **Pipia**.



DÍAS DE PLAYA

Sobre estas líneas, la modelo posa con bikini de **Isabel Marant** y camisa estampada de **Antik Batik**.



INSEPARABLE
Una alternativa versátil al pareo es la bermuda de lino. En esta imagen, la protagonista luce un modelo de **Mango**, junto a un top asimétrico de **Hunza G.**



AL SOL

Entre el vaivén de tendencias en ropa de baño hay una pieza infalible: el bañador blanco. Sobre estas líneas, la modelo luce un diseño de **AQVA**.



TONO BOHEMIO
Croché, abalorios y colores tierra no faltan a su cita con la moda veraniega. En estas imágenes, la maniquí lleva vestido de **Desigual**.

MAGUIIAJE Y PELUQUERÍA: RICARDO CALERO. ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA: MARIO CONDE. ASISTENTE DE ESTILISMO: MARIFE JUEZ MARTÍN





**UN ACCESORIO
ESPECIAL**

Grande y vistoso, el sombrero de playa es un imprescindible de los meses estivales. En la imagen, la modelo sostiene una pámela de Pardo Hats.



ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

Ó escanea el código QR:



Katia G. Colomer CUANDO TODO FLUYE

La modelo madrileña inaugura una nueva etapa como empresaria con su propia marca de belleza. Estos son sus trucos para estar bien.

TEXTO: ISABEL SERRA

Para Katia Gutiérrez Colomer, cuidarse es un camino hacia la estabilidad y la claridad. También un aspecto inherente a su personalidad y cotidianidad. “No es algo puntual, sino una parte muy importante en mi forma de afrontar la vida. Me da equilibrio y me hace sentir mucho más tranquila y segura en mi día a día. Cuando estoy bien con mi cuerpo y con mi cabeza, todo fluye”, asegura la madrileña, que se estrena en la industria con Klue, su propia firma de belleza. No siempre ha prestado tanta atención



a su bienestar. “Influyeron mucho las redes sociales, ya que empecé a fijarme en cómo se cuidaban las chicas a las que seguía y me entró curiosidad. A partir de ahí comencé a informarme y a probar, y desde entonces se ha convertido en una constante en mi vida”, explica. A lo largo de estos años, sus cuidados han evolucionado, sobre todo, hacia una mayor personalización. “Con el tiempo he ido informándome y entendiendo mejor qué necesitan mi piel y mi cuerpo”, afirma. Esa atención especial es herencia materna: su progenitora siempre le inculcó el mantra de “menos es más”, que Katia traslada no solo al número de productos que utiliza en cuerpo, rostro y cabello, sino también a la imagen que proyecta. “Mi madre me ha enseñado que la belleza está para potenciar lo que eres, no para esconderlo”, recuerda la modelo, que se toma ese lema al pie de la letra.

El minimalismo es prioritario en su rutina: “Escuchar a mi piel es clave, y sé que no necesita muchos productos, sino los adecuados”. Esos “productos adecuados” son, para ella, un limpiador en espuma, unos parches para hidratar la zona de la ojera e iluminar la mirada, un tónico, un sérum y un protector solar, su innegociable. Otro aspecto importante para ella es su pelo. “El secreto de que esté tan sano es, sobre todo, que en mi día a día lo dejo secar al aire”, explica. Eso y un aceite de medios a puntas para mantener hidratación y brillo. “Menos es más también en el pelo: cuanto menos lo castigo, mejor responde”, zanja. Si hablamos de cómo trabaja su bienestar mental y emocional, la modelo se declara lectora empedernida. “Leer es un hábito que me inculcaron en casa desde pequeña y que he mantenido con los años. Me ayuda muchísimo a desconectar, sobre todo porque vivo muy pendiente de las pantallas y de las redes, así que abrir un libro es como regalarme un descanso mental”, explica. Otras aficiones *mindfulness* son pasear a su perro, quedar con amigos, salir a andar o descubrir una cafetería en la que poner su mundo en pausa. “Esos momentos sencillos, sin presión y sin móvil de por medio, son los que realmente me ayudan a reconectar y a bajar el ritmo”, cuenta.

1. Aceite para el cabello Elixir Ultime (69,95 €), de Kérastase. 2. Parches para granitos (15 €), de Starface en Urban Outfitters. 3. Sombrero con bordados florales (25,95 €), de Zara. 4. Pomada reparadora Aquaphor (11,60 €), de Eucerin.
5. Base de maquillaje Forever Skin Glow Star Filter (59 €), de Dior Beauty. 6. Contorno de ojos Pearl skin (42 €), de Yinger. 7. Bálsamo desmaquillante Take the day off (48 €), de Clinique.

AFICIÓN COMPARTIDA

CON AMIGAS

Confiesa que su pasión por la belleza es compartida. "Cada vez que pruebo un producto y me gusta, soy la primera en contárselo. Cuando quedamos, terminamos hablando de rutinas, intercambiándonos... Es una forma de compartir tiempo", explica la modelo. Esos momentos suponen un vínculo con su círculo de amistad, que la ha convertido en una auténtica "consejera" de novedades *beauty*.



CONSTANCIA y una muy BUENA RUTINA



INTUICIÓN Y FLEXIBILIDAD

"No vivo la alimentación desde la restricción, sino desde el equilibrio. Me encanta comer y probar cosas nuevas, así que diría que mi dieta es intuitiva. Creo que es la clave para que sea sostenible en el tiempo", revela la madrileña sobre su relación con la comida. Afirma no haber seguido nunca una pauta, sino guiarse por lo que le apetece y conviene. "Me gusta que en cada comida haya de todo -carbohidratos, verduras y proteína-, ya que así me siento con energía y ligera".

UN TIP FITNESS

Mantener la motivación para entrenar es complicado. Su consejo: recordar cómo nos sentimos después. "Notar que mi cuerpo está cansado es supergratificante. Más que una motivación externa, es esa sensación posterior la que me impulsa a seguir".



CUIDARSE en cada ESCAPADA

PEQUEÑOS HABITOS

"No hay truco para mantener la rutina cuando viajo, porque no es fácil", asegura. Sin embargo, hay ciertos gestos que intenta seguir a rajatabla: moverse mucho, andar y mantener el cuerpo activo aunque no entrene.

UN PLAN DE RELAX

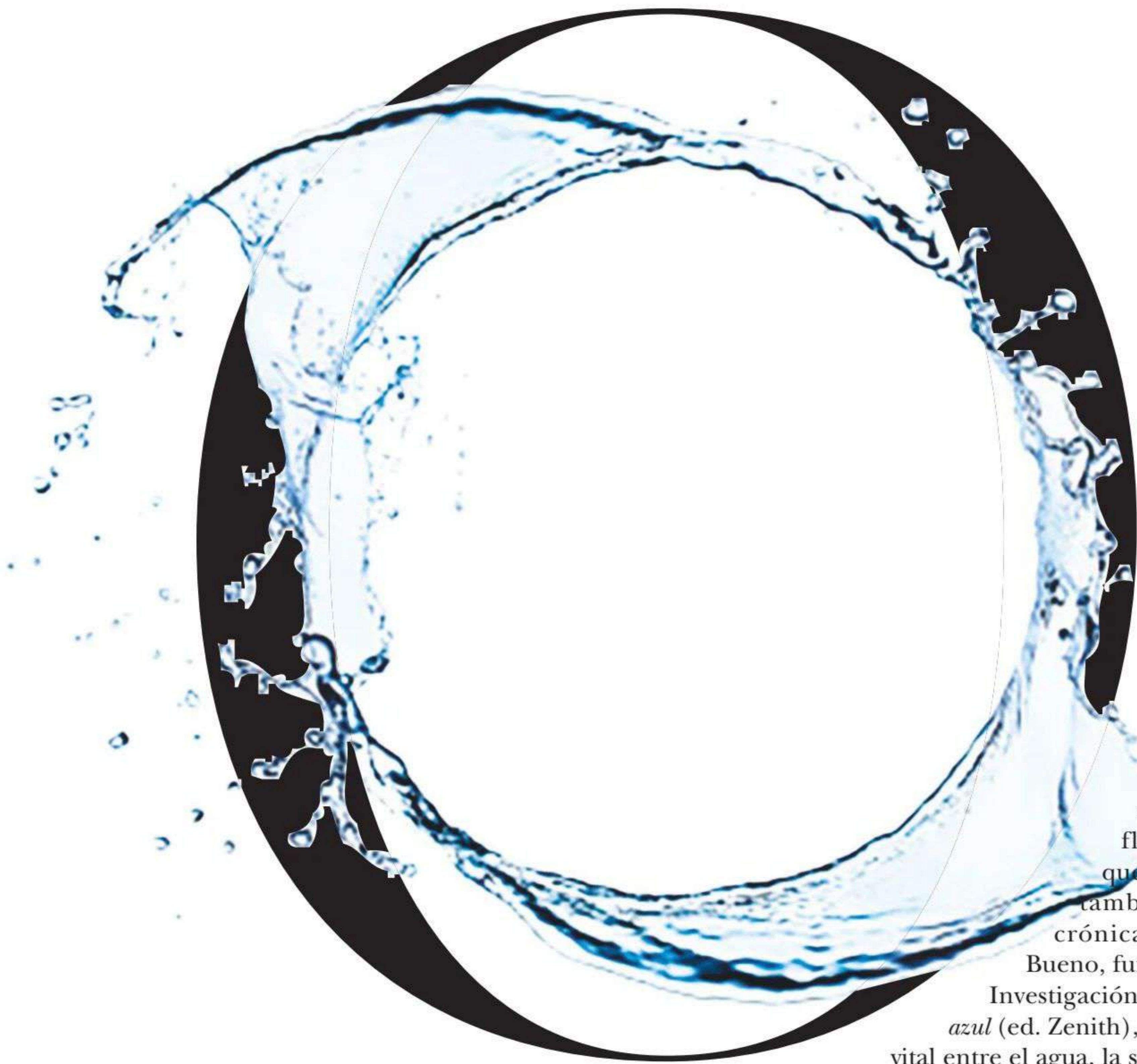
Con su pareja comparte la pasión por viajar. También la de relajarse en un *spa*. "Me encanta escaparme fuera de la ciudad para disfrutar de un fin de semana tranquilo. Me ayuda a recargar energías y volver con la mente mucho más despejada", explica Katia.



Nada te cuida más que
EL AGUA

Con el termómetro candente, la hidratación es el gesto que mejor le sienta a tu cerebro y a tu piel. Pero ¿cuánta?, ¿cuándo?, ¿dónde? Convierte el líquido vital en el mejor 'booster' de salud y belleza.

TEXTO: **MARÍA ELVIRA**



xígeno e hidrógeno. En estos átomos, a razón de dos partes por una (H₂O), está la fuente de la vida y de la juventud. “Literalmente, envejecer es en parte secarse. Un bebé está compuesto en más de un 90 % de agua. Al cumplir el primer año, ya es un 70 %. Y a lo largo de la vida adulta ese porcentaje sigue descendiendo hasta el 50-60 %. La piel pierde elasticidad, las articulaciones se resecan, los tejidos se vuelven menos flexibles... Muchos de esos signos que asociamos al paso de los años son también síntomas de deshidratación crónica y progresiva”, asegura Mariano Bueno, fundador del Centro Mediterráneo de Investigación Geobiológica y autor de *El milagro azul* (ed. Zenith), un libro donde explora la conexión vital entre el agua, la salud y el planeta y que habla de que una buena hidratación a lo largo de la vida, si bien no detiene

el envejecimiento, lo modera: “El agua mantiene la piel hidratada y elástica -previniendo arrugas-, lubrica las articulaciones, facilita la eliminación de toxinas que aceleran el daño celular y protege órganos vitales como el cerebro. Hay incluso estudios que relacionan el consumo crónico de bebidas azucaradas con el acortamiento de los telómeros -los ‘relojes’ del ADN celular-, que se traduce en años de envejecimiento biológico adicional. En cambio, el agua pura es, junto con el sueño reparador, uno de los hábitos más baratos y efectivos que existen para cuidar la longevidad”, revela el experto. Ahora bien, ¿cuánta?, ¿de qué tipo?, ¿cómo? Arrojamus luz en el océano de preguntas que surgen cuando hablamos de hidratarnos.

SI TIENES SED, YA ES TARDE

“Dos litros de agua al día”. Esta es la medida -los famosos “8 vasos”- que se repite como un mantra entre los especialistas de la salud y a la que el autor de *El milagro azul* ha dedicado mucha reflexión. “Me pregunté cuánto bebe al día un animal de unos 70 kg -mi peso- que no está condicionado por los hábitos culturales humanos. La respuesta de ganaderos y veterinarios es clara: entre 3 y 4 litros diarios, calculando unos 50 ml por kilo de peso corporal. Coincide, curiosamente, con lo que ha publicado recientemente la Academia Nacional de Ciencias de EE. UU., que recomienda unos 3,7 litros de líquidos diarios para hombres y 2,7 para mujeres. Así que los 2 litros serían un mínimo razonable, no un techo. Y lo que está claro es que, con menos de litro y medio diario, procesos tan importantes como la dilución de nutrientes, la circulación o el drenaje linfático no funcionan como deberían”. Otro punto en el que coinciden los expertos es en que no hay que esperar a estar sedientos para beber agua, pues eso significa que llevamos media hora de estrés hídrico. “Es el estado biológico en el que el organismo empieza a resentirse, aunque todavía no lo percibamos claramente. El mecanismo de la sed es una señal de alarma y, cuando el sistema nervioso central la activa, el cuerpo ya lleva un buen rato con una carencia de agua que está afectando a múltiples procesos”, asegura el experto. Las consecuencias: “Torpeza mental, somnolencia, apatía, mal

humor, mayor sensibilidad al estrés físico y mental y una merma del sistema inmunitario. Mucho daño ‘silencioso’ que atribuimos a otras causas sin sospechar que, simplemente, no hemos bebido suficiente agua”. A esto se suma, según la nutricionista clínica integrativa Elisa Blázquez, el problema de nuestro estilo de vida actual, que nos desconecta de las señales que manda el cuerpo: “El estrés, las prisas, pasar horas frente a pantallas, trabajar sin pausas, el exceso de café o incluso vivir en ambientes climatizados hacen que muchas personas ignoren o retrasen la sensación de sed. Además, en algunas etapas de la vida -como en personas mayores- este mecanismo puede ser menos eficaz. Por eso es recomendable mantener una hidratación regular durante el día”. Para el experto en geobiología, el “cuándo” importa tanto como el “cuánto”. “Hay momentos en los que beber agua marca una diferencia real. Por la mañana, al despertar, el cuerpo lleva horas sin ella y ha estado trabajando sin descanso en procesos de limpieza celular; reponer esa pérdida con uno o dos vasos -a ser posible de baja mineralización y, si se quiere, con unas gotas de limón natural- es de lo más beneficioso que uno puede hacer por su organismo. Beber un vaso de agua unos 30 minutos antes de comer también es muy recomendable: diluye la concentración de ácidos gástricos, reduce la

sensación de ardor y, de paso, contribuye a moderar el apetito. En cambio, beber durante las comidas no es buena idea porque puede entorpecer la digestión. Y antes de dormir, otro vaso ayuda a mantenernos hidratados durante la noche y a que el corazón y los riñones trabajen mejor mientras descansamos. La clave es la hidratación constante y distribuida a lo largo del día, un vaso aproximadamente cada hora, en lugar de grandes cantidades de golpe”, corrobora.

LA CLAVE
ES LA
HIDRATACIÓN
CONSTANTE Y
DISTRIBUIDA
A LO LARGO
DEL DÍA -UN
VASO DE AGUA
MÁS O MENOS
CADA HORA-
EN LUGAR
DE GRANDES
CANTIDADES
DE GOLPE

¿EXISTE EL AGUA IDEAL?

Recordemos que la propiedad más valiosa del agua es la de ser el solvente universal, capaz de captar y arrastrar toxinas, residuos metabólicos y sales del organismo. Según Mariano Bueno, esta capacidad es mayor cuanto más libre está de minerales y solutos. “Imagina una esponja: si ya está empapada de algo, no puede absorber más. Pues bien, un agua muy mineralizada llega a nuestro organismo ya ‘cargada’, con menos capacidad de captar los residuos metabólicos que necesitamos eliminar”. Sin embargo, surge la duda acerca de la llamada “agua muerta”, aquella que al estar demasiado

filtrada ha perdido sus beneficios por el camino y que, según el especialista, es pura desde el punto de vista químico y bacteriológico, pero “extraordinariamente vacía”. Plantea además una paradoja: “El agua de muy baja mineralización es la mejor como solvente, porque puede captar y arrastrar más toxinas y ayudar a una limpieza más profunda del líquido intersticial, pero si se abusa de ella como agua de bebida habitual, algunos estudios sugieren que podría incluso extraer minerales del propio organismo. La solución no es renunciar a filtrar el agua, sino revitalizarla después: agitarla, añadirle unas gotas de limón ecológico, macerar en ella una ramita de menta o tomillo fresco durante unas horas o incluso exponerla a la luz solar. Son gestos sencillos que le devuelven algo de su estructura y vitalidad natural”. La recomendación es clara: “Si el agua del grifo en tu ciudad tiene calidad razonable, bébela. Y si tienes dudas, invierte en un buen filtro de carbón activo o, mejor aún, en un sistema de ósmosis inversa. El agua filtrada en casa es la opción más sana, más ecológica y más económica a largo plazo”. La nutricionista Elisa Blázquez añade que no hay que obsesionarse con buscar “el agua perfecta”. “Lo importante es mantener una buena hidratación global y una alimentación rica en alimentos frescos y minerales”.



Tratamiento para pieles secas y apagadas *Radiant* (42,95 €, 15 ampollas), de *SmartKer*. Bruma de hidratación 24h *Airflash Mist* (43 €), de *Dior*. Limpiador en gel *Hydro Boost* (9,95 €), de *Neutrogena*. Gel crema hidratante y antiestrés *Hydra Zen* (60 €), de *Lancôme*. Aceite facial *Omega Drops* con ácidos grasos omega 3, 6, 7 y 9 (57,55 €), de *Artistry*. Crema revitalizante *Magic Cream* (95 €), de *Charlotte Tilbury*, ahora con más de 100 péptidos.



DALE SABOR

Si te cuesta beber agua sola, "añade rodajas de limón, pepino, menta, frutos rojos o jengibre para hacerla más apetecible y aportar **compuestos antioxidantes** y sabor natural", recomienda la nutricionista Elisa Blázquez.

¿Necesitamos bebidas con electrolitos? Según la experta, para una persona sedentaria o con actividad física moderada son innecesarias. "Algunas, además, contienen cantidades elevadas de azúcar o edulcorantes", matiza.



SE NOTA EN LA CARA

"El equilibrio hídrico interno se traduce en una piel más elástica, más luminosa y con mejor capacidad de reparación. No actúa como un *lifting* inmediato, pero sí optimiza los procesos biológicos que la mantienen saludable y resistente", explica la especialista en medicina estética y nutrición Natalia Ribé. Para optimizar la hidratación es clave trabajar en una doble vía: "Por un lado, hay que atraer el agua a niveles profundos con tratamientos como la revitalización o las bioestimulaciones, y por otro, evitar que se pierda, reforzando la barrera cutánea con productos a base de ácidos grasos, niacinamidas y péptidos, entre otros. Esta combinación mejora la hidratación inmediata y, a la vez, la calidad estructural de la piel, que es lo que realmente marca la diferencia a medio plazo". Por su parte, la dermatóloga Cristina García Millán insiste en no descuidar la función barrera. "La exposición al cloro, la sal, el viento del mar y el sol ejerce una agresión que suele traducirse en sequedad", precisa. Su "receta" cosmética para el verano es minimalista: limpieza suave, antioxidante, crema ligera reparadora y fotoprotección de amplio espectro por la mañana. Por la noche, reparación con activos calmantes, ceramidas y niacinamida. Y no abusar ni de exfoliaciones ni de activos irritantes.

UN EQUILIBRIO HÍDRICO INTERNO SE TRADUCE EN UNA PIEL ELÁSTICA, LUMINOSA Y CON MAYOR CAPACIDAD DE REPARACIÓN

ALÍATE con TU PELO

¿Y si el verano no fuera un problema real para tu melena? ¿Y si pudieras hacer que el viento, el mar, la sal, el cloro y la arena jugasen a tu favor? Este año, sigue los trucos de los expertos y escoge los mejores productos para presumir de tu cabello en su mejor versión.

TEXTO: ELISA GARCÍA-FAYA

Si hay una estación que grita “libertad”, esa es el verano. Y de eso no cabe duda. Las interminables horas de luz, las vacaciones, la energía del sol, los reencuentros y los planes que hacemos con los que más queremos invitan a soltar, a disfrutar y a huir de la rigidez que exigen otros momentos del año. El pelo lo siente también así, y por eso julio y agosto son meses de melena al viento, de ondas ligeras y de secados al aire. Como afirma el peluquero profesional Gabriel Llano, director del salón que lleva su nombre en Madrid, “el lujo en verano está precisamente en lograr que el cabello se vea bonito sin esfuerzo”.

ERRORES Y ACIERTOS

El mayor error para el especialista pasa por perseguir un *brushing* perfecto a 35 grados en un ambiente húmedo. Llamamos *brushing* a la técnica que, según los estilistas, pasa por trabajar el pelo a golpe de secador para crear unas espectaculares ondas pulidas estilo Hollywood. Taylor Swift o Margot Robbie han sido algunas de las estrellas que han sucumbido a este peinado que nunca pasa de moda. Sin embargo, la versión ultravoluminosa de Jennifer Lopez, creada por el famoso estilista Chris Appleton, responsable también del rubio platino que llevó Kim Kardashian, es la favorita de muchos peluqueros profesionales. Pero, aunque este estilo sea siempre un éxito, en palabras de Gabriel Llano, en periodo estival, “es importante bajar el nivel de agresión con menos plancha y más acabados naturales”.

EL MAR, EL CLORO, EL VIENTO Y LA ARENA SIEMPRE HAN SIDO LAS AMENAZAS DEL PELO EN VERANO, PERO ESTE AÑO SE CONVIERTEN EN LOS MEJORES “AMIGOS” DE UN ACABADO NATURAL

El experto recuerda que “el cabello suele recuperarse mucho mejor cuando dejamos de ‘castigarlo’ intentando arreglarlo”. Por este motivo, recomienda encarecidamente apostar estos meses por aquellos peinados que respetan su textura natural y sobreviven bien al calor y la humedad. Así, las coletas pulidas, los moños bajos relajados y las trenzas suaves son sus apuestas favoritas. Para esas ocasiones en las que el *dresscode* pida algo más elegante, el especialista aconseja decantarse por recogidos con efecto mojado. No sin antes recordar que abusar de estos, a los que llamamos *clean looks*, por el aspecto limpio que ofrecen a nuestros estilismos, puede conducir a una alopecia por tracción, así que convertirlos en una elección de diario no es la mejor de las opciones. Como alternativa para este tipo de situaciones más elevadas, Llano sugiere las ondas relajadas. Pero, sobre todo, recuerda que “en verano el cabello pide siempre soltarse un poco más”. Así que cualquier acabado natural será garantía de acierto.

ENAMORADAS DEL FRIZZ

Habrà a quienes eso de llevar la melena en su estado natural y dejar que se seque al aire les dé pavor. El encrespamiento es uno de los mayores temores de muchas en climas costeros. Sin embargo, nuestro estilista es partidario de disipar esas preocupaciones. Es un auténtico convencido de que “el *frizz* puede convertirse en textura, movimiento y naturalidad”. Sobre todo “si se trabaja bien en lugar de intentar eliminarlo por completo”. En este sentido, nos cuenta que



En los meses de verano, mejor apostar por peinados que respetan la textura natural del cabello y sobreviven bien al calor y la humedad.



SÍ AL VIENTO

El volumen extremo es tendencia. Potencia el que el viento te da con los mejores productos texturizantes sin aclarado.



Leave in Conditioner (45€), de Revitalash, y Spray Volumizador Big Hair Day (7,99€), de Elvive L'Oréal Paris.

un corte estratégico antes del verano es clave para que ese encrespado se vea “sexy, fresco y hasta sofisticado”. En este sentido, las capas largas te pueden venir de maravilla, porque aportan movimiento sin que el aspecto de tu pelo cambie demasiado.

Además, tienes que saber que cada vez son más los productos ligeros que buscan dar al cabello un acabado orgánico. Las inclemencias del tiempo se han convertido en factores que juegan a tu favor. De hecho, seguro que has oído hablar del efecto *sun kissed* o “pelo besado por el sol”. También de los espráis de sal o de los *hair scrubs*. Ahora, más que nunca, el sol se traduce en brillo; el salitre, en sérum pulverizado que potencia las ondas libres, y la arena, en exfoliante capilar que elimina el residuo de producto que se acumula en el

cuero cabelludo obstruyéndolo, ensuciándolo e impidiendo un crecimiento sano. De la misma manera, el viento se transforma en productos tipo *leave in*, sin aclarado, que favorecen el volumen extremo y cuidado. Ahora, las amenazas que tradicionalmente se han asociado al verano, son, por fin, tus mejores aliadas, y crear el neceser perfecto es pan comido. Máxime en un año en el que todas hemos sido abanderadas del “menos es más”.

SOLO UN REQUISITO

Gabriel Llano incide en un aspecto: hidratar es siempre fundamental. “Muchas veces, el pelo no ‘se rompe’ en agosto, sino cuando llega septiembre y notamos ese tacto áspero, las puntas abiertas y la pérdida de brillo”, cuenta. Asegura que esto es producto de una deshidratación progresiva. “Para mí, la clave está

en prevenir, más que en reparar y proteger, igual que protegemos la piel”, revela el experto. “Me gusta insistir mucho en la necesidad de llevarlo hidratado”, sostiene. También es partidario de usar productos con filtro UV, de aclarar la melena siempre después de un baño en el mar o la piscina y de evitar la exposición continua al sol con el cabello seco y sin protección.

Si sigues estas pautas, seguramente puedas evitar que reconstruir el cabello a la vuelta de tus vacaciones sea una necesidad inexorable. Porque, según el experto, cuando el daño está hecho hay que asumir que una mascarilla una vez a la semana no es suficiente. “Recomiendo combinar hidratación, nutrición y reparación interna. Trabajar con tratamientos reparadores y, muchas veces, hacer un pequeño saneamiento de puntas para devolver movimiento y aspecto saludable”, dice. Pero podrías eludir todo esto si con tus cuidados fueras constante.



SÍ A LA ARENA

Un cuero cabelludo limpio es el secreto de un pelo saludable. Exfólialo con productos que recuerdan a la arena.

Exfoliante capilar Activos Puros Hair (9,99 €), de Collistar.

Mascarilla exfoliante para cuero cabelludo Extreme Caviar (40 €), de Miriam Quevedo.



SÍ A LA PISCINA

Con él el pelo luce más claro, pero no sin daños. Mantén tu rubio intenso con los mejores champús para pelo coloreado.



Champú antiamarilleo, Violet Purple (8,95 €), de Phyto Paris.

Champú antioxidante, Detox Shampoo (29,99 €), de Nuniq.





Gotas hidratantes Hydrating Drops (44 €), de La Bioesthetique.



Sérum iluminador Elixir Ultime L'Huile Originale (46,30 €), de Kérastase.

SÍ AL SOL

Que el brillo del sol se refleje en la melena es síntoma claro de que el pelo está sano. Puedes potenciar sus destellos naturales con los mejores sérums para un acabado absolutamente radiante.



SÍ A LA SAL

Las ondas surferas que resultan de dejar secar el pelo al aire después de un baño en el mar son el acabado natural más imitado y deseado del año. Créalo o poténcialo con los espráis salinos que ahora son tendencia y presume de una melena de sirena no solo en verano.

Espray salino Nymph Salt Spray (24,30 €), de Authentic Beauty Concept.

Espray texturizante efecto agua de mar Beach Spray (19,99 €), de Redken.



Y créenos, es más fácil de lo que parece. “No creo en rutinas imposibles de doce pasos. El cabello agradece mucho más la constancia que el exceso”, alienta Llano. Por eso, para él, una rutina capilar realista en verano solo consiste en proteger, aclarar, hidratar por la noche y evitar abusar del calor. Para eso, nos cuenta, los productos que no pueden faltar en tu maleta son un buen protector solar capilar, un champú hidratante suave, una

mascarilla nutritiva, un aceite o sérum ligero para sellar y dar brillo y algún producto antifrizz o de textura natural según tu tipo de cabello. “Con eso ya puedes mantener el pelo bonito durante todo el verano sin complicarte demasiado”, confirma el especialista. No solo no tendrás que preocuparte por reparar los daños en septiembre, sino que conseguirás presumir de tu melena en su mejor y más brillante versión.





MEDITERRANEO

en ESENCIA

El famoso mar ha forjado una cultura olfativa a su alrededor que transporta, a través de cítricos, hierbas aromáticas y notas marinas, a paisajes que permanecen en la memoria como un 'souvenir' emocional.

TEXTO: MARÍA ELVIRA

Cuando me preguntan si soy de Grasse, digo que soy del Mediterráneo. Eso implica que tengo herencia mediterránea, cultura mediterránea. Y esa cultura tiene un aroma, y lo podemos llevar puesto”, afirma Jean-Claude Ellena. El pasado otoño, el famoso perfumista era elegido por la familia Puig para alumbrar su proyecto más personal:

recuperar el lenguaje esencial de la colonia reinterpretando sus tres clásicos -*Agua Brava*, *Agua Noble* y *Agua Lavanda Iris*-, a través de una creación inédita, *Agua Mediterránea*, que recoge el imaginario de lo que, como bien sentencia Ellena, no es solo mar, es cultura. Nuestra y a la vez universal gracias a un sinfín de perfumes que encapsulan lo que, en palabras de Ramón Monegal, otro de los *maestros* mediterráneos, es “una manera de vivir” que se despliega en tantas facetas olfativas como paisajes encontramos a lo largo de la costa del mar al que cantaba Serrat. “El Mediterráneo es luz, aire, mar y cultura solar, con ingredientes emblemáticos como los cítricos -bergamota, limón, mandarina, naranja dulce y amarga...-, las hierbas aromáticas del *bord de mer* -hinojo, romero, tomillo, albahaca, lavanda, flores de olor feromónico -jazmín, nerolí (flor de azahar)...- y, después, pino, ciprés, higuera, almizcle blanco salino y también moléculas que evocan olor de mar o brisa marina, como *calone*, *melonal*, *helional*... ¡Y podrían ser mil más!”, enumera el perfumista, quien recalca el papel fundamental que ha ejercido el clima para forjar una cultura olfativa mediterránea: “Ha favorecido enormemente el cultivo de los botánicos que nos dan los aceites esenciales imprescindibles para componer un perfume. Las importantes e increíbles culturas que se desarrollaron en esta cuenca hicieron de la composición y uso del perfume un arte único. En España tenemos un clima envidiable donde el calor amplifica el olor de esos aceites, y por eso, históricamente hemos preferido fragancias frescas, transparentes y naturales”. Monegal recuerda, además, que nuestra tradición olfativa proviene del exterior: de patios, jardines, mercados, puertos, campos de cítricos...

“No es casual que el agua de colonia naciera alrededor de esta necesidad de frescor y bienestar y se desarrollase alrededor de la combinación de notas cítricas con flores blancas, almizcle y ámbar”, explica. Pero el Mediterráneo no es únicamente naturaleza y podemos convertirlo, con nuestra experiencia, en una emoción

PARA EL PERFUMISTA RAMÓN MONEGAL, EL MEDITERRÁNEO ES LUZ, AIRE, MAR, CULTURA SOLAR Y... UNA MANERA DE VIVIR

Lime Basil & Mandarin Cologne (150 €, 100 ml), de Jo Malone. *La Collection Privée Dior Paradise* (195 €, 50 ml), de Christian Dior. *Les Eaux Orange Méditerranée*, de Armani Beauty (220 €, 100 ml).



“cálida, sensual y vital”. El barcelonés señala lugares concretos del Mediterráneo donde los aromas acaban formando parte de la identidad cultural, como son Ibiza -“cuenta con una energía fascinante y un perfume natural irrepetible mezcla de sal, pino, pachulí, flor de almendro, buganvilla y piel almizclada”, comenta sobre la “isla bonita”, a la que incluso ha dedicado una colección de fragancias nicho con su nombre-, Costa Brava o Cabo de Gata, ambos, “lugares extraordinarios donde el paisaje entero huele a mar, playa, flores blancas, tierra húmeda, roca, alga y moluscos”.

EL “EFECTO PAISAJE”

Terrazas y cócteles frente al mar, campos de cítricos sicilianos, un inolvidable día de verano... Oler un perfume es comprar un billete para subimos a un tren emocional con destino a *las vacaciones, la infancia, el primer amor*; con la capacidad mágica de crear una postal mental que, aunque solo se dibuja en nuestra cabeza, nos pone felices. En el caso del ingeniero químico





Cedrat Lova, de Montale (140 €, 100 ml).



Infinite Blue, de Toni Cabal (175 €, 100 ml).



Atelier des Fleurs Plage du Figuier, de Chloé (128 €, 50 ml).



Mallorca, de Hoss Intropia (93 €, 100 ml).



Ibiza Collection La Isla Blanca, de Monegal (180 €, 100 ml).



Lust in Paradise Extrait, de Ex Nihilo (390 €, 100 ml; en Isolée).

Toni Cabal, perfumista barcelonés con una trayectoria de más de treinta años ideando fragancias, quiso crear ese *viaje ad hoc*. “El Mediterráneo es mi mar, mi vida, forma parte de mi familia. Mi padre, que fue buzo profesional, me enseñó a querer el mar. ¡Mi abuelo materno fue un lobo de mar! Uno de los primeros pescadores en ir desde la costa de Tarragona hasta Mallorca navegando a vela latina, siguiendo el rumbo de las estrellas”, describe el autor, que se inspiró en ese recuerdo de cuando era pequeño para crear *Mysself*, un jugo que recoge con nitidez las notas frescas, agrestes y secas de la costa mediterránea. Pero sin duda es *Infinite Blue* el perfume que, a través de notas marinas, bergamota, lavanda y romero, ejerce de catalizador de las emociones ligadas al mar: “Representa la imagen que tengo del Cap de Creus (Costa Brava) y, concretamente, de las calas que hay después de la isla de S’Encalladora. Guardo grandes recuerdos viendo el atardecer con mi familia en esas calas donde el azul del mar es más intenso, más limpio, más profundo. Miro hacia el horizonte y *veo* el azul infinito del mar”.

A más de 1.000 km, pero sin perder de vista la cuenca mediterránea, la isla de Pantelleria, al sur de Italia, cerca de Sicilia, fue refugio e “iluminación” del diseñador Giorgio Armani, quien también quiso convertir en perfume el agua que le alcanzaba la vista. “Esta isla volcánica, con su tierra oscura, sus rocas negras y su mar azul profundo, fue su inspiración directa para el lanzamiento de *Acqua di Giò*, en 1996, cuando miraba al Mediterráneo y quería atrapar su esencia en una fragancia. Todos los detalles fueron capturados: incluso el propio frasco se inspira en un cristal de cantos redondeados pulido por el mar”, ilustra Sarah Castillo, directora general de Giorgio Armani para España y Portugal. Y añade que esta fragancia típicamente mediterránea actúa como una cápsula del tiempo olfativa: “Logra que cada vez que la estemos sintiendo nos cambie el estado de ánimo a esa conexión con el mar y la naturaleza, a los pies descalzos, los tejidos ligeros y la luz dorada del atardecer, un instante de perfección que no queremos que termine nunca”.

‘SOUVENIR’ EMOCIONAL

¿Qué expresa quien entra en un establecimiento pidiendo un perfume “mediterráneo”? Miguel Bartolomé, al frente del departamento de *marketing* y comunicación de la exclusiva *concept store* Isolée, que este año celebra veinte años de vida en la capital, constata que quien solicita

EL PERFUME, MÁS ALLÁ DE LA FRESCURA, EVOCA CÓMO TE SIENTES CUANDO ESTÁS CERCA DEL MAR Y TE TRANSPORTA A UN MOMENTO FELIZ

un aroma con estas características busca, normalmente, algo más que su prototípica frescura. “No lo desea solo por sus notas, sino por la capacidad que tiene de trasladarte esa sensación de luz, sol y bienestar y de evocar la manera en la que te sientes cuando estás cerca del mar. Es capaz de transportarte a un momento feliz. Lo importante es que la fragancia consiga recrear una atmósfera y no solo una idea de frescura”, argumenta

el especialista, que ve en estos jugos una especie de *souvenir* emocional. “El perfume está muy ligado a la memoria, y este tipo de fragancias suelen funcionar como una potente palanca emocional. Está demostrado científicamente que el olfato es el sentido más ligado a las emociones. De hecho, distintas investigaciones sobre comportamiento y memoria sensorial señalan que recordamos alrededor del 35 % de lo que olemos, frente a solo un 5 % de lo que vemos y un 2 %

de lo que escuchamos, lo que explica por qué un perfume puede convertirse en un poderoso recurso que nos transporta de inmediato a un momento o lugar concretos. Hay notas como la bergamota, el higo, el neroli, el ciprés o los acordes salinos que conectan enseguida con ubicaciones mediterráneas, desbloqueando memorias de momentos felices. A mí personalmente me sucede con el aroma de la hoja de higuera: al olerlo, me siento transportado a mis veranos en el sur de Italia. Al final, no solo se busca cómo huele un perfume, sino cómo hace sentir”, asevera. Y es que el “efecto paisaje” puede producirse con sitios geográficos, pero también con momentos emocionales concretos, y es esta una tendencia al alza. “Ya hay firmas que trabajan sobre el concepto de la perfumería conductual, analizando el impacto que los perfumes tienen en el estado anímico. Una fragancia puede evocar perfectamente un jardín de cítricos en Sicilia, una cala en Ibiza o la sombra de una higuera junto al mar. Ingredientes como el *petit grain*, la hoja de higuera, el lentisco, las hierbas aromáticas o las notas de madera seca ayudan mucho a construir ese paisaje mediterráneo tan reconocible y evocador, pero es cierto que todo dependerá de quien lo huela y de los recuerdos individuales que le susciten. Lo bueno de los perfumes es que pueden tener

LAS FIRMAS TRABAJAN EL CONCEPTO DE “PERFUMERÍA CONCEPTUAL” PARA ANALIZAR EL IMPACTO DEL AROMA EN EL ÁNIMO

cítricas y aromáticas, acordes vegetales y minerales y una base cálida de maderas suaves y almizcles limpios. Pero las declinaciones hacen que la “carta” estival de perfumes sea succulenta: desde la nueva *cologne all’italiana* de Armani, *Orange Méditerranée*, que nos traslada a los campos sicilianos con naranja amarga, cidra y semillas de hinojo, a *Dior Paradise*, en el que el perfumista Francis Kurkdjian ha querido encerrar el aroma de los almendros que Monsier Dior veía florecer en los jardines de *La colle Noire*, su casa al sur de Francia, o *Lust in Paradise*, una joya de la firma de autor Ex Nihilo que inventa una nueva sensación mediterránea de grosella negra, pimienta rosa, jengibre, rosa y jazmín para recrear la atmósfera *cool* de la Riviera francesa, entre villas modernistas y cócteles helados al borde de una piscina infinita. Y por encima de todo, surge una pregunta: ¿eres del *team* solar o mineral? El primero se siente como un aroma dorado. “Imagina algo cálido y envolvente. Tiene como objetivo evocar la sensación de la piel caliente tras un día de sol. La vainilla y las flores solares como el ylang ylang y el monoï nos ayudan a componer esa sensación”, asegura Sarah Castillo. Con un perfume mineral, en cambio, se persigue lo opuesto, capturar la sensación del frío de las rocas. “Es un aroma más abstracto, fresco y profundo que recuerda a las profundidades e incluso al momento en el que las olas se rompen contra las rocas”. Moléculas como el calone, una de las más famosas, nos hacen sentir los acordes que nos llevan a ese mar infinito que es el *mare nostrum*.

un significado muy distinto para cada persona. Es como si al descubrirlos tuviésemos un filtro emocional que nos hace entenderlos de una manera u otra”, dice Miguel Bartolomé.

UN SINFÍN DE FACETAS
El imaginario mediterráneo -naranjas y limones, restos de sal y arena en la piel, plantas aromáticas...- se reconstruye a nivel olfativo con notas



Un Jardin Sous La Mer, de Hermès (145 €, 100 ml).
Replica Beach Walk, de Maison Margiela (149 €, 100 ml).
A'mmare, de Carthusia (120 €, 100 ml).



Blue Drop, de Halloween (66 €, 100 ml).
Agua Mediterránea, de Puig (350 €, 100 ml).



BLUE MIND

Que cerca del mar sientas calma no es casual. La neurociencia, la psicología y la biología explican sus efectos en la mente. Descubre la manera de cultivarlos todo el año.

TEXTO: ELISA GARCÍA-FAYA

El mar sana. Cicatriza las heridas y devuelve a la mente su calma. No hace falta descender muchos metros, sumergirse, empaparse o pasar horas nadando. Solo estar cerca de él ya desacelera el pulso, ofrece una bocanada de libertad y nos traslada a un estado meditativo desde el que volvemos a la esencia y los problemas flotan, no pesan. Marina Alonso Mantolán lo tiene claro. Y, como ella, también las mujeres que se han apuntado a los retiros que ha organizado en distintas partes del mundo, como Sri Lanka. La surfista y fotógrafa es fan del mar. Nadaba y competía de niña, pero fue en 2016, al trasladarse a Australia, cuando comprendió que no había para ella otra forma de vida. Marina no habla del mar, sino de “la mar”. “Para mí representa creación y vida. También refugio y desafío. Creo que, como seres humanos, estamos muy acostumbrados a querer controlarlo todo”, explica. “Sin embargo, la mar es una de esas pocas cosas que no podemos dominar”, sostiene. De esa suerte de impotencia nace, según Alonso Mantolán, el miedo. Un temor que ella ha visto disiparse en cuestión de días en sus escapadas de bienestar. Muchas mujeres, según nos cuenta, han experimentado una transformación brutal. Han aprendido a teñir de azul sus ideas. A cultivar lo que hace más de tres lustros el biólogo marino y autor estadounidense Wallace J. Nichols acuñó como *blue mind* en el libro del mismo nombre.

EL PODER DEL MAR

El concepto define ese estado mental de calma, relajación y creatividad que se produce cuando estamos en contacto con el océano. Lo recoge y explica con detalle el doctor en su publicación, aunando neurociencia, biología y psicología. De alguna forma habla de serenidad restaurativa y, en contraposición, de estrés y *red mind*. Para Lourdes Ramón Segarra, responsable del departamento de orientación de Palasiet Wellness Clinic & Thalasso, clínica especializada en talasoterapia y bienestar integral, considerada una de las pioneras en la introducción de los tratamientos marinos en España, también habla de los beneficios psicológicos del agua de mar. Nos cuenta que mejora el estado de ánimo y la función cognitiva, que disminuye el estrés y alivia la ansiedad.

Asegura que tiene efectos sedantes y defiende que ayuda a mejorar el sueño y favorece la regulación de nuestra sensación de saciedad. Para Lourdes, el agua de mar nos conecta con nuestra forma natural de ser y estar. Fran Gómez, experto en psiconeuroinmunología clínica en el mismo centro, nos cuenta que el sonido rítmico de las olas, el movimiento repetitivo del agua y los estímulos visuales suaves relajan el sistema nervioso. “El cerebro sale del estado de alerta constante y entra en un modo más parasimpático, asociado a la calma, la recuperación y la percepción de seguridad”, sostiene. Y apunta: “El agua actúa como un estímulo sensorial muy particular: capta nuestra atención de forma sutil, sin exigir esfuerzo. Esto disminuye la sobrecarga mental y fomenta la desconexión y el descanso”.

SERENIDAD PERMANENTE

Por todo lo anterior, Marina Alonso Mantolán define el mar como su “patio de recreo”. “Es un lugar al que vamos a jugar, a descansar, a desconectar, a disfrutar y a volver a nosotras mismas”, explica. “Mirar al horizonte, escuchar las olas o, simplemente, estar cerca del agua son acciones que generan una sensación muy especial”, afirma. No es de extrañar que muchas de las fotografías que





Y EN ROJO SI...

Estás en alerta permanente: el cerebro funciona en modo supervivencia, presión y respuesta constante a demandas externas.

Sobrecarga mental y de estímulos: exceso de información, pantallas y distracciones que fragmentan la atención.

Menor capacidad de recuperación y bienestar: dificultad para relajarse, reflexionar, ser creativo o conectar con el presente.

EL MAR NOS LLEVA A UN ESTADO MEDITATIVO DE CALMA, PAZ Y FELICIDAD QUE SE CONOCE COMO “MENTE AZUL”

ha hecho a lo largo de su carrera tengan este telón de fondo. “Cuando capto el mar, me doy cuenta de que nunca es igual”, confiesa. Y añade: “Tiene texturas, colores, luces y energías completamente diferentes según el lugar. El mar de Menorca, por ejemplo, tiene esa agua turquesa, cristalina y calmada. En cambio, el mar Cantábrico es más oscuro, más bravo, más intenso. Cada mar tiene su personalidad”. Por eso, para la surfista, el mar te obliga a mirar de otra manera, a estar más presente, a fijarte en los detalles.

Habrán quienes tengan la suerte de poder cultivar esa mente azul o *blue mind* todo el año porque vivan cerca de este imán, pero si no es así, hay miles de formas de

alimentar el sentimiento que describimos, según los expertos. Para Lourdes Ramón, el concepto no depende solo de la distancia que hay de tu casa al océano. “Caminar cerca de un río, una fuente, un lago o incluso incorporar momentos conscientes con agua en casa puede generar parte de ese efecto regulador”. Las duchas conscientes, los baños relajantes y las respiraciones lentas mirando el agua en movimiento pueden ayudar mucho más de lo que parece”, dice la terapeuta. Plántate el reto de terminar

el día con 10 minutos sin móvil, escuchando sonidos de mar, con luz tenue y una ducha caliente. La experta revela que muchas personas notan que duermen mejor simplemente porque el sistema nervioso recibe una señal clara de “ya no hay amenaza y puedes bajar el ritmo”. Por eso, este verano, cuando te sumerjas en el mar sé aun más consciente de su efecto. Permítete “zambullirte” en sus beneficios para mejorar la circulación y sentirte más ligera o, simplemente, darte el lujo de estar bien sin necesidad de hacer nada. Lo esencial es que encuentres tu *blue space*, en el que puedas liberarte de la tensión corporal y de la carga mental.



Hace casi un año, Berta Martín Sainz y su marido, Moncho Moreno, decidieron cruzar el Atlántico para llevar su firma capilar a 12 países. Así es un día en su nueva vida en Florida.

FOTOGRAFÍA:
DIANA ZAPATA
TEXTO: **AMAIA LEÓN**

CONEXIÓN MADRID-MIAMI

Se instalaron en Miami para expandir su marca, Moncho Moreno, en Latinoamérica, pero esta mudanza transatlántica les ha aportado muchísimo más, tanto a su negocio como a su familia. “Vinimos el 25 de julio de 2025 y está siendo una experiencia espectacular”, nos cuenta Berta Martín Sainz vía telefónica, justo antes de abrir las puertas de su hogar a nuestra fotógrafa para esta sesión. Junto a sus cuatro hijos y su marido, el conocido estilista Moncho Moreno, la empresaria ahora reside en Key Biscayne, “una isla mucho más tranquila que el centro de la ciudad y en la que te mueves en carrito de golf”, explica. En este “oasis”, como la propia Berta lo define, ha encontrado el punto medio perfecto para controlar la marca en 12 países, que incluyen gran parte de América Latina, España y, ahora, Estados Unidos. Un mercado, este último, que en realidad no formaba parte de sus planes iniciales, pero que se ha convertido en uno de sus focos de manera orgánica. “El pasado otoño, recibimos un premio muy importante en este país: Moncho Moreno fue elegida como una de las 50 firmas de belleza más prometedoras según la consultora BeautyMatter. A partir de ahí, nos empezaron a contactar algunos de los principales *retailers* estadounidenses, como Ulta Beauty y Target, donde entramos el próximo agosto con presencia en 611 tiendas”, nos adelanta. Berta apunta a los ingredientes naturales que utilizan y a sus fórmulas eficaces desde el primer uso como las dos claves que les han hecho despuntar en esta exigente nación en la que, nos cuenta, “se cuidan y se arreglan muchísimo”. Se percibe en las calles, pero sobre todo en los eventos que, “todos los días”, se organizan en Miami y a los que Berta a veces asiste, después de “trabajar de 8:00 a 14:00 para Madrid, recoger a los niños del colegio y tener reuniones por la tarde con oficinas de América”, detalla sobre su extenso horario. “La verdad es que aquí se trabaja más”, afirma, aunque también destaca la disposición de todo el mundo

UN OASIS A 15 MINUTOS DE MIAMI

Berta Martín y su familia viven en Key Biscayne, una isla al sureste de la ciudad, conocida por sus playas blancas y sus reservas naturales. En la imagen, con vestido troquelado de Loveshakefancy.



NON STOP
Por la mañana,
Berta trabaja
para Madrid y,
por la tarde, para
América. Sobre
estas líneas, nos
recibe en su nueva
casa, con vestido
de Farm Rio.

“EN MIAMI, LA GENTE TE AYUDA MUCHO PORQUE HA ESTADO EN TU SITUACIÓN: SE HA MUDADO CON SU FAMILIA PARA EMPEZAR DE CERO”

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

Ó escanea el código QR:



a apoyarle cuando lo necesita. “La gente es superpositiva y te ayuda muchísimo porque al final, sobre todo en Miami, casi todos son inmigrantes y han estado en tu situación: han venido con su familia y han empezado de cero”, explica.

Además de extender la marca a todo un continente, la pareja de expertos en cuidado capilar ha abierto en Miami su primer salón, un espacio que mantiene la esencia de los dos que atesoran en la capital española, desde la decoración hasta los tratamientos. “Queríamos ofrecer los mismos servicios porque, en Madrid, tenemos muchas clientas de Latinoamérica que suelen viajar también a Miami”, nos cuenta Berta. El nuevo espacio está situado en el exclusivo barrio de Coral Gables (donde viven rostros tan conocidos como Camila Cabello y Shawn Mendes) y replica la filosofía que les ha hecho triunfar en España: enfocarse en la reparación capilar. “La clienta de Miami tiene el pelo muy estropeado por el sol y la playa. Entonces, nuestra línea de productos encaja porque está centrada en recuperar la salud del cabello”, dice Berta. De hecho, los productos más vendidos en Estados Unidos son “los mismos que en España: la mascarilla y el acondicionador sin aclarado”. Y es que, a pesar de los más de 7.000 kilómetros que separan los dos países, compartimos muchas cosas, entre ellas, que nos encanta disfrutar de la vida al sol, pero también mantener nuestro pelo brillante y sano.

CINCO AÑOS

Moncho Moreno y Berta Martín lanzaron su firma en 2021, tras muchos años dedicados al cuidado del cabello. Su objetivo desde entonces ha sido “curar los cabellos más estropeados y debilitados”.



Mascarilla One Minute Wonder (55 €). Acondicionador sin aclarado Bond J'aime Bond (29,99 €). Cepillo antirrotura Magic Brush (24,99 €). Todo, de Moncho Moreno.



NUEVAS ILUSIONES

En la imagen, la cofundadora de Moncho Moreno en el porche de su nuevo hogar. En la otra página, Berta, con conjunto de Las Sureñas, y dos detalles de su casa en Miami.

VACACIONES ENTRE LIBROS

Bálsamos curativos, intrigas que enganchan o reflexiones que nos sitúan en otro prisma aguardan entre estas novedades literarias, que serán las culpables de que no duermas la siesta.

TEXTO: **SILVIA LUENGO G.**



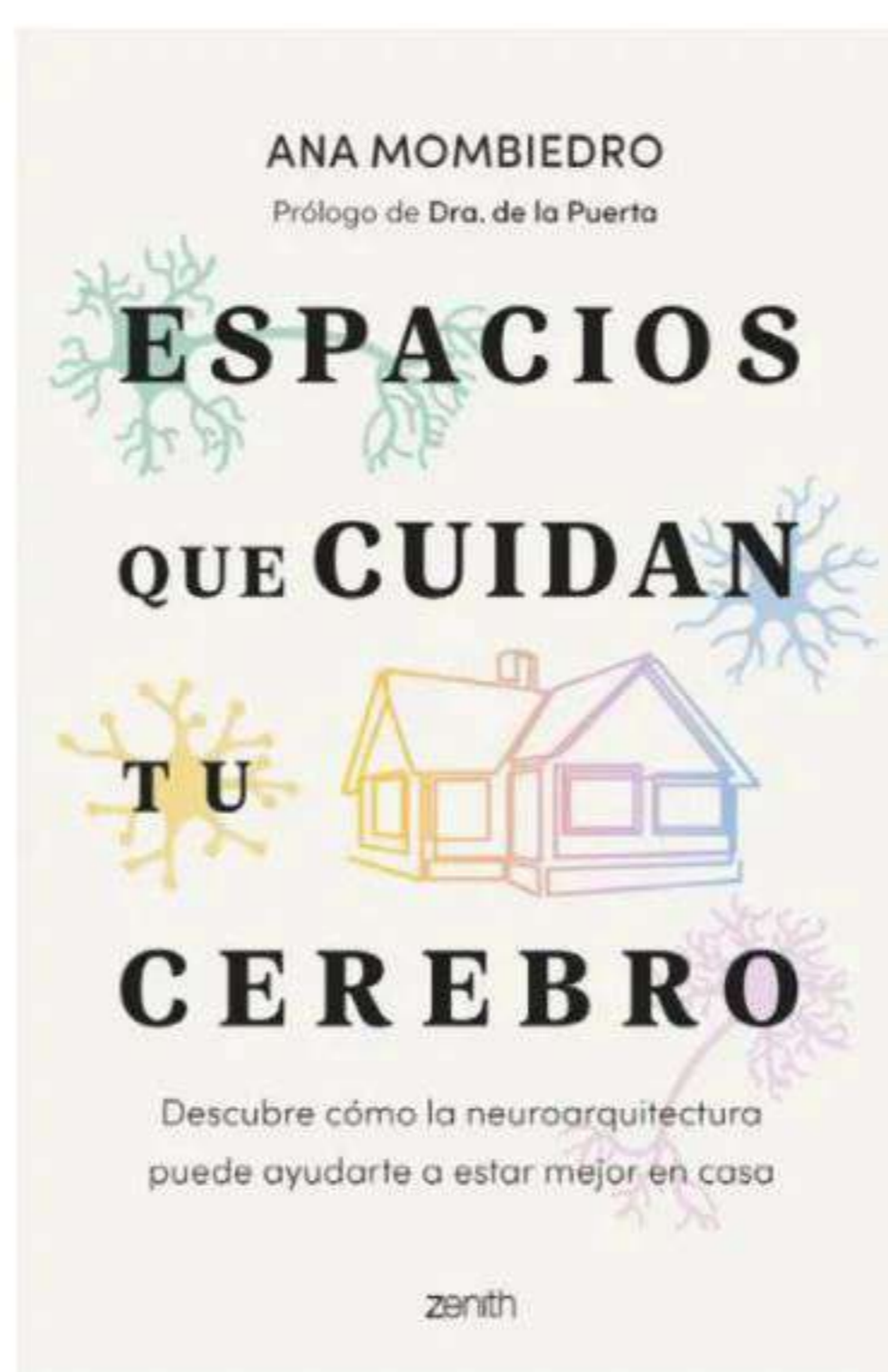
FICCIÓN QUE RECONFORTA

Una librería que aparece mágicamente solo durante la floración de los cerezos es el escenario donde se sitúa la trama de esta historia de cozy japonés. La autora, Takuya Asakura, presenta a unos protagonistas apesadumbrados por la culpa que van sanando con la ayuda de la enigmática librera Sakura y los libros que unen su pasado con el presente. ¿Lo mejor? Sus diálogos rebosantes de verdad, amor y gratitud, que tienen efecto curativo. HarperCollins (19,90 €).



DILEMAS PARA CRECER

¿Qué harías si no tuvieras miedo?, ¿cuánto tiempo de verdad te pertenece?, si hoy fuera tu último día... ¿vivirías igual? Estas son solo algunas de las 37 preguntas que la periodista Eli Romero te pone delante para hacerte descender poco a poco al fondo de quien realmente eres y volver de allí con claridad. La autora plantea los interrogantes por bloques, cinco en total, que van desde las raíces a las hojas y los frutos pasando por el tronco y las ramas. Tenos (19,90 €).

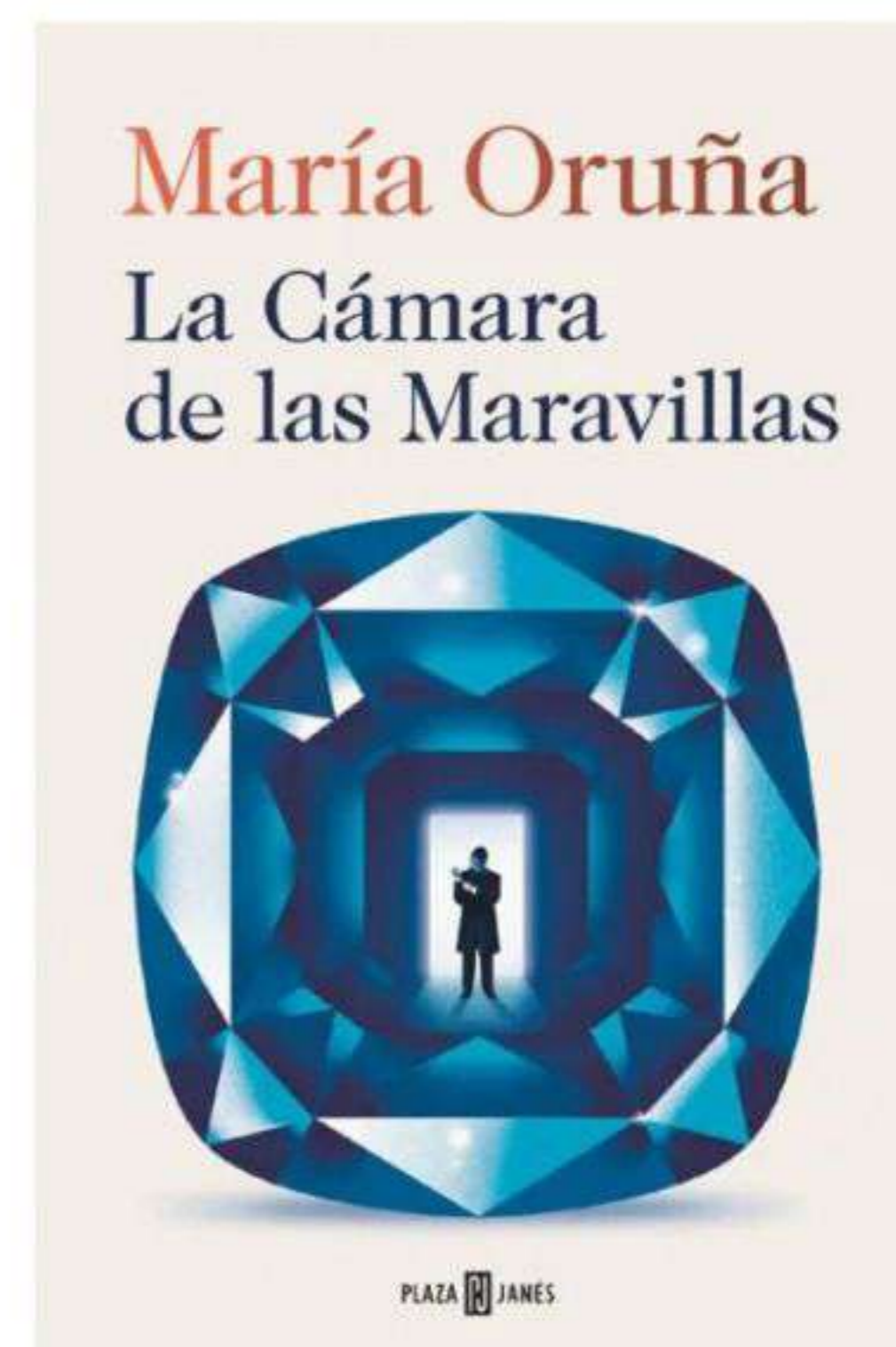


EN BUSCA DE BIENESTAR

Haz de tu casa un refugio de bienestar que te cuide y te asegure una mejor salud. La ciencia que te ayuda es la *neuroarquitectura*, un concepto en expansión que la arquitecta Ana Mombiedro desgrana y concreta en áreas como la luz para descansar mejor, los colores que inducen calma y concentración, las texturas adecuadas o el orden visual idóneo. Zenith (18,95 €).

ADIÓS AL INSOMNIO

De verdad, y desde la primera noche en que pongas a prueba el método que nos plantea el psicólogo Rafael Santandreu. En este libro, que aporta un enfoque innovador, el autor revela que la mayoría de los casos de insomnio son psicológicos y tienen solución definitiva. A lo largo de sus páginas aprenderás a romper el círculo vicioso del miedo, a reprogramar tu cerebro para dormir profundamente y a calmar la mente para que la noche vuelva a ser paz y descanso. Grijalbo (21,90 €).



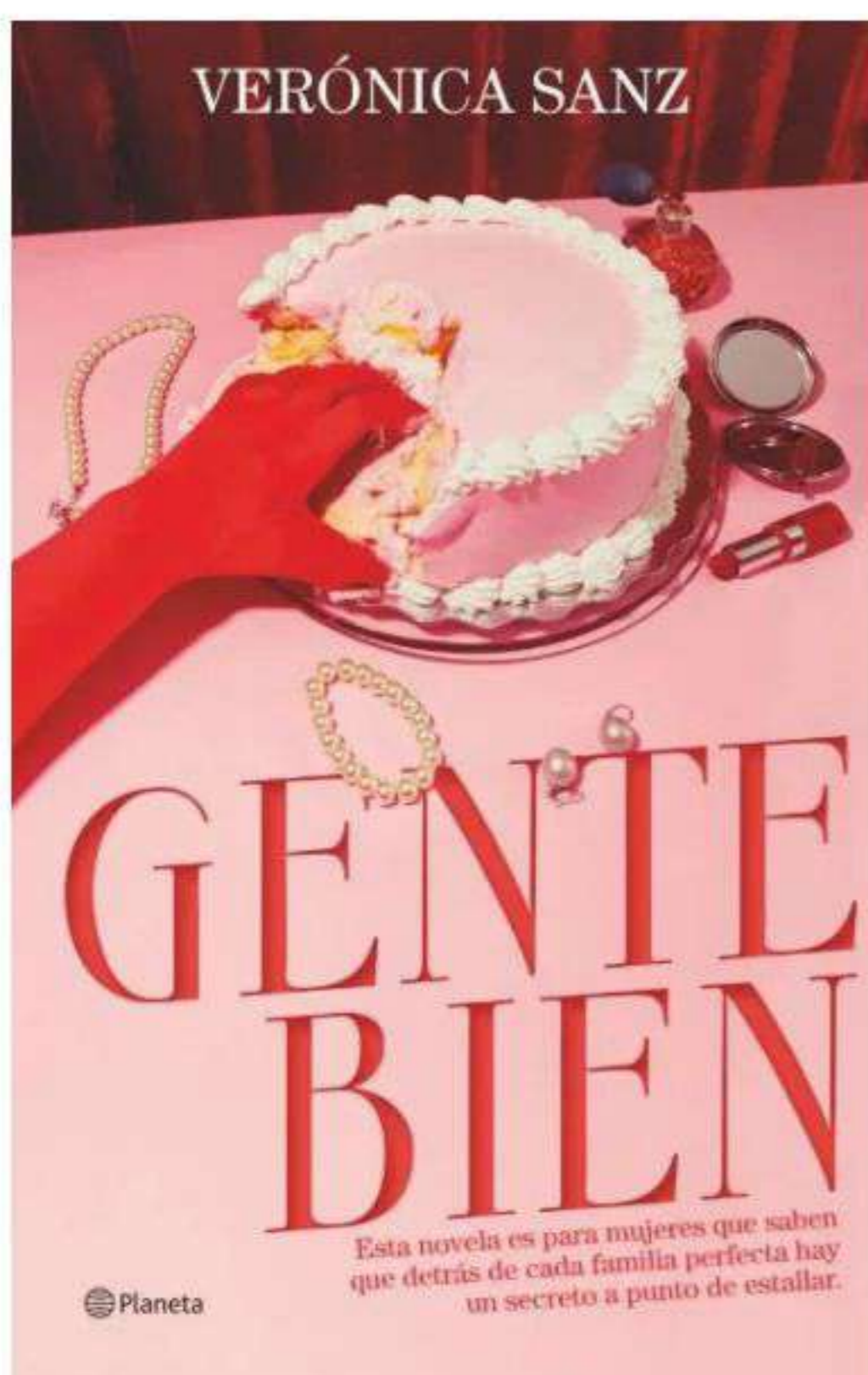
JUEGA A SER DETECTIVE

Un robo de arte, un ladrón muerto inexplicablemente y dos protagonistas que se ven obligados a colaborar por un interés común: la necesidad de descubrir lo que pasó. En su nuevo y fascinante *thriller*, ambientado en el mundo del arte, María Oruña atrapa a los lectores con un misterio irresistible, unos personajes únicos y una trama repleta de sorpresas. Plaza & Janés (22,71 €).

POR PURO

PLACER ESTIVAL

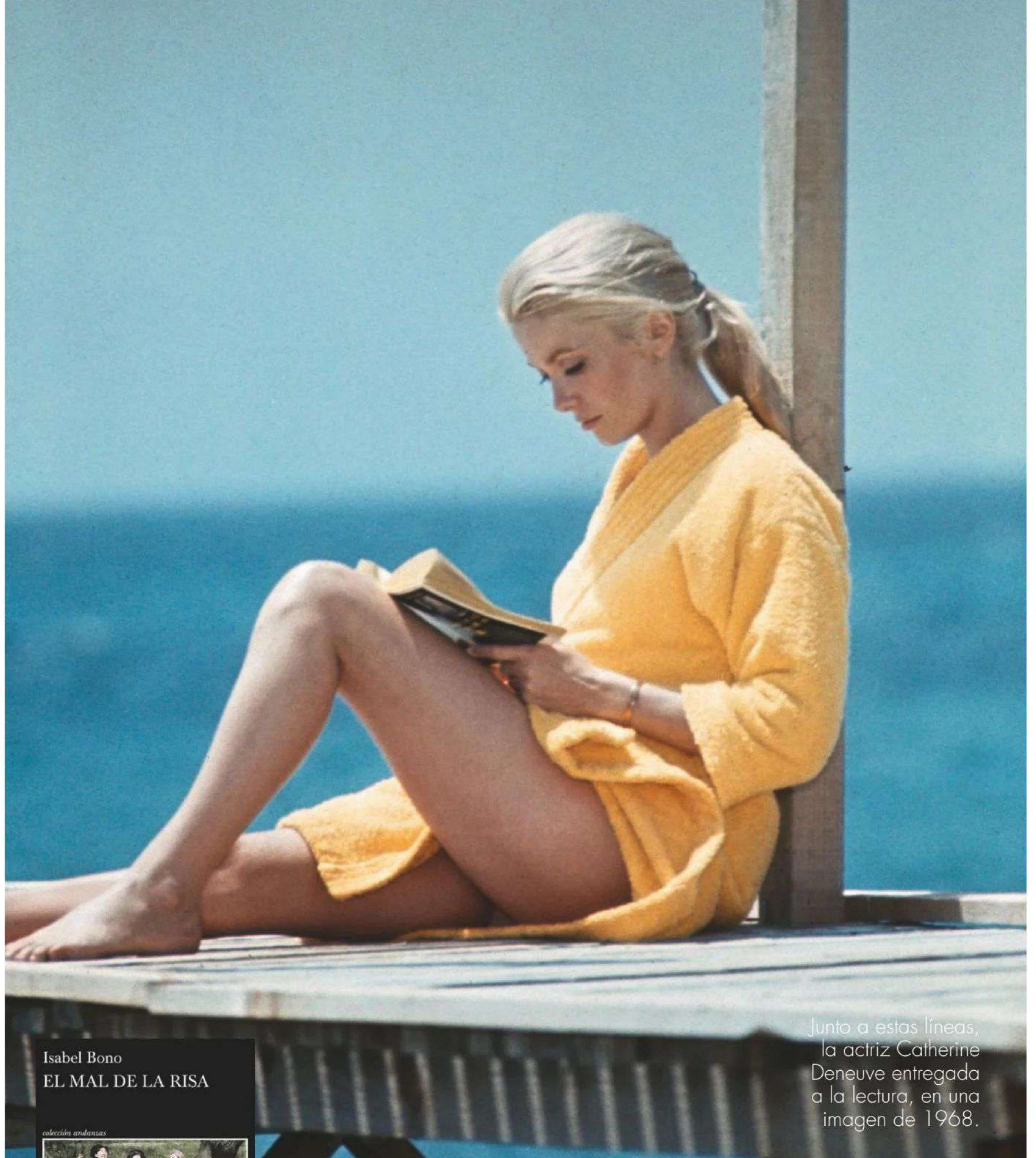
Deliciosa novela protagonizada por una mujer de mediana edad que, después de toda una vida dedicada a sus tres hijas, enfrenta una transformación personal cuando una de ellas se marcha a trabajar a París. Mamen Sánchez vuelve a deleitarnos con su característica mezcla de agudeza y sentido del humor. Espasa (22,90 €).



SÁTIRA E INTRIGAS

“HIGH CLASS”

Una lectura para devorar desde el *beach club* y disfrutar con el retrato entretenido, adictivo y afilado que dibuja Verónica Sanz sobre el lado más vulnerable del privilegio. Porque, como descubre la autora, detrás de cada vida envidiable hay un precio que no todo el mundo está dispuesto a pagar. Una historia para reírse del lujo, pero también aspirar a él. Planeta (22,90 €).



Junto a estas líneas, la actriz Catherine Deneuve entregada a la lectura, en una imagen de 1968.

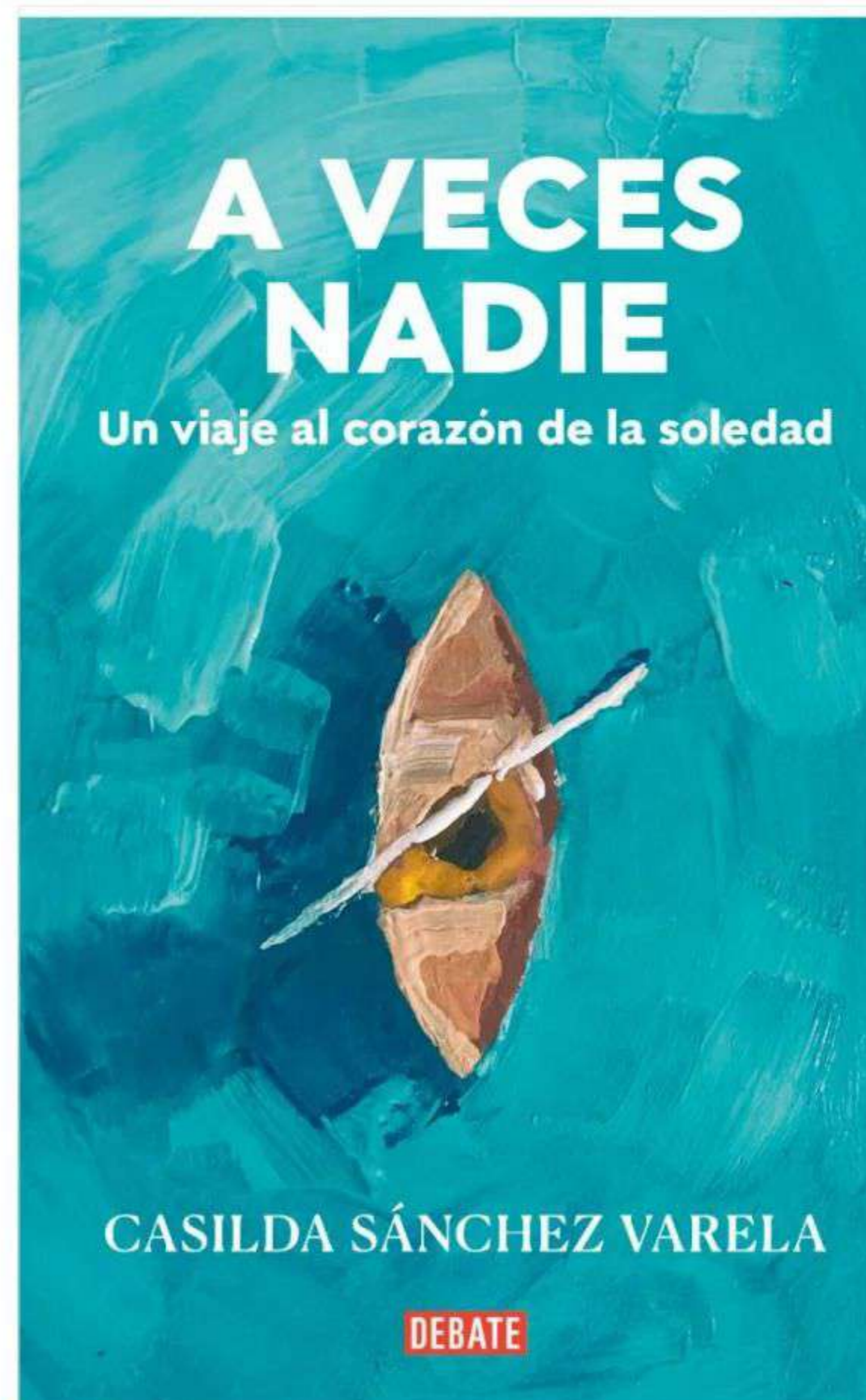
Isabel Bono
EL MAL DE LA RISA



HUMOR

PARA VIVIR

Recién cumplidos los ochenta y tres años, Noelia, la protagonista de esta entrañable historia, repasa con humor su vida, mientras nos hace pensar en lo poco que sabemos de quienes nos rodean. Ahora que tiene que cuidar de su hermana y su cuñado, examina con ironía esa fantasía que es la familia perfecta. Tusquets Editores (19,90 €).



LECTURAS QUE INSPIRAN

DOMAR

LA SOLEDAD

Un viaje para tratar de aprender a lidiar con los cambios en su vida y una repentina sensación de alivio y libertad a pesar de su dolor son el punto de partida de una historia en la que la autora, Casilda Sánchez Varela, despliega una poética reflexión sobre la soledad. En lugar de huir, la escritora nos propone aprender a vivir en ella. Debate (18,90 €).

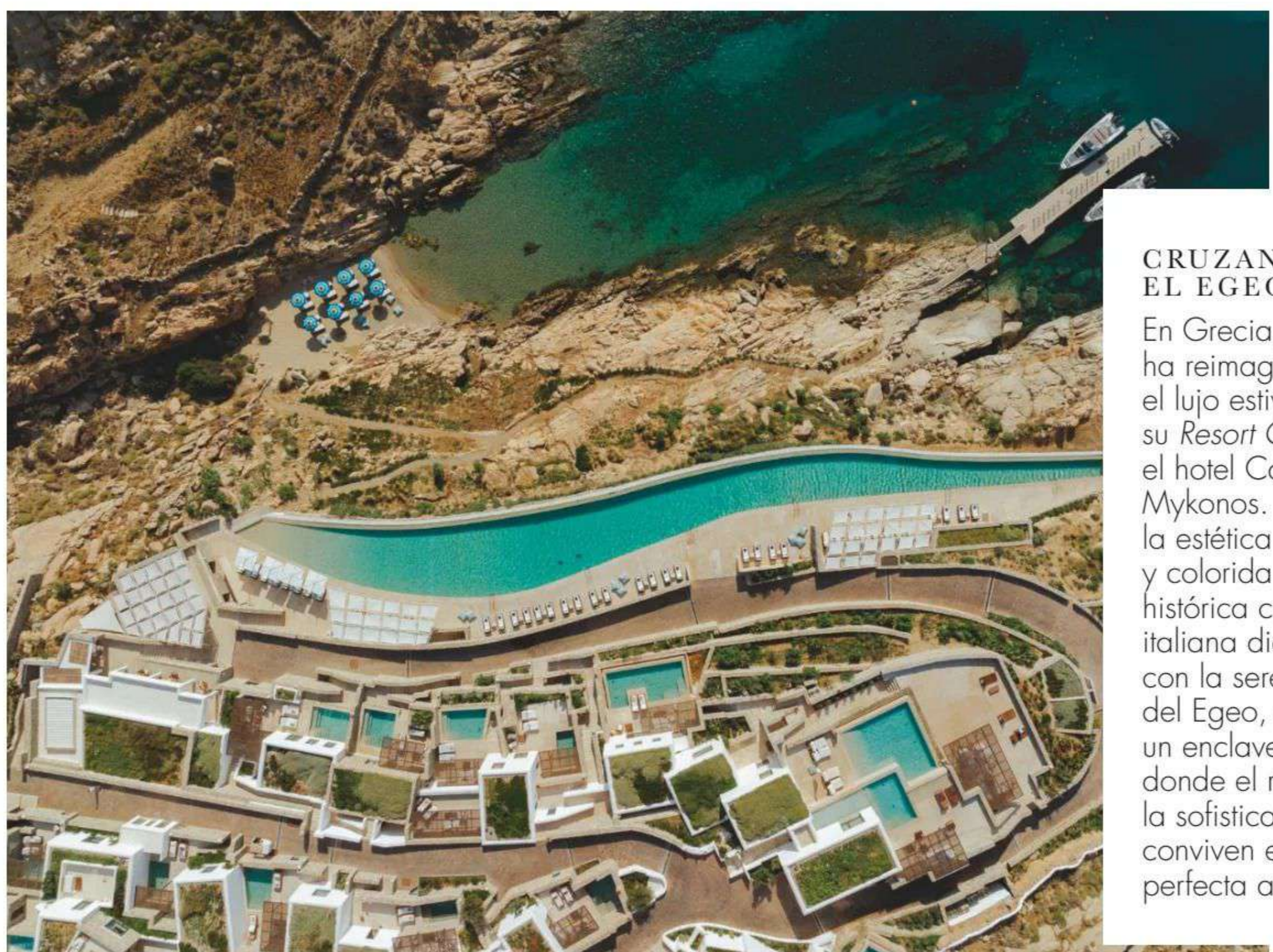
fashion HOTSPOT



PRÓXIMO DESTINO: *Beach couture*

La playa es el nuevo terreno de juego donde las grandes marcas hacen su 'statement'. En los 'beach clubs' de alta moda, el diseño y la arquitectura se convierten en lenguaje, y cada detalle, en gesto identitario. Descanso, estética y narrativa se unen para crear universos de ensueño que no se consumen, se viven. TEXTO: AMALIA QUIROGA

El verano ya no es solo una estación: es un manifiesto vital. Remojar los pies y caminar por la arena es agradable, sí, pero no tiene nada que ver con hacerlo después de haberte bronceado en una cama balinesa con un *print* de Missoni o tras una sesión de surf con una tabla de Longchamp. Esa es la nueva narrativa del descanso estival *high class*: una experiencia donde placer, moda y puesta en escena se mezclan hasta convertir cada gesto en un pequeño ritual hedonista de lo más sofisticado. Los *beach clubs* de moda funcionan hoy como extensiones naturales del *storytelling* de las firmas de lujo, que ya no buscan solo vender un producto, sino construir universos que se habitan, se fotografían y se recuerdan. Piensa con cuál de ellos te quedas...



CRUZANDO EL EGEO

En Grecia, Missoni ha reimaginado el lujo estival con su *Resort Club* en el hotel Cali, en Mykonos. En él, la estética vibrante y colorida de la histórica casa italiana dialoga con la serenidad del Egeo, creando un enclave donde el relax y la sofisticación conviven en perfecta armonía.



LA EXPERIENCIA MÁS CHIC

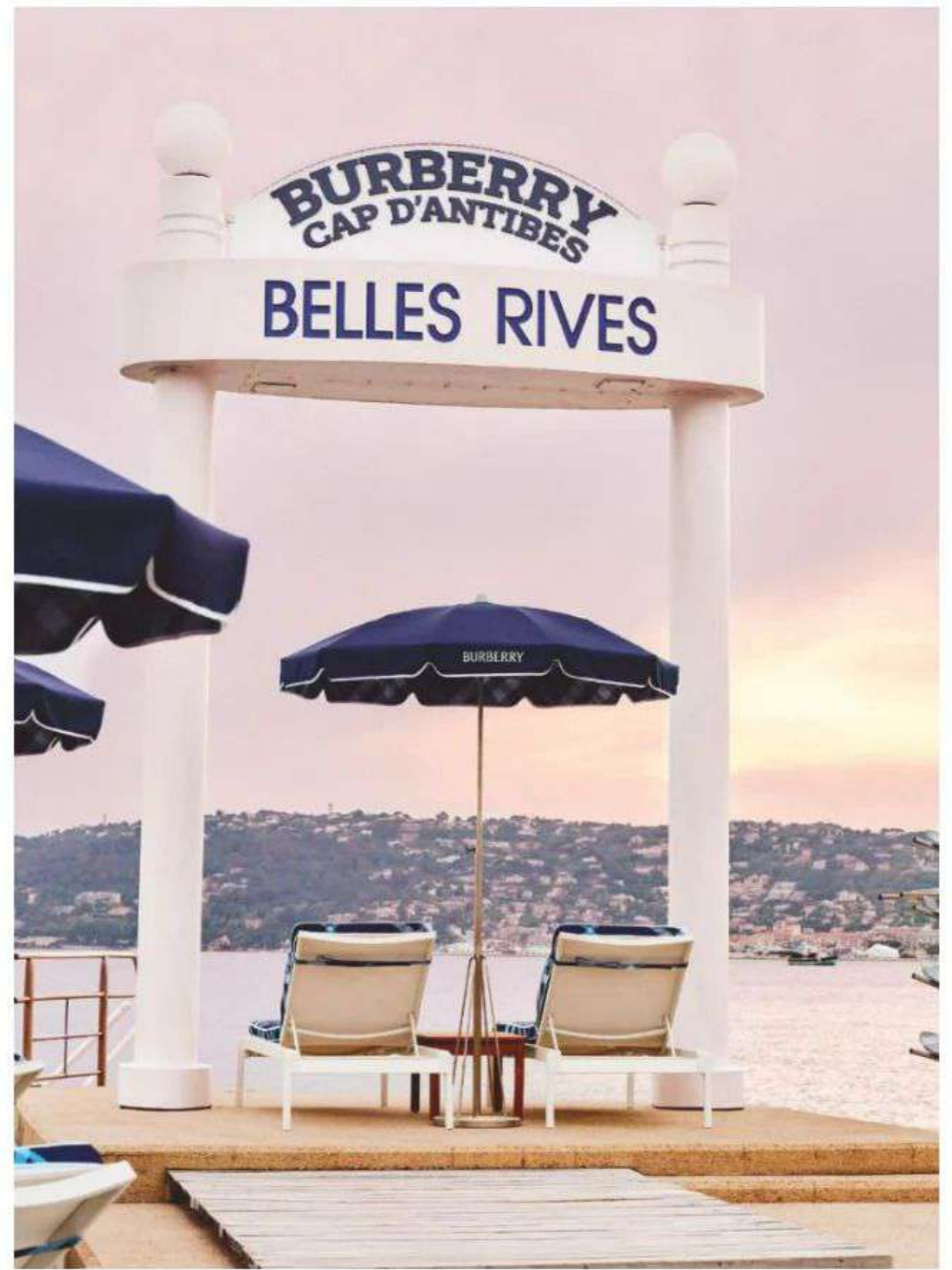
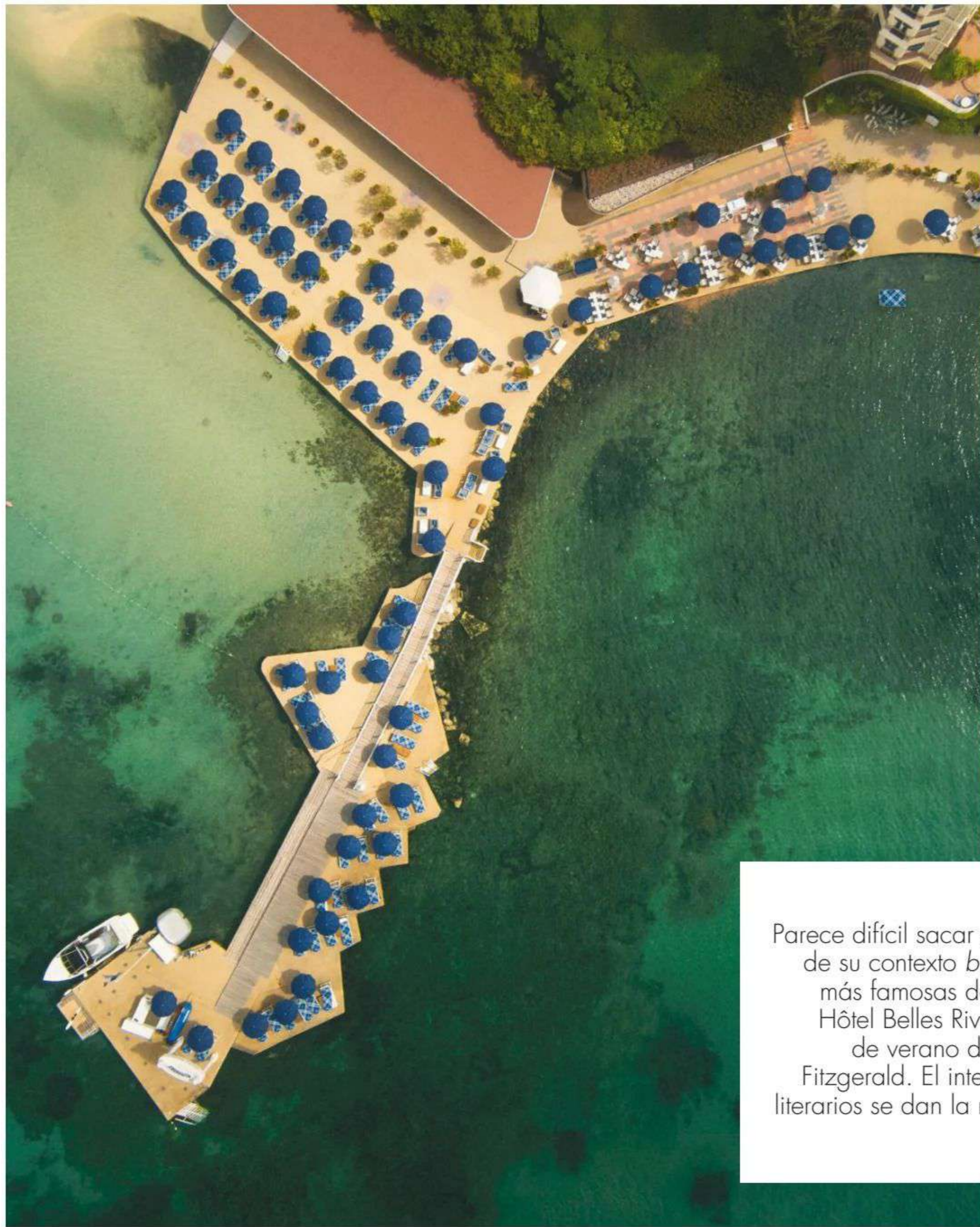
La iniciativa La Plage Longchamp llega para transformar las playas de los destinos vacacionales más top, fusionando el *je en sais quoi* de la firma parisina con el espíritu surfero. Sus *pop-ups* veraniegos, de Australia a Europa, pasando por Asia, celebran un *art de vivre* lleno de color entre tumbonas de rayas color pastel y tablas y balones de vóley exclusivos. Un *beach club* itinerante donde la firma invita a vivir un verano a la francesa.

DESDE FRANCIA HASTA AUSTRALIA. PASANDO POR GRECIA O TAILANDIA.
LAS FIRMAS ESTÁN PRESENTES EN LOS DESTINOS VACACIONALES
MÁS EXCLUSIVOS DE TODO EL MUNDO



“I FOUND MY LOVE IN PORTOFINO...”

Moda, descanso y alta gastronomía se unen en el *DG Resort* de **Dolce & Gabbana**, que ha customizado el club Le Carillon, en Portofino, con su característico verde Maiolica. Una customización que celebra la Riviera italiana y la belleza de la bahía de Paraggi con un diseño envolvente cuidado hasta el más mínimo detalle y con sabores mediterráneos.



VERANO A LA INGLESA
 Parece difícil sacar el icónico estampado de cuadros de **Burberry** de su contexto *british*. Sin embargo, la firma de las gabardinas más famosas de la historia ha reinterpretado en la terraza del Hôtel Belles Rives, en la bahía de Antibes (Francia), el refugio de verano de genios literarios como Hemingway o F. Scott Fitzgerald. El intenso azul Riviera, el estilo *art déco* y los guiños literarios se dan la mano en este nuevo enclave de ensueño frente al Mediterráneo. ¿Te lo vas a perder?

DE LAS TOALLAS
 A LOS COJINES.
 PASANDO POR LA
 VAJILLA. TODA LA
 ESTÉTICA SE CUIDA
 AL DETALLE COMO
 ESTRATEGIA DE
BRANDING



HORIZONTE SALVAJE

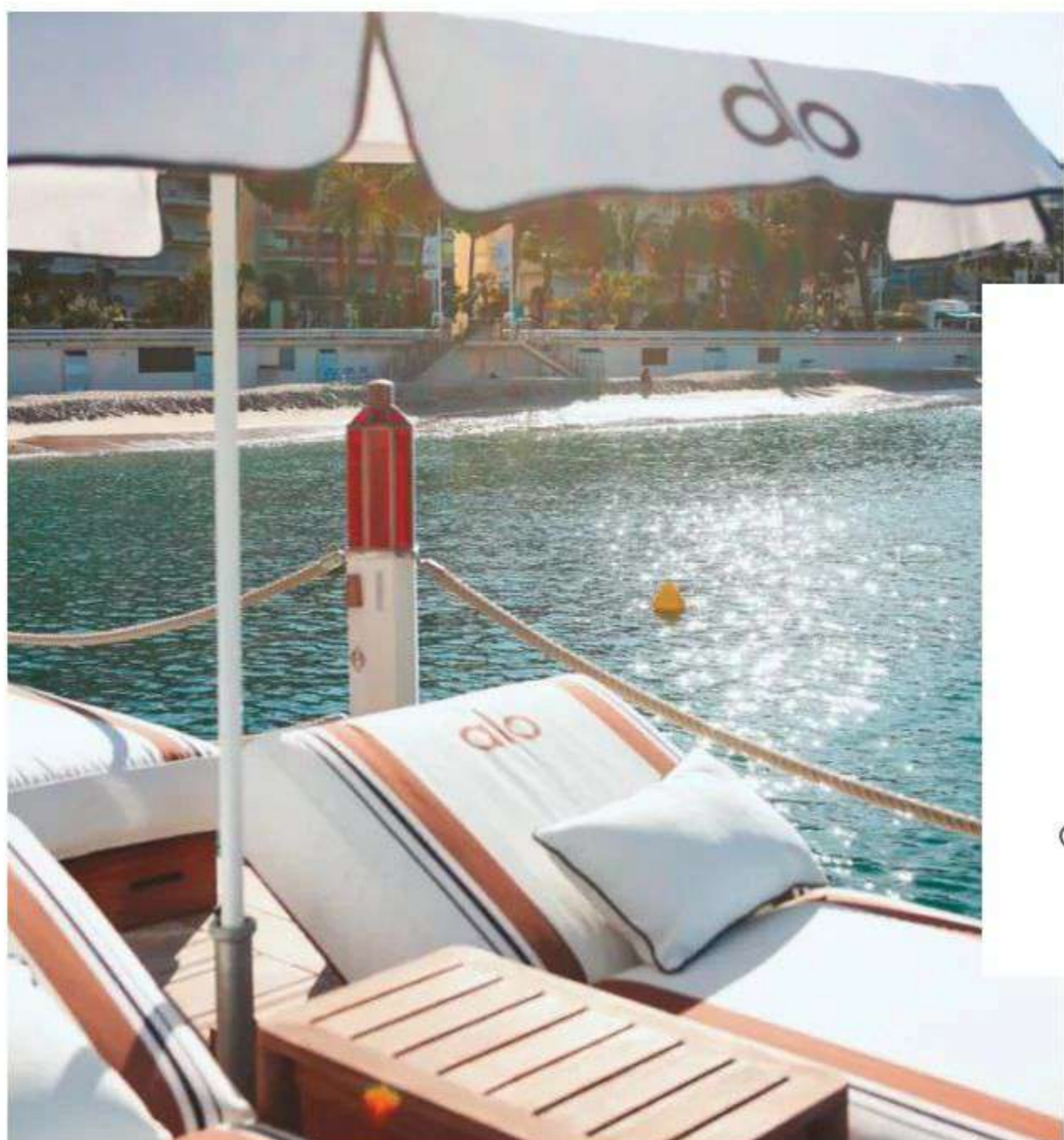
Esta temporada, **Roberto Cavalli** firma un espacio magnético en el restaurante Annex Beach, en Cannes. El *beach club* se ha vestido entero de *animal prints* icónicos y de hedonismo italiano, convirtiéndose en el refugio donde veranean las *fashionistas* más atrevidas.



AL MÁS PURO ESTILO *DOLCE VITA*

Guess desembarca en el lago de Como con una experiencia inmersiva que eleva su estilo en uno de los destinos más emblemáticos de Italia. Bajo el *claim* *Ciao Como*, la marca fusiona moda y estilo de vida a través de una *boutique* en Bellagio, una playa transformada en la orilla del lujoso hotel Filario y una flota de barcos *vintage* personalizados (como en una auténtica aventura de James Bond). Un proyecto que celebra la *dolce vita* contemporánea y reafirma la visión aspiracional de la firma.

LAS 'BOUTIQUES' EFÍMERAS Y LOS RESTAURANTES CUSTOMIZADOS TAMBIÉN FORMAN PARTE DE ESTAS ACTIVACIONES DE VERANO



ESPÍRITU *SPORTY*

La marca de los conjuntos deportivos más codiciados por las *celebrities* y las *pilates gurlies* de Los Ángeles, **Alo**, ha cruzado el Atlántico para revolucionar el icónico hotel Martinez, de Cannes, convirtiendo cada rincón en un oasis *wellness*.





1. DESCANSO CON DOSEL

Ya lo estás visualizando: el cielo azul, el brillo de la piscina bajo el sol y una tumbona que promete ser tu refugio en este paraíso estival. Para que tu descanso sea perfecto, en Kathy Kuo te proponen este diseño de ensueño (3.447,45 €).

LO MÁS

Julio huele a mar, suena a tardes de risas cómplices y sabe a brindis animados por la alegría del verano. Todo parece posible. Por eso, no hay mejor momento para soñar a lo grande y hacer una nueva lista de deseos que traiga a nuestras vidas detalles únicos.

TEXTO: SILVIA LUENGO G.



2.

EL TIEMPO EN FLOR

Hace diez años que se lanzó por primera vez la romántica colección *Color blossom*, de Louis Vuitton, a la que pertenece este llamativo diseño, en su versión más actual. La flor del monogram inspira este modelo (c.p.v.) con esfera de amazonita, oro amarillo y correa de piel turquesa.



3.

LAS PALAS SON PARA EL VERANO

Uno de los secretos para mantenerse en forma de la famosa supermodelo Elle Macpherson es el *pickle ball*. Haz como ella y dale a la raqueta con un set como este (104,14 €), de Nordstrom.



4.

¿VAMOS DE PÍCNIC?

Es verano, tiempo de vivir al aire libre e improvisar planes al amparo de los días largos. No lo dudes, prepara los sándwiches, los emparedados y unas bebidas refrescantes y vete de pícnic. Para ponértelo fácil, *Luxury Picnic* te propone esta cesta para cuatro comensales (975 €).



5. LA MAGIA DE LA COSTA AZUL

A cinco minutos del centro de Saint-Tropez se ubica **Arev St. Tropez**, un hotel que recupera el esplendor de esta perla del Mediterráneo, al suroeste de Francia. Y es que el nuevo *glamour* se inspira en la década dorada de este enclave costero, que fue el favorito de *celebs* como Brigitte Bardot.



6. PURA AUDACIA

Cuando el *savoir faire* de una firma de alta relojería, como **Audemars Piguet**, se une al atrevimiento abanderado por otra enseña como **Swatch**, el resultado no puede ser sino un éxito rotundo. De esa colaboración nace la colección *Royal Pop*, a la que pertenece el reloj con bisel octogonal y correa de piel (400 €) que vemos arriba. Todo un *must*.

7. CUANDO CALIENTA EL SOL...

Como decía la canción, lo que más te apetece es tumbarte en la arena sobre una suave toalla, previo paso por *boxes* para aplicarte tu protector solar. Para hacerlo con estilo, el diseñador **Jonathan Adler** te sugiere llevar en tu capazo este modelo con gráfica (113,25 €).



8.

DIVERSIÓN EN ALTAMAR

Navegar sobre las aguas cristalinas de un exótico destino ya es un planazo en sí. Pero si al disfrute de viajar en un espectacular yate le añades el extra de divertidas plataformas flotantes y todo tipo de *gadgets* para vivir aventuras en el mar, el plan es una fantasía. **Funair** lo hace posible.



9. EL RINCÓN CHILL OUT

Donde nadie te moleste y puedas dedicar horas y horas a leer, relajarte, cerrar los ojos y echarte una placentera siesta veraniega... ¿Dónde hay que ir? Al jardín o al porche de tu casa. Inspírate en este diseño de Edward Martin para dar forma a ese paraíso zen con el que estás soñando.



10. UN TOQUE DE LO MÁS COOL

El verano es sinónimo de encuentros con amigos, fiestas y celebraciones. Facilita la vida en esos momentos y hazte con un carrito para bebidas y aperitivos que, además, dé un punto cool al ambiente. Como ejemplo, a la izquierda, una colorida propuesta en piel (299 €), de Kare.

11. LUZ HELADORA

Y no nos referimos a ningún efecto *freezing*, sino a la forma de esta lámpara de mesa (209 €), que ha querido emular la cremosidad de un helado en tulipa. Es una idea de Nordic Nest.

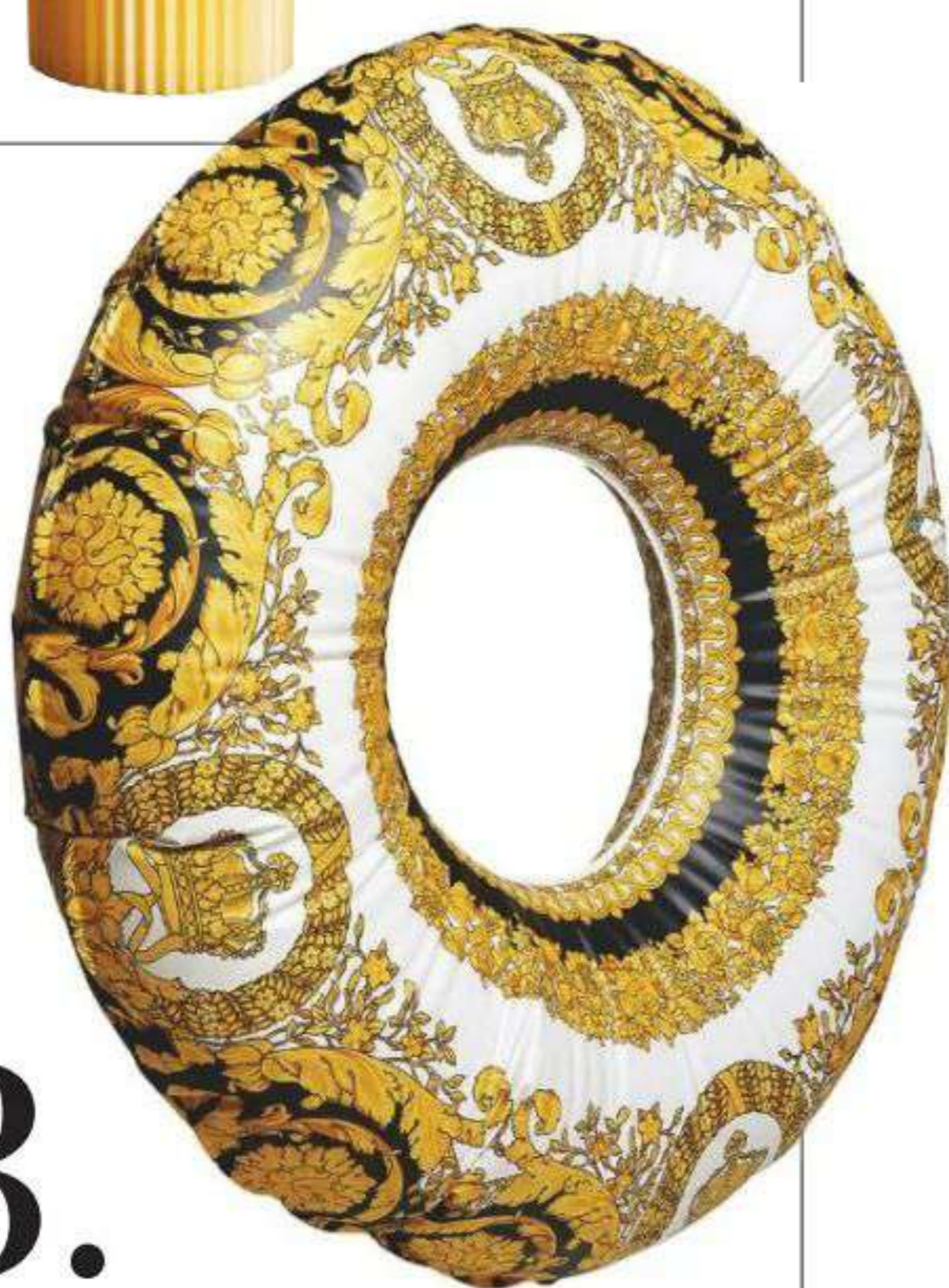


12. EQUIPAJE VINTAGE

Cada vez son más los amantes de viajar en clave retro, cambiando futuristas *trolleys* por bolsos de viaje de aire aventurero. Los diseños de cuero, con asas y logos *varsity*, están arrasando. Sobre estas líneas, un modelo de piel marrón de Conolly (2.400 €).

13. A FLOTE

Parece imposible asociar la idea de sofisticación a algo tan simple como un flotador, pero en moda todo puede suceder, y Versace lo ha hecho realidad. Este hinchable (180 €) lo demuestra.



14. EN LA CRESTA DE LA OLA

Giselle Bündchen o Margot Robbie han sucumbido al subidón de adrenalina que supone coger olas y surfear un tubo.

Al margen de la diversión, hay pocos deportes acuáticos que te ponen tan en forma.

No esperes más y hazte con tu tabla ¡ya! Arriba, la propuesta (c.p.v.) de Louis Vuitton para este verano.



15. DECORACIÓN PRÊT-À-PORTER

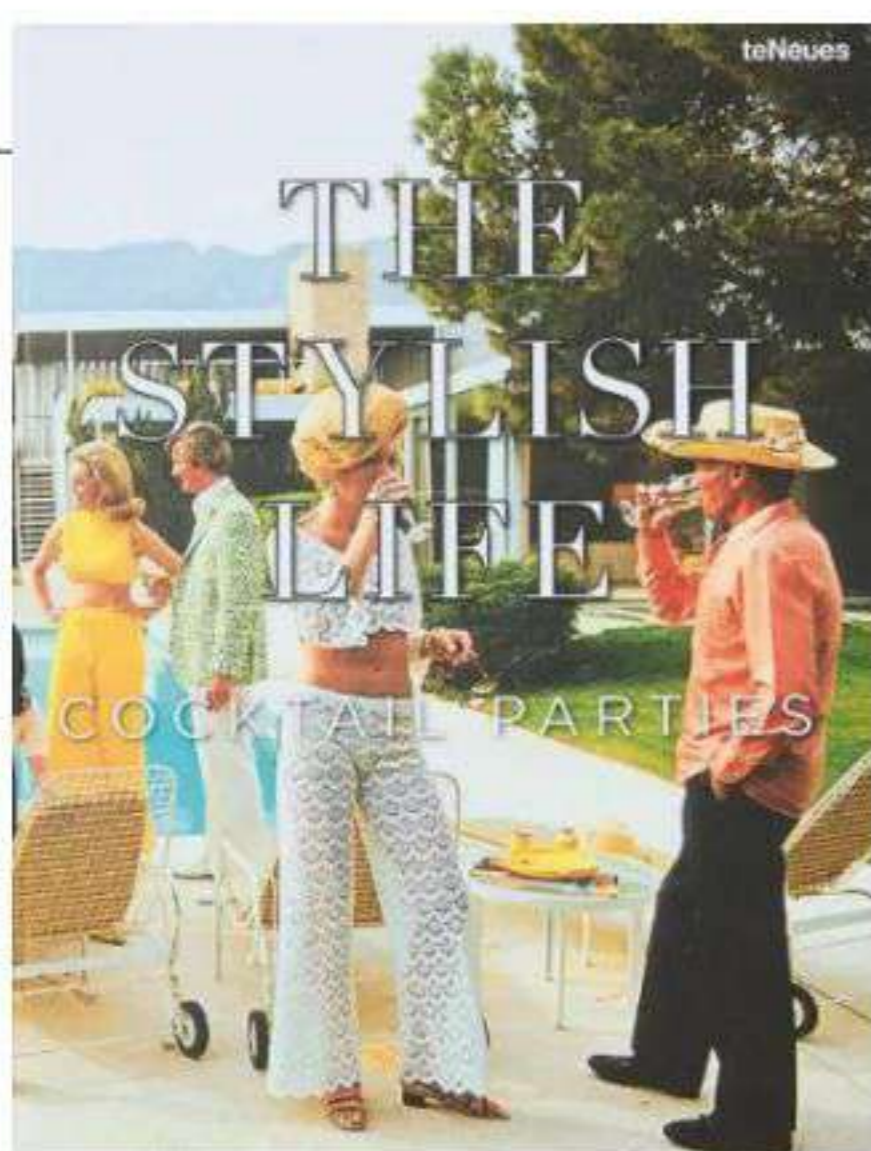
La alianza entre moda y universo *deco* sigue dando irresistibles resultados. La última directora creativa en trasladar su mirada *fashion* al mundo del menaje ha sido Johanna Ortiz, quien firma estos platos pintados a mano (215 €, el set de dos).



16.

OASIS EN EL MEDITERRÁNEO

Con vistas al mar, en las inmediaciones de Barcelona y rodeado de espectaculares pinares, se encuentra **Sabàtic Gavà Mar**, un hotel de concepto *boutique* donde el tiempo se detiene para que puedas disfrutar del verano a tu propio ritmo. No te pierdas la zona de piscina, con acceso directo a la playa, su exclusivo *beach club* o su deliciosa gastronomía mediterránea. Descubre este paraíso junto al mar, a tiro de piedra de la ciudad.



17.

¡SUMMER PARTY!

Un recorrido visual por las fiestas con "código cóctel" más glamorosas desde los años 50. *Celebrities* y artistas protagonizan este homenaje al lado más encantador de la vida social en copa de Martini. Un libro (55 €) que edita **teNues**.



18.

AVENTURA SOBRE RUEDAS

Si eres de las que sueñan con recorrer el mundo improvisando y sin más planes que los que te apetezca en cada momento, no lo dudes: la nueva maleta (305 €) de **Delsey**, en colaboración con **Jeep**, será tu mejor aliada.



19.

VERSATILIDAD Y ELEGANCIA

Royal fue el nombre elegido por Tudor en 1950 para designar la calidad y el exclusivo diseño de los relojes de esta colección. Hoy, renovados, siguen imbatibles al paso del tiempo. Arriba, modelo de acero (3.160 €).

Lucilla Bonaccorsi

SICILIA INFINITA

Esta isla del Mediterráneo es el segundo hogar de la hija de Luisa Beccaria y directora creativa de la firma. Allí está el refugio familiar Bonaccorsi-Beccaria, una preciosa finca de olivos que es su edén.

TEXTO: **SILVIA LUENGO G.**

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

Ó escanea el código QR:





Los veranos de su infancia están llenos de limoneros, aromas de azahar y azul mediterráneo, así como de tardes de juegos con sus hermanos por los rincones de la espectacular casa familiar de **Feudo del Castelluccio**, al sureste de Sicilia, en Siracusa. Lucilla Bonaccorsi, hija de la diseñadora Luisa Beccaria, firma en la que trabaja desde hace años, es una enamorada de la isla, que conoce como la palma de su mano. Por eso, le cuesta decirnos si el verano es el mejor momento para visitarla, puesto que para ella Sicilia es pura belleza en cada estación: “La isla cambia de color constantemente a través de las flores, los paisajes y la luz. Los atardeceres son de ensueño y en el ambiente se respira una poesía difícil de explicar con palabras”, nos cuenta entusiasmada. Cuando le preguntamos por su rincón favorito para darse un baño y disfrutar del mar y la naturaleza, Lucilla lo tiene claro: “**Oasis de Vendicari** es inolvidable. Se extiende a lo largo de unos veinte kilómetros y cuenta con una antigua posada rodeada de naturaleza.



RAÍCES SICILIANAS

Lucilla Bonaccorsi se siente muy conectada a la esencia de la isla. Arriba, en la casa familiar al sur de Sicilia. A la izquierda, uno de sus dulces favoritos: el helado con *brioche*. En la otra página, imagen de Siracusa.



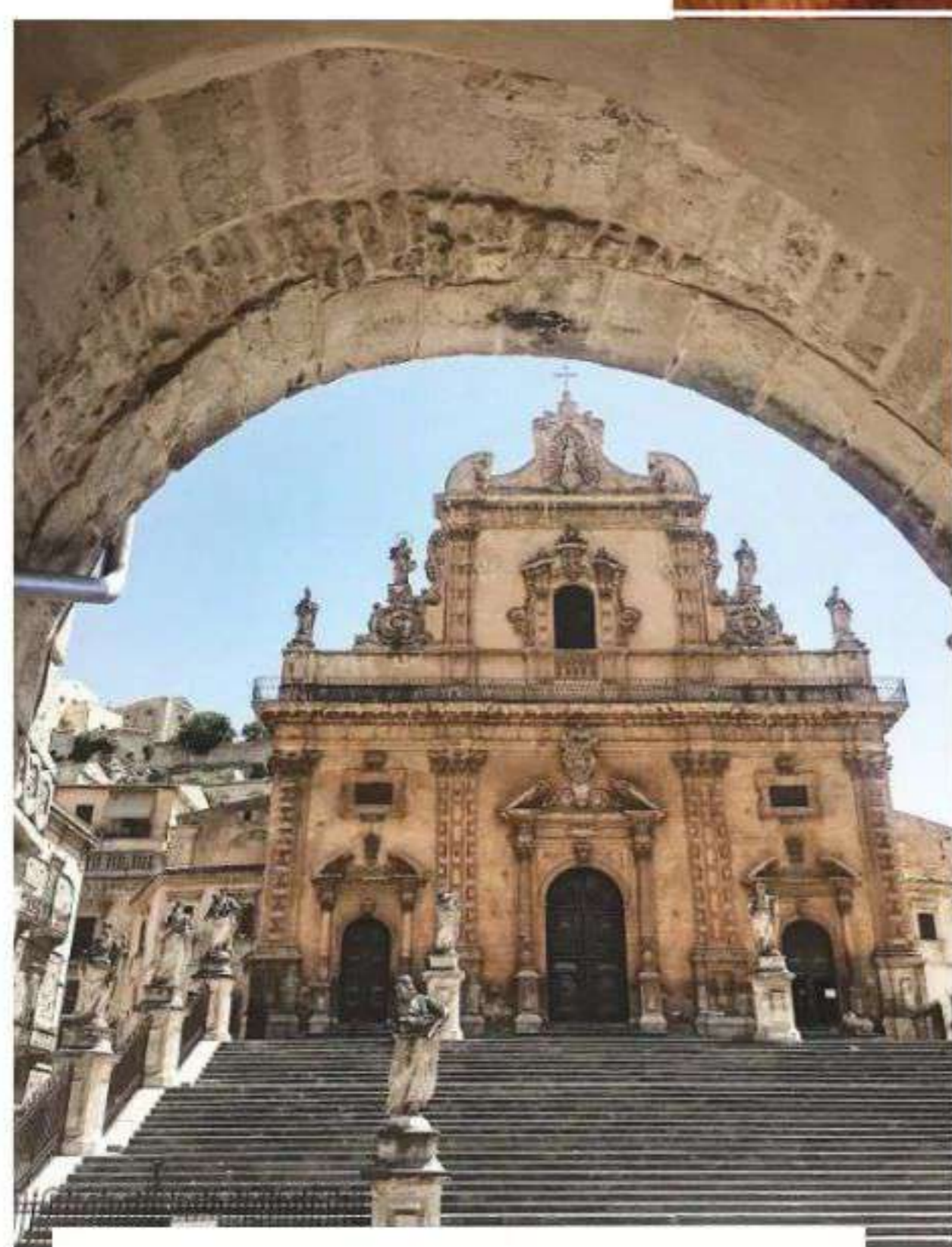
PLACERES ESTIVALES

Arriba, **La Cialoma**, el restaurante preferido de Lucilla, en Siracusa. Junto a estas líneas, cóctel del **Boats Bar**, su espacio *chill out* de cabecera, en la isla de Ortigia.



Puede percibirse el aroma de las salinas y se ven flamencos por todas partes. El perfume de la flor del naranjo se mezcla con el de la brisa marina... ¡es mágico! ". Imaginamos que, desde esta privilegiada reserva natural, la puesta de sol ha de ser un espectáculo, pero Lucilla dice en *bajito* que, para eso, existe otro enclave aún mejor: "Tengo un lugar secreto cerca de casa, escondido en el campo entre los olivos que cultivamos", comparte. Otro escenario que nos recomienda visitar es la costa sur: "Cerca de Portopalo, especialmente desde **Isola Delle Correnti**, donde el sol parece fundirse directamente con el agua en el ocaso". Pero el astro rey aún brilla con ganas y es el momento de ponerse un rato a la sombra, con buenas vibraciones y una bebida refrescante en la mano. Lucilla nos lleva hasta **Boats Bar**, su chiringuito *chill out* preferido, en Ortigia. "Me encanta este bar, sobre todo sentarme frente a las ruinas. El ambiente es siempre increíble".

Tras el receso, volvemos a la carga y es inevitable pararse cada dos por tres en las tiendas de cerámica artesanal tan típicamente siciliana. A Lucilla le fascina "**Ceramiche Alessi**, en Caltagirone, en el interior de la isla. Es conocida por su cerámica artística, hecha a mano, y su reinterpretación de diseños tradicionales locales". Aquí el arte se vive de otra manera y se celebra en cada esquina. Junto a una fachada desconchada por la humedad, puedes encontrar enormes y bellísimos jarrones de barro, preciosas y rotas esculturas o azulejos desgastados por el paso del tiempo que te dejan con la boca abierta. Y hablando de "boca", se nos hace agua al ver las parrilladas de marisco y pescado que empiezan a desfilar ante nosotras al llegar la hora del almuerzo. ¿Qué restaurantes merece la pena visitar en esta parte de Sicilia? Lucilla nos recomienda **I Rizzari**, al mediodía, y para ir a cenar nada como **La Cialoma**. El primero es una *trattoria*, cuya especialidad son los productos frescos del mar. El segundo es un referente



ARTE Y NATURALEZA

Sobre estas líneas, **Módica**, en Ragusa, sureste de Sicilia. Un lugar único que respira monumentalidad, cuyo mercadillo de los sábados es cita imprescindible. A la derecha, cerámicas de **Alessi**. Y en detalle, los famosos flamencos de **Vendicari**.



COMER JUNTO AL MAR

Sobre estas líneas, la terraza de la *trattoria* **I Rizzari**, en Siracusa, donde -nos dice Lucilla Bonaccorsi- se disfrutan los mejores pescados y mariscos frescos de la isla. "Su terraza al borde del agua y sus vistas al Etna son lo más".

“SICILIA ES UN PARAÍSO NATURAL, COLOREADA POR SUS FLORES E ILUMINADA POR ATARDECERES QUE PARECEN IRREALES”



¡A LA PLAYA!

Junto a estas líneas, **Isola Delle Correnti**, en la costa sur de Sicilia, una de las playas favoritas de Lucilla Bonaccorsi.



de la cocina tradicional siciliana con un toque elegante. Tras la comida, se nos antoja un dulce local para confirmar si el *gelatto* de la isla es tan bueno como presumen los locales. Lucilla nos lleva a **Caffè Sicilia**, donde no podemos decir que no a un helado servido en *brioche*. Y, estando en Italia, cómo no íbamos a rematar la jugada con un buen café. No defrauda.

Mientras nuestra guía de lujo habla de cómo ha crecido entre la isla y el taller de su madre, en Milán, entre referencias artísticas, romanticismo y el lenguaje poético de las flores que caracteriza los diseños de Luisa Beccaria, llegamos al centro de **Módica**, en la provincia de Ragusa, al sureste de Sicilia, una joya arquitectónica que es Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Lucilla explica que los sábados por la mañana se llena de vida por su famoso mercadillo. “Adoro los mercados sicilianos. Mi favorito, sin duda, es este. Suelo comprar accesorios, platos de cerámica *vintage* y siciliana, y también una ropa de cama increíble”.

No queremos irnos de la isla sin ver ese atardecer del que nos habla Lucilla al comienzo del recorrido, así que, antes de volver a Oasis de Vendicari para disfrutarlo, nuestra anfitriona nos recomienda “una ruta cerca de **Feudo del Castelluccio**, por una zona de senderismo increíble a la que solemos ir, donde se forman pozas naturales entre las rocas y se puede caminar, nadar y descubrir cascadas escondidas en la naturaleza”. El paseo es fabuloso, tal y como suponíamos, y ya solo nos queda buscar a los flamencos de Vendicari para ver cómo su color rosa se hace mucho más intenso mientras el sol se esconde en silencio tras el mar.



SIEMPRE CON LA FAMILIA

Arriba, nuestra protagonista en un rincón de **Feudo del Castelluccio**. Abajo, con sus hermanas en la cocina de la casa familiar al sur de Sicilia.

El Verano *es un* ESTADO DE ÁNIMO

Ante el calor, divirtámonos con el “juego libre” de la moda. Estridencias, bien; color, también, y lo mismo lo contrario. Porque la ropa no significa nada hasta que tú la habitas.

TEXTO: **LUIS NEMOLATO**

ahora que no nos oye nadie, os lo confieso. Cuando me encargaron esta columna me eché a temblar. Obviamente, no en ese momento, porque yo pienso bien, pero tarde. Asumí que el reto era pan comido. “¿Vestir bien en verano? Claro, yo te lo hago. ¡Divinísimo! Para alguien como yo, que solo vive por y para el verano (y que desde que tiene uso de razón todos los agostos se los pasa en Nápoles), ¡me parece un sueño! *Loviu infinito y más pa’lla*”. Después de todo ese despliegue de exclamaciones y onomatopeyas, tocaba acometer. Empieza por definir “vestir bien” para, después,

sumarle el condicionante “en verano”. Y... No. Vestir bien, te adelanto, no es vestirse de beis. Y hablar de “verano” no es tan solo referirse a una estación del año; el verano es, cuanto menos, un estado de ánimo y, obviamente, no es (solo al menos) sinónimo de “algodón fresquito”.

PERSONAL E INDIVIDUAL

Por supuesto que me habría resultado más fácil sucumbir al código de lo universalmente “veraniego” (tejidos vaporosos, colores *nude*, rayas marineras, inspiración *côte azur*, *costiera* amalfitana...) y aceptar dogmas y convencionalismos para definir “lo elegante” como algo



Fotograma de Audrey Hepburn en *Dos en la carretera*, en una playa cercana a Saint-Tropez.

inmutable, inamovible y/o atemporal (o lo que es lo mismo: no cangrejas, no tirantes, no licra...) pero 1) no sería Luis Nemolato y 2) me darías dos millones de ejemplos para, a la sazón, ponerme la cara colorada. Y no te preocupes, que ya te doy yo alguno. Imagina un decálogo con cosas como: "Nunca, jamás, chancla con calcetín blanco". Y luego llega Alexander Skarsgård con unas Adidas y "escayolado" por obra y gracia de Gucci. O "ante todo y sobre todo, nada de fibras sintéticas. Solo tejidos naturales, transpirables...", para que acto seguido aparezca Harry Styles con unos *rockys* de nailon rojos en *Dance No More* y, con cada movimiento de cadera, me espete a la cara: "No

tienes ni idea". Sin olvidar una sentencia del tipo: "El verano no tiene que ser estridente. El verano, en un país mediterráneo como el nuestro, es luz, es blanco, es arena...". Y Marta Ortega te saca una colección tropical inspirada en el Puerto Rico de Benito Antonio Martínez Ocasio y te comes Sicilia con *vongole* y patatas. Con esto, ¿qué te quiero decir? Pues que va a ser que, quizá, posiblemente, tal vez o acaso, el aumento de las temperaturas no tiene por qué conducirnos irreversible e irremediablemente a llevar un uniforme. O a quitárnoslo, que esa es otra. Que la desnudez tampoco es que sea considerada fina, y mucho menos si los escotes son excesivos... Pero, ¿y si hablamos de Kate



Irrepetibles
A la izquierda, Sophia Loren en *La sirena y el delfín*; a la derecha, la ínclita Iris Apfel. Abajo, Brigitte Bardot en *El desprecio* y Marlon Brando en *Salvaje*.



Moss para Bvlgari o de Giovanni Zattera para ZARA o Marlon Brando en *Un tranvía llamado deseo* o Sophia Loren en *La sirena y el delfín*? ¿A que te cambia la idea? Resumiendo: aceptar que la elegancia se rige por el mercurio de un termómetro o por una convención socialmente aceptada es anular por completo la libertad personal individual. Pero frena, que nadie te está diciendo que en virtud de esa libertad sin límites vayas embutida en látex verde lima ribeteado en visón fucsia. Es verano. Cruzo el puente de Juan Bravo para llegar a la oficina bajo un sol que, como diría Liz Taylor en *De repente el último verano*, parece un hueso de un mamut incandescente. Pero sí que me molaría que reflexionaras sobre esto.

EL ESTILO NO SE COMPRA

Históricamente, el concepto de “vestir bien” se ha confundido con el de “vestir con decoro”. Algo así como “el cenit de lo sofisticado es no desentonar, no incomodar y pasar desapercibido”, cuando la verdadera moda jamás ha avanzado gracias a lo políticamente correcto. Y si no, que se lo digan a cualquier integrante de la movida, de la factoría Warhol, de la Casa Waters... O a Vivienne Westwood, Anna Piagi, John Galliano o Alexander McQueen. Él dijo aquello de “la moda no debe ser políticamente



correcta, de lo contrario, nunca sería revolucionaria”. ¿Todo esto qué significa? ¿Que solo siendo “rara” estás llamada a marcar tendencia? ¿Que te lo tienes que poner todo por encima para marcar la diferencia? No seré yo quien admita como única fe toda la sarta de frases “locuelas” que dijo en su día Karl Lagerfeld, véase “todos los pantalones deportivos son sinónimo de fracaso” o esta que no le perdono: “Lo más feo del mundo son los hombres bajitos. La mujeres pueden ser bajitas, pero en los hombres es algo imposible”. Pero sí dijo algo que me viene bien aquí y ahora: “Puedes ser la persona más estilosa del mundo tan solo con una camiseta y unos vaqueros; el factor diferencial eres tú”. Quizá

porque la clave es comprender que “el estilo no se compra” sino que consiste en “aprender quién eres, lo cual lleva años”. Noventa para Iris Apfel, que fue quien, entre plumas y gafas redondas de pasta, apuntó esta regla del autoconocimiento. Dicho esto, te recomendaría olvidar eso de meterte en una tienda de Puerto Banús o de Anacapri para desvencijar todas las existencias de pantalones *palazzo*, camisetas de gondolero, pañuelos que anudarte al cuello o la melena y gafas *cat eye* de concha de tortuga o nácar si en vez de Audrey Hepburn pareces una jubilada alemana. No es necesario. O, sí, si te hace feliz. A Iris, por ejemplo, le chiflaba ser un árbol de Navidad en agosto.

LA ROPA QUE HABITAS

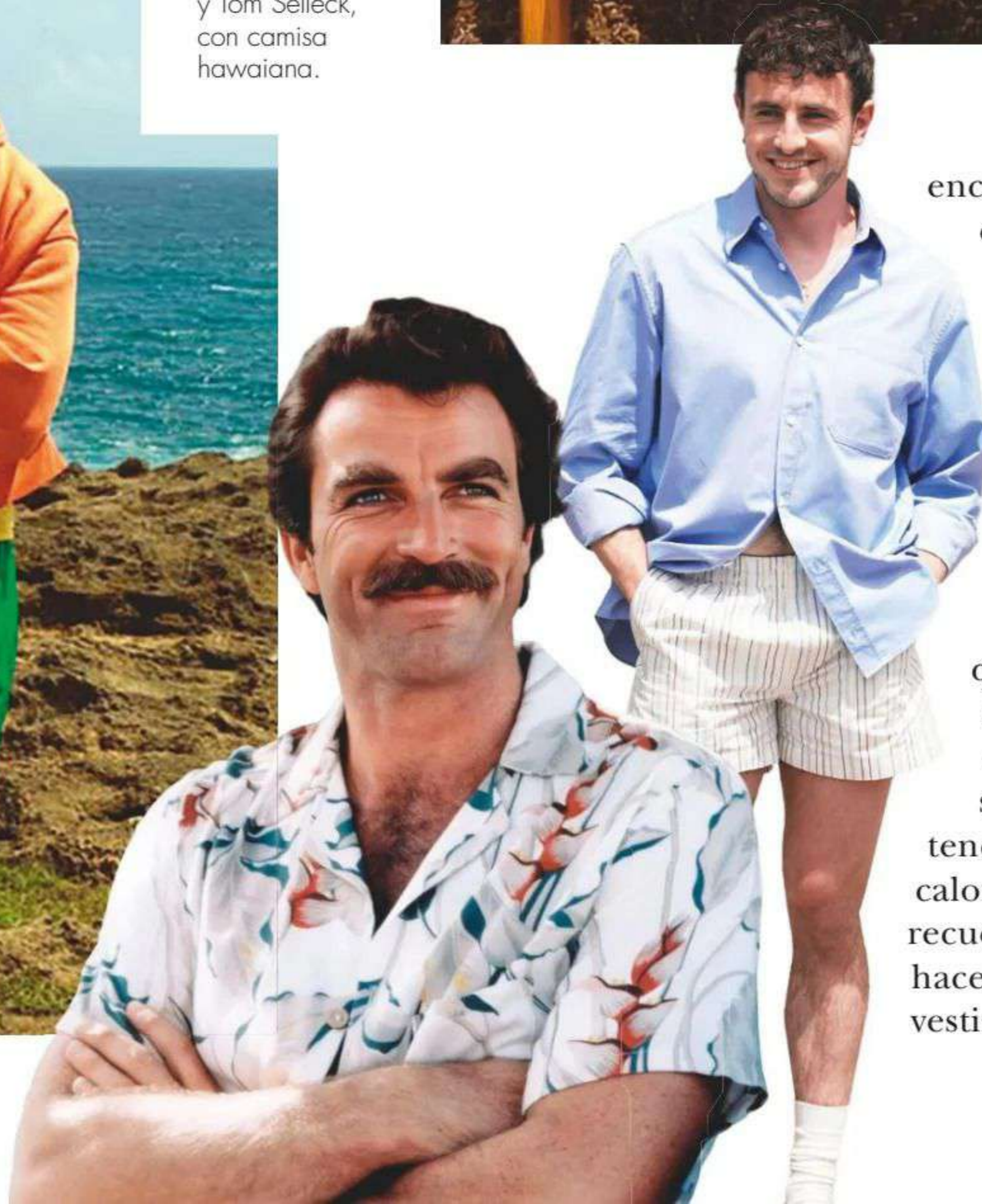
Entonces, si la elegancia no es dinero, pero tampoco sumisión, ¿qué es? El *pugliese* que pensó que el verano solo era verano si se vivía en Italia en los años 50, 60, 70, 80, 90, o sea, siempre, Gianni Versace, dio en la tecla: "No te dejes llevar por las tendencias. No hagas que la moda te posea, sino que tú decidas lo que eres, lo que quieres expresar con tu forma de vestir y de vivir". Con lo cual, ¿ir como Claudia Schiffer convertida en Brigitte Bardot en *Le Mépris* solo porque lo dicta la temporada es dejar que la moda se apropie de ti? Sí, a no ser que tú quieras ser ella por mucho que la naturaleza haya decidido que seas su antagonista: morena, pesando el doble o midiendo la mitad. ¿Quién te dice a ti que tú no estás marcando la tendencia? ¿Paul Mescal con bóxer y castellanos? ¿Vicky Montanari fundiendo en un mismo look lunares, cuadros y rayas? El estilo es una forma de decir quién eres sin tener que hablar, y si tú eres más auténtica cuando más te pareces a lo que has soñado de ti misma, hazlo. Ten en cuenta que si todos nos vistiéramos igual por miedo a la crítica (o al calor) seríamos o mudas o repetitivas. Y en cualquier caso, *no way*. La ropa no significa nada hasta que alguien la habita. Y esa persona tienes que ser tú. Vestirse no es ponerse cosas



Vestirse y divertirse parece ser el lema de la influencer portuguesa afincada en Lisboa Vicky Montanari.

Gritan libertad

Bad Bunny, de campaña para Zara; Paul Mescal, con bóxer y camisa Oxford, y Tom Selleck, con camisa hawaiana.



encima para cubrirse del frío o quitárselas para escapar del calor; tampoco llevar un logo más grande que tu cabeza o ir igual que el resto con chaquetas de líneas puras (¿es que acaso perteneces a un coro góspel?). Estar bien vestido es un acto de pura inteligencia emocional. También en verano. Óscar de la Renta decía que "la elegancia es la actitud". Yves Saint Laurent llegó a lo mismo: "Lo importante en un vestido es la mujer que lo viste". Coco Chanel aseguraba que "el acto más valiente es pensar por una misma". Por eso no hay que tener miedo a la estridencia ni a mezclar estampados o lucir siluetas dramáticas a plena luz del día. Hay que tener ambición. Y probar. La próxima vez que el calor apriete y alguien te diga cómo debes vestirte, recuerda que solo un trocito de verano basta para hacer que todo el año valga la pena. ¿No te vas a vestir de fiesta para semejante ocasión?

¿QUÉ HAY DE NUEVO?

fASHIONLIST

Colaboraciones inesperadas, libros de coleccionista, lanzamientos 'beauty' irresistibles... El chapuzón de novedades salpica nuestras páginas de novedades. ¿Empezamos?

TEXTO: AMALIA QUIROGA E ISABEL SERRA



IDEAS QUE INSPIRAN

Las últimas alianzas de éxito llegan para revolucionar nuestra maleta de vacaciones. Hacemos repaso.

Uniones poderosas, inesperadas, pero que tienen todo el sentido del mundo. El boom de las colaboraciones de moda sigue en su máximo apogeo y, cuando el termómetro marca las temperaturas más altas del año, llegan también las alianzas más hot. El Gran Hotel La Toja, epítome del verano gallego más glamuroso, ha unido fuerzas con Pull & Bear para dar forma a una colección cápsula cargada de referencias vintage que promete enamorar a todas las generaciones. La portuguesa girl Rita Montezuma ha hecho lo propio con la colorida firma holandesa Fabienne Chapot para sorprendernos con una serie de diseños que respiran verano por los cuatro costados. Y... ¡redoble de tambores! La modelo y actriz Marisa Berenson, musa de los 70, firma con Zara una colección que es todo un homenaje a la nostalgia y la sofisticación.



De arriba abajo y de izquierda a derecha, Gran Hotel La Toja x Pull & Bear; Fabienne Chapot x Rita Montezuma, y la icónica Marisa Berenson x Zara.





Jugar **CON CRAYONS**

Louis Vuitton da un paso más en su aventura explorando el universo de la belleza. ¿El último objeto de deseo de las *beauty junkies*? *LV Crayon*, un lápiz perfilador de labios pionero, diseñado por Pat McGrath, la gran dama del maquillaje, que seguro te dará la precisión técnica que necesitas para tu perfecto *lip combo*.



Pisando **FUERTE**

¿Te imaginas las chanclas de goma de toda la vida, pero con un punto *high fashion*? Cuando Isabel Marant anunció en redes su colaboración con Havaianas causó la revolución absoluta. ¡Y no es para menos! Un diseño con tachuelas para derretirse.



POSTALES EN COLOR

Blanca Miró se une a Maje en la creación de una colección limitada llena de los códigos de la diseñadora catalana que tanto enamoran. ¡Puro chic estival!

Un verano en la costa italiana es el *leitmotiv* que define el increíble trabajo llevado a cabo por la prescriptora de estilo y empresaria junto a Judith Milgrom, fundadora de la firma francesa. La idea de crear una colección en común vino rodada desde el minuto uno. En cuanto se conocieron, la conexión fue instantánea y, al compartir la misma visión de estilo y feminidad, el proceso creativo surgió de forma muy orgánica. ¿El resultado? Una cápsula que evoca el Mediterráneo a más no poder y en la que las tonalidades primarias, tan características de la empresaria catalana, cobran un protagonismo natural.



STÉPHANE ROLLAND

ALGO NUEVO POR HACER

Nos citamos con el creador francés, un grande de la alta costura, responsable del vestido de novia de Nieves Álvarez y protagonista de la última edición de Barcelona Bridal Night, la noche más emblemática de Barcelona Bridal Fashion Week.

TEXTO: REGINA NAVARRO

Stéphane Rolland (Maisons-Alfort, Francia, 1966) nos recibe en la Ciudad Condal, que acoge la Barcelona Bridal Fashion Week, la pasarela de moda nupcial, que, en su décima edición, le tiene como diseñador invitado. Es la primera vez que desfila en España y para la ocasión ha diseñado un total de 80 diseños de alta costura, tanto de línea nupcial como de gala y alfombra roja, entre los que hay piezas retrospectivas y varios diseños exclusivos creados para la ocasión. Charlamos con él, previamente al desfile, sobre su amor por nuestro país y sobre un futuro ilusionante.

-Al crear tu firma, en 2007, te centraste en la alta costura, pero con el tiempo has decidido dar el salto al prêt-à-porter.

-En 2007, yo quería hacer solamente alta costura porque es el florecimiento del diseño y quería ir poco a poco. Pero todo el mundo me preguntaba cuándo iba a lanzar una línea de prêt-à-porter. Son dos experiencias muy diferentes. Con la alta costura solo le hablas a unas 600 personas, con el prêt-à-porter abres las puertas de tu universo al mundo entero.

-Siempre has tenido mucho feeling con nuestro país. ¿De dónde viene esa conexión?

-Hay un poco de sangre española en mis venas. Mi familia recibió un título de Alfonso XIII como reconocimiento a nuestro trabajo artístico. Además, hay una relación de corazón, porque yo soy latino, soy mediterráneo, entiendo la cultura española, me gusta su filosofía.

-Tu musa, Nieves Álvarez, también es española. ¿Qué tiene para haberte conquistado de esta manera?

-Es fácil y a la vez difícil hablar de Nieves, porque siento un amor tan fuerte y una admiración tan grande hacia ella... Para mí es una mujer con una fuerza inmensa y la fragilidad de una niña; es mucho más que guapa, es una reina. Como modelo, tiene una elegancia única; cuando camina, habita las prendas, y es capaz de hablar y transmitir mucho con su mirada, se comunica. Cruza la pasarela animando al público a ver la colección, como si recibiera invitados en su casa.

-En 2023 decidiste lanzar tu primera colección nupcial. ¿Era el momento perfecto?

-Muchas personas llevaban tiempo diciéndome que tenía que lanzar una línea nupcial. No lo tenía muy claro, pero viajamos a Barcelona para una primera toma de contacto. Vi que era un sector muy interesante, otra forma de hablar al mundo y a las mujeres y de abrirles mi universo.

-Y este año, en el décimo aniversario de Barcelona Bridal Night, has sido el diseñador invitado. ¿Qué supone para ti?

-Barcelona es una ciudad que comparte con la alta costura el valor de la forma, el volumen y la expresión artística. Mis vestidos son arquitecturas emocionales y es una ocasión única para celebrarlo con una audiencia internacional en un entorno profundamente cultural. Estoy muy contento y honrado de celebrar el décimo aniversario y he querido hacer algo al más alto nivel.

-Alta costura, prêt-à-porter, moda nupcial... ¿Qué te queda por hacer?

-Hay muchas cosas que faltan. Voy a lanzar mi perfume. Estoy muy contento con el resultado; el perfumista me conoce y refleja perfectamente mi personalidad. Siempre hay algo nuevo que hacer.





20 años DE AMISTAD

Son los que unen al diseñador neoyorquino Jeremy Scott con la firma francesa Longchamp. ¿Y cómo lo han celebrado?

Con una exposición retrospectiva en la *boutique* del SoHo que ofrece una visión completa del legado creativo de esta colaboración, además de presentar su última customización: el icónico bolso *Le Pliage* con un estampado de la Gran Manzana.



Apuesta

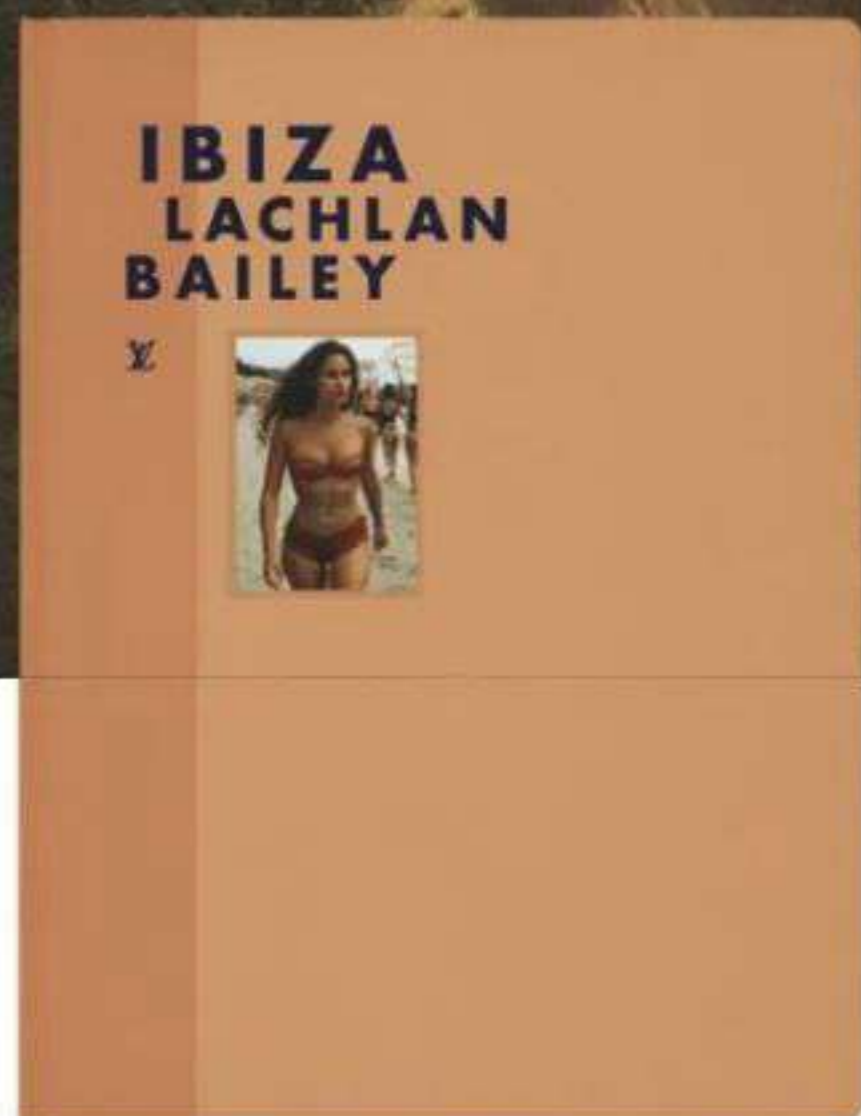
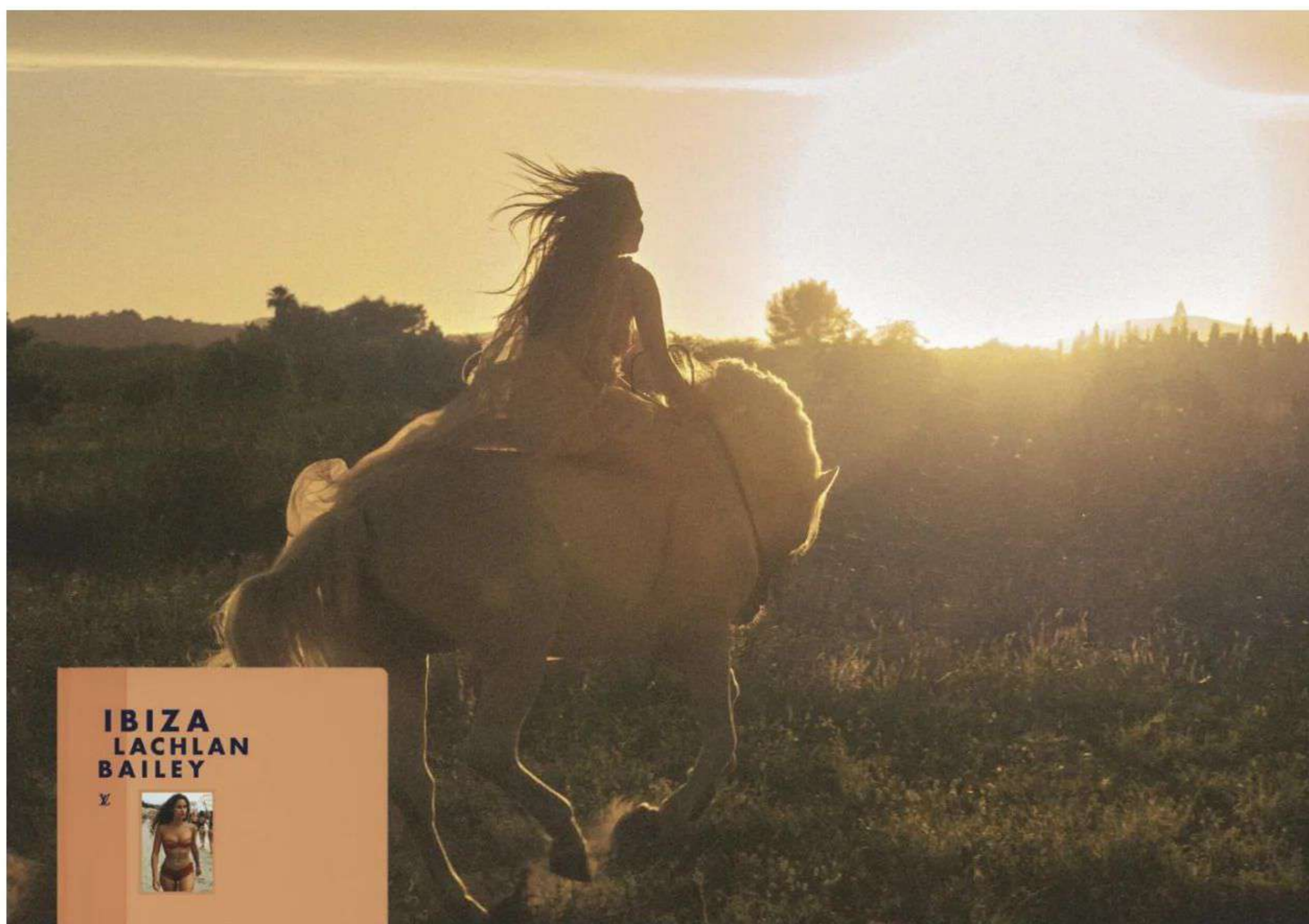
SEGURA

La firma italiana Falconeri acaba de abrir su primera *flagship store* en Puerto Banús (calle Muelle Ribera, 10), un lugar privilegiado para la moda en la costa malagueña. El diseño de la tienda refleja los valores distintivos de la enseña: sofisticación, calidad y naturalidad. Para la fiesta de inauguración, la marca contó con la presencia de *influencers* de relevancia nacional como Alexandra Pereira o Sassa de Osma, que conocieron de primera mano la exclusividad del nuevo enclave.



MÁXIMO LUJO FRENTE AL MAR

En plena Costa Amalfitana, con la espectacular Villa Cimbrone suspendida sobre los acantilados de Ravello como telón de fondo, y a través de la mirada creativa del fotógrafo Francisco Canton, la firma italiana Giorgio Armani presenta su campaña *Giorgio Armani Mare 2026*. Una serie de fotografías únicas que construyen una narrativa visual llena de encanto, demostrando, una vez más, que la elegancia no consiste en impresionar, sino en transmitir una emoción.



IBIZA, SIEMPRE

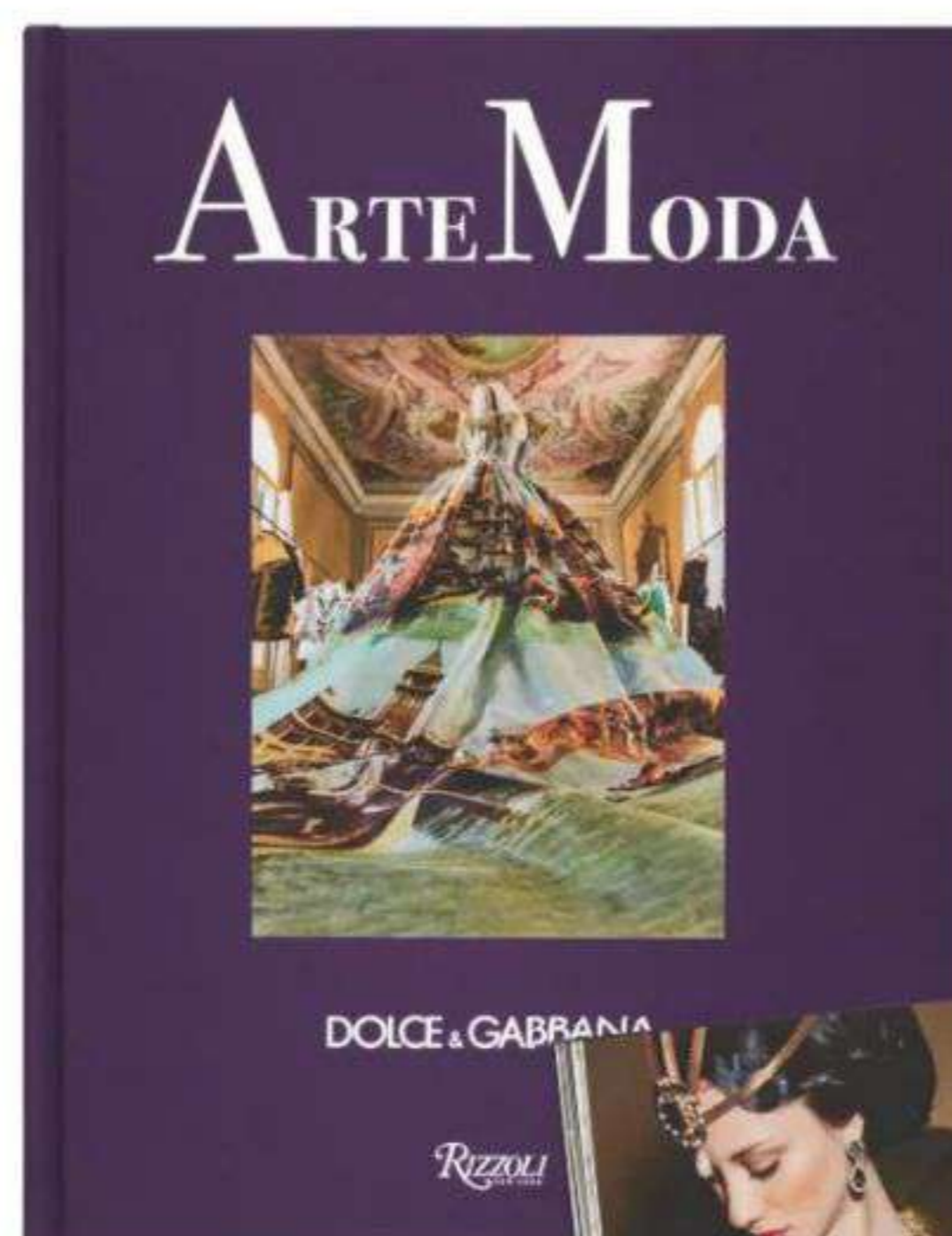
El enésimo homenaje a la "isla bonita" es también la enésima excusa para querer volver.

El privilegiado ojo del fotógrafo de moda Lachlan Bailey ha capturado su visión de Ibiza en un libro imprescindible para amantes de la isla balear, editado por Louis Vuitton. Se trata de una colección de álbumes fotográficos en los que Bailey ha reunido obras de talentos emergentes y figuras consolidadas del mundo de la fotografía, y que supone un delicioso recorrido por los rincones más especiales e inspiradores de este lugar mágico en el Mediterráneo.



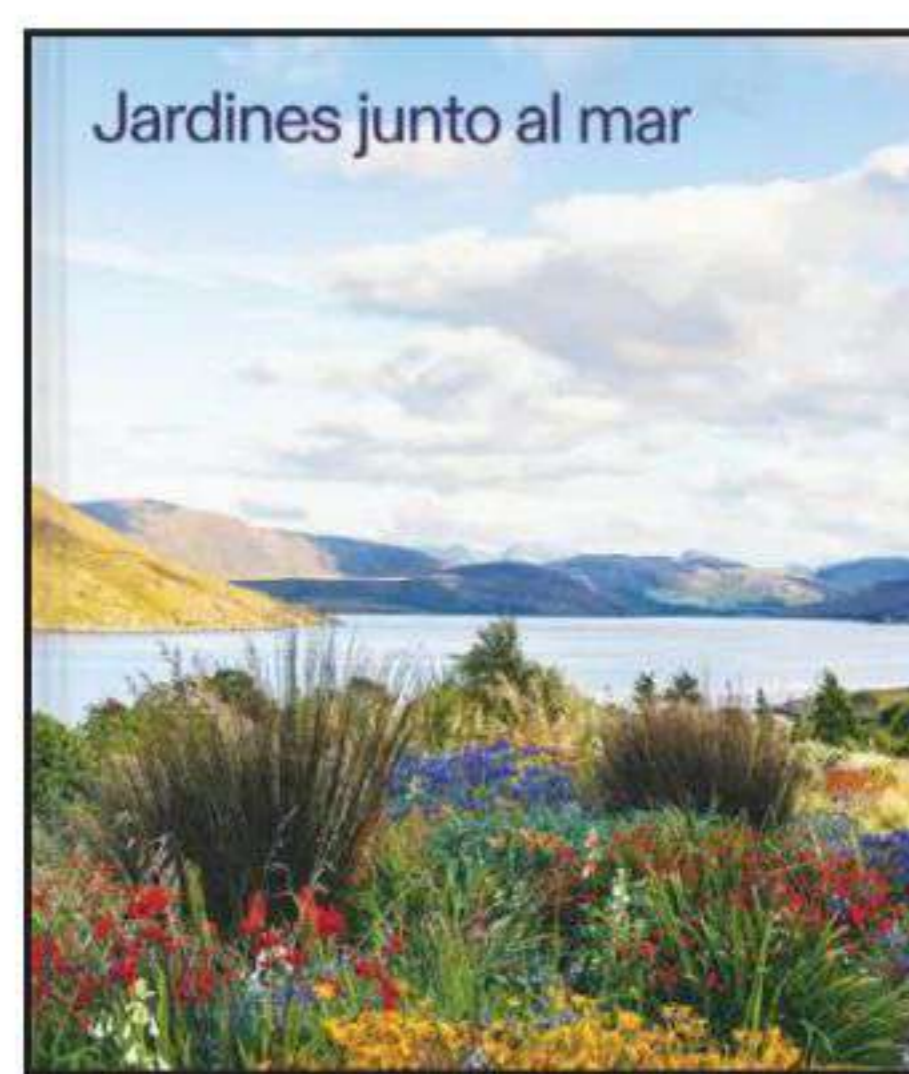
DESDE ROMA, CON AMOR

La marca de las motos más reconocidas (y coloridas), Vespa, está de aniversario. Cumple 80 años y lo celebra con un gran número de eventos con los que quieren poner en valor su trascendencia a lo largo de las generaciones. El más importante, un encuentro abierto en Roma, que, del 25 al 28 de junio, reúne a los fans de la firma con un objetivo: crear y afianzar comunidad.



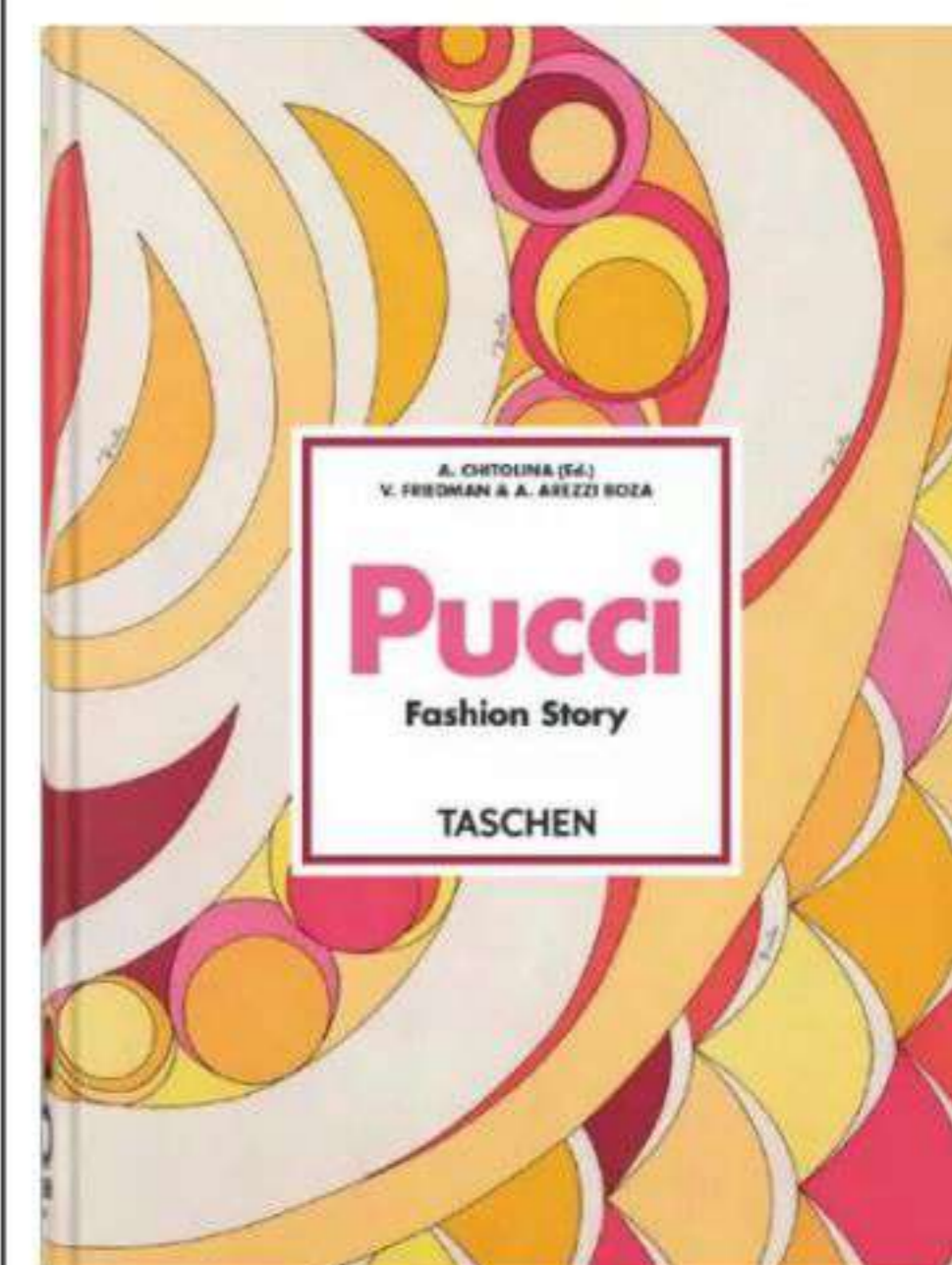
TÁNDEM SINGULAR

No hay mejor binomio para definir la identidad de Dolce & Gabbana que el de arte y moda. En este libro, de Rizzoli, se indaga en la indisociable y profunda relación entre las colecciones de la firma con las grandes obras pictóricas y escultóricas de la historia.



CONEXIÓN NATURAL

Merece la pena dejarse llevar por la belleza de los 48 jardines costeros encontrados y fotografiados en todo el mundo que protagonizan esta obra. *Jardines junto al mar*, de Phaidon, retrata a través de imágenes a gran escala la unicidad de estas creaciones botánicas próximas al agua -acantilados, playas...- y reflexiona sobre la conexión genuina entre distintas naturalezas.



EN EL MEJOR MOMENTO

Pucci. Fashion Story, de Taschen, coincide con una etapa muy dulce para la icónica firma italiana, que ha visto cómo su característico estampado multicolor se convertía en el más deseado del verano. A través de páginas llenas de fotografías, diseños y bocetos, podemos conocer mejor la historia de una casa única que ha logrado actualizarse y mantener su relevancia a lo largo de las décadas.



Chanel regresa a Biarritz REAPERTURA NOSTÁLGICA

En 1915, Gabrielle Chanel abrió su primera casa de alta costura (arriba), en esta pintoresca localidad del suroeste de Francia. El espacio constaba de un taller y una *boutique* en la zona más exclusiva de Biarritz. El éxito fue absoluto y así nació la casa Chanel. Hoy, recordando los fuertes vínculos con este lugar, la *maison* vuelve a abrir una *boutique* efímera (a la izquierda), hasta el 27 de septiembre, donde puedes encontrar la colección *Chanel Coco Beach 2026*.



ANDRÉS ACOSTA

POESÍA 'HAUTE COUTURE'

"Cuando los Ángeles Aman" es el intimista debut literario del diseñador canario.

TEXTO: SILVIA LUENGO G

Belleza en palabras e imágenes. Bajo este prisma presenta Andrés Acosta su *coffee table book*, del que nos habla con la ilusión de un primerizo.

-¿Qué vamos a encontrarnos en estas páginas?

-Es un libro repleto de corazón, una invitación a detenernos para mirar de verdad y sentir más profundamente. Un proyecto que fusiona moda, fotografía y palabra en una oda al amor por la belleza.

-¿Podríamos decir que este libro te define en todos los aspectos?

-Seguramente soy muchas otras cosas más de lo que hay en él, pero es un proyecto que me representa en su totalidad.

-¿Cómo ha sido el proceso de armonizar disciplinas tan

potentes como la fotografía y la poesía?

-Hemos conseguido hacerlas encajar de manera que cada imagen ilustra los versos de una manera muy natural.

-Háblanos de los diseños que aparecen en las páginas del libro, ¿por qué los



elegiste para ilustrarlo?

-*Melek* es mi colección más reciente y ha sido un ejercicio importante para mí. Desapegarme de los bordados artesanales que caracterizan mis diseños fue todo un reto y me ayudó

casi a desnudarme. Eso es también lo que he hecho al hablar abiertamente de lo espiritual. Estoy conciliando mi profesión en la moda con esa otra faceta que también me define.

-¿Qué sentimientos desfilan por los versos de tu libro?

-Puros sentimientos de amor. Creo que las personas que lo abran y conecten con su esencia encontrarán algún mensaje sanador en sus páginas. Los textos tienen una carga muy potente de luz y eso es precisamente lo que necesitamos en estos tiempos.

-¿Qué sensación te gustaría dejar en tus lectores cuando lleguen a la última página?

-La de haberse sentido abrazados por un ángel.

-¿Habrá segunda parte?

-Estoy convencido de ello, y de que habrá nuevas entregas.



MARILYN MONROE, BALLEERINA SITTING, 1954, BY MILTON H. GREENE, MILTON H. GREENE © MHG COLLECTIVE, LLC

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

Ó escanea el código QR:



Marilyn Monroe

ACTRIZ Y MITO

El 1 de junio de 1926 nació Marilyn Monroe y, para conmemorarlo, la National Portrait Gallery presenta «Marilyn Monroe: Un retrato». La exposición -hasta el 6 de septiembre de 2026- es un viaje en imágenes por la vida de este icono del siglo XX.

TEXTO: **SILVIA LUENGO G.**

En marzo de 1960, Marilyn Monroe recibió un Globo de Oro por su interpretación en la mítica comedia de Willy Wilder *Con faldas y a lo loco*. La diva del *glamour* y la sensualidad recogía el premio envuelta en un ceñidísimo vestido negro con lentejuelas y escote *halter* que no dejaba a la imaginación ni un centímetro de sus admiradas curvas. Melena rubia platino, labios rojos y una sonrisa de niña con un juguete nuevo que nadie podría ignorar esa noche. Marilyn había demostrado ante el público y la crítica que sabía actuar, que no era solo el cuerpo del deseo, ni la rubia inocentona, ni siquiera una actriz títere en manos de los grandes estudios de Hollywood. Amaba su profesión, pero el personaje, a veces, pesaba demasiado. Era bella, seductora, chispeante, con un estilo único y rompedor que transitó entre el descaro y la ingenuidad. Ahora que se cumplen cien años de su nacimiento no podemos dejar de recordar a la que siempre será el gran icono del Hollywood dorado.

MÁS ESPINAS QUE ROSAS

Norma Jeane Mortenson creció en hogares de acogida, así que cuando su primer novio le propuso matrimonio, a los dieciséis años, no se lo pensó, ya que pasar por el altar le libraría de volver al orfanato. Mientras su marido estaba fuera con el ejército, ella encontró trabajo como modelo publicitaria. En 1946, firmó un contrato para participar en su primera película, pero no fue hasta 1953, con *Niágara*, cuando el público cayó rendido a sus pies. Ese mismo año, la escultural actriz lo bordó en *Los caballeros las prefieren rubias* y *Cómo casarse con un millonario*. Marilyn se había convertido en una estrella; sin embargo, llevaba auestas el fracaso de su segundo matrimonio con el deportista Joe DiMaggio, y sus inseguridades ante la cámara le causaban ansiedad y ataques de pánico. Ni su paso por el *Actor's Studio*, en 1955, pudo reforzar su autoestima en el set. Llegaba tarde a los rodajes por culpa del miedo escénico y sus compañeros de reparto no se lo perdonaban. En 1956 se refugió en los brazos del dramaturgo Arthur Miller, pero las diferencias de estilo de vida de uno y otro los llevaron al divorcio en 1961. Marilyn odiaba estar sola y le costaba dormir (a pesar de hacerlo con solo unas gotas de *Chanel N°5*). Un año después, en agosto de 1962, nos dejaría para siempre. La actriz daría paso al nacimiento del mito.

UN ESTILO ÚNICO

En 2018, el vestido efecto *nude* con el que Marilyn Monroe le cantó al presidente Kennedy *Happy birthday to you* fue subastado por 4,8 millones de dólares. Y es que su vestuario fascinaba tanto como sus besos lanzados al aire. Rompió con el estereotipo de "actriz perfecta" e impuso un estilo a medio camino entre una *pin up* y una *celebrity* de alfombra roja. Apostó por la silueta reloj de arena (¡cómo olvidar el vestido blanco de la escena sobre la rejilla del metro en *La tentación vive arriba*, firmado por William Travilla!), pero también usó como nadie la falda tubo y los vestidos sirena, sublimó el anodino *twinsset* y catapultó el escote *halter*. Marilyn era feminidad en estado puro. En el centenario de su nacimiento, la reivindicamos más allá de su *glamour* de diva. Su gran tesoro no fue el vestido de Emilio Pucci con el que fue enterrada, sino una foto de Albert Einstein dedicada y firmada.

NUEVO
¡HOLA! VIAJES
CUMPLIMOS 30 AÑOS
y lo celebramos con nuestra mejor versión



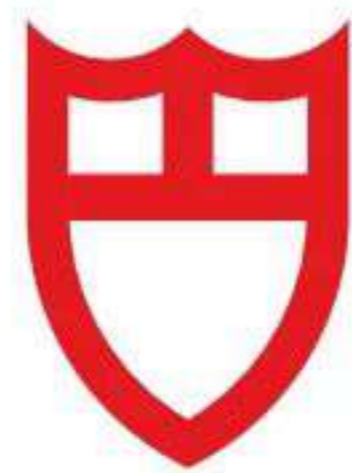
NUEVO DISEÑO,
MÁS VISUAL
QUE NUNCA
PERSONAJES
QUE NOS
INSPIRAN
DESTINOS
QUE NOS HACEN
SOÑAR
Y LAS MISMAS
GANAS DE
SIEMPRE
DE **DESCUBRIR**
EL MUNDO

NACEN
LOS PREMIOS
30 BEST
of the
BEST
¡HOLA! VIAJES

LA REVISTA QUE MARCA TU RUMBO

YA A LA VENTA

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 54

**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