JUN 2026

Harper's

BAZAAR

ESPAÑA

The GAUDÍ issue



La moda, la belleza y la cultura rendidas al modernismo

8,50 € (Canarias 8,65 €)
00184
8 413042 681601

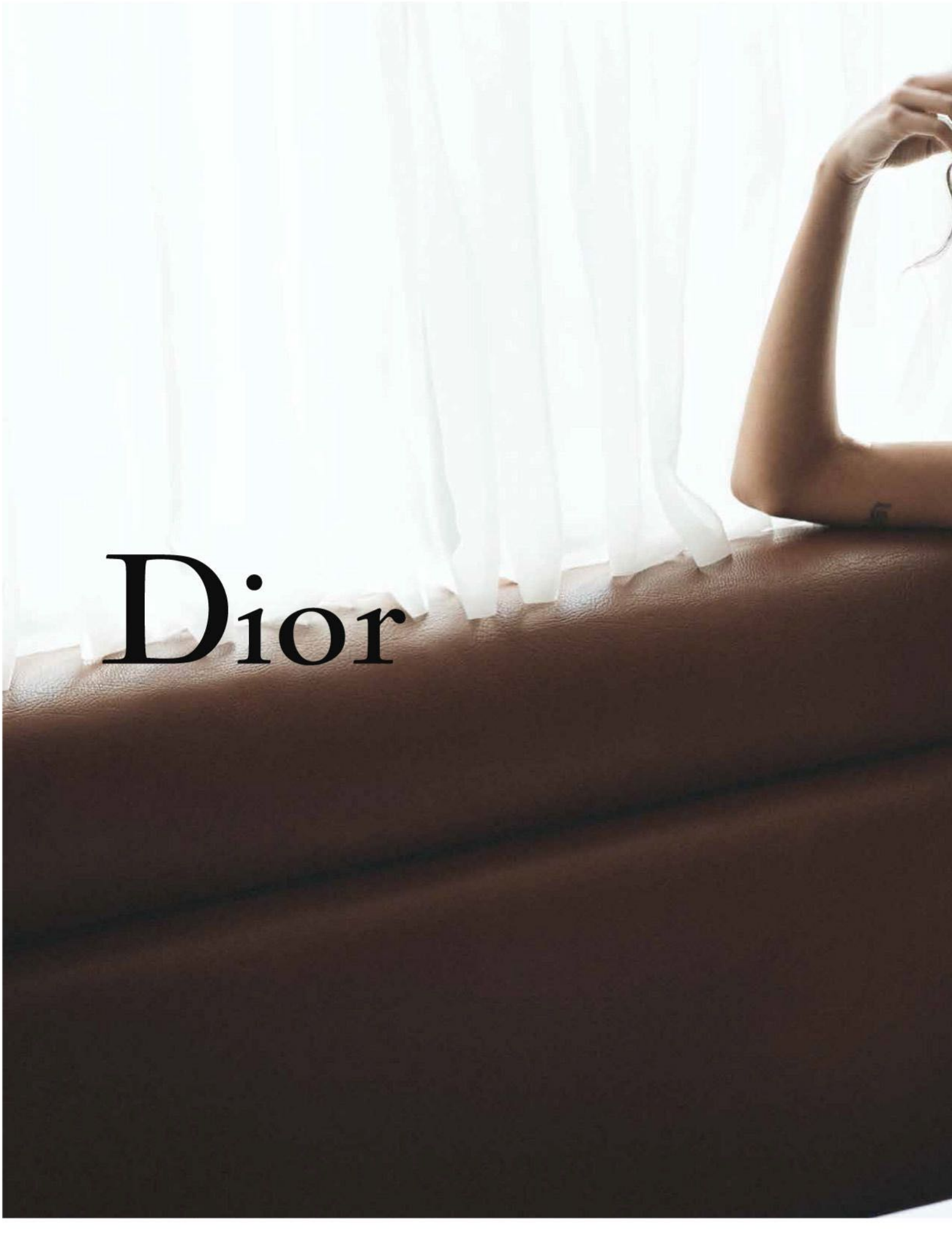

Dior


Table
Reserve


LOUIS V



LE JACQUARD – *Collection Monogram Emblème*


OMEGA
Seamaster
CO-AXIAL
MASTER CHRONOMETER
8

omegawatches.es



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


With Love, Since 1837
TIFFANY&CO.
Tiffany.es | © 2026 T&CO.


HardWear by Tiffany
Un símbolo del poder del amor.

BAZAAR
JUNIO

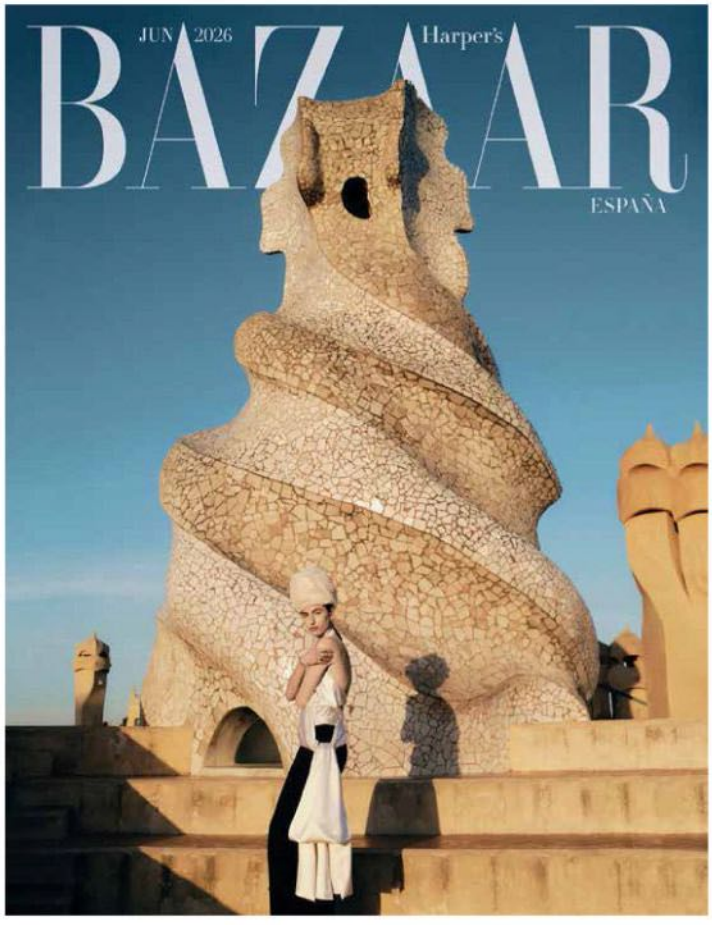
The GAUDÍ issue

2026 SERÁ RECORDADO como el Año Gaudí: se cumplen 100 años del fallecimiento del genio catalán, se inaugura la quinta torre de su Sagrada Familia y Barcelona se convierte en el epicentro cultural que inspira, de nuevo, al mundo. Harper's Bazaar como histórico amplificador de los movimientos culturales que sacuden la sociedad, tenía que rendir sus páginas a la revolución que supuso el modernismo, no sólo para la arquitectura, sino para todas las disciplinas artísticas que rompieron con los cánones establecidos. Este número construye un emocionante diálogo de creatividad, empoderamiento y belleza para poner de manifiesto que esta apasionante industria es infinitamente mejor cuando camina bien acompañada. Bienvenida a esta mágica forma de entender la vida y transformarla en una revista.


SIMORRA

PORTADAS
JUNIO

Fotografía de Javier Biosca.
Estilismo de Claudia Laukamp.
Peluquería y maquillaje de Raquel Costales.



PAOLA MANES, con *total look* de DIOR, tocado de MIMOKI y joyas de CARTIER.

Fotografía de Vladimir Martí.
Estilismo de Diego Serna.
Peluquería y maquillaje de Estrella Elorduy.



HANA JIRICKOVA, con top de BLUMARINE, falda de LOLA CASADEMUNT y joyas de CARTIER.

Elogio a la obra Las portadas de este número de HARPER'S BAZAAR se rinden al Patrimonio Cultural de la Humanidad. A los dos grandes sueños que Antoni Gaudí imaginó y que se hicieron realidad. El primero fue la Casa Milà, conocida popularmente como La Pedrera, una de las obras más sugerentes de la arquitectura modernista. El segundo, su obra maestra, el monumento más visitado de España y la iglesia más alta del mundo: la Basílica de la Sagrada Familia, que este mes, además, inaugura su quinta torre, coronando así los deseos del genio catalán. Dos portadas en las que la moda se fusiona con el arte demostrando así el valor cultural de esta industria.


DAMIANI
Mariacarla Boscono wears the Margherita Collection
Handmade in Italy since 1924

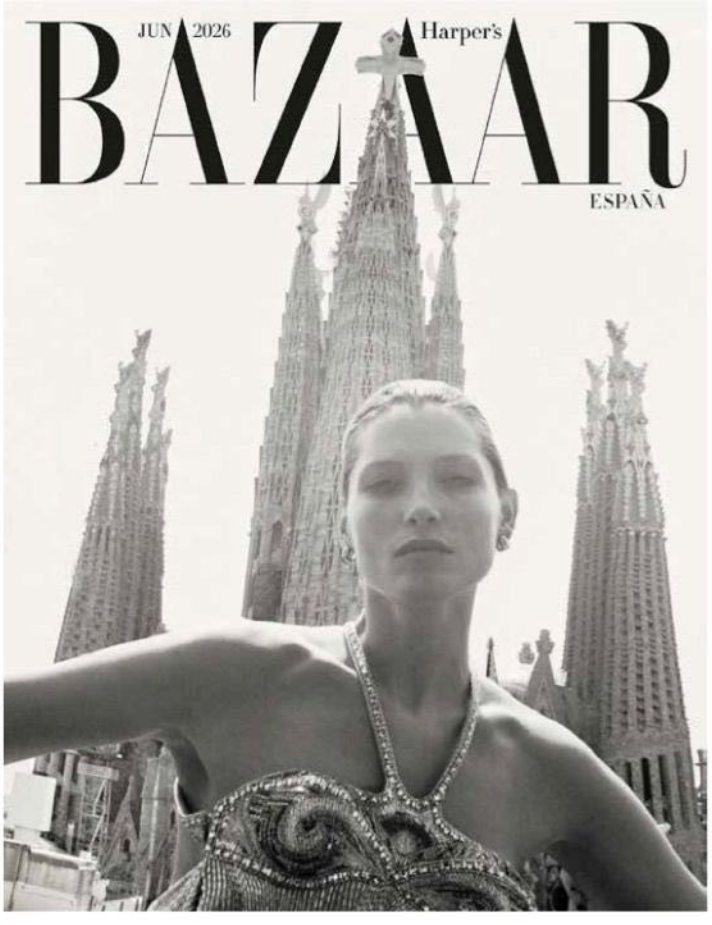
PORTADAS
JUNIO

Fotografía de Javier Biosca.
Estilismo de Claudia Laukamp.
Peluquería y maquillaje de Raquel Costales.



PAOLA MANES, con vestido joya de GIORGIO ARMANI, turbante de MIMOKI y joyas de CARTIER.

Fotografía de Vladimir Martí.
Estilismo de Diego Serna.
Peluquería y maquillaje de Estrella Elorduy.



HANA JIRICKOVA, con vestido joya de VERSACE y pendientes Trinity de CARTIER.

Elogio a la belleza Paola Manes y Hana Jirickova son dos de los rostros más reconocidos de la industria de la moda. Ambas protagonizan campañas internacionales y desfilan en las pasarelas de medio mundo que, como la obra del arquitecto catalán, inspiran a través de la unión de las diferentes disciplinas artísticas. Un homenaje a la comunión, al *savoir-faire* y al amor por el detalle. Toda una constatación de que el arte, en cualquiera de sus facetas, puede transformar cualquier acto cotidiano en un gesto de eternidad. No hay nada más BAZAAR.



Mercedes-Benz GLC 400 MATIC: consumo eléctrico en kWh/100 km (ciclo mixto): 15,1-18,9; emisiones de CO_2 en g/km (ciclo mixto): 0.

Oferta sujeta a la contratación del Seguro Mercedes-Benz C.S., no incluido en la cuota.

*Ejemplo de Renting particulares con Mercedes-Benz Renting. S.A.U., para un GLC 400 4MATIC eléctrico con Paquete AMG Night y cargador e instalación gratuitos. **Cuota mensual 595€, aportación inicial de 23.325€ impuestos incluidos, a 48 cuotas, 15.000 kms/año. Válido para pedidos generados con entrega a cliente final hasta el 30/06/2026. Ofertas financieras y solicitudes aprobadas hasta el 15/07/2026 y contratos activados hasta el 31/08/2026. Bonificación por CAE aplicada en la cuota.**

SUMARIO JUNIO

30 CASA VICENS
En la primera casa de Gaudí, la línea entre fantasía y realidad se desdibuja, creando el escenario perfecto para una propuesta de moda en la que los detalles elevan *looks* cotidianos imbatibles.

50 PARK GÜELL
Complicaciones relojeras, pequeños detalles, esmaltados mágicos. Los nuevos tesoros relojeros se funden con el entorno en un *collage* de imágenes del parque más famoso de Barcelona... y del mundo.

68 CASA BATLLÓ
Blanca Miró disfruta a solas de este lugar mágico vestida de Louis Vuitton, embarazada por segunda vez, y celebrando cómo el modernismo catalán ha inspirado, inevitablemente, su carrera.







PURE MUSC BLANC
narciso rodriguez
for her

the new eau de parfum intense



SUMARIO JUNIO

116 LA PEDRERA

Entre formas provocadoras y esculturas grandilocuentes, las propuestas más artísticas de la temporada se suceden en una historia que rinde tributo a la mirada modernista de Gaudí.

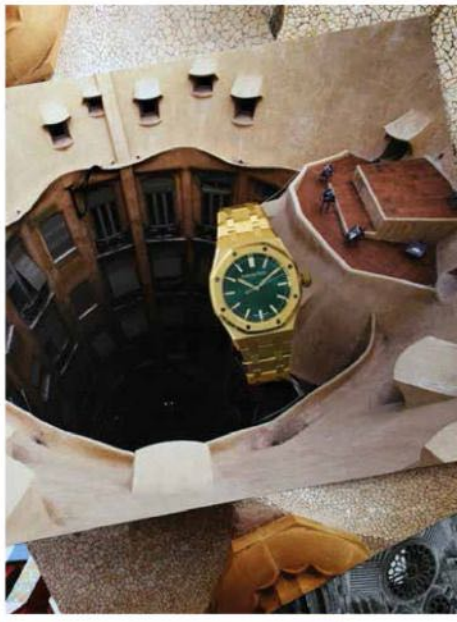
154 LA SAGRADA FAMILIA

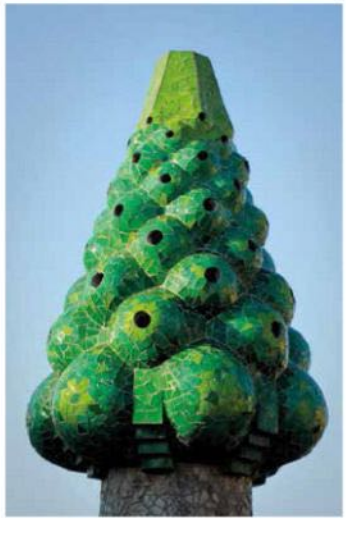
La icónica basílica, que este mes estrena su última torre, sirve de piedra angular de un editorial en el que la nueva moda muestra su faceta más maximalista. ¿El toque BAZAAR? Una pizca de ironía.

180 EL CAPRICHO

Con motivo del centenario de la muerte del artista, ponemos rumbo a la gran obra del genio catalán más allá de la Ciudad Condal. De León a Comillas, de Astorga a Mallorca. Pura evasión.









WEMPE RELOJEROS & JOYEROS, MADRID, SERRANO 58, T 91 426 22 26
EN LAS MEJORES DIRECCIONES DE ALEMANIA Y EN NUEVA YORK, PARÍS, VIENA – WEMPE.COM

EDITO

INMACULADA JIMÉNEZ
Directora de Harper's Bazaar

Querido Antoni,
Parece mentira pero hoy, cien años después de tu partida, tu presencia sigue latiendo en cada curva, en cada mosaico, en cada sueño de piedra que dejaste erguido frente al cielo del universo. No hay ausencia posible cuando la belleza que imaginaste continúa transformando la mirada de quienes se emocionan ante cualquiera de tus obras.

Estas páginas se rinden a tu modernismo indómito, a tu forma de atreverte a escuchar a la naturaleza cuando otros sólo oían ruido, a convertir la geometría en poesía y la luz en materia. A tu manera de crear no sólo desde la arquitectura sino desde ese acto de fe capaz de instalarse en la imaginación humana. Donde otros veían límites, tú veías posibilidades. Donde otros repetían fórmulas, tú abrías caminos. Y ese impulso tuyo –tan tuyo, tan radical, tan libre– sigue inspirando a todos los que buscamos una belleza que no se conforme con lo evidente.

Así es que, este número –tan osado como evocador– es un agradecimiento a modo de homenaje por demostrar que la belleza no es un simple adorno, sino una forma de entender el mundo; que la espiritualidad puede expresarse en colores vivos, en formas orgánicas, en estructuras que parecen crecer como si fueran seres vivos. Por recordarnos que la creatividad puede ser un acto de valentía, que el arte puede ser un refugio y una revolución al mismo tiempo.

Y quizás así, desde estas páginas armadas bajo tu legado, tu obra seguirá, querido maestro, sin envejecer: respirando profundo, agitando conciencias, conversando con quienes las contemplan. Y en ese diálogo, cien años después, seguiremos encontrando consuelo, asombro, esperanza..., y esa pátina BAZAAR para transformar cualquier sueño imposible en una realidad.

Con admiración eterna. Para siempre. ■




CRAFT YOUR OWN STORY
FEATURING HAILEY BIEBER
MANGO

Harper's BAZAAR

Directora
INMACULADA JIMÉNEZ

Redactor jefe ALBERTO PINTEÑO **Directora digital** NATALIA HERMOSÍN
Directora de arte ANDREA RUIZ-GÁLVEZ
Directora de moda CELIA CUERVO **Directora de belleza** PAULA MENÉNDEZ
Redactora jefe digital CLARA FERRERO **Jefa de diseño** MAITE HERRERO
Editora gráfica LAURA PÁRRAGA **Editora de moda** CLAUDIA LAUKAMP
Redactoras web SANDRA MUÑOZ / MARINA SCOFIELD
Edición SARA GONZÁLEZ VELLÓN
Producción ITZÍAR SAETTONE
Asistente de dirección y redacción ANTONIO RODRÍGUEZ

Cesión de derechos y material: documentacion@hearst.es
Tel. 917 28 89 91 / 917 28 89 92

HEARST STUDIO
PABLO SARABIA - EVA PEÑA - NURIA SERRANO - FERNANDO ROI
ANA RUIZ - DIEGO RUEDA - GUILLERMO JIMÉNEZ

COLABORADORES
HARPERSBAZAAR.ES
SARA ULLATE - PAULA MARTÍNS - ANDREA ARZOLA - MARÍA AGUIRRE

COLABORADORES
CARLOS MEGÍA, VLADIMIR MARTÍ, ROSA ALVARES, XIMENA Y SERGIO, MARTA SUÁREZ, DIEGO GRIMALDI, ÁLVARO GRACIA, CÉSAR SEGARRA, ENOL BLASCO, ROCÍO RAMOS, WU WENXIAO, WANG XU, RUI Q., CHLOÉ LAFOREST, OLLY YIP, GREG LIN JIAJIE, DIEGO SERNA, JAVIER BIOSCA, IANKO LÓPEZ, BROOKE BOBB, JEREMY EVERETT, LAËTITIA GIMENEZ ADAM Y JAVIER M. MANSILLA.

EDICIONES INTERNACIONALES
Alemania, Arabia, Australia, Brasil, China, Corea, Ecuador, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, Grecia, Holanda, Hong Kong, India, Indonesia, Italia, Japón, Kazajistán, Malasia, México, Qatar, República Checa, Saudí, Serbia, Singapur, Tailandia, Taiwán, Turquía, Ucrania y Vietnam.



Construimos coches de competición para construir coches deportivos.

Esto no es un estudio fotográfico. Es un lugar llamado Flacht. Es de donde vienen nuestros coches de competición. Nada de paisajes pulidos, simplemente un garaje alimentado por nuestra dedicación. Lo que nace aquí vive en cada Porsche. Porque cada Porsche es y será siempre: Nacido de las carreras.

RACEBORN 75 YEARS OF PORSCHE MOTORSPORT

MICHELIN Mobil 1 DP WORLD TDK AVEVA LOCTITE TAG Heuer PUMA PENSKE
SYNOPSYS TRILUX CATO VELTINS NetApp HIF Snap-on Sabelt HASEL

Harper's BAZAAR

HARPER'S BAZAAR PUBLICIDAD
Director de Publicidad y Soluciones de Comunicación RUBÉN CORDERO

Directora de Ad Intelligence & Ops SANDRA PROSPERI **Director de HearstMade** LUIS QUINTANA
Directora de HearstLive INÉS PÉREZ **Directora de Publicidad Internacional Import** MARÍA MORUNO

MADRID. C/ Agustín de Foxá, 4. 28036. Madrid. Tel. 91 728 70 00.
Directoras comerciales AMPARO BASTIT / NORA RECIO
Directora de publicidad VANESSA RUIZ-TAPIADOR
Coordinadora SILVIA GARCÍA

BARCELONA Consell de Cent, 334-336. 08009. Barcelona. Tel. 93 566 15 58.
Directora comercial Barcelona LUZ ROCA DE VIÑALS
Coordinadora AMPARO GASULL

VALENCIA
BÁRBARA SANCHÍS. TEL. 650 82 94 19

HEARST

Consejera Delegada CRISTINA MARTÍN CONEJERO / **Directora editorial** BENEDETTA POLETTI / **Director financiero y de operaciones** JUAN MANUEL MARTÍN-MORENO / **Director de desarrollo de marcas y consumidores** JOSÉ ÁNGEL MORALES / **Director de Asesoría jurídica** IGNACIO DÍAZ CORTÉS / **Director de RR. HH.** JOAQUÍN MILLÁN / **Directora creativa** INMACULADA JIMÉNEZ / **Director de estrategia digital** CARLOS ALONSO / **Directora de desarrollo de nuevo negocio** PALOMA GONZÁLEZ-BLANCH / **Director de desarrollo de consumidores** MANUEL POYATO / **Directora de *marketing*** ANA PRIETO / **Directora de Comunicación** EVA CALLE / **Director de producción** CARLOS BOHÚA / **Director de informática** CARLOS AMORÓS / **Director de control de gestión** CÉSAR PORTILLA / **Director de Hearst Studio** MIGUEL RUIZ-BRAVO.

REDACCIÓN MADRID C/ Agustín de Foxá, 4. 28036. Madrid. Tel. 91 728 70 00. Fax 91 728 91 35.
ATT AL CLIENTE Y SUSCRIPCIONES Tel. 91 112 62 60 de lunes a viernes laborables, de 9:00 a 14:00 h, suscripciones@hearst.es
REDACCIÓN BARCELONA Consell de Cent, 334-336. 08009. Barcelona. Tel. 93 566 15 58.
IMPRESIÓN Gráficas Monterreina. C/ Cabo de gata, 1-3. Área empresarial Andalucía, sector 2, 28320, Pinto, Madrid.
DISTRIBUCIÓN Sociedad General Española de Librería (SGEL) Av. Valdelaparra, 29, Pol. Industrial Alcobendas, 28108. Madrid. Tel. 91 657 69 00.
Precio Canarias: 8,65 € (sin IVA, con transporte): Precio Ceuta y Melilla: 8,50€ (sin IVA, con transporte). Depósito legal: M-2518-2010

HEARST MAGAZINES INTERNATIONAL
President Hearst Magazines International JONATHAN WRIGHT
SVP/Global Editorial & Brand Director KIM ST. CLAIR BODDEN
Global Editorial & Brand Director ELÉONORE MARCHAND

ARI Asociación de Revistas

PEFC Certificado
El papel de HARPER'S BAZAAR procede de bosques gestionados de forma sostenible y fuentes controladas
PEFC
www.pefc.es


MAJORICA
Discover our new spring/summer collection
majorica.com

TIEMPOS MODERNOS

POR CARLOS MEGÍA

En un mundo donde todo convive y se mezcla, lo moderno ya no irrumpe como antes, pero sigue dejando señales: pequeños gestos que incomodan, que llaman la atención y que, con el tiempo, acaban encontrando su lugar.

LA MODERNIDAD siempre ha tenido algo de malentendido. No es sólo una cuestión de adelantarse, sino de hacerlo en un momento en el que casi nadie está preparado para entender por qué. Cuando en 1878 Antoni Gaudí terminó sus estudios en la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Barcelona –con un expediente que apenas superaba el 5 de nota media–, el director, Elies Rogent, dejó caer una frase que ahora suena casi como un presagio: «Hemos dado el título a un loco o a un genio; el tiempo lo dirá». Durante años, Gaudí fue ambas cosas a la vez. Su arquitectura desconcertaba porque no respondía a los códigos de su época: era excesiva, orgánica y visionaria en un mundo que todavía pensaba en líneas rectas. Hoy, sin embargo, es uno de los pocos arquitectos del mundo que acumula infinitas colas de turistas a las puertas de sus edificios, un fenómeno social y económico cuyas obras forman parte del canon universal. Lo que en su momento descolocaba e incluso producía rechazo, hoy se celebra.

Ese recorrido –de lo incomprendido a lo consagrado– ha sido durante mucho tiempo la narrativa clásica de la modernidad. Pero en el siglo XXI esa lógica parece haberse desdibujado. El psicólogo social y profesor de la Universidad de Nueva York Jonathan Haidt lo plantea a Harper's Bazaar de forma tajante: «Creo que ser moderno hoy ya no significa nada». Si durante décadas lo moderno se definía en oposición a un pasado tradicional, conservador y conectado a épocas anteriores, hoy ese contraste prácticamente ha desaparecido. «No creo que tenga sentido decir que alguien es moderno», insiste. Vivimos en un presente donde todo sucede a la vez, lo que dificulta identificar con claridad qué es realmente nuevo y qué no lo es. Y, sin embargo, la sensación de incomodidad persiste. Seguimos detectando aquello que no encaja, que parece adelantarse o desviarse de la norma. Tal vez ahí resida hoy la modernidad: no en una estética ni en una etiqueta, sino en un choque entre lo nuevo y lo establecido.

El artista hiperrealista Miguel Piñeiro sitúa esa fricción en un terreno muy concreto: el de la velocidad. En un contexto vertiginoso, explica, ser moderno tiene más que ver con sostenerse que con romper. «La idea de modernidad actual es poder sobrevivir en un mundo acelerado, con creatividad, conciencia y sentido crítico, aceptando la diversidad y cuestionando lo tradicional, pero sin caer en modas vacías». Su trabajo, que transforma iconos del lujo en objetos infantiles –un Birkin o un frasco de Chanel Nº5 reducidos a juguetes pedagógicos–, no sólo propone una imagen llamativa, sino que desactiva los códigos que sostienen el valor. Al hacerlo, revela algo incómodo: que gran parte de lo que consideramos sofisticado se apoya en mecanismos básicos de deseo y reconocimiento. «La modernidad en la actualidad es un proceso creativo que exige una actualización constante. En el ámbito cultural esto implica revisar tradiciones, reinterpretarlas y adaptarlas a nuevas realidades sociales», desgrana. Sin embargo, esta dinámica de renovación permanente no está exenta de tensiones.

Una idea más amplia y crítica es la que desarrolla el antropólogo y filósofo Iñaki Domínguez en su libro *Sociología del moderneo*. Según su análisis, la necesidad de distinción sigue siendo central en la cultura contemporánea, pero se articula a través de medios paradójicos. El 'moderno' busca diferenciarse en un entorno masificado, pero lo hace mediante signos –estéticos, culturales, de consumo– que están al alcance de todos. Como él mismo escribe: «El moderno debe ser cualitativamente diferente a los demás… la contra- ➤

> La incomodidad, que históricamente ha sido un indicador de lo nuevo y lo moderno, se percibe ahora como un problema que hay que resolver cuanto antes.

dicción es que trata de lograrlo por medios contingentes». La identidad se construye así como una superficie: un conjunto de símbolos, gustos y referencias que sirven para identificarnos, pero que pueden ser replicados con facilidad. La consecuencia es una cierta homogeneización de la diferencia. Todo parece distinto, pero muchas veces responde a los mismos códigos.

Más que hablar de falta de innovación, la ganadora del Premio Nacional de Ensayo 2025 Remedios Zafra expone a esta revista las condiciones que la dificultan: «Vivimos un tiempo de inercias favorecidas… un mundo que se reitera a sí mismo». La prisa y la lógica de los sistemas digitales, basados en patrones y estadísticas, tienden a reproducir lo ya existente, con variaciones superficiales. La verdadera novedad, la que implica riesgo y profundidad, necesita algo que hoy escasea: «Tiempo para la imaginación, el juego o la hondura liberada de presuposición». Sin ese tiempo, «la modernidad se vuelve epidérmica». «Aunque nos creamos más abiertos, las condiciones para la evaluación y el juicio han cambiado enormemente con las tecnologías digitales intensificando formas de juicio inmediato, y por tanto predominio de más prejuicios». En muchos casos, afirma, somos por tanto menos tolerantes que hace unas décadas, pero sobre todo somos más reactivos. «Esta es una época complicada para la diversidad, entre otras razones porque todo tiende a ser operacionalizado y digitalizado, y las lógicas que se ocupan de hacerlo priman homogeneizar y clasificar para favorecer el ritmo productivo y de uso, sacrificando y poniendo en riesgo esa diversidad», añade.

Las redes sociales también han transformado la forma en que las ideas circulan y se juzgan. La exposición es constante en el escaparate digital y la reacción inmediata. «Hoy se ha naturalizado que las personas nos expongamos al constante escrutinio público», advierte Zafra, subrayando que esa dinámica «nos hace sumamente vulnerables». Lo que no se entiende rápido se descarta, se simplifica o se convierte en objeto de burla. La incomodidad, que históricamente ha sido un indicador de lo nuevo y lo moderno, se percibe ahora como un problema que hay que resolver cuanto antes. Desde la psicología social, Haidt explica que esta reacción no es casual. «El objetivo de las normas morales compartidas es crear y sostener un orden moral estable», señala, y quienes lo desafían «suponen un peligro para la comunidad». La diferencia no sólo se señala, sino que se corrige. Lo que sí ha cambiado es la velocidad con la que ocurre este proceso. «Las redes sociales han destrozado las normas compartidas… hoy cualquier cosa puede ocurrir, y de hecho ocurre», afirma. En un entorno hiperconectado, la aprobación o el rechazo se construyen casi en tiempo real, lo que deja poco margen para la ambigüedad o la evolución gradual de una idea.

La historia cultural está llena de ejemplos que ilustran lo contrario. Cuando Coco Chanel liberó el cuerpo femenino de los corsés, su propuesta fue leída como una ruptura radical. Cuando Andy Warhol convirtió objetos cotidianos en arte, muchos lo interpretaron como una provocación vacía. Cada nuevo *alter ego* de David Bowie se erigía, a su vez, como un duelo a la industria musical. Todos acabaron siendo absorbidos por el sistema cultural que en su momento desafiaron. La diferencia es que sus propuestas dispusieron de tiempo para ser rechazadas, reinterpretadas y finalmente aceptadas. Ese tiempo parece haberse reducido e incluso esfumado en nuestros días. Las ideas no sólo tienen que ser innovadoras, sino también fáciles de entender al instante. Pero lo verdaderamente nuevo rara vez lo es.

Quizá por eso resulta tan difícil identificar hoy figuras comparables a Gaudí. No porque no existan propuestas radicales, sino porque el contexto en el que surgen es más fragmentado y más exigente en términos de comprensión instantánea. Lo moderno ya no aparece como un cambio claro, sino como una suma de pequeños gestos: algunos profundos y otros más superficiales. En ese escenario, el reto no es tanto crear novedad como evitar que pierda su capacidad de descolocar. La pregunta no es si existirán nuevos Gaudís, sino si estaremos dispuestos a reconocerlos antes de que dejen de incomodarnos. Genios o locos, sólo el tiempo lo dirá. ■

CALZEDONIA



GEORGINA RODRIGUEZ

La Barcelona modernista se abre paso en estas páginas entre los mosaicos multicolor de la Casa Vicens y los detalles que adornan las calles de la Ciudad Condal. Un paseo artístico vestido de nueva temporada en el que los detalles gaudinianos convierten 'looks' cotidianos en opciones imparables.

Fotografía de VLADIMIR MARTÍ

Estilismo de CLAUDIA LAUKAMP



Redescubrir el legado



Chaqueta (6.100 €) y falda (3.200 €), ambas de seda, jersey de *cashmere* (2.550 €), gafas de sol (590 €), collar de metal y cristal (4.400 €), y bolso (c.p.v.) y zapatos, ambos de piel (1.320 €), todo de **CHANEL.**

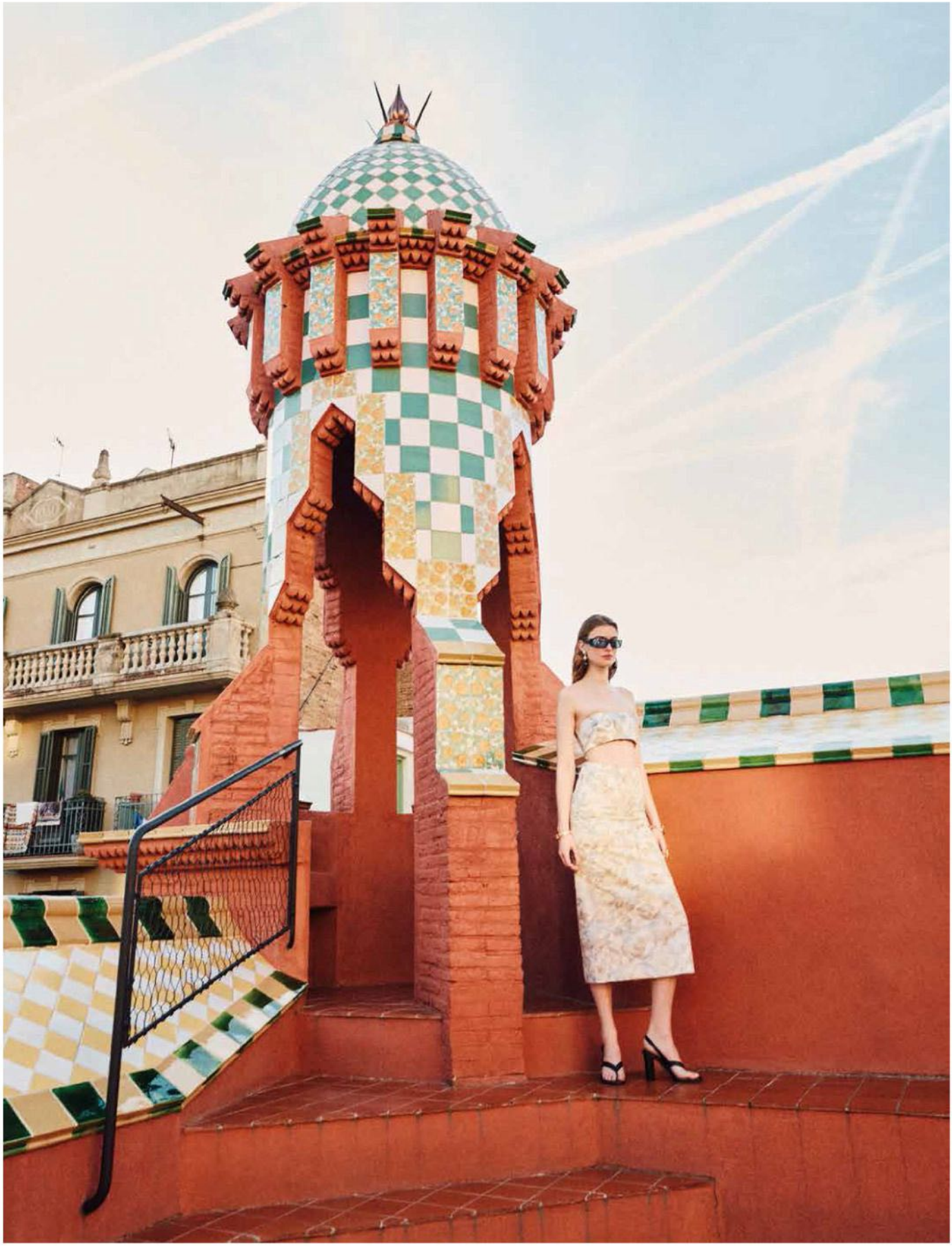
En la otra pág., camisa de algodón de **THINKING MU** (120 €), pantalón de algodón de **LA VESTE** (195 €), zapatos de piel de **ROGER VIVIER** (c.p.v.), y pendientes 70's de oro rosa con coral, peridoto, cuarzo y diamantes (c.p.v.), collar 70's de oro rosa con bolas de coral (8.400 €) y pulsera Gold Essentials de oro amarillo (8.430 €), todo de **RABAT.**



Camisa de algodón (3.300 €), bermudas de algodón y seda (1.800 €) y zapatos de piel (1.200 €), todo de **LOUIS VUITTON**, casquete de lana de **MIMOKI** (185 €), gafas de **OAKLEY** (214 €), bufanda de lana (en la cintura) de **THE LOCALS BRAND** (c.p.v.), y pendientes Waves de oro rosa con diamantes (8.550 €), y collar de eslabones de oro amarillo con diamantes (c.p.v.), anillo de oro amarillo (7.130 €) y anillo de oro rosa (4.980 €), todo de la colección Gold Essentials, todo de **RABAT**.

En la otra pág., vestido de viscosa de **FENDI** (3.400 €), collar de resina (22,99 €) y sandalias de piel (35,99 €), ambos de **MANGO**, y anillo Princess Flower de oro con diamantes, rubíes y madreperla (9.900 €) y brazalete Sauvage Privé de oro amarillo con diamantes y rubíes (c.p.v.), ambos de **ROBERTO COIN**.







Top de viscosa (1.700 €), y pantalón (5.500 €), zapatos Origami Cubic Sligback 45 (900 €) y bolso Scarf pequeño (1.900 €), todo de piel, todo de **LOEWE.**

En la otra pág., top (c.p.v.) y falda (1.075 €), ambos de seda, y sandalias de piel (c.p.v.), todo de **MAX MARA,** gafas de sol de **OAKLEY** (221 €), pendientes de metal y resina de **MANGO** (c.p.v.), y brazalete Sauvage Privé y brazalete Cheval con forma de caballo, ambos con diamantes y rubíes (c.p.v.), y anillo Princess Flower con diamantes, rubíes y madreperla (9.900 €), todo de oro, de **ROBERTO COIN.**



PELUQUERÍA Y MAQUILLAJE: YUREMA VILA (KASTEEL). PRODUCCIÓN: ITZÍAR SAETTONE. ASISTENTE DE ESTILISMO: ALBA MONFORT. MODELO: BERIT HEITMANN (VIVA). AGRADECIMIENTOS: CASA VICENS GAUDÍ Y PASTELERÍA MAURI.

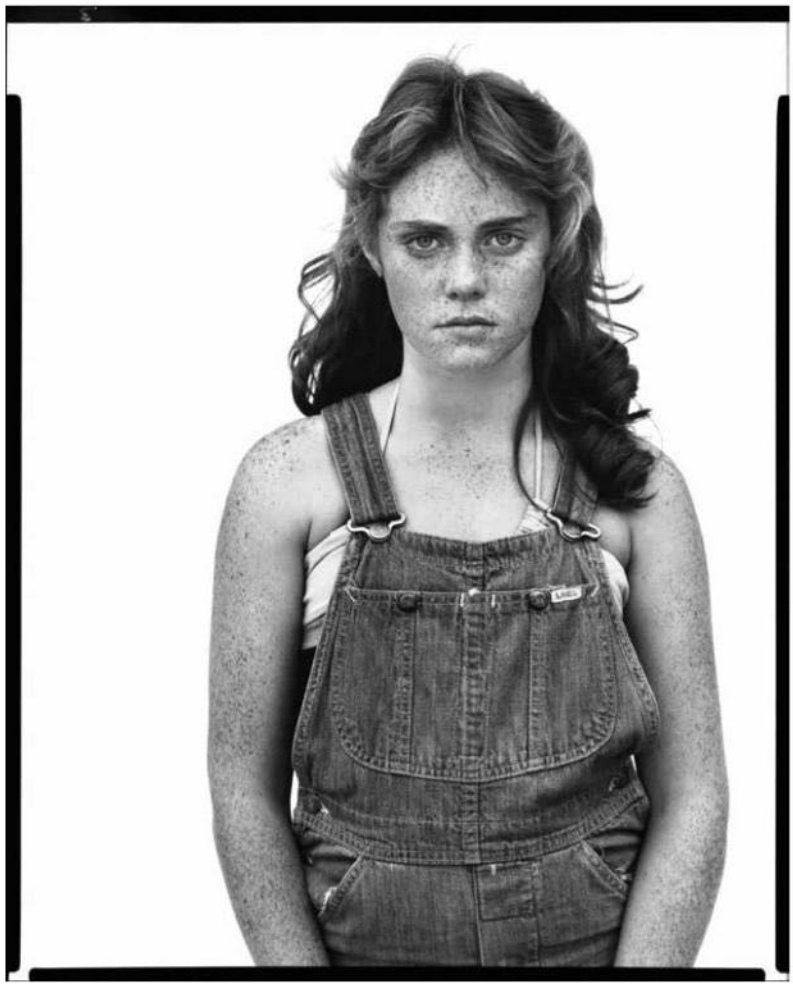


Top (2.900 €), pantalón (5.900 €) y botines (c.p.v.), todo de seda y encaje con pedrería bordada, y pendientes de cristal, resina y metal (c.p.v.), todo de **GIORGIO ARMANI**, y gafas de sol de **OAKLEY** (214 €).

En la otra pág., camisa y falda Gucci Generation, ambas de seda, y bolso Gucci Dionysus, todo de **GUCCI** (c.p.v.), gafas de sol de acetato de **PRADA** (c.p.v.), y pendientes Gold Essentials de oro amarillo (7.250 €), y pulseras, ambas de oro blanco con piedras, ónix y diamantes (4.880 €, c/u), todo de **RABAT**.

LATIDOS DE VIDA

La realidad como objeto de arte. Captar la esencia humana a través de fotografías llenas de poesía; de ilustraciones o 'collages' que hablan de otras épocas. Pura energía vital.



RETRATAR EL ALMA

Cuando Richard Avedon murió, la necrológica que le dedicó *The New York Times* decía que sus fotografías habían ayudado a definir la imagen de belleza, elegancia y cultura. También, añadimos nosotros, la justicia social. Porque con su proyecto *In the American West* (1985) recorrió el Oeste de Estados Unidos y retrató a más de mil personas (mineros, rancheros, vagabundos, feriantes, trabajadores de fábricas…). El resultado, una comprometida obra maestra que ahora, gracias a PHotoESPAÑA, tenemos la suerte de contemplar.

IN THE AMERICAN WEST. *Fundación MAPFRE (Paseo Recoletos), Madrid. Del 6 de junio al 30 de agosto.*

¡DIGA 'CHEESE'!

Reivindicar la creatividad y la experimentación es el objetivo de la 29.ª edición de PHotoESPAÑA que, bajo el lema *Volver a imaginar,* propone una programación para todos los gustos estéticos, con grandes figuras de la fotografía y con talento emergente. En esta ocasión, destacamos *Lux & Umbra,* primera muestra individual de Viviane Sassen: una fotógrafa neerlandesa que, en tres décadas de trabajo, ha forjado un mundo lleno de imágenes poéticas.

LUX & UMBRA, VIVIANE SASSEN. *Teatro Fernán Gómez. Centro Cultural de la Villa. Del 3 de junio al 16 de julio. Más info.:* phe.es



TEXTOS: ROSA ALVARES. FOTOS: RICHARD AVEDON, *SANDRA BENNETT, TWELVE YEAR OLD,* ROCKY FORD, COLORADO, AUGUST 23, 1980. © THE RICHARD AVEDON FOUNDATION, Y *ATHALIA'S EYE,* 2022 © VIVIANE SASSEN.

DESCRIPCIÓN Aceite para tratar cicatrices y estrías que está probado clínicamente. INDICACIONES Cicatrices: Ayuda a mejorar el aspecto de las cicatrices nuevas y antiguas. Estrías: Ayuda a mejorar el aspecto de las estrías. También ayuda a aumentar la elasticidad de la piel, lo que reduce la posibilidad de que se formen estrías. Tono desigual de la piel: Ayuda a igualar el tono de la piel. Piel envejecida: Ayuda a mejorar el aspecto de la piel envejecida del rostro y del cuerpo. Piel deshidratada: Ayuda a reducir la pérdida de humedad y a mejorar el aspecto de la piel deshidratada. PRESENTACIÓN Aceite rosa/naranja. FÓRMULA Mezcla de aceites especializados con vitaminas y extractos vegetales. INGREDIENTES Paraffinum Liquidum, Triisononanoin, Cetearyl Ethylhexanoate, Isopropyl Myristate, Helianthus Annuus Seed Oil, Bisabolol, Tocopheryl Acetate, Anthemis Nobilis Flower Oil, Lavandula Angustifolia Oil, Rosmarinus Officinalis Leaf Oil, Calendula Officinalis Extract, Glycine Soja Oil, Retinyl Palmitate, Tocopherol, Parfum, Alpha-Isomethyl Ionone, Amyl Cinnamal, Amyl Salicylate, Benzyl Salicylate, Beta-Caryophyllene, Camphor, Citronellol, Citrus Aurantium Peel Oil, Coumarin, Eugenol, Farnesol, Geraniol, Geranyl Acetate, Hexamethylindanopyran, Hydroxycitronellal, Isoeugenyl Acetate, Lavandula Oil/Extract, Limonene, Linalool, Linalyl Acetate, Pinene, Terpineol, Terpinolene, CI 26100. ENSAYO CLÍNICO EN CICATRICES Centro del estudio: Instituto proDERM para la Investigación Dermatológica Aplicada (Hamburgo, Alemania). Objetivo: Evaluar la eficacia del Aceite para el cuidado de la piel Bio-Oil® para mejorar el aspecto de las cicatrices. Muestra: Sujetos: 36 mujeres con diversos tipos de piel en la escala Fitzpatrick. Edad de las cicatrices: de recién formadas hasta 3 años. Ubicación de las cicatrices: abdomen, pierna, brazo, cuello, rodilla, torso, parte superior del cuerpo. Edad de las ... Estudio de control con placebo, aleatorio y doble ciego. Los sujetos tenían cicatrices similares o una cic... tratamiento diferente en cada mitad y hacer una comparación intraindividual. El producto se ... gún masaje adicional en la zona tratada. La aplicación se hizo a intervalos regulare... y 8 semanas. Se estudiaron diferentes parámetros de las cicatrices, según l... POSAS). Resultados: El Aceite para el cuidado de la piel Bio-Oil® es eficaz ... dísticamente relevante en tan solo 2 semanas (día 15), evidente en el 66 ... tos observaron una mejoría que casi triplicaba la de las 2 semanas. La p... largo del estudio. ESTUDIO SOBRE CICATRICES DE ACNÉ Centro del ... versidad de Pekín (China). Objetivo: Estudio exploratorio para evaluar la... l aspecto de las cicatrices faciales causadas por el acné en sujetos chir... cientes en el rostro (menos de 1 año). La muestra de estudio con el Aceit... de control, 12 sujetos. Edad de los participantes: 14-30. Método: Estud... se sometieron a una evaluación de cribado inicial, seguida por un perio... e 10 semanas. La aplicación se hizo a intervalos regulares bajo supervisi... parámetros siguientes: clasificación global de las cicatrices por parte de... né con un colorímetro, medición de los niveles de sebo con un sebóme... as por un dermatólogo. Los sujetos también rellenaron un cuestionario ... ficación clínica fue la capacidad del Aceite para el cuidado de la piel Bi... maculares (planas), lo que aclaró la piel. Los resultados del cuestionari... una mejoría en el estado general de las cicatrices de acné y que más ... de la medición del sebo y del acné mostraron que usar el Aceite para e... mpeora el acné. ENSAYO CLÍNICO EN ESTRÍAS Centro del estudio: In... rgo, Alemania). Objetivo: Evaluar la eficacia del Aceite para el cuidado... : 38 mujeres con diversos tipos de piel en la escala Fitzpatrick. Causa... escencia). Ubicación de las estrías: abdomen, muslos y caderas. Edad ... io y doble ciego. Los sujetos tenían estrías similares o una estría lo sufic... er una comparación intraindividual. El producto se aplicó dos veces al ... a. La aplicación se hizo a intervalos regulares bajo supervisión. Las eva... arámetros de las cicatrices, según la escala de evaluación de cicatric... uidado de la piel Bio-Oil® es eficaz para mejorar el aspecto de las estri... as (día 15), evidente en el 95 % de los sujetos. Transcurridas 8 seman... duplicaba la de las 2 semanas. La puntuación de la escala POSAS au... EL TONO DESIGUAL DE LA PIEL Centro del estudio: Thomas J. Step... cia del Aceite para el cuidado de la piel Bio-Oil® para mejorar el tono ... ntación) en mujeres con daños por exposición solar leves o moderados... n diversos tipos de piel en la escala Fitzpatrick, con daños leves o moc... n solar. La muestra de estudio con el Aceite para el cuidado de la piel ... rticipantes: 30-70. Método: Estudio de eficacia con clasificación ciega, ... ado inicial, seguida por un periodo de 1 semana con lavado. El produ... La aplicación se llevó a cabo bajo supervisión en la visita inicial. Las ... esigual de la piel y la pigmentación moteada de los sujetos se evaluaro... para el cuidado de la piel Bio-Oil® es eficaz para mejorar el aspecto d... iel con daños por exposición solar (envejecimiento). Tras 4 semanas, ... en el cuello y en el rostro. Al cabo de 12 semanas, el 86 % de los su... iel Bio-Oil® mostraron una mejoría estadísticamente significativa en el ... rostro, el 69 % en el tono desigual de la piel del cuello y el 60 % en la... L ENVEJECIDA Centro del estudio: Thomas J. Stephens & Associates... aluar la eficacia del Aceite para el cuidado de la piel Bio-Oil® en mu... en la piel del rostro y del cuello. Muestra: Sujetos: 67 mujeres con ... clínicamente valorados en el rostro y el cuello debido a la exposición ... ® incluyó 35 sujetos y el grupo de control, 32 sujetos. Edad de las pa... control y aleatorio. Los sujetos se sometieron a una evaluación de cri... aplicó dos veces al día en el rostro y el cuello durante 12 semanas. La... icas se realizaron a las 0, 2, 4, 8 y 12 semanas. Los siguientes parám... tro de los sujetos: aspecto global, líneas de expresión, arrugas marc... d visual, aspereza/suavidad táctil, aspecto firme y luminosidad (mati... a mejorar el aspecto general de la piel del rostro y del cuello con daí... ultado estadísticamente relevante en todos los parámetros de eficaci... l grupo experimental con el Aceite para el cuidado de la piel Bio-Oil®... el rostro y el 80 % tuvieron una ...



¿Nuevos

Siempre ha tenido algo de equívoco el modernismo. No es cuestión de adelantarse a algo, sino de romper reglas preconcebidas sin pedir permiso y hasta llegar a ser incomprendido. Entre lo culto y lo callejero, siete talentos reflexionan con Harper's Bazaar sobre la importancia de ser uno mismo y, ¿por qué no?, reescribir el sentido de lo que significa hoy ser (o no) modernista.

Por MARTA SUÁREZ Fotografía de XIMENA Y SERGIO Estilismo de DIEGO GRIMALDI



Idea Creativa de Itziar Saettone

modernistas?



FÍSICA MR
DIVULGADORA CIENTÍFICA

En 2021 esta estudiante de Física —que ahora compagina su papel como divulgadora con la universidad a distancia— empezó a subir a internet vídeos sobre el universo y las estrellas con un lenguaje accesible que la llevó a alcanzar el millón de seguidores. Desde entonces, Alba Moreno se permite soñar con ganar el Premio Nobel de Física y abrir un centro de investigación.

Top de Dolce & Gabbana y pendientes de Joyas Antiguas Sardinero.

JOSÉ LUIS BARQUERO
PINTOR

Ha bebido de distintas disciplinas como el cine, la poesía o el teatro, pero el epicentro creativo de este artista es la pintura: «El proceso de volver al lienzo es tan fuerte e incendiario que te absorbe». Formado en Londres y en Barcelona, hoy cuenta con el reconocimiento de los expertos culturales y también con el respaldo de los coleccionistas privados.

Gabardina de Homme Plissé Issey Miyake.



BARRY B
CANTANTE, COMPOSITOR Y PRODUCTOR

Su momento llegó tras haberse pegado «todas las hostias» entre los 17 y los 26 años, y no en sentido figurado. Antes de centrarse en componer canciones en casa, trabajó en el restaurante familiar El Ventorro e incluso una temporada como ingeniero. En 2027, el autor de *Infancia mal calibrada* afronta su próximo gran reto: el Movistar Arena de Madrid.

Total look *de Lanvin.*



SITA ABELLÁN
ESTILISTA, DISEÑADORA, DJ, EMPRESARIA Y MODELO

Su fulgurante carrera la ha llevado a convertirse en referente —y amiga— para figuras que han construido sus imperios de la talla de Rihanna o J Balvin («José» para ella). Pero el verdadero icono de Sita (o María) es su abuela Mariluz, que en Murcia sigue saliendo a la calle impecable, con el *eyeliner* perfecto incluso ahora que ya casi no ve.

Total look *de Gucci y gafas de sol de Maison Alaïa.*

MEILAN KAO
CREATIVA Y EMPRESARIA

La fama gastronómica le llegó a su familia cuando Ferran Adrià recomendó el restaurante Shanghai, aunque los Kao ya contaban con una fiel y exquisita clientela de la alta burguesía catalana, con Miró entre sus habituales. Hoy, como CEO y directora creativa del grupo, Meilan equilibra ambición creativa con la viabilidad del negocio familiar.

Total look *de Fendi y guantes de piel de Guante Varadé.*



SOY UNA PRINGADA
PERSONALIDAD DE INTERNET

Sus vídeos sin filtro en YouTube dieron a conocer a esta cinéfila irreverente, creadora de un universo único que comparte con sus seguidores en los pódcast *BasementTapes* y *Special People Club.* Pese a haber tocado varios palos (cine, TV, DJ) rehúye de las etiquetas —«ni actriz, ni escritora ni circos»—. Fascinada por la estética de la violencia, atraviesa su etapa «*white trash inbred* West Virginia».

Esty posa con su propia ropa.



DESDE QUE HACE una década se hiciera viral –y fuera excomulgada– por el vídeo *Maricón,* grabado para un inocente trabajo escolar, la mordacidad y la herejía han formado parte de la idiosincrasia de la cantante **Samantha Hudson** (León, 26 años), activista de lo *queer* a quien alguna vez le han tirado la caña desde la política –«me han llamado menos veces de las que parece y más de las que me gustaría»–. Se dio a conocer en su época feísta, cuando «ir hecha un adefesio y hortera era lo que molaba». Ahora transita otra más remilgada, pulida y minimalista, acompasada a su álbum *Música para muñecas,* que define como «una fase muy *sexy* germánica, un poco Brigitte Nielsen o Marlène Mourreau».

«Pero sigo siendo una ramera babilónica del inframundo, eso no va a cambiar», sentencia esta mujer que huye de la etiqueta de moderna por su carga de postureo y porque muchos de los así llamados fueron, en realidad, unos retrógrados. Como Picasso, que para **Barry B** (Aranda de Duero, 32 años) «hizo cosas supermodernas, como el cubismo, pero hoy en día es alguien cancelable». Este compositor rompe moldes grabando fuera del estudio («mi banda me pasa las pistas y yo hago todo sin pagar productor ni gastarme un dineral») y escribiendo letras que unas veces «vomita» y otras «cava» en sí mismo, como *¿Quieres autodestruirte conmigo?,* donde sólo se censuraría si «sonara *cringe*» o «anticuado». Cantante del momento, reconoce tener sus «lunes de mala hostia», que analiza con su psicóloga revisitando su infancia y esa fuerza interna que a veces lo lleva a querer mandarlo todo «a tomar por culo». Una espiral que contrapesa con su banda, con quienes baja a tierra entre paseos, gimnasio y momentos *antirockstar* en los que se pide un americano con hielo.

Pero si alguien volatiliza estereotipos esa es **Física MR** (Alba Moreno, Alcalá de Guadaira, 25 años). «En Ciencias te imaginas a un hombre blanco, mayor, hetero, cis, con su batita y sus gafas. Y yo rompo con ese cliché», explica esta mujer inmune al estilo *nerd* que es feliz divulgando Física e inspirando a algunas niñas. A diario desafía los prejuicios de quienes en redes no entienden que hable del principio de indeterminación cuántica con cerrado acento andaluz y un *look sexy,* e incluso a algún profesor que le ha hecho el vacío en el aula. Su objetivo: desmontar ese «clasismo» y acercar la Física a todo el mundo.

La estilista y diseñadora **Sita Abellán** (María Abellán, Murcia, 33 años) también creció en un entorno donde costaba que lo nuevo se abriera paso. Empezó a hacerse fotos para su Tumblr y su fotoblog con 15 años en una ciudad en la que se sentía «muy incomprendida y juzgada». Con 21 se fue a Milán, donde empezó a pinchar en clubs como Plastic, y más tarde trabajó como modelo en Nueva York, donde se gastaba todo lo que ganaba en el alquiler y en comer huevos duros. Rihanna la llamó para grabar un vídeo y su vida cambió.

A partir de ahí, J Balvin, Kim Kardashian y otros «iconos de la modernidad» buscaron su estética singular basada en salirse de lo convencional. Tras una década sin parar, los últimos cuatro años –marcados por la maternidad de sus tres hijos– le han dado un punto de equilibrio y conexión con el presente. Para Sita ser moderna es «hacer lo que quieres sin seguir las reglas».

Unas normas que dinamita **Soy Una Pringada** (Esty Quesada, Barakaldo, 31 años): «Hay que dejarse llevar por lo que a uno le gusta porque estar siempre en la cresta de la ola de lo moderno es una esclavitud que siempre sale mal. Y si te gustan cosas que son una mierda, también hay que abrazarlo». Su máxima es el «terrorismo moral» o, lo que es lo mismo, decir lo que piensa sin filtros, como que es «patético» que un niño aspire a ser *youtuber* (en realidad ella siempre quiso ser directora de cine).

«¿Autocensura? Mi límite es que no me metan en la cárcel. Soy incancelable […]. Igual alguna cosa me la podía haber ahorrado, pero chica, tampoco es tan serio, hago vídeos de internet, no estoy salvando el mundo», zanja Esty, que aclara que Soy Una Pringada y ella son lo mismo: «No soy un personaje, desgraciadamente soy así».

Para **José Luis Barquero** (Barcelona, 28 años) la pintura es su forma de anclar lo primitivo y lo moderno. En plena era de la IA reivindica una idea casi gaudiniana: «No hay nada más moderno que dedicarse a una de las expresiones más antiguas y en comunión con lo divino». Tras su éxito en ARCO 2026, defiende a Gaudí como la figura total porque «une tradición y anarquía, espiritualidad, naturaleza y arquitectura. Irrumpe a lo bestia y devuelve al ser humano a su centro».

Esa idea de modernidad como continuidad –como algo que se construye sobre lo anterior– atraviesa también a **Meilan Kao** (Barcelona, 42 años). Nieta de unos abuelos que huyeron de Taiwán a Barcelona en pleno maoísmo, creció entre identidades cruzadas –china, catalana y gallega– que de niña le hicieron sentirse fuera de lugar. «Me inspiro en los orígenes para crear nuevos conceptos respetando siempre el pasado», señala. De esa raíz ha hecho su impulso, en el que integra en la parte creativa la racionalidad más empresarial. Su sueño es producir una docupelícula familiar que explore la gastronomía como relato estético y una idea persistente de modernidad entendida como continuidad y transformación.

La modernidad era esto. ■

PELUQUERÍA Y MAQUILLAJE: YOS BAUTE (ONE OFF ARTISTS) PARA DYSON. BOSCO MONTESINOS Y JOKIN URIARTE. PRODUCCIÓN: ITZÍAR SAETTONE. ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA: ANDREA PETRAZZI. ASISTENTE DE PELUQUERÍA Y MAQUILLAJE: CARLOS JEREZ (ONE OFF ARTISTS). AGRADECIMIENTOS: EL CORTE INGLÉS.



SAMANTHA HUDSON
ARTISTA MUSICAL

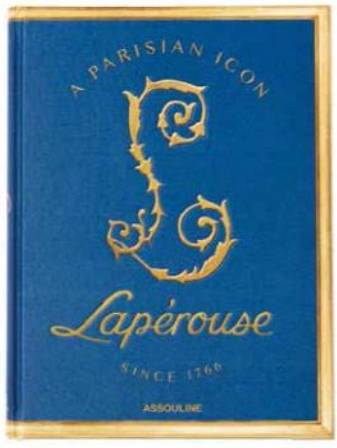
No siempre se sintió comprendida, pero creció con el respaldo de una familia «muy marciana y disidente» que siempre le fue leal. Tras haber sido objeto de campañas de acoso y amenazas en distintos momentos, Samantha concibe hoy el éxito como su capacidad para desarrollar su obra *queer* junto a sus amigas ante un público que apuesta por ella.

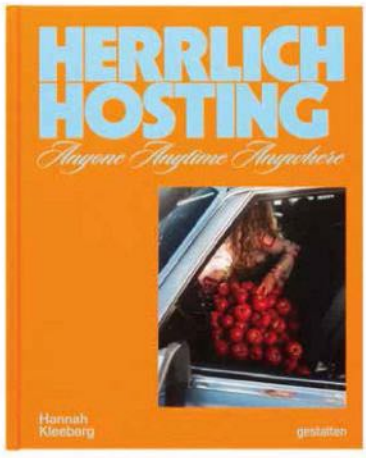
Total look *de Givenchy.*

BELLEZA IMPRESA

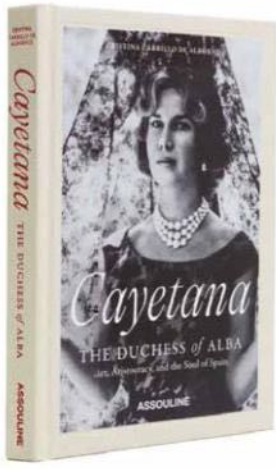
Reposan abiertos al mundo: libros que se leen y se contemplan. Páginas donde la delicadeza se queda a vivir.











THE END OF THE GAME *(Taschen).* El fotógrafo Peter Beard dedicó dos décadas a reunir material sobre África para esta obra, que actualizó varias veces a lo largo de su vida. Un trabajo exhaustivo y veraz que dio origen a un libro ya legendario. **LAPÉROUSE** *(Assouline).* Desde que abrió sus puertas en 1766, el famoso restaurante parisino ha acogido a personajes como Proust, Picasso, Madonna, DiCaprio y hasta las Kardashian. Este libro muestra por qué sigue siendo un icono. **HERRLICH HOSTING** *(Gestalten).* Hannah Kleeberg –una de las voces más destacadas del panorama gastro mundial– ofrece una nueva perspectiva del arte de ser anfitrión, donde la emoción manda. **BUILDING STORIES** *(Taschen).* El arquitecto Francis Kéré revela las ideas y valores que impulsan su trabajo, caracterizado por el compromiso social, con el objetivo de construir edificios más humanos. **CAYETANA, THE DUCHESS OF ALBA** *(Assouline).* En el centenario del nacimiento de Cayetana Fitz-James Stuart y Silva, XVIII duquesa de Alba, nadie debe perderse este retrato íntimo de una de la figuras más cautivadoras e inconformistas de España. Incluye textos de algunos de sus hijos e imágenes inéditas de una mujer que encarnó el arte, la pasión y la elegancia.

TEXTO: ROSA ALVARES. FOTOS: D.R.



HEARST made

PIEZAS DE AUTOR

Galería Canalejas, además de ser el templo madrileño del lujo más exclusivo, es también un destacado mecenas del arte, la cultura y la artesanía con nombre propio.

Lejos de estar reñidos, el lujo y la artesanía comparten mucho en común, desde la belleza, la exclusividad y la autenticidad. Quizá por esa razón, el universo onírico de ANDRES-GALLARDO encuentra su espacio ideal en Galería Canalejas, donde se exponen sus piezas en el marco de Loving Craft. Esta iniciativa especial, que celebra ya su segunda edición, pretende rendir tributo a creadores y firmas artesanas, mostrando sus piezas en un entorno arquitectónico único y elevándolas a la categoría de objetos de deseo. Las joyas originales de porcelana de Andrés Gallardo y Marina Casal, al frente de la firma, y sus trabajos de delicada marroquinería que han encandilado a artistas de la talla de Rosalía, Lana del Rey y Blanca Suárez, pueden contemplarse, e incluso adquirirse, en la planta 0 del sofisticado edificio.



La mejor artesanía de Barcelos y Ubrique se refleja en las joyas y los bolsos de ANDRESGALLARDO.

Reloj Royal de acero y oro amarillo de TUDOR (4.980 €) y libro *Gaudí. La obra completa,* de TASCHEN (60 €).



Segundos eternos

Como en un perfecto 'collage', el exuberante universo de Gaudí sirve de onírico escenario para las novedades relojeras del año en las que, como en la obra del catalán, en cada tesela, en cada silueta, en la combinación de color..., el detalle marca la diferencia.

ESTILISMO DE CLAUDIA LAUKAMP FOTOGRAFÍA DE NURIA SERRANO



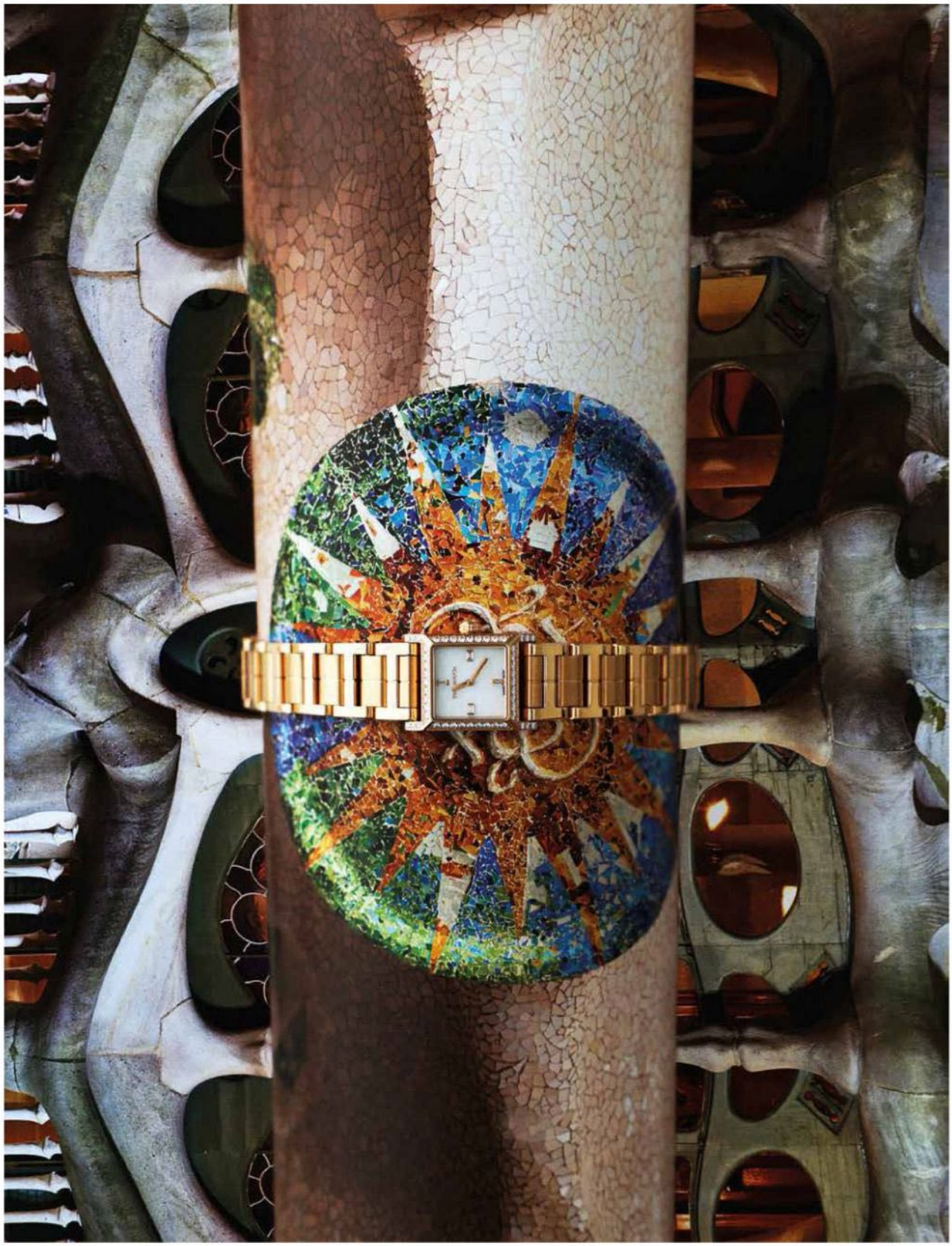


Reloj Clash [Un]limited de oro rosa y oro violeta de CARTIER (c.p.v.).
En la otra pág., reloj Calatrava ref. 4997/200R-001 de oro rosa con diamante y correa de piel satinada de PATEK PHILIPPE (c.p.v., cedido por Patek Philippe Boutique Madrid).

LONGINES



Reloj Royal Oak automático de oro amarillo con malaquita y zafiro de AUDEMARS PIGUET (c.p.v.).
En la otra pág., Reloj Primaluna Moonphase con esfera nacarada y correa de piel de LONGINES (6.700 €).



Reloj Makers Square de oro rosa con diamantes y esfera de nácar de TIFFANY & CO. (c.p.v.). En la otra pág., reloj Constellation Observatory de O-megasteel de OMEGA (10.700 €) y libro *Gaudí. La obra completa. 45th Ed.* de TASCHEN (25 €).

IMÁGENES DE FONDO: GETTY IMAGES Y TASCHEN. PRODUCCIÓN: ITZIAR SAETTONE.

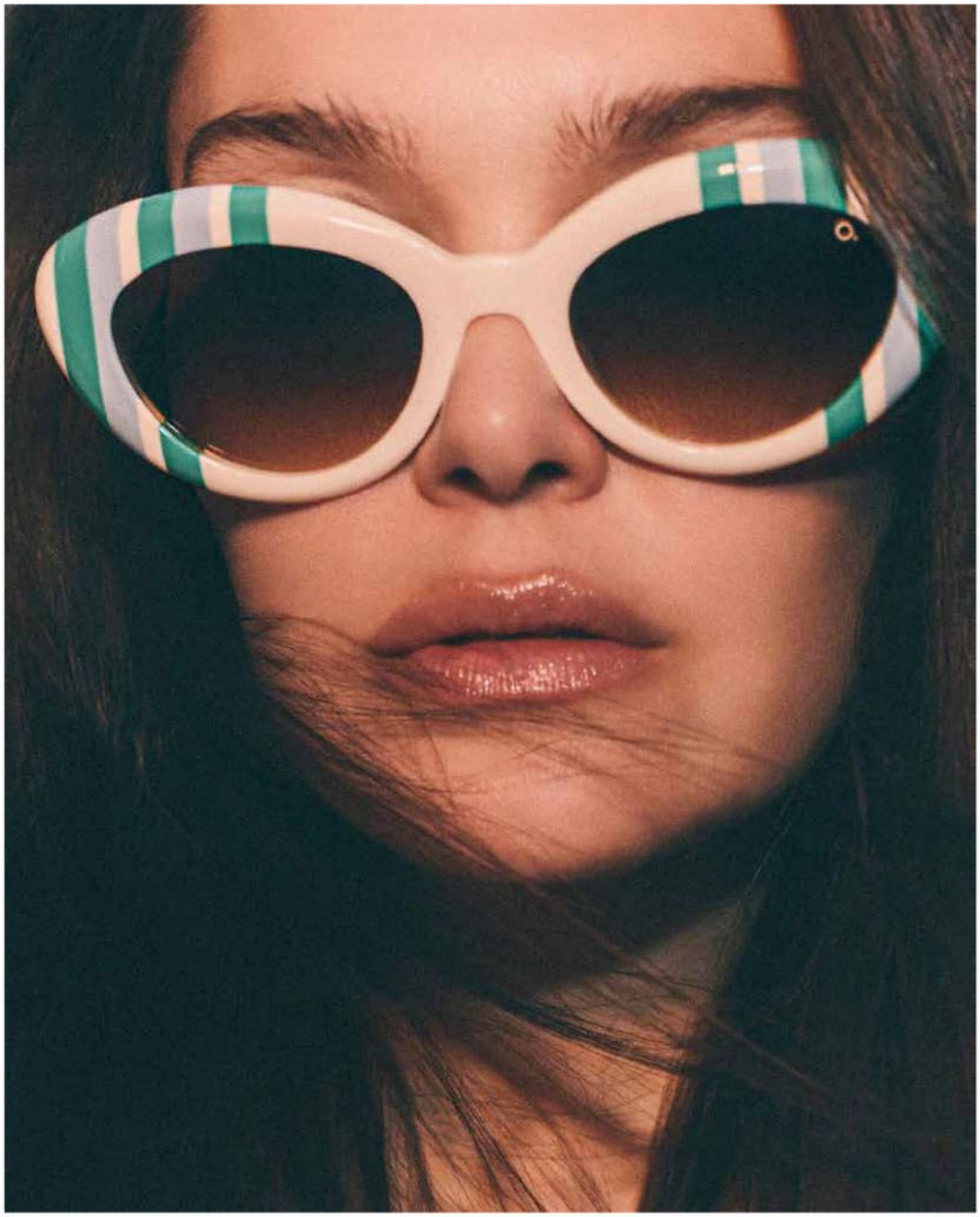
itectura

mpleja y
bimiento
a; hacia el
construc-
amilia. De
osa digna
tropellado
a tan mal
trataba de

di es una
s facetas.
orgánicas
de la Casa
a influen-
los nuevos
ca es reco-
la Sagrada
ndo y siete
incluidas
sco.
y dibujos
históricas,
obras, este
nca antes.
Barcelona,
ura» era un
a palabra:
hipnóticos
nes en rea-

trarse
través

Por CELIA CUERVO Fotografía de ÁLVARO GRACIA Estilismo de ENOL BLASCO

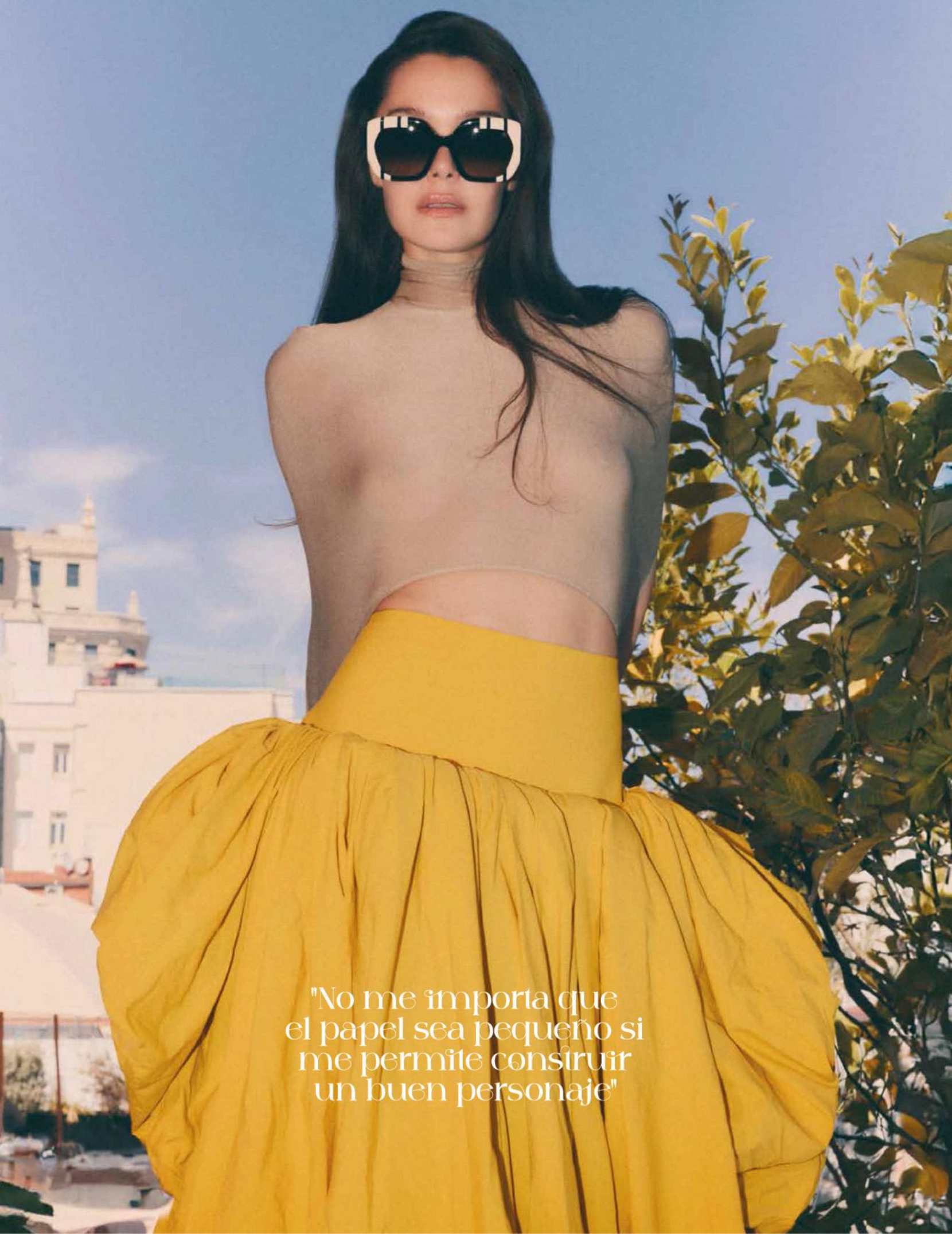


Una visión propia

Actriz, escritora y creadora, Ana Rujas vuelve a HARPER'S BAZAAR ensalzando su diva interior con las gafas de sol de Etnia Barcelona y celebrando que, con pasión, obstinación y trabajo duro, una puede encontrar siempre en el ahora su mejor momento.



Mono de punto elástico de PUCCI y gafas de sol Ibiza 13 RDOG de ETNIA BARCELONA. En la otra pág., Ana oculta la mirada tras las gafas Ibiza 13 WHTQ de ETNIA BARCELONA.


"No me importa que
el papel sea pequeño si
me permite construir
un buen personaje"

"Tengo suerte de tener a productores como Los Javis. Gente que no se fija en si eres hombre o mujer, sino en la historia, en el proyecto, y en el talento. Cada vez hay más personas así en este sector"



Collar de metal con piedras de GRACIA BY YOLANDA y gafas de sol Ibiza 13 RDOG de ETNIA BARCELONA.
En la otra pág., la actriz luce top y falda, ambos de MAISON ALAÏA, y gafas de sol Ibiza 14 de ETNIA BARCELONA.

Ana Rujas posa con top de algodón de MANGO, pantalón y cinturón, ambos de ACNE STUDIOS, pendientes de metal de GRACIA BY YOLANDA y gafas de sol Ibiza 12 BL de ETNIA BARCELONA.



TRAS LAS GAFAS de sol de Etnia Barcelona, Ana Rujas (Madrid, 1989) es uno de sus personajes. Quiere darle «un aire retro», meterse en el papel. Opina, se involucra, construye. Y lo cierto es que logra crear a la diva que proyecta. Los roles, para ella, son el centro de todo, tanto cuando interpreta como cuando crea historias: «No me importa que el papel sea pequeño si me permite construir un buen personaje. Y, en los guiones, los creo muy en profundidad, desde un imaginario muy concreto», cuenta. Aunque nadie en su entorno se dedicaba a esto, Ana escribe sus pensamientos desde pequeña y actúa desde adolescente. Estudió en Corazza, creó su obra de teatro *(La mujer más fea del mundo)* y su serie *(Cardo),* protagonizó el proyecto más ambicioso de Los Javis hasta la fecha, *La Mesías;* trabajó con Julio Medem en *8,* y ahora, mientras escribe el primer guion que dirigirá, *El desencanto,* se prepara para estrenar *La desconocida* este junio. «Nunca he seguido el camino fácil, no soy así. Para mí, es muy importante el trabajo, la constancia, perseverar, apostar por lo que quieres y, sobre todo, saber lo que no quieres».

Mujeres como ella allanan el camino de las creadoras en la industria del cine. «Yo tengo suerte de tener a productores como Los Javis. Gente que no se fija en si eres hombre o mujer, sino en la historia, en el proyecto, y en el talento. Cada vez hay más personas así en este sector. Si tienes algo que contar, habrá gente que te apoye», afirma. Camina frente al *skyline* de Madrid vestida de Alaïa, jugando con sus gafas de sol de Etnia Barcelona. Dice que es un accesorio que siempre lleva con ella, y que lo cambia según el *mood* de su día. La moda, como la interpretación, le ayuda a ser diferentes versiones de ella misma, y admite que su uniforme imbatible es el *total denim:* chaqueta, pantalón, camiseta blanca y unas botas de Prada que compró hace años. No necesita artificio alguno, tampoco en la vida, donde dice que ha encontrado la felicidad en volver a estar presente: «Siempre he vivido muy acelerada, siempre en el siguiente proyecto. A veces, ni me he enterado de lo que me pasaba. Pero ahora entiendo que ser feliz es conectar con lo que te está sucediendo en cada momento». ■

PELUQUERÍA Y MAQUILLAJE: MARÍA VERANO (ONE-OFF ARTISTS). PRODUCCIÓN: ITZÍAR SAETTONE. ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA: MAJO VALIDO. AGRADECIMIENTOS: HOTEL THOMPSON.



La colección Vibe captura la esencia del verano en tres lujosas fragancias: la elegancia magnética de 'Purple Accento'; la frescura tropical de 'Coro' y la luminosidad envolvente de 'Erba Gold', que evoca el atardecer mediterráneo.

BOUTIQUE SENSORIAL

Al icónico trencadís que envuelve Barcelona se suman los colores de las icónicas fragancias de Xerjoff: tres aromas vibrantes que evocan un verano eterno.

Ubicada en pleno Eixample (Carrer del Consell de Cent, 312), la nueva boutique de Xerjoff es un escaparate delicioso de su universo olfativo y una reinterpretación del lujo contemporáneo. Un espacio donde cada detalle ha sido concebido para despertar los sentidos y transformar el perfume en un ritual íntimo. En ella, la alta perfumería se redefine a través de un recorrido inmersivo que invita a descubrir el *savoir-faire* de cada creación mediante una experiencia completamente personalizada con una visita privada y guiada. Detrás de la filosofía de la exclusiva firma se encuentra Danbel Niche, distribuidor oficial de perfumes de lujo con sede en Barcelona, que convierte este enclave en un punto de encuentro entre arte, cultura y excelencia aromática.

HEARST made

MAPA PERSONAL

Obras que hacen escapar de la realidad y un juego de superposiciones que invitan a contemplar la belleza.



VISTO Y NO VISTO

Gerhard Richter es de esos artistas polifacéticos (y revolucionarios) capaces de unir dos ámbitos creativos con frecuencia considerados antagonistas: pintura y fotografía. Trabajando sobre pequeñas copias fotográficas, Richter aplica pintura al óleo, barniz o esmalte, extendiéndolos y raspándolos sobre la imagen para mostrarnos después una forma híbrida tan sorprendente como fascinante. La exposición *Overpainted Photographs* se convierte así en un juego de superposiciones donde retratos familiares y escenarios cotidianos del creador invitan al espectador a contemplar lo que en realidad se ve y a descubrir lo que se ha ocultado, como si de una puerta abierta a la imaginación se tratara.

OVERPAINTED PHOTOGRAPHS.
Museo Luma Arles, Francia.
Hasta enero de 2027.

TIEMPO DE HUIR

¿Quién no ha sentido deseos de escapar de su realidad? El viaje como huida en busca de algo mejor, como mapa personal que transforma a quien emprende ese periplo geográfico y espiritual. Tendremos que partir a Barcelona para descubrir un montaje escénico dispuesto a reflejarlo: *Escapismo: inventario de fugas,* con Laia Marull en el reparto.

ESCAPISMO: INVENTARIO DE FUGAS.
Teatre Nacional de Catalunya, Barcelona.
Del 28 de mayo al 21 de junio.



TEXTOS: ROSA ALVARES. FOTOS: © GERHARD RICHTER 2026. CORTESÍA DE LUMA ARLES, Y D.R. TEATRE NACIONAL DE CATALUNYA.

ODA AL ORIGEN

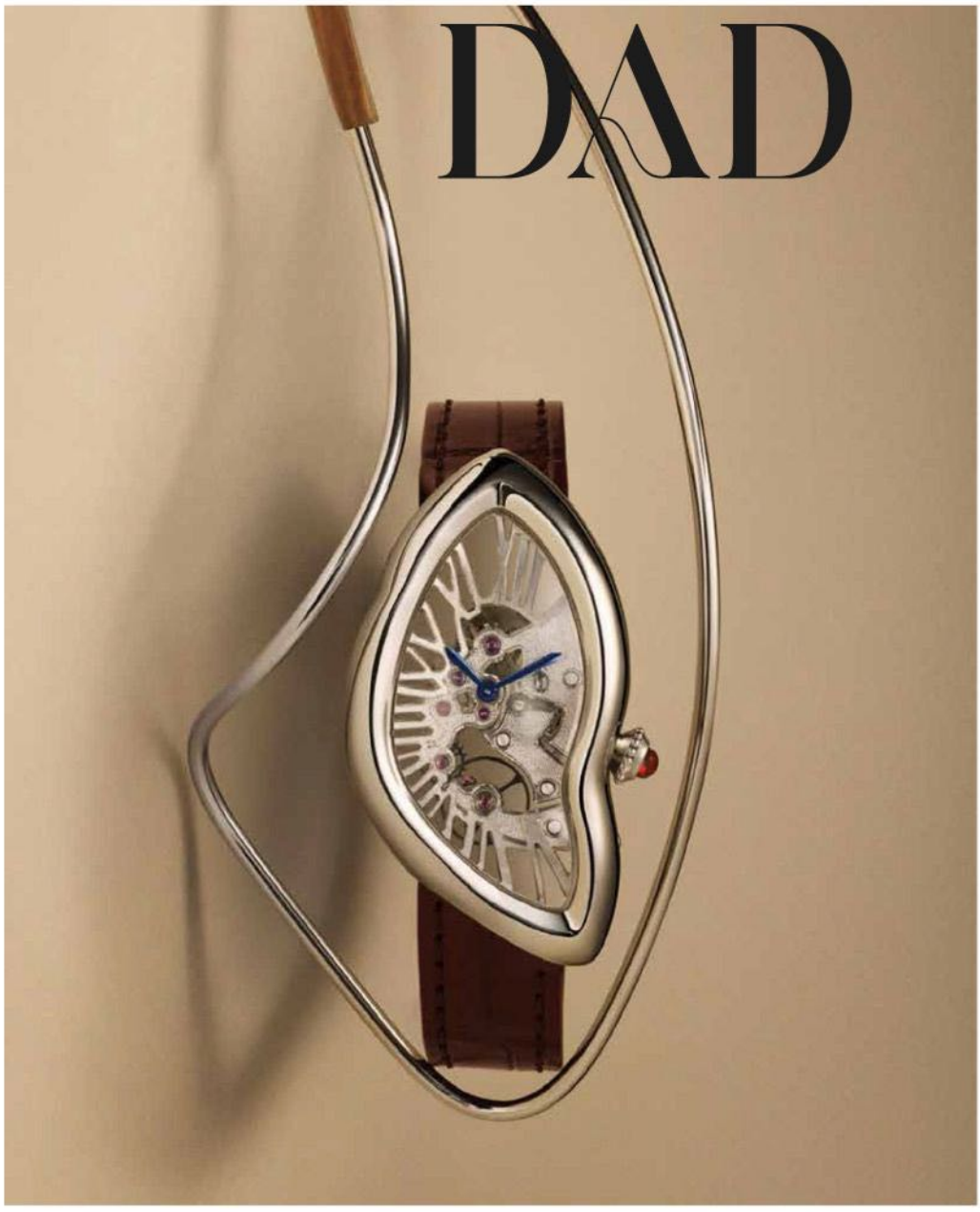
Para Thinking MU, Barcelona no es solo el lugar donde empezó todo, sino una forma de entender la vida: abierta, creativa y profundamente conectada con el Mediterráneo.

Desde 2008, esta firma ha construido un lenguaje propio donde moda, arte y consciencia conviven de forma natural. Fundada por Pepe Barguñó y Miquel Castells, y hoy impulsada por la visión de Cinthia Miralles, Thinking MU ha evolucionado manteniendo intacto su punto de partida: hacer las cosas de otra manera. Su enfoque combina técnicas artesanales en la creación de prints con una búsqueda constante de nuevas fibras orgánicas y recicladas. Cada colección refleja una manera de entender el diseño desde la cultura, la sostenibilidad y el detalle, pero también desde elementos menos tangibles como la luz, el ritmo o la forma de habitar el tiempo. Su última colección, Long Days, celebra precisamente esa energía suspendida que aparece cuando los días se alargan y todo se siente distinto. Esa esencia también se traslada a sus espacios físicos. Su tienda en Carrer del Rosselló, 220 (Barcelona), se concibe como una experiencia donde materiales, colores y texturas evocan el Mediterráneo y conectan con su comunidad. Hoy, la marca continúa creciendo hacia ciudades como Madrid, San Sebastián o Palma de Mallorca, llevando consigo una visión que va más allá de la moda.



Más que prendas, la firma crea cultura, comunidad y conexión.

ETERNI-DAD



MINUTOS ONÍRICOS

Para la mirada surrealista de Salvador Dalí, apurar la fugacidad de cada instante sólo podía representarse con los relojes derretidos de su obra *La persistencia de la memoria*. Siempre atenta a la creación artística, la *maison* Cartier nos hace pensar en ellos en su revolucionario modelo Crash, creado en 1967 con una singular esfera asimétrica. A este diseño clásico –que aún hoy mantiene la excelencia en su manufactura– le ha dado ahora una forma de esqueleto donde la distorsión parece acentuada. Es el nuevo Crash Squelette, presentado en la última Watches and Wonders, disponible en una edición limitada y numerada de 150 piezas. Tan maravilloso como una gran obra de arte.

TEXTO: ROSA ALVARES. FOTO: CORTESÍA DE CARTIER.

Descubre la magia del tiempo y el arte: desde los relojes reales del siglo XIX y el surrealismo de Cartier hasta la arquitectura ondulada de la Casa Milà de Gaudí.



EL TIEMPO ES ORO

Hubo un tiempo en el que los relojes eran auténticos objetos de deseo a los que sólo tenían acceso las clases sociales más altas. En ese sentido, los monarcas jugaron un papel muy importante a la hora de adquirir estos preciados mecanismos para embellecer los salones palaciegos y para controlar el tiempo en su vida cotidiana. Una exposición en Madrid da buena cuenta de ello, mostrándonos las más singulares piezas que atesoraron los españoles que reinaron en el siglo XVIII –Felipe V, Fernando VI, Carlos III y Carlos IV–, que adquirieron a los grandes maestros relojeros de ese siglo: Ferdinand Berthoud, John Ellicott, Pierre Jaquet-Droz y Lépine.

LA PRECISIÓN DEL TIEMPO. RELOJES DEL SIGLO XIX EN LAS COLECCIONES REALES. *Galería de las Colecciones Reales, Madrid. Hasta el 20 de septiembre.*

AQUÍ TODO ES ARTE

Hay lugares tan especiales que convierten en únicas todas las experiencias que se producen en ellos. Es lo que sucede con Casa Milà, conocida como La Pedrera: el edificio civil más emblemático de Gaudí (y más visitado de Barcelona), capaz de revolucionar la arquitectura de su época por sus innovaciones constructivas, funcionales y decorativas. Convertida en icono de la ciudad, este mágico lugar puede visitarse todo el año para descubrir la geometría de sus diversos espacios, sus materiales y cuanto, aún hoy, inspira su silueta inconfundible. Una cita obligada.

LA PEDRERA - CASA MILÀ. Passeig *de Gràcia, 92, Barcelona. Más info.:* lapedrera.com



TEXTOS: ROSA ALVARES. FOTOS: D.R.

Instinto



natural

Barcelona ha sido fundamental en la construcción de la visión creativa de Blanca Miró. Instintiva, ecléctica y rompedora, como lo era Gaudí en su obra, celebra su segundo embarazo, a solas en la icónica Casa Batlló, enfundada en lo nuevo de Louis Vuitton.

Fotografía de CÉSAR SEGARRA Estilismo de ENOL BLASCO





Chaqueta de felpa, y camisa y falda, ambas de algodón, y, en la otra pág., chaqueta de nailon, y camisa y pantalón, ambos de algodón, todo de LOUIS VUITTON, *y bandana en el pelo* vintage.



Chaqueta y falda, ambas de tejido vaquero, pañuelo LV Wonderland 55 de seda estampada (en la cabeza) y sandalias LV Mare de piel, y, en la otra pág., pareo Sunrise de algodón y seda, falda de algodón y collar Nautical Pendant de metal, todo de LOUIS VUITTON.



"LA MATERNIDAD ME HA DADO OTRA MIRADA MÁS EMOCIONAL E INSTINTIVA. TAMBIÉN TRABAJO DE OTRA MANERA, MUCHO MÁS DIRECTA, SIN DARLE TANTAS VUELTAS"





Chaqueta de nailon, y camisa y pantalón, ambos de algodón, y, en la otra pág., camisa y falda, ambas de algodón, y pareo Sunrise de algodón y seda (en la cabeza), todo de LOUIS VUITTON.



Camisa de sarga de seda estampada y bolso Pochette Accessoire Cargo de lona Monogram denim y detalles de piel, ambos de LOUIS VUITTON.

Por CELIA CUERVO

FOTOGRAFIAR EN un edificio de un interés turístico y cultural tan grande como la Casa Batlló no es fácil. Internet me dice que la visitan más de 4.000 personas al día, y eso termina sumando más de un millón al año. La cola de gente en su fachada no cesa desde que abre y hasta que cierra. Por eso, pasearla vacía es un lujo. Blanca Miró (Barcelona, 1992) lo sabe bien. «La primera vez que entré aquí fue con el colegio, de pequeña. Todo me parecía enorme y muy extravagante. Es un lugar que conoces de siempre, pero poder verlo vacío y trabajar aquí lo hace completamente diferente. Tiene algo muy mágico, ¿verdad? Es como estar dentro de una fantasía», dice mientras camina por una de sus salas. Es pronto, muy pronto, un viernes de finales de abril. Afuera empieza a amanecer: sólo así se puede disponer de este lugar. Blanca lleva un conjunto vaquero de la colección Resort 2026 de Louis Vuitton y la camisa, a medio abotonar, deja a la vista su embarazo de siete meses, su segundo bebé. Así que estas fotos serán especiales por partida doble: serán un recuerdo para siempre.

Miró se crio en Barcelona rodeada de impulsos creativos. Hay algo inevitable en crecer en un lugar así, donde un edificio de viviendas cualquiera es patrimonio artístico de todo un país; donde los bancos de la calle se adornan con teselas multicolor; donde la cultura se celebra con amor y rosas. «Barcelona es parte de todo lo que hago. El mar, la luz, la arquitectura… esa mezcla te educa el ojo sin darte cuenta. Es una ciudad muy estética, pero también muy vivida, y creo que eso se nota en mi manera de ver las cosas», afirma. Hace ya más de una década que esta catalana empezó a despuntar en redes sociales a raíz de su estilo. Ahí construyó su imagen, captó la atención de algunas de las marcas de lujo más importantes del globo y se hizo un nombre, también a nivel internacional. Eso le permitió dar forma a esa ansiedad creativa que la caracteriza, diseñando en sus dos marcas, La Veste (con la que empezó diseñando chaquetas y ha creado, ahora, todo un universo creativo deseable) y Delarge (de gafas de sol), o para otras firmas, extendiendo su universo también al diseño y la decoración, como hizo con la barcelonesa Marset, diseñando su propia lámpara.

Los estampados de un conjunto de camisa y falda larga de Louis Vuitton se trenzan con el ambiente modernista en la terraza del edificio. Blanca, con un chal atado a la cabeza, como una bandana, parece una diva de los 70. «De la marca siempre me ha fascinado su relación con el viaje, sus inicios, marcados por los avances en los medios de transporte y ellos adaptándose al momento. Hoy, la casa ha sabido evolucionar manteniendo ese espíritu. No es sólo moda, es un universo», afirma. Eso es importante para ella, pues su personaje bien podría responder, también, a esa última frase. No es sólo un pantalón a rayas, una chaqueta *vintage* de algún color vivo o un bolso estrella. Blanca es un *collage* inspirador y así aspira a extender su trabajo: del armario al arte, a la decoración, a la mesa, a la casa. Su visión es capaz de bañarlo todo. Y eso, quizá, le venga también de una ineludible influencia gaudiniana. «Lo cierto es que me siento muy identificada con él en esa forma tan intuitiva que tenía de crear. Se movía por la intuición, y hacía que cosas que a simple vista podían parecer imposibles, luego tuviesen todo el sentido. Me inspira mucho esa idea de mezclas que en teoría no encajan, pero que luego funcionan, ¿sabes?».

Su estilo, vistiendo, es también así. Fresco pero clásico, improvisado pero matemático; ecléctico, a veces imposible, y, sin embargo, surte efecto. Es ese algo, casi mágico, lo que ha hecho conectar a la gente. Y, con sus dos embarazos, no ha perdido su esencia: «Sigo jugando con la moda igual que antes, aunque en según qué momentos, busco más comodidad y practicidad, pero sin dejar de divertirme», confiesa. La maternidad le ha enseñado «a conocer un amor que no había experimentado nunca» y, en el trabajo, le ha dado «otra mirada más emocional e instintiva. También trabajo de otra manera, mucho más directa, sin darle tantas vueltas». Todo en su vida se ha multiplicado. Y está a punto de volver a hacerlo… De nuevo, para mejor. ■

PELUQUERÍA Y MAQUILLAJE: MÓNICA MARMO (KASTEEL ARTIST MANAGEMENT). PRODUCCIÓN: ITZIAR SAETTONE. ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA: ADRIÀ BOTELLA. AGRADECIMIENTOS: CASA BATLLÓ.

¿AHORA NOS VES?



Entre guitarras luminosas y letras que esconden nostalgia, LA LA LOVE YOU convierte lo cotidiano en himno. Una banda que nació como juego y hoy suena a presente, a recuerdo y a futuro. Su nuevo disco ya está aquí. *Por Alberto Pinteño*

Fotografía de Ana Ruiz

Estilismo de Claudia Laukamp

TEXTO: ALBERTO PINTEÑO. FOTOGRAFÍA: ANA RUIZ. ESTILISMO: CLAUDIA LAUKAMP.

De izda. a dcha., de arriba abajo, David, con camiseta de SANDRO; Óscar con camisa y pantalón, ambos de WOOLRICH; Mía, con traje sastre de SPORTMAX, y Roberto, con gorra, camiseta y pantalón, todo de UNIQLO, y chaqueta de OCTOBRE ÉDITIONS. En la otra pág., además, David lleva gafas de sol de RAY-BAN; Mía, gafas de sol de Prada; Roberto, gafas de sol de IZIPIZI, y Óscar posa con gafas de sol de IZIPIZI, camisa de MARCIANO GUESS y pantalón de WOOLRICH.



En La La Love You todo parece ligero –dinamismo, vivacidad, estribillos que se pegan como un verano–, pero debajo late algo más profundo: una nostalgia que lo tiñe todo y una forma de entender la música como refugio. «Azúcar, energía, positividad… pero también oscuridad y nostalgia», resumen casi al unísono, como si su identidad sonora fuera una mezcla perfectamente desordenada.

La banda madrileña nació sin pretensiones, casi como un accidente feliz. «Desde el minuto uno era un *hobby* que se nos fue de las manos», confiesa el guitarrista y vocalista Roberto Amor (Madrid, 1982). Y, sin embargo, ese juego acabó ocupándolo todo: «Siempre ha sido el proyecto de nuestra vida», añade el también vocalista y guitarrista David Merino (Palencia, 1982), consciente de que incluso en los días más *amateurs* ya estaba ahí el germen de algo grande.

En su universo creativo no hay reglas. Las canciones aparecen donde menos se espera –«a Robert se le ocurren melodías en Mercadona», bromea el batería Óscar Hoyos (Madrid, 1983)– y se pulen después, entre carreteras y camerinos donde nunca falta el hummus: «Estamos hartos, pero lo devoramos», ríe David. Ese caos cotidiano se traduce en himnos que sorprenden incluso a ellos mismos: «Inevitablemente el nuestro es *El fin del mundo,* pero lo que no esperábamos es que *Los ojos, chica, no mienten* conectara así de bien», admite.

Madrid es casa –«nos va especialmente bien y le tenemos un cariño enorme»–, pero la mirada está puesta más allá. Con un nuevo disco en camino, *¿Por qué me miráis así?,* y fechas en Latinoamérica, la banda encara una nueva etapa. «Empieza una época bonita», dice David, mientras Mía (Madrid, 1996) reconoce la emoción de pisar escenarios como el Auditorio Nacional de México.

Quizá por eso mantienen intacta la ilusión. «Hemos crecido sin dejar de jugar», explica Óscar. Y en ese equilibrio entre ingenuidad y oficio reside su secreto. Porque, como apunta Roberto, «éramos muy felices antes de tener éxito, pero todo lo que ha llegado después no es más que una versión mejorada de nuestros mejores sueños». ■

Pasear al mito



Los accesorios de nueva temporada posan entre monumentos y 'souvenirs' para celebrar la creatividad y efervescencia imparable de la Ciudad Condal. '¡Bon dia!'.

Fotografía de VLADIMIR MARTÍ
Estilismo de CLAUDIA LAUKAMP



Bolso mediano Lady Dior de piel de DIOR (5.100 €). En la otra pág., Sandalia Botanica de piel y rafia de AQUAZZURA (895 €).



Bolso de piel de GIORGIO ARMANI (2.100 €).
En la otra pág., sandalias Oran de piel de HERMÈS (780 €).







Bolso Vittoria de piel con bordados de DOLCE & GABBANA (c.p.v.). En la otra pág., zapato Slingback de piel de CHANEL (1.350 €).

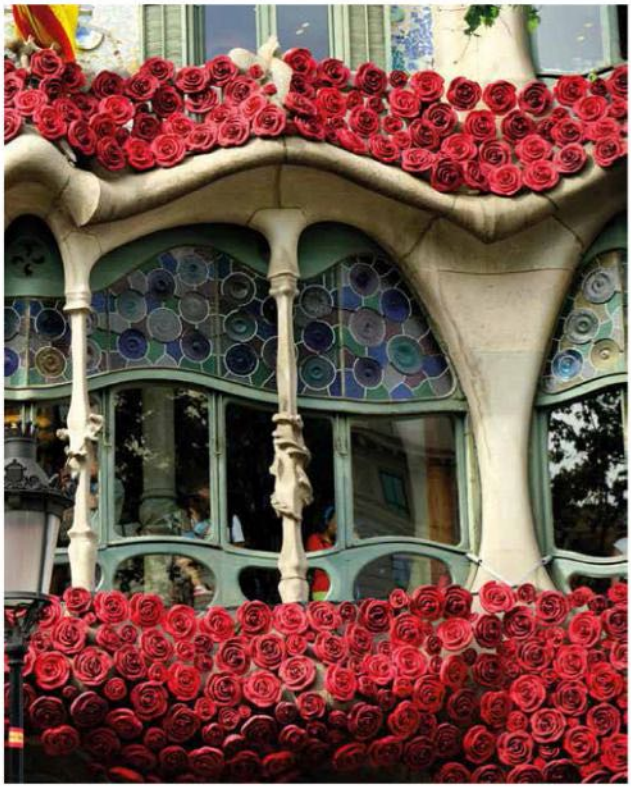


Bolso Holldall de piel de MAX MARA (1.019 €) en la Pastisseria Mauri Barcelona.
En la otra pág., sandalia de piel con plataforma de FENDI (1.050 €).

PRODUCCIÓN: ITZIAR SAETTONE.











De arriba abajo, de izda. a dcha., vestido bordado con cristales, lúrex, pedrería y lentejuelas, y capa de tafetán de seda con 500 rosas de terciopelo bordadas; fachada de Casa Batlló; uno de los balcones de Casa Batlló, y gafas bordadas con rafia, vestido de crepé con bordados de rafia y pendientes de metal con cristales, todo de MARIANO MORENO.

When art meets fashion

El diseñador Mariano Moreno homenajea a Barcelona y la arquitectura gaudiniana en su colección de novias 2026, recreando, puntada a puntada, los edificios emblemáticos que dieron a conocer el modernismo catalán al mundo.

Por CELIA CUERVO

CADA MAÑANA, Mariano Moreno (Murcia, 1984) sale de su casa en un edificio modernista diseñado por Gaudí, en pleno Eixample barcelonés, de camino a su atelier. «Me inspira muchísimo su capacidad de romper con lo establecido, su diálogo con lo divino y la naturaleza. La libertad con la que creaba es muy inspiradora. ¡Y pensar que hubo unos años en los que sus creaciones se desechaban!», cuenta sobre el arquitecto. Aquí, en la Ciudad Condal, es donde decidió abrir su propio estudio homónimo de costura enfocado a novias hace ahora tres años: «Barcelona tiene una energía única. Aquí conviven historia, modernidad y una sensibilidad artística fortísima. Me inspiran su luz, su arquitectura y, por supuesto, su relación con el mar».

Mariano dejó su Murcia natal siendo adolescente, cuando se mudó a Australia para estudiar. Después, aunque quizá nadie lo pensaría ahora, se formó en ingeniería en Alemania. «No está tan lejos de la costura como parece –dice–. Ambas requieren precisión, estructura y una comprensión profunda de los materiales. Mi interés por la moda nace de una necesidad de expresar algo ➤



El diseñador Mariano Moreno trabajando en su taller barcelonés.



> "Gaudí no seguía reglas, creaba las suyas. Y hoy, en la moda, eso significa buscar nuevas formas, nuevos procesos y, sobre todo, una visión auténtica"

Vestido de mikado de seda con bordados de tiras de tul formando la Sagrada Familia de MARIANO MORENO. A la izda., una imagen del monumento sobresaliendo, imponente, sobre la ciudad de Barcelona.

más humano: la técnica la tenía, pero la moda me dio el lenguaje para dar rienda suelta a mi creatividad». Fue un primer trabajo en el equipo de vestuario de la ópera de Berlín el que lo introdujo en las maravillas de esta industria: «Esa oportunidad me permitió abandonar la rigidez de las estructuras y expresarme emocionalmente sin barreras. La ópera tiene una dimensión dramática y artesanal increíble, allí entendí el poder narrativo del vestuario y la importancia del detalle».

Esos años entre bambalinas le enseñaron la base necesaria para dar el salto a París, donde trabajó en casas como Givenchy, Lanvin o Chloé. Inspirado por el trabajo que aprendió allí, y tras mudarse a Barcelona al equipo de una de las compañías nupciales más famosas del globo, Moreno decidió dejarlo todo para levantar su propia firma en 2023, un atelier de costura de autor centrado en el sector novias con el que ha cumplido uno de sus sueños: desfilar en el calendario de la alta costura parisina. Un hito.

Gaudí ha sido muy importante en este proceso, inspirándolo a diario. Tanto que, en su colección de novias de este año, ha dedicado varios diseños a dos de las construcciones más emblemáticas del artista: la Casa Batlló y la Sagrada Familia. ¿Su intención? Devolver a su obra una relevancia que a veces, viviendo en una ciudad plagada con ella, se da por hecho. Cada uno de estos vestidos lleva entre 200 y 600 horas de trabajo: lentejuelas bordadas como la fachada más famosa del *Passeig* de Gràcia; tiras de tul formando la iglesia más alta del mundo… «Detrás, hay un equipo de una decena de artesanos. Es un trabajo colectivo en el que cada mano aporta algo esencial», concede.

Una oda al modernismo rompedor de Gaudí que hoy, según Moreno, se traduce a la moda así: «Tiene que ver con atreverse a cuestionar las estructuras tradicionales. Gaudí no seguía reglas, creaba las suyas. Y hoy, en la moda, eso significa buscar nuevas formas, nuevos procesos y, sobre todo, una visión auténtica». ■

FOTOS: CORTESÍA DE MARIANO MORENO Y GETTY IMAGES.

GOLD COLLAGEN®

BEAUTY FROM THE INSIDE OUT

#IAmAgelessNow

Tu actitud también transforma tu piel

Xuan Lan

La nueva belleza no es aparentar juventud. Es sostenerla

Tu piel no necesita aparentar menos años. Necesita tener más vida



La pérdida de Colágeno es uno de los principales factores del envejecimiento visible. Por eso, **GOLD COLLAGEN® AGELESS** actúa desde el interior. **12.000 mg de Colágeno Marino** con **Elastina**, **Ácido Hialurónico** y **Ceramidas**. [1] Una fórmula avanzada y clínicamente probada que ayuda a mejorar **firmeza**, **hidratación** y **elasticidad**.

Porque cuidarte hoy es cómo decides verte mañana

@goldcollagen_es

[1]Basado en un ensayo clínico doble ciego, aleatorizado y controlado con placebo (Ref. CE 324/1) realizado en Italia con 120 sujetos que tomaron productos GOLD COLLAGEN® diariamente durante 3 meses.

Cuánto arte

Un bolso que se reinventa como un lienzo, flores hechas joya, joyas hechas obra y un homenaje a Gaudí construido con pétalos. Esto es mucho más que moda.



'IT'S A BAGHETTE!'

Carrie Bradshaw defendía su bolso rectangular con uñas y dientes al atracador que intentaba robárselo en *Sexo en Nueva York*. Este accesorio de Fendi multiplicó así su valor icónico, uno que no ha perdido en sus casi 30 años de historia. Ahora, Maria Grazia Chiuri, nueva directora creativa de la casa, lo reinterpreta en múltiples versiones apelando, como ha hecho siempre a través de su moda, a todos los tipos de mujer.

Bolsos Baghette® Re-Edition, todos de **Fendi** (c.p.v.).



FORMA Y FONDO

Durante Milan Design Week 2026, la firma de joyas PDPAOLA presentó Crafted To Trascend, una instalación inmersiva creada por su fundadora, Paola Sasplugas, arquitecta y diseñadora, con el objetivo de traducir el lenguaje joyero de sus pendientes Glacier, de líneas sinuosas, a una construcción experiencial. Un hito para la marca barcelonesa que vuelve a poner de manifiesto la importancia de la enriquecedora relación entre moda y arte.



Anillo Margherita Bloom de **Damiani** (c.p.v.).

NATURALEZA EMOCIONAL

Dicen desde los maestros joyeros de Damiani que Margherita Bloom, la nueva colección de joyas inspiradas en su icónica línea Margherita, reafirma la capacidad de la *maison* de transformar «la naturaleza en emoción», como hacía el artista que protagoniza este número. Una delicia visual y un tesoro para siempre.



FLORES POR GAUDÍ

Con motivo del centenario de Antoni Gaudí y del nombramiento de la ciudad de Barcelona como Capital Mundial de la Arquitectura por la UNESCO, La Roca Village homenajea al arquitecto en el proyecto *Una puerta a Barcelona*. En colaboración con el estudio floral catalán Flowers by Bornay, han creado esculturas florales inspiradas en las puertas de La Pedrera. Pétalo a pétalo, como las tejas del tejado de Casa Batlló, los artesanos florales han ensamblado sobre la sinuosa silueta dalias, *Delphinium*, lisianto y hortensia, haciendo de la naturaleza un arte, como siempre quiso Gaudí. *Desde el 12 de mayo en La Roca Village.*

TEXTOS: CELIA CUERVO. FOTOS: D.R.



ELEVA TU RUTINA

Con activos más eficaces y formulaciones específicas, la innovadora gama de cosmética de Valquer Laboratorios llega para ofrecer un cuidado más completo.

Dedicar unos minutos al día a tu rutina de *skincare* es un acto de autocuidado esencial y muy personal. Un momento para disfrutar mientras le das a tu rostro lo que necesita: limpieza, hidratación, luminosidad o calma. Por eso, para que una rutina sea efectiva, lo más importante es que esté formulada específicamente para ti. Los expertos de Valquer Laboratorios son conscientes de ello. Su nueva línea de cosmética biotecnológica premium, Skin Essentials, está pensada para ofrecer una solución concreta a cada rostro. Las fórmulas, además, son aptas para todo tipo de pieles, incluso para las más sensibles. Gracias a su textura ligera y a su aroma agradable convierten tu rutina en una experiencia sensorial.

Puedes encontrar los productos en farmacias, tiendas especializadas, web y mercados digitales. www.valquer.com

HEARST made

PURA FANTASÍA

Por PAULA MENÉNDEZ Fotografía de ROCÍO RAMOS Maquillaje de MIGUEL ÁNGEL TRAGACETE

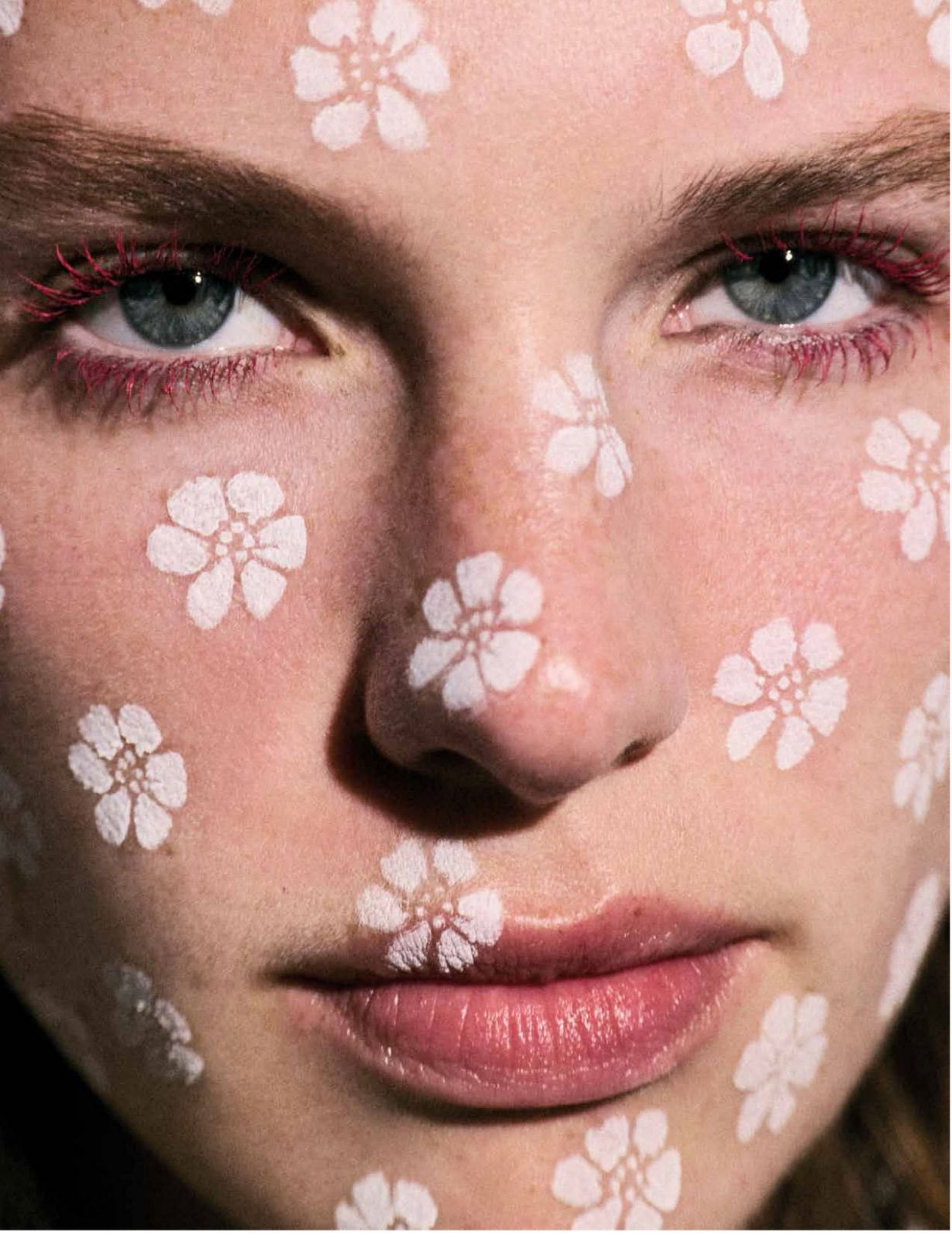


El vibrante modernismo inspira un nuevo 'look' marcado por las formas orgánicas, los motivos geométricos y mucho color. Junto a Dior Beauty celebramos la audacia y la creatividad en un tiempo en el que la belleza se alza como la única protesta verdadera.



Paleta Diorshow 5 Couleurs 162 Summer Azur de Edición Limitada combinada con la sombra de ojos individual 280 Lucky Clover. Además, *eyeliner* líquido Diorshow On Stage Liner 096 Satin Black, todo de DIOR BEAUTY. Chaqueta de lana y sombrero tricornio de seda, ambos de DIOR.

En la otra pág., barra de labios Rouge Dior Velvet 999 y perfilador Rouge Dior Contour 001 Diormidnight, ambos de DIOR BEAUTY. Anillo Rose Dior Pré Catelan de oro rosa con flor de cuarzo y diamante de DIOR JOAILLERIE.





Sombra Diorshow Mono Couleurs 162 Blue Bayadère, lápiz de ojos Diorshow Stylo 091 Matte Black y máscara de pestañas Diorshow Overvolume Waterproof 090 Overblack, todo de DIOR BEAUTY. Top de seda plisada con cuello de encaje de DIOR.

En la otra pág., flores blancas realizadas con el *eyeliner* liquido Diorshow On Stage Liner 001 Satin White y máscara de pestañas Diorshow Overvolume 840 Overpink, ambos de DIOR BEAUTY.



Base de maquillaje Dior Forever Hydra Nude 2 N Neutral y brillo de labios Dior Addict Lip Maximizer 002 Opal, ambos de DIOR BEAUTY. Top de punto con cuello de encaje de algodón y sombrero tricornio de seda, ambos de DIOR.

En la otra pág., polvos Iluminadores Dior Forever Glow Luminizer 003 Sun-kissed, barra de labios ultrabrillante Dior Addict Glass Lipstick en el tono 504 Dior Sweet y laca de uñas Dior Vernis 582 Azur, todo de DIOR BEAUTY. Pendientes Rose Dior Pré Catelan de oro rosa con flor de cuarzo y diamante de DIOR JOAILLERIE.



1. Barra de labios ultrabrillante Dior Addict Glass Lipstick en el tono 504 Dior Sweet (48 €). **2.** Máscara de pestañas Diorshow Overvolume 840 Overpink (42 €). **3.** Polvos Iluminadores Dior Forever Glow Luminizer 003 Sun Kissed (69 €). **4.** *Eyeliner* líquido Diorshow On Stage Liner 001 Satin White (40 €). **5.** Paleta Diorshow 5 Couleurs 162 Summer Azur de Edición Limitada (72 €). **6.** Laca de uñas Dior Vernis 582 Azur (34 €), todo de **Dior Beauty.**



SÓLO LOS VERDADEROS visionarios son capaces de romper moldes, dejando tras de sí un legado que se convierte en eterna inspiración. No importa si hablamos de arquitectura, moda o maquillaje. Como punto de partida de este editorial, tres genios indiscutibles: Gaudí, Jonathan Anderson y Peter Philips. Unidos por una mirada extraordinaria, todos ellos han redefinido las convenciones estéticas.

Con su colección estival de maquillaje, Dior Beauty escribe un nuevo capítulo. Esta temporada, los códigos de Jonathan Anderson, director artístico de Dior, se plasman en las propuestas de belleza de la firma. Las margaritas pop y románticas ya se erigen en un emblema de la *maison*.

Los tonos vibrantes y las texturas lúdicas son obra de Peter Philips, director de la creación y de la imagen del maquillaje Dior. El *make-up artist* firma los perfectos aliados para sublimar la tez, realzar la mirada e iluminar la sonrisa.

Perspectivas únicas e irrepetibles que hoy convergen en nuestro número dedicado al modernismo con motivo del centenario de la muerte de Gaudí. Porque, como proclamaba otro genio, «en tiempos feos, la única protesta verdadera es la belleza». ■

ESTILISMO: ENOL BLASCO. PELUQUERÍA: MIGUEL ÁNGEL TRAGACETE. MANICURA: LUCERO HURTADO. PRODUCCIÓN: ITZIAR SAETTONE. ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA: LUIS SPÍNOLA. ASISTENTES DE MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA: ALBA MEDINA Y VERÓNICA CASTELL. MODELO: ELLIE CHRISTEN (BLOW).

Hola, verano

La llegada del calor pide una revisión de las rutinas de belleza. Tu mejor versión empieza con pequeños gestos.



Por PAULA MENÉNDEZ



NO SIN MI SPF

No hay mejor cosmético para prevenir la aparición de los signos de la edad y cuidar la salud de la piel que el protector solar. Por suerte, hoy no hace falta ser un experto para tener clara esta máxima. Sin embargo, sigue existiendo el dilema de cuál elegir. Siempre debemos asegurarnos de que se trate de un producto de alta protección, amplio espectro –capaz de protegernos frente a la radiación UVB Y UVA– y que también actúe como un escudo de defensa frente a la luz azul y los infrarrojos. Además, las fórmulas más punteras son antipolución, contienen activos de tratamiento y destacan por su carácter sensorial.

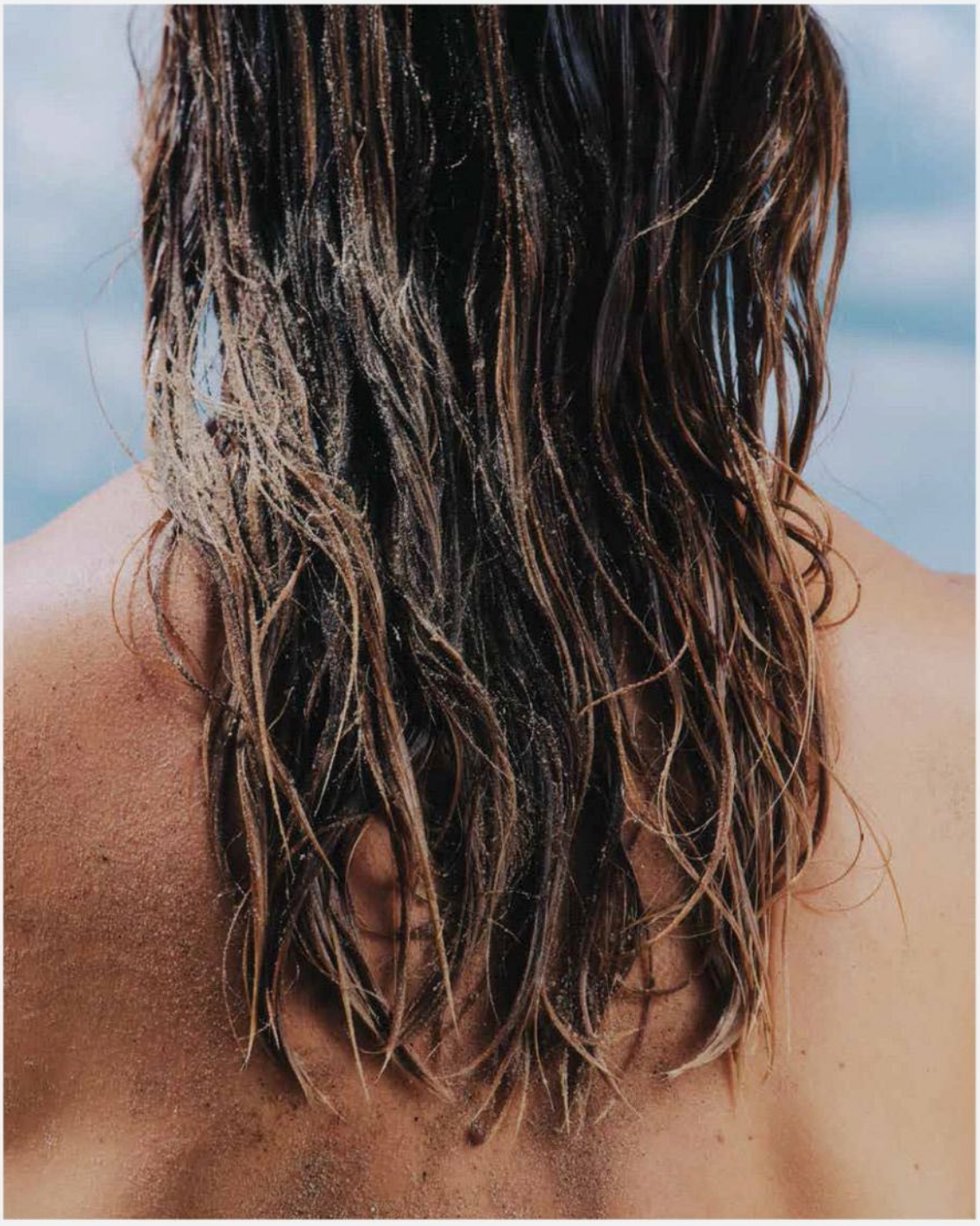
De izda. a dcha., protector facial Glowy Screen SPF 50+ (45 €) y loción fotoprotectora para rostro y cuerpo Protect-Me SPF 50 (42 €), ambos de DARLING.

FÓRMULAS DE VANGUARDIA

En la actualidad existe un fotoprotector para cada necesidad. Enriquecidos con vitamina C para combatir las pieles apagadas (Lancaster); dotados de una tecnología que corrige, elimina y ayuda a prevenir las manchas (Institut Esthederm); aptos para toda la familia gracias a su fórmula con algas, extracto de aloe vera y otros ingredientes anticontaminación (Shiseido), o desarrollados a base de ácido glicirretínico para reducir las imperfecciones (Eucerin). Por si fuera poco, podemos escoger entre multitud de formatos: bruma, en *stick,* fluido, aceite, agua, crema... Quédate con el que mejor se adapte a tu tipo de piel y quieras aplicarte una y otra vez.

Formulado con el complejo antioxidante CollagenSkinProtect™, el aceite Solar Embellecedor de Alta Protección SPF50 de CAUDALIE *(18,90 €) deja la piel luminosa y realza el bronceado.*





MELENA SALUDABLE

Cuando llega el calor, el cabello se vuelve más frágil. La mezcla de sol, cloro y salitre puede alterar su color, resecarlo y dejarlo con un aspecto desvitalizado. Por eso los peluqueros insisten en un gesto crucial: realizar un corte estratégico en estas fechas. «Mantener las puntas saneadas evita que se abran y contribuye a que luzca más cuidado durante toda la temporada», afirma Alberto Cerdán. Ana Martínez, estilista capilar y *education manager* de Oh My Cut!, está de acuerdo. «De esta forma evitas tener que hacer un corte más drástico a la vuelta».

En la imagen, bruma protectora La Brume Bouclier Protection de HAIR RITUEL BY SISLEY *(80,50 €).*

RUTINA ESENCIAL

El cuidado del cabello en verano parte de una rutina completa y equilibrada. En esta época del año sobre todo, es importante hacerse con un champú suave de uso diario con el fin de mantener el cabello limpio y libre de residuos. También conviene incorporar productos nutritivos para suavizar, reforzar la fibra capilar y evitar la deshidratación. Como siempre, los especialistas recomiendan utilizar fórmulas sin sulfatos, parabenos ni siliconas que eviten la acumulación de compuestos oclusivos. Todo empieza aquí.

Set con el champú multivitamínico Shampoo 00.01 y el acondicionador ligero Conditioner 00.02 de MIDNIGHT 00.00 *(51 €).*





UN PLUS NECESARIO

Del mismo modo que hacemos con la piel, el pelo necesita unos cuidados específicos en verano. La nueva generación de brumas capilares sin aclarado actúa como una barrera contra los agentes externos. Asimismo, contiene activos hidratantes y *anti-frizz* para mantener a raya el escrespamiento y dotar al pelo de manejabilidad. «El brillo es el resultado de una cutícula sellada y sana. Si la fibra está equilibrada, el color luce mejor», asegura Alberto Cerdán. Con los cuidados adecuados, el cabello puede mantenerse radiante durante todas las vacaciones.

En la imagen, Summer Hydrating Mist con aloe vera, albaricoque y zanahoria para rostro, cuerpo y cabello de ROWSE *(45 €).*

ESCULPIR LA SILUETA

Ya sea con técnicas naturales como la maderoterapia, protocolos de medicina estética a la última como los ultrasonidos focalizados o innovadores equipos de electroestimulación, lograr la mejor versión de nuestra silueta está ahora más al alcance que nunca. ¿La clave? Un diagnóstico personalizado para conseguir resultados reales.

*Wood Therapy (*royaltouchbyfernanda.com*, desde 140 €), Ultherapy Prime Corporal (*merzaesthetics.es*, desde 135 €) y Wonder (*carmennavarro.com*, desde 2.000 €).*



CULTO AL CUERPO

En cuestión de cuidados, el cuerpo siempre ha estado relegado a un segundo plano, a pesar de que representa el 97 % de nuestra piel. Sin embargo, algo está cambiando. De un tiempo a esta parte, el *bodycare* domina la conversación gracias a una nueva ola de propuestas con innovadoras texturas y activos tradicionalmente reservados al rostro –desde el retinol al colágeno o la vitamina C–. Por fin toca mimar la piel del cuerpo como de verdad se merece.

De izda. a dcha., Loción Perfeccionadora Diaria Body Hero (33 €), Bruma de Aceite Body Hero (35 €), Body Spritz (22 €), Desodorante en barra (18 €), Exfoliante Body Hero (14 €) y Limpiador Diario en Aceite Body Hero (21 €), todo de GLOSSIER.





MÁS FIRMEZA

Con el paso del tiempo, la piel pierde firmeza y elasticidad, y los contornos del cuerpo se desdibujan. El ejercicio y una dieta equilibrada contribuyen a mejorar la figura, pero a veces no es suficiente. Al margen de los protocolos en cabina, los tratamientos corporales de última generación se alzan como la ayuda extra definitiva. Repletos de activos como la cafeína, la carnitina o los péptidos de colágeno, estas fórmulas innovadoras ofrecen tonificación y beneficios reafirmantes. El secreto, una vez más, es la constancia: se usan mañana y noche para maximizar los resultados.

Leche corporal reafirmante de rápida absorción Collagen Fit de BIOTHERM *(46 €).*

FOTOGRAFÍA: ANNIE LAI. ESTILISMO: HOLLY GORST. PELUQUERÍA: CHLOE FRIEDA. MAQUILLAJE: MATTIE WHITE. MANICURA: AMELIA AT THE RYE RETREAT. MODELO: LEA SEELENMEYER (PREMIER MODEL MANAGEMENT).



Esmalte de uñas Vernis à Ongles tono 218 Cecilia Ivory de **Gucci** (36 €).

SONRíE

Por Wu Wenxiao



Máscara de pestañas Space Black (45 €) y paleta Eyeshadow 5 Colours Dysco (69 €), ambas de **Byredo**.

Diseños de capricho, colores luminosos, texturas sensoriales y fragancias adictivas. Más allá de elevar el ánimo al instante, lo último en belleza se alza como la terapia de felicidad definitiva.

Fotografía de Wang Xu Estilismo de Rui Q



Prada Balm en Banana Yellow de **Prada** (45 €).



Her Elixir de Parfum de **Burberry** (172 €, 100 ml).

Pide un deseo

Siempre en constante cambio, la industria rompe moldes con innovaciones concebidas para potenciar la belleza individual y el bienestar.



ALMA MEDITERRÁNEA

Destacar en un mercado tan competitivo como el de la perfumería no resulta fácil, pero Light Blue Eau de Toilette ha logrado convertirse en un icono por derecho propio. Tras celebrar su 25.º aniversario el verano pasado, este año la fragancia vuelve a ser noticia. Dolce&Gabbana escribe un nuevo capítulo en su historia dando vida a dos jugos vibrantes y luminosos que capturan el espíritu de la *dolce vita*. Creado por el perfumista Olivier Cresp, Light Blue Eau de Parfum se distingue por las notas de limón siciliano, frangipani y maderas ambarinas. En cambio, la versión masculina, Light Blue Pour Homme Eau de Parfum, obra de Alberto Morillas, conjuga mandarina amarilla de Calabria, ciprés marino y madera de cedro. El verano italiano en un frasco.



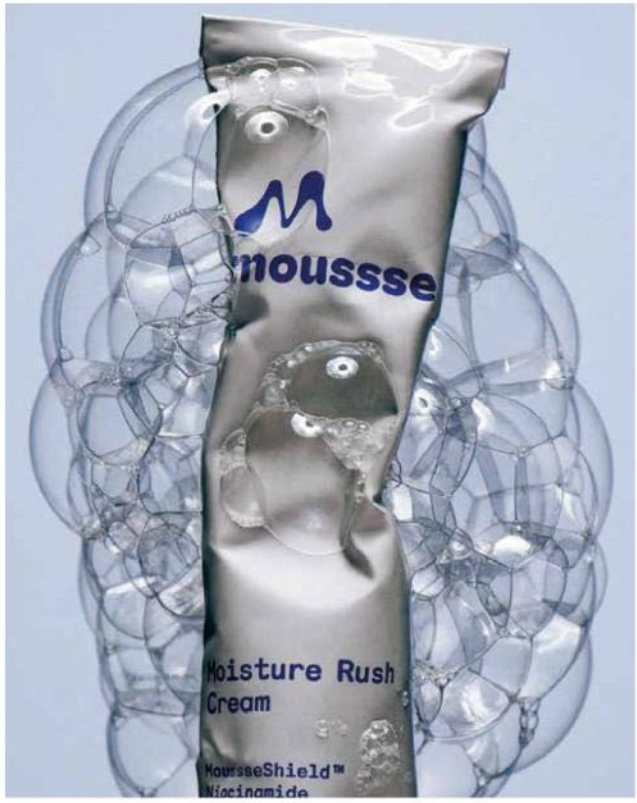
Light Blue Eau de Parfum (165 €, 100 ml) y Light Blue Pour Homme Eau de Parfum (140 €, 100 ml), ambos de **Dolce&Gabbana.**

TEXTOS: PAULA MENÉNDEZ. FOTOS: D.R.

PASO BÁSICO

El aire acondicionado, las largas jornadas en la playa y las eternas noches de fiesta pueden causar estragos en la piel. Por eso, en verano más que nunca, es fundamental contar con una crema hidratante de cabecera. ¿Una de nuestras favoritas? Moisture Rush Cream de Moussse. Formulada con niacinamida, escualano y ceramidas, esta crema de textura ligera refuerza la barrera cutánea, calma y fortalece la piel expuesta a las agresiones externas. Además, funciona como *primer,* preparando y alisando la tez para una aplicación impecable del maquillaje.

Moisture Rush Cream de **Moussse** (95 €).





YSL Lovenude Lip Blusher 44 Nude Lavalliere de **Yves Saint Laurent Beauty** (49 €).

EFECTO LABIOS MORDIDOS

Directamente importada de Corea, la tendencia de los *blurred lips* se erige en una de las más sugerentes del momento. Ahora, con su nueva colección YSL Lovenude Lip Blusher, Yves Saint Laurent Beauty se suma al fenómeno. Dotados de una textura cremosa, los nuevos labiales consiguen ese hipnótico efecto difuminado. Su fórmula enriquecida con aceites vegetales y pro-xylane nutre profundamente y brinda una sensación de confort de larga duración. Disponible en una paleta de tonos irresistible, promete convertirse en el producto que esta temporada todas querremos llevar en el bolso.



EGF Bio Factores de Crecimiento (245 €) y EGF Crema Factores de Crecimiento (278 €), ambos de **Kuo's Professional.**

EL INGREDIENTE MÁS BUSCADO

Los exosomas son el activo del que todo el mundo habla. Conocidos por su capacidad para regenerar la piel y brindarle un aspecto rejuvenecido, están presentes en las fórmulas más punteras, como la línea EGF de Kuo's Professional. Formulada con factores de crecimiento epidérmico encapsulados en exosomas, esta propuesta minimiza los signos visibles del envejecimiento, reduciendo las líneas de expresión y mejorando la firmeza de la piel. Un diez.



Estilismo con fluido alisador para el cabello de La Biosthétique. Peine Le Justicier de carey de L'Officine Universelle Buly (45 €).

¿Es el FLEQUILLO el nuevo LIFTING?

Por CHLOÉ LAFOREST

Rectos, desfilados, largos, micro o en cortina... Todos los flequillos comparten un mismo superpoder: el de actuar como filtro de juventud. Tres peluqueros de famosos nos dan sus consejos para convertirlos en un recurso muy favorecedor.

"El flequillo tiene ese efecto rejuvenecedor (...). Equilibra las proporciones y aporta una frescura que da al instante una apariencia más joven"

Dimitris Giannetos

PARA REJUVENECER en un abrir y cerrar de ojos, las estrellas de Hollywood han encontrado algo más radical e infinitamente más atractivo que las cremas o el *lifting:* el flequillo. Un cambio capilar aparentemente insignificante, pero cuyo efecto es inmediato. El pasado mes de septiembre, para asistir al primer desfile de Chanel de Matthieu Blazy, Nicole Kidman lució un flequillo desfilado ultraligero. Pamela Anderson, icono de los años 90, optó por un microflequillo ultragráfico en la alfombra roja de la última Met Gala. Dos interpretaciones opuestas, pero un mismo deseo: suavizar los rasgos, captar la mirada e inyectar una frescura inmediata al *look*. Porque al acortar visualmente la frente y redirigir la atención hacia los ojos, el flequillo actúa como un filtro óptico natural. Crea relieve, suaviza los ángulos y devuelve al rostro una dulzura que el tiempo a veces ha difuminado, como confirma Dimitris Giannetos, peluquero creador del 'Gucci Bang' ideado para Demi Moore en el cortometraje de Spike Jonze para Gucci: «El flequillo tiene ese efecto rejuvenecedor porque crea una ilusión de volumen y suavidad alrededor del rostro. Equilibra las proporciones y aporta una frescura que da al instante una apariencia más joven». Pero, como cualquier cambio de *look* que se precie, el flequillo no admite ni la imprecisión ni la improvisación. Dimitris Giannetos, Rudy Marmet y Adir Abergel, peluqueros de famosos, nos dan sus consejos para encontrar el flequillo ideal: aquel que refresca los rasgos, ilumina la mirada y rejuvenece sin dar nunca un aspecto rígido.

¿QUÉ PEDIR AL PELUQUERO?

LA OPINIÓN DE UN EXPERTO: «Colaborar con el peluquero para encontrar el flequillo ideal es el paso más importante», recuerda Adir Abergel, quien siempre analiza las proporciones del rostro antes de sugerir un flequillo. «Debe convertirse en una prolongación natural del rostro, nunca en un elemento superpuesto», advierte el profesional. Su método de análisis es preciso: dejar al descubierto por completo el rostro echando el pelo hacia atrás, identificar la zona más ancha (frente, pómulos o mandíbula) y, a continuación, observar la línea de la mandíbula.

SIGUE LA TENDENCIA: adoptando el flequillo de la temporada, el *'wispy bangs'* (palabras clave: flequillo desfilado, ligereza, movimiento). Cortado a la altura de las cejas, se reconoce por sus mechones finos, aireados y deliberadamente irregulares, que enmarcan el rostro

FOTO: FERRY VAN DER NAT. PELUQUERÍA: QUENTIN LAFFORGUE. MAQUILLAJE: CAROLE COLOMBANI. *SET DESIGNER:* HÉLÈNE MANCHE. PRODUCCIÓN: CALLTIME. MODELO: ISABELLE (THE FRENCH MANAGEMENT).

El flequillo de la temporada, el 'wispy bangs', se reconoce por sus mechones finos, aireados y deliberadamente irregulares, que enmarcan el rostro con suavidad.

con suavidad. «Queda especialmente bien en el cabello fino, ya que aporta movimiento y textura sin apelmazarlo, creando así la ilusión de volumen y siendo fácil de peinar a diario», explica Dimitris Giannetos. El detalle que tener en cuenta según el profesional: los laterales deben estar sutilmente degradados y ligeramente biselados para fundirse con el resto del cabello. El flequillo, un poco más corto en el centro y más largo en los lados, abre la mirada y garantiza un resultado natural y desenfadado.

HACER UNA PRUEBA: comprar un flequillo con clips es la mejor forma de acostumbrarse a la idea de llevar flequillo. Permite probar el *look,* el movimiento y el estilo, sin compromiso. ¿El truco de Adir Abergel para una ilusión perfecta? «Pídele a tu peluquero que te lo corte exactamente como te lo imaginas».

EL ESTILISMO IDÓNEO

LOGRAR EL MOVIMIENTO ADECUADO: al salir de la ducha, Adir Abergel recomienda secar las raíces con el secador a baja temperatura y velocidad, utilizando un cepillo redondo para alisar la textura. Una vez que el cabello esté completamente seco, fíjalo con un rulo de velcro, enrollándolo en la dirección de la caída natural del cabello y alejándolo ligeramente de la cara durante al menos 5 minutos. «Dejar que las cutículas se enfríen permite que el flequillo se fije bien, conservando al mismo tiempo el volumen y el movimiento», explica el peluquero.

EN EL DÍA A DÍA: no hace falta acumular productos. «Un flequillo debe seguir siendo ligero y flexible», precisa Rudy Marmet. En la lista de imprescindibles, el profesional aconseja comprar un *spray* texturizante ligero para dar movimiento y preservar la caída natural. De vez en cuando, una crema de peinado muy ligera, aplicada únicamente en las puntas, permite disciplinar el cabello sin apelmazarlo. Un poco de champú seco en la raíz evita el efecto graso y prolonga la frescura.

GESTIONAR EL DESPUÉS...

EL MANTENIMIENTO: según Adir Abergel, es necesario acudir al peluquero cada dos semanas para retocar el flequillo, ya que, de lo contrario, pierde rápidamente su precisión y su equilibrio con el resto del corte. El crecimiento puede ser difícil de controlar, pero hay algunos trucos para gestionarlo. «Cuando estés lista para dejarlo crecer, conviértelo poco a poco en un flequillo cortina. Se fundirá de forma natural con el resto del corte a la vez que enmarca muy bien el rostro», aconseja Dimitris Giannetos. ■



1. Nuevo secador Dyson Supersonic™ Travel diseñado para viajar de DYSON (299 €). **2.** Cepillo Pocket Sensitive en formato de bolsillo de MAISON PEARSON (145 €). **3.** Cera en *spray* Touchable de KEVIN MURPHY (29,99 €). **4.** Crema de peinado antiencrespamiento Frizz-Glaze Cream de KÉRASTASE (49,50 €).

El accesorio invisible

Inspirado en el legado de la firma, lo nuevo de Elizabeth Arden llega con la misión de empoderar a las mujeres.

Por PAULA MENÉNDEZ



Eternal Aura de **Elizabeth Arden** (99 €, 100 ml).

CON SU VISIÓN pionera, Elizabeth Arden cambió para siempre el universo de la belleza. Introdujo el rigor científico en la formulación de productos para el cuidado de la piel; creó héroes de maquillaje como la barra de labios roja y desarrolló clásicos de culto como Eight Hour® Cream, el primer producto cosmético multifunción. Su misión siempre fue empoderar a las mujeres a través de los pequeños gestos. Un compromiso que hoy permanece en Eternal Aura, el nuevo perfume femenino de la enseña.

Creado con notas de pimienta rosa, un *bouquet* floral (magnolia, peonía y rosa-*ambrette*) y el acorde sintético Ambertonic, esta fragancia reinventa las estelas florales con un giro contemporáneo. El resultado es un *eau de perfum* magnético y delicado, pero con carácter. Todo sumado a un diseño de capricho que convierte la propuesta en un objeto de deseo. Lo reconocerás por su frasco rosa (el color favorito de la fundadora de la casa), el tapón con monograma y su forma ovalada. Elizabeth Arden en estado puro. ■

FOTOS: D.R.


LOQI
TINY SECRET STUFF
SMALL SECRET STUFF
MEDIUM SECRET STUFF
loqi.com

formas perfectas

Sinuosas, retorcidas, fluidas. Gaudí hizo de sus líneas una extensión de la naturaleza hecha en piedra. Esculturas grandilocuentes, como La Pedrera o la torre Bellesguard, donde las propuestas más artísticas de temporada parecen haber sido hechas a medida.

Fotografía de JAVIER BIOSCA
Estilismo de CLAUDIA LAUKAMP



Tocado de seda a medida de MIMOKI, *top de seda y pantalón de algodón, ambos de* DIOR, *y pendientes y anillo, ambos Clash de oro rosa con ágata, y pulsera y anillo, ambos Panthère de oro amarillo con laca, todo de* CARTIER.

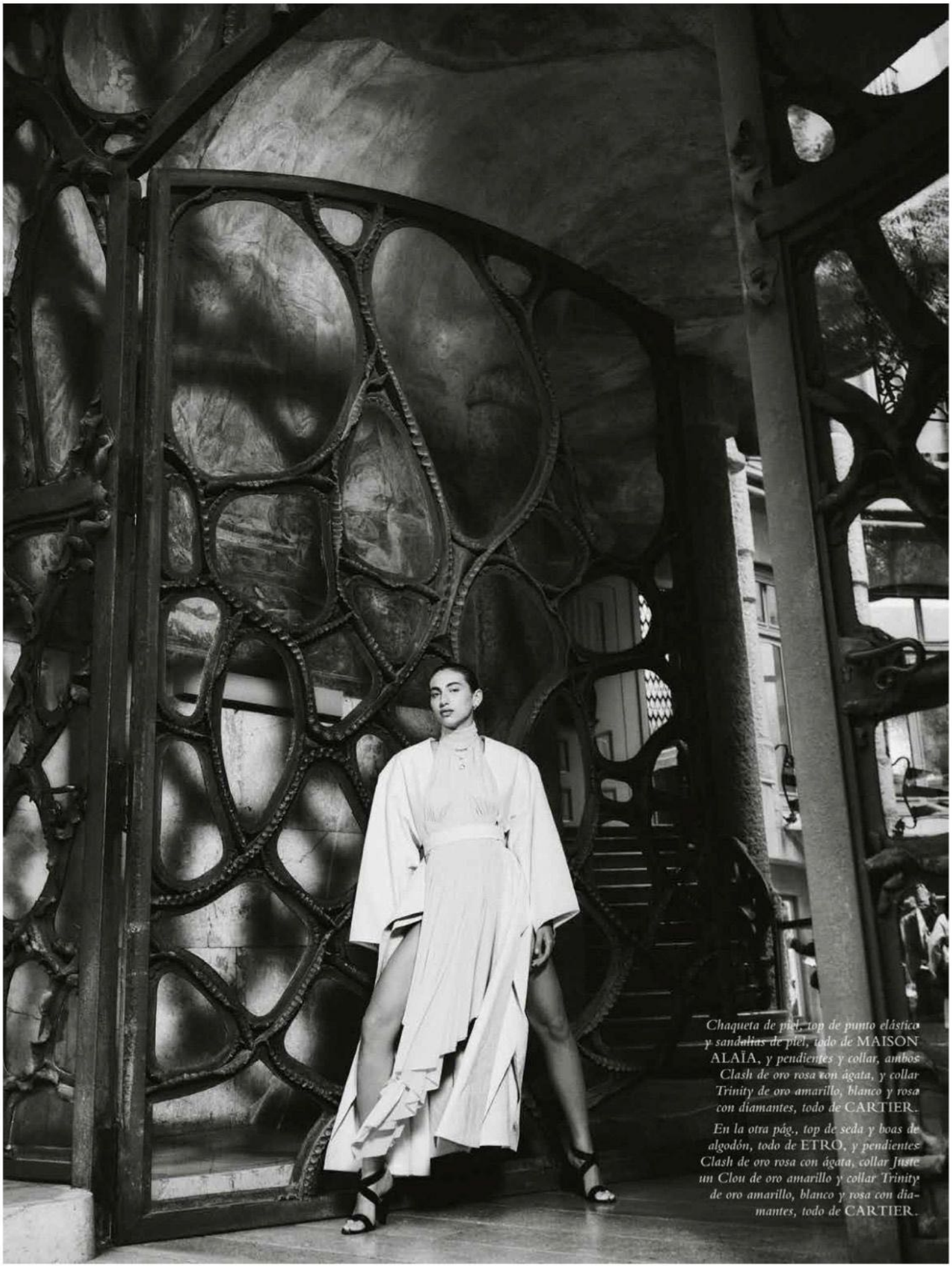


Top, falda y pañuelo (en la cintura), todo de seda, de LORO PIANA.

En la otra pág., casquete de seda de LORO PIANA, *chaqueta de lana y top de encaje, ambos de* DOLCE & GABBANA, *y pendientes, collar y anillo, todo Clash de oro rosa con ágata, collar Juste un Clou de oro amarillo y anillo Panthère de oro amarillo con laca, ónix y granates tsavoritas, y, en la mano izda., anillo Trinity de oro amarillo, blanco y rosa, todo de* CARTIER.







Chaqueta de piel, top de punto elástico y sandalias de piel, todo de MAISON ALAÏA, *y pendientes y collar, ambos Clash de oro rosa con ágata, y collar Trinity de oro amarillo, blanco y rosa con diamantes, todo de* CARTIER.

En la otra pág., top de seda y boas de algodón, todo de ETRO, *y pendientes Clash de oro rosa con ágata, collar Juste un Clou de oro amarillo y collar Trinity de oro amarillo, blanco y rosa con diamantes, todo de* CARTIER.



Paola posa con vestido de seda chiffon *con bordados de* VALENTINO, *y collares de perlas y metal, guantes de piel, bolso DeVain de seda con bordados y zapatos Annine de seda, todo de* VALENTINO GARAVANI.



Chaqueta de lana y seda, y zapatos y cinturón con placa de metal, ambos de piel, todo de CELINE, *pantalón de gasa de* MANGO, *y pendientes, collar y anillo, todo Clash de oro rosa con ágata, collar con diamantes y anillo, ambos Trinity de oro amarillo, blanco y rosa, y anillo Panthère de oro amarillo con laca, ónix y granates tsavoritas, todo de* CARTIER.



Tocado de seda con bordados de MIMOKI, *vestido de encaje y seda con pedrería bordada de* GIORGIO ARMANI, *y pendientes Clash de oro rosa con ágata, collar Juste un Clou de oro amarillo, y anillo y pulsera, ambos Panthère de oro amarillo con laca, ónix y granates tsavoritas, todo de* CARTIER.

En la otra pág., camisa y pantalón, ambos de algodón estampado, y bolso Galleria de piel con bordados, todo de PRADA.



Gorra, chaqueta, zapatos y bolso, todo de piel, camisa y pulsera (en la mano dcha.) de metal, todo de SAINT LAURENT *por* ANTHONY VACCARELLO, *y pendientes y anillo, ambos Clash de oro rosa con ágata, y anillo Panthère de oro amarillo con laca, ónix y granates tsavoritas, todo de* CARTIER.

En la otra pág., tocado de seda de MIMOKI, *bodi de algodón de* ZARA *y zapatos de piel de* HERMÈS.



Chaqueta de ante, chaleco de lana, camisa y falda, ambas de algodón, y sandalias de piel, todo de MIU MIU.

En la otra pág., vestido de seda de GARAIZABAL STUDIO, *pendientes Clash de oro rosa con ágata, collar Juste un Clou de oro amarillo, collar Trinity de oro amarillo, blanco y rosa con diamantes, y anillo Panthère de oro amarillo con laca, ónix y granates tsavoritas, todo de* CARTIER.



Producción: Itziar Saettone. Peluquería y maquillaje: Raquel Costales. Asistentes de fotografía: Rafael Arteaga y Marcos Gómez. Asistente de estilismo: Alba Monfort. Modelo: Paola Manes (Monster). Agradecimientos: La Pedrera-Casa Milà y Torre Bellesguard (Barcelona).

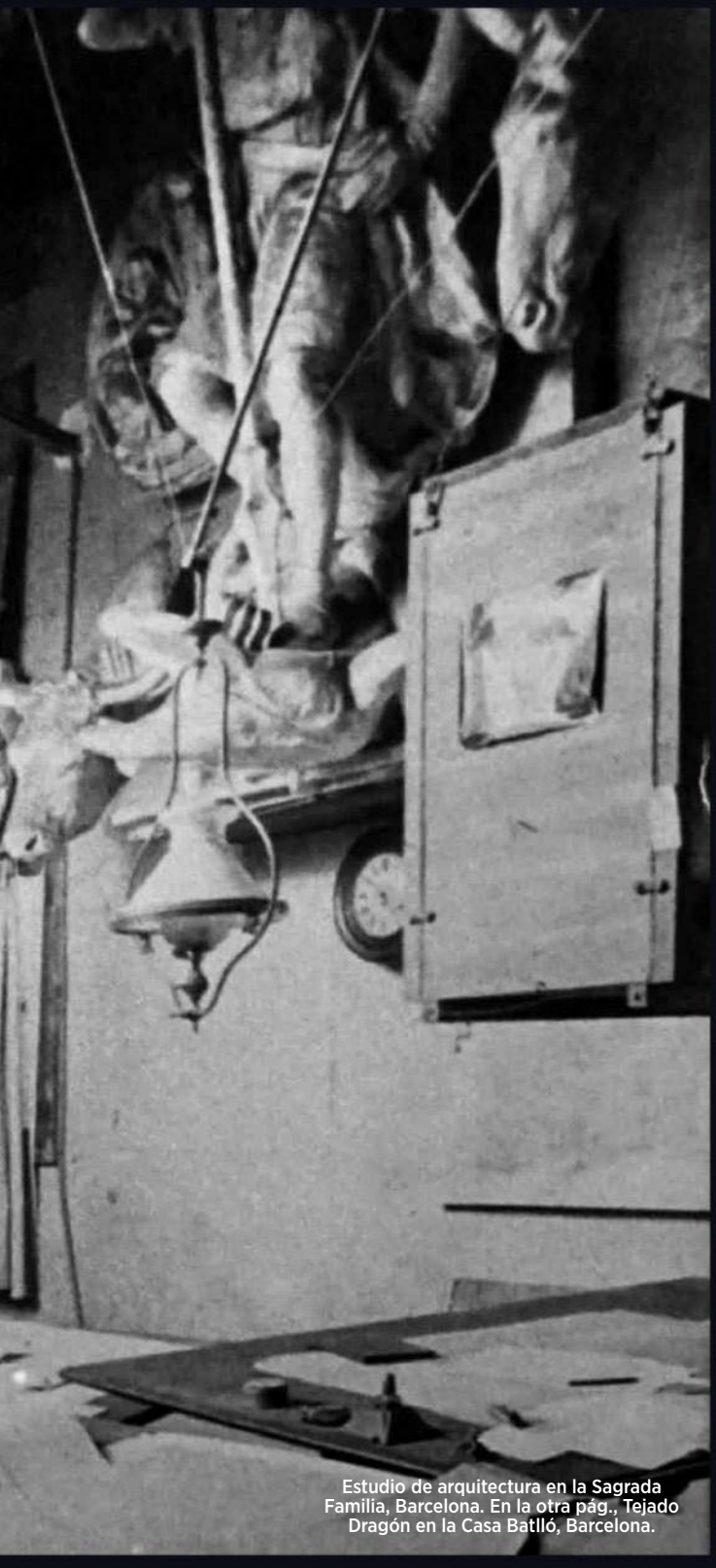


espíritu



gaudiniano

En una época de reglas rígidas, Antoni Gaudí prefirió escuchar el susurro del viento y estudiar la curvatura de las montañas. El arquitecto que 'domesticaba' edificios y encontraba belleza en lo que otros desechaban, aprendió a construir con el lenguaje de Dios: la naturaleza. Esta es la historia del genio que vivió entre planos y polvo para convertir la piedra en un organismo vivo.

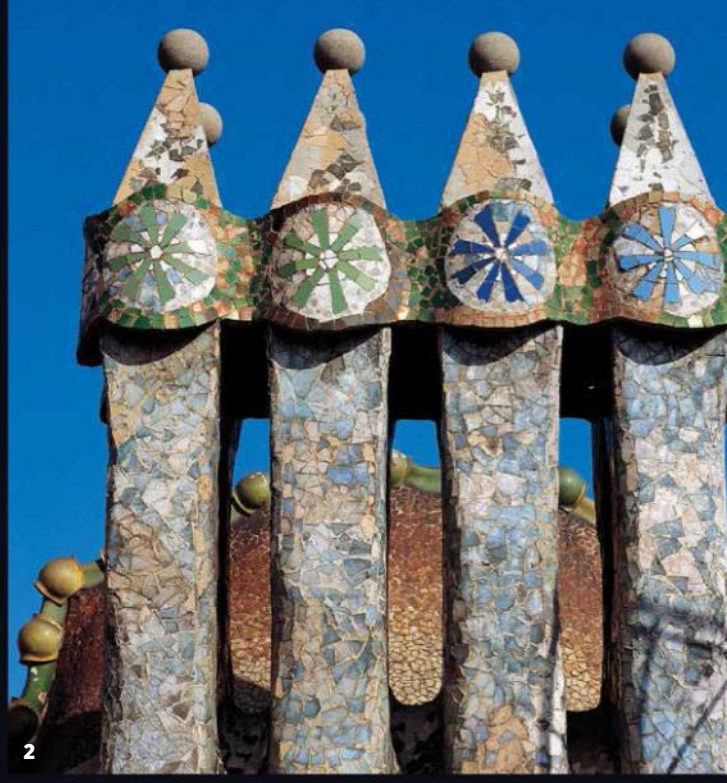


Estudio de arquitectura en la Sagrada Familia, Barcelona. En la otra pág., Tejado Dragón en la Casa Batlló, Barcelona.



POR ALBERTO PINTEÑO













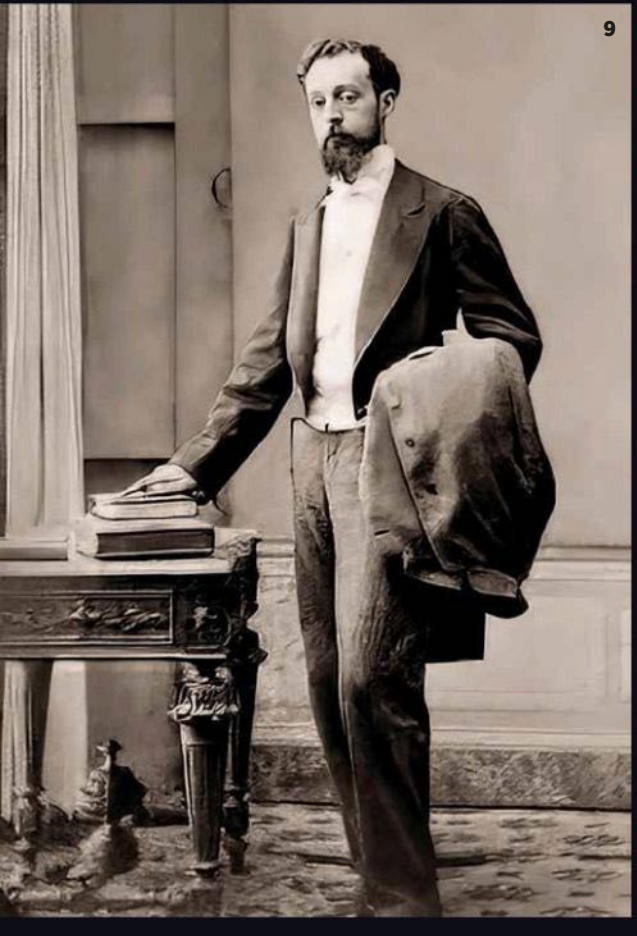


1. La Pedrera - Casa Milà. 2. Las chimeneas de la Casa Batlló. 3. Pintura *Mujer con paraguas* (1900), de Aristide Maillol. 4. Basílica de la Sagrada Familia. 5. Cartel publicitario del Ayuntamiento de Barcelona (1907). 6. Techos interiores de la Sagrada Familia. 7. Detalle de la logia en el *Park* Güell. 8. Casa Batlló 9. Retrato de Antoni Gaudí. 10. Taller en la Sagrada Familia.



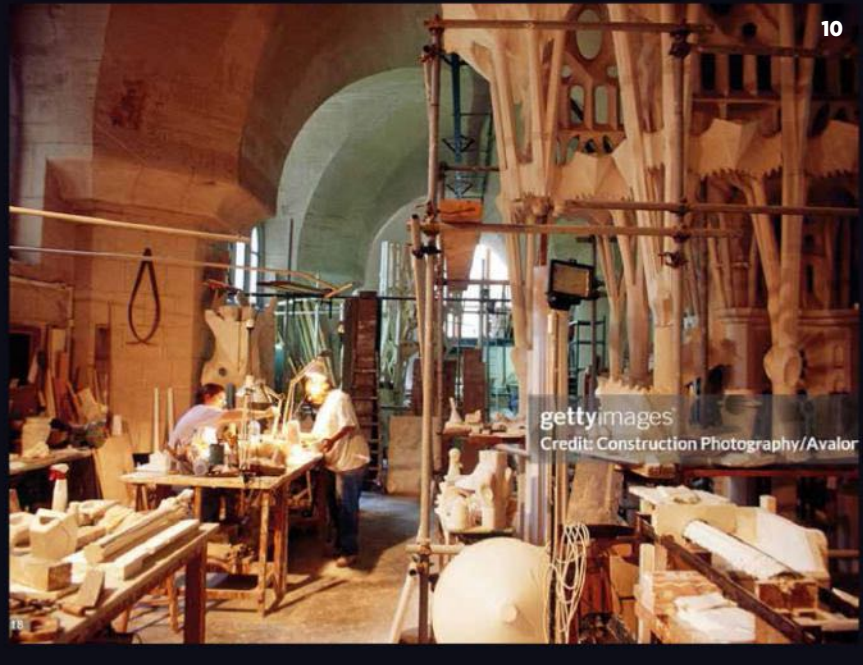


8



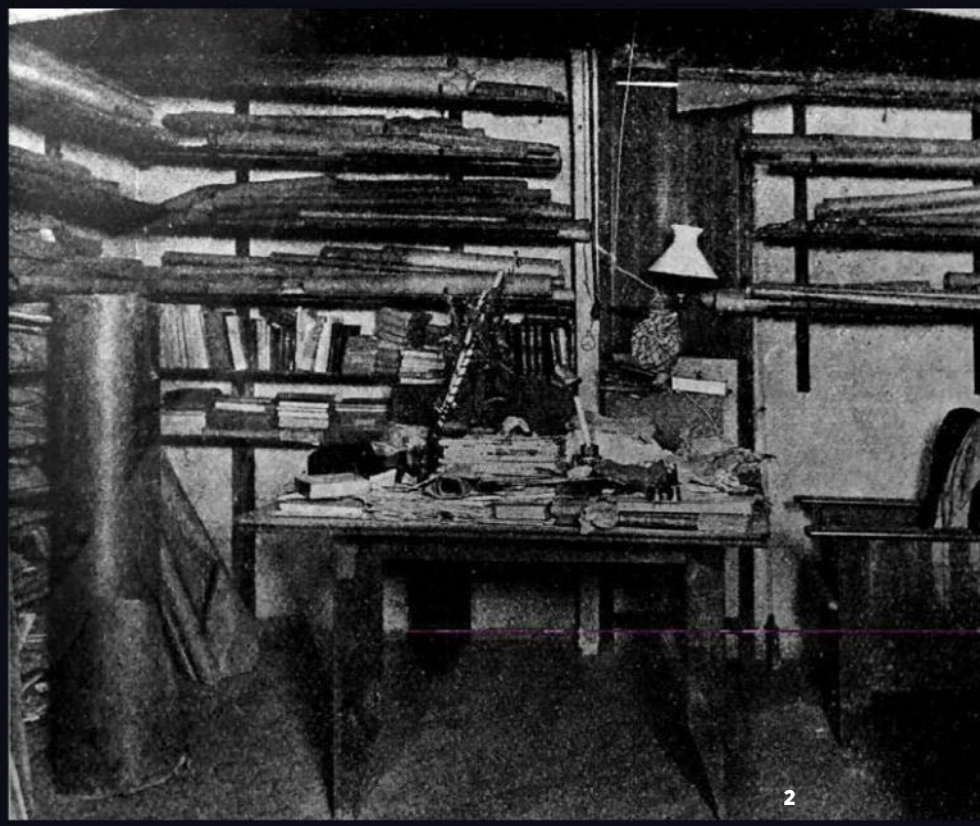
9

Gaudí caminaba mirando más al suelo que al cielo. Observaba cómo una hoja resistía el viento o cómo las raíces levantaban una acera.



10









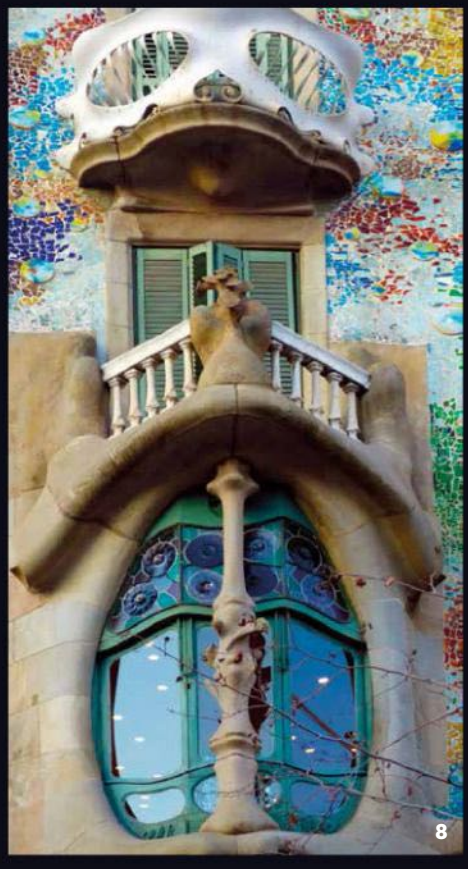
1. Interior de La Pedrera - Casa Milà. 2. Estudio en la Sagrada Familia. 3. Mosaicos de Gaudí. 4. Sillón de Aleix Clapés Puig (1904). 5. Interior de la Casa Batlló. 6. Retrato de Antoni Gaudí. 7. Interior de El Capricho (1883-85). 8. Fachada de la Casa Batlló. 9. Salvador Dalí, máximo admirador de Gaudí, con Gala. 10. Torre de Antoni Gaudí (1930). 11. Interior de la Iglesia Santa Coloma de Cervelló (fotografía de 2007).









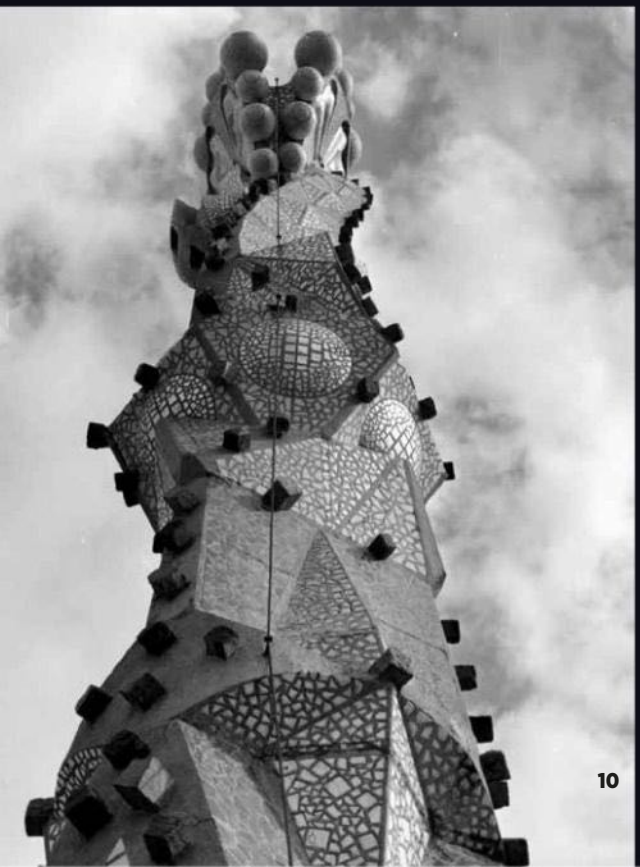


8



9

Mientras Europa corría hacia la industria y la velocidad, él seguía hablando con la piedra, con la luz y con los árboles.



10



11









1. Casa del Guarda en *Park* Güell. 2. Antoni Gaudí junto al nuncio apostólico Francesco Ragonesi. 3. Casa Lleó i Morera de Domènech i Montaner (1905). 4. Funeral de Antoni Gaudí (1926). 5. Interior de la Casa Batlló. 6. Tranvía de Gràcia a Las Ramblas (1930).





6

En la Barcelona de finales del XIX había quien aseguraba que Antoni Gaudí (1852-1926) caminaba mirando más al suelo que al cielo. No era distracción: buscaba respuestas. Observaba cómo una hoja resistía el viento, cómo se quebraba una concha al pisarla o cómo las raíces levantaban una acera. Mientras otros arquitectos estudiaban tratados clásicos, él estudiaba los huesos de los animales y las curvas de las montañas de Montserrat. Decía que «la línea recta pertenecía al hombre, pero la curva era de Dios». Quizá por eso toda su obra parece respirada antes que construida.

Hay historias de Gaudí que rara vez aparecen en los manuales. Una de ellas cuenta que, para calcular los arcos imposibles de la futura Sagrada Familia, colgaba saquitos de perdigones y cuerdas boca abajo en su taller. Después colocaba un espejo debajo y descubría, reflejada, la estructura perfecta. Era una arquitectura nacida del revés, como si antes de levantar edificios hubiera que aprender a ver el mundo invertido.

También dormía poco. Trabajaba tanto que terminó convirtiendo una habitación de la obra de la Sagrada Familia en su casa improvisada. Allí vivía entre planos, yeso y polvo de piedra. Sus obreros contaban que a veces se quedaba quieto durante minutos frente a una columna, tocándola con la mano como quien escucha el pulso de alguien enfermo. No diseñaba edificios: parecía domesticarlos.

La obsesión por el detalle rozaba lo excéntrico. En *Park* Güell hizo incrustar trozos de vajillas rotas, botellas y azulejos desechados cuando aún nadie hablaba de reciclaje artístico. Caminar por el parque era entrar en la cabeza de alguien incapaz de distinguir entre ruina y belleza. Incluso el famoso dragón de la escalinata nació, según algunos artesanos, después de que Gaudí observara durante días el movimiento de unos reptiles en el zoo de Barcelona.

Era profundamente religioso, pero también radicalmente moderno. Vestía con tanta austeridad en sus últimos años que, cuando un tranvía lo atropelló en 1926, nadie reconoció al arquitecto más célebre de la ciudad. Lo confundieron con un mendigo y tardaron horas en atenderlo. Murió tres días después. Barcelona descubrió entonces que aquel hombre silencioso y desaliñado estaba construyendo el templo que terminaría convirtiéndose en el corazón simbólico de la ciudad.

Lo más fascinante de Gaudí quizá sea que nunca quiso parecer contemporáneo. Mientras Europa corría hacia la industria y la velocidad, él seguía hablando con la piedra, con la luz y con los árboles. Por eso sus edificios no parecen pertenecer al pasado ni al futuro. Parecen organismos vivos que alguien dejó creciendo lentamente en mitad de la ciudad.

Y tal vez ahí resida el verdadero misterio de Antoni Gaudí: entendió antes que nadie que la arquitectura no consistía en levantar muros, sino en aprender a escuchar la naturaleza hasta que esta, finalmente, hablara sola. ■

FOTOS: ALAMY Y GETTY IMAGES.

Tijeras, papel y, sobre todo, imaginación al poder. La belleza muestra su faceta más afilada en un editorial que celebra el poder de la creatividad sin límites.



EL PAPEL



Maquillaje de
OLLY YIP

Fotografía de
GREG LIN JIAJIE

DEL ARTE



EN LA MIRADA, LÁPIZ DE GEL COLOUR EXCESS EN PERPETUAL SHOCK DE M·A·C COSMETICS, LABIAL MATTE REVOLUTION EN RED CARPET RED DE CHARLOTTE TILBURY Y BASE ALL HOURS FOUNDATION DE YVES SAINT LAURENT BEAUTY.



PALETA DE SOMBRAS DIORSHOW
5 COULEURS EN 170 MIDNIGHT
LAMÉ DE DIOR BEAUTY.



SOMBRA SMALL EYE SHADOW TRIENNIAL WAVE DE M·A·C COSMETICS, LABIAL ROUGE DIOR FOREVER LIQUID 959 FOREVER BOLD DE DIOR BEAUTY Y BASE ALL HOURS FOUNDATION DE YVES SAINT LAURENT BEAUTY.

PELUQUERÍA: CHEN PING (HAIRPRO). DIRECCIÓN DE ARTE: RUI Q (ADJ.FOROBJECTS). ASISTENTE DE PRODUCCIÓN: BINGO. ASISTENTE DE ARTE: ALVA (ADJ.FOROBJETCS). MODELO: LI XIAORUI (ESEE).



PALETA OMBRE D'HERMÈS
EN TONO 06 OMBRES
MORDORÉES DE HERMÈS.

CRISTINA IGLESIAS

Fotografía de
ÁLVARO GRACIA

Es la artista española contemporánea con mayor prestigio en el mundo. Y también nuestro Premio *Harper's Bazaar Women in Art 2026*. Entramos en su refugio madrileño.

Estilismo de
ENOL BLASCO



Chaqueta y pantalón, ambos de viscosa, de MANGO, *y guantes de piel de* SANTACANA MADRID.


"Los premios son importantes porque ayudan a visibilizar el trabajo, sobre todo, en mi caso, por el de tantas y tantas mujeres en el arte que han sido silenciadas a lo largo de los siglos"



Chaqueta y falda, ambas de tweed, *y babuchas de satén, todo de* LORO PIANA, *y medias de* CALZEDONIA. *En la otra pág., gabardina de seda de* DIESEL.



"Ha habido muchos momentos difíciles en mi vida. La muerte de Juan Muñoz (en 2001) fue muy duro, mis hijos eran muy pequeños, Lucía tenía diez años y Diego cinco"



En la otra pág., vestido de algodón y pañuelo de piel (al cuello), ambos de GIVENCHY, *y guantes de ópera* vintage.

"¿Dónde termina la artista y empieza la persona? En mi caso no hay separación"

FUE HACE MÁS de 23 años cuando definieron su obra mejor que nunca. Y no precisamente en nuestro país. El crítico de arte del británico *The Guardian,* Adrian Searle, en una crónica que llevaba por nombre *Perdidos en el espacio,* visitó su primera exposición individual en Gran Bretaña y describió sus esculturas e instalaciones como «un motor poético que genera espacios para la reflexión y la introspección». Motor poético. Qué acertado. Quizá fuese la primera, pero no la última, de sus excelentes críticas a lo largo y ancho de su carrera. Luego han sido desde Norman Foster a Rafael Moneo, de la crítica de *The New York Times,* Grace Glueck, a la directora de la Tate Modern, el Museo Reina Sofía o el Georges Pompidou. Todos han –hemos– caído rendidos a sus pies. Hoy, huelga decir que Cristina Iglesias (San Sebastián, 1956) es una de las Grandes Artistas de nuestro siglo, exponente máximo de la escultura en todo el mundo.

No es la primera vez que cruzamos ese umbral de su casa-estudio en Torrelodones: hace un año ya estuvimos aquí, cuando el tiempo parecía plegarse entre maquetas, moldes y estructuras en proceso. Entonces, todo parecía que tenía algo de promesa, de territorio en construcción, porque realmente siempre es así. Este espacio –mitad refugio, mitad laboratorio– no sólo contiene la obra de Iglesias, también su forma de estar en el mundo. Aquí está trabajando en obras como la que inaugurará este mes de junio en Estocolmo (Suecia): una pieza pública permanente titulada *Aurora Borealis Star Dome* en el Princess Estelle Sculpture Park; el 5 de noviembre inaugurará una exposición en Hauser & Wirth New York con nuevas piezas y, redoble de tambores, en octubre de 2027 inaugurará en la Fondation Cartier de París la mayor exposición que ha realizado hasta la fecha. No es casualidad que Harper's Bazaar España le conceda el Premio *Women in Art 2026,* un reconocimiento que llega en un momento de plena madurez creativa: «Los premios son importantes porque ayudan a visibilizar el trabajo, sobre todo, en mi caso, por el de tantas y tantas mujeres en el arte que han sido silenciadas a lo largo de los siglos», concede Cristina. Pero más allá de homenajes y premios, el proceso creativo sigue siendo el mismo: «Volver al estudio, volver a empezar, volver a dudar…». Una repetición, casi ritual, que viene a ser el motor de su práctica. Ese motor poético.

—¿Qué impulso o intuición siente que sigue intacto en su obra hoy?

Diría que la curiosidad. Pero no una curiosidad superficial, sino una necesidad constante de aprender, de entender más. Con el tiempo también ha aparecido más la idea de colaboración, pero lo que permanece es esa pulsión por comprender el mundo y mi manera de habitarlo. No se trata tanto de cambiarlo como de construir un lenguaje propio desde el que expresarme. Siento que estoy en un proceso continuo, no en un punto de llegada. Y eso, sinceramente, es lo que me mantiene viva y activa.

—¿Hubo en sus inicios algún momento de ruptura que definiera su lenguaje?

No lo viví como una ruptura. Siempre he tenido intereses muy diversos ➤

POR ALBERTO PINTEÑO



Blusa de seda y pantalón de algodón, ambos de DIOR.



La artista posa con camisa y pantalón, ambos de algodón, de MIRTO *y tops (uno a la cintura), ambos de seda, de* ISSEY MIYAKE.

–la ciencia, la arquitectura, la literatura– y todo eso sigue presente en lo que hago. No siento que haya dejado cosas atrás, sino que las he ido incorporando. Mi lenguaje no es lineal, es acumulativo. Incluso aquello que descartas en algún momento acaba formando parte de lo que construyes después.

—¿Qué le interesaba al principio de su carrera, construir formas o construir espacios?
Siempre he pensado en términos de lugares. Lugares que se puedan habitar, física o mentalmente. A veces son espacios en los que puedes entrar, otras veces sólo con la mirada, pero siempre existe esa invitación. La idea de habitar está en el centro de mi trabajo. No se trata tanto de objetos como de generar situaciones espaciales.

—En su obra hay una tensión entre lo natural y lo arquitectónico. ¿Dónde empieza uno y termina lo otro?
No creo que haya una frontera clara. Me interesa precisamente esa continuidad. Trabajo de manera consciente en esa relación, pensando en cómo integrar naturaleza y arquitectura. No se trata sólo del futuro de las ciudades, sino también de recuperar una memoria. No podemos vivir en entornos completamente artificiales. Es necesario incorporar la naturaleza de forma real en nuestro día a día, y eso es algo que también debería exigirse a nivel social.

—¿Qué temas atraviesan su trabajo ahora?
Me interesa mucho la idea de crecimiento. El crecimiento de las plantas, pero también procesos minerales, o el crecimiento o decrecimiento de las costas… cómo se forman las estructuras en la naturaleza. Hay un paralelismo claro con el crecimiento personal. La naturaleza refleja muchas de esas dinámicas internas que también vivimos las personas.

—¿Dónde termina la artista y empieza la persona?
En mi caso no hay separación. Incluso cuando intento desconectar, sigo pensando, dibujando, leyendo. Es algo que forma parte de ti. No es una actividad que puedas apagar. No puedo ser madre o abuela [hace 3 meses que su hija la ha hecho abuela] en un momento y al otro ser artista. Artista lo es una siempre.

—En el plano más personal, nació en San Sebastián, pero pronto su formación pasó por ciudades clave como Londres. ¿Qué le aportó ese contexto?
Lo más importante fue salir de casa [risas]. Dejar San Sebastián, que es una ciudad maravillosa, pero necesitaba ese desplazamiento. Londres era –y sigue siendo– un lugar muy abierto, muy diverso. Me ofreció estímulos constantes: los museos, la gente, el ambiente. Allí conocí a personas fundamentales en mi vida, tanto a nivel personal como profesional. También conocí a Juan Muñoz [uno de los grandes artistas de nuestro país cuya obra se acaba de exponer en el Museo del Prado dialogando con las obras de la pinacoteca], que luego fue mi pareja. Londres fue un punto de apertura total.

—¿Cómo se conocieron Juan y usted?
A través de amigos en común, del entorno artístico. Nos presentaron y conectamos enseguida, aunque al principio yo no estaba muy convencida [ríe].

—¿Ha habido momentos difíciles en su trayectoria?
Claro. Ser artista ya es difícil de por sí. Construir un lenguaje propio y que sea comprendido no es sencillo. Y luego está la vida personal. La muerte de Juan [en 2001] fue un momento muy duro, mis hijos eran muy pequeños, Lucía tenía diez años y Diego cinco. Es imposible separar completamente la vida de la obra. Todo está conectado. En esta profesión no puedes desconectar del todo. Pero también la resiliencia aparece en tu obra.

—¿Cómo vive el paso del tiempo?
No me angustia. Al contrario, me hace ser más consciente de estar viva y de seguir creando. También te hace valorar más la vida, sobre todo cuando has perdido a personas cercanas. El tiempo te recuerda que hay que vivir, simplemente. ■

"Siento que estoy en un proceso continuo, no en un punto de llegada. Y eso, sinceramente, es lo que me mantiene viva y activa"

PELUQUERÍA Y MAQUILLAJE: PATRIZIO NICCOLAI. PRODUCCIÓN: ITZÍAR SAETTONE. ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA: MAJO VALIDO.

Icono por derecho propio, la Sagrada Familia (que estrena su última torre este mes) sirve de piedra angular de esta historia en la que la nueva moda se pasea por Barcelona en clave maximalista, recargada y algo irónica.



Déu meu

Fotografía de VLADIMIR MARTÍ Estilismo de DIEGO SERNA



Vestido bordado con cristales de VERSACE y pendientes Trinity de oro blanco, amarillo y rosa de CARTIER.

En la otra pág., Hana posa con vestido de satén *duchesse* y brazalete de metal con pedrería, ambos de DRIES VAN NOTEN.





Top de piel, falda de gazar de seda, zapatos de seda y gafas de sol, todo de BALENCIAGA, sujetador de INTIMISSIMI, y pendientes y brazalete de metacrilato, ambos de MAISON MARGIELA.

En la otra pág., mono de tul con bordados y gafas con montura de metal, ambos de JEAN PAUL GAULTIER, y zapatos Miss Z de charol de CHRISTIAN LOUBOUTIN.





Vestido de seda drapeada con flecos y zapatos de satén, ambos de LANVIN, y brazalete de madera y papel de oro de MONIES.
En la otra pág., Hana luce top y mallas, ambos de lentejuelas, vestido de gasa estampada, zapatos de piel y pendientes de metal, todo de MAISON MARGIELA.



Jersey de *cashmere,* falda de seda con plumas y zapatos de piel, todo de CHANEL.

En la otra pág., vestido de viscosa con pechera de piel de LOEWE, sandalias de piel de GIUSEPPE ZANOTTI, y pendientes y anillos, todos Clash de oro rosa con ágata roja y verde, todo de CARTIER.



Top y falda, ambos de *patchwork* de *jacquard,* de NINA RICCI y pendientes de ETRO.

En la otra pág., top de metal de BLUMARINE, falda de tul con cristales y *culotte* de punto, ambos de LOLA CASADEMUNT, y pendientes Clash de oro rosa con ágata y anillo Trinity XL de oro blanco, amarillo y rosa, ambos de CARTIER.





Top y falda con aplicaciones, ambos de punto de viscosa, y cinturón elástico, todo de MAX MARA, y pendientes y anillos, todo de metal, de SCHIAPARELLI.

En la otra pág., vestido de seda de TOM FORD y collar de metal de LORO PIANA.



PELUQUERÍA Y MAQUILLAJE: ESTRELLA ELORDUY (ANA PRADO) PARA DIOR. MIRIAM QUEVEDO Y EXTENSIONMANÍA. PRODUCCIÓN: ITZIAR SAETTONE. ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA: LEONARDO ZABAL. ASISTENTE DE ESTILISMO: MIREIA SÁNCHEZ. ASISTENTE DE PELUQUERÍA Y MAQUILLAJE: MIRIAM ÁLVAREZ. MODELO: HANA JIRICKOVA (UNO). AGRADECIMIENTOS: EL PALAUET Y SERCOTEL ROSELLÓN.

TRAS la HUELLA del MAESTRO



EVA FÀBREGAS (Barcelona, 1988)

Estudió Bellas Artes en la Universidad de Barcelona, donde reside, y también hizo un posgrado en el Chelsea College of Arts and Design de Londres. En su práctica destacan unas esculturas de formas orgánicas, hinchables y colores vivos, llenas de referencias al psicoanálisis y que remiten al deseo y lo emocional. Ha expuesto en lugares como Hamburger Bahnhof (Berlín) o el Centro Botín de Santander.

La vigencia de la obra de Gaudí es innegable, pero no se agota en él. Un siglo después de su muerte, permanece en muchos artistas contemporáneos. Estos son sólo algunos de los creadores que hoy reinterpretan de manera personal las distintas caras de un creador tan complejo como inmortal. Por Ianko López



MIQUEL BARCELÓ
(Felanitx, Mallorca, 1957)

Desde su gran revelación internacional al participar en la Documenta de Kassel en 1982, es uno de los artistas españoles más reconocidos globalmente. Auténtico inventor de un imaginario mediterráneo, su práctica se extiende por distintos estilos –recoge influencias del *art brut* o el surrealismo– y disciplinas, de la pintura a la cerámica. La Capilla del Santísimo de la Catedral de Palma y una cúpula para el palacio de las Naciones Unidas en Ginebra están entre sus obras más reconocidas y vinculadas a la arquitectura.



TERESA SOLAR ABBOUD (Madrid, 1985)

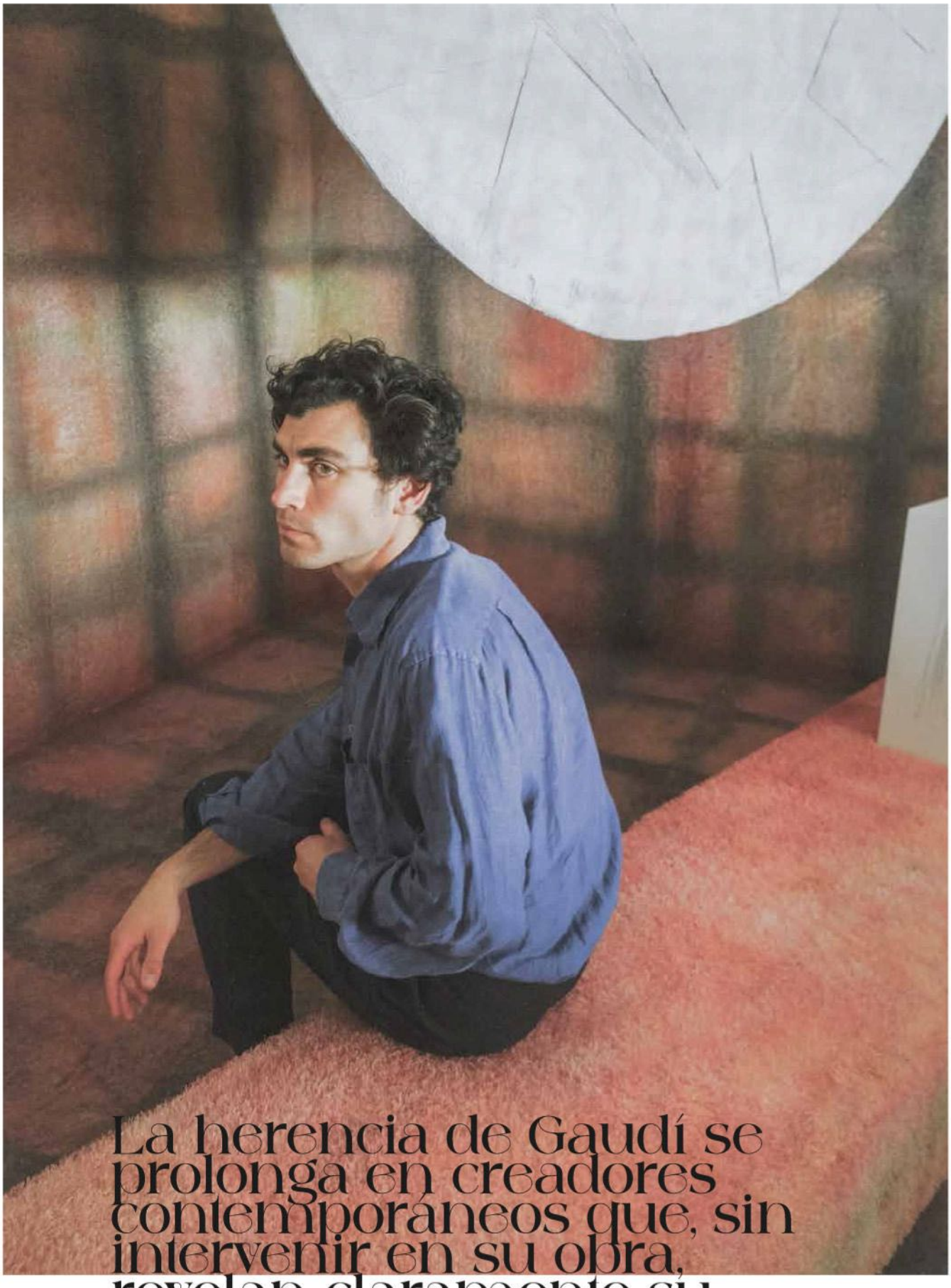
Aunque las esculturas monumentales de formas híbridas son las que la han hecho más conocida –con ellas ha llegado a la Bienal de Venecia (2022), el High Line de Manhattan (2024) o el Museo Reina Sofía–, al inicio de su carrera desarrolló un original trabajo en videoarte, y después también en dibujo sobre papel. Ha llevado su retrospectiva al CA2M de Móstoles, el MACBA de Barcelona o la Fundación Patrizia Sandretto Re Rebaudengo de Turín.

Teresa Solar y Eva Fàbregas crean obras que recuerdan a grandes organismos autónomos, en sintonía con ese universo gaudiniano siempre favorable a la independencia de lo orgánico.



CARLOS AIRES (Ronda, Málaga, 1974)

Es un artista capaz de combinar una decidida voluntad conceptual con un cuidado formal exquisito. Utiliza materiales y formas decorativas con intenciones poéticas, pero siendo muy consciente de sus implicaciones políticas y de clase social. Ha realizado instalaciones de gran tamaño con un fuerte componente arquitectónico, como la reciente BLIND, que cubrió de farolillos de papel la galería Sabrina Amrani de Madrid. Sus composiciones de vajillas de porcelana o cerámica son otros de sus trabajos más recordados.



La herencia de Gaudí se prolonga en creadores contemporáneos que, sin intervenir en su obra, revelan claramente su impronta.

FOTOS: FER VALENTI Y D.R.

ANDRÉS IZQUIERDO (Madrid, 1993)

Quizá por ser hijo de arquitecto, siempre se ha preocupado del impacto que su obra tiene en el espacio que ocupa. Trabajó en el estudio del diseñador de muebles Michael Anastassiades en Londres antes de desarrollar su carrera artística en Madrid. Lo onírico, lo misterioso y lo espiritual aparecen de manera constante en su obra, a veces realizada con materiales tomados directamente de la naturaleza.

MUCHO DE LO que creemos entender sobre el arte nace del malentendido. Lo que en España denominamos 'modernismo' casi en todas partes se llama *art nouveau:* en ambos casos se trata de la corriente estética que, a finales del siglo XIX y principios del XX, estilizó la naturaleza para generar su repertorio visual. En cambio, en el ámbito anglosajón, *modernist architecture* suele referirse al racionalismo de figuras como Le Corbusier o Mies van der Rohe, que representan prácticamente la manera opuesta de entender la arquitectura. Por eso, si preguntamos a un inglés o un norteamericano por el principal arquitecto 'modernista' español, seguramente encontrará cierta dificultad para responder –con suerte quizá mencione a Sert–, pero tendrá clarísimo que en todo el mundo Antoni Gaudí es uno de los grandes referentes del *art nouveau*. Es decir, del arte nuevo.

Gaudí tuvo estrecha relación con algunos artistas de su época, como el pintor Alexandre de Riquer o el escultor Josep Llimona. Más tarde, otros como Jaume Busquets, Llorenç y Joan Matamala, Josep Maria Subirachs o Etsuro Sotoo se encargarían de realizar esculturas de la Sagrada Familia, a veces sobre diseños del propio arquitecto. Pero su herencia va mucho más allá de estas colaboraciones. Se prolonga en creadores contemporáneos que revelan claramente su impronta. Puede rastrearse en la fascinación por la fuerza plástica de los fenómenos naturales de Olafur Eliasson, pero también en las instalaciones orgánicas de Ernesto Neto. Y vuelve a hacerse evidente en **Jorge Pardo,** que en sus lámparas-esculturas y en sus superficies cerámicas recoge el testigo de las formas caprichosas y el *trencadís* caleidoscópico de Gaudí.

Entre muchos artistas españoles actuales, la huella aparece al menos igual de marcada. Basta con visitar la Capilla del Santísimo de Palma de Mallorca, donde **Miquel Barceló** intervino para representar el milagro de los panes y los peces con relieves llenos de color y dinamismo que transforman la arquitectura gótica en una gran fantasía mediterránea, ascensional. Todo su trabajo en cerámica, lleno de inventiva, ha seguido por esa vía. Tampoco podemos olvidar a **Cristina Iglesias** por proyectos como sus fuentes, sus puertas de bronce para el Museo del Prado o su *Hondalea* en un faro de la bahía donostiarra, donde genera la sensación de una obra total: un universo propio que toma referencias de la naturaleza, la homenajea y al mismo tiempo propone un entorno para trascenderla.

Esa misma idea de entrar en un mundo nuevo, dotado de reglas propias y que nos obliga a dejar atrás lo ya conocido, tan característica de los interiores burgueses de Gaudí, aparece también en la obra de **Laia Estruch.** Bajo este principio ha realizado esculturas como el hinchable *Trena,* pero es en *Carrau,* la exposición que pudo verse en la galería Ehrhardt Flórez, donde lo desarrolla de forma más radical: bastaba con atravesar unas puertas para experimentar la sensación de haber cruzado un umbral vital y renacer en una realidad completamente distinta. Otra obra total a la manera gaudiniana, aunque construida con recursos mínimos. De niña, Estruch veía desde su casa los últimos rayos del sol impactando sobre la Sagrada Familia, y sabemos que los recuerdos de infancia reaparecen en la edad adulta de formas inesperadas.

Lo orgánico que asume tonos insólitos o incluso inquietantes, también frecuente en Gaudí, reaparece con **Teresa Solar** y **Eva Fàbregas.** La primera utiliza arquitecturas internas del cuerpo –huesos, cartílagos o exoesqueletos– para convertirlas en estructura y lenguaje plástico, no muy lejos de las bóvedas de La Pedrera que parecen sostenidas por costillas. La segunda crea esculturas que recuerdan a grandes organismos autónomos, en sintonía con ese universo gaudiniano siempre favorable a la independencia de lo orgánico. Ambas citan la Casa Batlló, con sus balcones que parecen máscaras o calaveras, entre sus principales referencias visuales. No parece casual.

Por su parte, **Carlos Aires,** desde el arte conceptual, también conecta con Gaudí. Utiliza sin prejuicios materiales como la cerámica o la porcelana, así como la artesanía y la ornamentación, para construir composiciones abigarradas. Él mismo habla de una «lógica acumulativa» en la que el detalle conforma el conjunto en lugar de quedar subordinado a él. Sus obras, como las del arquitecto, evidencian la capacidad de lo material para transmitir ideas que van más allá de las palabras, ya sean políticas, sociales o espirituales.

Porque sabemos que Gaudí fue un hombre de firmes creencias cristianas, y que en sus obras religiosas priorizó la atmósfera de misterio y elevación mística. Esa dimensión enlaza con el trabajo de **Andrés Izquierdo,** que transforma espacios preexistentes en escenarios para una liturgia desconocida, casi llegada de otra dimensión, o con sus muebles de formas y materiales sorprendentes, convertidos en esculturas utilitarias.

Como los anteriores, **Estefanía B. Flores** recurre a formas orgánicas y genera elementos híbridos, a veces reconocibles y a veces no, con coloridos intensos que remiten al universo digital sin perder su corporeidad. Formada en arquitectura, ella encontró en Gaudí la confirmación de que el ornamento podía ser tema principal. Gracias a eso perdió el miedo a experimentar: «casi todas mis piezas tienen una buena dosis de a ver qué pasa si mezclo esto con esto». El mejor legado posible: gracias por tanto, Gaudí. ■

MATTHIEU BLAZY

Llegó, vio y venció



Matthieu Blazy, director creativo de Chanel.

Por BROOKE BOBB

El director creativo del momento ha devuelto a Chanel, la casa con 116 años de historia, la idea radical sobre la que se construyó: 'El 'glamour' bajado a tierra puede hacerte sentir espléndida'. Hoy, con él, más que nunca.

Fotografía de
JEREMY EVERETT

Estilismo de
LAËTITIA GIMENEZ ADAM

¿PARA QUIÉN es Chanel? ¿Para la señora que almuerza con chaqueta de *tweed*? ¿La estrella del K-pop a la que le encanta la doble C? ¿La madre adinerada con bolso acolchado con solapa? Sin duda, es para las pocas que pueden permitírselo y para aquellas que quieren transmitir su vinculación con la marca que personifica el más alto nivel de elegancia. Pero Matthieu Blazy (París, 1984), director artístico de Chanel, tiene una visión más amplia. «Pensaba que la estética de Chanel eclipsaba de alguna manera la idea de la mujer. Era una sola mujer, pero yo veo a muchas, muchas mujeres», afirma el nuevo director creativo de la casa. Me cuenta esto desde un rincón del salón de alta costura de la *maison,* en el número 31 de la *Rue* Cambon, aquel con la famosa escalera de espejos donde Gabrielle 'Coco' Chanel solía organizar sus desfiles y observarlos, en secreto, desde los escalones superiores. Un lugar emblemático para cualquier amante de la moda.

Es un día de febrero inusualmente cálido, pero típicamente gris, en París, unas semanas antes del desfile otoño/invierno 2026. A la espera de la llegada de Blazy, un silencio reverencial envuelve la sala. «Bajará en cinco minutos y medio», dice un publicista. En la pared detrás de mí cuelga un gran retrato en blanco y negro de *Mademoiselle* Chanel, con el rostro girado hacia un lado. Me mira con perspicacia, incluso de forma un poco intimidante. Soy muy consciente de que me encuentro en la presencia espiritual de uno de los legados más importantes de la moda, esperando a la persona que ahora tiene la tarea de llevarlo adelante.

Cuando Blazy baja saltando las escaleras, el silencio austero se disipa. Va vestido de manera informal, con un jersey de cremallera y pantalones azul marino. «Es casi como un uniforme», dice. Estamos sentados uno frente al otro en cómodos sillones de color marfil, separados por biombos de colores pastel. «En el taller llevan las batas blancas. Yo llevo esto». A pesar de su entorno refinado, el diseñador de 41 años, que ya lleva cinco colecciones en su etapa en Chanel (dos principales, un Crucero, un *Métiers d'Art* y una Alta Costura), carece cautivadoramente de toda pretensión. Le pregunto a Blazy si alguna vez siente la presencia de Gabrielle cuando está en esta sala. «Tengo que decir que la primera vez que entré aquí, tuve esa sensación». ➤



Chaqueta y falda, ambas de lana con bordados, tocado de seda y zapatos *slingback* de piel, todo de la colección *Métiers d'Art* 2026 de Chanel.

Baja la voz: «Me quedé un poco en plan: 'joooder'».

Después de que Chanel revolucionara la moda en los años veinte con sus siluetas largas y holgadas, sus vestidos de cintura baja y sus trajes de corte recto que liberaron a las mujeres del corsé, Karl Lagerfeld llegó en 1983 y convirtió Chanel en un gigante de la cultura pop. Creó para la marca un universo descaradamente glamuroso, adornado con la doble C y con minifaldas de *tweed*. Los desfiles en el Grand Palais eran auténticos espectáculos, con las primeras filas repletas de famosos y unos decorados de otro mundo: un globo terráqueo gigante una temporada, un imponente iceberg otra, un supermercado o un cohete espacial que despegaba de verdad.

Si bien es cierto que el debut de Blazy en la pasarela el pasado octubre incluyó un escenario repleto de planetas gigantes, bajo su dirección Chanel ha vuelto a poner los pies en la tierra. O, en el caso de su desfile *Métiers d'Art* de diciembre, en las profundidades subterráneas, ya que Blazy ambientó el desfile en una estación de metro abandonada de Nueva York y eligió a modelos que encarnaban arquetipos neoyorquinos, todos ellos apresurándose para coger un tren. El *glamour* sigue ahí, pero el brillo se ha atenuado y todo el mundo está invitado.

La colección *Métiers d'Art,* inaugurada por Lagerfeld en 2002, muestra el trabajo de las *maisons* artesanales de Chanel, especializadas en oficios tradicionales como el bordado, los botones o los adornos. Lagerfeld solía presentar estas colecciones en lugares lejanos y exóticos como Salzburgo, Montecarlo y Shanghái. El hecho de que Blazy eligiera el metro de Nueva York, un lugar donde se dan cita personas de todos los orígenes, estilos, ideas y ambiciones, como escenario para mostrar los *métiers* de Chanel fue la expresión más clara hasta la fecha de su visión para la casa. Tomemos, por ejemplo, el *look* inicial: un jersey con cremallera en el cuello (el mismo que lleva puesto ahora mismo) y unos vaqueros, lucido por Bhavitha Mandava, una estudiante de ingeniería de la NYU convertida en modelo. O un traje de falda de crepé de lana doble, bordado con diminutos trozos retorcidos de rafia y cuentas de cristal soplado a mano, diseñado para que parezca que hay palomitas pegadas a la tela, como si acabaras de salir del cine y te hubieras olvidado de sacudirte. U otro par de vaqueros, esta vez confeccionados en *charmeuse* de seda. La magia residía en la disonancia: gente con ropa que había llevado cientos de horas confeccionar caminando a toda prisa por el andén del metro, igual que cualquier otro neoyorquino que intenta llegar a tiempo a su siguiente compromiso.

Las que sueña Blazy son prendas que despiertan el deseo porque resultan accesibles, aunque estén confeccionadas con las mejores técnicas y tejidos. Está el *blazer* de corte recto a la cintura y una chaqueta bordada colgada sobre un bolso de ante con solapa, que parece haber pasado por las vicisitudes de la vida. Una camisa de franela que, en realidad, está hecha de *bouclé*. En una época en la que la atención es lo más importante, Blazy la capta con piezas –y una sensación– en las que podemos reconocernos. «Hay algo muy vivo en su ropa», dice la actriz Jessie Buckley, quien recogió su Oscar en marzo con un vestido de Chanel. En el desfile de *Métiers d'Art* en Nueva York, Buckley dice que «se sintió envalentonada, alta, alerta y enamorada de todos los personajes femeninos. Se notaba una sensación de vida». Su compañera, la actriz nominada al Oscar Teyana Taylor, se hace eco de ese sentimiento: «Matt entiende que la ropa debe complementar a la persona que la lleva, y eso se ve en la forma en que la gente lleva sus colecciones».

Blazy se inspiró en la extraordinaria mezcla de gente que se ve en el metro (vivió en Nueva York hace una década, mientras trabajaba para Raf Simons en Calvin Klein). También había descubierto una anécdota sobre la primera visita de *Mademoiselle* Chanel a la ciudad en 1931, cuando paseaba por el centro y se fijó en cuántas mujeres vestían imitaciones de su marca. No imitaban un logotipo, sino un estilo. Eso la animó y la impulsó a regresar a París y seguir evolucionando sus diseños. Para entonces, Chanel «ya era una celebridad en sí misma», señala Blazy. «Me fascina que, en lugar de enfadarse [al ver que la gente copiaba sus diseños], en realidad lo aceptara. Siempre observaba a las mujeres de París que llevaban Chanel para ir a cenar o a bailar, pero nunca se había visto realmente en la calle». Añade: «Cuando regresó a París, se reinventó por completo y acortó sus faldas. Creo que ahí fue donde se volvió moderna, radicalmente moderna».

Blazy no siempre hace bocetos. Lo más habitual es que drapee directamente sobre el cuerpo, dejándose guiar por su instinto, junto con una mezcla de referencias de la cultura pop, literarias e históricas que extrae de su pasado y su presente en colaboración con su jefa de investigación, ➤

> "Propongo historias y diseños en los que creo, cosas que me hacen latir el corazón [...]. Nadie necesita un bolso nuevo ni una chaqueta nueva. Chanel tiene que ser un sueño"

"Los clientes que quieren Chanel vendrán de todos modos a comprarlo. Pero si un estudiante se pone su vieja sudadera con cremallera y unos vaqueros, o si una joven se corta la chaqueta, creo que es bueno. Y es divertido"

Marie-Valentine Girbal. Me cuenta que está leyendo mucho sobre María Antonieta y escuchando a Rosalía en el estudio. Las bandas sonoras de sus desfiles han incluido canciones nostálgicas como *Rhythm Is a Dancer* de Snap! y *Just Dance* de Lady Gaga. En el desfile de *Métiers d'Art,* utilizó voces en *off* de la película *Las horas* y *Bam Bam* de Sister Nancy. «Creo que hay algo sincero en utilizar referencias que yo entiendo, que me dicen algo a mí o a mi generación, o quizá que nos dirijan a una generación más joven», dice Blazy. Hace otra pausa y mira hacia un jarrón de flores que combinan con la paleta de colores de la colección de alta costura, ligera como el aire, que cuelga de percheros y maniquíes cerca de nosotros. «No sé, intento ser bastante sincero», dice.

Blazy elige para sus desfiles a mujeres de todas las edades y procedencias, entre ellas Stephanie Cavalli, una modelo de 49 años y propietaria de una tienda *vintage,* que hasta ahora ha desfilado en tres de los *shows* de Blazy y ha sido la encargada de abrir dos de ellos, convirtiéndose en una de sus nuevas musas (él la llama la 'Coco' Chanel de nuestros días). Cavalli describe el Chanel de Blazy como «una forma de abrir estas posibilidades a personas diferentes, de distintas edades y razas; es como una flor que se abre y florece». Eso incluye a los hombres. A$AP Rocky, Jacob Elordi, Pedro Pascal y Kendrick Lamar han lucido las creaciones de mujer de Blazy para Chanel. Pero el diseñador se apresura a señalar que el género no es un factor en su proceso creativo. «Nunca vamos a hacer hincapié en el hecho de que diseñamos ropa de hombre –me dice–. Simplemente hay prendas que le quedan bien a todo el mundo». Parte del plan de Blazy consiste en replantearse el funcionamiento de las *boutiques* de la marca, dejando de dirigirse a clientes específicos y abriendo el *merchandising* para mezclar categorías y tallas. «Para algunas categorías de productos, hemos cambiado las tallas –explica Blazy–. Así que, en lugar de indicar 36, 38, 44, 48, ponemos S, M, L. Hemos eliminado el género de las tallas».

«Propongo historias y diseños en los que creo, cosas que me hacen latir el corazón –me cuenta el creativo–. Nadie necesita un bolso nuevo ni una chaqueta nueva. Chanel tiene que ser un sueño». Mandava ha desfilado en todos los *shows* de Blazy, pero afirma que el *look* de jersey con cremallera y vaqueros que llevó en Nueva York fue su favorito. «Era el más yo. También me encantó ver cuánta gente lo recreó después, lo que demuestra su impacto y cómo la moda puede inspirar y conectar a personas de diferentes espacios y comunidades», dice la modelo. «Me hace muy feliz que alguien se sumerja en la moda y no se limite sólo al producto –añade Blazy–. Porque los clientes que quieren Chanel vendrán de todos modos a comprarlo. Pero si un estudiante empieza a ponerse su vieja sudadera con cremallera y unos vaqueros, o si una joven se corta la chaqueta, creo que es bueno. Y es divertido».

Al día siguiente de reunirme con Blazy, visito Le19M, el complejo que alberga 11 de las casas artesanales propiedad de Chanel. Entre ellas se encuentran Lesage y Atelier Montex, especializadas en bordados; Lemarié, especializada en flores y plumas; Massaro, una zapatería; Paloma, un taller de telas fluidas que trabaja con tejidos delicados, y Maison Michel, una casa de sombreros. Por lo general, el *savoir-faire* de la mayoría de estas casas se reserva para la alta costura o los *Métiers d'Art,* pero Blazy las está integrando más profundamente en la estructura de la casa y creando flujos de trabajo más colaborativos entre las *maisons,* involucrándolas también en las colecciones de *prêt-à-porter.*

Empiezo en Montex. En los talleres reina un silencio similar al que sentí en el salón de costura, salvo por los chasquidos de las máquinas manuales que los jóvenes artesanos manejan con delicadeza. La mayoría parecen tener entre 25 y 40 años. Han guardado sus teléfonos y no se ve ni una pantalla de ordenador portátil ni unos auriculares con cancelación de ruido alrededor: sólo seda, rafia, abalorios, muselina y patrones de bordado dibujados a mano para colocar en diversas prendas. La mano de obra es exquisita, como en Lesage, donde los famosos *tweeds* de Chanel se elaboran en telares antiguos. Al recorrer Maison Michel, la casa de sombreros, cojo un tocado de fieltro con forma de cabeza de leopardo, pero entonces me llama la atención un diminuto velo. Según la directora artística de la casa, Priscilla Royer, fue diseñado en colaboración con varias de las *maisons:* la gorra de Maison Michel, la jaula de seda que cubre el rostro de Paloma, la flor de la parte superior de Lemarié y los bordados florales más pequeños de Montex. «Fue un reto enorme, pero emocionante –comparte Royer–, conseguir que el ➤

Jersey de lana y *cashmere,* falda y chaqueta (en el bolso), ambas de *tweed,* bolso y guantes, ambos de ante, zapatos *slingback* de piel y pendientes de metal, todo de la colección *Métiers d'Art* 2026 de Chanel.





Jersey y falda, ambos de viscosa, bolso de piel, zapatos de *grosgrain* con plumas y pendientes de metal, todo de la colección *Métiers d'Art* 2026 de Chanel.

tocado cumpliera las especificaciones exactas de Blazy: cómo debía verse desde lejos, cómo debía asentarse en la cabeza, cómo debía cubrir el rostro». Sosteniendo esa delgada pieza entre mis manos, pienso en algo que Blazy me dijo el día anterior: «No se hace un pequeño bordado sólo porque sea bonito. Tiene que explicar algo, transmitir una idea».

A lo largo de su carrera, Blazy ha perfeccionado su capacidad para convertir los productos en ideas que marcan la tendencia de la época. Se formó en sus inicios con Raf Simons, quien lo contrató nada más terminar sus estudios, tras ver su colección de fin de carrera en La Cambre, en Bruselas, inspirada en la astronauta Claudie Haigneré, la primera mujer francesa en el espacio (ella ocupó un asiento en primera fila en el desfile de otoño de 2026 de Chanel, celebrado en marzo). Su antiguo profesor, Tony Delcampe, recuerda haber quedado impresionado por «sus conocimientos e interés por las artes, algo bastante inusual en un joven de 17 años». Blazy encajó de inmediato en la escuela que, según explica Delcampe, forma a los alumnos «para que sientan curiosidad por el mundo contemporáneo en el que vivimos, para que cultiven cada vez más su cultura y para que sean capaces de plasmarla en el lenguaje de la moda».

Tras su trabajo con Simons en la línea masculina, Blazy se incorporó a Maison Margiela en 2011 como parte del equipo de diseño anónimo de la línea Artisanal de la casa. Permaneció entre bastidores hasta que la periodista de moda Suzy Menkes desveló su identidad al revelar su nombre en una reseña de la colección de 2014. «Todavía recuerdo la emoción que sentí al ver la mezcla de detalle y delicadeza que ahora está aportando a Chanel», dice ella sobre su descubrimiento. Más tarde, Simons contrató a Blazy para trabajar con él en Calvin Klein, junto al antiguo diseñador de Alaïa, Pieter Mulier. Blazy siguió siendo relativamente desconocido hasta 2021, cuando fue nombrado director creativo de Bottega Veneta, donde su uso alquímico de materiales inesperados convirtió en oro todo lo que tocaba. Su famosa camiseta sin mangas blanca y sus vaqueros de piel con efecto trampantojo, inspirados en el personaje de Natalie Portman en la película *Closer,* se convertirían en su sello distintivo: una fantasía perfecta en la que lo cotidiano y lo extraordinario confluyen.

Cuando Blazy se incorporó a Chanel, decidió no empezar por los característicos zapatos con puntera ni por el emblemático bolso 2.55, sino por la propia 'Coco', ahondando en su historia personal. «Quería comprender la psicología que había detrás, qué veía ella en las cosas y cómo se traducía eso», explica. En cada colección que ha creado, ha hecho referencia a anécdotas de su vida: su romance con Boy Capel y sus camisas, una cita que concedió a *Le Figaro* sobre que las mujeres necesitan ropa para transformarse de orugas en mariposas, su primera visita a Nueva York, un vestido *flapper* que le encantaba llevar. «La razón por la que sigue siendo relevante hoy en día es que el enfoque inicial era tan humanista y tan liberador. Ella era su propio tubo de ensayo; diseñaba lo que quería llevar. El nacimiento de la moda moderna surgió de un acto de liberación, lo cual es increíble».

Bruno Pavlovsky, presidente de moda de Chanel desde hace mucho tiempo, señala: «Lo que Matthieu aporta es esta evolución de la silueta. Algo quizás más *cool* de lo que era antes». Cuando le pregunto específicamente por el desfile *Métiers d'Art,* Pavlovsky sonríe y dice: «Hay una mezcla de todo, lo que da lugar a un desfile auténtico y de gran impacto. Casi te olvidas de la decoración o del escenario. Al final, miras la silueta y a las modelos y te dices: '¿Por qué no para mí?'». Blazy no sólo está creando un mundo en torno a Chanel, sino que está confeccionando ropa para vivir en ese mundo. «Nunca empiezo un desfile o una colección bajo el prisma de un vestuario, pero siempre me aseguro de que acabe convirtiéndose en uno», confiesa.

> "Ella [Gabrielle Chanel] era su propio tubo de ensayo; diseñaba lo que quería llevar. El nacimiento de la moda moderna surgió de un acto de liberación, y eso es increíble"

Cuando llega la hora de que Blazy vuelva al trabajo, presumiblemente para finiquitar la colección de otoño, que incluirá trajes de falda de cota de malla y cinturas bajas exageradas con cinturón, me da las gracias efusivamente y luego vuelve a subir por la escalera de espejos con su jersey y sus pantalones. Unas semanas más tarde, la colección de primavera 2026 de Blazy llega a las tiendas de Europa. La respuesta es inmediata y, bueno, frenética. Las editoras de moda planifican sus compras estratégicamente en alocados chats grupales. Se forman colas en la *boutique* de la *Rue* Cambon. Las *influencers* retransmiten sus compras a sus cientos de miles de seguidores. Yo tampoco soy inmune a este frenesí. No estoy en París cuando la colección llega a las tiendas, pero una amiga (de las de verdad) me llama por FaceTime a las 7:00 a. m., hora de Nueva York, para que pueda comprar un par de zapatos virtualmente. La llamada despierta a mi marido y a mi hijo de tres años y medio, pero mis zapatos de tacón con punta cuadrada en turquesa y negro merecen la pena. Me los pondré con mis vaqueros favoritos. ■

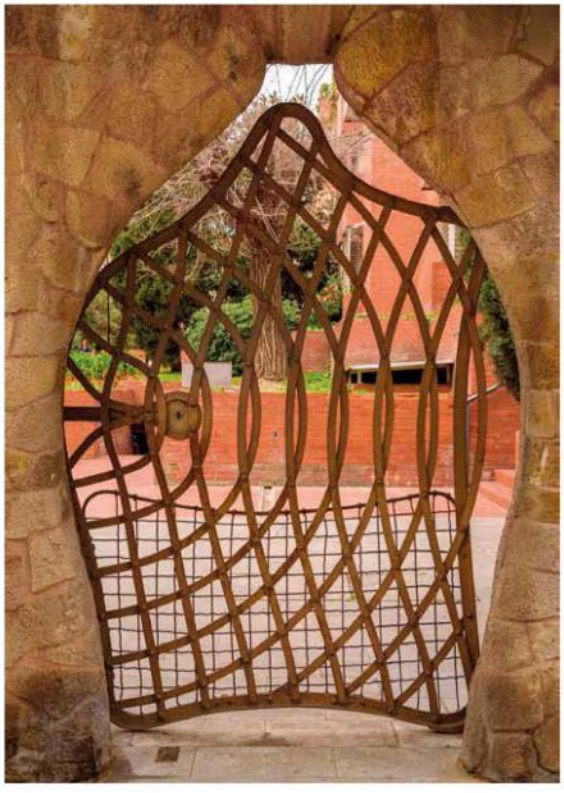
PELUQUERÍA: YUJI OKUDA PARA LESS IS MORE ORGANIC HAIRCARE. MAQUILLAJE: THIERRY DO NASCIMENTO. MANICURA: CHLOÉ NGUYÊN. PRODUCCIÓN: DAY INT. *CASTING:* ANITA BITTON (THE ESTABLISHMENT). MODELOS: TRINIDAD CASTAÑO Y BHAVITHA MANDAVA. TRADUCCIÓN: ANTONIO JOSÉ RODRÍGUEZ.

El genio ESCONDIDO

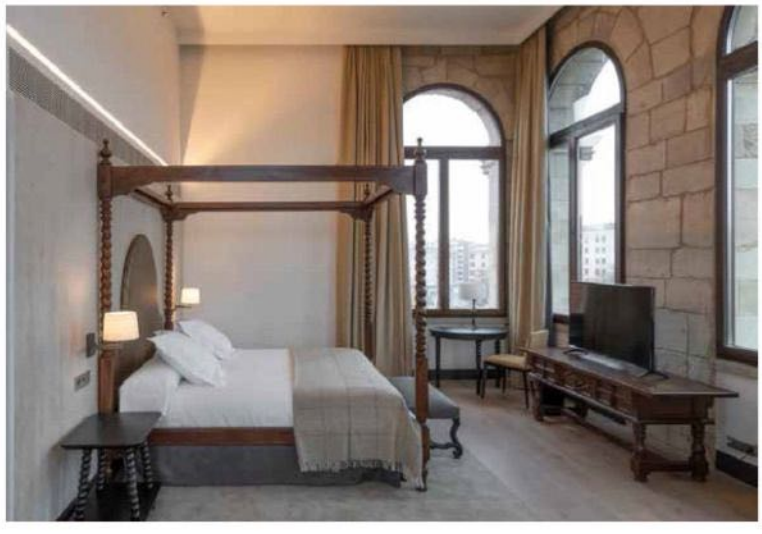
Por JAVIER M. MANSILLA



De Barcelona al Cantábrico trazamos un viaje soñado entre las obras más icónicas –y también las menos conocidas– de Antoni Gaudí.







En el sentido de las agujas del reloj, El Capricho de Gaudí, la gran obra del catalán en Comillas, Cantabria; una de las estancias del famoso Parador de León, parada obligatoria para visitar el Museo Casa Botines o Astorga, y la puerta de Miralles, una obra poco conocida de Antoni Gaudí en el barrio de Sarrià-Pedralbes, Barcelona. En la otra pág., detalle de las chimeneas en el *Palau* Güell de la Ciudad Condal, realizadas con la técnica del *trencadís*.

Olvida el 'souvenir', la foto, el turista –incluso– y celebra al mito. Se cumplen cien años de la muerte de Antoni Gaudí, uno de los mayores arquitectos del modernismo y símbolo de una ciudad que cambiaría para siempre hasta convertirla en meca. Pues Barcelona no se entiende sin Gaudí ni Gaudí sin Barcelona.

Curvas óseas, columnas arbóreas, fachadas lumínicas, figuras fantasmagóricas y colores infinitos que brotan del cemento y el asfalto. «Todo sale del gran libro de la naturaleza». Son palabras del propio autor, quien, bajo el mecenazgo burgués, desplegó en la Ciudad Condal todo su imaginario y su dimensión espiritual para dejar una colección de obras civiles y religiosas que vamos a (re)descubrir. Al tiempo, indagaremos en los locales, hoteles y restaurantes que elevan la cúspide sibarita de Barcelona. Pero no sólo en la capital catalana dejaría su impronta el maestro de Reus. Desde el Mediterráneo al Cantábrico, seguimos los trazos del mapa gaudiniano para celebrar el legado del genio. ➤





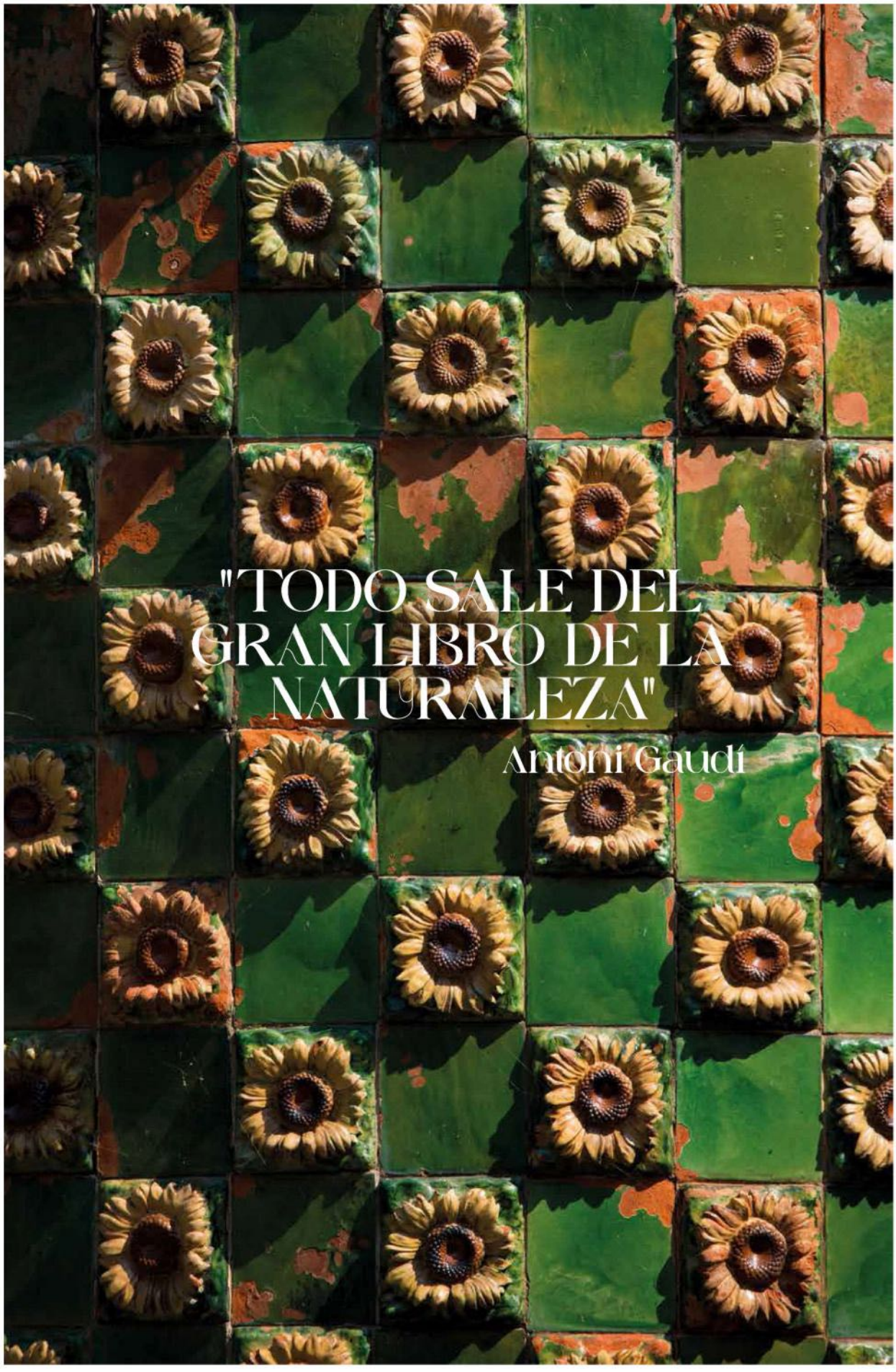
Sobre estas líneas, a la izda., el arco catenario o la sucesión de arcos en la bóveda, conocido como El Desván, de la Sala Principal de la Casa Batlló y, a la dcha., ventana con reja de hierro forjado y balcón superior de la Casa Vicens de Gaudí en Barcelona. En la otra pág., detalle de los azulejos cerámicos con forma de girasol que decoran El Capricho de Gaudí en Comillas, Cantabria.

«La originalidad consiste en el retorno a los orígenes»

Empezaremos nuestra 'ruta Gaudí', por supuesto, en Barcelona. En la *Ciutat Vella,* un entramado medieval de callejones y plazuelas, buscaremos una de sus primeras obras para la ciudad. Hablamos de las farolas de la siempre animada *Plaça* Reial, diseñadas para convertir el mobiliario urbano en objeto artístico. Muy cerca, cruzando La Rambla, encontramos el *Palau* Güell. «Es considerado un hito de la arquitectura europea de su época y uno de los edificios iniciadores del *art nouveau*». Así lo expresan desde el Consell Antoni Gaudí. El empresario e industrial Eusebi Güell le encargó la construcción de su residencia que el arquitecto crea como un palacio de fachada sobria en contraste con un interior exuberante, teatral, donde la luz se filtra desde la cúpula central y las chimeneas del tejado ya anticipan el universo escultórico que está por venir. La buscamos en el Eixample.

Es este el gran laboratorio de la Barcelona moderna, donde la burguesía industrial manda construir a Gaudí sus edificios más icónicos. Nos referimos, claro, a la Casa Batlló, en el *Passeig* de Gràcia, donde la fachada ondulante, los balcones óseos y el uso del *trencadís* transforman el edificio en un organismo marino en pleno centro urbano. Muy cerca, contemplamos la Casa Milà, o La Pedrera, conformada como una masa pétrea sin líneas rectas, con patios interiores que organizan la luz y una azotea convertida en paisaje escultórico de chimeneas que parecen guardianes abstractos. Aunque más sobria y discreta, encontraremos en Casa Calvet, en *Carrer* Casp, otra dirección gaudiniana a la que merece la pena acercarse.

Es en el bohemio barrio de Gràcia donde Gaudí encuentra su espacio más libre. Aquí diseña la Casa Vicens, una de sus primeras obras maestras, impregnada de influencias orientalistas, con cerámicas de colores, motivos vegetales y una exuberancia decorativa que marca el inicio de su lenguaje propio. No muy lejos, en la colina que domina la ciudad, el *Park* Güell representa su intento de fusionar arquitectura y naturaleza en una ciudad-jardín que nunca llegó a completarse. Viaductos inclinados, plazas onduladas y la famosa sala hipóstila configuran ➤


"TODO SALE DEL GRAN LIBRO DE LA NATURALEZA"
Antoni Gaudí

un paisaje urbano que mana de la propia montaña. Aquí se encuentra la Casa Museo Gaudí, que muestra la faceta más personal del arquitecto.

Seguimos las coordenadas del mapa gaudiniano hacia la zona alta. En Sarrià-Pedralbes aparecen los Pabellones Güell, junto a la antigua finca del mecenas, donde destaca el célebre dragón de hierro forjado que vigila la entrada. Muy cerca, la Finca Miralles conserva apenas un fragmento de lo que fue un encargo mayor, pero su muro ondulante y su puerta orgánica condensan su idea de una arquitectura en constante movimiento. En el Colegio de las Teresianas, una de sus obras menos conocidas, intercala la austeridad exterior con un juego interior de arcos parabólicos mientras que en la Torre Bellesguard, construida sobre las ruinas de un antiguo castillo medieval, Gaudí fusiona historia, paisaje y geometría en una residencia que se asemeja más a una fortaleza simbólica.

«La línea recta pertenece al hombre; la línea curva, a Dios». El itinerario de la Barcelona de Gaudí encuentra su culmen en el Eixample, donde Gaudí crea su obra maestra, su sinfonía inacabada: la Sagrada Familia. «Es sorprendente, austera, insólita y exuberante. Todo a la vez», apuntan desde el Consell Gaudí. Este proyecto atraviesa toda su vida y resume su visión más profunda de la arquitectura. Una construcción en progreso constante concebida como un gran templo expiatorio donde la fe se traduce en geometría, luz y naturaleza. Las torres se elevan como símbolos de los evangelistas, la estructura interior se apoya en columnas que imitan troncos de árboles, y los rayos del sol atraviesan las vidrieras como si el espacio entero estuviera pensado para ser una experiencia espiritual. Religiosa. El pasado mes de febrero se completó la coronación de la Torre de Jesús, convirtiendo este icono barcelonés en el templo más elevado del mundo (172,5 metros).

Año Gaudí 2026. El centenario de la muerte de Antoni Gaudí se celebra con un programa coordinado por la Generalitat de Catalunya y el Ayuntamiento de Barcelona, junto al Consell Gaudí. Habrá exposiciones inmersivas como *Código Gaudí,* muestras con material inédito y rutas especiales.

Santuarios de un modernismo inesperado

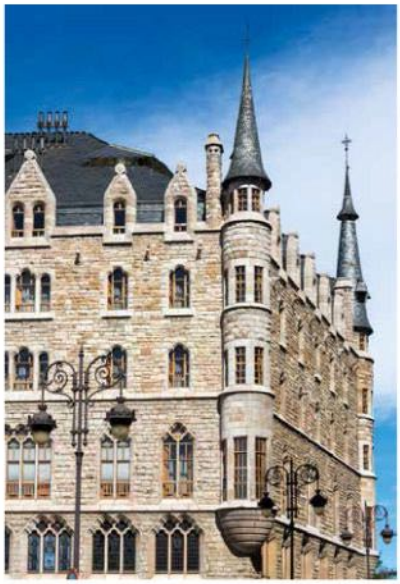
Dejamos ahora la Ciudad Condal para poner rumbo al Cantábrico. Pues la huella de Gaudí va más allá del territorio catalán para encontrar en lugares como Comillas otro santuario modernista. El culpable fue el indiano Antonio López y López, marqués de Comillas, quien convierte una villa marinera en un escenario de prestigio a finales del siglo XIX. Aquí Gaudí diseñó El Capricho, una casa de veraneo donde el joven arquitecto despliega su universo. A su alrededor, la villa propone al viajero un itinerario modernista por obras como el Palacio de Sobrellano, la capilla-panteón o la Universidad Pontificia.

"LA LÍNEA RECTA PERTENECE AL HOMBRE; LA LÍNEA CURVA, A DIOS"

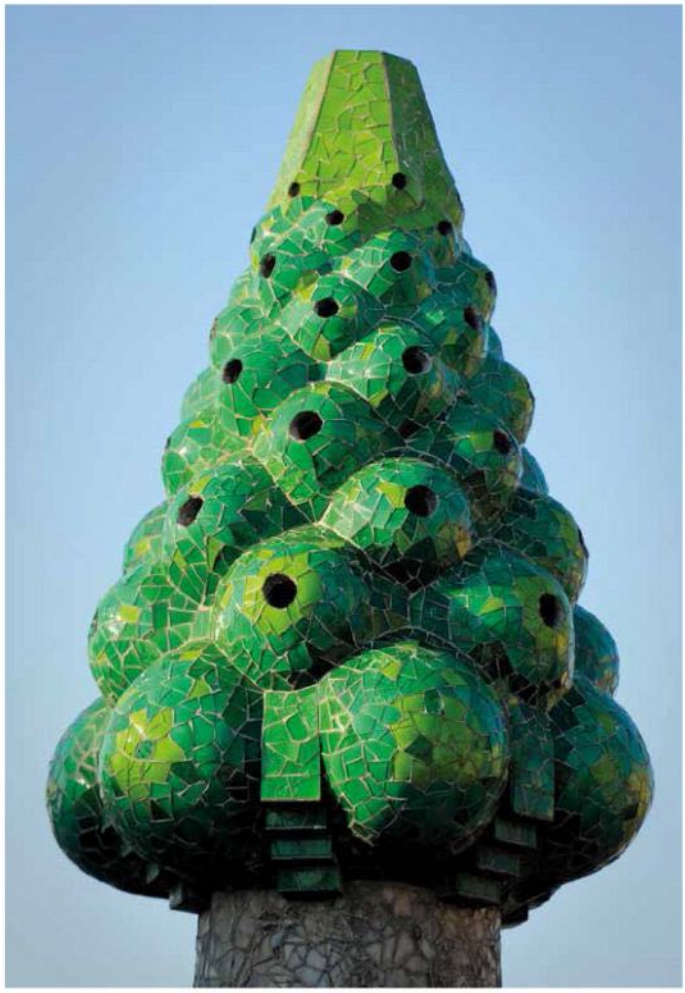
Antoni Gaudí

Cruzamos la frontera para entrar en territorio leonés, donde el arquitecto catalán decidió aceptar la petición de dos comerciantes de León de construir en el corazón de la ciudad un almacén de tejidos. Hablamos de la Casa Botines, que concibe como un edificio de aire medieval, como un fortín que guarda secretos y leyendas para descubrir en su actual museo. Sin salir de la provincia, encontramos en Astorga otra marca gaudiniana. El arquitecto levantó aquí el Palacio Episcopal de Astorga, que proyectó como un castillo de cuento para el obispo, reinventando las leyes del neogótico a su antojo.

Tan sólo fueron estas tres las obras que realizó fuera de Cataluña. Sin embargo, no nos podemos olvidar de su intervención en la Catedral de Palma de Mallorca, donde cerraremos nuestro itinerario. En este monumental templo Gaudí transforma el oscuro espacio interior en un escenario diáfano y conectado con la luz del Mediterráneo que lo envuelve. ■



Junto a estas líneas, la popular Casa Botines diseñada por Gaudí, hoy sede de Caja España, en la provincia de León. Más a la dcha., otro de los detalles en *trencadís* del *Palau* Güell de Barcelona. Abajo, el comedor de la finca Casería de la Mar, alojamiento indispensable en Comillas, Cantabria.





Guia de viaje

EN BARCELONA

Dónde dormir: En el barrio Gótico nos refugiamos en Mercer Barcelona 5* GL. Este hotel *boutique* ocupa un conjunto de edificios medievales levantados sobre la antigua muralla romana. Ha sido rehabilitado por el estudio de Rafael Moneo, dispone de 28 habitaciones y *suites* y una cocina de autor a cargo del chef Xavier Lahuerta. Muy cerca se encuentra Grand Hotel Central. Este alojamiento histórico reabrió hace poco sus puertas tras una reforma inspirada en su fundador, Francesc Cambó. Cuenta con 147 habitaciones y *suites,* restaurante a pie de calle, biblioteca de los años 20 y una azotea con piscina y vistas panorámicas de la ciudad.

Dónde comer: Trü propone una cocina catalana en formato corto, con tapas y platos reinterpretados por Artur Martínez; por su parte, Barra Oso apuesta por un espacio íntimo donde la cocina marinera se cruza con brasas, fermentos y toques cítricos. En Gràcia, Bar Alegría mantiene su defensa del recetario catalán y verdulería de nivel y, en el Eixample, Omar Malpartida hace una lectura más precisa y contemporánea del omakase peruano-nikkei en Barra M.

EN COMILLAS

Dónde dormir: Conectaremos con la esencia del norte en La Casería de la Mar. Esta villa *boutique* dispone de 8 habitaciones, un entorno de lo más bucólico y *spa.*

Dónde comer: Nos acercaremos a Adolfo, un clásico que rinde tributo a la despensa del Cantábrico.

EN LEÓN

Dónde dormir: El hotel Camarote dispone de elegantes habitaciones y una terraza con las mejores vistas de la catedral.

Dónde comer: En Restaurante Cocinandos o Restaurante Pablo, ambos con estrella Michelin, aunque son muchos los que prefieren deambular de cortos y tapas por el Barrio Húmedo.

FOTOS: GETTY IMAGES, ALAMY Y D.R.

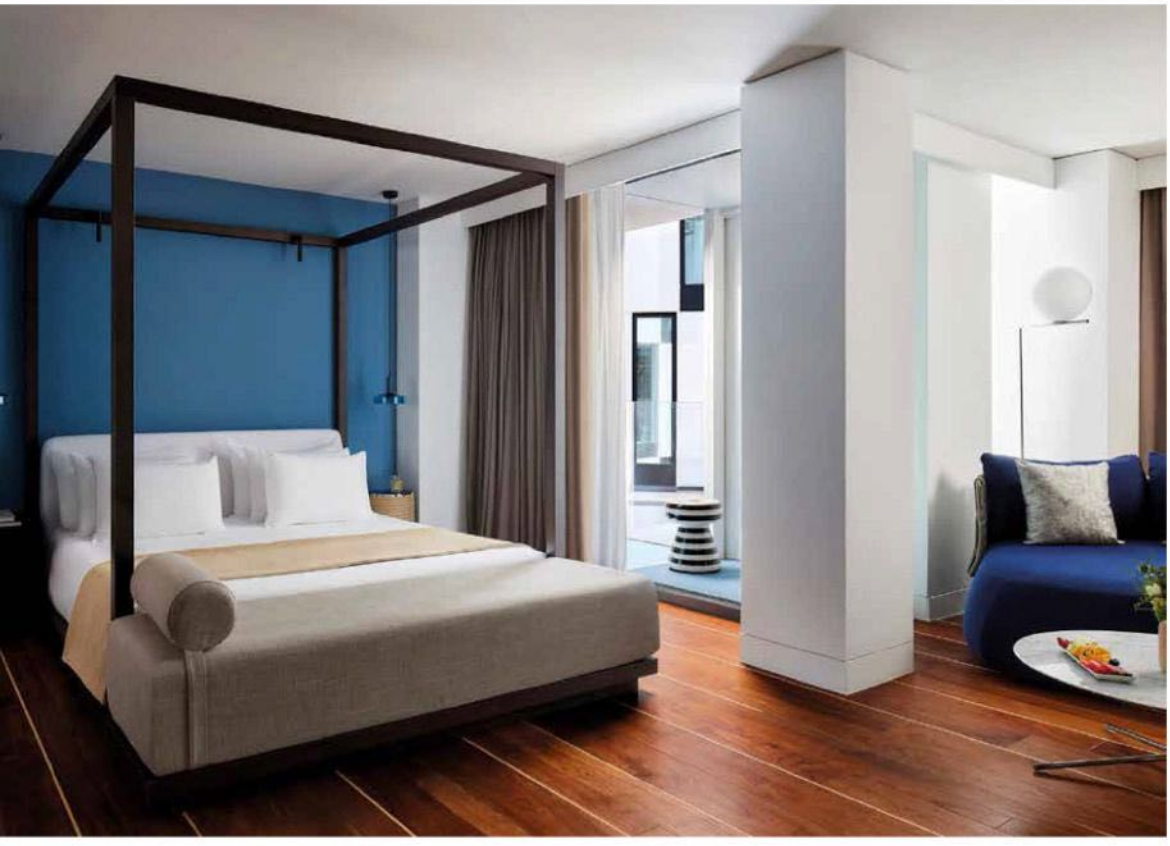


LOS FELICES **IBIZA**

Cómo no ser feliz en este hotel ibicenco de ensueño, sede definitiva para amantes del arte y del diseño. Compuesto por 107 habitaciones y seis villas, con una estética *mid-century,* propia de una película de Wes Anderson, el complejo acoge a huéspedes de lo más creativos. Dentro de sus propuestas de ocio, destaca el Bingo y la sesión *Saturday DJ's,* además de una oferta gastronómica libre de gluten. Lleno de homenajes a personalidades de la industria de la creatividad, invita a dar rienda suelta a una imaginación sin límites *(theconcepthotels.com/hotels/ibiza/los-felices).*

Isla magnética

Desde un alojamiento con estética 'mid-century' propio de una película de Wes Anderson a un remanso de paz y descanso de un refugio minimalista. La Isla Blanca atrapa a cualquier huésped. Por *Claudia Laukamp*



NH COLLECTION **IBIZA**

Ubicado en un edificio icónico del siglo XX en pleno centro de Ibiza, este hotel *boutique* se caracteriza por una estética minimalista, con una elegancia contemporánea, propia de un refugio donde la búsqueda de la paz y el descanso es su principal mantra. Tres propuestas gastronómicas muy diferenciadas hacen de la visita una experiencia única: SLVJ, centrada en la cocina japonesa; Rhino Bar, como concepto más relajado, y Arrogante, cocina italiana artesanal. En definitiva, un encuentro sublime entre la sofisticación y la tranquilidad *(nh-hotels.com/en/hotel/nh-collection-ibiza).*

FOTOS: D.R.

Universidad Europea
CREATIVE CAMPUS
x Harper's BAZAAR



Este mes, celebramos que Gaudí es arte.
El resto del año, puede ser tu inspiración.
Empieza en Creative Campus.

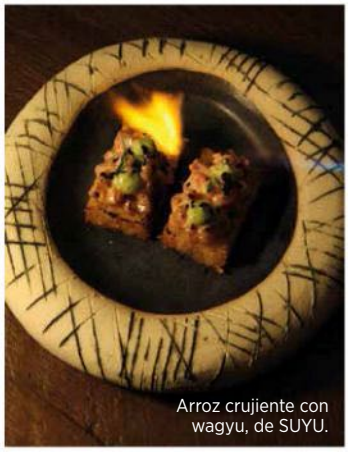
Descubre nuestros Grados y Másteres en Moda.

Modelo Respghi, colección Da Capo.
Proyecto de la alumna **Irene Nadal Galindo.**


Sala de El Campero.


Interior del restaurante SUYU.


Ajoblanco de dados de atún marinado, de El Campero.


Arroz crujiente con wagyu, de SUYU.

Hotspots

Madrid y Marbella comparten esta temporada una misma idea de lujo. No se pierdan estos 'place to be'. Por *A. Pinteño*

La capital de la Costa del Sol y la capital española comparten algo en común: ese lujo que se sirve en la mesa y que se recuerda mucho después. Desde la pureza del producto hasta la puesta en escena, cinco direcciones convierten cada comida en un viaje distinto. El mar llega primero de la mano de **El Campero,** donde Julio Vázquez traslada el alma de Barbate al barrio de Salamanca con un culto absoluto al atún rojo de almadraba y platos que entienden la tradición desde la técnica más precisa (Lagasca, 148, Madrid). Muy cerca, **Makoto Madrid,** el primer proyecto europeo del chef Makoto Okuwa, convierte su terraza justo al lado del hotel Rosewood Villamagna en un oasis japonés donde el sushi, la robata y la coctelería dialogan entre vegetación y calma urbana (Marqués de Villamagna, 1, Madrid). La fusión continúa en **SUYU Peruvian Nikkei Cuisine,** un espacio que une Perú y Japón con elegancia contemporánea a través de ceviches, nigiris y recetas de autor llenas de contraste y frescura. Un acierto seguro (Maldonado, 14, Madrid). Y si la gastronomía también puede ser espectáculo, **Mamzel** at Finca Besaya transforma cada noche en una experiencia sensorial gracias al universo selvático ideado por Fidel Buika, director creativo de la casa, bajo la supervisión de Zazou Belounis, CEO de Casanis Group, y a la cocina cosmopolita del chef Fabian Cangas (Urbanización Río Verde Alto, 1, Marbella). Cierra el recorrido **Li-Onna,** donde la cocina japonesa con alma latina celebra la primavera entre lubinas al pastor, bacalao miso y cócteles concebidos para elevar cada bocado (Recoletos, 1, Madrid). Tome muy buena nota, no se arrepentirá. ■


Nigiri de gamba blanca y caviar, de Mamzel Marbella.


Hamachi ponzu, de Makoto.


Terraza de Makoto.


Miso Sticky Toffee, de Li-Onna.

FOTOS: D.R.

Harper's BAZAAR
&
SCALPERS

CREAN
LA GORRA DEL VERANO



EN EL PRÓXIMO NÚMERO DE TU REVISTA
HARPER´S BAZAAR

De colección

En el imaginario actual del mundo del motor pocas siglas tienen una mejor reputación que las GT3 que Porsche emplea para designar sus modelos más deportivos.



El departamento de Vehículos GT ha conseguido que el GT3 S/C mantenga toda su rigidez pese a perder el techo.

PARA SOÑAR

Objeto de deseo desde hace 60 años, el Porsche 911 tiene en su variante GT3 su versión más dedicada al puro placer de conducir: motor atmosférico, materiales ligeros de alta tecnología y un tacto de dirección sin igual. Y ahora, por primera vez, en versión descapotable con el nuevo GT3 S/C.



POR ACLAMACIÓN POPULAR

A la venta entre 2002 y 2014, el **Cartier Roadster** es uno de los modelos más recordados y deseados de la casa gala. Retorna ahora, actualizado pero manteniendo su inspiración automovilística con esfera de círculos concéntricos a imagen de un velocímetro, lupa de fecha con forma de faro y corona ojival que recuerda a los pilotos traseros de un coche de los años 50.



REDEFINIENDO EL SEGMENTO

Mercedes-Benz ha presentado la nueva versión de uno de sus modelos más vendidos, el Clase C, con un objetivo claro: la máxima comodidad y tecnología sin perder por ello efectividad o agilidad. Exclusivamente eléctrico, cuenta con una autonomía de hasta 762 km en el estándar WLTP y permite una carga rápida de hasta 325 km en 10 minutos.

TEXTOS: ANTONIO JOSÉ RODRÍGUEZ. FOTOS: MERCEDES-BENZ AG Y D.R.



Hora 25

por **Aimar Bretos**

Un programa que analiza
la actualidad con mirada propia.

De lunes a viernes,
de 20:00 a 23:30 h.

SER

El Poder de la Conversación





Talento a bordo

Iberia y Harper's Bazaar se unen para celebrar los 30 años en la moda de la diseñadora Teresa Helbig en el que fue todo un homenaje a su universo creativo, audaz y visionario.









1. Inmaculada Jiménez, directora de Harper's Bazaar, junto a la diseñadora Teresa Helbig. **2.** Detalle de la piscina del Palacio Serrano. **3.** Algunos de los diseños más icónicos de Teresa Helbig. **4.** Andrea Vandall junto a Sita Abellán. **5.** De izda. a dcha., Luz Sagalés, directora de *marketing* y comunicación de Teresa Helbig; Bruno Huelva, *Design Manager* de Teresa Helbig; Leire Gorrochategui, *Showroom Manager* de Teresa Helbig; Teresa Blasco, madre de la diseñadora; Teresa Helbig; Chema Paré, director general de la firma de moda; Mariona Martínez, *Manager* de *marketing* y comunicación de Teresa Helbig, y el actor Álex Royo.





1. Los uniformes diseñados por Teresa Helbig para la tripulación de Iberia. **2.** Las hermanas Lucía y Belén Cuesta junto a Gemma Galán e Inés de León. **3.** Momento de la actuación de Maria Blaya. **4.** Kimberley Tell. **5.** La gala fue amenizada por la DJ Mica Wagner. **6.** Paula Ordovás posa junto a las tartas de Balbisiana. **7.** Vista general del documental emitido por los 30 años de carrera de Helbig. **8.** Ares Aixalà. **9.** Alex Segura. **10.** Luz Casal con Teresa Helbig. **11.** De izda. a dcha., Marco Sansavini, CEO y presidente ejecutivo de Iberia; su esposa, Patrizia Manica; María Fernanda Hernández, mujer de Luis Gallego; Teresa Helbig, y Luis Gallego, director ejecutivo de International Airlines Group.





Carlos de Burgos y Lulu Figueroa











Laura Ponte





Lucía Avendaño

Miryam Gallego



Denisse Peña

12. Leonor Watling, Lucía Díez y Macarena Gómez. **13.** Enric Vendrell, Begoña Mogica, Miriam Robert y Alicia Bernades, todos de Unión Suiza.







Frans Reina y Belinda Riol

Clara Roquet

Miguel Carrizo

FOTOS: GUILLERMO JIMÉNEZ Y ANDRÉS GARCÍA LUJÁN.

PASIÓN, talento, magia, sueños, esfuerzo, amistad, artesanía… Todos estos ingredientes estuvieron muy presentes en los 30 años de carrera de Teresa Helbig en el mundo de la moda y todos ellos hicieron acto de presencia en su gran noche, un homenaje en el que Iberia y HARPER'S BAZAAR se dieron la mano para recordar los comienzos y las raíces de una excelente trayectoria. Una gran velada que reunió a los grandes nombres de la moda y la cultura en el madrileño Palacio Serrano, de Laura Ponte a Luz Casal, pasando por Leonor Watling, Macarena Gómez, Lulu Figueroa y una larga lista de personas que han formado parte de estos 30 años de éxito. En este escenario único Iberia, Teresa Helbig y HARPER'S BAZAAR recordaron cómo sus caminos se entrelazaron y, desde entonces, no han dejado de compartir ese espíritu que se atreve a innovar y romper con lo establecido. «Siempre me ha costado encontrarme si no es a través de mis pasiones. Quizás por eso reconozco también las de los demás», comenzó diciendo la homenajeada, Teresa Helbig, que en 2018 ganó el concurso para diseñar los uniformes de las tripulaciones de Iberia. Inmaculada Jiménez, directora de esta cabecera, lanzó las palabras más emotivas: «Teresa ha creado belleza con la precisión de una artesana y la audacia de una visionaria, demostrando que la moda puede ser un acto de resistencia, un poema, un manifiesto». ■

BAZAAR

¿POR QUÉ NO...



...jugar a ser turista?

La camiseta *souvenir* se ha convertido en los últimos años en todo un reclamo. ¿Nostalgia *kitsch*? Instagram lo aprueba. Hazte con la tuya (no tiene que ser la de Nueva York, ¡hay mundo más allá!) e inclúyela en cualquier *look* de día: con vaqueros y mocasines, con una falda *midi* y bailarinas. Tú eliges. Eso sí: para elevarlo, rematálo con un pañuelo de seda estampado al cuello, en la cabeza o a la cintura. ¡Hola, Barcelona! ■

Camiseta *souvenir* de Barcelona y pañuelo de seda con estampado «Dior Oblique» de DIOR (c.p.v.).

TEXTO: CELIA CUERVO. FOTOGRAFÍA: VLADIMIR MARTÍ. ESTILISMO: CLAUDIA LAUKAMP. PRODUCCIÓN: ITZÍAR SAETTONE.



LA EMOCIÓN DE DESCUBRIR

Moda, gastronomía y experiencia
en un destino de shopping único con más de 150 boutiques
de las mejores marcas por mucho menos.
Abierto de lunes a domingo.

La Roca Village

THE BICESTER COLLECTION

ROLEX PRESENTA

OYSTER STORY



CELEBRAMOS LOS 100 AÑOS DE UN SÍMBOLO

EN ROLEX.COM

ROLEX