JUL/AGO 2026

Harper's

BAZAAR

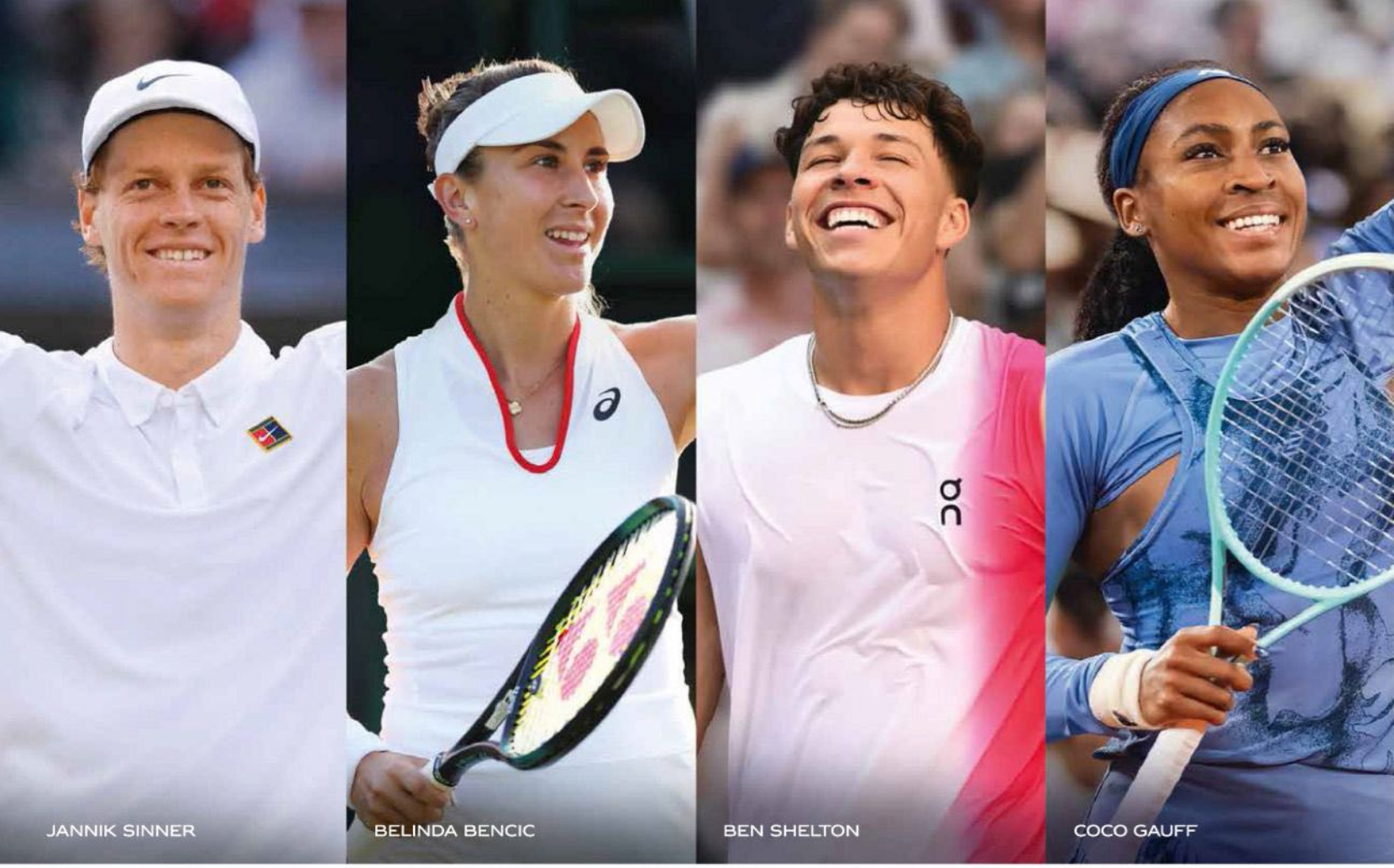
ESPAÑA

8,50 € (Canarias 8,65 €)
00185
8 413042 681601

VERANO A LA VISTA

Starring
GEORGINA
RODRÍGUEZ
Cara a cara
con el gran
fenómeno
global

THE ISLAND ISSUE



REACH FOR THE CROWN

ROLEX Y EL TENIS: ALIADOS DESDE 1978





EL DATEJUST

ROLEX


JANNIK SINNER



REACH FOR THE CROWN







EL DATEJUST

THE CHAMPIONSHIPS
WIMBLEDON
OFFICIAL TIMEKEEPER

THE CHAMPIONSHIPS, WIMBLEDON
ALL ENGLAND LAWN TENNIS CLUB, LONDRES
DEL 29 DE JUNIO AL 12 DE JULIO DE 2026

ROLEX



Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme desde 1906

Madrid - Barcelona
vancleefarpels.com
+34 914 149 303



Snowflake
Pendientes


JUL/AGO 2026
Harper's
BAZAAR
ESPAÑA

TUDOR









BLACK BAY 54

BORN TO DARE

PERODRI

BILBAO - MADRID

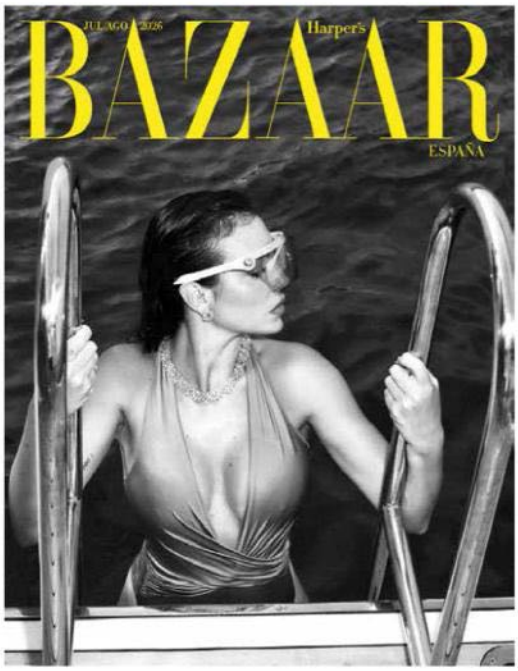
PERODRI.ES

PORTADAS JULIO/AGOSTO

Fotografía de Javier Biosca.
Estilismo de Alba Melendo.
Peluquería de Lorenzo Barcella.
Maquillaje de Fer Martínez.
Producción de Itzíar Saettone.







Portadas de quiosco: saliendo del agua, Georgina con bañador de CALZEDONIA y joyas de CHOPARD. En el barco, con bañador de CALZEDONIA, joyas de DEL PÁRAMO VINTAGE, gafas de MAISON ALAÏA y sandalias de CASADEI.

Portada de suscriptores: Georgina con bañador de CALZEDONIA, gafas de PIERRE CARDIN y joyas de CHOPARD.

Ella es, sin lugar a dudas, el fenómeno global más importante de los últimos tiempos. Una mujer que arrastra masas y que ha redefinido el concepto de celebridad contemporánea. Sin embargo, cuando las cámaras se apagan y el rumor del Mediterráneo se convierte en el único sonido de fondo en un rincón exclusivo de Mallorca, emerge la verdadera GEORGINA RODRÍGUEZ. El verano de HARPER'S BAZAAR rinde tributo a *The Island issue,* al mar y a la singularidad de este icono de nuestra época.


SIMORRA

En una isla, la desconexión se convierte en un ritual de bienestar donde cada instante está diseñado para el disfrute. Desconectarse en una isla es un refugio donde la vida se simplifica y el placer se encuentra en lo esencial: una conversación sin prisa, una siesta bajo la sombra o un baño en aguas cristalinas. Las páginas de este número se rinden a la vida rodeada de mar a través de una mirada elevada, donde la desconexión es el arte más sofisticado. No se trata de una huida, sino de un festín para el alma donde una sobremesa que se prolonga durante horas o un atardecer en una cala recóndita se convierten en alta costura para el espíritu. Bienvenida a a esta Isla de ensueño, una Isla BAZAAR, dedicada a la geografía del deseo, al aislamiento consciente y a ese magnetismo líquido que transforma la distancia física en un espacio de absoluta renovación mental.

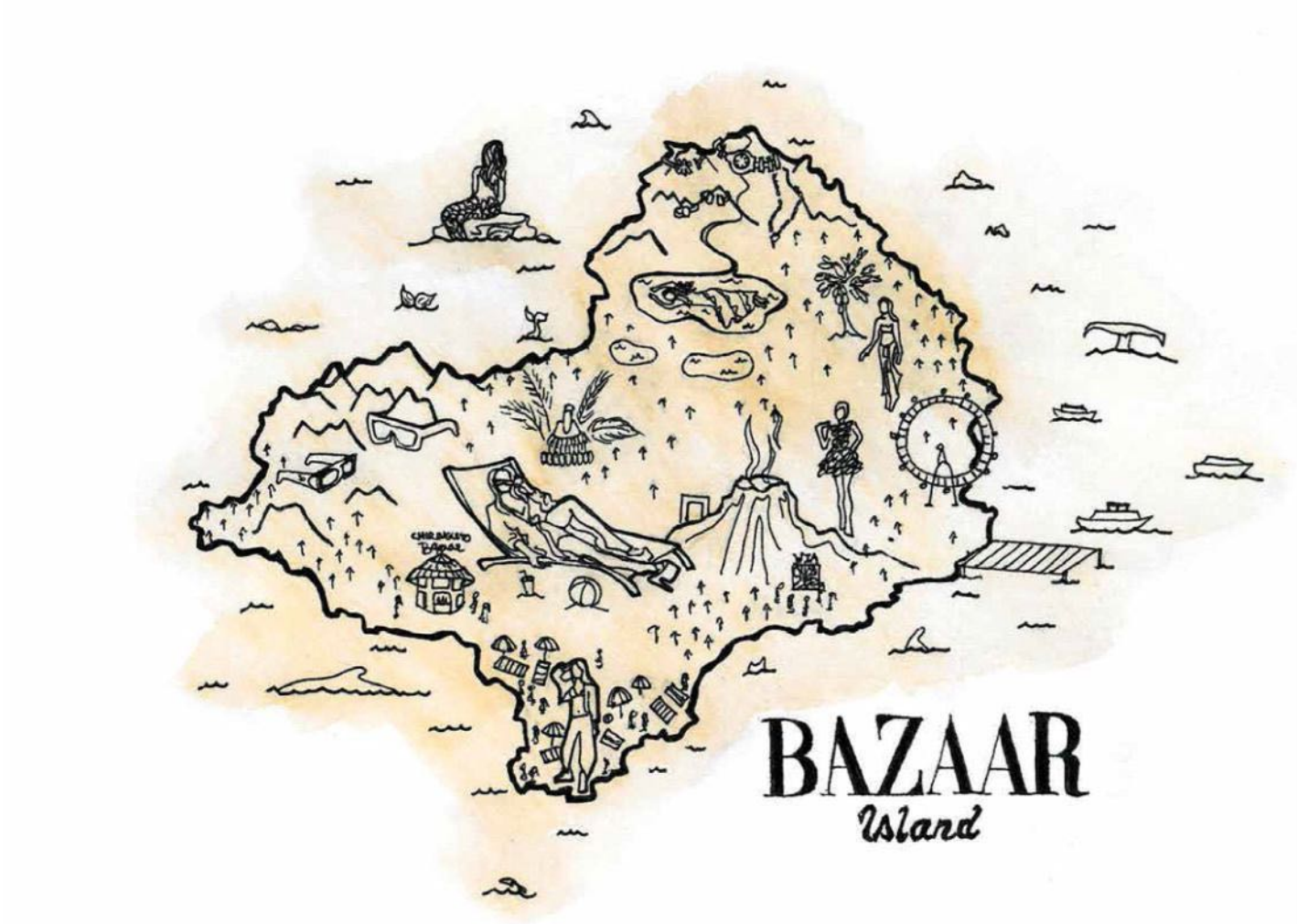
Bienvenida a la revista.

Bienvenida a HARPER'S BAZAAR.

The Island issue


nH COLLECTION
HOTELS & RESORTS
Descubra hoteles únicos en destinos excepcionales
Experiencias extraordinarias desde París hasta Nueva York, de Helsinki a las Maldivas, de Ámsterdam a Buenos Aires y en más de 100 destinos alrededor del mundo.
Privilegios exclusivos con nuestro programa de fidelización Minor DISCOVERY.
MINOR HOTELS
ANANTARA
elewana
The WOLSELEY HOTELS
TIVOLI
MINOR RESERVE COLLECTION
nH COLLECTION
nhow
AVANI
COLBERT COLLECTION
nH
OAKS.
iStay
nh-collection.com

SUMARIO
JULIO/AGOSTO



62 CARIBE
Las nuevas piezas de joyería y relojería se funden con los secretos del gran azul en un fantástico viaje –aunque sólo sea visual– al paraíso veraniego por excelencia. ¡Feliz travesía!

72 IBIZA
La isla más libre y hedonista de nuestro Mediterráneo es una inspiración inagotable. Así lo demuestra el fotógrafo Lachlan Bailey en el último libro editado por la *maison* Louis Vuitton

96 VENECIA
De la mano de Bvlgari, asistimos a la Bienal de Venecia en una edición histórica. Por primera vez, la firma romana se estrena como socio exclusivo de la gran cita con el arte.

102 CAPRI
Los imprescindibles de Dolce&Gabbana Beauty se convierten en los perfectos aliados para conseguir el *look* más buscado del verano: fresco, luminoso y sin esfuerzo.

134 MALLORCA
A bordo del yate My Mare, Georgina Rodríguez es una diva. Pero, cuando se apagan los focos, aparece la mujer real. No te pierdas la entrevista sin filtros con nuestra *cover star*.

164 COSTA RICA
Donde siempre es verano, el vestidor se reduce y se aligera sin perder el ritmo. Colores vivos, estampados y tejidos fluidos definen la maleta de vacaciones ideal.

ILUSTRACIÓN DE ITZIAR SAETTONE.

DESCRIPCIÓN Una loción corporal con un 42 % de aceite. INDICACIÓN Aumenta significativamente la hidratación cutánea. PRESENTACIÓN Líquido blanco. FÓRMULA Loción con un 42 % de ingredientes oclusivos y un 14 % de humectantes. INGREDIENTES Aqua, Dimethicone, Isopropyl Palmitate, Ethylhexyl Cocoate, Isododecane, Isopropyl Myristate, Urea, Polyglyceryl-2 Dipolyhydroxystearate, Glycerin, Pentylene Glycol, Dicaprylyl Carbonate, Polyglyceryl-3 Diisostearate, Sodium Lactate, Dipentaerythrityl Hexacaprylate / Hexacaprate, Gluconolactone, Rosa Canina Fruit Oil, Simmondsia Chinensis Seed Oil, Calendula Officinalis Extract, Butyrospermum Parkii Oil, Helianthus Annuus Seed Oil, Glycine Soja Oil, Isostearyl Isostearate, Bisabolol, Octyldodecyl PCA, Retinyl Palmitate, Tocopheryl Acetate, Linoleic Acid, Linolenic Acid, Tocopherol, Sodium PCA, Sodium Hyaluronate, Lactic Acid, Stearalkonium Hectorite, Propylene Carbonate. ENSAYO CLÍNICO EN PIEL SECA Centro del estudio: Complife Italia S. r. l. (Italia). Objetivo: Una evaluación clínica para comprobar la eficacia de la Loción Corporal Bio-Oil® para hidratar la piel. Muestra: Sujetos: 30 mujeres sanas con tipos de piel II-V en la escala Fitzpatrick. Presentaban clínicamente piel seca o muy seca en la parte externa de las pantorrillas. Lugar de aplicación: producto de ensayo aplicado en la parte externa de las pantorrillas de todas las participantes. Edad de las participantes: 25-65. Método: Estudio clínico-instrumental de control, elección de evaluación ciega y cuerpo dividido. Las participantes se lavaron las piernas con jabón durante 7 días para tener la piel [illegible] ínicas e instrumentales iniciales. Se aplicó la Loción Corporal Bio-Oil® dos veces al día durante 28 días [illegible] trató la otra la pierna. Se hicieron evaluaciones instrumentales y clínicas los días 1, 3, 6, 8, 10, [illegible] ratar de control en cada momento establecido. Un evaluador visual cualificado clasificó clíni [illegible] a escala de 0 a 5). La medición cuantitativa de la hidratación cutánea se hizo con un cor [illegible] nsepidérmica de agua (TEWL), como indicador de la función de barrera, se hizo con Tewam [illegible] rio de autoevaluación. Resultados: En comparación con la zona sin tratar, el tratamiento con [illegible] dísticamente relevante en la clasificación clínica de la sequedad de la piel y en las medici [illegible] 1 y en cada momento establecido. En cuanto a la clasificación clínica de la sequedad, s [illegible] s en el 96,7 % de las participantes a partir del día 14. Casi se duplica la mejoría observa [illegible] días, el 100 % de las participantes mostraron un aumento significativo en la hidratación c [illegible] a 1. Del mismo modo, tras 28 días usando el producto, el 100 % de las participantes most [illegible] gnitud de esta mejoría fue más del doble que la del día 1. Los resultados del cuestionario [illegible] UEBA EN USUARIOS CON PIEL SECA Centro del estudio: Ayton Global Research (Rein [illegible] orporal Bio-Oil® como hidratante corporal. Muestra: Sujetos: 119 mujeres con buena salud [illegible] a única de 2 semanas en el domicilio del usuario. Se indicó a las participantes que se ap [illegible] por la noche. Debían masajearlo sobre la piel hasta que lo absorbiera por completo. Se c [illegible] spués de la aplicación inicial, el segundo al cabo de 12 horas y el tercero tras 2 semanas us [illegible] s participantes dijeron que «el producto es más ligero que cualquier hidratante que haya [illegible] n que «el producto se extiende más fácilmente que cualquier hidratante que haya utilizado [illegible] ue «el producto se absorbe más fácilmente que cualquier hidratante que haya utilizado [illegible] bsorbe más rápido que cualquier hidratante que haya utilizado antes». E [illegible] después de aplicarlo». El 86 % de las participantes señalaron [illegible] el 93 % de las participantes dijeron que «el producto hi [illegible] aplicar el producto, la piel queda suave y sedosa». E [illegible] 91 %, que «la piel se nota suave y sedosa du [illegible] principio del periodo de 2 semanas». En g [illegible] utilizado antes». PRUEBA EN PIEL SE [illegible] Corporal Bio-Oil® cause irritación c [illegible] ácido láctico con pinchazo. Edad [illegible] control negativo (agua desmine [illegible] de los participantes, en conta [illegible] cutáneas se evaluaron bajo l [illegible] de retirar el parche. Las rea [illegible] cutánea; 4 significaba que [illegible] Resultados: En cuanto a l [illegible] estudio: Complife Italia S. [illegible] (14 mujeres y 6 hombres) [illegible] aplicó sobre un disco de [illegible] retiraron y se volvieron a [illegible] control negativo (agua de [illegible] comedogénico). Las rea [illegible] parche para comparar los [illegible] no comedogénico. La zo [illegible] negativo. El control posit [illegible] para evaluar la viscosida [illegible] de la Loción Corporal Bio [illegible] viscosidad dinámica se l [illegible] 155. Resultados: Se des [illegible] la competencia (94 mPa [illegible] APLICACIÓN Cómo apli [illegible] absorba por completo. S [illegible] Bio-Oil® no debe aplicars [illegible] producto entra en los o [illegible] vitamina A. Tenga en cu [illegible] emulsión con agua y ac [illegible] superficie y forma una c [illegible] formación de la capa pu [illegible] que se haya agitado la [illegible] evitar que se forme esta [illegible] mezcla de aceite transp [illegible] la Loción Corporal Bio- [illegible]



EDITO

INMACULADA JIMÉNEZ
Directora de Harper's Bazaar

Cuando la rutina se vuelve estrecha y los días pierden brillo, el alma reclama un estallido del mundo, un cambio de aire que despierte lo que la monotonía adormece. Y viajar se alza como la respuesta necesaria, como ese acto de valentía emocional, ese salto forzoso hacia lo desconocido, ese simple cambio de horizonte que nos recuerda que seguimos vivos.

Así, en el instante en que abandonamos lo conocido, lo familiar, algo se enciende: el mundo se expande, los sentidos despiertan, la mirada recupera su chispa. Los colores parecen más intensos, los sonidos más nítidos, el tiempo más generoso... No es Magia, no, es la realidad de la vida misma revelando su grandeza, su capacidad de conmover con un simple respiro. Es entrar en un sueño lúcido donde todo vibra con una intensidad que roza lo épico, donde cada paso es una conquista y cada descubrimiento, una victoria.

Y aunque los caminos se midan en kilómetros, la verdadera travesía ocurre por dentro: desconectar de la rutina nos transforma porque nos obliga a ver de otra forma, a sentir con consciencia, a ser más grandes que nuestras propias sombras.

Por eso, cada viaje es como una epopeya. No importa si es largo o breve, lejano o cercano: siempre deja una marca. Siempre enciende algo. Siempre nos devuelve al mundo con los ojos más abiertos y el corazón más dispuesto. Es la prueba de que la vida aún puede sorprendernos, estremecernos, elevarnos. Es la confirmación de que, incluso en los días más grises, existe un horizonte apasionante esperando a ser cruzado.

Porque cada viaje es una aventura. Cada destino, un capítulo. Y cada persona que se atreve a partir es un héroe que decide soñar sin cerrar los ojos..., y pocas cosas en la vida son tan poderosas como eso.

Y eso, ¡eso es Harper's Bazaar! ■



Arkhē

FEEL THE SUN.
OWN THE SUMMER.

Protección y movimiento para un cuidado inteligente y sostenible de tu cabello.

AROMA THERAPY

CLEAN ENERGY

WITH RECYCLED PLASTICS

CRUELTY FREE

SUN CARE



Hydrahair Solar Mist
Repair Leave-in

www.arkhecosmetics.com

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
PEPE LOBEZ, ROSA ALVARES, CARLOS MEGÍA, ELLEN FEDORS, MIGUEL ENAMORADO, JACLYN ALEXANDRA COHEN, IAN LANTERMAN, SHIZUKA YOSHIDA, XIMENA Y SERGIO, ENOL BLASCO, ROCÍO RAMOS, CHLOÉ LAFOREST, FERRY VAN DER NAT, JAVIER DE PARDO, JUANKR, JAVIER BIOSCA, ALBA MELENDO, IANKO LÓPEZ, GIOVANNI CORABI, CAROLINE NEWELL, MALIKA ATHEY, ANYA HOLDSTOCK, SOPHIE VAN DER WELLE Y MARLENE SØRENSEN.

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.



CREA TU VIAJE

Los mejores destinos no se eligen de un catálogo, se construyen. Con esa idea nace VOLĀRE, una nueva plataforma digital de viajes de lujo que pone el foco en lo que importa: la experiencia.

Dos personas pueden compartir destino y vivir historias completamente diferentes. Una llega a Japón y se enamora de los cerezos en flor de Kioto; la otra necesita perderse en el caos creativo de Koenji. El mismo mapa, dos películas opuestas. De eso trata VOLĀRE. La plataforma digital de viajes de lujo creada por Jesús Rodríguez –fundador de Exoticca– no parte de un catálogo, sino de la persona, de sus deseos más concretos y también de los que aún no ha sabido nombrar. Itinerarios privados, hoteles de cinco estrellas, guías expertos y experiencias esenciales combinadas con vivencias locales auténticas para que cada viaje cuente una historia única. Porque, en un contexto saturado de promesas, la diferencia está en cómo se vive cada instante. En la forma en que todo encaja, fluye y cobre sentido. Porque, como en una buena película, hay viajes que no terminan cuando acaban y se quedan contigo para siempre.

HEARST made

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

MY SUMMER HAIR ESSENTIALS

Los tres gestos imprescindibles para mantener el cabello sano, brillante y bajo control durante el verano.

La maleta de verano cambia, pero hay algo que permanece: la necesidad de adaptar nuestra rutina de cuidado capilar a una época especialmente exigente para el cabello. Estos son los tres gestos que no pueden faltar en una rutina capilar estos meses.

PROTEGER DESDE EL INTERIOR

Igual que reforzamos la piel con antioxidantes durante los meses de mayor exposición solar, el cabello también puede beneficiarse de un cuidado específico: las fórmulas Olistic Woman y Olistic Next incorporan más de 10 y 12 antioxidantes, además de ingredientes seleccionados para su cuidado integral.

CEPILLAR MEJOR (Y NO MÁS)

Uno de los errores más habituales es desenredar el cabello de forma agresiva después de la playa o la piscina. Utilizar un cepillo adecuado ayuda a minimizar la rotura, distribuir mejor los aceites naturales del cabello y mantener una melena más brillante y suave. El iBrush de Olistic está diseñado para desenredar de forma respetuosa y ¡es ideal para llevar a cualquier parte!

EL NUEVO GESTO SENSORIAL DEL VERANO

Las Hair Mists de Olistic son ese producto que siempre acaba en el bolso. Estas brumas capilares ayudan a controlar el encrespamiento, aportan una sensación inmediata de frescura y de cabello cuidado y, además, huelen de maravilla. Aplícalas a unos 20 centímetros de distancia sobre medios y puntas después de una jornada playa o darles un retoque exprés antes de salir a cenar.

EL RESULTADO

Una rutina sencilla, eficaz y fácil de mantener incluso durante las vacaciones. Porque si el verano exige más a nuestro cabello, también merece un cuidado a la altura.



Tres armas poderosas para mantener la belleza de tu cabello: los antioxidantes de Olistic Next, los agentes protectores e hidratantes de The Hair Mist y el cepillo iBrush.

HEARST made

VAMOS A LA PLAYA

El verano es la época perfecta para desplegar tu estilo. Las altas temperaturas no están reñidas con la elegancia: la clave reside en la ligereza de los tejidos, en la frescura de los toques de color y en la magia de unos buenos accesorios. Disfruta creando tu propia versión de la temporada.

Realización de *Claudia Laukamp*

Fotografía de *Pepe Lobez*





Chaqueta y falda, ambas de algodón, jersey de lana, bolso de satén y zapatos de piel, todo de PRADA *(c.p.v.).*





Chaqueta de tejido técnico (3.400 €), top (650 €) y braguita (600 €) de bikini, ambos de nailon, y pendientes de metal con cristal (920 €), todo de CHANEL.

En la otra pág., vestido de punto de MAX MARA *(1.055 €), cinturón de lana de* PARDO HATS *(c.p.v.), sandalias de goma de* HAVAIANAS *(29,99 €, en Parfois), pamela de rafia de* PARFOIS *(69,99 €), pendientes de metal con esmalte de* ETRO *(c.p.v.) y brazaletes, todos de metal, de* PEDRO DEL HIERRO *(c.p.v.).*



Vestido y top, ambos de algodón, sombrero de algodón y piel, y pañuelo de seda, todo de MIU MIU *(c.p.v.).*

En la otra pág., jersey de punto de viscosa y pantalón de lana, ambos de LOEWE *(c.p.v.).*


LOEWE

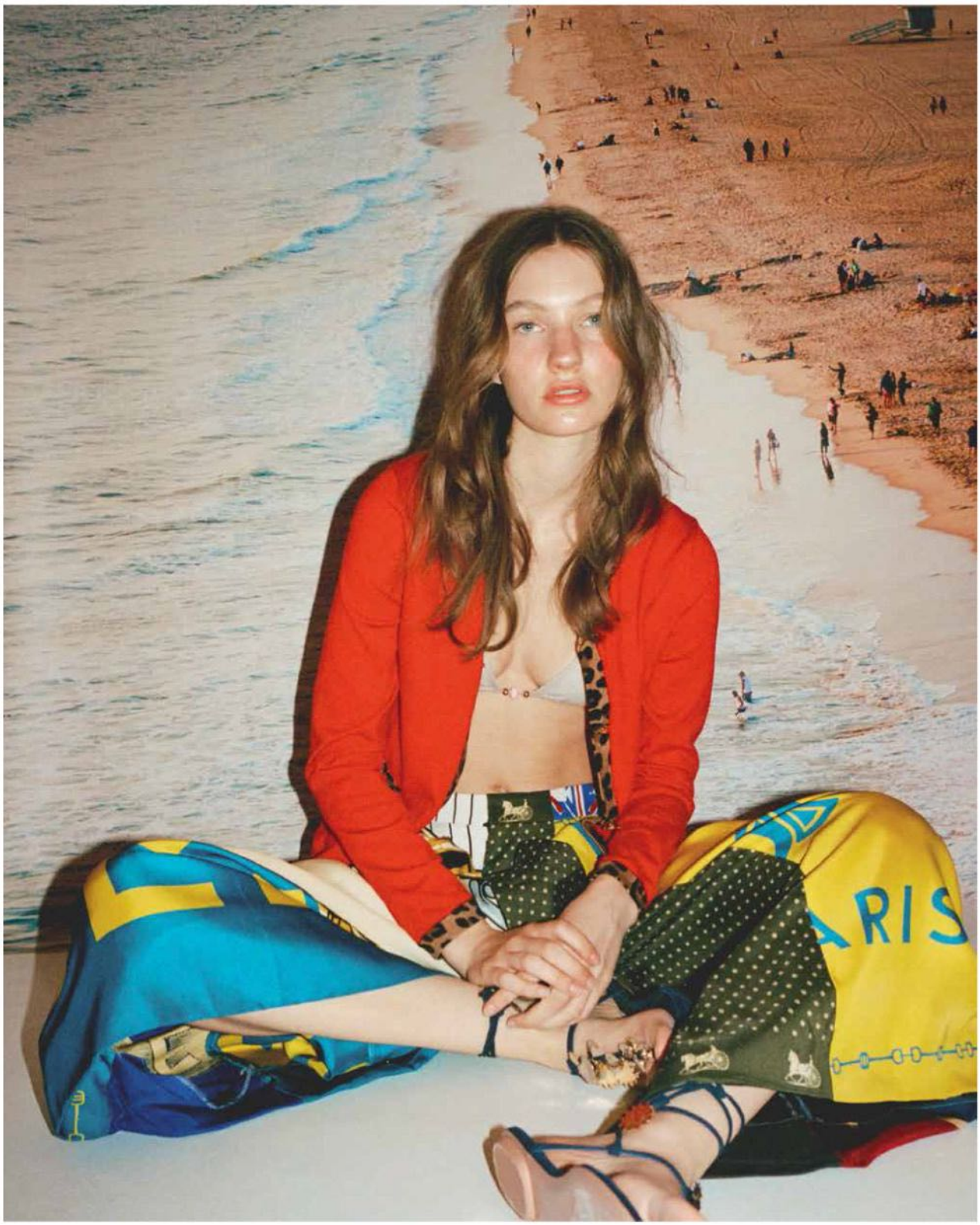


Chaqueta y camisa, ambas de algodón, de LOUIS VUITTON *(c.p.v.), sombrero Pillbox de algodón de* PARFOIS *(22,99 €), reloj Oyster Perpetual 41 de acero Oystersteel y oro amarillo de* ROLEX *(9.400 €) y chanclas de goma de* HAVAIANAS *(29,99 €, en Parfois).*

En la otra pág., chaqueta con bordados y pantalón, ambos de seda, y pendientes de cristales, todo de GIORGIO ARMANI *(c.p.v.); top de bikini de* CAMILA CTG *(70 €); collar Papaya (220 €), collar Macedonia (140 €) y collar Casitas (120 €), todo de* CASHFANA; *collar de piedras y metal (640 €, en la cintura) y anillo (c.p.v.), ambos de* CLEOPATRA'S BLING, *y zapatos de piel y seda de* AQUAZZURA *(750 €).*







Chaqueta de lana de LOLA CASADEMUNT *(99 €), top de bikini de* CAMILA CTG *(c.p.v.), pantalón de seda de* CELINE *(2.400 €) y sandalias de piel de* AQUAZZURA *(895 €).*

En la otra pág., chaqueta de algodón y top de seda y encaje, ambos de CHLOÉ *(c.p.v.).*



PELUQUERÍA Y MAQUILLAJE: RAQUEL ÁLVAREZ (KASTEEL ARTIST MANAGEMENT). PRODUCCIÓN: ITZIAR SAETTONE. ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA: JONI GALMAN. ASISTENTE DE ESTILISMO: NATALIA MUÑOZ. MODELO: ISA WENDEL (BLOW MODELS).



Top (145 €) y falda (275 €), ambos de lino y seda con bordados, de MAJE *por* BLANCA MIRÓ, *top de bikini de* CELINE *(420 €), falda de croché de* MAISON ALAÏA *(c.p.v.), pendientes y collar, ambos de metal y esmalte, de* PEDRO DEL HIERRO *(c.p.v.), collar de madera y piedra de* CLEOPATRA'S BLING *(375 €), collares, todos de metal, de* LORO PIANA *(c.p.v.) y sandalias de piel de* VAGABOND *(85 €).*

En la otra pág., chaqueta de algodón y seda (4.800 €), camisa Dioriviera de seda (2.500 €), falda Dioriviera de algodón y lino (1.700 €) y pendientes de metal (3.500 €), todo de DIOR, *top de bikini de* CELINE *(490 €) y sombrero de rafia de* PARFOIS *(35,99 €).*

DE CÁDIZ A CHIPRE

Encuentra nuevas emociones a través de una revista de viajes con estilo.
O de obras de arte que te conducen a escenarios soñados.



EL ARTE DE VIAJAR

Soñar con un destino, planificar el itinerario, hacer las maletas, vivir la experiencia. Nace *ELLE Travel,* el nuevo cuaderno de bitácora que ayudará a los lectores a cumplir sus sueños viajeros. Una travesía a mil destinos, a mil formas fascinantes de vivirlos. Fieles a la filosofía y al ADN de la revista *ELLE,* en esta nueva publicación hallarás inspiradoras historias que despiertan el deseo de partir; miradas expertas que te ayudarán a preparar tu aventura, así como una cuidada selección de propuestas para viajar mejor. El viaje no ha hecho más que empezar…

Más información sobre ELLE Travel: elle.es

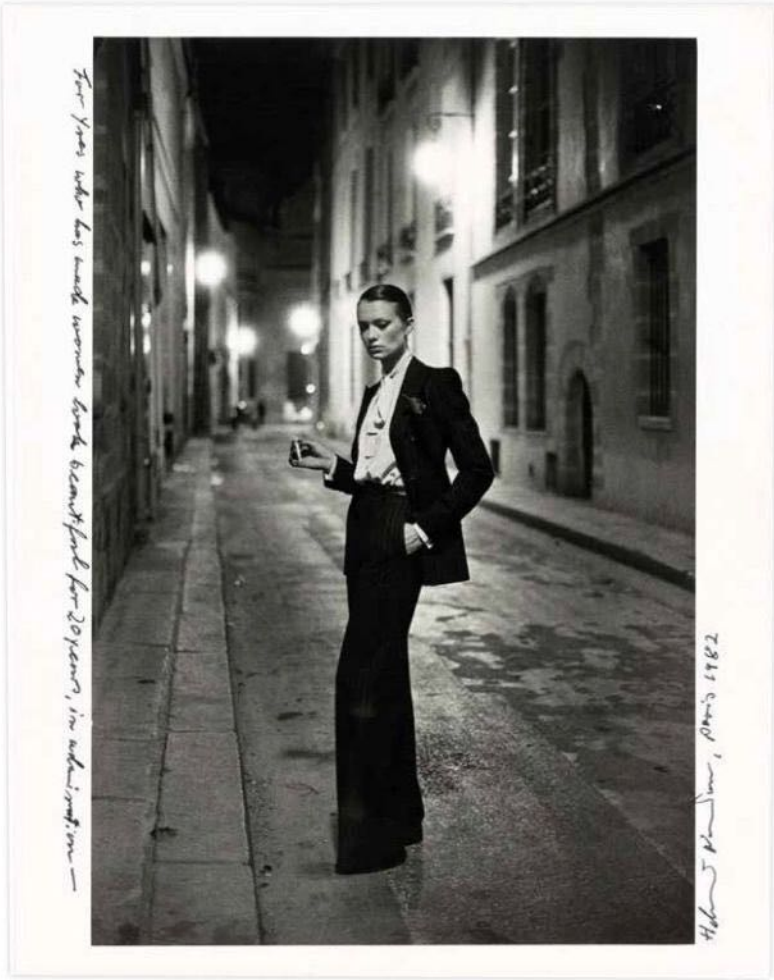
BLANCA REALIDAD

A lo largo de 60 años de carrera, Carmen Laffón se ganó por derecho propio ingresar en la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando de Madrid (segunda mujer que lo logró como académica de número). También ser reconocida como una de las mayores artistas de la figuración, gracias a sus composiciones, presentadas de obra en obra como variaciones en torno a un mismo tema. El Museo Nacional Thyssen-Bornemisza reúne 77 piezas (óleos, carboncillos y esculturas) con su iconografía más frecuente. Entre ellas, la última de sus series, dedicada a las blancas salinas de Bonanza, próximas a su taller de Sanlúcar, bajo la cálida luz de Cádiz.

CARMEN LAFFÓN. VARIACIONES. *Museo Nacional Thyssen-Bornemisza, Madrid. Del 23 de junio al 27 de septiembre.*



TEXTOS: ROSA ALVARES. FOTOS: DARIO ARANYO, *Y LA SAL. SALINAS DE BONANZA (MONTAÑA HORADADA)*, 2020. COLECCIÓN PRIVADA. © CARMEN LAFFÓN, VEGAP, MADRID 2026. FOTOGRAFÍA: CLAUDIO DEL CAMPO.



TEXTOS: ROSA ALVARES. FOTOS: *HELMUT NEWTON, RUE AUBRIOT, PANTSUIT WORN BY VIBEKE KNUDSEN, FALL/WINTER 1975 HAUTE COUTURE COLLECTION.* PUBLICADO EN VOGUE PARIS, SEPTEMBER 1975 © HELMUT NEWTON FOUNDATION. CORTESÍA DE HELMUT NEWTON FOUNDATION Y FONDATION PIERRE BERGÉ – YVES SAINT LAURENT; Y PABLO PICASSO. *POP*, VALAURI, 1948. DONACIÓN DE JACQUELINE PICASSO, 1982. CORTESÍA DEL MUSEU PICASSO.

DIVINO YVES

Siempre fue un modisto visionario, capaz de aportar a la Historia de la Moda femenina prendas tan icónicas como el esmoquin, la sahariana o el caftán. Sin embargo, Yves Saint Laurent no sólo revolucionó armarios, también cambió la mirada que los diseñadores tenían sobre la fotografía de moda, revelándola como herramienta de promoción y como una fuerza creativa que contribuía a definir su trabajo. Lo comprobaremos en la exposición que le dedican en Nueva York, con imágenes de fotógrafos como Helmut Newton, Richard Avedon o Steven Meisel, entre otros, así como hojas de contacto, revistas y material personal del gran creador.

YVES SAINT LAURENT & PHOTOGRAPHY. *International Centre of Photography, Nueva York. Hasta el 28 de septiembre.*





RUMBO AL MAR

Nunca visitó Chipre; sin embargo, Picasso siempre tuvo una predilección especial por las antigüedades de aquel país, conocidas por sus visitas a los grandes centros artísticos de Europa y las revistas de la época. Una muestra en su museo barcelonés nos enseña su personal visión del arte chipriota ancestral desde su mirada lúdica y singular.

PICASSO CHIPRE. ENCUENTROS CON LA CERÁMICA DEL MEDITERRÁNEO. *Museo Picasso, Barcelona. Hasta el 27 de septiembre.*

ISLEÑOS

De Bob Marley a Rafa Nadal, de Björk a Jonathan Anderson: las islas llevan siglos produciendo personajes mucho más grandes que el territorio que los vio nacer. Este es un viaje por esos lugares rodeados de agua donde los límites estimulan la imaginación.

Por *Carlos Megía*



De izda. a dcha., Kylie Minogue (Australia), Jonathan Anderson (Irlanda del Norte), Rossy de Palma (Mallorca), Grace Jones (Jamaica), Paul Mescal (Irlanda), Björk (Islandia) y Bad Bunny (Puerto Rico).

CONTRA TODA lógica geográfica, las islas poseen la extraña tendencia de producir talentos desproporcionados. Jamaica dio a Bob Marley. Barbados a Rihanna. Puerto Rico a Bad Bunny. Islandia a Björk. Mallorca a Rafa Nadal. Hawái a Barack Obama y, casi por accidente, también a Nicole Kidman. No está mal para un puñado de trozos de tierra rodeados de agua. Quizá sea casualidad. O quizá no.

Si, como afirmaba Borges, «el lugar donde nacemos moldea lo que somos», en esta gran cadena de producción humana los continentes funcionarían como fábricas colosales, mientras que las islas serían una especie de laboratorios extravagantes; talleres experimentales capaces de dar vida a criaturas tan singulares como extraordinarias. Allí todo ocurre bajo condiciones particulares y a pequeña escala, pero algunas de las personalidades que se forjan parecen exceder las dimensiones de la tierra que las vio nacer. Como esas especies autóctonas que desarrollan características propias y únicas, quienes crecen rodeados de agua entienden desde pequeños algo que el resto de los mortales tarda años en descubrir: el mundo tiene límites. En su caso son visibles y pueden señalarse. Están donde termina la tierra y comienza el mar. Intentar averiguar qué hay más allá es quizá una de las características comunes a los ➤

LOS CONTINENTES LLEVAN SIGLOS UTILIZANDO LAS ISLAS COMO PANTALLAS SOBRE LAS QUE PROYECTAR FANTASÍAS.



Aunque Freddie Mercury vivió en Inglaterra, nació en la isla de Zanzíbar. Abajo, Bruno Mars (Hawái). A la dcha., Jacob Elordi y Margot Robbie, ambos australianos.

isleños y el motor que ha llevado a los más audaces a cruzar los límites desbordando su talento y exportándolo al otro lado del océano.

Ocurre, de forma particular y notoria, en el mundo de la moda. Ahí están diseñadores españoles como Manolo Blahnik (Santa Cruz de La Palma, Tenerife) o Miguel Adrover (Calonge, Mallorca), dos creadores que han sabido empujar las barreras de la industria: el primero elevando a mujeres de todo el mundo sobre sus icónicos tacones; el segundo convirtiendo la pasarela en un espacio de discurso político. No son los únicos. El actual director creativo de Dior y uno de los grandes talentos de su generación, Jonathan Anderson, nació en Irlanda del Norte; origen que comparte con la imaginativa Simone Rocha. Domenico Dolce, cofundador de Dolce & Gabbana, vino al mundo en la isla más grande del Mediterráneo, Sicilia; la misma que vio nacer a Fausto Puglisi. El añorado Óscar de la Renta era originario de República Dominicana y Yohji Yamamoto, Issey Miyake, Rei Kawakubo o Kenzo han hecho de Japón una de las mayores naciones insulares del planeta, la cuna de una vanguardia que ha transformado y moldeado la moda contemporánea.

Todos ellos han desarrollado una forma particular de entender la moda, quizá porque crecer rodeados de agua implica habitar una paradoja constante: vivir en un espacio delimitado y, al mismo tiempo, abierto al mundo. En esa mezcla entre aislamiento y apertura, entre identidad de autóctonos e influencia de visitantes, han encontrado la inspiración para traducir su propia noción de lo bello en vestidos, camisas o zapatos que trascienden cualquier frontera. Sus creaciones demuestran que el talento no entiende de limitaciones geográficas ni puede quedar confinado por ellas. «Toda escritura no es otra cosa que la bandera de Robinson en el punto



De izda. a dcha., Bob Marley (Jamaica), Quevedo (que nació en Madrid, pero se crio en Gran Canaria), Concha Buika (Mallorca) y Óscar de la Renta (República Dominicana).

FOTOS: GETTY IMAGES, JAVIER RUOSA Y D.R.

más alto de la isla», apuntaba Kafka, consciente de la necesidad del artista de gritarle al mundo su existencia, cual náufrago solitario, con la esperanza de que alguien a lo lejos lo vea.

Pero si bien lo extraordinario puede viajar lejos, rara vez se desprende del todo de su origen. Hay famosos que, a golpe de talonario, presumen de tener isla propia y privada. Y luego están los que, sin pretenderlo, son prácticamente indistinguibles de las suyas. Bob Marley no es sólo un músico jamaicano. Es una parte de la identidad cultural de Jamaica y logró que millones de personas soñaran con la isla sin haber puesto jamás un pie allí. Rafa Nadal ha ganado sus 92 torneos en los cinco continentes, pero sigue orbitando alrededor de Mallorca como si un hilo invisible los mantuviera unidos. 'La de Barbados' se ha convertido en el caso de Rihanna en una especie de apellido para una cantante que no lo necesita. Y cuesta imaginar a Bad Bunny separado de Puerto Rico porque buena parte de su obra consiste precisamente en cantarle al mundo qué significa ser boricua y plasmar la lucha por la preservación de su identidad frente a la amenaza de la homogeneización colonialista.

CUANTO MÁS LEJOS LLEGAN, MÁS CERCA SIENTEN SU ISLA HASTA EL PUNTO DE LLEVARLA CONSIGO ALLA DONDE VAN. SE CONVIRTIEN EN EMBAJADORES INVOLUNTARIOS.

Del mismo modo que él entona en *Acho Pr,* «viajando el mundo entero, pero siempre vuelvo pa' mi canto», Derek Walcott, el poeta nacido en Santa Lucía y ganador del Nobel de Literatura, dedicó buena parte de su obra a explorar una condición que parece común a los insulares: incluso aunque se marchen, nunca terminan de irse del todo. En *Omeros* escribió ➤



De izda. a dcha., Miguel Adrover (Mallorca), Javier Bardem (Gran Canaria), Rei Kawakubo (Japón), Marc Anthony (Puerto Rico) y Nicole Kidman (Hawái, criada en Australia).

que en toda odisea existen dos viajes, el físico y el interior. Y esa es una buena definición del isleño: alguien que parte dos veces. La primera en avión y la segunda en la imaginación. O quizá sea al revés. El caso es que muchas veces, cuanto más lejos llegan, más cerca sienten su isla hasta el punto de llevarla consigo allá donde van convirtiéndose en embajadores involuntarios.

Durante décadas, medio planeta imaginó Islandia a través de la voz imposible de Björk: volcanes, hielo, niebla, silencio y singularidad. Países enteros han invertido fortunas en campañas institucionales sin conseguir lo que su voz ha hecho por la tierra del hielo y el fuego. Medio planeta ha aprendido más geografía escuchando música que prestando atención en clase. La propia cantante parece haber sido inventada por la isla. Cuesta imaginarla naciendo en Chicago. O a Jason Momoa creciendo en un suburbio residencial de Londres. Incluso Freddie Mercury parece poseer algo de esa extravagancia propia de quienes llegan desde un lugar situado ligeramente fuera del mapa mental del resto del mundo. Rossy de Palma también pertenece a esa categoría. O César Manrique, considerado ya más un hito geológico del mismo Lanzarote que un artista.

Quizá sorprende aún más que en esos lugares aparentemente aislados emerjan personalidades tan únicas por culpa del gran estereotipo que los rodea. En *Los descendientes,* la película de Alexander Payne, hay una escena tan hila-



De izda. a dcha., Stella McCartney (Inglaterra), Barack Obama (Hawái), Cillian Murphy (Irlanda), Domenico Dolce (Sicilia) y Rihanna, de Barbados.

rante como descriptiva en la que el personaje de George Clooney se burla de la imagen que el resto del mundo tiene de Hawái. Como si todos los hawaianos pasaran el día «bebiendo mai tais, moviendo las caderas, tocando el ukelele y surfeando al atardecer». Como si vivir en una isla equivaliera a estar permanentemente de vacaciones. La observación resulta divertida precisamente porque es cierta. Los continentes llevan siglos utilizando las islas como pantallas sobre las que proyectar fantasías. Convertimos Jamaica en *reggae,* Ibiza en fiesta, Islandia en misterio y Hawái en paraíso.

Incluso Nicole Kidman, nacida en Honolulu durante una estancia temporal de sus padres australianos, forma parte de ese imaginario. Durante años se ha repetido una anécdota según la cual su piel extremadamente clara la obligaba de niña a mantenerse alejada del sol, refugiándose en los libros y despertando así su vocación interpretativa. Hay algo irónico en ello: una de las actrices más deslumbrantes de nuestro tiempo crece escondiéndose precisamente de aquello que asociamos con el paraíso tropical. Pero quizá las islas nunca fueron paraísos (o al menos no sólo eso). Quizá siempre fueron lugares desde donde el mundo comienza a expandirse. Por cierto: el nombre hawaiano de Kidman es Hokulani, que significa 'estrella celestial'. A juzgar por lo que vendría después, quizá los hawaianos simplemente tenían mejor información que el resto. ■

QUIENES CRECEN RODEADOS DE AGUA ENTIENDEN DESDE PEQUEÑOS ALGO QUE EL RESTO DE LOS MORTALES TARDA AÑOS EN DESCUBRIR: EL MUNDO TIENE LÍMITES.



De izda. a dcha., Manolo Blahnik (La Palma), Benicio Del Toro (Puerto Rico), Kenzo Takada (Japón) y Chris Hemsworth (Australia).

BELLEZA POÉTICA

Nos rendimos al ritmo pausado del estío para apurar al máximo la felicidad que nos da el arte en todas sus disciplinas: fotografía, pintura, escultura y hasta un 'thriller' que nos deja boquiabiertos.



RETRATOS DEL ALMA

Fotógrafos de moda hay muchos, pero sólo unos cuantos elegidos logran convertir sus instantáneas en poesía. Como Paolo Roversi que, como revela su amplísima carrera, ha forjado un lenguaje propio con el que consigue conectar con el alma de sus modelos para retratarlos de una forma auténtica y sorprendente. Él se considera sólo un artesano; sin embargo, los más grandes diseñadores saben que es un maestro. Merece la pena descubrir su talento en la exposición que este verano le dedica la Fundación MOP.

PAOLO ROVERSI. DOUBTS. *Fundación MOP, A Coruña. Hasta el 20 de sep.*

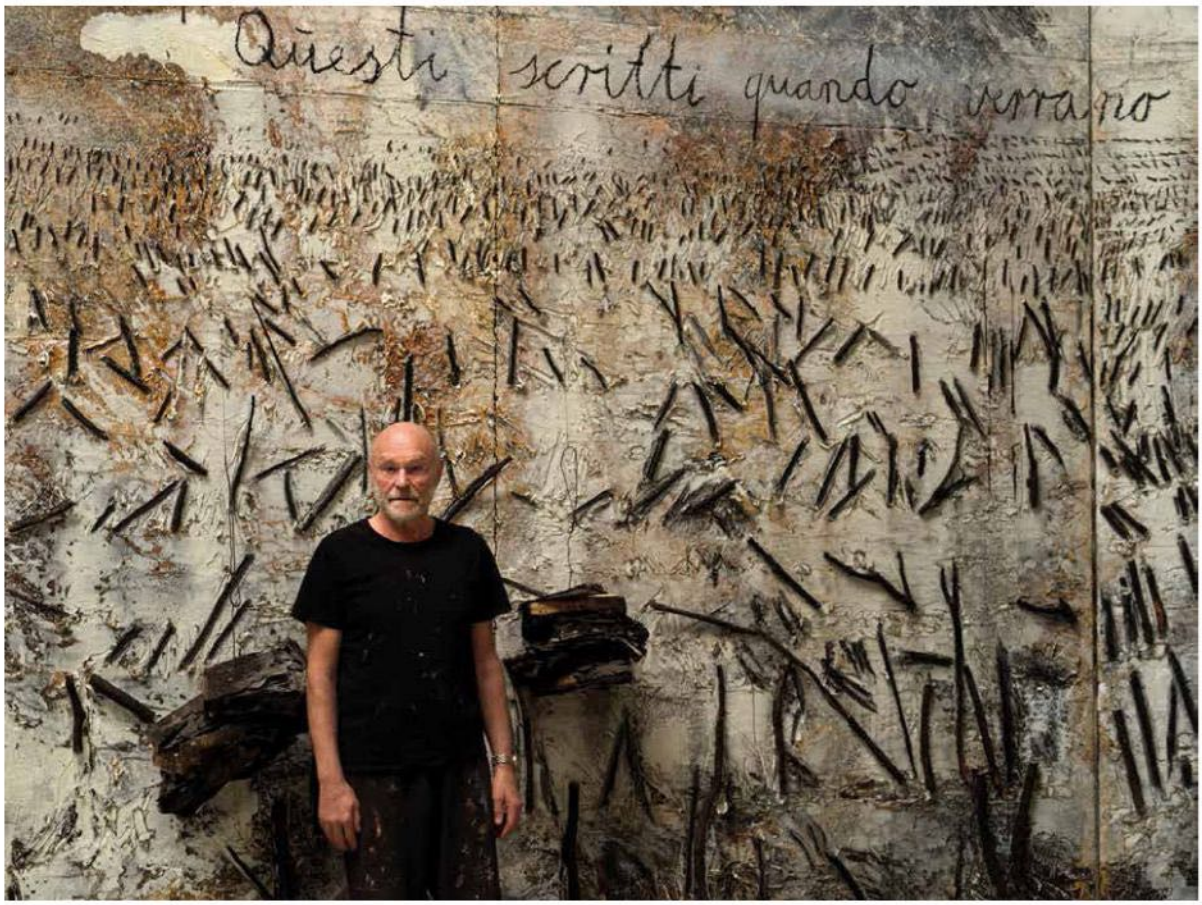
JARDÍN SECRETO

Con el calor estival, no está de más adentrarse en refrescantes (y privados) jardines para darnos un respiro y, al mismo tiempo, conocer a artistas poco habituales en nuestras agendas. Por eso, quienes estén en Madrid deberían acercarse a la Banca March (previa inscripción en su web) para contemplar las esculturas del británico Thomas Houseago, uno de los artistas más relevantes de este siglo y famoso por rendir culto al ser humano con piezas metálicas de gran formato.

THOMAS HOUSEAGO. ESCULTURAS. *Jardín Banca March, Madrid. Hasta el 30 de octubre.*



TEXTOS: ROSA ALVARES. FOTOS: *MILEY CYRUS*, PARIS, 2025. © PAOLO ROVERSI, CORTESÍA DE LA FUNDACIÓN MOP, Y *ALUMINIUM CONSTRUCTION NO. I (GIANT)*. © THOMAS HOUSEAGO, CORTESÍA DEL ARTISTA, XAVIER HUFKENS Y BANCA MARCH.



MATERIA VIVA

Historia, literatura, mitología, música y naturaleza convergen en la pintura de Anselm Kiefer, creador alemán que, en el Centro de Arte Hortensia Herrero (CAHH) de Valencia, propone al espectador una sugerente experiencia casi inmersiva. La suya es una obra llena de fuerza, donde la materia encuentra un espacio propio: obras llenas de capas, texturas y colores que se cuelan para siempre en el imaginario de quienes las contemplan. Si a eso le añadimos la singularidad y belleza del propio edificio que acoge el CAHH (un palacio del siglo XVII en pleno centro de la ciudad), disfrutaremos de un diálogo entre arte y arquitectura en el que el público también participa.

ANSELM KIEFER. *Centro de Arte Hortensia Herrero, Valencia. Hasta finales de octubre.*

¿AMIGAS ETERNAS?

Hay amigas condenadas a entenderse… o no. *Mother Mary* –protagonizada por Anne Hathaway y dirigida por David Lowery– nos sumerge en la intensa relación (y no necesariamente pacífica) entre una cantante de pop y una antigua amiga suya diseñadora de moda, a la que la diva recurre para crear un vestido para sus actuaciones. Un *thriller* psicológico, a medio camino entre el drama y el terror, que evidencia una verdad verdadera: con los años, la gente cambia. Este film nos reserva una sorpresa más, en él Hathaway se estrena como cantante.

MOTHER MARY. *Estreno en cines: 31 de julio.*



TEXTOS: ROSA ALVARES. FOTOS: ANSELM KIEFER JUNTO A UNA DE SUS OBRAS REALIZADAS PARA LA EXPOSICIÓN EN EL PALACIO DUCAL DE VENECIA. © GEORGES PONCET, Y D.R. A24.



VERANO A LA VISTA

Fotografía de ELLEN FEDORS Estilismo de MIGUEL ENAMORADO

Las gafas de sol XXL de líneas curvas serán las reinas de la temporada estival. Atrevidas, como pequeñas obras de arte para tu mirada, serán la piedra angular de tu 'look'.



Gafas de sol Iverse con montura de acetato de MIU MIU *(310 €) y pendiente* earcuff *Phillipa de metal de* ANA KHOURI *(c.p.v.).*



Gafas de sol Elevane de MONCLER *(330 €) y pendientes, ambos de oro con cristales, de* PANDORA *(69 €, c/u).*
En la otra pág., gafas de sol Mariposa con montura de acetato de MAISON ALAÏA *(370 €).*



Gafas de sol TYLER-02 de TOM FORD *(410 €).*
En la otra pág., gafas de sol Speed Shield de LOEWE *(480 €).*







PELUQUERÍA Y MAQUILLAJE: LARAMIE PARA ARMANI BEAUTY Y ORIBE.
CASTING: ANITA BITTON (THE ESTABLISHMENT). MODELO: CELINE VIVOD.



BAJO EL CIELO

Teniendo en cuenta que el día 12 de agosto se producirá un eclipse solar total, no está de más reflexionar sobre el astro rey (y su ocultamiento) desde una mirada artística. Eso sí, tendremos que viajar a las Baleares para ver la exposición *Intersticios. Donde el sol dibuja el tiempo,* de Aina Albo Puigserver: un proyecto creado específicamente para Es Baluard Museu d'Art Contemporani de Palma donde la luz se convierte en medida y materia del tiempo. Tan particular como cuando la gran estrella parece desaparecer.

AINA ALBO. INTERSTICIOS.
Es Baluard, Palma de Mallorca.
Hasta el 20 de septiembre.

ODA AL SOL

Este verano, el sol (o su eclipse) nos invita a contemplarlo o a dejar que nos acaricie mientras disfrutamos de la lectura de un buen libro.

¡NO TOME ASIENTO!

La historia del diseño nos ha demostrado que un objeto tan sencillo (y necesario) como un sillón puede ser bello. Lo volvemos a ver en la obra *Strata of Illusion,* de Jongjin Park. Con ella ha conseguido el Loewe Foundation Craft Prize 2026: hecho con una masa de miles de capas de papel superpuestas y recubiertas de porcelana en distintos colores, durante la cocción en horno, el papel se quema y la masa cede, dando una curiosa forma al resultado final. Eso sí, sentarse en él sería un pecado estético.

Más información: loewe.com



TEXTOS: ROSA ALVARES. FOTOS: © AINA ALBO PUIGSERVER. *INVISIBLE I VISIBLE: ANALEMES.* 2026 (DETALLE), CORTESÍA DE LA ARTISTA. FOTOGRAFÍA: DAVID BONET. Y © LOEWE FOUNDATION.

LETRAS FRESCAS

MALINA, Ingeborg Bachmann *(Edit. Nórdica)*. ¿Cómo puede retratarse una escritora en un entorno donde los hombres mandan? La respuesta en esta novela a medio camino entre una historia de amor y un relato policiaco. **LA MILAGROSA MUDANZA DE LA MANSIÓN MINA DE LOS MILLER,** David Eggers *(Impedimenta)*. Humor y ternura para una trama disparatada (basada en hechos reales) donde se dan cita un perro, un agujero y una mina de plata. **SOY LA NUEVA,** Beatriz Arias *(Espasa)*. Si alguna vez has sufrido el síndrome de la impostora, es hora de enfrentarse a él a carcajadas. **AIRE DE FAMILIA,** Alessandro Piperno *(Libros del Asteroide)*. Tras ser cancelado por comentarios misóginos, un catedrático tendrá que hacerse cargo del hijo de su prima. ¿Sacará el chico lo mejor de él? **LA EDUCACIÓN DEL MONSTRUO,** Elvira Mínguez *(Espasa)*. Silencios, miedos, horror infantil… La actriz vuelve a demostrar que posee una de las miradas más talentosas de la narrativa actual. **EL SEXTO MESÍAS,** Marc Frost *(Impedimenta)*. Un espléndido cóctel de aventura y terror en el que Arthur Conan Doyle se adentra en el corazón de Estados Unidos para desentrañar un enigma ancestral. **25 ÚLTIMOS VERANOS,** Stephan Schäfer *(Maeva)*. ¿Estamos seguros de que no nos estamos perdiendo lo más importante? Una historia para aprender a saborear la felicidad. **EL ESTADO DE LA UNIÓN,** Nick Hornby *(Anagrama)*. Los conflictos de una pareja y sus impagables conversaciones, analizadas por el talentísimo Hornby. **EINSTEIN EN EL PAÍS DE KAFKA,** Ken Krimstein *(Salamandra Graphic)*. La teoría de la relatividad y *El proceso* se encuentran en una novela ilustrada que no pasa desapercibida. **SUPERVIVIENTE,** Chuck Palahniuk *(Random House)*. Idolatría, banalidad, surrealismo, consumo… Todo en una divertida obra del autor de *El club de la lucha*.



TEXTO: ROSA ALVARES. FOTOS: D.R.

Rafia en SAINT-TROPEZ

Relegada, primero, al capazo playero (ese que Jane Birkin 'iconizó' en las calles de París), la rafia se ha posicionado inesperadamente como el tejido veraniego por excelencia. Hoy se antoja crucial en el armario estival tejiéndose en sombreros 'bucket', sandalias, rematando faldas formales y hasta zapatos de noche. ¡A la maleta!

Fotografía de ELLEN FEDORS

Estilismo de JACLYN ALEXANDRA COHEN



Vestido de popelín (c.p.v.), bolso de croché (1.500 €), top de bikini de nailon (390 €) y cangrejeras de piel y algodón (910 €), todo de MIU MIU.





Bolsos, todos de rafia con flecos Goldentime, de ZIMMERMANN *(de arriba abajo, 650 €, 595 € y 695 €).*
En la otra pág., falda de seda y rafia (9.900 €), bolso de rafia (5.600 €) y bolso de rafia y lana (6.100 €), todo de CHANEL.



Top pañuelo de seda estampada (c.p.v.) y sombrero Teddy-D de rafia y grosgrain *(890 €), ambos de* DIOR.
En la otra pág., vestido de georgette *de seda ligera (3.800 €) y, de arriba abajo, bolso Bird (1.500 €) y capazo Braid (1.100 €), ambos de palma de iraca y piel, y capazo Eclipse mediano de rafia y piel (1.400 €), todo de* LOEWE.

PELUQUERÍA Y MAQUILLAJE: LARAMIE PARA ORIBE Y ARMANI BEAUTY. *CASTING*: ANITA BITTON (THE ESTABLISHMENT). MODELO: CELINE VIVOD.


LOEWE

EN LA OLA DE

COREA

Seúl fue la ciudad elegida por Audemars Piguet para presentar su última gran revolución: una versión de su icónico reloj creada en colaboración con dos de los diseñadores más disruptivos de las últimas décadas: Yoon y Verbal.

Por CELIA CUERVO

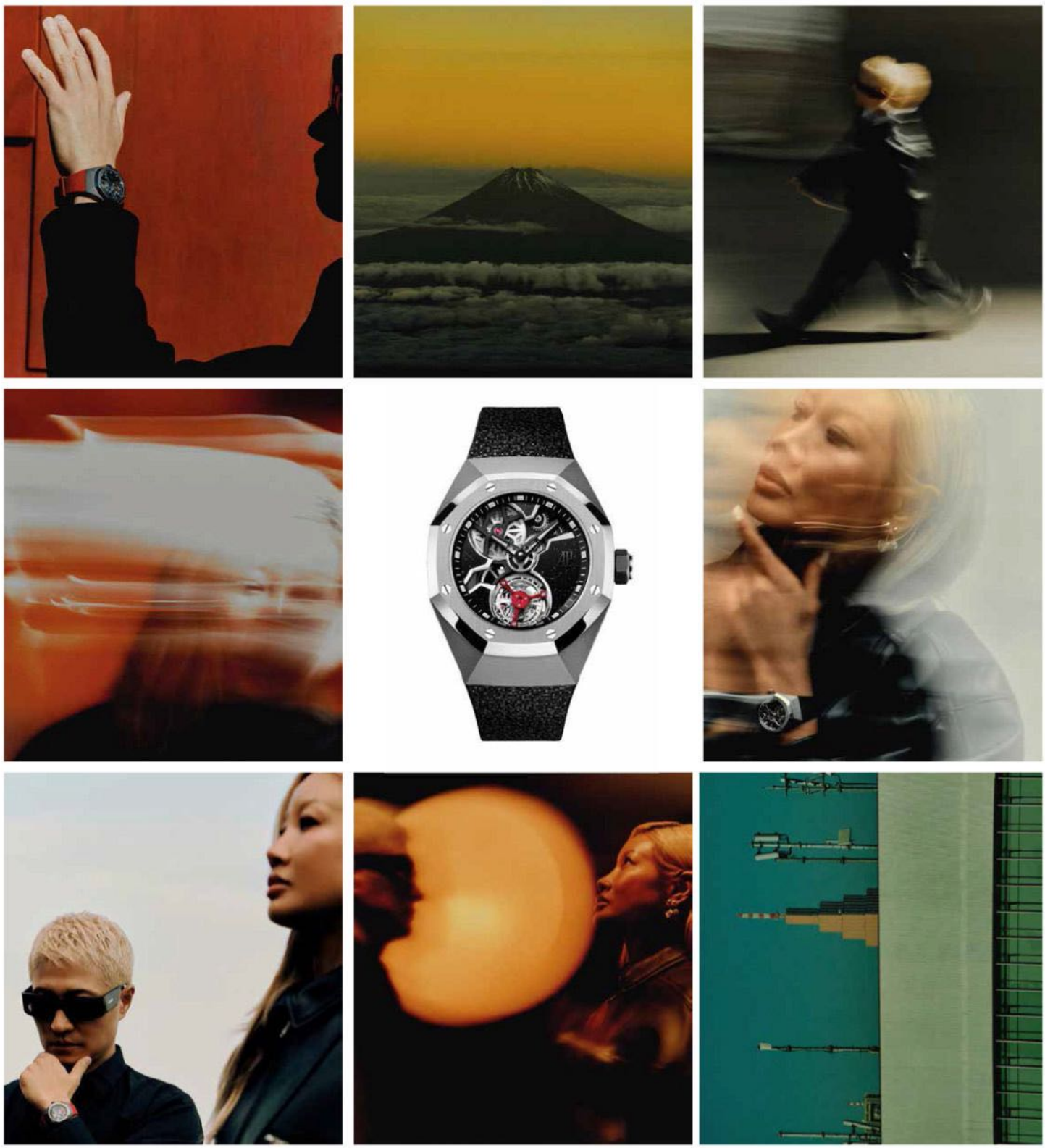
«ESTE reloj va a 'sobrevivirme'», dice con cierto estupor la coreana Yoon Ahn, diseñadora (lo fue de joyería de Dior Men), cofundadora de la marca Ambush y pareja (emocional y creativa) del rapero y productor musical japonés Verbal. Se refiere a la pieza que han creado juntos en colaboración con Audemars Piguet, una edición limitada de 150 ejemplares fruto del diálogo con la manufactura suiza, que promete alzarse como uno de los diseños más relevantes del año en el ámbito relojero. Estamos en el espacio de la firma en Seúl, en la AP House, como la llaman, conociendo en primicia, junto a un reducido grupo de periodistas de todo el globo, la obra en cuestión. «Quiero decir, que va a perdurar cuando yo no esté, y eso me resulta increíble», aclara. Lo cierto es que no es una manera de crear a la que estén acostumbrados: la industria de la moda y del diseño lleva años yendo demasiado rápido. Una cosa nueva, la siguiente, la siguiente. Pero al crear una pieza tan valiosa como un reloj de Audemars Piguet, las reglas del juego cambian: se trata de diseñar algo atemporal pero que, a la vez, cuente algo diferente. Y ellos, reinterpretando el icónico modelo Royal Oak Concept Tourbillon Volante, lo han conseguido.

«Esta colaboración nos ha abierto la puerta a una forma de expresión muy diferente. Cuando nos enfrentamos a los artistas en un diálogo y no con un *briefing,* esa conversación nos devuelve cosas en las que nosotros mismos no habíamos caído», añade Ilaria Restas, CEO de Audemars Piguet. El proyecto surgió hace tres años como algo destinado a suceder: el primer reloj que se compró Yoon fue un Royal Oak y, para Verbal, coleccionista devoto de cápsulas del tiempo, esto era casi más un sueño que un trabajo. La compañía les puso como pauta sólo que fueran libres de hacerle cosquillas a sus propios métodos, que forzaran los límites de su percepción. Así terminaron creando un objeto entre la tradición y la modernidad (como evoca la ciudad en la que estamos), entre la sofisticación y lo disruptivo, entre lo elegante y lo funcional: un reloj de 38,5 mm con correa intercambiable (en rojo y en negro), elaborado en titanio y con una esfera de aventurina negra en la que su complicación estrella, el *tourbillon* volante, se tiñe de rojo coronándose como el corazón de la pieza.

«Queríamos expresar lo poético del tiempo –dice Yoon–. Es algo que hoy parece fácil: tocas la pantalla del móvil y lees la hora. Pero los artesanos relojeros crean de manera minuciosa, como la alta costura en la moda. Es toda una forma de arte». Ellos pudieron verlo de cerca en sus varias visitas a Le Brassus, la región suiza donde nació Audemars Piguet. «Nos inspiraron las noches que vivimos allí: la Luna nos hizo pensar en cómo alguien empezó a medir el tiempo observando el cielo y el movimiento del satélite. Es muy romántico», añade.

En definitiva, el dúo creativo lleva años definiendo la cultura contemporánea, y son el referente perfecto para este proyecto de la manufactura por el que han pasado otros nombres como Tamara Ralph o Matthew Williams. «Tenemos el reto de reinventar constantemente el significado creativo de la manufactura relojera, así que cuando la razón funcional ya no la cubrimos, porque la hora está en cualquier teléfono, tenemos que ser culturalmente relevantes, y eso sólo se consigue abriéndose al diálogo, a los impulsos externos, a nuevas experiencias tan enriquecedoras como esta», remata Restas. Un tesoro exclusivo, ya que sólo se han creado un centenar y medio de piezas, dispuesto a hacer historia. ■

FOTOS: CORTESÍA DE AUDEMARS PIGUET.

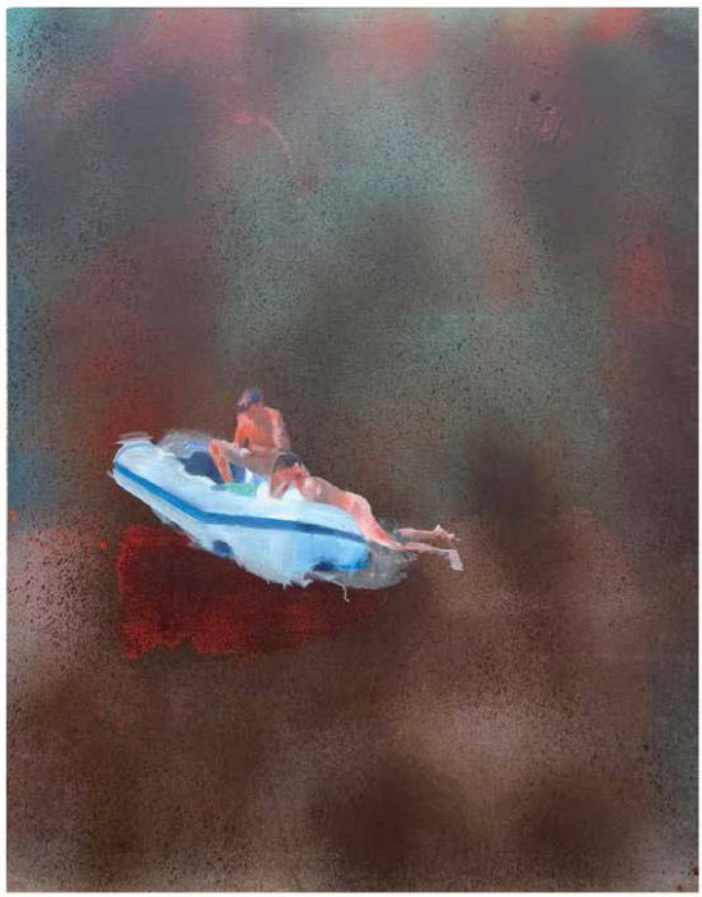


Sobre estas líneas, Yoon y Verbal, los creativos que impulsaron la moda urbana en la industria antes de que esta estuviera de moda, y últimos colaboradores de Audemars Piguet, dando vida a su propia versión del modelo Royal Oak Concept Tourbillon Volante. Una pieza de coleccionista creada en titanio, con esfera de aventurina negra con destellos que evocan el cielo estrellado de Le Brassus y una correa intercambiable en rojo y en negro.

LA ISLA MÁS 'ARTY'

Más allá del sol y el mar, Ibiza late al ritmo de la creación actual con CAN Art Fair. Cuatro días para recorrer la isla a través de galerías y talento balear.





TEXTO: ROSA ALVARES. FOTOS: *MUROS DE HORMIGÓN* DE LA ARTISTA MERCEDES BALLE EN EL PROGRAMA OFF DE CAN ART FAIR IBIZA, FOTOGRAFÍA DE MARÍA SANTOS. A LA DCHA., *ZODIAC* DE LA ARTISTA CATALINA JULVE.

LUZ CREATIVA

Cosmopolita, luminosa, divertida, natural y llena de arte. Porque en Ibiza es posible disfrutar del mar, el sol, la noche y también de la creación contemporánea. De esto último se encarga Contemporary Art Now (CAN) Art Fair Ibiza, una cita con galerías nacionales e internacionales que convierte la isla pitiusa en el centro del arte más actual. La apuesta de CAN pasa también por abrirse a la escena artística balear con su Programa OFF: creadores de las islas con muestras en lugares emblemáticos como Sa Punta des Molí o el faro de Ses Coves Blanques. Porque, entre cala y cala, también hay tiempo para la cultura inspiradora.

CAN ART FAIR IBIZA. *Varias localizaciones, Ibiza. Del 25 al 28 de junio.*





LA DOLCE VITA



Además de sus instalaciones de ensueño, el hotel incorpora valet parking, room service 24 horas y una estación de desayuno con barista, entre otros.

MÁS INFORMACIÓN

Situado frente al mar de Santa Eulària, en Ibiza, el hotel Mongibello alcanza la categoría de cinco estrellas gracias a sus instalaciones, sus exclusivos servicios y su propuesta gastronómica.

Inspirado en la elegancia desenfadada de la Italia de los años sesenta, el hotel Mongibello construye un universo único en el que el diseño, la gastronomía y el espíritu mediterráneo son los grandes protagonistas de una Ibiza llena de estímulos. Esta temporada, inaugura una nueva etapa al alcanzar la categoría de cinco estrellas, gracias a sus instalaciones y una propuesta de experiencias que lo convierte en uno de los epicentros sociales de la vibrante isla, sin renunciar a la esencia que lo define desde sus orígenes y que caracteriza a los establecimientos de Concept Hotel Group. Entre sus grandes atractivos destaca Sorella, el restaurante italiano donde el chef siciliano Francesco T. Leggio reinterpreta los sabores de su país a través del producto local de la isla, todo ello acompañado de unas vistas privilegiadas al Mediterráneo. Una propuesta que termina de consolidar este enclave como uno de los lugares más deseados para descubrir y saborear el auténtico verano ibicenco.

HEARST made

Brillo del Caribe



Realización de Claudia Laukamp
Fotografía de Nuria Serrano

Como centelleantes tesoros marinos, las nuevas piezas de joyería y relojería se funden con los secretos del gran azul en un estético viaje (aunque sólo sea visual) al paraíso veraniego por excelencia.



RELOJ CONQUEST DE ACERO DE **LONGINES** (1.500 €).
EN LA OTRA PÁG., ANILLO CLASH DE ORO ROSA CON ÁGATAS DE **CARTIER** (6.350 €).


PATEK PHILIPPE
GENEVE



BROCHE PARIS FLAMES TIFFANY & CO. SCHLUMBERGER DE ORO AMARILLO CON DIAMANTES DE **TIFFANY & CO.** (C.P.V.). EN LA OTRA PÁG., RELOJ REF. 4946G-001 DE ORO BLANCO CON CORREA DE PIEL DE **PATEK PHILIPPE** (C.P.V.)





COLLAR SERPENTI VIPER Y PENDIENTE SERPENTI CON ESMERALDAS, AMBOS DE ORO BLANCO CON DIAMANTES, DE **BVLGARI** (C.P.V.). EN LA OTRA PÁG., RELOJ OYSTER 276208 DE ORO AMARILLO DE **ROLEX** (C.P.V.).



DE ARRIBA ABAJO, DE IZDA. A DCHA., ANILLO (69 €), ANILLO (59 €) Y *EARCUFF* (59 €), TODO DE ACERO Y RESINA, DE LA COLECCIÓN FLOR DE **TOUS.** EN LA OTRA PÁG., RELOJ ALHAMBRA DE ORO AMARILLO CON DIAMANTES Y ÓNIX DE **VAN CLEEF & ARPELS** (C.P.V.).


VAN CLEEF
& ARPELS


TUDOR

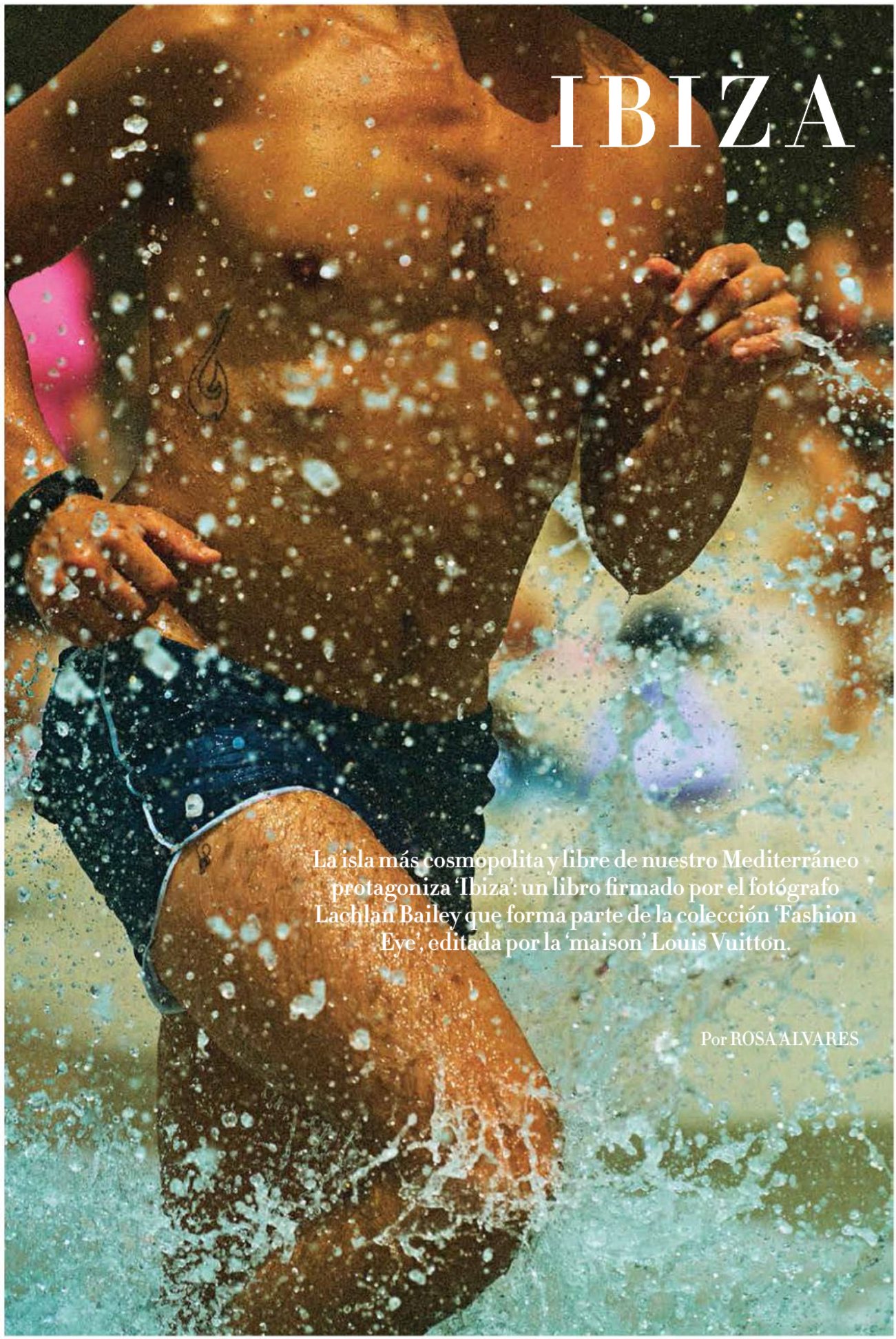


ANILLOS, TODOS DE ORO ROSA Y ORO BLANCO CON GEMAS, DE LA COLECCIÓN NUDO Y NUDO CLASSIC DE **POMELLATO** (C.P.V.). EN LA OTRA PÁG., RELOJ MONARCH MT5662-2U DE ACERO DE **TUDOR** (5.400 €).

LANDING TO



IBIZA



La isla más cosmopolita y libre de nuestro Mediterráneo protagoniza 'Ibiza': un libro firmado por el fotógrafo Lachlan Bailey que forma parte de la colección 'Fashion Eye', editada por la 'maison' Louis Vuitton.

Por ROSA ALVARES

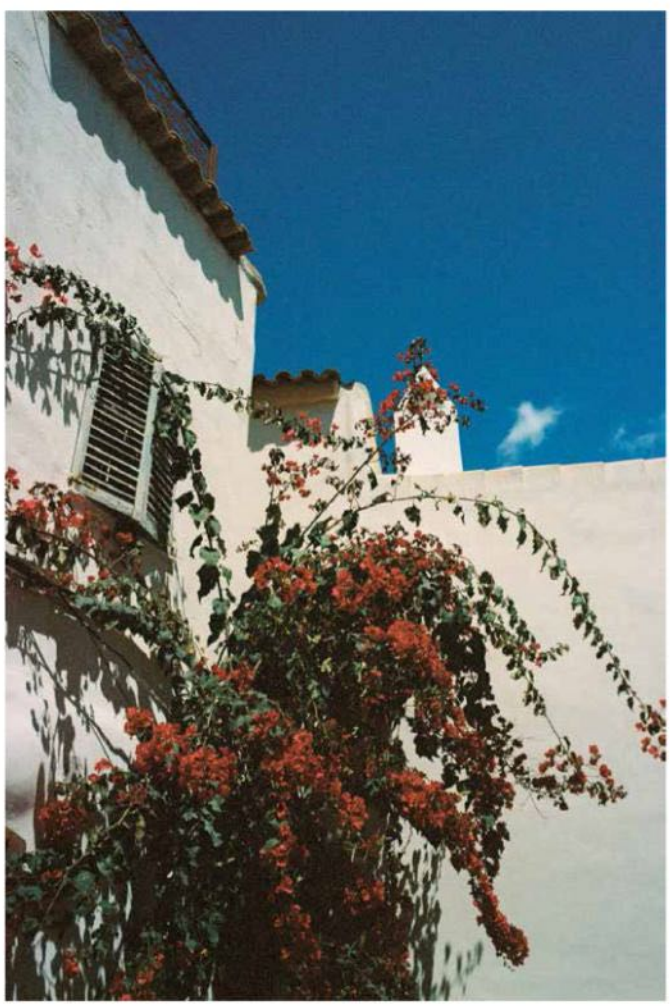
En la pág. anterior, en las playas ibicencas, Bailey encuentra inspiración para reflejar la belleza. Debajo, el artista retrata el movimiento en plena naturaleza, bañado por la luz dorada de la isla. A la dcha., las buganvillas, omnipresentes en Ibiza y en las instantáneas del fotógrafo.





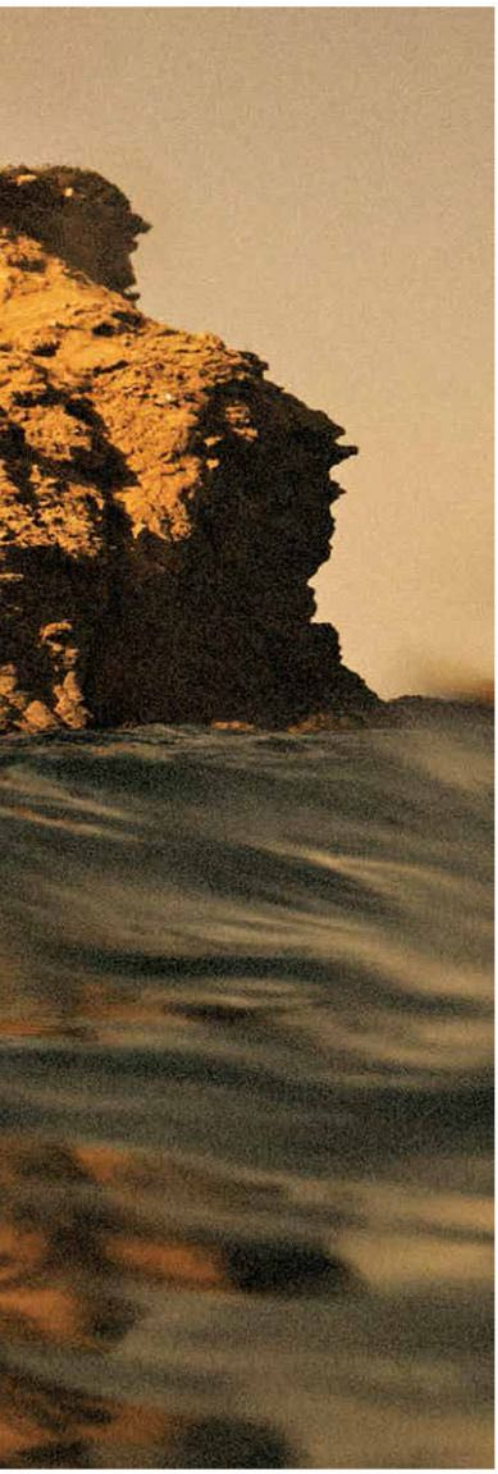
"ME INTERESA ESA SENSACIÓN DE LIBERTAD QUE AÚN EXISTE EN IBIZA. AUNQUE SIGUE CAMBIANDO, CONSERVA UN ESPÍRITU ÚNICO Y ATEMPORAL"

Lachlan Bailey



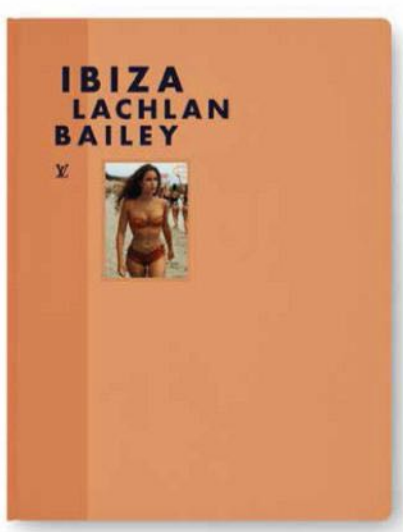


Las siluetas de la naturaleza y del cuerpo humano, con la cálida luz del atardecer pitiuso, comparten protagonismo en *Ibiza,* el *coffee table book* de la colección *Fashion Eye,* editada por Louis Vuitton.



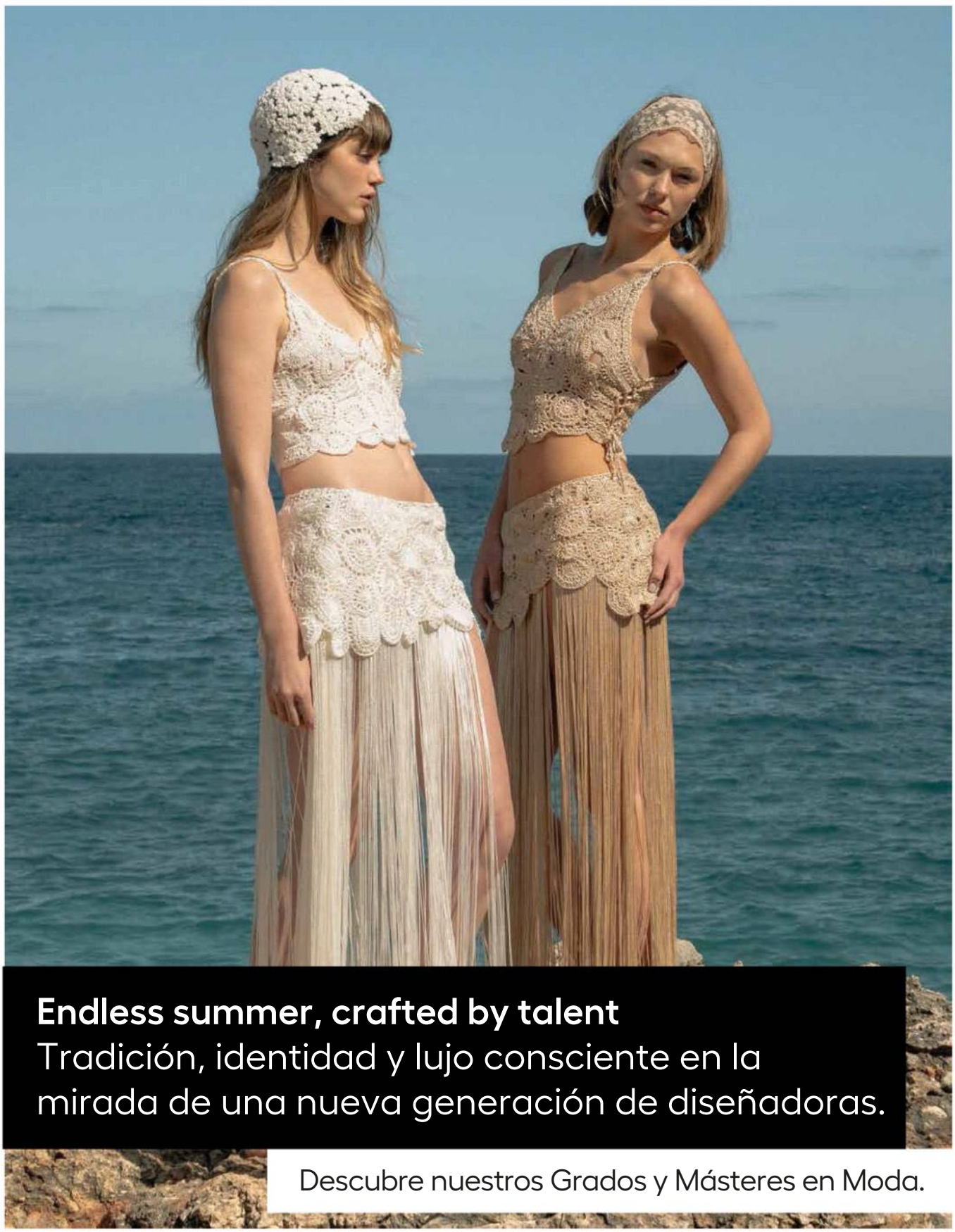
HUBO UN TIEMPO lejano en el que por Ibiza, en contraste con el blanco intenso de sus casas, pululaban tonos grises, ocres y negros que mandaban en el guardarropa de los payeses, quienes escondían su anatomía bajo faldas, gabanes, pañuelos y sombreros que mitigaban el sol de la isla. Cómo imaginar que, décadas después, el movimiento *hippie* y la moda *adlib* enaltecerían la belleza del cuerpo, mostrándolo en un acto libérrimo y revolucionario. La herencia estética y vital de aquella Ibiza cautivó al fotógrafo Lachlan Bailey (Melbourne, 1974). «Tengo una fuerte conexión con la isla, ya que pasé muchos veranos allí con mi pareja cuando vivíamos en Londres –explica–. Era una escapada total de la vida urbana. Esos veranos están llenos de recuerdos felices, así que, en muchos sentidos, *Ibiza* [el libro que ha publicado en la colección *Fashion Eye,* de Louis Vuitton] hunde sus raíces en la nostalgia. La isla tiene una belleza que siempre me ha atraído: su costa, su luz, su paisaje y su gente. Lo que más me interesa hoy es esa sensación de libertad que aún existe allí. Aunque sigue cambiando, conserva un espíritu único y atemporal. La mayoría de las personas que fotografié para el libro crecieron en la isla y poseían una profunda conexión con ella. Quería capturar ese espíritu, más que documentarlo. Me atraen los momentos que se sienten íntimos, nostálgicos y emocionalmente conmovedores».

Cuerpos esbeltos y dorados, en reposo o en movimiento, en sintonía con el vaivén de las olas o con el ritmo de las discotecas. Porque aquí es posible encontrar con igual intensidad la calma de la naturaleza y el ajetreo de la cultura *clubber,* aunque Bailey reconozca que siempre le ha atraído la zona más tranquila de la isla: «Me encanta el norte, donde todo se siente más salvaje, menos urbanizado y más conectado con la naturaleza». Ante su objetivo, la blanca Ibiza se transforma en una isla dorada: «El final del día es mi hora favorita. Me encanta ese momento en que la luz empieza a cambiar de color, pero aún perdura la calidez del día. Hay una suavidad y una magia especiales en esa transición». A pesar del tiempo que lleva Lachlan Bailey retratando la isla, no teme que su inspiración acabe: «Ibiza sigue revelándose poco a poco. Allí siempre hay nuevas historias por descubrir». ■



Universidad Europea
CREATIVE CAMPUS

x BAZAAR



Endless summer, crafted by talent
Tradición, identidad y lujo consciente en la mirada de una nueva generación de diseñadoras.

Descubre nuestros Grados y Másteres en Moda.

Colección cápsula AURÄ, de la firma LAVIE.
Creada por **Victoria Soto** y **Mía Recanate**, alumnas del Grado en Diseño y Creación de Moda.

UN BAÑO DE ARMONÍA

El verano nos incita a disfrutar al aire libre del sol, el mar o la naturaleza. También a resguardarnos de las altas temperaturas en un museo o en un libro que nos hagan viajar a refrescantes mundos estéticos.



¡VIVE TU VIDA!

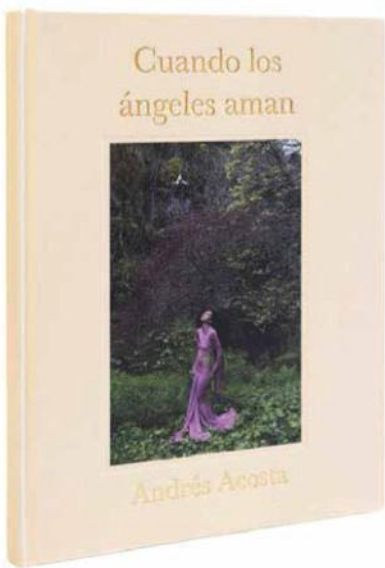
Hubo un tiempo en el que las modelos desfilaban en las casas de costura ante la mirada atenta de clientas o posaban estáticas ante el objetivo en los estudios de los fotógrafos. Entonces llegó Georges Dambier que, influido por el cine y anticipando la estética de la admirada *Nouvelle Vague,* se saltó todas esas convenciones al sacar a las maniquíes a las calles, liberándolas de actitudes rígidas y tópicas, sin perder por ello ni un punto de la excelencia técnica que lo caracterizaba. Con su cámara logró captar la esencia de mujeres de una belleza elegante, empoderada y eterna. Eso es precisamente lo que veremos en la maravillosa exposición *Vivre sa vie. Georges Dambier y la moda,* pura costura como objeto de arte.

VIVRE SA VIE. *Museo Balenciaga, Getaria (Gipuzkoa). Hasta el 13 de diciembre.*

SERES DE LUZ

Hace años, la madre de Andrés Acosta le regaló una frase que para él es un mantra vital: «Ser alado de metal que vino a convertirse en luz. Sólo vuela». Con ella, el diseñador inicia *Cuando los ángeles aman:* un relato íntimo y espiritual que reúne poesía, fotografía, memoria y creación sobre la belleza del alma y la luz. Acompañan a Acosta la fotógrafa Elena Olay y la artista multidisciplinar Del Cristo… y algún ángel que cuida este proyecto maravilloso.

Edición limitada en
andres-acosta.com/shop



TEXTOS: ROSA ALVARES. FOTOS: *BETTINA* / LEGROUX / 1953
© GEORGES DAMBIER PHOTOS, Y D.R.

Los accesorios del verano –jugando con la forma, las texturas y el color– cruzan los mares, se mimetizan con tu evasión y se adaptan a tu ritmo... también en vacaciones. 'Bon voyage!'

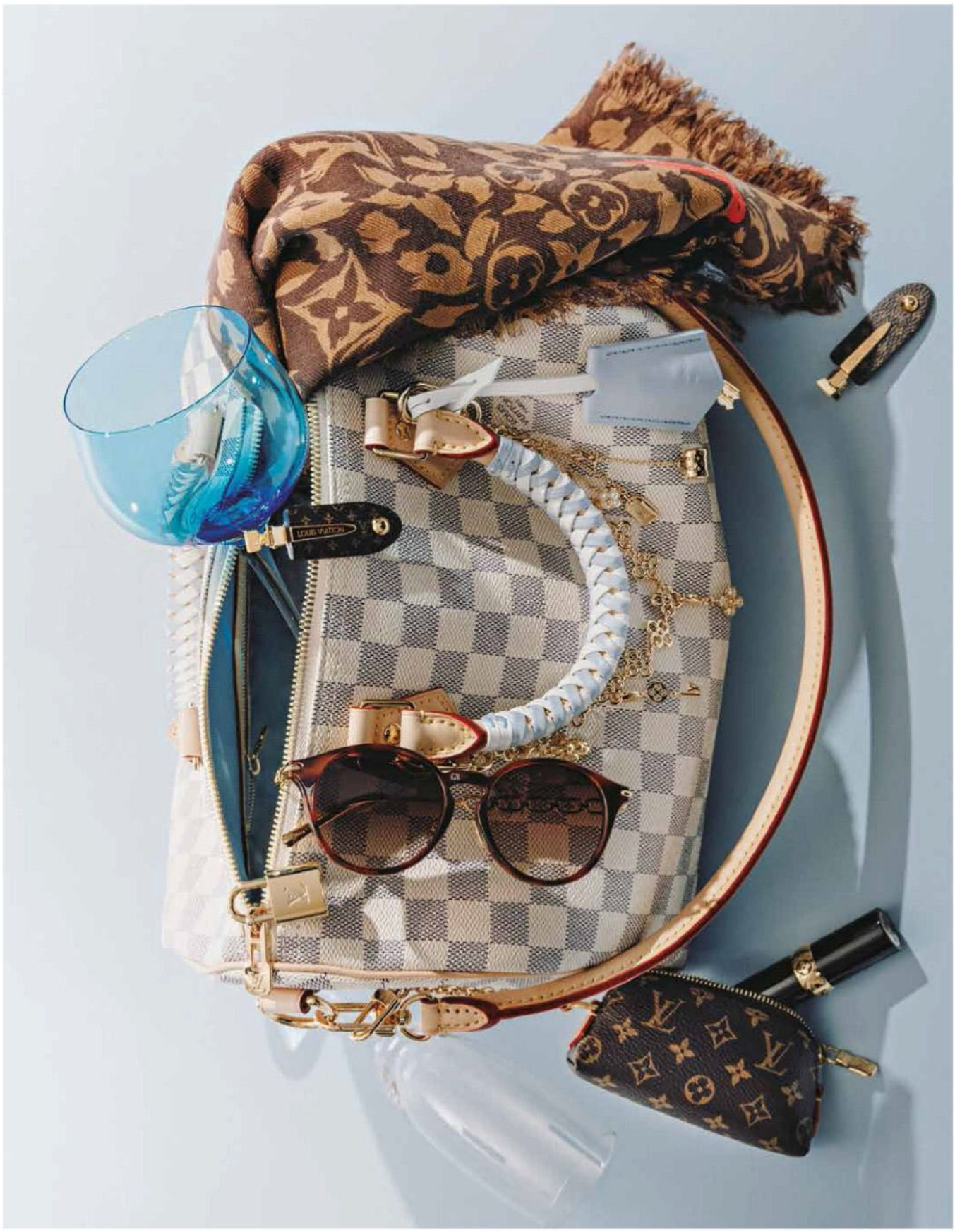
Globetrotter

Fotografía de IAN LANTERMAN

Estilismo de SHIZUKA YOSHIDA



Bolso Peekaboo Mini de rafia (4.600 €), colgante pez de piel (390 €) y pendientes con logo (450 €), todo de FENDI, top de bikini de CHROME HEARTS (c.p.v.) y *charm* Lobster de piel con lentejuelas de ANYA HINDMARCH (350 €).



Bolso Speedy 30 (3.100 €), *foulard* (790 €), gafas de sol (450 €), horquillas de pelo (420 €, juego de 2), cadena para bolso con *charms* (c.p.v.), neceser de pintalabios (390 €) y labial LV Rouge (140 €), todo de LOUIS VUITTON.



Bolso Watering Can de rafia (1.500 €), bailarinas Rio Mary-Jane de ante y rafia (800 €), monedero Strawberry de rafia y piel (650 €) y *charm* Cherry de piel (450 €), todo de LOEWE, y prismáticos de NIKON (c.p.v.).

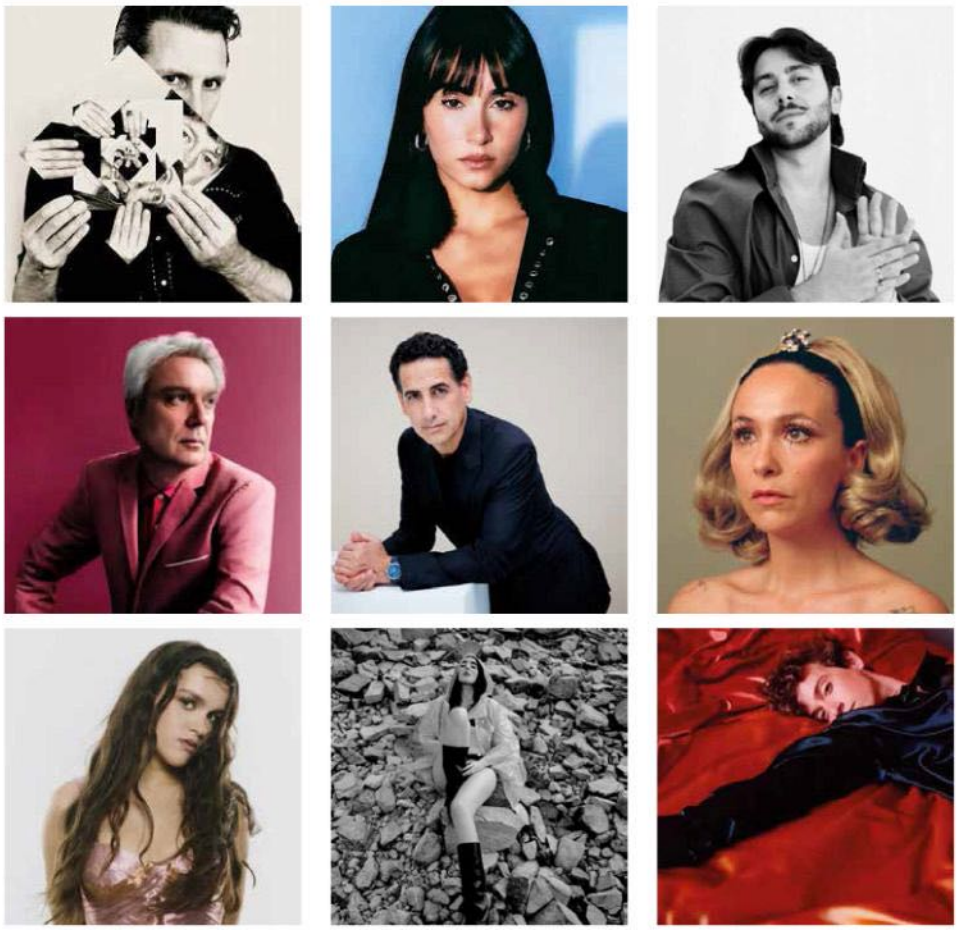


Bolso Route de piel, bota de piel y lona, camiseta de felpa, neceser Wish de *re-nylon* y sombrero, todo de PRADA (c.p.v.), y auriculares de BEATS (229,95 €).



Bolso de piel con asa de cadena (5.400 €), zapatos Mary Jane de piel (1.100 €), collar de metal con cristales (3.896 €) y gafas de sol (c.p.v.), todo de la colección Coco Beach de CHANEL.

EDITOR: KAORI YAMAMOTO.



VALS DE NOCHE

Porque el verano perfecto merece la mejor banda sonora en vivo y en directo. Tú pones el 'mood' y estas citas musicales la melodía que prefieras.

FIB Benicàssim *(Castellón),* del 16 al 18 de julio. Un referente para los amantes de la música en vivo. Este año con Franz Ferdinand, The Prodigy o Kaiser Chiefs. **Granca Live Festival** *(Las Palmas de Gran Canaria),* del 2 al 5 de julio. Una isla para disfrutar de artistas como Aitana, Maroon 5 o Viva Suecia junto al Atlántico. **Festival del Cante de las Minas** *(La Unión, Murcia),* del 29 de julio al 7 de agosto. Los amantes del flamenco adoran esta cantera de grandes del cante jondo. Esta edición, con Yerai Cortés. **Mad Cool** *(Madrid),* del 8 al 11 de julio. Otro clásico de la capital. Con David Byrne, Pulp o Florence & The Machine, el calor es llevadero. **Quincena de la Música de San Sebastián,** del 2 al 30 de agosto. El festival de música clásica más antiguo de España nos sorprende con la presencia de Juan Diego Flórez. **Cooltural Festival** *(Almería),* del 20 al 23 de agosto, y 29 de agosto. Una cita para todos los gustos que ahora sube a escena a Rigoberta Bandini y León Benavente. **Vida Festival** *(Vilanova i La Geltrú, Barcelona),* del 2 al 4 de julio. Un encuentro que lleva por bandera el respeto por el planeta y a cuyo cartel se suman Amaia o Saint Étienne. **Cruïlla Festival** *(Barcelona),* del 8 al 11 de julio. Al aire libre, frente al Mediterráneo, para disfrutar con los temas de Judeline, Suede o Sidonie. **Santander Music** *(Cantabria),* 1 de julio y 31 de agosto. Con vistas al Cantábrico, saborearemos el arte de Guitarricadelafuente o Pignoise.

TEXTO: ROSA ALVARES. FOTOS: D.R.



Inaugurado en 1890, el Gran Hotel Taoro fue durante décadas un punto de reencuentro para la aristocracia y la alta sociedad europea.

EL RENACER DEL LUJO

En el Gran Hotel Taoro, el tiempo parece detenerse, invitando a disfrutar del sol, la tranquilidad y la belleza de su entorno, junto a una propuesta gastronómica excepcional.

Ubicado en el norte de Tenerife, en un enclave dominado por la calma y la exclusividad, no es difícil imaginar por qué el Gran Hotel Taoro fue el santuario elegido por Agatha Christie para encontrar inspiración o por qué acabó convirtiéndose en el retiro predilecto de personalidades como el rey Alfonso XIII o el duque de Kent. Inaugurado en 1890 como el primer gran hotel de lujo de España, hoy recupera su esencia de distinción tras una rehabilitación que equilibra la elegancia clásica con el confort más contemporáneo. Sus jardines de inspiración versallesca y sus habitaciones de estilo colonial y moderno ofrecen un refugio íntimo de luz y serenidad. Entre sus atractivos destacan las impresionantes piscinas infinity climatizadas, rodeadas de amplias terrazas solárium con vistas panorámicas al Atlántico, al Valle de La Orotava y al Teide. Un escenario privilegiado donde el tiempo parece detenerse, invitando a disfrutar del sol, la tranquilidad y la belleza en cualquier época del año. A ello se suma el recién inaugurado Sandára Wellness Center, un auténtico santuario para una desconexión total. Dentro, las elegantes habitaciones y suites están concebidas como un lugar de descanso, abiertas a espectaculares paisajes del Atlántico, al Teide o a los exuberantes jardines del hotel. Pero si algo define al viajero de lujo actual es su interés por la gastronomía. En este sentido, el Gran Hotel Taoro ha sabido construir una propuesta



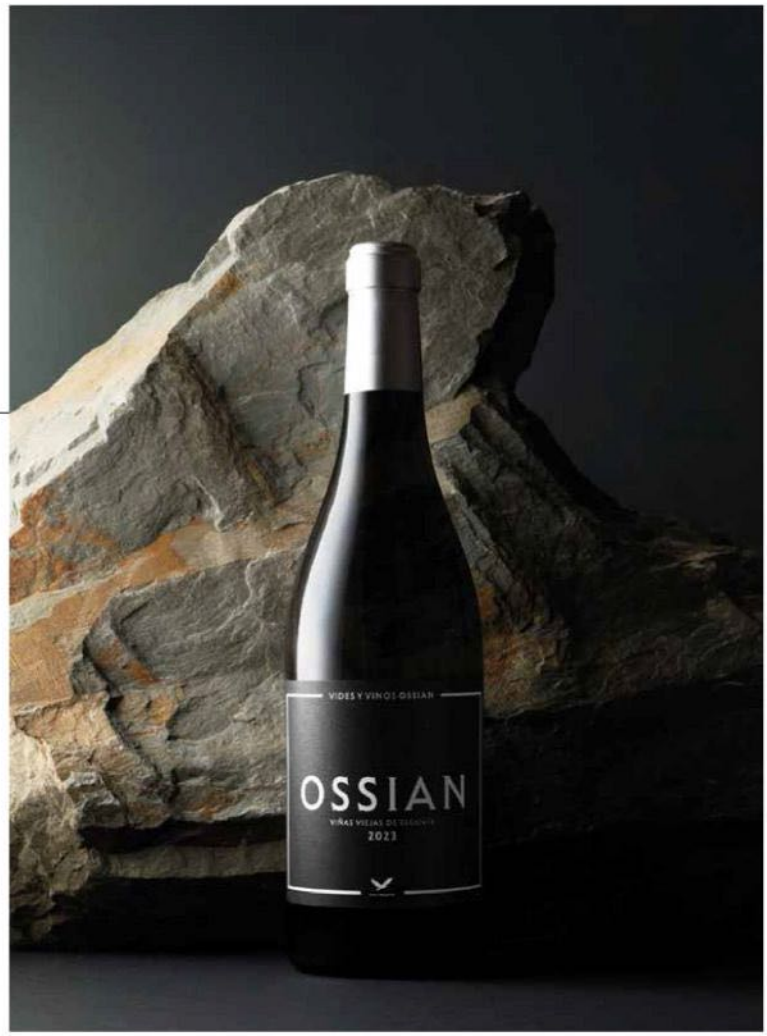
culinaria que lo convierte en un destino en sí mismo, gracias a una oferta respaldada por chefs con estrella Michelin. Entre sus propuestas gastronómicas destacan el restaurante japonés OKA, liderado por Ricardo Sanz; LAVA, la apuesta de alta cocina de Erlantz Gorostiza; y Amalur (también bajo su dirección), que propone un recorrido inmersivo. La oferta se completa con una cuidada selección de ambientes concebidos para acompañar cada momento del día: Atlántico, para comenzar con un desayuno frente al espectacular paisaje del norte de Tenerife; La Carola, junto a la piscina, que combina sabores ligeros y arroces de autor con un ambiente relajado y vistas panorámicas. Y, al caer la tarde, Tagoror Lobby Bar & Lounge, un punto de encuentro social donde saborear un cóctel mientras se contempla la puesta de sol.

Una copa de vino y una buena conversación es todo lo que hace falta para una velada inolvidable.

El Anejón 2021

Con una producción muy escasa, solo se elabora en añadas excepcionales. La parcela que lleva el nombre de este vino da la bienvenida al valle de Carraovejas. El Anejón alberga notas afrutadas que contrastan con su fondo balsámico.

HEARST made



Ossian 2023

Con viñas que tienen hasta 200 años, este blanco preserva y expone una forma única de entender el verdejo. Ideal para los aperitivos, gracias a su frescura y su belleza a la vista y al paladar.

CARÁCTER, INTENSIDAD Y FUERZA

Dos vinos excepcionales, uno tinto y otro blanco, que expresan la inconfundible identidad de una tierra de viñedos centenarios y parcelas únicas.

La fuerza de un vino nunca debe eclipsar su delicadeza. Ocurre como con tantas otras joyas de la gastronomía o del arte. La intensidad puede (y debe) ligarse a lo sutil. La sofisticación en Pago de Carraovejas la encontramos en ese equilibrio que justifica una tradición. De sus últimas propuestas, una de las más llamativas es El Anejón. Este tinto encarna a la perfección en ese juego en el que tantas veces ha demostrado lo que los franceses llaman *savoir-faire;* es decir, su cultura de trabajo. Con El Anejón 2021, la mezcla de variantes de tinto fino, *cabernet sauvignon* y *merlot* produce un resultado lleno de intensidad y, al mismo tiempo, finura. El carácter complejo y suave lo vuelven el protagonista de una velada para el recuerdo o para envolverse de una experiencia gastronómica de primer orden con aromas vertiginosos, complejidad, cuerpo. Un conjunto cautivador, en definitiva. Y es que el ecosistema único en el que nace este vino le otorga ese aspecto que lo hace tan especial. Frente al castillo de Peñafiel, las laderas donde se ubican los viñedos funcionan como un anfiteatro natural de donde surge la magia. Por otro lado, el vino blanco Ossian es un reflejo de la historia, pues acoge lo mejor de la tradición en el cultivo. Así, Ossian 2023 procede del mosaico de parcelas que albergan las terrazas del río Voltoya. Fresco y elegante, ofrece un final reposado que expresa la autenticidad del entorno de Nieva. Entre todas sus virtudes, destaca su color dorado, que adelanta una experiencia agradable y equilibrada. Ossian 2023 esconde un punto de encuentro en el que las notas amaderadas y afrutadas conviven de tal manera que concluyen en una textura sedosa.

SUCEDIÓ EN BARCELONA



Arquitecta de formación, Paola Sasplugas encontró su verdadera pasión en la pequeña escala. Por eso hace una década creó PDPAOLA, la firma de joyería con la que está conquistando el mundo... sin perder su esencia.

Por CELIA CUERVO Fotografía de XIMENA Y SERGIO Estilismo de ENOL BLASCO



En ambas págs., Paola posa junto a la butaca Nicky de EL CORTE INGLÉS (495 €) con top de punto de INTIMISSIMI, pantalón de algodón de SCALPERS, y collar, pendientes y anillos, todos de la colección Venus, anillo Gravity, pendiente Ace y pulsera Maggie Cascade, todo de oro blanco con y sin diamantes, todo de PDPAOLA.



Chaqueta y pantalón, ambos de lana, de SPORTMAX, y pendiente Ace, aros Chicago, colgantes con iniciales, collar Jane y pulsera Maggie Cascade, todo de oro blanco con y sin diamantes, de PDPAOLA. En la otra pág., gabardina de algodón de DOLCE & GABBANA, pendientes Luna con cuarzo ahumado de PDPAOLA y silla Bergen de piel regenerada de EL CORTE INGLÉS (250 €).



“La joyería es muy poderosa porque atesora momentos y recuerdos, y creo que esdifícil que eso lo consiga, por ejemplo, un bolso”

TODA HISTORIA de éxito tiene un comienzo muy diferente. Puede que PDPAOLA sea hoy una de las firmas de joyería españolas con mayor proyección: la visten Gigi Hadid, Beyoncé o Hailey Bieber. Pero el relato de Paola Sasplugas (Andorra, 1990) como diseñadora de joyas empieza en una habitación de estudiantes en Barcelona, rodeada de cajas con pósits de pedidos y un proyecto de fin de carrera por rematar. Quería ser arquitecta, pero haciéndose sus propias joyas, y viendo la repercusión que tenían en su entorno, encontró su lugar en las construcciones a pequeña escala, entre los límites del cuerpo femenino, en los compartimentos de un joyero. Terminó la carrera, pero decidió declinar el máster que tenía planeado después para dedicarse a ese *hobby* con potencial de convertirse en algo más: en una pequeña marca con base digital, primero, y en una compañía joyera sólida capaz de facturar millones, después. «No tenía ni idea de nada: no sabía de la esencia de la joyería, y de empresa y de negocio, aún menos. Pero tenía sentido común y, creo, mi propia forma de expresarme. Y con eso me bastaba», cuenta.

De eso hace ya una década. No tenía un bagaje creativo pero, en su familia, su abuelo siempre la inspiró hacia la expresión personal. «Era poeta y recitaba poesía en televisión, pintaba… No se movía tanto por el éxito, sino por el crecimiento personal, y eso siempre me unió mucho a él», explica. Ella heredó su gusto por las artes, enfrascándose desde pequeña en su propio mundo. Siguió su instinto (con ayuda de su marido, el culpable, dice, de que lo dejara todo por esto) y arrancó una aventura bautizada con su propio nombre en la que todo, para ella, es personal.

—Empezar de cero nunca es fácil. ¿Cuál fue su principal reto?
Creo que llegar a entender que dependía de mí. Creo que eso es más duro que cualquier tema logístico, el choque emocional de tener que madurar de golpe.

—Hoy, eso que empezó en su habitación es una compañía imparable. ¿Todavía puede dedicarle tiempo al diseño?
Menos de lo que me gustaría. Por suerte, tengo un equipo de diseño en el que confío plenamente y estoy involucrada hasta el final, porque esta firma es algo muy íntimo para mí. Creo que, si lo que haces no es auténtico, nadie se lo va a creer. Ni siquiera tú misma.

—¿Qué importancia le da al proceso artesanal joyero?
Toda. En una joya intervienen más de 20 personas, y cada paso es una interpretación de cada uno de ellos aportando algo, dejando su huella. Una joya no es algo perfecto, y eso es lo más especial.

—¿Cuánto hay de Paola, de usted misma, en PDPAOLA?
Mucha contradicción armónica: la niña interior que intento abrazar siempre, mi parte más naíf, y mi camino más adulto.

—Tradición e identidad propia. ¿Es difícil lograr ese balance?
La tradición para mí es siempre punto de partida. Creo que es un valor poder convertir lo clásico en contemporáneo, es parte de nuestra esencia y de mi estilo. Quiero crear piezas que me sigan gustando cuando las vea en mi joyero en cinco, 10, 15 años. Yo consumo así, y es lo que quiero para la marca.

—En un momento de impulsos efímeros, cortesía de Instagram, ¿cree que la mujer de hoy da importancia y valor a las piezas de su joyero, o que consume de una manera desechable?
Quiero creer que la mujer actual todavía busca joyas que perduren. Claro que hay un factor moda ahora con este tipo de piezas, pero la joyería es muy poderosa porque atesora momentos y recuerdos, y creo que es difícil que eso lo consiga, por ejemplo, un bolso.

—La marca no deja de crecer: tiene puntos de venta en Nueva York, Italia, Perú o Arabia Saudí. ¿Cómo de importante es el crecimiento internacional para usted?
Creo que cada vez lo es menos. Prefiero centrarme en fortalecer y asentar las raíces en nuestros mercados principales, que son España, Italia y Francia. Ese ha sido un gran aprendizaje. Nunca he hecho esto por crecer, por el éxito. Que está genial, claro, pero no es mi motor. Lo que quiero decir es que sigo haciendo esto porque lo disfruto y punto. Por intuición. Te piensas que cuando llegas a X objetivo te va a hacer muy feliz, y luego no es así. Me hace mucha más ilusión diseñar algo con mi equipo y que se haga realidad. Cuando te quitas los números de la cabeza, te desprendes también de una gran presión. ■

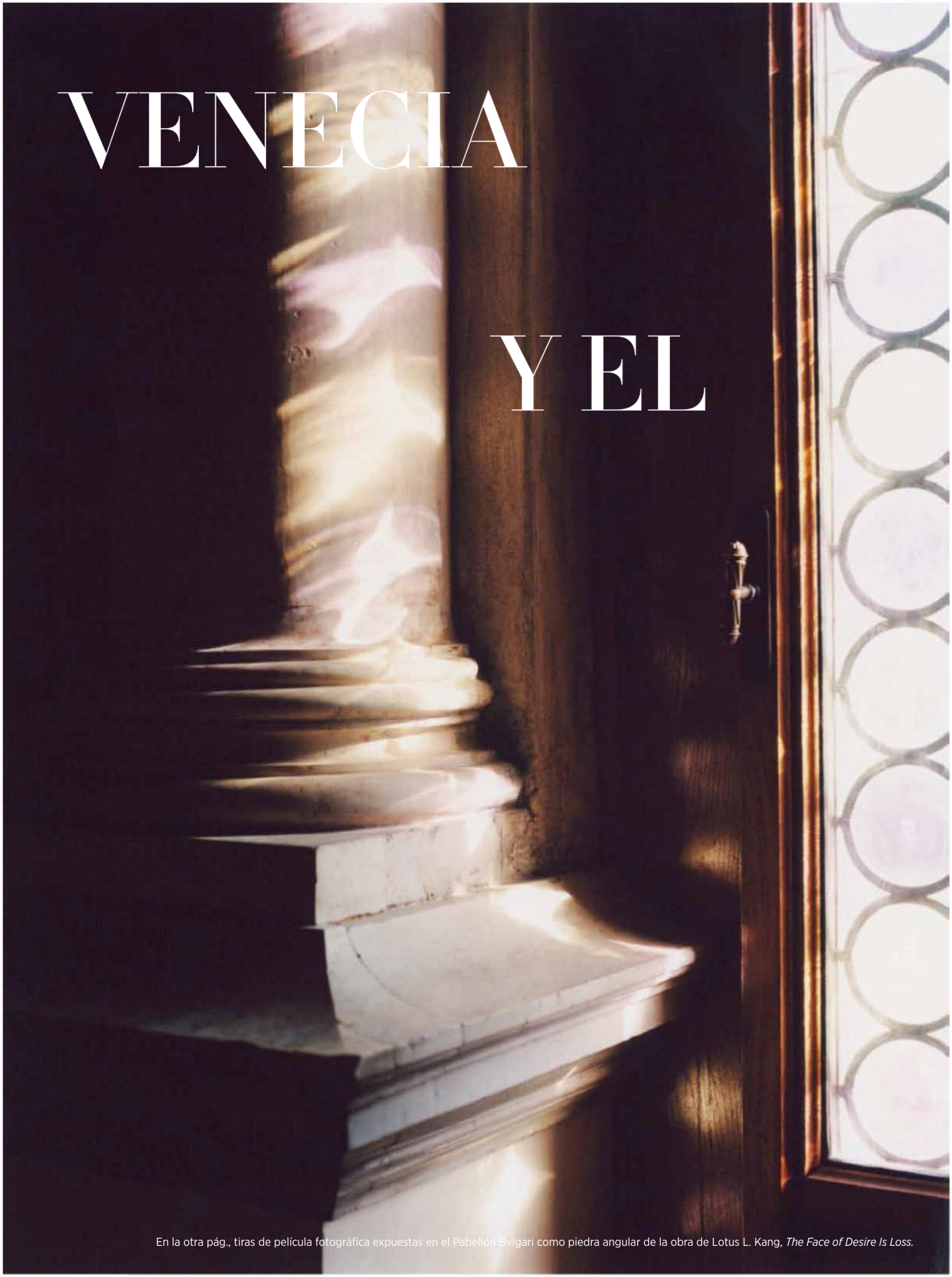
> "Nunca me he movido por el éxito, sigo haciéndolo porque lo disfruto. Me hace mucha más ilusión diseñar algo con mi equipo y que se haga realidad"

PELUQUERÍA Y MAQUILLAJE: WILD VAN DIJK. PRODUCCIÓN: ITZÍAR SAETTONE. ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA: AROA MORCUENDE.

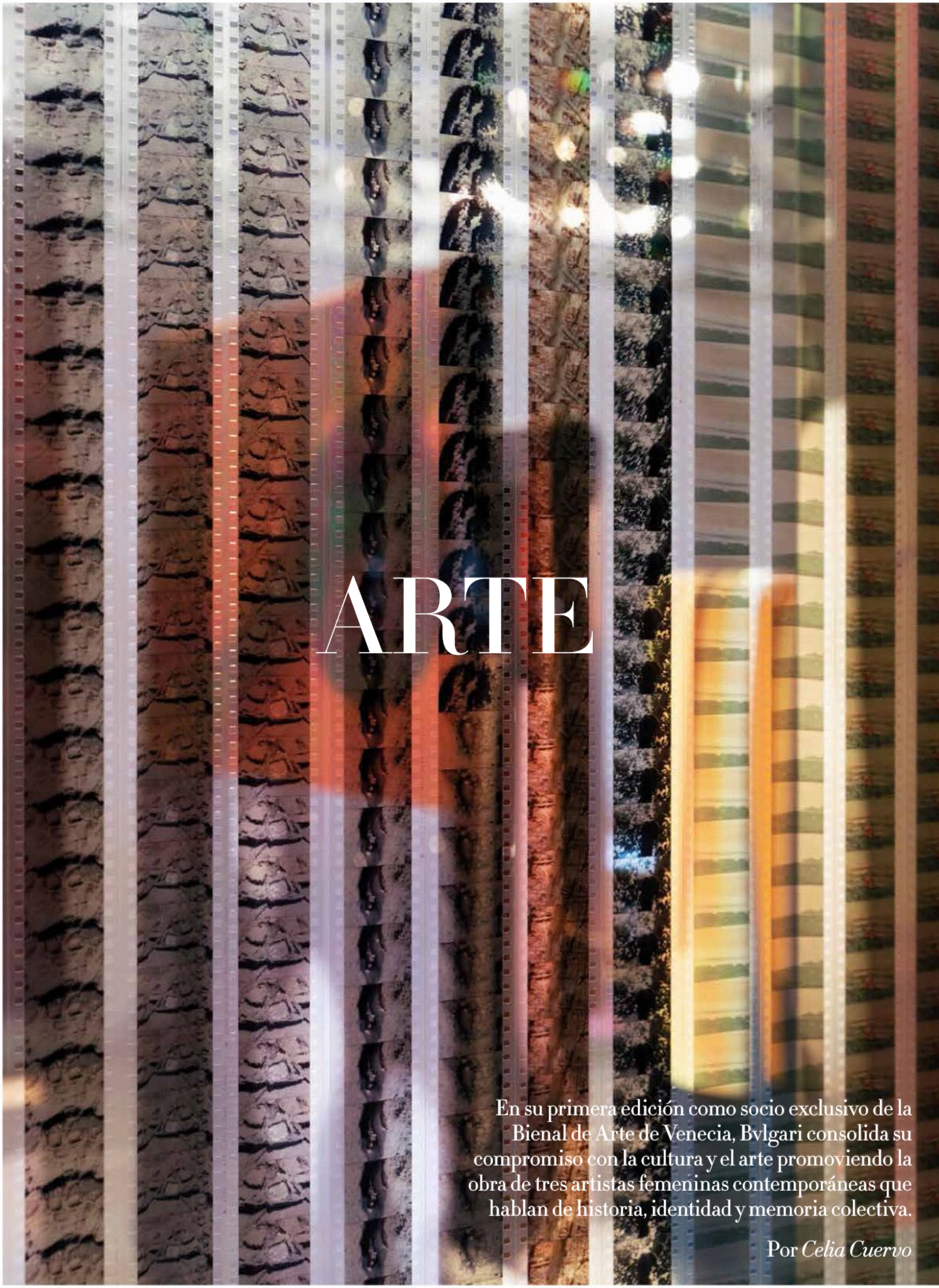


Paola posa con camiseta y pantalón, ambos de algodón, de MANGO, y pendientes y collares, todos de la colección Maggie Cascade de oro blanco con diamantes, y anillo Gravity (en el tirante) de oro blanco, todo de PDPAOLA.

VENECIA Y EL



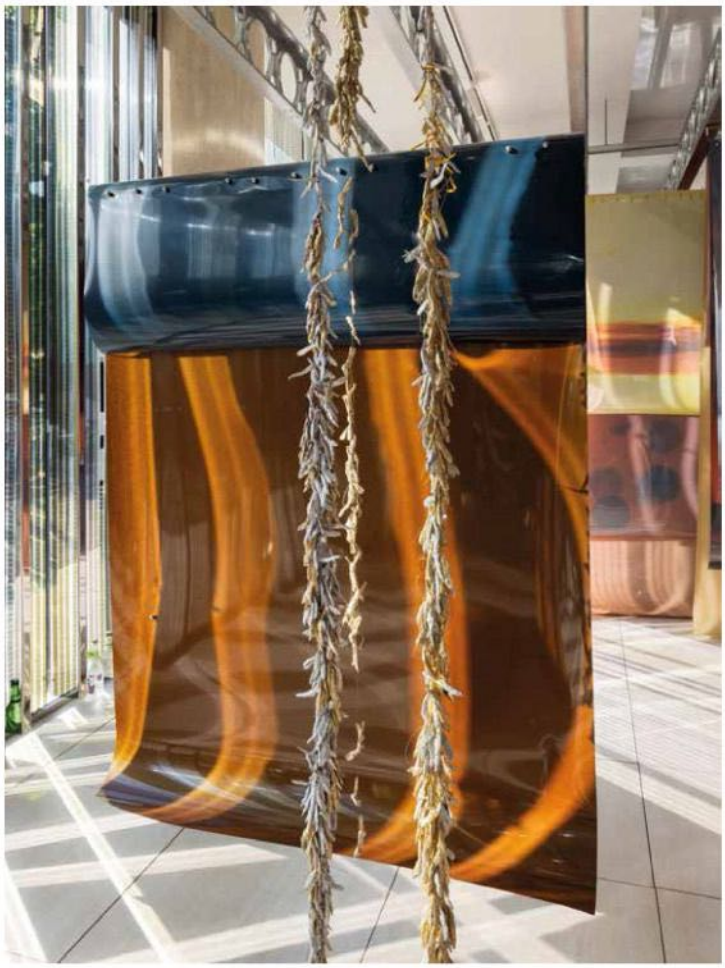
En la otra pág., tiras de película fotográfica expuestas en el Pabellón Bvlgari como piedra angular de la obra de Lotus L. Kang, *The Face of Desire Is Loss.*



ARTE

En su primera edición como socio exclusivo de la Bienal de Arte de Venecia, Bvlgari consolida su compromiso con la cultura y el arte promoviendo la obra de tres artistas femeninas contemporáneas que hablan de historia, identidad y memoria colectiva.

Por *Celia Cuervo*







"LA BIENAL DE ARTE EJEMPLIFICA EL DIÁLOGO ENTRE HERENCIA E INNOVACIÓN TAN CENTRAL EN LA IDENTIDAD DE BVLGARI", *Matteo Morbidi*



De arriba abajo, de izda. a dcha., una de las esculturas de la obra de Lotus L. Kang; una imagen de Venecia; la librería de Lara Favaretto en la Biblioteca Nacional Marciana, y una imagen del Pabellón Bvlgari, en los jardines de la Bienal de Arte de Venecia. En la otra pág., uno de los neones de Monia Ben Hamouda inspirados por el arte caligráfico.



Venecia y Bvlgari tienen mucho en común. Que la compañía joyera es italiana, claro, pero también que ambas llevan implícita en su nombre la riqueza artística y cultural del pasado, del presente y del futuro. Es por eso que el último gran hito de la firma, convertirse en socio exclusivo de la célebre Bienal de Arte veneciana hasta 2030, es a la vez necesario y orgánico. «Es más que un patrocinio. La Bienal ejemplifica el diálogo entre herencia e innovación que es tan central en la identidad de Bvlgari, así que es la plataforma ideal para contribuir no sólo a la presentación del arte, sino también a la creación de nuevas oportunidades para artistas en un intercambio cultural a escala global», cuenta a Harper's Bazaar Matteo Morbidi, director de la Fundación Bvlgari creada en 2024.

Para esta primera edición como colaborador, Bvlgari ha puesto en marcha dos activaciones junto a tres artistas contemporáneas que estarán expuestas en la ciudad hasta el 22 de noviembre. La primera, en el Pabellón Bvlgari, corre a cargo de la fotógrafa canadiense Lotus L. Kang, con su obra *The Face of Desire Is Loss.* Experimentando, como es habitual en ella, con el paso del tiempo, ha cubierto los ventanales del pabellón con tiras de película fotográfica de 35 mm expuesta, de tal manera que, según como entre la luz, se reflejará de una manera diferente en el espacio. Ahí, ha dispuesto también una serie de esculturas que conversan con las sombras y con el espectador. «Admiro mucho la habilidad de Kang de crear obras que son a la vez íntimas y universales. En lugar de ofrecer narrativas cerradas, invita a la audiencia a entrar en una experiencia de reflexión y descubrimiento», cuenta Morbidi.

Por otro lado, en la célebre Biblioteca Nacional Marciana de Venecia, la Fundación expone la obra de dos artistas italianas. Aquí, en un lugar sagrado para la cultura, donde se preserva y expande el conocimiento, Lara Favaretto presenta *Momentary Monument – The Library* (una colección de libros intervenidos por la artista, que los celebra como plataforma primera de transmisión cultural) y Monia Ben Hamouda, *Fragments of Fire Worship* (dos esculturas de neones luminosos que evocan el arte de la caligrafía). «Ambas comparten un profundo interés en la relación entre historia, identidad y memoria colectiva. Sus obras no sólo ocupan el espacio, sino que entran en conversación con él», argumenta el experto.

Tres artistas que, además, son mujeres. Morbidi insiste en que se han seleccionado sin considerar su género: no por cubrir una cuota, sino verdaderamente por su talento. Pero, admite, es cierto que la celebración de la perspectiva femenina es importante: «La cultura contemporánea se beneficia cuando se representa la diversidad de visiones, y durante mucho tiempo, muchas de estas perspectivas no han recibido la visibilidad que merecían […]. Cada una aporta una forma personal de mirar el mundo, una que expande la conversación e invita al espectador a conectar con la cultura a través de una nueva lente». ■

FOTOS: CORTESÍA DE BVLGARI, T-SPACE STUDIO, ANDREA ROSSETTI Y GETTY IMAGES.

MODO AVIÓN

El bikini perfecto, un reloj joya, una exhibición de moda (y su libro), una sandalia para bailar hasta el amanecer, una joya para siempre y un bolso exclusivo. Abre la maleta, que empieza el verano.

FLORES PARA TODOS

La colección de joyería Color Blossom de Louis Vuitton, conocida por sus icónicas flores inspiradas por el motivo Monogram de la *maison,* se amplía con una pieza estrella: un reloj que captura la esencia de esta icónica línea. Su caja toma la forma de la flor, en oro o acero, convirtiendo este objeto funcional en toda una joya del tiempo.



AMOR ETERNO

Artesanía y legado, pilares fundamentales del ADN de Perodri, se funden en equilibrio en sus nuevas creaciones: una selección de piezas nupciales pensadas para dar el 'sí, quiero' (él y ella), y para invitadas, que sacan el lado más emocional de la clásica firma joyera nacida en Bilbao en 1961.



Anillo de oro blanco con diamantes y zafiro de **Perodri** (c.p.v.).



Top y braguita de bikini, ambos de **Simorra** (c.p.v.).

BAÑADA EN SALITRE

Posiblemente, el estado más idílico del mundo: recién salida del agua del mar, en algún paraje tranquilo. Y si es isla, mejor. Cada vez están más cerca los días de descanso, desconexión y playa, así que pon a punto el cajón de los bikinis con las piezas de la nueva colección de baño de Simorra, unacelebración del Mediterráneo para todo tipo de estilos. Minimalistas, como el de la imagen, de una pieza o de dos, o con decoraciones de volantes que añaden un toque elevado a tu *look* de arena y chiringuito.



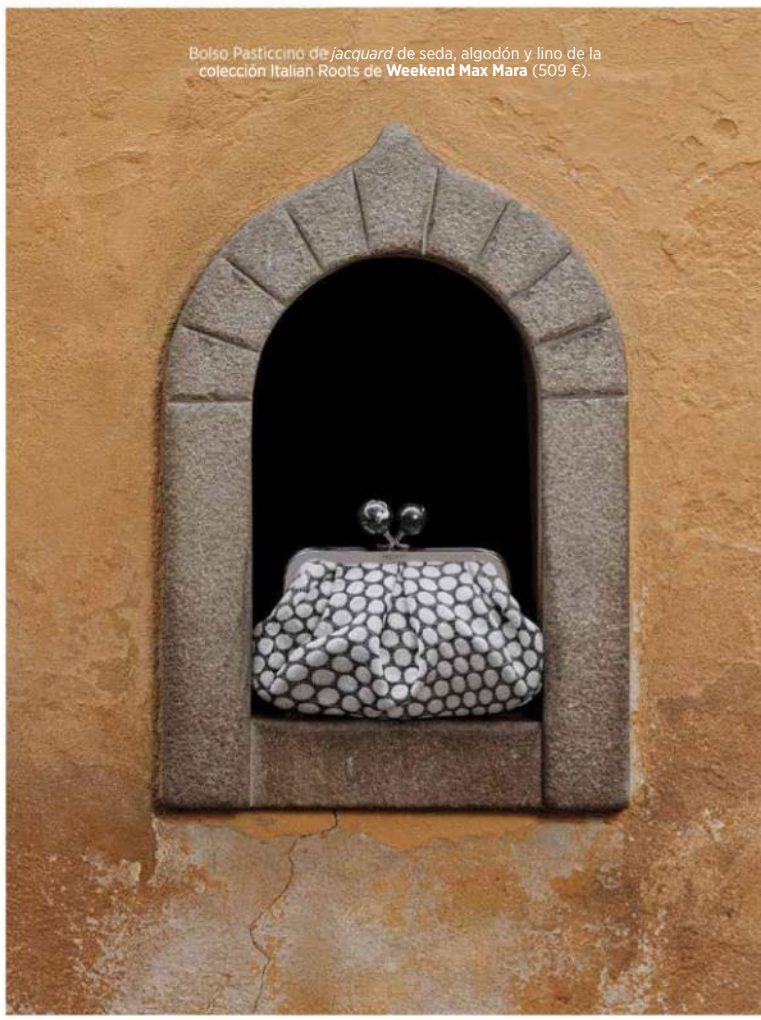
EL ORIGEN DE TODO

Hasta el próximo 1 de noviembre, en el Museo Christian Dior de Granville (Normandía), ubicado en la casa donde creció el modisto, una exhibición relata cómo ese lugar –casi sagrado en la industria de la moda y la belleza– inspiró al genio de la costura en sus creaciones. Además, junto a ella (visita obligada si viajas cerca este verano), Rizzoli ha editado un libro escrito por Laurence Benaïm –*Dior. Memories of Childhood*–, en cuyas páginas se construye la historia de la *maison* hasta hoy partiendo de aquellos jardines de la casa de su infancia en los que *Monsieur* Dior empezó a dibujar su sueño. Una delicia.

Libro *Dior. Memories of Childhood* de **Rizzoli** (c.p.v.).

EL MUNDO POR MONTERA

Cada año, el célebre bolso Pasticcino de Weekend Max Mara se reinventa según un destino en su proyecto Pasticcino Bag World Tour. Tras pasar por Japón, Francia o Granada, este 2026, por su décimo aniversario, vuelve a casa, a Italia, con una colección de seis diseños numerados inspirados por los motivos de la Toscana y confeccionados con tejidos *jacquard* de la Fondazione Arte della Seta Lisio, en Florencia.



Bolso Pasticcino de *jacquard* de seda, algodón y lino de la colección Italian Roots de **Weekend Max Mara** (509 €).



HÁBLAME DEL MAR

La rafia es la protagonista indiscutible de lo nuevo de Aquazzura. Una oda al verano más apetecible en la que el material estival por excelencia se esculpe en zapatos y bolsos con motivos que celebran la evasión, y siempre, como es sello de la marca, con un cierto toque irónico. Peces, caracolas y langostas adornarán tus accesorios. ¡El mar a tus pies!

Sandalia Marea 105 de piel con adornos de rafia de **Aquazzura** (1.095 €).

POR CELIA CUERVO. FOTOS: D.R.

CAPRI, C'EST FINI

Tras un intenso curso, por fin llega el merecido descanso. En busca de un verano épico, ponemos rumbo al paraíso con los imprescindibles de Dolce&Gabbana Beauty en la maleta. ¿El 'look' de las vacaciones? Fresco, luminoso y sin esfuerzo.

Por PAULA MENÉNDEZ

Fotografía de ROCÍO RAMOS

Maquillaje de MIGUEL ÁNGEL TRAGACETE



Prebase de maquillaje Bergamot Glow Primer, crema con color Blueberry Nutri-Tint y polvos matificantes Fig Skin Perfector, todo de DOLCE&GABBANA BEAUTY.



Prebase de maquillaje Bergamot Glow Primer, crema con color Blueberry Nutri-Tint y polvos matificantes Fig Skin Perfector, todo de DOLCE&GABBANA BEAUTY. Bikini de triángulo con estampado de DOLCE & GABBANA.

En la otra pág., aceite de labios voluminizador Mint Oil Lip Pumper de DOLCE&GABBANA BEAUTY.





Paleta de sombras Ever Icon Eye Palette Rose Goddess, máscara Everfull Hi-Definition y colorete líquido Violet Liquid Blush, todo de DOLCE&GABBANA BEAUTY. Sujetador de popelín con aplicaciones de DOLCE & GABBANA.

En la otra pág., colorete en *stick* Cherry Glaze Bar 01 Demure Rose y tinte labial Rose Dew Lip Bite de DOLCE&GABBANA BEAUTY.





Prebase de maquillaje Bergamot Glow Primer, crema con color Blueberry Nutri-Tint, paleta de sombras Ever Icon Eye Palette Rose Goddess y máscara Everfull Hi-Definition, todo de DOLCE&GABBANA BEAUTY. Traje de baño y pendiente de metal con piedras, ambos de DOLCE & GABBANA.



1. Aceite de labios Mint Oil Lip Plumper (41 €). **2.** Polvos matificantes Fig Skin Perfector (56 €). **3.** Prebase de maquillaje Bergamot Glow Primer (53 €). **4.** Crema hidratante con color Blueberry Nutri-Tint (54 €). **5.** Máscara de pestañas Everfull Hi-Definition (42 €). **6.** Fragancia Light Blue Alcohol-Free Perfume Gel (65 €), todo de **Dolce&Gabbana Beauty.**

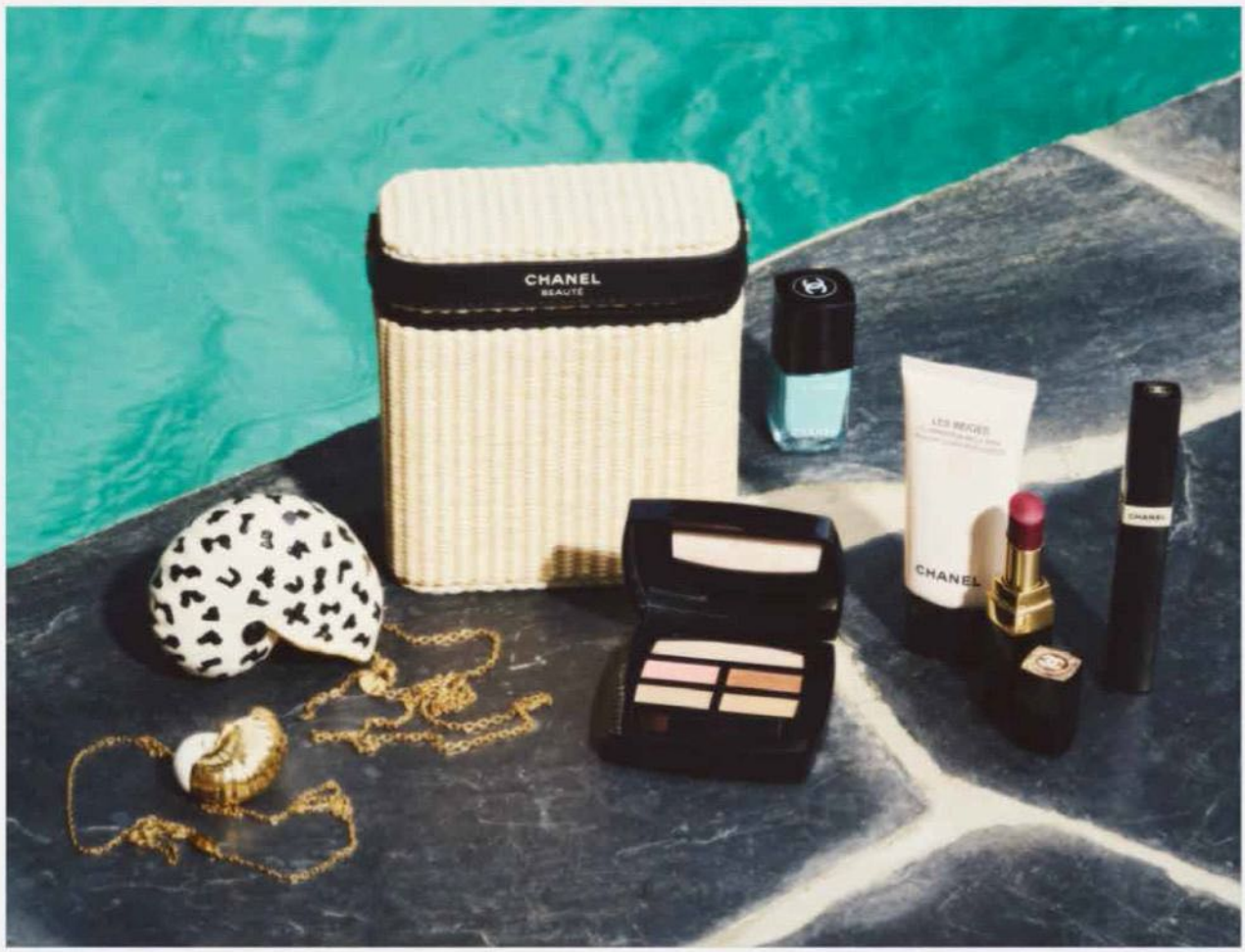
EN VERANO menos es más. Durante esta época del año, se imponen los productos de texturas ligeras y fórmulas antioxidantes que realzan la belleza natural, para sentir un rostro fresco y luminoso. Con esa energía llega el Fresh Look de Dolce&Gabbana Beauty, una propuesta que en estas páginas encarna la modelo Katia Gutiérrez-Colomer y vuelve a poner en el foco el lado más lúdico del maquillaje. Desde el lanzamiento de su primera fragancia a principios de los noventa, la firma italiana se consolidó también en el sector cosmético como el epítome del espíritu mediterráneo. Un carácter hedonista que en los dosmil alcanzó su cenit con Light Blue, la fragancia más buscada de la enseña y un símbolo olfativo de la isla de Capri.

Ahora, el icónico jugo con notas de limón, manzana y madera de cedro se reinventa en un moderno formato gel sin alcohol, ideal para llevar en las jornadas estivales. Por su parte, la colección de maquillaje se amplía con un nuevo tinte labial y un colorete en barra, ambos etéreos y fáciles de usar. Sin duda, los perfectos aliados para lograr el *look effortless.* ■

ESTILISMO: ENOL BLASCO. MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA: MIGUEL ÁNGEL TRAGACETE. PRODUCCIÓN: ITZÍAR SAETTONE. ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA: LUCA IANI. ASISTENTE DE MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA: ALBA MEDINA. MODELO: KATIA GUTIÉRREZ-COLOMER (UNO MODELS). AGRADECIMIENTOS: HOTEL OCEAN DRIVE MADRID.

JUSTO A TIEMPO

No es tarde para hacerte con los básicos 'beauty' del verano. Seleccionamos los que querrás llevar siempre contigo para verte impecable. Por CHLOÉ LAFOREST



EL SET DE VACACIONES Un kit de maquillaje completo pensado para simplificarte la vida. La máscara de pestañas negra abre la mirada y aguanta todo el día. El colorete en crema rosa melocotón se funde con la piel, aportando buena cara al instante. La paleta de sombras *nude* permite jugar con la mirada sin transformarla, sólo potenciando lo que ya hay. El esmalte azul aguamarina resulta puro placer visual en la punta de los dedos. Por último, la barra de labios satinada púrpura, un tono muy sugerente, realza el tono natural sin recargar.

Cesta con los esenciales de Les Beiges de Edición Lmitada (250 €), esmalte de uñas Le Vernis tono 435 Baigneuse (34 €), paleta de sombras de ojos Les Beiges Palette Regard tono Soft (71 €), Les Beiges Illuminateur Belle Mine tono Summer Gleam (55 €), barra de labios Rouge Coco Flash tono Fruity de Edición Limitada (51 €) y máscara Les Beiges (48 €), todo de Chanel Beauty. Collar y maxicollar de latón, ambos de Loro Piana.

FOTOGRAFÍA: FERRY VAN DER NAT. ESCENOGRAFÍA: HÉLÈNE MANCHE. ESTILISMO: JAVIER DE PARDO.



UNA EXPERIENCIA SENSORIAL Este sérum se desliza sobre el rostro como una segunda piel e imprime un brillo sutil, discreto, prácticamente imperceptible. La niacinamida y el ácido hialurónico trabajan en estrecha colaboración para brindar hidratación profunda, textura de la piel alisada, poros visiblemente afinados y líneas de expresión suavizadas. En la capa superficial, un extracto de jengibre mariposa blanca actúa como un filtro invisible contra la luz azul, mientras que la inulina de achicoria ayuda a mantener el equilibrio natural de la piel, como un ecosistema bien regulado.

Sun Face Sérum SPF 30 de Rudolph Care (58 €). Pulsera de latón dorado de Saint Laurent por Anthony Vaccarello y maxicollar de perlas de latón de Loro Piana.

BRONCEADO SIN ESFUERZO Previamente: una cura de gominolas (Lashilé) con fitopigmentos vegetales. Dos al día durante un mes bastan para preparar la piel desde el interior: el bronceado se fija mejor y dura más tiempo. Como cuidado diario: una gelatina de caramelo (Clarins). El DHA y la eritrulosa crean un color progresivo, homogéneo y sin marcas. El aloe vera y el higo ecológico hidratan durante 24 horas para una piel satinada. Como acelerador: las gotas autobronceadoras de Biotherm para mezclar con el tratamiento. La intensidad aumenta según la dosis con una hidratación prolongada. Efecto inmediato: las gotas de SVR para añadir a la crema de día. Un bronceado instantáneo, sin autobronceador, sólo perlas de nácar, como un filtro sobre la piel. En formato híbrido: el sérum (Isle of Paradise), enriquecido con niacinamida, escualeno y jojoba. Hidrata, unifica e ilumina al instante, tanto el rostro como el cuerpo.

De izda. a dcha., Sunny Serum Instant Face Bronzer de Isle of Paradise (19,90 €, en Sephora), gotas tintadas Sun Secure de Laboratoires SVR (19,90 €), gominolas veganas Good Sun de Lashilé (4,90 €), Self Tanning Instant Gel para rostro y cuerpo de Clarins (36 €) y gotas autobronceadoras Aquasource + Vitamin Glow Hydra-Bronze de Biotherm (39 €).





CAPTURAR LO ESENCIAL Al igual que el cactus, que retiene cada gota para resistir el calor, esta leche bifásica optimiza la hidratación de la piel. La fase acuosa y los aceites –jojoba, rosa mosqueta, girasol, soja, karité– se combinan para nutrir sin apelmazar y favorecer una absorción progresiva. La piel permanece flexible, suave y calmada, mejor preparada para hacer frente a las altas temperaturas.

Leche hidratante de Bi-Oil (9,80 €).



PASAR LA NOCHE FUERA Estas seis fragancias son una suerte de pasaporte para aguantar hasta el amanecer en la pista de baile. Cada una de ellas tiene una misión: conservar en la piel el calor del día (el mango solar de Calvin Klein), activar un magnetismo sutil pero incontestable (la sensual haba tonka de Ouai), salir de la discoteca sin jamás sentir que la noche se acaba (pera, bergamota y flores blancas en Loewe o la bergamota y el jengibre fresco de Memo Paris), capturar el alma bohemia de la isla (frutos rojos y pachulí en Ramón Monegal) o impregnarse de la energía brutal de Amnesia, la mítica discoteca de Ibiza (el azafrán incandescente de Discothèque).

Eau de parfum Menorca de Memo Paris (255 €, 75 ml), eau de parfum Flower Power de Ramón Monegal (180 €, 100 ml), bruma perfumada Ibiza de Ouai (33 €), eau de parfum Aire Sutileza de Loewe (155 €, 50 ml), eau de parfum Euphoria Solar Elixir de Calvin Klein (95 €, 50 ml) y eau de parfum All Night Until First Light de Discothèque (175 €, 50 ml).



FIESTA CALEIDOSCÓPICA Al amanecer o pasada la medianoche, esta paleta inspirada en un bolso icónico se adapta a todas tus facetas: desde el brillo de la playa hasta la mirada de fiesta. Reúne 12 sombras de larga duración en acabados mate, metálico con efecto *wet,* purpurina biodegradable y pigmentos 3D que capturan la luz. Además, su fórmula con aceite de higo chumbo italiano y ácido hialurónico ayuda a mantener la mirada fresca y luminosa, incluso después de una noche larga o de un baño en el mar improvisado.

Paleta de sombras e iluminadores The Eye Dare You! Beyond de Dolce&Gabbana Beauty (95 €).



VIVIR CON EL PELO AL VIENTO
O cómo lucir un *beach hair* con estilo, sin que el cabello quede áspero o reseco. Este aceite con caléndula y karanja (Phyto) protege la fibra capilar de los rayos UV, la sal y el cloro, mientras deja un aroma veraniego en las puntas. El *spray* invisible (Davines), con naranja amarga y rico en vitamina C antioxidante, se puede utilizar antes o después de la playa y la piscina. El cabello queda ligero, suave y brillante, incluso después del baño. ¿Un nivel más de protección? Nutrición con aceite de sésamo, escudo UV y resistencia al agua para seguir el ritmo (René Furterer). Y por la noche, para disciplinar sin apelmazar, este tratamiento líquido en espuma (Keune) que devuelve volumen y textura, como después de un chapuzón en el mar. *Texturizante Sea Foam de Keune (24,45 €), leche suavizante con filtros protectores UV SU Milk de Davines (33,60 €), aceite protector icónico Plage de Phyto Paris (16 €) y aceite solar protector Solaire de René Furterer (17,50 €).*



UN KIT DE RETOQUES DE MAQUILLAJE Los imprescindibles para llevar en el bolso de playa: este bronceador (Victoria Beckham Beauty) de textura acuosa y ultrafina se funde con la piel como un sutil toque de sol. Tan fácil de difuminar como una crema y tan duradero como unos polvos, este colorete (Prada) aporta un rubor de buena cara con efecto 'recién llegada de la playa'. Para los labios, cuidado continuo: un sérum SPF 40 (Odacité) que hidrata, protege y aporta un velo de color, como un tinte labial, o un brillo con color SPF 15+ (Skin|Cycles), que repara, protege y alisa sin resultar pegajoso. Para dar un toque de luminosidad, este *stick* iluminador en gel (Milk), ideal para aplicar en pómulos, párpados o labios. Y, por último, una manicura en burdeos intenso (Kure Bazaar), siempre elegante.

Bronceador líquido Colour Wash Bronze Water Tint tono Heatwave de Victoria Beckham Beauty (51 €), Lasting Lips Tint SPF 15+ de Skin|Cycles (65 €), colorete Prada Touch en tono Peach de Prada (45 €), sérum labial nutritivo SPF 40 en tono True Nude de Odacité (39 €), barra iluminadora Cooling Water Jelly Shimmer en tono Water Frosé de Milk Makeup (30 €) y esmalte de uñas en tono Burgundy de Kure Bazaar (18 €). Bolso de mano de piel de Hermès.









El nuevo LV Crayon en distintos tonos (50 €), barra de labios satinada LV Rouge 104 Beige Machina (140 €) y estuche para llevar los lápices perfiladores (850 €), todo de LOUIS VUITTON.

LA BELLA LINEA

De la mano de Pat McGrath, Louis Vuitton presenta un nuevo objeto de belleza: LV Crayon. Inspirado en la precisión técnica de la 'make-up artist' en los desfiles de la firma durante más de dos décadas, este lápiz perfilador de labios está llamado a revolucionar nuestra rutina de maquillaje diaria.

Por Paula Menéndez

CUANDO Louis Vuitton debutó en la belleza el pasado mes de septiembre llevó este universo a un nuevo nivel. Mucho más que un producto, el maquillaje para la firma es expresión artística, obsesión y emoción. No en vano, detrás de la división está una de las *make-up artists* más brillantes e influyentes de nuestro tiempo: la legendaria Pat McGrath, directora creativa de cosméticos de La Beauté Louis Vuitton. Veterana colaboradora de la casa, McGrath ha creado entre bastidores los *looks* de maquillaje para los desfiles de Louis Vuitton durante más de dos décadas. Ella es la artífice de algunas de las imágenes de belleza más memorables de la moda contemporánea y tiene una sensibilidad estética única.

Por eso las propuestas de *Dame* Pat McGrath –en 2021 la reina Isabel II la nombró Dama del Imperio Británico– siempre son recibidas con verdadero entusiasmo en la industria. Como lo último de la firma, un lápiz perfilador de labios llamado a revolucionar la rutina de belleza diaria. «Cada *look* que he creado en la pasarela de Louis Vuitton comienza con el contorno de los labios: es ahí donde la precisión se convierte en arte. Es fácil de usar y precioso cuando se lleva en la mano», explica McGrath. Desde la fórmula enriquecida con un péptido hasta el acabado, cada aspecto de este lápiz convierte la aplicación en un gesto sensual y exquisito. «La textura del LV Crayon es algo que todo el mundo debería experimentar por sí mismo. Se funde en los labios como una segunda piel: cremosa, suave como la seda, increíblemente cómoda. ¡Y lo mejor es que dura!», exclama la experta. Disponible en diez tonos únicos, el LV Crayon ha sido concebido no sólo como un básico para el día a día, sino también como una pieza de arte. Al igual que el resto de objetos de La Beauté, nace con la meticulosidad de la alta costura y está ideado para perdurar.

El *lip combo,* la mezcla de labial y perfilador, vive su momento. Las posibilidades son infinitas, aunque McGrath tiene sus predilectas. La *make-up artist* adora los *blurry lips,* la combinación noventera de perfilador marrón con bálsamo rosa o el labial *nude* con un delineador más oscuro. «El contorneado de los labios es el mayor secreto de belleza de nuestra generación –apunta–. Y con el LV Crayon, la precisión es inigualable: es la forma más lujosa de llevar un perfilador».

Con este nuevo capítulo, McGrath sigue amplificando el poder de la belleza como forma de autoexpresión. «En Louis Vuitton, todo comienza con una visión y termina con algo extraordinario. Ese es el único criterio por el que siempre he trabajado y esta colección llega para sublimarlo», concluye la gran dama del maquillaje. ■

FOTOS: CORTESÍA DE LOUIS VUITTON.

Debutó con su primer papel protagonista a los siete años y con sólo 13 se convirtió en Chica Almodóvar, pero su éxito global ha llegado de la mano de 'Euphoria'. Entrevistamos a Priscilla Delgado: musa de una nueva generación, embajadora de Kérastase y la actriz de raíces españolas más buscada del momento.

Por PAULA MENÉNDEZ

PRISCILLA

De Puerto Rico al mundo

Fotografía de
JUANKR

Peluquería de
JESÚS DE PAULA

Estilismo de
ENOL BLASCO



Para nutrir el cabello en profundidad y combatir el encrespamiento nada como el tratamiento de noche sin aclarado 8h Magic Night de KÉRASTASE. Pendientes de plata de GRACIA BY YOLANDA.



En el cabello, Elixir Ultime de KÉRASTASE.
Un aceite de textura ligera que protege el
pelo, dejándolo más suave, sedoso y brillante.
Vestido de piel de BALENCIAGA y pendiente
de metal con perla de GOOSSENS PARIS.





¿Un básico para cuidar la melena? El Sérum Anti-chute Fortifiant de KÉRASTASE. Previene la rotura, fortalece la fibra capilar y reduce la caída. Pantalón de seda de EMPORIO ARMANI.





«Después de largos periodos de rodaje, me gusta hidratar mi pelo con un aceite capilar», dice Priscilla. En la imagen, Elixir Ultime de KÉRASTASE y pendiente de metal con concha de TORY BURCH.



1. Huile Originale Elixir Ultime (69,50 €). **2.** 8h Magic Night Serum (56,90 €). **3.** Genesis Sérum Anti-chute Fortifiant (56,90 €), todo de **Kérastase.**

SI HAY UNA ACTRIZ que está dando que hablar estos días en nuestro país es Priscilla Delgado. Su brillante interpretación en la tercera temporada de *Euphoria* junto a estrellas como Jacob Elordi, Zendaya, Hunter Schaffer o Rosalía ha puesto a esta joven originaria de Puerto Rico pero criada en Madrid en el foco mediático. Ella, sin embargo, acude a nuestra cita haciendo gala de una sencillez poco habitual en el sector y tan sólo acompañada de su madre. «Participar en este proyecto ha sido precioso. Posiblemente la experiencia a nivel creativo más impresionante de mi vida», nos cuenta.

Aunque la serie de HBO Max ha redefinido las reglas de la belleza con su estética disruptiva y extravagante, fuera del set Priscilla apuesta por la sencillez. Pero incluso con la cara lavada, vaqueros y *tank top* su apariencia resulta magnética. Su cuerpo menudo pero voluptuoso es lo primero que me llama la atención. Después, la mirada expresiva, una boca hipnótica y su exuberante melena ondulada. «Soy muy estricta con el cuidado del cabello y procuro no someterlo a ningún tipo de maltrato. Con el tiempo, he aprendido a amar la forma natural de mi pelo y a llevarlo con orgullo», asegura la intérprete, nueva embajadora de Kérastase, mientras la peinan para la sesión de fotos.

Ponerse en la piel de Angel, la bailarina del club de *striptease* Silver Slipper a la que encarna en el drama juvenil creado por Sam Levinson, no sólo ha supuesto un reto mayúsculo para ella, también la ha llevado a traspasar límites hasta ahora desconocidos «Cada situación supuso un desafío. Fue increíble investigar y llevar a la vida un personaje tan complejo, con tanto temperamento, pero al mismo tiempo con un mundo interior lleno de identidad», sostiene. Entre sus compañeros de reparto, hubo alguien –siempre lo hay–con quien tuvo una química especial. «Compartí sobre todo con Zendaya y fue una delicia poder ser testigo de su trabajo», revela.

Priscilla habla de la interpretación con verdadero entusiasmo. Su historia de amor con el universo audiovisual viene de lejos. Antes incluso de poder articularlo con palabras, mostraba una inclinación natural hacia la cámara. «Desde niña he sentido un deseo enorme de expresarme», manifiesta.

Aunque con sólo cuatro años se mudó a España con su familia –su padre es de Ávila; su madre, de San Juan– el hecho de haber nacido en Puerto Rico ha moldeado su carácter. «El espíritu isleño está muy presente en mi manera de ser. Adoro el mar, sin ir más lejos. Para mí es el elemento más curativo del mundo», declara mientras aparta el cabello de su rostro con la mano.

De su infancia en el madrileño barrio de Chamberí guarda grandes recuerdos. En su cabeza, fue una etapa feliz y normal, pero lo cierto es que ya entonces sus días no tenían nada de ordinario. Con siete años, se incorporó al elenco principal de *Los Protegidos,* un cometido que cambiaría su vida para siempre. Más tarde llegarían el filme *Julieta* (2016) de Pedro Almodóvar, *Los hombres de Paco* (2005) y *Desaparecidos* (2020). «Conocer desde dentro el universo de Almodóvar fue un privilegio absoluto», dice sobre su película junto al director manchego.

Me pregunto si, como sucede con otros intérpretes, alguna vez ha tenido la sensación de haberse perdido cosas por crecer entre rodajes y estar expuesta al público desde tan pequeña. «¡Todo lo contrario! He vivido experiencias que difícilmente podrían haberse dado a una edad tan temprana en otras circunstancias. Además, culturalmente, me ha enriquecido mucho, porque he tenido la oportuniad de conocer a personas creativas muy especiales», observa.

Cuando era una adolescente, sucedió algo que marcaría un antes y un después: la aceptaron en una reconocida escuela de artes escénicas de California. Era la oportunidad ideal para dar el salto a la Ciudad de las Estrellas. Pero, como tantas otras veces, tampoco en esta ocasión lo hizo sola. Sus padres y su hermano la acompañaron en su aventura y se trasladaron con ella a Los Ángeles. «Tengo mucha suerte. Mi familia me ha apoyado en todo desde el principio».

Hoy fantasea con ponerse algún día a las órdenes de Tarantino o de Los Javis. Aunque su sueño continúa siendo el mismo desde que tiene uso de razón. «Sólo espero poder seguir dedicando mi tiempo a historias y personajes que puedan remover algo en los demás, que es, en última instancia, para lo que trabajo», proclama. Próximamente la veremos en el esperado *reboot* de *Prison Break* (Disney+). Lo mejor, seguro, está todavía por venir. ■

MAQUILLAJE: BOSCO MONTESINOS. MANICURA: KATY. PRODUCCIÓN: ITZÍAR SAETTONE. ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA: SERGIO BORONDO.

PERFECTO SOUVENIR.

Unas vacaciones memorables en nuestro país exigen un recuerdo de viaje a la altura. Lo nuevo de Loewe Perfumes reinventa dos notas irresistibles —la pera y el pistacho— para poner en valor la tradición española a través de su singular prisma.

Fotografía de NURIA SERRANO

Estilismo de CLAUDIA LAUKAMP

Nuestros *souvenirs* favoritos en *travel size,* para llevar siempre contigo. Vela Pistachio (100 €, 170 g) y Elixir Eau de Parfum (155 €, 50 ml), ambos de LOEWE PERFUMES. Además, bolso Flamenco Clutch de piel de LOEWE (2.700 €).



Los pistachos son para el verano. Lejos del cliché, la nueva vela de la firma española captura el olor más real, puro y extraordinario del fruto seco. Un básico para endulzar las veladas estivales. Vela Pistachio de LOEWE PERFUMES (195 €, 610 g).



Elaboradas en cera natural, cada vela se presenta en una vasija de terracota esmaltada. Por su carácter artesanal, no hay dos iguales, pero todas llevan el sello *made in Spain*.

Cada uno de los Elixirs incorpora el LOEWE Accord, una nota creada por Nuria Cruelles que se basa en el aroma de la jara silvestre española.



Fresco y estimulante, este nuevo elixir para mujer concebido por Nuria Cruelles –perfumista de Loewe– combina notas de pera, limón, flor de azahar, magnolia y almizcle. Loewe Aire Sutileza Elixir Eau de Parfum de LOEWE PERFUMES (235 €, 100 ml).

ELLE

THE ELLECTION BAG

VALOR REAL: 750€

TODO POR SÓLO 189€



CONSÍGUELA AQUÍ

Además de estos 19 productos 'premium', recibirás tres números de la revista ELLE. Promoción válida sólo para Península y Baleares.

AL SUR DE FRANCIA

Solar y adictivo, el nuevo perfume de Dior revive el mito de La Colle Noir con una mezcla inesperada: almendra y cítricos.

Por PAULA MENÉNDEZ

PARA ESCAPAR del frenesí parisino, Christian Dior diseñó el *Château* de La Colle Noir: un remanso de paz situado en el interior de la región de Grasse, que se convirtió en su refugio cuando necesitaba huir del mundanal ruido. Él mismo plantó allí hectáreas enteras de flores aromáticas –jazmín grandiflorum, rosa centifolia y lavandín–, árboles frutales, olivos y una viña. Por si fuera poco, cientos de almendros florecían al final de cada invierno, un espectáculo del que nunca se cansaba.

La nueva fragancia de Francis Kurkdjian para La Collection Privée, Dior Paradise, revive el recuerdo de ese inmenso jardín y, más concretamente, el deseo del diseñador de ver crecer allí sus almendros. «No puedo evitar imaginármelo en la ventana de su habitación, aguardando al final del invierno la floración profusa y milagrosa, como una promesa de felicidad y renovación de la naturaleza», manifiesta el creador.

La almendra amarga rara vez se resalta en perfumería, pero a Kurkdjian nada le estimula más que dinamitar los estereotipos. Luminoso y adictivo, el nuevo jugo combina una nota almendrada con un cóctel de cítricos envuelto en haba tonka. «Dior Paradise reconforta como un rayo de sol que surge al final del invierno y te acaricia las mejillas», apunta. Francis Kurkdjian lo ha vuelto a hacer. ■











En las imágenes, el *Château* de La Colle Noir; una receta de Christian Dior escrita a mano por él, y el propio *couturier* en la finca en 1955. *Eau de parfum* Dior Paradise (300 €, 100 ml).

FOTOS: CORTESÍA DE DIOR BEAUTY.

LO ÚLTIMO

Tratamientos de vanguardia, perfumes 'on-the-go', dispositivos inteligentes y maquillaje fetiche. Todo lo que este verano causará sensación está aquí.



'READY-TO-WEAR'

La fragancia Serpentine celebra su primer aniversario. En sólo un año, este singular perfume de Roberto Cavalli se ha convertido en un icono, gracias a su formato *on-the-go* y una estela envolvente. Ahora, con motivo de esta ocasión especial, la casa presenta una nueva versión en un frasco de 15 ml. La misma mezcla icónica de notas florales, amaderadas y ambarinas regresa con un diseño precioso e ideal para llevar todo el verano. Si el frasco de 100 ml incluía una pulsera desmontable, este formato cuenta con un anillo de serpiente extraíble. Toda una innovación por parte de la firma, que sigue creyendo en la idea de llevar Serpentine siempre contigo.

En las imágenes, la supermodelo Natasha Poly con las dos versiones del perfume Serpentine, ambas de **Roberto Cavalli** (130 €, 100 ml; c.p.v., 15 ml).

TEXTOS: PAULA MENÉNDEZ. FOTOS: D.R.

MÁS COLÁGENO

En cuestión de cuidado facial, uno de los aspectos que más nos preocupan es la pérdida de firmeza. Para responder a esta necesidad, la firma Skin Generics ha creado el tratamiento de última generación Anti-Gravity. Formulado con Gravityl™, un activo biotecnológico de origen marino que trabaja sobre la estructura de soporte de la piel, estimula la producción de colágeno y mejora la resistencia al descolgamiento, proporcionando un efecto tensor progresivo y duradero. Desde las primeras aplicaciones, la tez se siente –y se ve– más tersa, flexible y luminosa.

Crema reafirmante Anti-Gravity de **Skin Generics** (29 €).





'WISH LIST'

Más allá de secar o moldear el cabello, la tecnología de Dyson convierte cada paso de la rutina en una experiencia sensorial. Concebidos por su equipo de experimentados ingenieros, los dispositivos de cuidado capilar de la firma transforman lo cotidiano en algo extraordinario. ¿Lo último? Su nueva edición limitada de color Ceramic Apricot and Topaz: una propuesta inspirada en el solsticio de verano que captura la magia del día más largo y luminoso del año. Puro flechazo.

Dyson Supersonic Nural™ en Ceramic Apricot and Topaz (499 €) y *spray* acondicionador *leave-in* Dyson Omega™ (66 €), ambos de **Dyson.** En *dyson.es*

ADIÓS AL 'FRIZZ'

Tras años consolidada como una autoridad incontestable en el sector de los nutracéuticos, Olistic escribe un nuevo capítulo en su historia. Por primera vez, la marca ofrece un producto de uso externo que complementa su colección de suplementos para cuidarlo desde el interior. Se trata de tres brumas capilares que combinan la maestría del perfumista Jimmy Boyd con una innovadora tecnología antiencrespamiento. La clave para presumir de melena este verano.



De izda. a dcha., Hair Mist Presence (floral), Hair Mist Ease (fresca) y Hair Mist Warmth (solar) de **Olistic** (14,90A €, 30 ml).

EL TOQUE FINAL

Perfecta combinación de historia, ingredientes únicos y elegancia atemporal, los perfumes firmados por Casamorati, del grupo Danbel, son auténticos tesoros olfativos. Este verano, la casa italiana rompe moldes con Tempio d'Acqua: una fragancia afrutada y floral que envuelve la piel con la suavidad del melocotón, un corazón floral etéreo y un fondo cálido de vainilla, mirra y ambroxan. Un jugo ideal para quienes valoran la perfumería de autor, la calidad de las materias y la emoción que sólo una fragancia verdaderamente especial puede transmitir.

Tempio d'Acqua de **Casamorati** (270 €, 100 ml).



'BLUSHMANIA'

La obsesión continúa. Este verano, Victoria Beckham Beauty estrena Blush Stylus, un colorete en *stick* diseñado para personalizar al máximo el color de las mejillas. Su fórmula cremosa y modulable se funde con la piel para crear un rubor de aspecto natural que se puede intensificar desde un tono sutil hasta uno vibrante. Entre sus ingredientes, destacan la lanolina de origen vegetal y el acetato de vitamina E, dos activos que aumentan la hidratación a la vez que proporcionan una aplicación impecable.

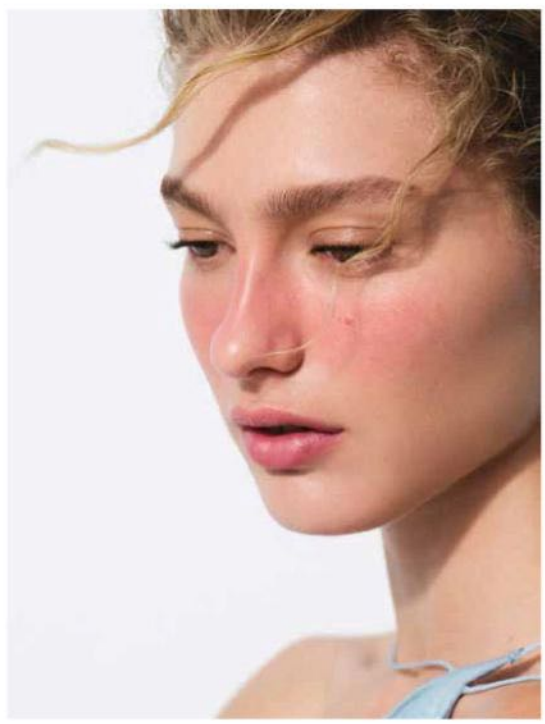
Blush Stylus tono Rossa de **Victoria Beckham Beauty** (44 €, en *victoriabeckhambeauty.com*).



EFECTO 'SUNKISSED'

Los polvos Terracotta de Guerlain son un producto de culto. Un básico de maquillaje adorado en todo el mundo por brindar un aspecto saludable y luminosidad instantánea a la piel. En 2026, el icono regresa con una edición limitada de capricho. Más de 40 años después del lanzamiento de este *must,* la casa rinde homenaje a su patrimonio colaborando con los talleres de Aït Manos. Los nuevos estuches incorporan los *zelliges* (mosaicos de terracota de colores) de este fabricante artesanal marroquí, mientras que la mítica fórmula compuesta por un 96 % de ingredientes de origen natural contiene miel de flores para garantizar la hidratación del rostro. Un sí rotundo.

En la imagen, de arriba abajo, Terracotta Golden Dunes en Red Zagora, Blue Dakhla y Green Agafay de **Guerlain** (61 €).



TEXTOS: PAULA MENÉNDEZ. FOTOS: D.R.

KUO'S
PROFESSIONAL

CLINIC SOLUTION

EXOSOME
FACTORES DE CRECIMIENTO EPIDÉRMICO

AYUDA A REFORZAR LAS DEFENSAS NATURALES DE LA PIEL



- REGENERACIÓN DE LA PIEL
- REDUCCIÓN DE ARRUGAS
- MEJORA DE LA ELASTICIDAD

www.kuos.es

CLINICAL CARE FOR YOU

Fotografía de JAVIER BIOSCA

Estilismo de ALBA MELENDO

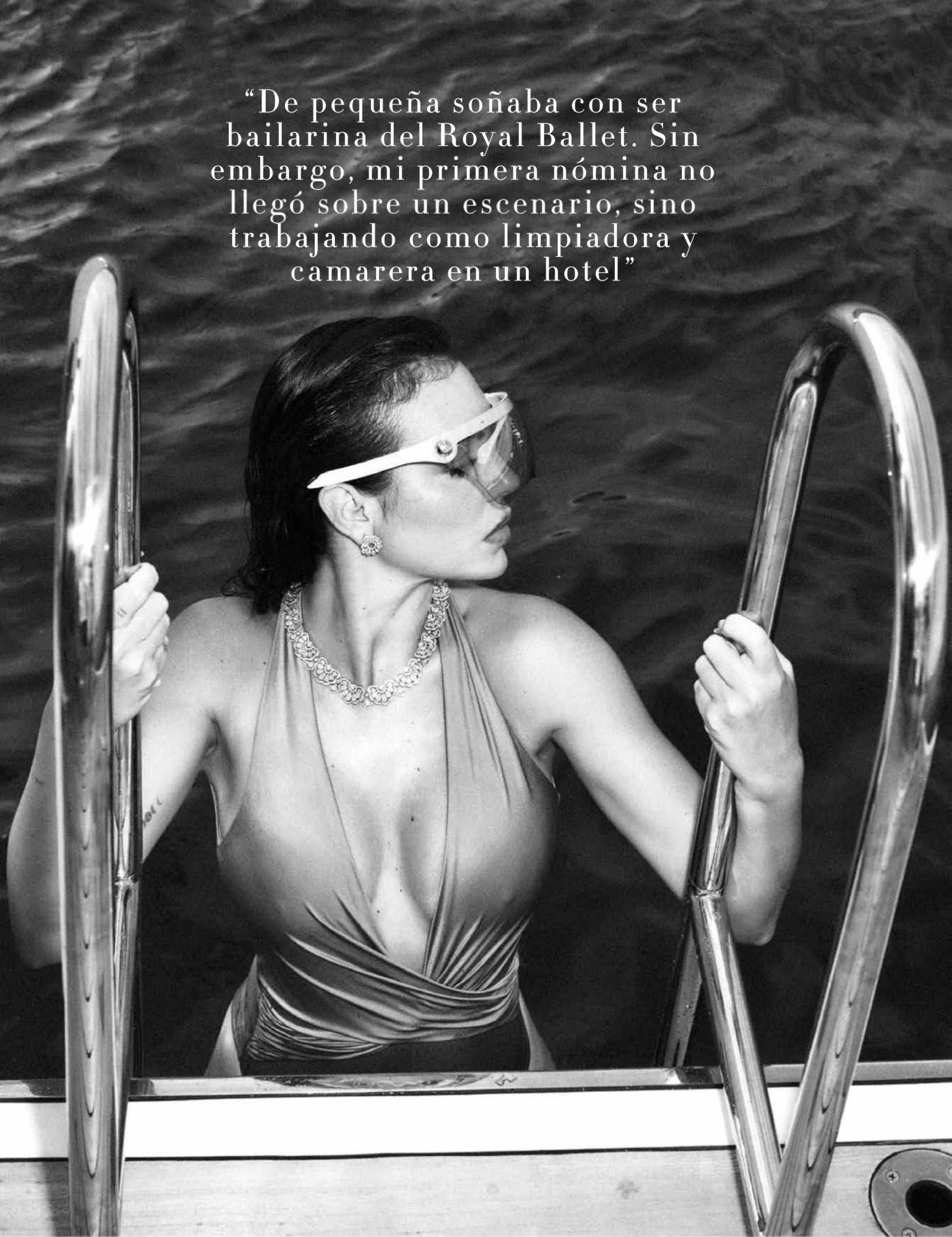
Georgina

La fama ocupa titulares, pero rara vez cuenta la historia completa. Hay una distancia entre la imagen pública y la persona. A bordo del yate My Mare, y con el baño de Calzedonia, Georgina Rodríguez emula para Harper's Bazaar el estilo de una diva hollywoodiense. Cuando se apagan los focos aparece la mujer real, sin filtros, y reflexiona sobre su recorrido vital, desde los sueños de infancia hasta la vida que ha construido hoy.

Por ALBERTO PINTEÑO



En la proa, Georgina posa con traje de baño de CALZEDONIA, *gafas de sol de* MAISON ALAÏA, *sandalias de piel de* CASADEI, *y collar y anillo, ambos de oro blanco con tanzanita y diamantes, de* DEL PÁRAMO VINTAGE JOYAS.



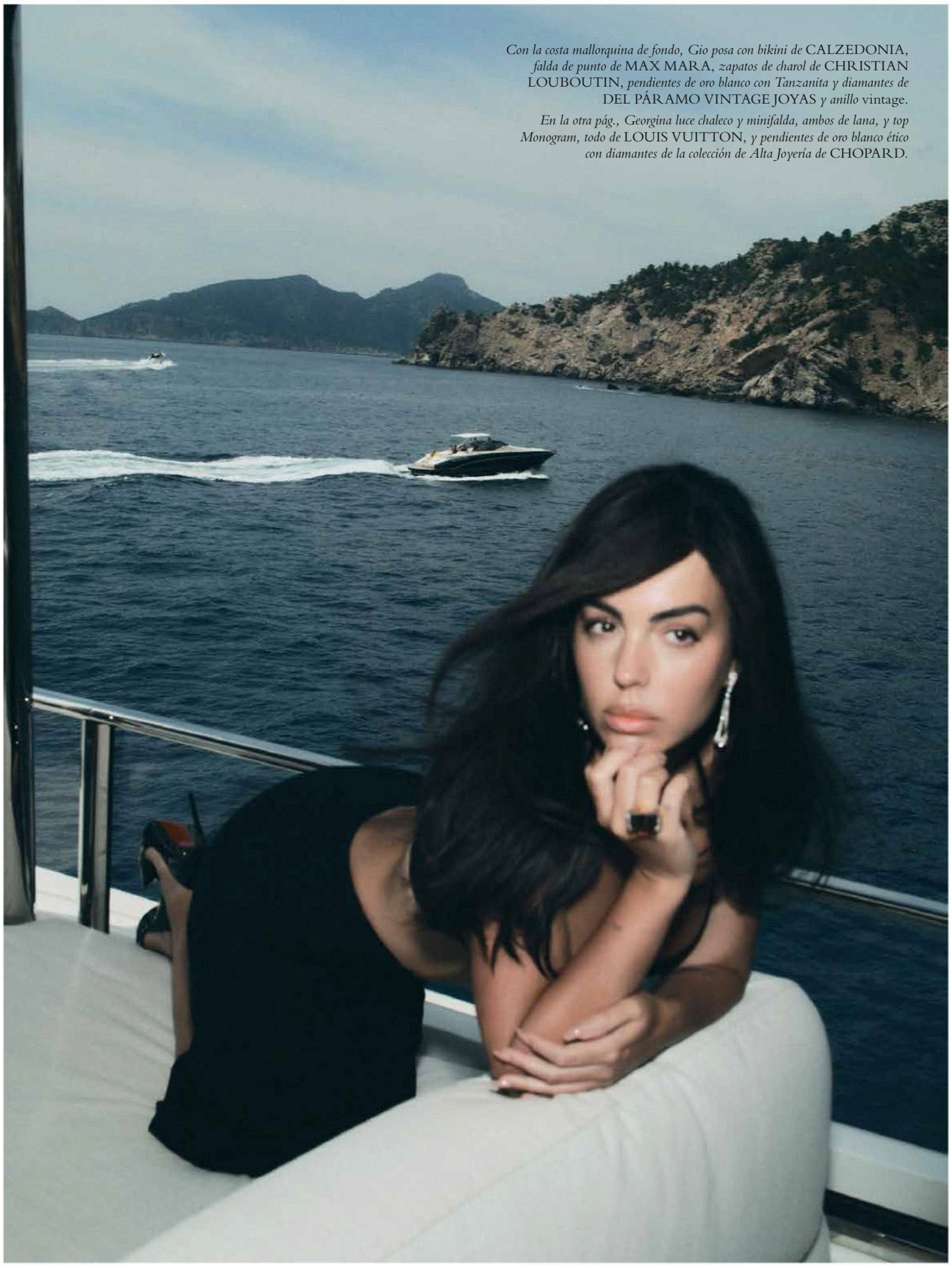
"De pequeña soñaba con ser bailarina del Royal Ballet. Sin embargo, mi primera nómina no llegó sobre un escenario, sino trabajando como limpiadora y camarera en un hotel"



Traje de baño de CALZEDONIA, *gafas de sol de* PRADA *y collar de perlas con broche de platino con diamantes y rubí de* DEL PÁRAMO VINTAGE JOYAS.

En la otra pág., Georgina sale del mar con traje de baño de CALZEDONIA, *gafas de sol de* PIERRE CARDIN, *y pendientes y collar, ambos de oro blanco ético con diamantes, de la colección Precious Lace de Alta Joyería de* CHOPARD.





Con la costa mallorquina de fondo, Gio posa con bikini de CALZEDONIA, *falda de punto de* MAX MARA, *zapatos de charol de* CHRISTIAN LOUBOUTIN, *pendientes de oro blanco con Tanzanita y diamantes de* DEL PÁRAMO VINTAGE JOYAS *y anillo* vintage.

En la otra pág., Georgina luce chaleco y minifalda, ambos de lana, y top Monogram, todo de LOUIS VUITTON, *y pendientes de oro blanco ético con diamantes de la colección de Alta Joyería de* CHOPARD.



Chaqueta de seda de VALENTINO, *sujetador de* INTIMISSIMI, *y pendientes y collar (en la mesa, a la izda.), ambos de oro blanco ético con diamantes, de la colección de Alta Joyería de* CHOPARD.

En la otra pág., traje de baño de CALZEDONIA, *gafas de sol de* MAISON ALAÏA, *y pendientes y collar, ambos de oro blanco con tanzanita y diamantes, de* DEL PÁRAMO VINTAGE JOYAS.



"Con los años he comprendido que ningún trabajo dignifica menos que otro y que ningún sueño se pierde por empezar de una forma distinta a la que imaginabas"

Traje de baño de CALZEDONIA, *gafas de sol de* MIU MIU, *zapatos de piel de* LE SILLA *y collar de los años 60 de oro blanco con diamantes y esmeraldas de* DEL PÁRAMO VINTAGE JOYAS.

En la otra pág., Gio mira a cámara con vestido camisero de seda, y bolso y zapatos, ambos de piel, todo de GUCCI, *y traje de baño de* CALZEDONIA.





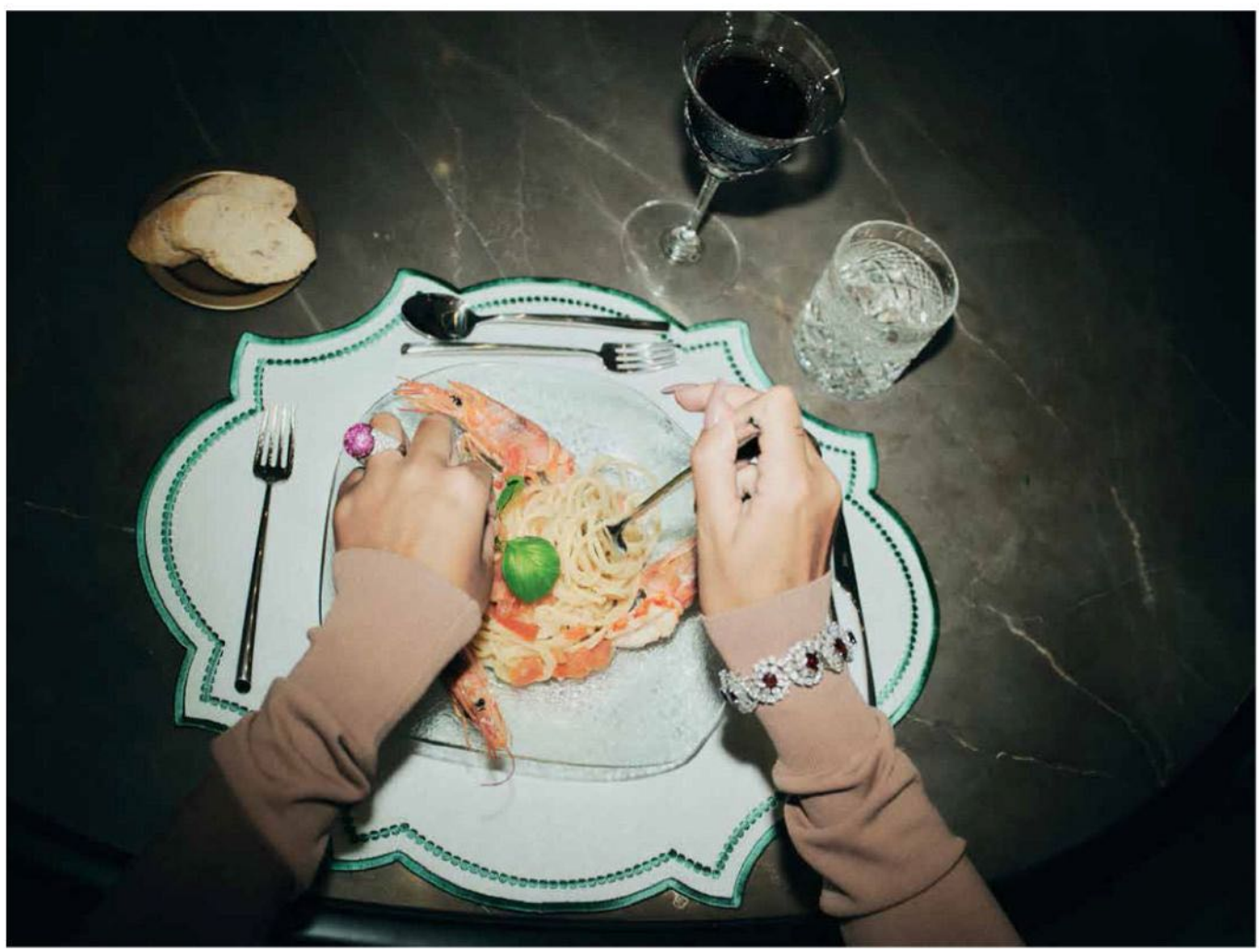
“Mis padres me enseñaron algo que la vida me ha confirmado una y otra vez: no siempre las cosas salen como planeas”





Cárdigan de punto de THE ATTICO, *sujetador de encaje de* CALZEDONIA, *y pulsera de oro blanco con rubíes y diamantes, sortija de oro blanco con bola de papel de zafiro y diamantes, y sortija de oro amarillo con coral y diamante negro, todo de* DEL PÁRAMO VINTAGE JOYAS.

En la otra pág., bikini de CALZEDONIA *y collar de oro blanco ético con diamantes de la colección Precious Lace de Alta Joyería de* CHOPARD.



A PRIMERA hora de la mañana, Port Adriano todavía parece desperezarse. Los cascos blancos de los grandes yates reflejan la luz en este puerto diseñado por Philippe Starck, donde muchos rostros conocidos pasan desapercibidos porque el lujo, en este rincón de Mallorca, forma parte del paisaje.

A bordo del My Mare –el yate de 27 metros de eslora de los astilleros Azimut que lo tienen en sustitución hasta este próximo diciembre, cuando le entregarán a Cristiano Ronaldo el definitivo que encargó hace ya tres años– la actividad ha comenzado mucho antes de nuestra llegada. El equipo de producción entra y sale de la embarcación cargando percheros, focos, maletas de maquillaje y estilismo. Sobre una mesa se acumulan bañadores, gafas de sol y joyas que dentro de unas horas ocuparán varias páginas de Harper's Bazaar. El fotógrafo estudia la trayectoria del sol. Los estilistas organizan cambios de vestuario. Alguien consulta una aplicación meteorológica y hay quien calcula cuánto tiempo tardará el viento en convertirse en un problema.

Son las doce menos tres minutos cuando una furgoneta de cristales tintados aparece junto al amarre 73. La puerta se abre. Primero baja Elena, aunque aquí nadie la llama así, para todos es Pins, la asistente. Después aparece ella. Georgina Rodríguez, vestida con un sencillo conjunto negro de lino, unas gafas de sol XXL y un Birkin de Hermès que la precede. Es el modelo Rainbow, uno de los más exclusivos de la firma francesa. No hay nada parecido a la entrada estudiada que uno podría esperar de una de las mujeres más reconocidas del planeta. Cruza la pasarela saludando, pregunta cómo ha ido la mañana y sonríe a la tripulación. Se interesa por la travesía y sólo después dirige su atención a la sesión de fotos. Parece un detalle menor. Resulta curioso comprobar cómo ocupa el espacio cuando nadie la está fotografiando. No hay ansiedad ni prisas. Hay disciplina –demostrará a lo largo de la sesión que no hay impedimentos ni problemas para Gio, como todos la llaman– y una curiosidad genuina por las personas. Cuando comienzan las fotografías, aparece la profesional. La cámara parece encontrarla con facilidad. Pero detrás de cada imagen existe una realidad menos visible: repetir movimientos, soportar el calor, corregir posturas, adaptarse a la luz y mantener la concentración durante horas. Ella escucha, prueba, corrige, vuelve a empezar… Entre toma y toma, sin embargo, reaparece otra versión de sí misma. La madre. La empresaria. La mujer que habla de gratitud con una naturalidad poco habitual en un mundo acostumbrado a celebrar únicamente el éxito. Quizá por eso, cuando finalmente nos sentamos en uno de los salones del My Mare, la conversación no comienza hablando de fama, dinero o notoriedad. Comienza mucho más atrás. En la infancia. En los sueños. En la mujer que existía antes de que el mundo entero aprendiera su nombre.

—Hoy, Georgina Rodríguez es conocida en absolutamente todo el mundo, pero muy pocos conocen a la verdadera Gio. ¿Qué recuerdos de su infancia siguen definiendo a la mujer que es hoy?

Mi infancia estuvo marcada por valores muy claros: el respeto, el esfuerzo, la disciplina y el amor. El *ballet* fue mi mundo durante muchos años y me enseñó mucho más que una técnica; me enseñó el compañerismo, la constancia y la importancia de seguir trabajando incluso cuando los resultados no llegan de inmediato. Aprendí que los sueños se construyen día a día, con dedicación y paciencia. Mirando atrás, creo que gran parte de la persona que soy hoy nació en aquellos años, frente a un espejo, aprendiendo que el talento es importante, pero que el trabajo y la perseverancia son los que realmente te acercan a tus objetivos.

—¿Cuál fue el primer gran sueño que recuerda haber tenido?

De niña soñaba con ser una mujer independiente. Soñaba con trabajar, con tener mis propias responsabilidades, con tener una gran familia y con sentir la satisfacción de conseguir las cosas por mí misma. Con mi primera nómina, me di cuenta de que estaba en el camino correcto y siguiendo los pasos del destino llegaría donde siempre quise estar. Los sueños no siempre empiezan desde el lugar que imaginaste. Con el tiempo entendí que lo importante no es controlar cada paso, sino mantenerte fiel a tu camino y avanzar sin perder de vista quién eres. Recuerdo que de pequeña compartía con mucha ilusión que soñaba con ser bailarina del Royal Ballet. Algunas personas se reían o intentaban ridiculizar ese sueño. Sin embargo, la vida tenía preparado para mí un recorrido diferente. Mi primera nómina no llegó sobre un escenario, sino trabajando como limpiadora y camarera en un hotel, en un pueblo lejos de mi casa. Y, sinceramente, nunca lo viví como una decepción. Al contrario. Me sentía profundamente afortunada por tener una oportunidad, por aprender, por conocer personas trabajadoras que me inspiraban cada día y por descubrir el valor de ganarse las cosas con esfuerzo. Con los años he comprendido que ningún trabajo dignifica menos que otro y que ningún sueño se pierde por empezar de una forma distinta a la que imaginabas. A veces el destino te lleva por rutas inesperadas, pero cada experiencia tiene un propósito. Lo importante es seguir caminando con honestidad, trabajar duro y confiar en que cada paso te acerca a donde realmente estás destinado a llegar.

Mientras habla de aquellos primeros empleos, algo cambia en su expresión. Las respuestas siguen siendo pausadas, pero la voz adquiere una convicción especial cuando aparecen palabras como trabajo, esfuerzo o disciplina. Son conceptos que regresarán varias veces durante la conversación, como una especie de hilo invisible que conecta a la joven que cobraba su primera nómina con la empresaria que hoy lidera sus propios proyectos.

—¿Qué aprendió de sus padres que todavía aplica cada día?

De mis padres aprendí algunos de los valores más importantes que me acompañan todavía hoy: el respeto, el amor, el esfuerzo y la humildad. Pero, sobre todo, me enseñaron algo que la vida me ha confirmado una y otra vez: no siempre las cosas salen como las planeas. Crecí viendo que, cuando un plan no funcio-

naba, ellos no se rendían. Buscaban una alternativa, se adaptaban y seguían adelante. Me enseñaron que tener sueños es importante, pero también lo es tener la capacidad de reinventarte cuando las circunstancias cambian. Gracias a ellos entendí el valor de la resiliencia. Aprendí que los obstáculos forman parte del camino, que las decepciones no son el final de una historia y que, muchas veces, las oportunidades aparecen precisamente cuando eres capaz de aceptar que la vida tiene otros planes para ti

—Después de tantos años y tantas vicisitudes, ¿hay alguna inseguridad de juventud que aún la acompañe?

Creo que una de las cosas que más he tenido que aprender sobre mí misma es que, al ser tan exigente conmigo, muchas veces también he sido exigente con los demás. Siempre he tenido una mentalidad de esfuerzo, disciplina y compromiso, y durante mucho tiempo asumí que todo el mundo veía las cosas de la misma manera. Con los años he entendido que cada persona tiene sus propios tiempos, circunstancias y formas de afrontar los retos. He aprendido que liderar, trabajar en equipo o incluso querer a las personas también implica comprenderlas, escuchar y aceptar que no todos funcionan igual. Sigo siendo una persona muy perfeccionista y me gusta dar lo mejor de mí en todo lo que hago, pero hoy intento equilibrar esa exigencia con más empatía y flexibilidad. Es uno de los aprendizajes personales que más valoro porque me ha ayudado a crecer no sólo profesionalmente, sino también como persona.

—¿Qué parte de su personalidad cree que la gente todavía no conoce?

Nunca he sentido la necesidad de construir un personaje. Hay aspectos de mi vida privada que protejo porque pertenecen a mi familia y a mi intimidad, pero como persona soy bastante transparente. Quienes me conocen de cerca encuentran a la misma mujer que se muestra públicamente: alguien trabajadora, sensible, familiar, exigente consigo misma y profundamente agradecida por las oportunidades que ha tenido en la vida. No creo que haya una versión oculta de mí. Con el tiempo he aprendido a mostrarme tal y como soy. Protejo mi intimidad, pero no mi personalidad. La mujer que ve la gente es, en esencia, la misma que soy cuando se apagan las cámaras.

Cuando menciona la importancia de mostrarse tal y como es, resulta inevitable pensar en la enorme diferencia entre la percepción pública y la realidad cotidiana. Sorprende precisamente la ausencia de artificio. Gio es así, tal y como la ven. Lo mismo posa con actitud hierática como te suelta un 'qué coñazo de pasta, yo quiero jamón rico'. Parece que detrás de todo, hay una mujer acostumbrada a convivir con una exposición extraordinaria que parece haber encontrado una forma sencilla de relacionarse con ella: proteger lo que considera sagrado y compartir aquello que forma parte de su identidad.

—¿Cuándo sintió por primera vez que su vida estaba cambiando para siempre?

El día que me convertí en madre. Hasta ese momento, todas las decisiones, los sueños y las responsabilidades giraban principalmente en torno a mí. Pero la maternidad transformó por completo mi forma de ver la vida. Fue entonces cuando entendí que ya no sólo era responsable de mí misma, sino que había personas que dependían de mí de la manera más profunda y absoluta. Mis hijos me dieron una nueva perspectiva sobre el amor, la fortaleza y el sentido de la responsabilidad. La maternidad me enseñó a ser más valiente, más paciente y más consciente de cada decisión que tomo. También me hizo descubrir una capacidad de entrega que no sabía que existía dentro de mí.

—¿Qué cosas pequeñas le siguen haciendo sentir en casa?

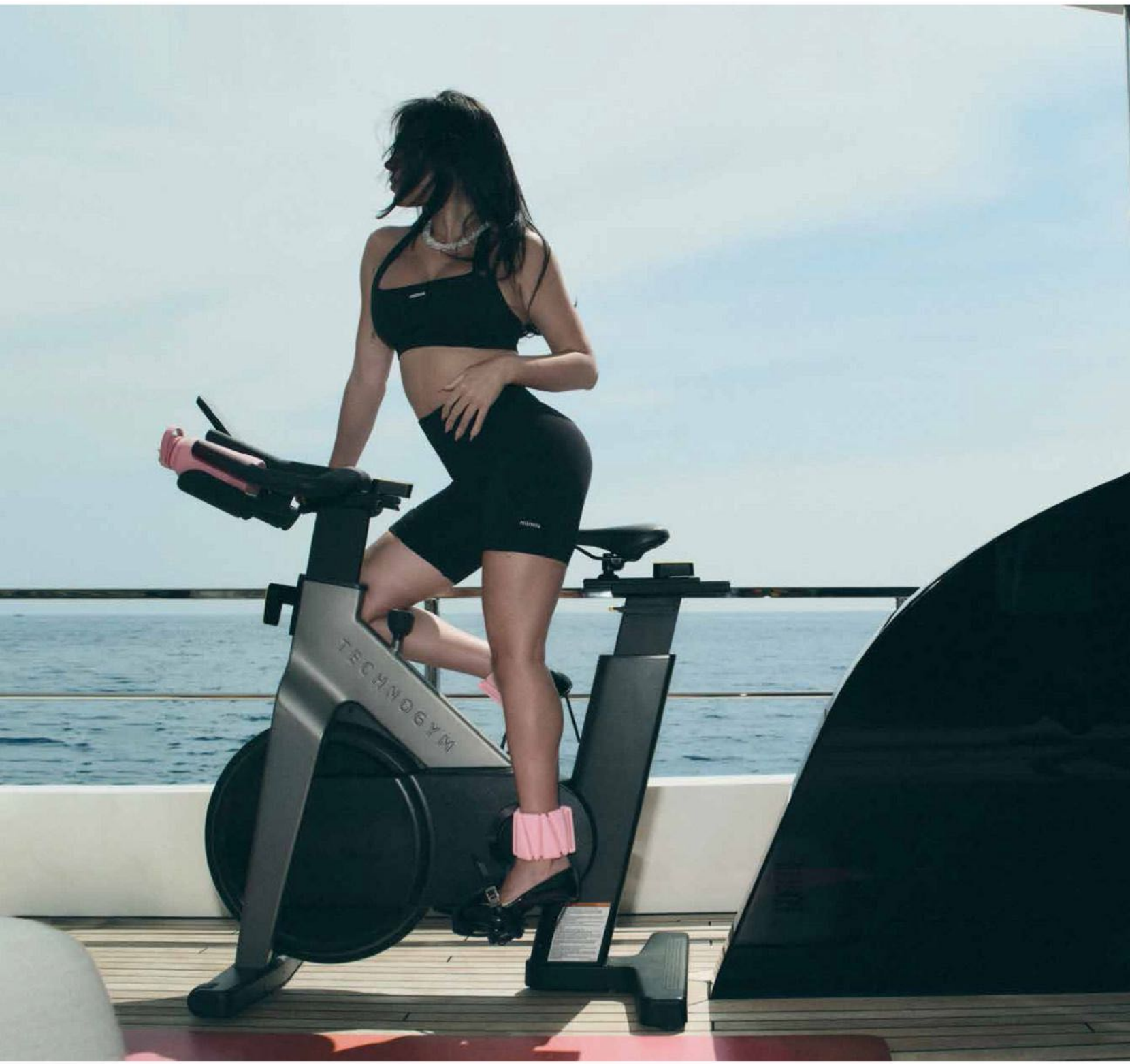
El olor a café por la mañana, una comida en familia, sentir a mis hijos allí donde esté, eso ya es HOGAR.

—Si pudiera volver a hablar con la Georgina de los 20 años, ¿qué le diría?

Le diría que no tuviera miedo a la soledad ni a la incertidumbre. Que siguiera adelante con fe, porque Dios tenía preparado para ella un camino lleno de aprendizajes, amor y bendiciones que ni siquiera era capaz de imaginar.

La entrevista se detiene unos minutos porque la luz ha cambiado. En una producción de moda en alta mar el sol manda más que Gio. Los fotógrafos salen primero. Después los estilistas. Los asistentes reorganizan vestuario, maquillaje y accesorios. Hay dos embarcaciones más pequeñas que nos rodean constantemente en nuestra trayectoria. Al principio pensamos que eran paparazis a la caza de la foto (cosa que también sucedió), pero resulta que eran del equipo *bodyguard* que van constantemente con ella –y con él, claro, con Cristiano Ronaldo–. El barco continúa balanceándose sobre un Mediterráneo picado que ya no tiene el mismo color –ni la misma quietud– que por la mañana. Ahora es más intenso, azul y peligroso. Gio nos da lecciones de mar, se siente algo mareada y pide parar un momento hasta que se calme la marea. A los minutos, desaparece para cambiarse de *look*. Cuando vuelve a cubierta, las cámaras se preparan de nuevo. Empieza otra secuencia, otra historia. La transformación visual es inmediata. La personal, no. Porque hay algo que permanece constante durante toda la jornada: la manera de relacionarse con quienes la rodean. Durante una pausa se acerca a uno de los marineros. Hablan sobre el viento. Sobre las rutas y el mar. Más tarde revisa sólo por un pequeño instante una de las tomas, pero jamás dirá nada sobre ella. Confía y deja hacer. Escucha comentarios y se ríe cuando ➤

> "Echo de menos pasar desapercibida y disfrutar de ciertos momentos sin sentirme observada"


TECHNOGYM





Gabardina de piel y bolso, ambos de PUCCI, *traje de baño de* CALZEDONIA *y gafas de sol de* JIMMY CHOO.

En la otra pág., Gio lleva top y mallas deportivas, ambos de MIMOA, *zapatos de piel de* LE SILLA *y collar de oro blanco ético y diamantes de la colección Precious Lace de Alta Joyería de* CHOPARD.



“Nunca he sentido la necesidad de crear un personaje. Quienes me conocen de cerca encuentran a la misma mujer que se muestra públicamente”

Top de punto de MAX MARA, culotte *de* CALZEDONIA, *zapatos de piel de* PARIS TEXAS, *gafas de sol de* MCQUEEN, *y pendientes, pulsera y anillo, todo de oro blanco con esmeraldas y diamantes, de* DEL PÁRAMO VINTAGE JOYAS.

En la otra pág., traje de baño de CALZEDONIA, *gafas de sol de* PRADA *y collar de perlas con broche de platino con diamantes y rubí de* DEL PÁRAMO VINTAGE JOYAS.











Bikini de CALZEDONIA, *gafas de sol de* HARPER'S BAZAAR, *zapatos de piel de* PARIS TEXAS *y pendientes de oro blanco ético con diamantes de la Alta Joyería de* CHOPARD.

En la otra pág., chaqueta de algodón de MIU MIU, *sujetador de encaje de* INTIMISSIMI *y collar de platino con diamantes de* DEL PÁRAMO VINTAGE JOYAS.

"A la Georgina de los 20 años le diría que no tuviera miedo a la soledad ni a la incertidumbre. Que siguiera adelante con fe"



Bikini de CALZEDONIA, pareo de seda de TALLER MARMO, bolso de flecos de STELLA MCCARTNEY, pendientes de oro blanco ético con diamantes de CHOPARD y anillos, ambos vintage.

PELUQUERÍA: LORENZO BARCELLA (OSTI MGMT). MAQUILLAJE: FER MARTÍNEZ (ESTHER ALMANSA). PRODUCCIÓN: ITZÍAR SAETTONE. ASISTENTES DE FOTOGRAFÍA: TONI DURÁN Y MARCOS GÓMEZ. ASISTENTES DE ESTILISMO: HUGO LATORRE, TONI ULIER, ALBERTO VALENZUELA, AINA MARCO, MARIA BRAVO, NAHIA MARINO Y AROA MORA. ASISTENTE DE PELUQUERÍA: SAMUELE SQUARCIAFICO. EQUIPO *TALENT*: RAMÓN JORDANO, NOAH COLLINS Y ELENA PINA CAMBRA. AGRADECIMIENTOS: HOTEL SECRETS MALLORCA VILLAMIL.

una ráfaga inesperada arruina una imagen que parecía perfecta. No son grandes momentos, pero precisamente por eso resultan reveladores. A menudo asociamos el lujo con lo extraordinario, pero observándola durante horas surge otra conclusión: el verdadero privilegio quizá sea conservar la normalidad cuando la vida se ha vuelto excepcional.

—¿Cómo se aprende a vivir cuando todo el mundo opina sobre usted?

No puedo controlar lo que los demás piensan de mí, pero sí cómo vivo. Y mientras sea fiel a mis principios, puedo caminar en paz.

—¿Hay momentos en los que echa de menos el anonimato?

He aprendido a aceptar la realidad de la vida que tengo y a valorar todo lo bueno que viene con ella. Forma parte del camino que he elegido y que me ha regalado experiencias extraordinarias. Pero sí, de vez en cuando, echo de menos esa sensación de pasar desapercibida y disfrutar de la sencillez de ciertos momentos sin sentirme observada.

—¿Cuál ha sido la lección más dura que le ha dado la maternidad?

Si tuviera que buscarle un 'pero' a algo tan maravilloso como la maternidad, diría que a veces me preocupo demasiado, ya que vivir tan alerta es un poco agotador. Su bienestar, su felicidad y su seguridad ocupan la mayor parte de mis pensamientos. Pero incluso esa preocupación nace del amor. Y si soy sincera, es un 'pero' que acepto con gusto, porque mis hijos son, sin ninguna duda, lo mejor que me ha pasado en la vida.

—Hay muchas cosas por las que dar gracias. ¿Qué relación tiene hoy con la salud, el amor y el dinero?

Con los años he llegado a una conclusión muy sencilla: sin amor y sin salud, todo lo demás pierde valor. El amor alimenta el alma, la salud nos permite vivir plenamente y, sin esas dos cosas, es muy difícil construir cualquier proyecto, perseguir metas o disfrutar de los logros que alcanzamos. El dinero puede facilitar muchas cosas, pero para mí nunca estará por encima de la salud ni del amor. De hecho, creo que son precisamente el amor y la salud los que nos dan la fuerza, la motivación y la energía necesarias para construir todo lo demás.

"El dinero puede facilitar muchas cosas, pero para mí nunca estará por encima de la salud ni del amor"

—¿Cree que la gente juzga con demasiada facilidad a las mujeres que disfrutan del éxito económico?

Por mi parte, he aprendido a escuchar las opiniones que nacen del cariño y del respeto, y a dejar pasar aquellas que sólo buscan juzgar. Al final, la persona que mejor conoce tu historia, tus esfuerzos y tus valores eres tú misma.

—¿Cómo es su relación con Calzedonia y qué otros proyectos profesionales le gustaría desarrollar en el futuro?

Mi relación con Calzedonia viene de hace muchos años. La he llevado verano tras verano porque siempre he encontrado diseños con los que me siento cómoda, favorecida y fiel a mi estilo. Una de las cosas que más valoro de la marca es su capacidad para adaptarse a mujeres muy diferentes. A lo largo de mi vida y de mis distintas etapas, con cambios físicos, embarazos o simplemente variaciones de peso, siempre he seguido encontrando opciones con las que me he sentido bien. Creo que esa es una de sus grandes fortalezas: entender que la belleza no tiene una única forma y ofrecer prendas que acompañan a las mujeres en diferentes momentos de su vida, haciéndolas sentir seguras, cómodas y bonitas. Por eso, más allá de una colaboración, existe una afinidad real con una marca que ha estado presente en mis veranos durante muchos años. ¿En el futuro? Pues verás, yo diría más bien presente. He desarrollado mi empresa de Real Estate inspirándome en mis propias necesidades a la hora de encontrar un hogar, pues siempre he sido una persona extremadamente exigente y perfeccionista. Y esto es sólo el comienzo. Mi objetivo es seguir creciendo, ampliando mi patrimonio inmobiliario y desarrollando nuevos proyectos. Y por otro lado está mi marca personal, MIMOA, una marca de ropa deportiva que nace con la intención de acompañar a la mujer en su día a día, en cada etapa de su vida y en cada versión de sí misma: el objetivo es crear prendas que hagan sentir a la mujer cómoda, segura, fuerte y bella, independientemente de su talla, de los cambios de su cuerpo o de la etapa que esté viviendo.

Cuando termina la última pregunta, la luz de la tarde se vuelve más suave y dorada. Es hora de hacer las últimas fotos en la playa de un hotel cercano. Ella sigue dispuesta a todo. Se sube sobre una mesa mientras el paseo marítimo al completo la observa. Vierte botellas de agua sobre su vestido cuando la temperatura no sube de los 12 grados. Se cuelga un albornoz y unos 'stilettos' sin miramiento. Hace todo lo que el equipo le ordena. Y acata con gusto. Es una verdadera «curranta» oigo decir a Pins, su asistente. Lo es.

Desaparecen los percheros. Se guardan las cámaras. Se cierran maletas. La sesión ha terminado. Georgina se despide uno por uno. Da las gracias. Abraza. Se interesa por las personas antes que por los resultados. Son estos gestos breves los que permanecen cuando todo lo demás desaparece. Las portadas suelen intentar explicar una vida a través de grandes titulares: del éxito, la fama, el patrimonio, de los logros… Y, sin duda, todo eso forma parte de la historia. Pero después de compartir un día entero con ella, la impresión que permanece es la de una mujer que habla del amor antes que del dinero (cuando eso es fácil, claro). De la familia antes que de la notoriedad. Del trabajo antes que de la suerte. Y uno entiende que, detrás de los millones de miradas que la acompañan cada día, sigue existiendo aquella niña que soñaba frente a un espejo de *ballet*. Quizá con más experiencias. Quizá con más responsabilidades. Quizá con una vida que jamás habría podido imaginar. Pero todavía guiada por la misma convicción. Que los sueños no llegan de golpe. Se construyen día a día. ■

Por IANKO LÓPEZ



Hay islas para las que el arte se ha convertido en una razón de ser. En España, Italia, Francia, Grecia, Japón, Corea del Sur o Canadá están algunas de estas utopías artísticas. Cada una responde a un modelo distinto, y también ofrece experiencias muy variadas. La última de ellas, que acaba de abrir en una isla junto a Venecia, es el tercer centro de la mecenas Patrizia Sandretto.



ATOLONES



Hauser & Wirth, isla de Menorca. ESPAÑA.

DEL ARTE



Isla de Lanzarote. ESPAÑA.

LAS ISLAS siempre han sido escenarios para la fantasía. Por lo menos desde la Utopía imaginada por el autor renacentista Tomás Moro: una isla creada de manera artificial para acoger una república perfecta, toda armonía y equilibrio y dotada de leyes propias. Lo mismo sucede en las islas artísticas, donde la realidad suspende momentáneamente sus reglas, cada vez de una forma distinta: así, algunas nacieron alrededor de una colección privada, otras son motores de regeneración económica y otras han hecho del arte una extensión natural del paisaje. Pero las posibilidades no se agotan en esto.

El pasado mayo, durante la semana de preinauguración de la última Bienal de Venecia, la coleccionista y mecenas turinesa Patrizia Sandretto Re Rebaudengo estrenó su tercer centro de arte, ubicado precisamente en una isla. Isola San Giacomo, a algo más de media hora en barco de la Serenissima, a simple vista reúne todas las papeletas para convertirse en el paraíso de cualquier obseso del orden cartesiano: dos naves paralelas dedicadas a exponer arte, una tercera que es una casa cuyo interiorismo ha corrido a cargo del cineasta Luca Guadagnino, otros dos bloques listos para servir como residencia de artistas, un coquetísimo jardín y un pequeño viñedo, todo ordenadamente distribuido en un paralelepípedo perfecto. Sin embargo, aquí y allá aparecen señales inequívocas de que nada es tan amable como aparenta. Está, por ejemplo, una instalación de Hugh Hayden consistente en una iglesia inclinada 40 grados, en un equilibrio inestable; o el letrero del dúo Claire Fontaine que nos advierte que Patriarcado = CO_2, o el árbol de Pamela Rosenkranz, completamente pelado y de un color fucsia irrealmente intenso, haciéndonos ver que tras las utopías a menudo se esconde la realidad más inquietante.

También es cierto que, cuando visitamos una isla artística, el propio viaje suele ser por lo menos tan importante como lo que en ella nos espera. Es lo que ocurre con la Illa del Rey, una isla dentro de la isla de Menorca, en la que la megagalería Hauser & Wirth tiene una de sus sedes, y donde este verano el programa incluye una exposición colec- ➤



Jeju Island, COREA.

El ARTE contemporáneo transforma las ISLAS en escenarios utópicos y centros de VANGUARDIA cultural, convirtiendo el AISLAMIENTO en regeneración.



Fundación Sandretto Re Rebaudengo, isla de San Giacomo. ITALIA.



Hondalea, isla de Santa Clara. ESPAÑA.

tiva sobre la incertidumbre del mundo, comisariada por uno de sus autores estrella, Rashid Johnson. Llegar hasta allí en uno de los pequeños barcos que salen regularmente del puerto de Mahón ya genera un estado de ánimo que predispone al encuentro artístico. Algo parecido ocurre con Hondalea, la obra total de Cristina Iglesias (que, por cierto, también forma parte de la muestra de Hauser & Wirth Menorca) en la minúscula isla de Santa Clara, frente a la bahía de San Sebastián. En este caso, después del preceptivo barquito nos espera un recorrido terrestre que va ascendiendo hasta un faro, en cuyo interior se despliega una escultura de bronce azotada por una marea artificial y bañada en luz lechosa: la fuerza de la naturaleza potenciada por el artificio del arte.

Si Menorca se convirtió en un destino artístico gracias a la reciente llegada de Hauser & Wirth, a la que rápidamente se añadieron las galerías Albarrán Bourdais y Cayón (en Mahón) o LÒAC (en Alaior), su vecina Mallorca atesora una sólida tradición que también la vincula al arte contemporáneo. Aquí la variedad resulta especialmente portentosa, como lo es el hecho de que desde hace 30 años se celebre la Nit de l'Art, un evento por el que cada septiembre se reúnen auténticas multitudes en unos lugares, como las galerías de arte, por lo general no muy dados a atraer el furor popular. Además, desde este año también se organiza en Palma una edición mallorquina de la veterana feria de arte Art Cologne. Otros referentes de la isla, como el museo Es Baluard, la Fundación Miró, la Juan March, el centro Casal Solleric o CCA Andratx, aún enriquecen la oferta mallorquina.

Dice el cliché que el Mediterráneo es la cuna de nuestra civilización, pero como núcleo de arte contemporáneo tampoco se queda atrás. La isla de Hidra, en el golfo Sarónico, que en el siglo XIX fue uno de los focos de la independencia griega, después atrajo a una nutrida comunidad bohemia y creativa. Entrado el XXI, no es sólo un destino privilegiado para el veraneo burgués heleno, sino que también acoge una sede de la fundación DESTE, del empresario y coleccionista grecochipriota Dakis Joannou. El edificio es un antiguo matadero donde hoy reina el sol radiante de una vistosa escultura móvil de Jeff Koons, y cada verano presenta un programa expositivo de primer nivel.

En la Costa Azul francesa, la isla de Porquerolles enamoró al empresario Édouard Carmignac, que decidió ubicar allí un centro de arte para exhibir ➤



Fundación Deste, isla de Hidra. GRECIA.



Villa Carmignac, isla de Porquerolles. FRANCIA.



La experiencia de VISITAR estas instalaciones artísticas genera una DUALIDAD entre la ARMONÍA del paisaje y la CRÍTICA SOCIAL.

Fundación Miró, isla de Mallorca. ESPAÑA.

FOTOS: ARCHIVO FUNDACIÓ PILAR I JOAN MIRÓ A MALLORCA © JUAN GAVILÁN, GETTY IMAGES, ALAMY, REBECCA LAM / UNSPLASH Y D.R.



Benesse Art Site, isla de Naoshima. JAPÓN.

su colección. Villa Carmignac abrió sus puertas en 2018, convertida en una escenografía para el arte contemporáneo en la que desempeñan papeles protagonistas 300 piezas de artistas como Miquel Barceló, Jeppe Hein o Andy Warhol. Porquerolles es, por cierto, una de las tres Islas Doradas frente a la bahía de Hyères, el pueblo sobre el que se alza Villa Noailles, el *château* cubista de los míticos mecenas Charles y Marie-Laure de Noailles que es en sí mismo una obra de arte de visita obligada.

Una isla también puede convertirse en la utopía personal de un artista, como ocurrió con Lanzarote para el pintor arrecifeño César Manrique: cuando en 1966 volvió a su tierra natal tras pasar dos años viviendo en Nueva York, decidió aplicar sus esfuerzos a evitar que Lanzarote siguiera el modelo de urbanización masiva que ya empezaba a imponerse en otros destinos similares, y convirtió la isla en su gran obra con la colaboración del arquitecto Fernando Higueras.

Pero si hay en el mundo un conjunto de islas que los muy cafeteros del arte tienen en su lista preferente de peregrinación, ese es el formado por Naoshima, Teshima e Inujima, en el mar Interior de Seto, al sur de Japón. Impulsado por Benesse, el grupo japonés dedicado a la educación, se trata de un universo que aúna arte, naturaleza, arquitectura y hostelería. Una variedad de artistas que abarca desde Claude Monet hasta Yayoi Kusama, desde Walter de Maria hasta Christian Boltanski, junto con obras arquitectónicas de Tadao Ando, Sou Fujimoto o Ryue Nishizawa, conforman la propuesta.

Sin salir del continente asiático, Jeju, la mayor isla de Corea del Sur, cuyos paisajes volcánicos son Patrimonio Mundial de la UNESCO, se ha posicionado en las últimas tres décadas como un pujante polo cultural y artístico. Para ello, Tadao Ando vuelve a constituir uno de los elementos fundamentales (es autor de dos museos, Bonte y Yumin, y de una impresionante Casa de Cristal), junto con varios parques escultóricos y centros culturales. Como contraste, la pequeña isla de pescadores de Fogo, frente a la costa de Terranova (unos 2.000 habitantes), en Canadá, experimentó una regeneración económica gracias a la acción de la empresaria tecnológica Zita Cobb, originaria de la región. En este caso se optó por abrir unas modestas residencias de artistas que se integraban en la comunidad local, enriqueciéndola sin promover un modelo turistificador. El caso de Fogo demuestra que, en efecto, hay muchas formas de ser una isla, pero también que a veces las mayores utopías se hacen realidad. ■

Arena, sol y sal marcan el pulso en las playas de este istmo centroamericano.

Aquí, donde siempre es verano, el vestidor se reduce y se aligera sin perder el ritmo: colores vivos, estampados y tejidos fluidos son clave para hacer de esta escapada la evasión perfecta.



Vestido de punto elástico de TOM FORD, sandalias de piel de CELINE y brazalete de ROXANNE ASSOULIN.


Fotografia de
Giovanni Corabi
Estilismo de
Caroline Newell
Costa
Rica



Top de algodón de PRADA y collar de cuentas de ROXANNE ASSOULIN. En la otra pág., vestido de crepé y collar de piedras, ambos de GIORGIO ARMANI, y chanclas de goma de ANCIENT GREEK SANDALS.







Top de satén y falda de gasa, ambos estampados, de DRIES VAN NOTEN y pendientes de oro de ROXANNE ASSOULIN.





Top y falda, ambos de tul, de BLUMARINE,
y pendientes de oro de ROXANNE ASSOULIN.
En la otra pág., top de seda plisada de VALENTINO.





Vestido de punto elástico de LOEWE, sandalias pala de ANCIENT GREEK SANDALS y pendientes de metal bañado de MAISON ALAÏA.





Top y falda, ambos de organza, de ALBERTA FERRETTI, sandalias de piel de JIMMY CHOO y collar de piedras de DON'T LET DISCO. En la otra pág., top de punto de algodón y falda de flecos de organza, ambos de MAX MARA, y pendientes de plata de CHLOÉ.





Vestido de chifón de seda de FENDI. En la otra pág., vestido de algodón y top de bikini de nailon, ambos de MIU MIU, y collar de cuentas de ROXANNE ASSOULIN.

Directora editorial: Eléonore Marchand. Peluquería: Tamara McNaughton. Maquillaje: Courtney Perkins. Producción: Cowboys Production. Asistentes de estilismo: Raquel Castellanos y Katie Leimbach. Casting: Anita Bitton (Establishment Casting). Modelo: Mariana Goncalves.





Vestido de doble *georgette* lijado cuya estructura forma un doble lazo drapeado, bordado con flores capuchinas de muselina fruncida y otras de *georgette* y muselina con bordados de perlas e hilos plateados de DIOR ALTA COSTURA.

BIENVENIDOS AL PARAÍSO



Por MALIKA ATHEY

Los vastos recursos de Dior sacan a relucir el lado más romántico e ingenioso de Jonathan Anderson. El creativo, una de las grandes 'estrellas' de la industria actual, ha dado vida a una primera colección de alta costura bajo su batuta llena de poesía y fantasía.

En la otra pág., de izda. a dcha., traje de chaqueta de *tweed* con cuello de flecos plateados y pantalón con volantes de lana y seda, y vestido largo de *jacquard* de terciopelo con estampado de ramos de ciclamen, ambos de DIOR ALTA COSTURA.

COMENZÓ CON las vasijas antropomórficas de Magdalene Odundo: vestidos de colores sólidos, elaborados con cientos de estrechas tiras de tul, se arremolinan alrededor de la figura como arcilla en un torno de alfarero. Si se aprietan estos vestidos esculturales, vuelven a su forma original sin rastro de arruga. Por supuesto, sólo los artesanos y los clientes habituales de alta costura tienen permitido tocar los vestidos, pero todos pudieron verlos en persona en el Museo Rodin durante varios días después del desfile. Habiendo descubierto recientemente la alta costura (él considera su trabajo con los talleres una especie de doctorado acelerado), Anderson entiende mejor que otros que las fotos no pueden transmitir el saber hacer y la diferencia entre alta costura y *prêt-à-porter* (así que, por ejemplo, siendo completamente manual, el trabajo implica que en la alta costura no hay costuras planas; a diferencia de la costura a máquina, todas las costuras en la alta costura son redondeadas y, por lo tanto, se ajustan de manera diferente) y cuanta más gente, incluidos los estudiantes de escuelas de arte, vea la alta costura en la vida real y se dé cuenta de su valor, mejor para un oficio raro y en peligro de extinción.

Jonathan Anderson fue nombrado director creativo de Dior en el momento perfecto de su carrera: tiene la experiencia suficiente para lidiar con la escala de la casa y, al mismo tiempo, las posibilidades de la alta costura son nuevas para él y, por lo tanto, no las da por sentadas. En mi opinión, la alta costura debe ser la cúspide de la creatividad: algo tan laborioso, que conserva las mejores técnicas y herramientas de diferentes siglos; siendo tan compleja, exclusiva y de exquisita elaboración, desde el punto de vista del diseño no tiene por qué ser aburrida. Si los artesanos de Dior son capaces de materializar cualquier fantasía creativa –y, según Anderson, en el imaginario colectivo, Dior es un mundo de fantasía–, entonces el diseñador elegido para este puesto debe poseer una imaginación desbordante.

En el caso de Anderson, sin duda es así: el bolso de malla metálica con cabeza de hurón; el Lady Dior redondeado, que recuerda a un recipiente lacado (una versión inesperada y, a mi parecer, la mejor de este bolso icónico); el bolso con flecos hasta el suelo, que imitan un manojo de hierba recién cortada. Este último, especialmente combinado con un abrigo gris, recuerda a una fotografía de Arthur Elgort de 1993: la modelo Nadja Auermann con un manojo de hierba real, caminando a través de un campo en Clare, Irlanda. Es imposible ➤



De izda. a dcha., vestido de *jacquard* de seda con motivos de ciclamen bordados con perlas, lentejuelas e hilos de seda; vestido de *georgette* de seda plisada a mano y retorcida sobre tul fruncido; vestido drapeado asimétrico con volantes de punto texturizado y adornado con plumas, y vestido drapeado confeccionado en *jacquard* con bordados de perlas, lentejuelas e hilos de seda, y bolsos y joyas, todo de DIOR ALTA COSTURA.





PARA SU DEBUT EN LA ALTA COSTURA, JONATHAN ANDERSON SE INSPIRÓ EN LAS BÚSQUEDAS DEL TESORO DE SU PROPIA INFANCIA.

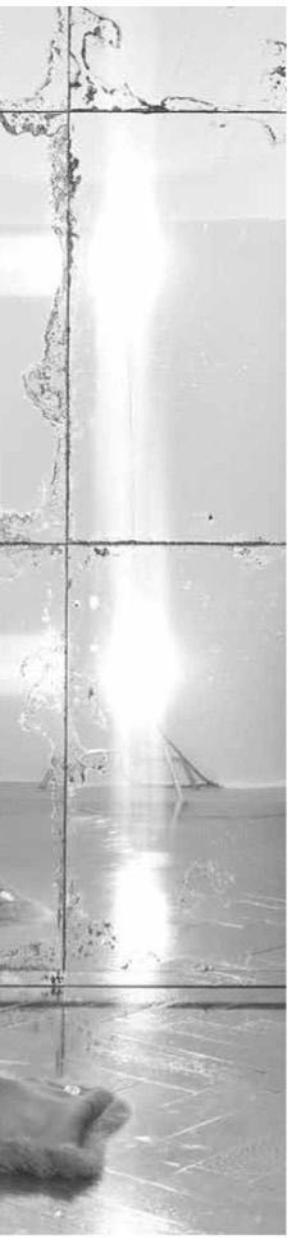






A la izda., vestido drapeado de terciopelo de seda con motivos florales inspirados en una serigrafía de Magdalene Odundo. A la dcha., top estructurado de *georgette* de seda plisada con capa bordada con plumas y motivos que evocan flores, inspirados en una serigrafía de Magdalene Odundo, falda-pantalón bordada con plumas y estola de alpaca y satén, todo de DIOR ALTA COSTURA.

SEGÚN ANDERSON, EN EL IMAGINARIO COLECTIVO, DIOR ES UN MUNDO DE FANTASÍA.



FOTOS: GEORGE EYRES Y CORTESÍA DE DIOR.

saber si Anderson estaba pensando en este editorial, pero es muy posible que la famosa imagen haya quedado grabada en la mente del diseñador, que creció en Irlanda del Norte en la década de 1990. La infancia de Anderson coincidió con el conflicto de Irlanda del Norte, o *The Troubles,* cuando la calle por la que pasabas al ir al colegio por la mañana, por la tarde ya no existía. La devastación le inculcó un sentido de urgencia vital inimitable que lo conecta con Christian Dior, cuyo *New Look* sigue siendo importante no por ser 'bonito', sino porque simbolizaba la transición de la escasez de la guerra a la abundancia de la paz.

En homenaje, precisamente, al fundador, los voluminosos vestidos, como vasijas, de los que hablaba antes terminan en lazos, mientras que otros, con volantes en la cintura, evocan la época de Gianfranco Ferré en la *maison*. Pero, para Anderson, la figura más importante en la historia de la casa es John Galliano. «Para la mayoría, Dior sigue siendo él», concede. Por primera vez en muchos años, Galliano volvió a influir en la colección Dior: acudió al taller para la presentación previa por invitación de Anderson, portando dos ramitas de ciclamen atadas con una cinta de satén negro. El ciclamen conmovió tanto al norirlandés que se convirtió en la flor emblemática del desfile, desde las invitaciones y la decoración del techo hasta los tocados y los vestidos. Para recrear la apariencia de esta flor, indistinguible de las reales, los artesanos de Dior moldearon la seda en prensas metálicas antiguas, tiñeron cada pétalo en tonos rosas y verdes, y los cosieron capa a capa.

Con los nuevos clientes de alta costura en mente, Anderson hizo que los accesorios fueran independientes, trabajando en ellos no sólo como parte del *look* completo. «Pensé, ¿qué tipo de joyas se esperaría de la alta costura, qué tipo de zapatos?». Para las joyas, el diseñador se inspiró en las búsquedas del tesoro de su infancia. Una de las piezas, por ejemplo, presenta un pequeño meteorito encontrado en Argentina. En cuanto a los zapatos, su diseño fue creado desde cero y es absolutamente único.

En una entrevista, Anderson afirmó que consumimos desfiles sin procesarlos; no asimilamos lo que vemos. En contraste con este consumo superficial y frenético, creó una colección que perdurara. Gracias en parte a los accesorios, cuanto más se observa esta increíble propuesta, más se disfruta, y se sigue pensando en ella meses después. Volviendo al impresionante bolso 'hierba', igual que los primeros brotes de la primavera, con sus brillantes tonos de apio y lima, transmite una sensación de esperanza y optimismo. Un diseño fresco y sorprendente que simboliza el comienzo de un capítulo magnífico para Dior. ■

LONDON *calling!*



Recorremos la 'City' envueltas en el espíritu clásico e innovador de la capital británica: minivestidos, algodón con un 'twist', seda y un toque de piel que harán la espera hasta la evasión mucho más llevadera.

Fotografía de ANYA HOLDSTOCK *Estilismo de* SOPHIE VAN DER WELLE



Vestido de popelín con volúmenes de **CELINE** y pendientes de oro amarillo de **GEORG JENSEN.**

En la otra pág., vestido y botas, ambos de piel, y *carré* de seda estampada, todo de **HERMÈS.**



Chaqueta y pantalón, ambos de faya de seda, y bolso Jackie de piel, todo de **GUCCI**.



Vestido pañuelo de seda de **DIOR.**





Chaqueta de charol de **LOUIS VUITTON** y pendientes de plata *vintage*.

En la otra pág., vestido y camisa, ambos de algodón, chaleco y calcetines, ambos de punto, y zapatillas de piel, todo de **MIU MIU.**



Minivestido de pétalos de organza de **STELLA MCCARTNEY.**



Vestido de seda y viscosa y zapatos de piel, ambos de **CHANEL,** y gafas *vintage*.

PELUQUERÍA: MAKI TANAKA. MAQUILLAJE: ATHENA PAGINTON. MANICURA: EMMA WELSH (SB COLLECTIVE). ASISTENTE DE ESTILISMO: OLIVIA SANDFORD-WILSON. MODELO: NORA SVENSON (PREMIER MODEL MANAGEMENT).

MARINA ABRAMOVIĆ





que lo hagan otros”

Pronto la artista multidisciplinar cumplirá 80 años. Y está más solicitada que nunca. Este es un encuentro con un alma inquieta. Por *Marlene Sørensen*

“Cada energía en nuestro cuerpo es energía sexual. Podemos usarla para la creatividad y asuntos espirituales, o se transforma en agresión, guerra e ira”



ÉPICA ERÓTICA BALCÁNICA: MUJERES MASAJEANDO SENOS (2005). *BALKAN EROTIC EPIC. THE EXHIBITION* SE PUEDE VISITAR EN EL GROPIUS BAU DE BERLÍN *(HASTA EL 30 DE AGOSTO.* BERLINERFESTSPIELE.DE*).*

MARINA Abramovic ha soportado mucho por el arte. La pionera del arte performativo se ha tumbado sobre bloques de hielo y entre estrellas ardientes, se ha cortado hasta sangrar y ha soportado flechas apuntando a su corazón. En su *performance* más famosa, *The Artist Is Present,* permaneció sentada en silencio durante 736 horas en el MoMA mientras miles de personas hacían fila para sentarse frente a ella. Sin embargo, la verdadera prueba de su resistencia es actualmente su salud. Padece hipertensión, está bajo supervisión médica y no tiene permitido tumbarse. Una situación inusual, sobre todo teniendo en cuenta que podría estar constantemente de gira. Su nueva obra, *Balkan Erotic Epic,* se encuentra actualmente de gira. Como de costumbre, Abramovic ha pensado a lo grande: existen tres versiones diferentes: una exposición, una versión escénica y una *performance* inmersiva. ¿Y por qué no? Tiene mucho que decir sobre la energía femenina, los rituales eróticos y las fuerzas espirituales, cuyos orígenes se encuentran en los mitos populares de los Balcanes, su tierra natal, y su relevancia en la actualidad.

En la videollamada desde Nueva York, habla rápido, pero con gran concentración. Marina Abramovic no tiene tiempo que perder. «Llegas puntual. Me gusta. ¡Empecemos!».

—¿Cómo está?

… La presión arterial alta me hace sentir tímida. Tengo que usar este monitor [se baja el escote de la blusa para mostrar el dispositivo de medición]. Cuando tienes casi 80 años, pasan muchas cosas.

—Debo confesar: cuando leí que cumplirá 80 en noviembre, al principio no me lo creí.

A mí también me sorprende. Primero la rodilla artificial. Ahora la presión arterial alta. Estoy acostumbrada a trabajar al ritmo de una persona de 20 o 30 años, pero tengo que bajar el ritmo.

—Y está más ocupada que nunca. En abril, la exposición Balkan Erotic Epic *se inaugura en el Gropius Bau de Berlín, seguida de la versión escénica en octubre en el Festival de Berlín. Mientras tanto, presenta* Transforming Energy *en la Gallerie dell'Accademia de Venecia, que abre sus puertas al mismo tiempo que la Bienal.*

No te olvides de la Ruhrtriennale. Allí, en septiembre, podrás disfrutar de la *performance* interactiva de *Balkan Erotic Epic.* También estoy preparando el estreno en Estados Unidos de la obra en Nueva York. Y algo para un museo en Roma. Se me acumula el trabajo. Pienso: lograré seguir trabajando hasta mi 80.º cumpleaños, y entonces necesitaré un nuevo horario. El año pasado tuve cuatro días de vacaciones. ¡Cuatro! Desde entonces he descubierto que puedo participar en las inauguraciones por Zoom. Porque la prensa, las cenas, la gente… tengo que limitarlo. Esa es la realidad. No importa lo joven que parezca.

—Además del enorme volumen de producción, su continua creatividad es impresionante. ¿Qué la impulsa en su trabajo?

El trabajo en sí. Eso es todo lo que siempre he querido: ¡arte, arte, arte! No puedo viajar ahora mismo. En esta pausa, empiezo a comprender: si me detengo hoy, habré logrado muchísimo. Pero me da miedo parar, porque en cuanto me despierto, ya estoy trabajando. Sigo teniendo ideas nuevas. Por ejemplo, *Balkan Erotic Epic.* A mi edad, la gente suele repetirse. Con este proyecto, estoy creando un contexto diferente para mi trabajo. Por ejemplo, estoy reuniendo a intérpretes de larga duración con bailarines. Estoy muy orgullosa de esta pieza. Y me alegra que mi forma de pensar siga funcionando así.

—Su cuerpo y su capacidad de sufrimiento han sido fundamentales en su trabajo desde hace mucho tiempo. ¿Ha cambiado su perspectiva sobre su trabajo desde que tiene que cuidarse mejor?

El cuerpo es una cosa. Con *The Artist Is Present,* ya tenía 65 años. Fue una de las cosas más difíciles que he hecho, pero no me habría ayudado ser más joven. Habría tenido más energía, pero me habría faltado la concentración, la fuerza de voluntad y la sabiduría para superarlo. A veces se necesita la edad. Con *Las 7 muertes de Maria Callas* también lo hice todo: coreografía, dirección, interpretación. Tengo setenta y tantos años. También participo en *Balkan Erotic Epic.* En la representación, se necesitan cuatro horas para ver las 13 escenas.

—¿Por qué sus piezas tienen que ser tan largas?

Para mí, como intérprete, se trata de un estado mental. Si haces algo durante diez minutos o incluso una hora, puedes interpretar un papel. Puedes fingir. Pero en una pieza larga, llega un punto en el que sólo puedes ser tú mismo. Te abres completamente al público. Y el público se abre completamente a ti. De esta vulnerabilidad surge una conexión mágica. Ese es el principio: me das tu tiempo, yo te doy una experiencia.

—Sobre Balkan Erotic Epic*, dice: «Cada energía en nuestro cuerpo es energía sexual. Podemos usarla para la creatividad y asuntos espirituales, o se transforma en agresión, guerra e ira». ¿Qué quiere decir con energía sexual?*

La energía del impulso reproductivo. ¡De la vida! La energía más importante ➤

FOTO: © MARINA ABRAMOVIĆ, CORTESÍA DE MARINA ABRAMOVIĆ ARCHIVES/VG BILD-KUNST, BONN 2026.

de nuestro cuerpo. Me interesa su significado histórico en diferentes culturas. En el folclore balcánico, los órganos sexuales desempeñan un papel importante; podemos remontarnos al siglo IV y encontrar rituales que involucran vaginas y falos, utilizados para todo tipo de cosas.

—*¿Por qué le resulta fascinante esto en la actualidad?*

Creo que hoy en día tenemos una visión errónea del cuerpo, especialmente en términos de estética y estándares de belleza. ¿Podríamos cambiar nuestra perspectiva para ver, por ejemplo, el poder de la sexualidad femenina? La desnudez que muestro no tiene nada que ver con la pornografía. Quiero descubrir qué significa ser humano. Eso es una cosa. La otra es que, en una época llena de guerras y dificultades, quería volver a las raíces de nuestra cultura. ¿Por qué nos comportamos como lo hacemos? ¿Podemos ser diferentes? ¿Cómo se puede recuperar la esperanza?

—*¿Qué ha descubierto?*

Lo que a menudo transforma la energía sexual en agresión y violencia es la vergüenza. La vergüenza es un tema que he abordado repetidamente. ¿Cómo puedo compartir momentos vergonzosos de mi vida? Porque creo que cuando comparto algo que me muestra vulnerable y me hiere profundamente, puedo liberar a otros. Todos llevamos la vergüenza dentro.

—Balkan Erotic Epic *es una reflexión histórica, pero también una narración personal en la que su madre aparece como personaje. ¿Por qué era importante para usted?*

La libero en esta obra. Algo que nunca logré hacer mientras ella vivía. Mi madre me enseñó que el sexo es sucio y que sólo debe practicarse para tener relaciones con alguien. Por eso fui virgen hasta los 24 años. Nunca me besó. Nunca me mostró ternura.

—*Eso suena muy doloroso.*

Eso era y sigue siendo así. Sólo comprendí lo que quería decir cuando leí su diario después de su muerte. Pensaba que si me amaba, me debilitaría. Ella sufrió muchísimo cuando mi padre la dejó por una mujer más joven a los 45 años. Vivió atrapada en las garras de su soledad, su carrera, criando a dos hijos. Pero ahora la estoy liberando. Hay una escena en la que se desnuda: un momento lleno de energía sexual, ternura y amor. Maria Stamenkovic Herranz está increíble en el papel. Cada vez que veo a mi madre semidesnuda bailando, también me siento liberada.

—*Una vez dijo que el buen arte no puede surgir de la felicidad.*

Ya no pienso así. Ya he hecho todo lo doloroso. Quiero humor. Quiero disfrutar de la vida. Fui infeliz durante mucho tiempo. La última vez que me rompieron el corazón, hice *Las 7 muertes de Maria Callas.* Después de eso, quise lidiar con la felicidad.

—*Con su exposición* Transforming Energy, *es la primera artista viva en los 250 años de historia de la Gallerie dell'Accademia en exponer allí.*

Y hace unos años, fui la primera mujer en tener una retrospectiva en la Royal Academy. La primera en 255 años. A veces me siento como una apisonadora, abriendo camino para otras mujeres.

—*Su género, como también ha dicho, no influye en su trabajo. Pero en ocasiones como esta, ¿reflexiona sobre lo que ha logrado como mujer?*

Hay que sacrificarlo todo por el arte. Los hombres también. Pero suelen tener una mujer a su lado que los apoya. Lo que vi fue que las mujeres, a su vez, tenían que renunciar al arte al tener hijos. Por eso nunca quise tenerlos. Fundé mi propio instituto, enseño a jóvenes artistas, he popularizado el arte performativo. Pero no me atribuyo mis éxitos. Que lo hagan los demás.

—*Una persona que ha estado trabajando en su proyecto de vida es el cineasta Pablo Larraín, quien la ha estado siguiendo desde hace tiempo.*

Estamos filmando en los tres lugares donde he vivido más tiempo: Nueva York, Ámsterdam y Belgrado.

—*¿Y es cierto que, como parte de la película, está preparando tres funerales para usted misma?*

Sí. Para las tres Marinas que llevo dentro. La guerrera intrépida. La espiritual que preferiría vivir en un convento. Y la Marina tonta que ama las malas películas y la moda. Me avergoncé de ella durante mucho tiempo, pero las tres viven dentro de mí, y ya no me avergüenzo de nada. Bueno, ya hemos hablado de mi funeral. Paremos.

—*Terminemos con una reflexión positiva. ¿Por qué ayuda pensar en la muerte en vida?*

Cuando te das cuenta de que algún día morirás, puedes vivir con plena consciencia, ser amable contigo misma y disfrutar cada minuto. Desde el momento en que me despierto hasta mi último aliento.

—*Si se despierta por la mañana con esta energía creativa: ¿qué más quiere lograr?*

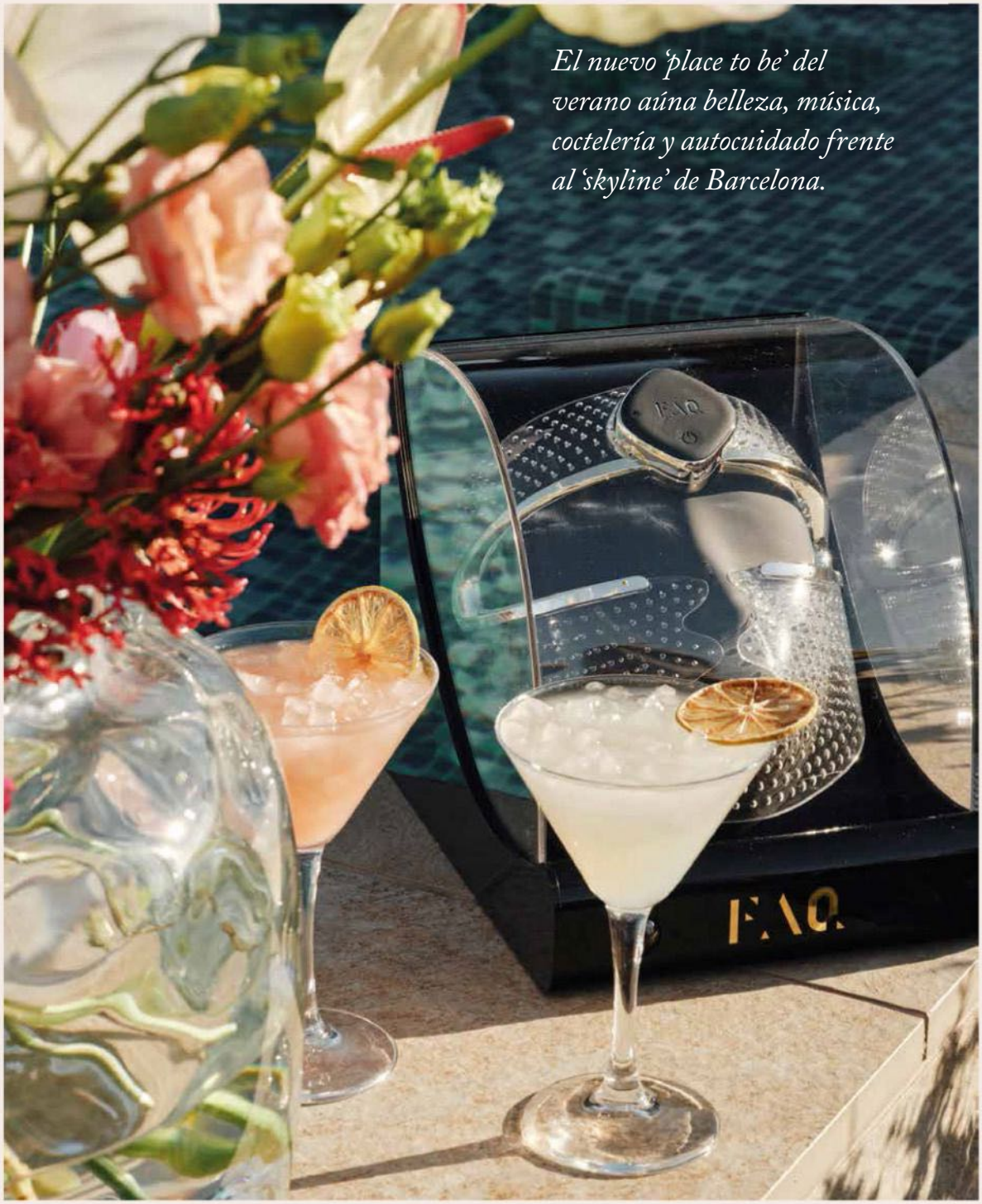
Actualmente estoy trabajando en algo nuevo. Es complicado de producir debido al presupuesto y a la cantidad de instituciones involucradas. Tardaré entre tres y cuatro años en completarlo. Así que todavía no puedo decir nada al respecto. Sólo que será algo grande. ■



LA ARTISTA SERBIA PRESENTARÁ SU EXPOSICIÓN INTERACTIVA *TRANSFORMING ENERGY* EN LA GALLERIE DELL'ACCADEMIA. ES LA PRIMERA MUJER VIVA EN LOS 250 AÑOS DE HISTORIA DE LA GALERÍA EN EXPONER ALLÍ *(HASTA EL 18 DE OCTUBRE*, GALLERIEACCADEMIA.IT).

RETRATOS DE LA ARTISTA: © MARINA ABRAMOVIĆ, CORTESÍA DE MARINA ABRAMOVIĆ ARCHIVES/VG BILD-KUNST, BONN 2026, FOTOS: MARCO ANELLI.

SOCIAL WELLNESS



El nuevo 'place to be' del verano aúna belleza, música, coctelería y autocuidado frente al 'skyline' de Barcelona.

CADA VEZ MÁS, EL BIENESTAR SE INTEGRA EN LA FORMA DE SOCIALIZAR, SALIR Y DISFRUTAR DE LA CIUDAD

Barcelona suma un nuevo *hype plan* de mitad de semana para las adeptas al autocuidado que no se pierden ni una sola tendencia y que no quieren esperar al viernes para socializar y pasárselo en grande. Cada miércoles, cuando el sol comienza a descender sobre la Ciudad Condal, Furtivo –el *rooftop* de moda del hotel ME Barcelona–, acoge un evento único donde belleza, música y bienestar comparten protagonismo. Se trata de The Beautery Rooftop Party, una experiencia sensorial donde la energía de una *sunset session* convive con tratamientos *beauty*, coctelería saludable y algunas de las vistas más privilegiadas de la capital catalana. Frente a la silueta de la Sagrada Familia, los *mocktails* firmados por Sesén aportan el componente funcional a una propuesta que reinterpreta el *wellness* desde una óptica relajada, estética y profundamente social. La dimensión *beauty* llega de la mano de FOREO. La firma sueca, referente en tecnología cosmética, permite disfrutar de sesiones de 15 minutos con sus máscaras LED, una oportunidad sin igual para regalarse un instante de desconexión mientras la música marca el ritmo de la tarde. El plan se completa con el Pack Colágeno –disponible por 32 euros–, que incluye un *mocktail* enriquecido con colágeno, parches hidratantes para el contorno de ojos y acceso a una sesión de fototerapia LED.

Un pequeño gesto de autocuidado en la mejor compañía que invita a silenciar las notificaciones y las preocupaciones mundanas. La filosofía que define estas veladas también está presente en otras iniciativas impulsadas desde el *rooftop*, como las colaboraciones con Frizzant, el estudio barcelonés que organiza encuentros de yoga, *breathwork* y *step dance* en el espacio. Furtivo se posiciona así dentro de una nueva lectura del bienestar urbano, donde el autocuidado deja de entenderse como un momento privado para convertirse en una experiencia compartida. Entre conversaciones, música y atardeceres rosados, el *rooftop* dibuja un código propio de temporada. Todo ello en sintonía con una visión del *wellness* más hedonista y contemporánea que nunca.



La máscara LED de FOREO es uno de los tratamientos 'beauty' más codiciados del momento.



SECRET MALLORCA VILLAMIL RESORT & SPA, **MALLORCA**

Parte de la Inclusive Collection de Hyatt, este año el Secret Mallorca Villamil Resort & Spa refuerza su propuesta desde el lado del bienestar. Un plan más consciente de la relación con el sol. Se denomina 'Sun Concierge' y es el nuevo concepto vinculado al disfrute responsable del sol. Todo ello se completa con una oferta gastronómica con productos locales, que favorecen el equilibrio y el cuidado de la piel. Para culminar, un ritual del sol a través del Villamil Sunset Cocktail, creado como oda al eclipse solar del 12 de agosto *(hyattinclusivecollection.com/en/resorts-hotels/secrets/spain/mallorca-Villamil-resort-spa).*

REFUGIO ESTIVAL

Una selección de hoteles perfectos para una época veraniega centrada en el 'wellness'. El bienestar como mantra experiencial para unas vacaciones únicas.

EUROSTARS GRAND HOTEL WIEN, **VIENA**

Bautizado como el primer hotel austrohúngaro de lujo en 1870, el Eurostars Grand Hotel Wien destaca por la sofisticación y la elegancia propia de una ciudad señorial como Viena. La ubicación es inmejorable, en pleno *Innere Stadt* y a un paso de la Ópera Estatal. Su alta cocina busca ser protagonista con platos reinterpretados de los clásicos vieneses, e incluso con una cocina japonesa excepcional. ¿Y qué decir de su reconocido *Grand Spa*? Un espacio para el bienestar, que cierra una experiencia hedonista donde relajarse y sólo pensar en el placer de disfrutar *(eurostarshotels.de/eurostars-grand-hotel-wien).*



TEXTOS: CLAUDIA LAUKAMP. FOTOS: D.R.

TIEMPO DE CAMBIO

Lo pasado y lo moderno, extravagancia y funcionalidad, se contraponen para recordar de dónde venimos y a dónde vamos.



PRIMERA CLASE SOBRE RUEDAS

El nuevo DS N°7, modelo que sustituye al superventas de la marca, el DS 7 lanzado en 2014, tiene como objetivo seguir siendo parte del segmento premium *de los SUV compactos. ¿Sus bazas? Un estilo personal, amplio espacio interior y los últimos avances tecnológicos, como faros adaptativos, asistencias a la conducción y cámaras de visión nocturna. Cómodo, eficaz y atractivo, este coche hecho en Europa es un éxito seguro.*

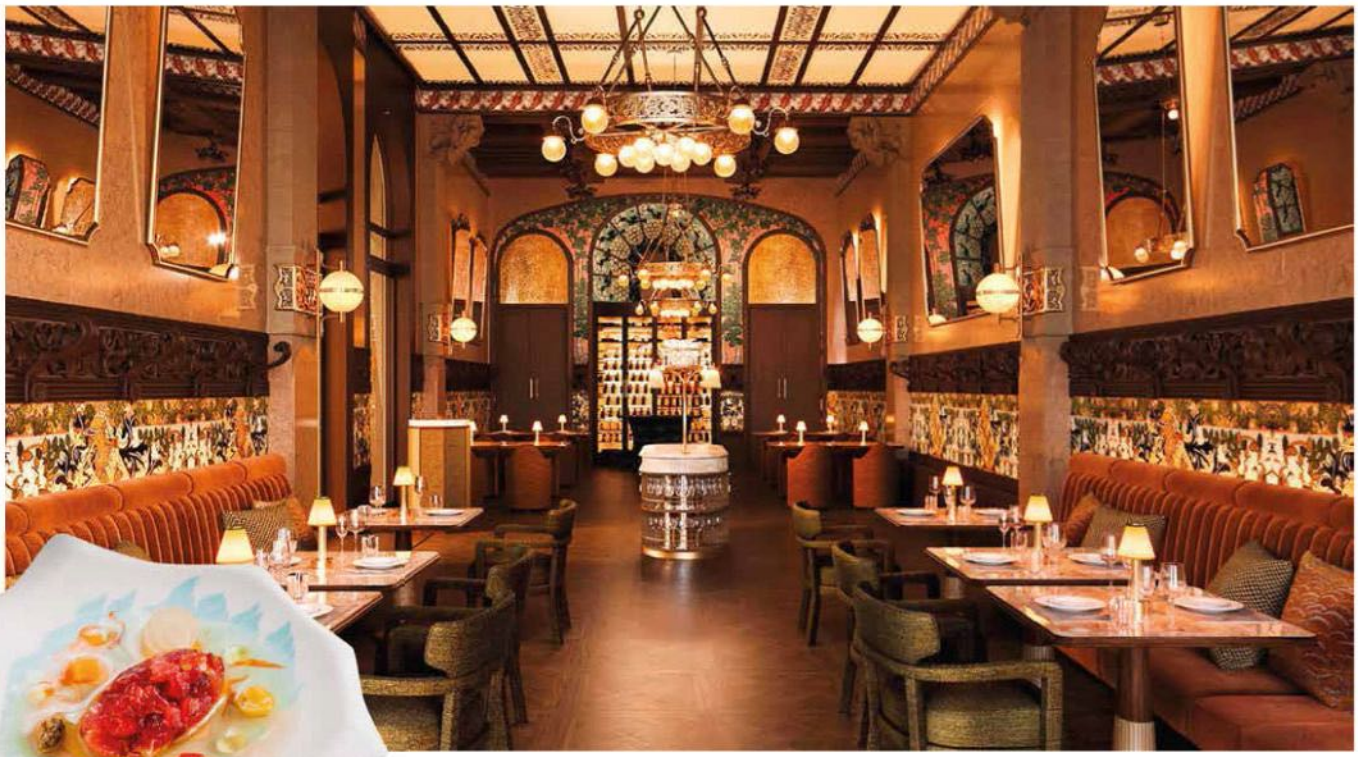


Libro de mesa *Neon Rides de* **GESTALTEN** (60 €).

CON ESTILO RETRO

Formas de cuña, potentes motores y colores vivos. Los coches más llamativos de los años 80 y 90, época de excesos estéticos, reciben un homenaje en este libro, hecho en colaboración con el reputado Petersen Automotive Museum de Los Ángeles, que hace un extenso comentario sobre la cultura popular y la moda de la época.

TEXTOS: ANTONIO RODRÍGUEZ. FOTOS: D.R. Y PHOTO MITOKINO, COURTESY OF PETERSEN AUTOMOTIVE MUSEUM, NEON RIDES, GESTALTEN 2026.





Hotel España Ocean Drive, por Martín Berasategui.

DEL MAR A LA MESA

Cinco 'paradas obligatorias' para saborear el verano. Por *Alberto Pinteño*

La nueva temporada gastronómica llega con direcciones que invitan a viajar sin salir de la mesa. En Madrid, el *brunch* en la terraza de El Jardín, en el **Hotel InterContinental,** vuelve a abrirse como un oasis urbano entre vegetación y fuentes, donde la cocina mediterránea contemporánea de Miguel de la Fuente se acompaña de cócteles y música en directo. También en la capital, **Calvero** se consolida como una de las aperturas más interesantes de los últimos meses. Juanjo López traslada al Casino Colón su defensa del producto y la temporalidad con una carta en la que brillan clásicos como la ensaladilla con gamba de Huelva, los callos o su premiado *steak* tartar. El recorrido continúa en Barcelona con el regreso de Fonda España, el histórico comedor modernista del **Hotel España Ocean Drive.** Bajo la mirada de Martín Berasategui y la cocina de Edu Rodas, recupera la tradición catalana desde una perspectiva actual, en uno de los espacios patrimoniales más singulares de la ciudad. De vuelta a Madrid, **AMÓS by Jesús Sánchez** inaugura la temporada de terraza en Rosewood Villa Magna con nuevos platos que reinterpretan el norte: desde la gilda de bonito ahumado hasta las verdinas con cocochas o el arroz de rabo de toro. La ruta culmina con **Saborea Osborne** "7 Décadas, 7 Bocados", el recetario impulsado para celebrar el 70.º aniversario de su icónico Toro. Siete grandes chefs, entre ellos Ángel León, Pedro Subijana, Begoña Rodrigo o Rodrigo de la Calle, reinterpretan algunos de los sabores esenciales de nuestra gastronomía (X, J y V de agosto en la Bodega de Mora, El puerto de Santa María). ■



Saborea Osborne.



Merluza en salsa verde de algas, de AMÓS.



Tiradito de vieiras, del Hotel InterContinental.



El espectacular espacio de Calvero.



Villa Altachiara
Vajilla de 18 piezas Marina Ventotene (119,99 €).

Inspirado en la isla italiana de Ventotene, este set de 18 piezas de Villa Altachiara combina la belleza del universo marino con la artesanía *Made in Italy.* Inspirado en la naturaleza virgen de la isla homónima, caballitos de mar, peces y corales decoran una espectacular vajilla de cerámica bajo esmalte.

PURO ARTE LÍQUIDO

1. Habla del Mar. Blanco submarino elaborado con un ensamblaje de variedades blancas atlánticas y fermentado bajo el mar. Fresco, salino y singular. Todo un gran vino (21 €).

2. Moët & Chandon. Pharrell Williams viste (una vez más) de luz a Moët & Chandon con el nuevo Ice Impérial. Un homenaje al verano que desnuda la botella, regalando un diseño minimalista, puro y radiante como el sol en el cristal (c.p.v.).

3. Belvedere Dirty Brew. Vodka orgánico de centeno infusionado con café robusta orgánico tostado. Notas de *espresso,* chocolate negro y *toffee.* Otra forma diferente de tomar vodka (46,20 €).

4. La Rendija 2024. Un nuevo vino de Bodegas José Moro, un blanco monovarietal de albillo mayor, criado en roble francés. Mineral, fresco y elegante, con gran capacidad de guarda (182,65 €).

5. La Pelliza. Tinto de tempranillo, albillo, garnacha y variedades minoritarias de viñedo histórico de Bodegas José Moro. Complejo, sedoso y profundo (269,70 €).

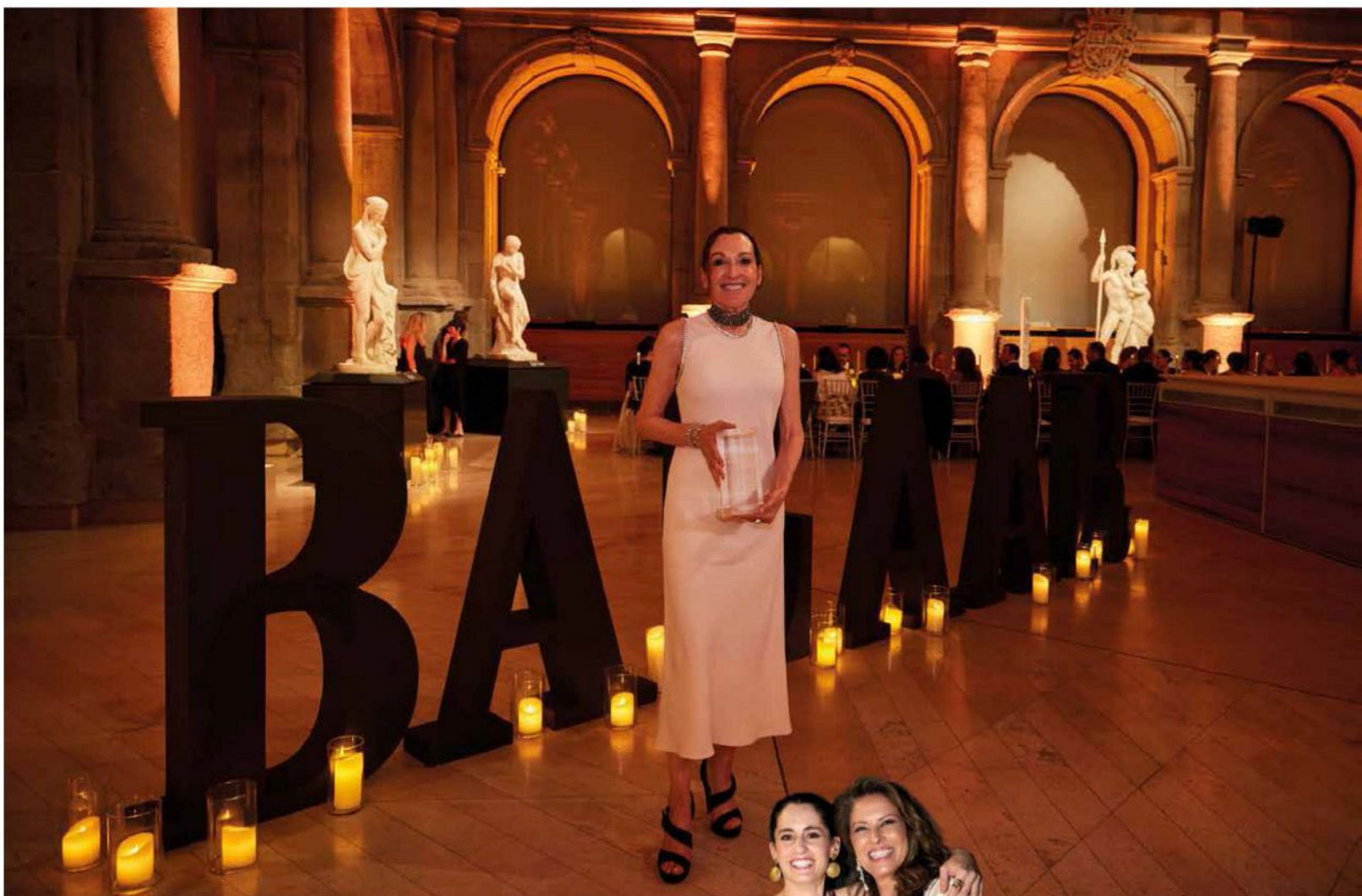
6. Hennessy X.O. El *cognac* Hennessy, destacado por sus 260 años de legado y uno de los mejores del mundo, se asocia con Bad Bunny en una gira especial que conecta con Puerto Rico. De intenso y profundo color ámbar, X.O introdujo un nuevo estilo de coñac: audaz, rico y complejo (c.p.v.).



FOTOS: D.R.

UNA NOCHE EN EL MUSEO

El Claustro del Museo del Prado vistió sus mejores galas para entregar el Premio 'Bazaar Women in Art 2026' a Cristina Iglesias. Una noche única que rindió tributo al talento, la visión y la deslumbrante trayectoria de la artista contemporánea española más internacional.









Arriba, Cristina Iglesias posa en el Claustro del Museo del Prado. Junto a estas líneas, a la izda., la directora de HARPER'S BAZAAR España, Inmaculada Jiménez, junto al compositor Alberto Iglesias y su mujer, Cristina Hortigüela; a la dcha., José Carlos Molina, Naty Abascal, Inmaculada –con *look* de Giorgio Armani y joyas de Dinh Van– y Juan David Valencia.


1




2

1. Nicolas Helly, CEO de Cartier Iberia, Cristina Iglesias y Angela Ubis, directora de *Marketing* y Comunicación de Cartier Iberia. **2.** Óscar Fanjul, Patrono de la Fundación Amigos del Museo del Prado y presidente de honor de Repsol YPF, junto a Curra Orozco y el compositor Alberto Iglesias. **3.** La galerista Topacio Fresh. **4.** Marta Rivera de la Cruz, tercera teniente de alcalde de Madrid, y Cristina Martín Conejero, CEO de Hearst España.

La absoluta elegancia se coló en el Claustro del Museo del Prado, convertido en el epicentro de la cultura por un día especial. Cerca de un centenar de personalidades arroparon a Cristina Iglesias junto a su icónico *Portón-Pasaje.* Rostros tan destacados del arte, la moda y la sociedad como Naty Abascal, Elena Cué, Boris Izaguirre, Brianda Fitz-James Stuart, Lorenzo Castillo y Jan Taminiau compartieron confidencias en una noche llena de magnetismo.


4

5. Zara Gabriel (pareja de Diego Muñoz Iglesias); Lucía Muñoz, hija de Cristina y hermana de Diego; Marta Zubia, y Jon Iglesias. **6.** El claustro ofrecía a los invitados las espectaculares esculturas reservadas a este espacio.



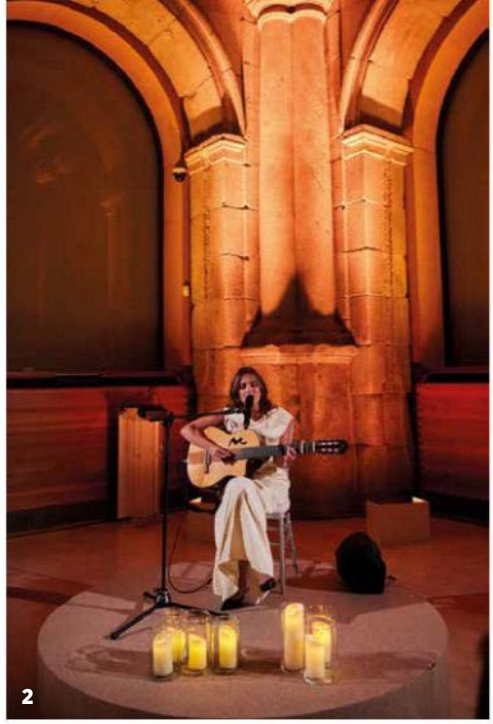
3




5


6









1. Cristina Iglesias con el Premio *Bazaar Women in Art 2026*. **2.** Marilia Monzón durante su actuación en el Claustro del Museo del Prado. **3.** El vino corrió a cargo de Ossian y El Anejón, de Alma Carraovejas. **4.** Inmaculada Jiménez y Alberto Iglesias. **5.** El champán Taittinger fue protagonista de muchos de los brindis de la noche.

El momento cumbre llegó cuando Lucía Muñoz entregó el galardón a su madre. Conmovida, la escultora dedicó la distinción a las artistas que trabajaron desde el silencio y ensalzó a HARPER'S BAZAAR como refugio de pensamiento libre. Inmaculada Jiménez, directora de la revista, recordó que el arte de Iglesias es una «resistencia luminosa». El broche de oro a este tributo lo puso el íntimo y delicado concierto acústico de Marilia Monzón.



6. Beatriz Ordovás, directora de Arte Contemporáneo de Christie's, y su esposo. **7.** El interiorista y diseñador Tomás Alía. **8.** El decorador Lorenzo Castillo, Naty Abascal y Boris Izaguirre.








9


10


11

El arte y la sofisticación se fusionaron en una experiencia sensorial única. Desde la llegada al museo, donde Porsche ejerció como el perfecto anfitrión de bienvenida, el claustro se transformó en un escenario mágico y vibrante, donde los asistentes conversaron rodeados de esculturas e historia. La celebración cobró vida con los brindis de Taittinger y Alma Carraovejas, sellando un tributo inolvidable.


12

Rubén Alves

Catalina D'Anglade

Alfonso Arbolí


13

9. Decenas de personalidades del arte y el mundo de la cultura se dieron cita en esta gala. **10.** Mun-Jung Chang, de Colección Solo, junto al diseñador Jan Taminiau y Olimpia Rey. **11.** Elena Cué, Sheila Loewe, presidenta de la Fundación Loewe, y Cristina Valls-Taberner. **12.** El escultor Guillermo Mora y la artista Sonia Navarro.


14


15

Brianda Fitz-James Stuart

Parsida Aboud, PR de Gucci.

Myriam Lapique


16

13. Alberto Pintaño, redactor jefe de Harper's Bazaar, charla junto a Cristina Iglesias y su hijo Diego. **14.** Porsche dio la bienvenida a los invitados a las puertas del Museo del Prado como colaborador de *Bazaar Women in Art 2026*. **15.** Inmaculada Jiménez vestida de Giorgio Armani y con joyas de Dinh Van. **16.** Cristina Iglesias durante su discurso.

FOTOS: SERGIO BORONDO, PABLO SARABIA Y FERNANDO ROI.

BAZAAR

¿POR QUÉ NO...



... hacer del mundo una isla?

El verano no es un lugar, es una actitud. Aunque el asfalto nos aleje del océano, ciertos accesorios tienen el poder de transportarnos al mar. Un collar que emula las olas, por ejemplo, transforma por completo un *look* urbano. No es sólo una elección estética; es un refugio psicológico. ■

Collar Feather de oro amarillo de Elsa Peretti para TIFFANY & CO. (c.p.v.).

TEXTO: CELIA CUERVO. FOTOGRAFÍA: NURIA SERRANO. ESTILISMO: CLAUDIA LAUKAMP.

PERODRI

Joyas de compromiso

Un momento infinito.



Madrid. Bilbao. Santander. Vitoria. León. Burgos.
perodri.es

PATEK PHILIPPE
GENEVE

LA COLECCIÓN CUBITUS



CUBITUS MEDIANO REF. 7128/1G

NUNCA UN PATEK PHILIPPE ES DEL TODO SUYO.
SUYO ES EL PLACER DE CUSTODIARLO HASTA LA SIGUIENTE GENERACIÓN.

BOUTIQUE PATEK PHILIPPE · MADRID Serrano

DISTRIBUIDORES AUTORIZADOS PATEK PHILIPPE · ALICANTE Quera 1887 | BARCELONA Union Suiza
BILBAO Suarez | GIRONA Quera 1887 | GRANADA Miguel Muñoz | MALLORCA Relojería Alemana | SANTANDER Bannatyne | VIGO Roberto

LA LISTA COMPLETA DE DISTRIBUIDORES AUTORIZADOS PATEK PHILIPPE
SE PUEDE CONSULTAR EN PATEK.COM