



1

COLA DE CABALLO

Simple pero favorecedora. Tom Marcireau, experto de la Maison de Beauté Carita, ha recogido el pelo en la parte baja de la cabeza, con un mechón alrededor de la goma de modo que esta quede oculta. **«Es un peinado para todos los días.** Si además se quiere lucir por la noche, el accesorio de tres cintas con abalorio redondo aporta un toque sofisticado», explica.

El producto clave: *Shampooing Quotidien* (25,50 €). Champú de uso diario, que suaviza el pelo y preserva el equilibrio del cuero cabelludo.

Hace casi 70 años que **las hermanas Carita** se convirtieron en gurús de la estética. Hoy, su legado aún resulta inspirador. Presentamos **tres 'looks'** realizados por un estilista de su 'maison' que evocan aquella sociedad parisina que ambas conquistaron.

por **MARÍA FERNÁNDEZ-MIRANDA**
+ fotos **JEAN-CHARLES RECHT**

María (sentada) y Rosy Carita en una imagen tomada hacia los años 40.



CORTE

maestro

Fueron peluqueras, esteticistas, empresarias, relaciones públicas y protagonistas de la vida social parisina. María (1913-1978) y Rosy (1914-1983) Carita construyeron a partir de los años 40 un imperio de belleza que todavía hoy sigue vivo: desde 1986, la marca que lleva su apellido pertenece al poderoso grupo japonés Shiseido, que justamente ha elegido 2009 para relanzarla en España. En el actual catálogo de productos continúan vigentes algunos de los creados por las propias hermanas; por ejemplo, el *Fluide de Beauté 14*, un aceite seco para nutrir tanto el rostro como el cuerpo y el cabello y, por lo tanto, símbolo de la filosofía que defendieron estas dos visionarias: la belleza, decían, debe contemplarse como un concepto global. Su espíritu no sólo se mantiene presente en las fórmulas cosméticas, sino también a través de la labor de quienes hoy integran La Maison de Beauté Carita (su instituto oficial), como el peluquero Tom Marcireau, autor de los tres *looks* que ilustran estas páginas, que bien podrían haberse lucido en los círculos parisinos que frecuentaban María y Rosy.

Los orígenes de Carita, sin embargo, no hay que buscarlos en la capital francesa, sino en la ciudad de Toulouse. Allí, en 1937, la hermana mayor –que por aquel entonces tenía 18 años– reformó una antigua charcutería para convertirla en salón de belleza. Doce meses después, el centro contaba con 40 cabinas →



2

MELENA CUADRADA

La atención se concentra en el voluminoso flequillo de corte recto. **«Las puntas se han de peinar ligeramente hacia dentro»,** aconseja Tom Marcireau. El peluquero de La Maison de Beauté Carita es partidario de complementar este *look* con una banda de terciopelo y apliques metálicos, como la que aparece en la imagen.

El producto clave: *Masque Nutri-Réparateur* (45,50 €). Mascarilla para cabellos secos, frágiles y estropeados. Nutre, repara y alisa sin apelmazar.

de tratamiento. A pesar del éxito de este espacio, Rosy y María siguieron empeñadas en su gran sueño, instalarse en París, adonde se mudaron cuando falleció su madre. En 1943 empezaron a trabajar con Gervais, el peluquero más famoso del momento y, a partir de ahí, todo fue rodado: en 1945 se inauguró el salón de las hermanas Carita en Faubourg Saint-Honoré, la milla de oro de la elegancia parisina. El centro cambió de sede en otras dos ocasiones, pero ya nunca abandonaría la lujosa calle; del número 83 pasó al 5 y, de ahí, al 11, donde el instituto continúa ofreciendo hoy los mejores tratamientos corporales, capilares y faciales.

Cuentan que María y Rosy eran exigentes y autoritarias. Algunos de los que lidiaron con su carácter obtuvieron la recompensa de convertirse en promesas de la industria de la belleza, como los famosos peluqueros Alexandre de Paris y Jean Louis David, que antes de consagrarse aprendieron el oficio junto a las hermanas Carita. A ambas se les debe, además, la aportación de varias ideas revolucionarias. ¿Ejemplos? A finales de los 50 convencieron a las mujeres de que las pelucas eran *chic* (las propias María y Rosy las confeccionaban para los desfiles de Givenchy), en 1967 reivindicaron los cuidados masculinos con la apertura del espacio Carita Monsieur, un año después reformaron una de las plantas de su Maison de Beauté para poner en marcha el primer *spa* de París...

Lo que pretendían, en cualquier caso, no era marcar tendencias pasajeras, sino que aspiraban a dejar huella en un mercado que ellas dominaban a la perfección. Así lo solían expresar Rosy y María: «¿Que Carita está de moda? ¡Nunca jamás! La moda se pasa de moda. Y nosotras no podemos estar pasadas de moda, tenemos un pie en el futuro». El tiempo les ha dado la razón. **YO**



Rosy (a la izq.) y **María Carita** peinan a sendas clientas en su instituto parisino. Actualmente, la Maison de Beauté Carita se encuentra en el número 11 del Faubourg Saint-Honoré, en la capital francesa.



MOÑO VOLUMINOSO

«Se trata de un recogido con forma de bola situado en la parte alta de la cabeza», describe Marcireau.

Para obtener el volumen deseado hay que cardar el cabello. «Es un peinado para una ocasión especial: una boda, un acto de gala, una noche en la ópera o cualquier otro evento que exija un *look* elegante y formal», apunta el estilista.

El producto clave: *Crème de Jour Protectrice* (25,50 €). Revitaliza el cabello y lo deja brillante.

... Y lo último en cosmética: diamantes

Si hay algo que siempre ha definido a la *maison* Carita es su aprecio por el lujo. Todavía hoy, los productos de la marca se elaboran con los ingredientes más exclusivos, una tendencia especialmente evidente en el caso de los cosméticos para el rostro. En el año 2006, la firma lanzaba una crema formulada con perlas; en 2008, un elixir antiedad con partículas de oro. Y ahora se acaba de presentar en París el producto *Diamant de Beauté*, que contiene polvo de diamante. Esta gema se combina con otra piedra, la turmalina, para que ambas se depositen en la superficie de la piel y le aporten luminosidad. «También recurrimos a *joyas* vegetales», explica Consuelo Mohedano, directora de Formación del grupo Shiseido. «La fórmula incluye brotes de secuoya –que estimulan la regeneración celular– y loto azul, una planta rica en flavonoides, los cuales actúan contra los radicales libres», enumera. El tercer pilar de este cosmético es la biotecnología: dos *cytovectores* trasladan varios principios activos (capaces, por un lado, de estimular la producción de colágeno, y por otro, de atenuar las manchas) al corazón mismo de la célula cutánea. *Diamant de Beauté* es, en definitiva, uno de los tratamientos más sofisticados que existen actualmente. Se ha concebido para usar en casa o como parte de un protocolo en centros de estética. A España llegará el próximo octubre, y se venderá a un precio de 550 euros.



SELECCIÓN FRAGANCIAS: LUCÍA HEREDERO Y MARÍA FERNÁNDEZ-MIRANDA

Con sabor CÍTRICO

Naranjas, mandarinas y pomelos protagonizan los menús estivales... y los perfumes más frescos.

por VILCHEZ + fotos FERNANDO MERINO

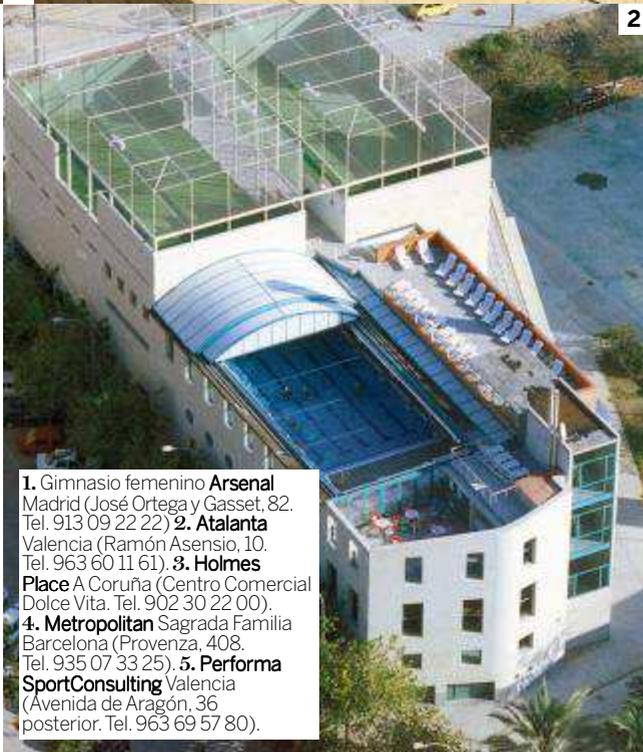
1. Ventilador *Watton* (65 €), de **HABITAT**. 2. Botella de leche de porcelana (4,20 €), de **VINCON**. 3. Silla de resina, poliéster y fibra de vidrio *Alfa* (282 €), de **MOLTENI**. 4. Botella de cristal (22,55 €), de **VINCON**. 5. Jarra de porcelana (23,10 €), de **BATAVIA**. 6. Perfume *Bois D'Orange* (92,95 €), de **ROGER & GALLET**. 7 y 11. Vasos de café –en porcelana con detalles de piel– y cucharilla (28 €/set de 4 unidades que también incluye posavasos), de **ALDABA**. 8. Tela acrílica *Baleares* (56,34 €/m), de **GASTÓN Y DANIELA**. 9. *Eau de Toilette Splash Orange* (59 €), de **MARC JACOBS**. 10. Plato ondulado de porcelana (6,40 €), de **VINCON**. 12. Bandeja cuadrada *Hayley* (7 €), de **HABITAT**. 13. Tela de seda *Benjarong* (139,48 €), de **JIM THOMPSON PARA GASTÓN Y DANIELA**.



1. Platos ondulados (desde 6,40 €), de **VINCON**. 2. Fragancia *Agua de Mandarina*, de **CAMPOS DE IBIZA**. 3. *Colonia* (111 €), de **ACQUA DI PARMA**. 4. Cubiertos de plástico *Hayley* (8 €/12 piezas), de **HABITAT**. 5. Perfume *Organza Fleur D'Oranger* (90 €), de **GIVENCHY**. 6. Frutas de porcelana (desde 36 €/c.u.), de **BATAVIA**. 7. Aceite perfumado *Essence Oil Grapefruit* (34 €), de **KIEHL'S**. 8. *Eau D'Orange Verte* (78,50 €), de **HERMÈS**. 9 Y 10. Perfume y miniatura con embudo *Infusion De Fleur D'Oranger* (100 €), de **PRADA**. 11. Palillos chinos *Sadie* (2 €), de **HABITAT**. 12. Tela para visillo de lino y poliéster *Hiro* (71,80 €/m), de **GASTÓN Y DANIELA**. 13. Tela de seda *Benjarong* (139,48 €), de **JIM THOMPSON PARA GASTÓN Y DANIELA**.



1



2

Gimnasios DE ÚLTIMA GENERACIÓN

Estos cinco centros ofrecen mucho más que ejercicio: 'solarium', tienda de deportes, peluquería...

Ponerse en forma ya no es lo que era. En España los mejores gimnasios cuentan con todo tipo de servicios complementarios al ejercicio físico. Algunos tienen *spa*; otros disponen de peluquería, *solarium* o una tienda donde equiparse. Y, por supuesto, casi todos ofrecen la posibilidad de disfrutar de un entrenamiento personalizado e incluso de un asesoramiento dietético. Para hacer las delicias de los deportistas más exigentes. *_por Ángela Mozo*



4

5

1. Gimnasio femenino **Arsenal** Madrid (José Ortega y Gasset, 82. Tel. 913 09 22 22) 2. **Atalanta** Valencia (Ramón Asensio, 10. Tel. 963 60 11 61). 3. **Holmes Place** A Coruña (Centro Comercial Dolce Vita. Tel. 902 30 22 00). 4. **Metropolitan** Sagrada Familia Barcelona (Provenza, 408. Tel. 935 07 33 25). 5. **Performa SportConsulting** Valencia (Avenida de Aragón, 36 posterior. Tel. 963 69 57 80).

ALIADOS INFALIBLES



1.



2.

1. Cinta *Run Personal* (9.000 €), de **TECHNOGYM**.
2. Pelota de Pilates *Gym Ball* (29,90 €), de **REEBOK**. 3. Loción corporal *Happy Time* (5,15 €), de **NIVEA**.
4. Gel de ducha *Rosa Mosqueta Sugerente* (7,30 €), de **WELEDA**.
5. Aceite revitalizante para ducha y baño *Blu Mediterraneo* (53 €), de **AQUA DI PARMA**.



3.



4.



5.





ACRÓBATAS Y AMAPOLAS

Kenzo celebra la llegada del verano

Los creativos de la marca quieren llenar de color las calles de Madrid para festejar el inicio de la estación más cálida. **La cita tendrá lugar el próximo día 25 en la plaza de Felipe II**, donde el grupo francés Les Passagers –que actúa por primera vez en la capital– ofrecerá un espectáculo repleto de acrobacias, música y danza, con la amapola (la flor que inspira el perfume *FlowerbyKenzo*) como motivo principal. Este despliegue se suma a los que la firma ya ha desarrollado en ciudades de todo el mundo, como París, Milán, Londres, Singapur o Buenos Aires. (Arriba, los artistas de Les Passagers y una de las acciones de Kenzo).

NACE EL INSTITUTO CARMEN VIDAL EN MEMORIA DE LA FUNDADORA DE GERMAINE DE CAPUCCINI. EL CENTRO IMPARTIRÁ EL **PRIMER CURSO** DE TERAPEUTA Y COORDINADOR DE SPA EN ESPAÑA. (*Más inf.:* tel. 900 44 24 42)



Visita **OBLIGADA**

THE LAB ROOM ESTRENA TIENDA Y SALÓN DE BELLEZA EN MADRID (CAMPOAMOR, 6). UN LUGAR PRECIOSO PARA COMPRAR LA COSMÉTICA MÁS EXCLUSIVA, DISFRUTAR DE UNA PEDICURA O DECANTARSE POR UN DISEÑO DE CEJAS. WWW.THELABROOM.COM



Lo hemos **PROBADO**

Tratamiento luminosidad

POR María Fernández-Miranda



QUÉ ES > Un cuidado para oxigenar la piel del rostro y aportarle luz. Se trata de uno de los protocolos preferidos de Noor de Jordania.

DÓNDE > Massumeh. General Arrando, 9. Madrid. Tel. 914 48 76 00.

MÁS INF.: > www.massumeh.com

MAGIA PERSA

La sala de espera de Massumeh está repleta de dedicatorias de famosos españoles y extranjeros; son algunos de sus clientes más fieles. Pasamos a la cabina, de un blanco impoluto. **Massumeh apoya sus manos en el rostro y va emitiendo un diagnóstico**, como si fuera una adivina: dieta pobre en pescado, falta de horas de sueño, insuficiente ingesta de agua... Luego aporta el remedio, que **consiste en aplicar varios de sus productos, ricos en caviar e inspirados en los cuidados de la Antigua Persia**. Sus masajes son enérgicos y, al mismo tiempo, muy relajantes. Resulta casi imposible mantenerse despierta...



Lo mejor:

Las manos de Massumeh. ¡Son capaces de relajar hasta los rostros más estresados!

Lo peor:

El precio es justo, pero no apto para mujeres en crisis: 195 euros por una hora de tratamiento.

El pionero del cine

Nacida en los 'sets' de rodaje de Hollywood, la firma Max Factor ha cumplido cien años. Ha pasado mucho tiempo desde que el célebre maquillador, a quien la marca debe su nombre, perfeccionase los rostros de actrices como Ava Gardner o Judy Garland, apostando por texturas que combinaban las necesidades de las mujeres y las exigencias del séptimo arte: un acabado natural de larga duración pero, sobre todo, cómodo. El ritmo de los rodajes ha marcado muchas de las innovaciones de esta casa, como las pestañas postizas o el colorido resistente al agua. Para Max Factor, el mejor cosmético es aquel que embellece a la mujer sin que los demás lo noten. Destaca por ello la atención que la marca dedica a sus fondos de maquillaje. **_por Sonia Gómez**

1. *Miracle Touch* (18,70 €). 2. *Lasting Performance* (17,70 €). Ambas bases de maquillaje son de **MAX FACTOR**. 3. Mostrador con los productos de la firma en los años 20.



Icono
El maquillador aplica sus productos a una modelo.

nombres PROPIOS

Este año se cumple un siglo desde que Max Factor inventó el maquillaje de las estrellas y tres décadas de la creación de Natura Bissé por parte de los Fisas. Dos historias diferentes con un resultado común: el éxito.



De izq. a dcha.: **Ricardo Fisas**, junto a su esposa, **María Gloria Vergés**, y sus dos hijas. Los productos de la línea **Diamond** de Natura Bissé.

El padre
Ricardo Fisas,
el alma de
Natura Bissé.

La familia unida

«Lo mejor de Natura Bissé es su equipo.» Así lo asegura Ricardo Fisas, el empresario que fundó esta marca en 1979 y que hoy puede presumir de haberla convertido en una de las referencias mundiales de la cosmética de lujo. Actualmente, la firma sigue en manos de la

familia Fisas (una de las hijas de Ricardo, Verónica, es la directora general) y su avance es imparable: acaban de ampliar mercado en Australia, China, Líbano, Kuwait, Noruega, Bulgaria... ¿Su secreto? La inversión que dedican a investigar nuevas fórmulas.



Soltarse la melena

Los salones de peluquería Dessange Paris proponen para esta temporada cortes clásicos con un toque de sofisticación y predominio del pelo largo. Se llevan los cabellos lisos o bien peinados con ondas sugerentes, pero siempre de aspecto natural y sin descuidar el volumen. (www.dessange.com)



COLORIDO JAPONÉS

La línea de maquillaje *Sensai Colours*, de Kanebo, nos remonta varios siglos atrás en la historia de Japón, cuando los nipones extraían **los tintes de las plantas, flores y hojas** para crear con ellos el *kasane no irome* (combinaciones aplicadas a sus kimonos de modo que, al caminar, se producían sutiles variaciones de tono en los tejidos). Las barrasol, entre otros ingredientes, para proporcionar un maquillaje único. Entre los artículos más originales destacan las **bases de párpados y de labios**, que preparan la zona para el maquillaje neutralizando el color natural de la piel y suavizando esta. Otro producto estrella de *Sensai Colours* es la *Máscara 38°*, que permite un desmaquillado de las pestañas rápido y sin enturbiamiento con tan sólo aplicar agua tibia. **—por Lucía Heredero**

Corporación Capilar

1ª clínica dermatológica
especialista en
soluciones integrales
para cabello y vello.

Ofrecemos a nuestros pacientes tratamientos personalizados en manos de especialistas con tecnologías de última generación en Depilación Láser, Tratamientos Capilares y Microinjerto.

¿Qué hace que Corporación Capilar sea líder del sector?

■ La disposición de una plataforma luminica completa de Láser y Luz Pulsada Intensa de alta gama. En nuestras clínicas se pueden encontrar todos los tipos de láser que existen en el mercado, para poder ofrecer el más apropiado para cada persona, ya sea al inicio, durante o al final de tratamiento de Depilación Láser.

■ Ser pioneros en incorporar en nuestros tratamientos capilares la exclusiva tecnología Láser Luce LDE que consigue frenar la caída del cabello en muy pocas sesiones.

- Contar con especialistas que ofrecen un trato y seguimiento personalizado.
- Unas instalaciones modernas, cálidas y acogedoras.
- Resultados reales: avalados por miles de clientes de cada tratamiento.
- Facilidades de financiación y promociones a medida.

En nuestras clínicas de Madrid, Barcelona y Sevilla podrás beneficiarte de fantásticas promociones, que no debes dejar escapar.

■ ■ ■
CORPORACIÓN CAPILAR
■ ■ ■
HAIRCARE

902 262 263

www.corporacioncapilar.es