FEARLESS®

FOTOGRAFÍA SOCIAL & LUJO SOSTENIBLE

Nº3 [VERANO 2020]

MALA RODRÍGUEZ
'Peleadora' desde Miami

#A2metrosdeti
Héroes con la lucha

ENRIQUE R. ESCUDERO,
Consejero de Sanidad de la CAM

BVLGARI VIRUS FREE FUND
El lujo apoya la investigación

LA RUTA FEARLESS
Turismo 'made in Spain

DR. ESQUIVEL
"10 mil mascarillas y 5 mil guantes donados la primera semana de Estado de Alarma"

4,90€ FOTOGRAFÍA MIKY GUERRA

CHOSEN BY THE BEST

champagnelaurentperrier www.cuveerose.com Photographer: Iris Velghe

FEARLESS®

FOTOGRAFÍA SOCIAL &LUJO SOSTENIBLE

FOTOGRAFÍA MIKY GUERRA

MERCEDES TORAL,
Hospital Severo Ochoa

"(...) Me acuerdo una tarde en la que nos quedamos hasta sin sudarios. La pregunta al final del día era 'cuántos muertos hubo hoy'"

SANCHEZ ROMERO
SUPERMERCADOS
DESDE 1954

CAMPAÑA
ALIMENTOS DE ESPAÑA

Campaña ALIMENTOS DE ESPAÑA de SANCHEZ ROMERO, dirigida a promover el consumo de productos españoles.

#PorTiPorTodos

Castellana · Corazón de Maria · Mirasierra · Moraleja
Arturo Soria · Puerta de Hierro · Pozuelo · Majadahonda
Castelló-Goya · Urb. Pinnea-Majadahonda

@sanchezromeroES
@sanchezromeroES
@sanchezromeroes
blog: almagourmet

SANCHEZ ROMERO ONLINE
SANCHEZ-ROMERO.ONLINE
Lo mejor, ahora en un clic.

SUSCRÍBETE

www.fearless.es

Contenido FEARLESS®

La primera revista de fotografía social y lujo sostenible

Almuñécar
La Herradura,
las playas de la Alhambra
the Alhambra beach

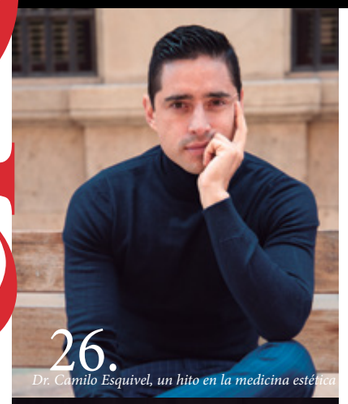
Ayuntamiento de Almuñécar | Delegación Turismo y Playas

Almuñécar La Herradura

costa tropical GRANADA

turismoalmunecar.es
@turismoalmunecar @visitalmunecarlaherradura

SUMARIO



26.
Dr. Camilo Esquivel, un hito en la medicina estética

33.
Sharay Abellán, reportera durante el Estado de Alarma

52.
Luis Cobos con Elena Mikhailova

102.
Sandra García-Sanjuán, fundadora de Starlite, con Antonio Banderas

107.
Patricia Carbajosa, fundadora KBK

16. MILLENNIALS, SANITARIOS & SOLIDARIOS
22. Mercedes Toral, Hospital Severo Ochoa
24. Marta Sánchez, Hospital Fundación Jiménez Díaz
25. Lucas Navarro, Hospital Gregorio Marañón y Hospital Virgen del Mar
26. Dr. Esquivel, ejemplo de belleza con solidaridad

28. A2 METROS DE TI
29. LA EXPOSICIÓN por Miky Guerra
40. ENTREVISTA Enrique R. Escudero, consejero de Sanidad de la CAM

68. FEARLESS Music
47. ENTREVISTA Mala Rodríguez
52. BATUTA SOLIDARIA con Luis Cobos

55. BERTIE en bucle
56. ENTREVISTA Tomás Páramo & Mi Enfermera Favorita
58. REFLEXIONES SOBRE EL METALUJO (III) con Enrique Loewe
60. BELLEZA SOLIDARIA con Yolanda Sacristán
62. MASCARILLAS POR MADRID Belleza postcovid

67. FEARLESS Economy
68. INDUSTRIA ALIMENTARIA: Sanchez Romero con Enric Ezquerra
70. SECTOR DE LA CELULOSA: Foxy con José Luis Pérez Quintana
72. EMPRESA SOLIDARIA: El Corte Inglés con Magali Yus
74. CONSTRUCCIÓN: Caledonian con Enrique López Granados
75. MOTOR: Esther Vila

81. ArteNOpatrocinado
76. LA ARRUGA ES SABIA por Alfredo Urdaci
80. ES TIEMPO DE COLORES

89. FEARLESS traveler
90. Badalona
92. Sevilla
95. Úbeda
98. Almuñécar & La Herradura
100. Marbella
105. HONDURAS SIN MIEDO por Agatha Ruiz de la Prada

107. FEARLESS foodies
KaButoKaji, cocina japomediterránea en Madrid

112. EL CONTRAPUNTO:
Con César Vidal

TODAS LAS ESPECIALIDADES+ESTÉTICA OROFACIAL+DISEÑO DE SONRISA+ODONTOLOGÍA INTEGRAL FAMILIAR+IMPLANTOLOGÍA

LA SONRISA QUE SUEÑAS
ESTÁ AL OTRO LADO **DEL MIEDO**

CLINICS
DESDE 1978

TEMER A LO DESCONOCIDO, UN SENTIMIENTO QUE HA IMPULSADO NUESTRA EVOLUCIÓN. NUESTRA PRIORIDAD ES DARTE LA ATENCIÓN Y EL CONOCIMIENTO QUE TE MERECES, HACIENDO DE LO DESCONOCIDO UNA OPORTUNIDAD PARA MEJORAR. PERSONALIZAMOS CADA TRATAMIENTO, EXPLICANDO CADA DETALLE, PORQUE LA CONFIANZA NO SE PUEDE FRANQUICIAR.

FOTO HECHA CON HUAWEI P40
Mercedes Toral,
Por Miky Guerra
Outfit de Agatha Ruiz de la Prada

FEARLESS

STAFF

PRESIDENTE DE HONOR Norman García
DIRECTORA Katalina Mikhailova
DIRECTOR MODA & BELLEZA Alberto Espinosa Grau

ARTE
DIRECTOR ARTÍSTICO Miky Guerra
DIRECTOR DE DISEÑO Y MAQUETACIÓN Alfonso Abella

REDACCIÓN
DIRECCIÓN FEARLESS ECONOMY
Jose María Lanseros

DIRECCIÓN FEARLESS MUSIC & FOODIES
Mª Teresa Hearing Portolés

FEARLESS TRAVELER
Bernabé Rodríguez-Pastrana Redondo

GREEN ENGINES
Esther Vila

BELLEZA & LUJO SOSTENIBLE
Yolanda Sacristán

EL TIEMPO ES UN LUJO
Enrique Loewe

LA BATUTA SOLIDARIA
Elena Mikhailova

FIRMA INVITADA
Magali Yus, Enric Ezquerra

FOTOGRAFÍA
Eduardo Momeñe
Alfredo Urdaci
Juan Carlos Vega
José Luis Simón
Olga Kal

PUBLICIDAD
K. Mikhailova
Mº Teresa Haering Portolés (Noroeste)

Editado en MADRID por ALBATROSS STONE S.L.
FEARLESS Marca registrada © revista trimestral & exposición de fotografía
Idea original de Katalina Mikhailova

DISTRIBUCIÓN:
A la venta en quioscos de Madrid.
Distribución alimentaria Sanchez Romero con cada compra a domicilio
y con pedidos a domicilio en el restaurante KaButoKaji
(Hasta agotar existencias)

DEPÓSITO LEGAL: M-37485-2019
ISSN: 2695-5431

DISEÑA: A. Creative Solutions | @apuntocs

IMPRIME: MONTERREINA

DIRECCIÓN: Av. de la Osa Mayor, 81. Bajo. 28023. Aravaca. Madrid.
CONTACTO: 653.439.741

FEARLESS© NO SE HACE NECESARIAMENTE RESPONSABLE DE LAS OPINIONES VERTIDAS POR LOS COLABORADORES EN SUS ARTÍCULOS.

FEARLESS© RESERVADOS TODOS SUS DERECHOS.

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL POR CUALQUIER MEDIO.

www.fearless.es | @fearlessartmagazine #Fearless3

TOUS
JOYEROS DESDE 1920

LA BELLEZA
está donde pongas el foco

CARTA
de la directora

FOTOGRAFÍA EDUARDO MOMEÑE

Si de algo se le ha tildado a la belleza es de ser "frívola". No a Ella en sí, sino a aquel que se obsesiona en su persecución y conquista. La <belleza> es ese extraño concepto del que se ha teorizado durante siglos y nadie aún ha conseguido descifrar qué es la belleza, y si está en el objeto o en el sujeto que la observa. Es algo parecido al amor. No hay una definición. Ni hay una norma. Se habla de la armonía. Del 'menos es más'. De la sencillez. Y de los cánones imperantes. Hasta ahí, todo bien.
Ahora se llevan los 'labios rusos' y los 'ojos de zorra', pero en general, seguimos perdidos en qué es la -verdadera- Belleza. Y lo de taparse media cara con una mascarilla está siendo una lección de ética y estética. Todo el poder recae en la mirada. Y eso, no se maquilla con facilidad, por mucho alargamiento de pestaña por el que opte un@.

En esta edición de FEARLESS © he decidido buscar la belleza en todas partes. Empezando por la del interior: la vocación y los valores de estos profesionales que, aun en pandemia, ejercieron su profesión desde el alma y la entrega. En A 2 Metros De Ti hemos reunido farmacéuticos, policías, bomberos, reporteros, técnicos de Telefónica, personal de Sanchez Romero o El Corte Inglés, empleados de Metro Madrid y Orpea, voluntarios de Save The Children, y más, para homenajearlos, por un día, sin sus uniformes desde la Nave de Motores de Metro Madrid. Ellos son bellos en sí mismos, porque sus miradas reflejan la verdad del trabajo bien hecho.

También tratamos la belleza solidaria. Esa que fusiona la búsqueda de la belleza física y externa con el sentimiento de ayudar. Por eso el Doctor Esquivel es digno merecedor de esta portada. Su foto transmite la unión entre la fuerza y la verdad, el misterio y el realismo, la timidez y la seguridad. Es una foto llena de enigma y magia. Y muy actual. A la que le sigue una 'segunda portada interior' protagonizada por la enfermera Mercedes Toral, del Hospital Severo Ochoa, y una 'tercera portada interior' con Lucas Navarro que, aunque trabaje en la medicina estética en Clínicas Dray, por voluntad propia escogió el turno de noche para trabajar durante todo el Estado de Alarma entre el Hospital Gregorio Marañón y el Virgen del Mar. Ellos representante la nueva generación de héroes solidarios, millennials e influencers. Y se merecen este homenaje.

Mi obsesión por la búsqueda de la belleza me ha hecho perderme una vez más en el estudio de Eduardo Momeñe. A Eduardo no le gusta ni el photoshop, ni las sonrisas pintadas, ni las flores o la purpurina. Busca el hiperrealismo, la foto-retrato estática y una manera visual de congelar el tiempo. Con él, pudimos fotografiar a Ester, @mienfermerafavorita quien, con su partner el influencer Tomás Páramo, han creado #acortandoLaDistancia Para mí, es un honor, que un hombre que ha fotografiado a estrellas mundiales como Wim Wenders o Jack Birkett me pida una foto con mascarilla. Un regalado, mutuo. Siempre habrá tiempo para filtros y photoshop, y seguir viviendo en una burbuja llena de mentiras bonitas. Pero su arte es superior a la obsesión con los "ceros en la derecha" (y aludo a los de las redes sociales y no la cuenta bancaria). De cultura y arte sabe mucho mi mano derecha Bertie Espinosa (quien dirige moda y lujo), pues hay que tener mucha honestidad dentro para reconocerse en un retrato hiperrealista.

Mi tercera y última gran parada en la búsqueda de la belleza fue la creación de bodegones junto a Miky Guerra en los que experimentamos el intentar mezclar algo tan básico y cotidiano como el papel higiénico, en este caso de Foxy, con otros objetos menos básicos y más extraordinarios. ¡La mezcla resultó fabulosa! Bajo el título "es Tiempo de colores" hemos parido un arte-no-patrocinado lleno de impacto y originalidad. Y, en efecto: confirmamos la relatividad de la belleza. No es el "qué" se fotografía, sino el "cómo", y sobre todo el mensaje. Y de sobra sabemos lo que significó el papel higiénico en esta pandemia.
Por lo que, para gustos colores, y nunca mejor escrito. Mientras a Alfredo Urdaci le encantaba la chica que asomaba entre las cortinas de un Foxy Bouquet color Rosa, a Esther Vila le agradaba la combinación de un Ónyx de la famosa firma J2 Stone con Foxy Bouquet Melocotón; y entremedias, Yolanda Sacristán me resolvía dudas por un audio una noche de junio. Esta colección de bodegones de FEARLESS © para Foxy son bellos porque hay un mensaje y una intención; una entrega. A partir de ahí, podemos seguir discutiendo.

Con todo ello me doy cuenta de que da igual lo que uno haya podido hacer o dejar de hacer, que si un interlocutor carece de sensibilidad y cultura, el mensaje queda vacío y la música sorda. De eso teoriza Enrique Loewe, en uno de esos capítulos que aun guardo bajo llave en un disco duro, en el que explica que 'el buen gusto' tiene que ver con la cultura y la genética. "El buen gusto proviene de una mirada profunda al mundo", como escribe (página 58). Pero la profundidad, amigos, no está en todas partes. Aún así, nunca sobra una sonrisa ni un mensaje de gratitud, porque si, después de esta pandemia, seguimos vivos, es un milagro.

Katalina Mikhailova @mikhailovakaty

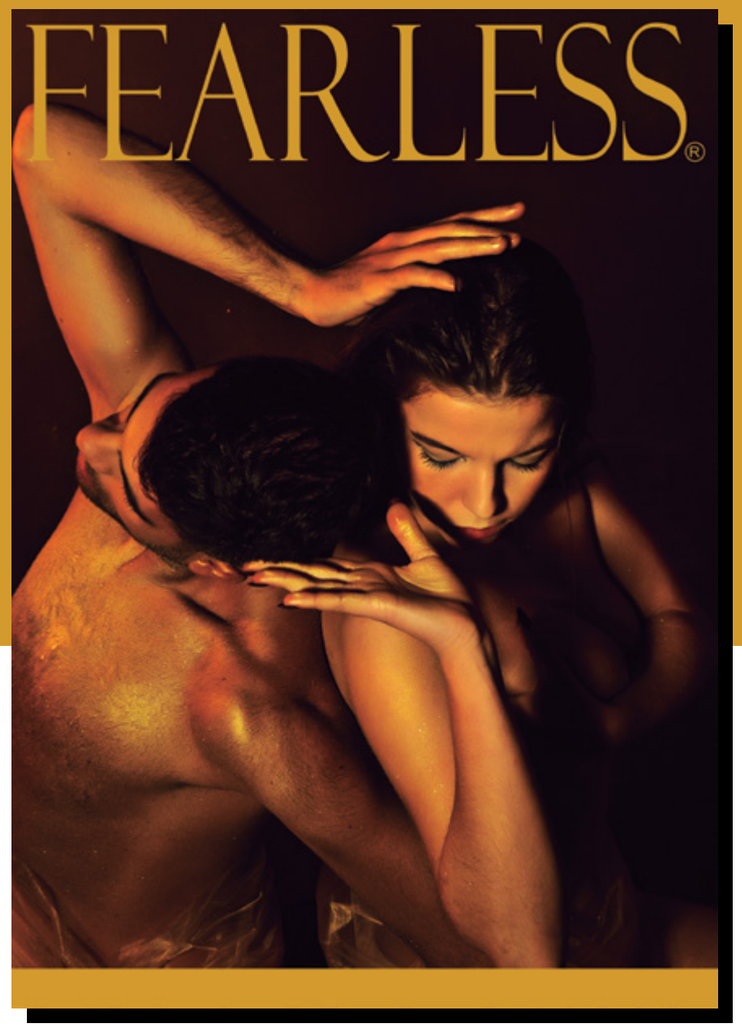
STARLITE
Catalana Occidente

AUDITORIO

SESSIONS

902 750 787 ★ starlitecatalanaoccidente.com

EN EL PRÓXIMO NÚMERO DE FEARLESS®



Danza, por la reducción de las emisiones de CO2

En portada, los bailarines
Lucía Cardeñoso y Francisco Linares Moreno

OTOÑO 2020

CALEDONIAN, UN HITO EN LA CONSTRUCCIÓN SOSTENIBLE EN ESPAÑA

Especial arquitectura sostenible
En portada,
Marcio Kogan, Enrique López Granados y Suzana Glogowski.

BVLGARI,
EJEMPLO DE SOLIDARIDAD & SOSTENIBILIDAD

El origen de las materias primas, la artesanía, la autenticidad, la ética y la transparencia, la conciencia medioambiental y la generosidad con la comunidad global son valores fundamentales que han guiado a Bvlgari a lo largo de su historia. Gracias a ellos la marca se ha ganado la confianza y el cariño de millones de clientes que la han convertido en la compañía líder mundial que es hoy.

Profundamente inspirada por la naturaleza, que ofrece las increíbles piedras preciosas con las que Bvlgari realiza sus imponentes creaciones, así como consciente de la importancia que la creatividad y la artesanía tienen en su éxito, la marca joyera cree firmemente en la importancia de devolver de alguna manera lo recibido, tanto a la naturaleza como a la comunidad global.

BVLGARI VIRUS FREE FUND
La marca joyera romana anuncia este verano la creación del Bvlgari Virus Free Fund, una organización sin ánimo de lucro que financiará prestigiosas instituciones centradas en la investigación más puntera dirigida a la cura y remisión de diferentes tipos de virus.

En particular, el Bvlgari Virus Free Fund dará soporte a dos importantes instituciones: el Instituto Jenner de la Universidad de Oxford, que reúne a investigadores de todo el mundo que están creando y desarrollando numerosas vacunas, y el Instituto Nacional Lazzaro Spallanzani para Enfermedades Infecciosas de Roma, al que Bvlgari ya ha apoyado al inicio de la emergencia del COVID 19 con la financiación para la compra de un microscopio de alta tecnología.

Con el Instituto Jenner, el Bvlgari Virus Free Fund creará dos becas de estudios para la investigación que tendrán una duración de cuatro años. La iniciativa pretende dar soporte a estudiantes licenciados y post doctorados que se encuentren dirigiendo investigaciones relacionadas con el COVID 19, creando el fondo clínico Bvlgari para el desarrollo y el estudio clínico de nuevas terapias, medicamentos y vacunas que puedan combatir el COVID 19 y otras cepas relacionadas con el coronavirus.

El Bvlgari Virus Free Fund se ha creado gracias a una importante donación hecha por Bvlgari, que ofrecerá también a sus clientes la posibilidad de contribuir al fondo con aportaciones voluntarias que podrán realizarse a través de una innovadora herramienta.

BVLGARI LIBRE DE PLÁSTICO
Concretamente, Bvlgari, que en 2019 adoptó un Manifiesto para una Política Libre de Plástico, declarando su compromiso para reducir la cantidad de plástico que se utiliza en las oficinas, las tiendas y las fábricas, reutilizar objetos y materiales, maximizar el reciclaje de plástico y promover la innovación en este sentido en la industria a través de fructíferas colaboraciones, anuncia hoy que todos sus hoteles serán libres de plástico antes de que finalice 2020.

Para promover un estilo de vida sostenible, la marca se propone introducir amenities ecológicas, un programa de reutilización de la ropa de cama, tarjetas llave bio, bolsas de lavandería hechas con harina de maíz, zapatillas 100% eco-friendly realizadas con algodón, hoja de palma y corcho, así como mezcladores y agitadores metálicos y pajitas de caña de azúcar.

Gracias a esta Política Libre de Plástico, Bvlgari ha conseguido ya reducir la cantidad de plástico utilizado en su packaging en un 19% entre 2017 y 2019. En concreto, el año pasado la marca implementó actividades de eco-diseño que han conseguido reducir el consumo de plástico en 20 toneladas y sustituir 13 toneladas de plástico virgen por plástico reciclado o materiales de base biológica.

Además, Bvlgari se propone introducir packaging libre de plástico en el primer trimestre de 2021, manufacturado con papel certificado FSC, garantizando así la eco-sostenibilidad de todos sus productos, desde las materias primas a los productos de venta.

Bvlgari, audaz como siempre, innova en el presente para garantizar un futuro magnífico.

BVLGARI
SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Sanitarios, influencers y héroes, con la lucha

FOTOGRAFÍA MIKY GUERRA
MAQUILLAJE & PELUQUERÍA: THE MADROOM
PRODUCCIÓN: K. MIKHAILOVA

Mercedes Toral (Hospital Severo Ochoa)
Marta Sánchez (Hospital Fundación Jiménez Díaz)
Lucas Navarro (Hospital Gregorio Marañón y Hospital Virgen de María)
Dr. Camilo Esquivel (10.000 mascarillas donadas por las Clínicas Esquivel)

Marta y Mercedes llevan vestidos de Agatha Ruiz de la Prada

Dr. Esquivel, Marta Sánchez y Lucas Navarro

Dr. Esquivel: “La prioridad eran los sanitarios para afrontar una situación tan complicada. Y no lo pensé ni dos veces el donar todo el material que tenía en las clínicas, ya que nosotros no lo necesitábamos. Siempre he pensado en que uno de los valores más bonitos es la solidaridad. Ayudar a la gente. Pienso que es más satisfactorio muchas veces dar que recibir. Eso me pasa a mí. Por eso siempre intento dar en la medida en la que pueda, y devolverle a la vida todas las bendiciones que me da. Me considero una persona muy afortunada, de tener salud y la gente que me rodea. Pienso que debemos devolver toda esa buena energía que le llega a uno. Esta es una de mis filosofías, la de devolverle al universo siempre lo que me ha regalado”.

La primera semana de marzo, Camilo y su equipo lanzaban la campaña “dona tu cabello” para la creación de pelucas para mujeres que padecen cáncer. A cambio, si mandabas el pelo en un sobre y un vídeo de la acción, las Clínicas te obsequiaban con un bono en tratamientos gratis. Era una manera de que la gente se animara a potenciar su belleza exterior pero aportando algo a la sociedad. Esta campaña apenas pudo desarrollarse, porque a los pocos días de su lanzamiento en marzo el país daba un giro de 180 grados y se paralizaba por una amenaza hasta ahora desconocida.

Al igual que todos los comercios y otras clínicas de medicina estética, las Clínicas Esquivel echaron el cierre días antes de decretarse el “país en cuarentena”. El Dr. Esquivel no ha dudado en realizar un donativo de 5.000 pares de guantes y 10.000 mascarillas al Hospital Gregorio Marañón de Madrid la primera semana en la que se decretaba el Estado de Alarma, material con el que contaban sus clínicas. Y aprovechó el momento para lanzar una campaña en su perfil profesional de Instagram, @dr.esquivel , que suma 198 mil seguidores, para animar a la gente que estaba confinada a que se grabaran un vídeo lavándose las manos y cantando. El más votado, recibiría un bono de tratamientos gratis. Era una forma de concienciar sobre el lavado de las manos en un momento tan necesario, además de amenizar el confinamiento en casa con vídeos divertidos. También, ha creado una campaña para agradecer la dura labor de los sanitarios con tratamientos para la piel, tras 3 meses de lucha imposibles de describir con palabras. ¡Gracias!

Camilo y Mercedes. Mercedes lleva conjunto de Agatha Ruiz de la Prada

Recién aterrizada de Úbeda (Jaén), a sus 24 años Mercedes Toral puede reconocer orgullosa haber trabajado en la enfermería durante la lucha contra la pandemia en el Hospital Severo Ochoa de Madrid. Agathizada durante el shooting, cuenta que hay una Mercedes "antes del Covid" y otra "después del Covid". En palabras de la jiennense, que combina su trabajo con la imagen y la publicidad, ha sido tan dramática su experiencia, que le da sentido a su corta experiencia en el mundo de la medicina.

"Los primeros días de trabajo iba en Metro al Hospital con las rodilla temblando. Me faltaba llorar, pero me contenía. Yo no sabía a lo que me enfrentaba. Entraba en cada habitación haciendo respiraciones, diciéndome 'Mercedes, venga, protección, no pasa nada'. Se pasò bastante mal, las primeras 3 semanas sobre todo. Era una catástrofe. Las urgencias estaban reventadas, salíamos en las noticias... Yo me acuerdo una tarde en la que nos quedamos hasta sin sudarios. La pregunta al final del día era 'cuántos muertos hubo hoy'. Yo me disponía en cada turno a decir 'me voy a entregar hasta donde pueda y al menos intentar sacar una sonrisa a los que pueda, a entretenerlos...'. Algunos pacientes me preguntaban '¿esto se cura?' Y yo no tenía ni idea, pues para entonces no había tantas 'altas'. Mi objetivo era ayudar a hacerles perder el miedo, que se olvidaran un poco de todo...", relata.

Camilo, Marta y Lucas. Marta lleva vestido de Agatha Ruiz de la Prada

Marta Sánchez tiene 24 años. Es enfermera. En Instagram cuenta con 14 mil seguidores. Ahí, publica su día a día. Tanto su trabajo como la vida de una joven millenial. Ha estado trabajando en el Hospital de la Fundación Jiménez Díaz de la Comunidad de Madrid en enfermería durante todo el Estado de Alarma. Y aunque la "curva" de contagios prácticamente se haya frenado, ahí sigue desarrollando su profesión.
Por un día, se quita la bata y se "agathiza" para darle color a un año que se ha teñido de negro.
"Sólo con el paso de los años podré valorar lo que ha supuesto para mí enfrentarme a esta pandemia. El cansancio físico y emocional no me ha dejado tiempo para recapacitar sobre cómo hemos podido enfrentarnos día tras día a situaciones constantes de estrés donde las vidas de nuestros pacientes se nos escapaban entre nuestros dedos como agua que se derrama. Si ya estudié esta profesión por vocación, la pandemia no ha hecho más que reafirmarla, sobre todo por la actuación de tod@s"

Lucas Navarro, conocido en Instagram como @soultanLuca , con 27 años recién cumplidos, se dedica a la medicina estética en la Clínica Dray de Madrid. En su perfil suma 144 mil seguidores. Y combina su profesión con la de influencer y modelo. Al conocerse la necesidad inmediata de médicos y enfermeros en los hospitales, Lucas no ha dudado en ofrecerse para apoyar la sanidad madrileña. Fue él mismo quien pidió el turno de noche, seguramente el más duro. Aun sin acabar su colaboración con el Hospital, en junio, se viste de Versace para la sesión de fotos con FEARLESS © .

"La pandemia en España se daba a conocer en marzo, casi a mediados... Y aunque ya usaba mascarilla desde el mes de febrero, no tuve consciencia plena hasta que el 24 de marzo, mi primer día en el hospital más grande de España, el Gregorio Marañón. Vi a gente con 48 horas de espera en el suelo sin poder ser atendida y ahogándose por desbordamiento y escasez de personal sanitario. Ahí entonces, mi alma se estremeció, y algo cambió en mí. Empecé a ver la vida de otra manera, y a darle menos importancia a lo material. Todos éramos iguales independientemente del dinero, la posición, la belleza o los estudios. Solo se anhelaba la salud. Yo saltaba, como quien dice, de noche en noche del Gregorio Marañón al Virgen del Mar. Así era mi vida durante el Estado de Alarma. Fueron noches sin dormir, pero compensadas con riqueza interior y una experiencia inigualable. Seguramente ha sido lo más importante que he podido hacer en mi vida. Lloro cuando recuerdo aquellos momentos, pero también siento una sonrisa de ver que lo estamos consiguiendo y acabando con este virus que ha puesto el mundo completamente en un toque de atención para ser más humanos."

Clínicas Esquivel: Belleza solidaria

Siempre se ha insistido en la diferencia entre la 'belleza exterior' y la 'belleza interior'. Resulta extraordinario que, en un momento en el que la medicina estética está más en boga que nunca para buscar mejorar la belleza exterior, también se esté intentando, a través de esta, cultivar esa 'belleza interna': bondad, gratitud, solidaridad podrían ser tres palabras que definan mejor qué es la 'belleza intangible'.

Y es que, desde Clínicas Esquivel, lideradas por el mediático Doctor Camilo Esquivel, año tras año, marcan la diferencia, buscando potenciar la solidaridad a través de la búsqueda de la belleza. O las dos bellezas. Porque pueden ir de la mano.

Los particulares '12 meses-12 causas' de Clínicas Esquivel han marcado un antes y un después en la medicina estética en España: se puede mejorar tu imagen, ayudando. Bien sea con cenas benéficas para recaudar fondos para Mensajeros de la Paz, como asegurando que se adopten animales con 'Salvando Peludos' o contribuyendo a que mujeres que padecen el cáncer puedan tener una peluca de pelo natural.

Podríamos estar ante la perfecta fusión de esas 'dos bellezas': la que se lleva en la cara y el cuerpo, y la otra que ve en el alma.

K. Mikhailova

CON EL PADRE ÁNGEL… Desde 2018 se celebra la cena benéfica a favor de la Asociación Mensajeros de la Paz del Padre Ángel, logrando recaudar, en dos ediciones, más de 5000 euros.

CUMPLE TU SUEÑO Esta campaña comenzó en el 2017 y ya se han realizado 4 ediciones. Desde Clínicas Esquivel realizan de forma gratuita tratamientos médico estéticos, que ayudan a cumplir el sueño de una persona que no tenga recursos económicos para pagar los tratamientos.

Es una campaña en la que escogen la historia de una persona que tenga algún defecto físico causado por una enfermedad o accidente, y que debido a ello se vea afectada psicológicamente. El objetivo es contribuir a recuperar su autoestima y devolverle una sonrisa.

CUÉNTANOS TU TALENTO La belleza, al alcance de todos. Esta campaña tuvo su primera edición en 2019. Dirigido a emprendedores y empresarios de todas las profesiones, Clínicas Esquivel llevó a cambio un "intercambio" de servicios: el/la paciente ofrecía su 'talento' gratis a cambio de tratamientos de belleza. Artistas, chefs, carpinteros, ilustradores, cantantes, fotógrafos, Músicos, peluqueros, etc., se sumaron a este "concurso" de selección, que muy rápido se viralizó en Instagram, debido a la originalidad del concepto.

BELLEZA POR TU SONRISA Más de 1000 juguetes fueron donados para niños que padecen cáncer en las últimas navidades. Las personas interesada debían llevar un juguete a la clínica, hasta el 13 diciembre de 2019, y le obsequiaban con 1 sesión de vitaminas faciales con ácido Hialurónico.

CAMPAÑA DE ADOPCIÓN "Hazlo parte de tu vida y te obsequio un bono de 300 euros" decía el lema de Clínicas Esquivel, asociado a @salvandopeludos_elcampito (instagram) en 2019, en su primera edición.
Si la persona adoptaba un perro o gato de la perrera, debía comprometerse a cuidarlo con amor por el resto de su vida. "Todos seremos cómplices de este nuevo comienzo para ellos", explican con entusiasmo desde Esquivel. Para obtener el bono de 300€ para diferentes tratamientos, se debía enviar el contrato de adopción de @salvandopeludos_elcampito y la foto del nuevo compañero de vida antes del 31 de enero de 2020, en su primera edición.

CAMPAÑA DONACIÓN DE PELO Durante el pasado mes de marzo se realizó una campaña muy especial apoyando a la Asociación Española Contra el Cáncer. La Campaña se llama: "Dona tu pelo a cambio de sonrisas y te obsequio un bono de 300€ para diferentes tratamientos de medicina estética".

En las historias destacadas del perfil del @dresquivele en Instagram, hay algunos vídeos de mujeres que enseñaban cómo se cortaban el pelo por esta causa. Pero, lamentablemente, sólo participaron 4 personas, porque a la semana del lanzamiento de la campaña España entró en Estado de Alarma.

CAMPAÑA CONCIENCIACIÓN 'QUEDARSE EN CASA Y LAVARSE LAS MANOS'
Esta original pero necesaria campaña consistía en que la persona debía grabarse mientras cantaba y se lavaba las manos, para participar en el concurso de ganar un bono de 1000€ en tratamientos médico estéticos. Los vídeos que se subieron están en el perfil de @esquivelclinicas.

A todas estas campañas, hay que sumarle la donación de material sanitario de Clínicas Esquivel para apoyar a todos los profesionales durante el confinamiento: 5.000 pares de guantes y 10.000 mascarillas para el Hospital Gregorio Marañón. "Cuanto más unidos estemos todos, más rápido saldremos de esta situación" , contaba el Dr. Esquivel en el vídeo que colgaba en su perfil de Instagram, un 18 de marzo, consiguiendo cerca de 80.000 reproducciones, en el que animaba a sus "colegas" del gremio de la medicina estética a hacer lo mismo.

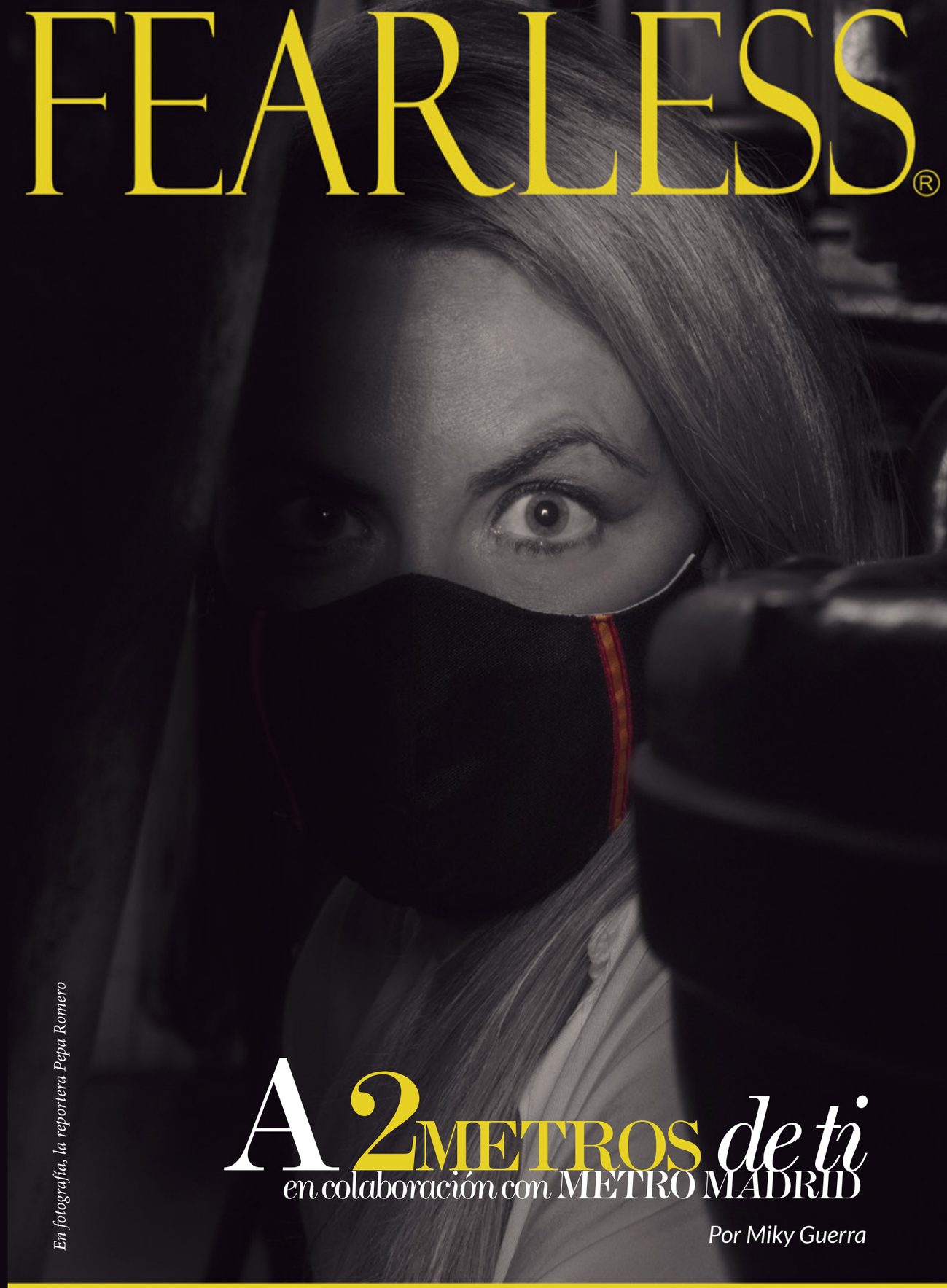
LA EXPOSICIÓN

Por Miky Guerra

20 personas. 20 héroes anónimos. 20 profesionales.

Han prestado su servicio a los españoles durante el Estado de Alarma. Su profesionalidad va por delante. La belleza se refleja en su mirada por el "trabajo bien hecho". La honestidad y la ética son sus valores. La ausencia del miedo (nuestro #espírituFearless) es su filosofía.

Les retiramos el uniforme para homenajear su labor. Aquí son 20. Pero 20 de millones de españoles que han arriesgado su vida para salvar el país.
#A2MetrosDeTi es un homenaje a ellos y un mensaje de concienciación de que la vida, aun a dos metros de distancia, sigue siendo vida.



En fotografía, la reportera Pepa Romero

SECTOR ALIMENTARIO, protagonista involuntario de la crisis

Los supermercados vivían su momento de mayor avalancha social. Como Sanchez Romero, el resto de las cadenas.

Y es que el personal de Sanchez Romero, activo durante el Estado de Alarma, ha demostrado estar a la altura, evitando el desabastecimiento de los alimentos y productos, cuidando al máximo la higiene y las medidas de seguridad tanto para los empleados como los clientes. Sanchez Romero recibía pedidos a domicilio tanto por whatsapp, como por email, la app, la web y las llamadas. Y durante las primeras semanas de Estado de Alarma, con los pedidos se recibía la edición de primavera de FEARLESS © .

Como explica Enric Ezquerra en su tribuna, la cadena llevó a cabo la contratación de nuevos empleados, la adquisición de 1.000 tests para el personal, la donación de 1.000 mascarillas a la Sanidad madrileña, y puso en marcha iniciativas con el Banco de Alimentos para la obtención de donaciones de dinero y alimentos y la promoción de la economía nacional con “Alimentos de España” #PorTiPorTodos. Todo ello representa un hito en la gestión de la crisis desde este sector esencial.

Manuel Valencia,
Gerente de Sanchez Romero de Majadahonda

Diana Onofre,
Responsable de Marketing de Sanchez Romero

Rosa María Alcalá,
Responsable de platos preparados de Sanchez Romero

CONECTIVIDAD como solución al confinamiento

Sólamente un 5% de la plantilla de Telefónica no ha teletrabajado. Los técnicos han sido los que aseguraban la conectividad. José Luis Moreno Córdoba y Yolanda Gutiérrez podrían representar esa minoría tan imprescindible durante el confinamiento, pues la telecomunicación ha sido la solución.

"Hemos asegurado la conectividad y hemos tenido acciones específicas en sitios donde teníamos que estar. Con el Ministerio e IBM, hemos creado 20.000 líneas móviles para niños que no tenían conectividad a clases online, donando tablets, por ejemplo. También hemos facilitado la conectividad en zonas como IFEMA, hoteles, servicios de emergencias, casas de acogida… Más de 13.000 voluntarios han participado, junto a Cruz Roja. Fundación Telefónica lanzó la iniciativa #SumaFuerzas para ayudar a la sociedad dando apoyo a los colectivos más afectados por esta emergencia sin precedentes, especialmente a personas mayores y familias con niños", explica María Aránzazu Díaz-Llado Prado, directora de Innovación sostenible y Diversidad en Telefónica

INFORMACIÓN Y ENTRETENIMIENTO, la base de toda pandemia

Sharay Abellán y Pepa Romero son periodistas. La primera, refleja el teletrabajo apoyando desde casa el canal online 'Estado de Alarma' para debates políticos y de actualidad; la segunda, reportera a pie de calle, ha estado grabando durante todo el confinamiento para 'En Primera Línea' de Antena 3 y 'Equipo de Investigación' de La Sexta diversos reportajes relacionados con el COVID 19.

LOS VOLUNTARIOS
la salvación para los más desfavorecidos

Desde que empezó la emergencia, SAVE THE CHILDREN estuvo ofreciendo a más de 2.000 familias (a las que ya atendían antes de la crisis) un paquete de ayudas que incluía acceso a una alimentación básica, refuerzo escolar y atención individualizada de profesionales para paliar los efectos del aislamiento, la incertidumbre y el estrés.

En fotografía, posan, a dos metros, Pedro Santos Navarro y Catherine Chear Deglaire, voluntarios de la organización.

METRO MADRID,
levantando madrid desde las profundidades

Carmen Domingo Benítez, jefe de sector, narra que “al principio sentí mucha incertidumbre sin saber qué pasaba exactamente, aunque nunca he sentido miedo ni he dudado en ayudar a los clientes, aunque es muy difícil mantener la distancia de seguridad. He sentido y siento mucha pena por los familiares y compañeros fallecidos a los que no hemos podido despedir.

Sergio Recas Rojo, jefe de depósito de Metro que, además de trabajar durante el Estado de Alarma, ha impulsado y desarrollado dos campañas solidarias, cuenta que “durante el Estado de Alarma y la crisis sanitaria, no solo he desarrollado mi trabajo en Metro como jefe de depósito, sino que lo he compaginado con el impulso, junto con otros 8 compañeros, del grupo ‘Metreroscovid19’, la iniciativa que ha permitido recaudar más de más de 110.000 euros para comprar material sanitario y alimentos. Con esta ‘bendita locura’ hemos unido a empleados, familiares y clientes de Metro que han demostrado que juntos podemos llegar muy lejos. Sin duda, me he sentido útil y hoy me siento tremendamente satisfecho”.

David Vegas Macías, maquinista de tracción eléctrica, relata que “trabajar durante el Estado de Alarma sabiendo que ‘el bicho’ estaba ahí afuera, se hacía con cierto miedo, mucho respeto y con pena. Pero, aunque nuestro ánimo viendo la cruda realidad era un poco bajo, éramos conscientes de que nuestra labor era una de esas que sumarían para ayudar a vencer a la pandemia entre todos; y, aunque llevábamos muy poca gente, sabíamos que eran trabajadores esenciales (héroes y heroínas) cuya misión era luchar por la vida de las personas. Este era el mejor motivo que teníamos para llevar con más orgullo si cabe, los trenes que desde la profundidades ayudarían a levantar Madrid”.

ORPEA,
al cuidado de los mayores en la etapa más dura

Victoria Pérez e Irene Serrano, en fotografía. Para ambas, haber trabajado durante el Estado de Alarma "ha sido un aprendizaje continuo que ha requerido de mucho coraje por parte de todos nuestros equipos".

"Los equipos profesionales de ORPEA estuvieron trabajando con dedicación y compromiso para atender de forma adecuada a las personas mayores que viven en nuestros centros", explica el responsable de Comunicación de ORPEA, Ricardo Buchó.

Por esta razón, ORPEA quiso reconocer a esos "héroes" su dedicación y entrega a través de un documental protagonizado por ellos mismos y que recoge los testimonios de diez profesionales distintos que trabajan en residencias, desde gobernantas y cocineros, a gerocultoras o psicólogos. Estos "héroes con mascarilla" cuentan en primera persona cómo han estado viviendo esta situación desde el punto de vista profesional, pero también personal, porque esta pandemia ha cambiado nuestra forma de trabajar, relacionarnos, sentir y vivir.

FARMACÉUTICOS,
sin miedo

Junto al sector alimentario, la farmacia ha sido otro epicentro de masificación de gente. Ellos, valientes, han estado desde el primer día entregándose a los españoles.

En fotografía, posan Helena Rodero Torres de Farmacia Alcobendas (quien lidera Instagram en su sector con más de 11 mil seguidores gracias a su cercanía con sus 'followers' con quienes comparte recetas y recomendaciones relacionadas con la farmacéutica y los cosméticos); junto a Pablo Pedrosa Galán (de Farmacia Pablo Pedrosa Galán en Alovera, quien, además de farmacéutico, es nutricionista y pasa consulta en su farmacia). Y es que Pablo, a diferencia de la mayoría de las farmacias, nunca dejó desabastecida su farmacia de mascarillas porque, como él mismo relata, encargó un pedido enorme en febrero.

"Durante el confinamiento he estado al pie del cañón junto a mi equipo apoyando a nuestros clientes y ofreciéndoles toda la ayuda que pudieran necesitar. Desde la redes sociales he dado soporte a todas las dudas que me llegaban, intentando dar fuerza e información de primera mano por ese canal. Ha sido duro pero he intentado estar ahí para quien me necesitara", confiesa Helena.

LA SEGURIDAD, de todos los Madrileños

Jorge Luque, Policía Nacional, y Sergio Tubío, bombero, han salvaguardado la ciudad y han protegido a los madrileños.
"Hemos trabajado codo con codo con los sanitarios, facilitando los accesos a las viviendas, ayudándoles a vestir y desinfectadóles al terminar la intervención y colaborando en los traslados. Ha sido una etapa muy dura, pero este es nuestro trabajo, el que hemos elegido.
Pueden cambiar las circunstancias, pero no cambia el objetivo, acudir donde se nos necesite", relata Sergio.

Para Jorge, vivir esta experiencia "cambió el paradigma del trabajo policial de un día para otro. Todo el trabajo pasó de basarse en normas consolidadas durante años a tener que aplicar normativas construidas en escasos días, y solo fundamentadas en preservar la salud pública. El peor momento fue la semana del pico, donde casi todos los recursos estaban colapsados o al borde de ello. Por suerte esos días quedaron atrás, ojalá nunca vuelvan."

LA SOLIDARIDAD Y LA IMPROVISACIÓN DE NUEVAS FIGURAS PROFESIONALES, éxito y un hito para la historia de EL CORTE INGLÉS

Guadalupe Corzo es la responsable de compra de juguetes de EL CORTE INGLÉS. Además de haber apoyado en tienda durante toda la pandemia como refuerzo al personal, ha estado colaborando con la donación de 3000 juguetes para los niños hospitalizados a través de Fundación Aladina. (Más, en la página 72).
Álvaro García, es subdirector de Promoción de Punto de Venta. Además de ayudar en tienda durante el Estado de Alarma, desempeñó la labor de colocación de todo tipo cartelería (miles de carteles y cientos de mamparas en toda España) con la finalidad de comunicar las nuevas medidas de seguridad.

ENRIQUE RUIZ ESCUDERO

Consejero de Sanidad de la Comunidad de Madrid

"El futuro va a pasar por potenciar al máximo las nuevas tecnologías y la telemedicina"

Se ha enfrentado (igual que todos nosotros) a una situación que nadie se esperaba y que ha sacudido todos nuestros esquemas. Él es Enrique Ruiz Escudero, el político del que depende la Sanidad madrileña.

"Un pueblo que no conoce su Historia, está condenado a repetirla", es una frase que se atribuye a Napoleón Bonaparte. Si miramos de forma retrospectiva, la Humanidad ha sufrido varias pandemias. ¿La última en España? La gripe de 1918. Llevábamos más de cien años sin vivir algo similar y por ello, no estábamos preparados para una situación que no hubiéramos imaginado ni en nuestras peores pesadillas.

En este número de verano queremos profundizar en el desarrollo de la crisis del COVID 19, que ya introducimos el mes pasado en Fearless Highlights, pero en esta ocasión, de la mano de una de las figuras más representativas en la Comunidad de Madrid como es Enrique Ruiz Escudero. Nuestra intención es comprender y aprender a sobrellevar mejor esta llamada "nueva normalidad" que nada tiene de "normal" pero sí de "nuevo".

El consejero se ha mostrado en todo momento dispuesto a colaborar con Fearless y ofrecer más luz e información sobre este paradigma tan complejo, en el que los gobiernos quieren equilibrar la salud con la economía.

"Todos los profesionales sin excepción, de los hospitales públicos y privados, se han dejado la piel" y eso es algo afirmado por nuestro entrevistado sin ninguna sombra de duda. Ha sido difícil cuadrar agendas para realizar la entrevista, (sobre todo por el complejo contexto en el que se desarrollaban los acontecimientos) pero hemos conseguido un hueco en la suya. Madrid ha sido el epicentro del huracán.

Pero después de la tormenta, parece que hay algo de calma, o al menos esperanza de llevar todo lo mejor posible, intentando extraer algo positivo de esta crisis devastadora.

En palabras del entrevistado: "esto es una batalla de todos, no solo de las administraciones". Todos estamos en la misma lucha, en el mismo frente, y con ese espíritu de unidad y superación queremos transcribir sus declaraciones para nuestros lectores, sin olvidar a los héroes que han arriesgado su vida por nosotros en primera línea, muchas veces pensando más en los demás que en ellos mismos.

Los sanitarios han tenido un papel esencial, en muchos casos heroico, para la atención de las víctimas de la pandemia. La campaña #Sanitariosnecesarios es digna de admirar. ¿Qué estimaciones hay para los nuevos contratos del personal sanitario después de verano?

Los profesionales sanitarios y no sanitarios de todos los hospitales de Madrid, tanto públicos como privados, han soportado el peso de esta pandemia para salvar vidas. Todos los madrileños tenemos que estar profundamente agradecidos por su dedicación y trabajo incansable.

La Comunidad de Madrid ha decidido prorrogar más de 10.100 contratos de refuerzo que se activaron por esta enfermedad y los vamos a mantener hasta el 31 de diciembre, con una distribución según los planes funcionales de actividad y necesidades, en todos los centros sanitarios. Es importante estar preparados ante posibles rebrotes y suplir adecuadamente aquellos puestos que se puedan ver afectados por bajas de los propios profesionales, que son los que están en primera línea.

"La Comunidad de Madrid ha decidido prorrogar más de 10.100 contratos de refuerzo que se activaron por esta enfermedad y los vamos a mantener hasta el 31 de diciembre"

¿Qué mecanismos tenemos ahora que antes no teníamos para afrontar el futuro?

Sobre todo, tenemos la conciencia de saber a lo que nos enfrentamos, que antes no teníamos del todo claro. También conocemos la capacidad de transformación que tiene el virus y la experiencia para saber afrontarlo adaptando todos nuestros recursos de una manera flexible.

A partir de ese conocimiento se puede planificar mejor la ampliación de nuestras capacidades, en cuanto a seguimiento y control de casos sospechosos, camas de hospitalización, ucis, atención directa en los domicilios o incluso en la creación de un hospital específico de emergencias como el que estamos proyectando, siguiendo el modelo del Hospital de Ifema. Además, estamos haciendo acopio de material de protección para nuestros profesionales para tenerlo asegurado para los próximos meses.

¿Qué posibilidades se plantean en el futuro de la Sanidad dentro de este nuevo escenario?

La sanidad ya ha cambiado por completo a causa de la epidemia. Ya lo estaba haciendo, pero ahora ese cambio se ha acelerado. El futuro va a pasar por potenciar al máximo las nuevas tecnologías y la telemedicina, para evitar en la medida de lo posible tener que acudir a un centro sanitario y para acercar, siempre que la clínica lo permita, la atención allí donde está el paciente, que es en su domicilio o lugar de residencia. Esto pasa por aumentar todas las herramientas de teleconsulta y de diagnóstico o seguimiento a distancia y por ampliar las unidades de hospitalización a domicilio para que los profesionales acudan directamente al lugar de residencia a cuidar del paciente. En la Consejería de Sanidad ya estábamos apostando por esas líneas de gestión, pero ahora el COVID-19 ha acelerado por completo ese proceso de cambio.

¿Cómo podemos afrontar el futuro sanitario desde una perspectiva realista y positiva al mismo tiempo?

Sobre todo, con la concienciación de toda la sociedad. Esto es una batalla de todos, no solo de las administraciones. Lo que no podemos es bajar la guardia y pensar que el sistema sanitario lo puede resolver todo. Es importante que los madrileños, y sobre todo los adolescentes, tengan muy presente que estamos ante una enfermedad muy contagiosa que no tiene cura conocida. Y que las medidas de autocuidado y de protección hacia los demás, fundamentalmente distancia social, mascarilla y lavado de manos, las tenemos que tener muy presentes a lo largo de todo el día. Por uno mismo y por los demás.

Por María Teresa Haering Portolés
@teresahaering

De España al Cielo

Lorenzo Sanz: una gloria deportiva

"De política y religión mejor no hablamos", fue la primera frase, entre bromas, que me dijo Lorenzo Sanz Mancebo (cuando le entrevisté junto a su hijo para la revista Pozuelo IN). El que fue el presidente del Real Madrid Club de Fútbol (entre 1995 y 2000) ha sido uno de los rostros conocidos que se ha llevado el COVID 19 por delante. Empresario, el Madridismo lloraba su pérdida que llegaba a la semana de declararse el Estado de Alarma. Padre de 5 hijos (Diana, Malula, Paco, Fernando y Lorenzo), es precisamente éste último quien, orgulloso de la persona que le ha dado la vida y el amor por el Madrid, nos atiende para recordar, con palabras, la historia de una leyenda.

"Mi padre ha sido un espejo en el que mirarme por su valores y su amor: a la familia y al Club de su vida", responde Lorenzo Sanz Durán, el primogénito de nuestro homenajeado.

Nació en el seno de una familia humilde en Madrid en 1943, y durante su juventud ya llevaba en el alma el fútbol, pues fue guardameta de varios equipos de Madrid, como el Puerta Bonita.

Si por algo destacaba era por su sencillez: "nunca miraba por encima del hombro a nadie, fuese quien fuese. Esa humildad es la que le hizo ser querido", explica. Y es que del niño que vendía agua en el Bernabéu y que acabó cambiando la historia del Madrid, todos guardan buenos recuerdos. En concreto, Lorenzo Sanz Durán confiesa que le cuesta mucho quedarse con un sólo recuerdo que haya vivido con su padre: "me hubiera gustado estar con él cuando se ganó 'La Séptima'. Pero no estuve. Sin embargo, estuve junto a él en 'La Octava' -Champions- y fue de los momentos más especiales".

Para él, su padre ha dejado un legado a la sociedad y al Madridismo: "era una persona muy carismática y humilde, en el que se sentía reflejada mucha gente por esa accesibilidad", cuenta. "Y por supuesto, los éxitos deportivos con el Real Madrid", completa, como otra de las aportaciones del empresario a la historia del Club y de la afición.

A la pregunta de con qué palabra le podría definir, insiste en que sería "injusto" elegir sólo una, pero seguramente sea "único". Único, como para cualquier hijo; y único, como para cualquier madridista. Lorenzo Sanz ahi donde estés, cantemos: *va el Madrid con su bandera, limpia y blanca que no empaña*… Te recordaremos siempre.

Por K. Mikhailova con Lorenzo Sanz Durán

Salustiano Alberto Timoteo Orejas: un hito en la medicina

Salustiano Alberto Timoteo Orejas Casas, o Tano para la familia, es otro 'Grande de España' que nos dejaba por esta mortal pandemia. Es uno de los médicos más reputados en Castilla y León, y en especial en Segovia, aunque naciera en un pueblo de Palencia, Villada, en 1944.

Era un médico cercano, que empatizaba con sus pacientes (a veces demasiado). Era el médico perfecto para el paciente", recuerda su hijo Alfonso Orejas.

Licenciado en Medicina por la Universidad de Valladolid con un número brillante, realizó la tesis doctoral sobre la Historia de la Medicina, llegando a impartir clases de esta materia. Preparó oposiciones y su primer destino como médico de familia fue Bilbao, donde pasó unos años, tiempo en el que estuvo amenazado por ETA, lo que le movió a trasladarse a otro destino, Segovia, su lugar de residencia hasta el momento. Ejerció de médico de familia.
Casado con Julita, villadina también de origen, su amor desde los 14 años, tuvieron tres hijos: Alberto, Javier y Alfonso.

Son muchos los recuerdos para Alfonso, al lado de un padre que tenía tantas ganas de vivir: "me viene a la cabeza una vez que nos perdimos en el monte de Sahagún, mi padre era un apasionado de las setas, le encantaba recolectarlas, y nos llevó con él, a mi primo Pablo y a mí, que en ese momento teníamos escasos 5 y 12 años respectivamente. Cayó la niebla y no sabíamos volver a casa, mi padre por esos tiempos fue de los privilegiados que contaba con un móvil de tamaño ladrillo, así que llamó a mi abuelo que se encontraba en casa, para pedirle que tirara unos cohetes con los que orientarnos. Pero ni corto ni perezoso los tiró todos de golpe, con lo cual nos quedamos igual, perdidos en medio de la niebla; tuvimos que esperar mientras no dejábamos de movernos en círculo, hasta encontrar un hombre que talaba en ese momento leña, que nos indicó el camino hacia la carretera más cercana de camino a casa", relata. Para su hijo, este fue un "recuerdo muy emotivo".

Alberto Timoteo podría ser un ejemplo de un hombre que no le temía a nada. Ha viajado a lugares como Sri Lanka, la antigua Ceilán, donde les "pilló" una guerra civil, y los tuvieron que deportar del país; o en Egipto, viajaron a bordo de un barco que se incendió, pero afortunadamente se habían bajado del navío un día antes.

Aunque su profesión ha sido la de médico, su segunda profesión y para él su gran hobby fue la filatelia, gran apasionado y conocedor de este mundo que nunca llegó a abandonar.

Le recuerdan por su generosidad, para su hijo Alfonso el valor de los valores que ha aprendido de su padre es a "ser buena persona y a buscar en los demás esta cualidad", confiesa. "A ser honesto en mi vida y profesión, y a verlo todo con un enfoque optimista", añade.

Por Cristina Alba con Alfonso Orejas

Behind the FEARLESS

¡CAMINA! *Enciende la luz*

Caminante no hay camino, se hace camino al andar, reza el verso del poeta Antonio Machado. *Camina, enciende la luz. Tu no ves porque no quieres* en palabras de María Rodríguez, Mala, nuestra entrevista principal en la sección de Música (Página 48). Así nos sentimos todos ahora, tras los meses más surrealistas e inesperados de nuestra vida, sin saber cuál es el camino correcto porque no lo hay. Todo es nuevo. Tenemos que crearlo juntos. Este tsunami pandémico nos ha hecho a veces sentirnos sin fuerzas, pero no es real. Somos más fuertes de lo que pensamos, como las *mujeres inspiradoras* de KaButoKaji (Página 107). Tenemos luz dentro y encendemos la luz de nuestro corazón igual que se encienden las luces de las terrazas cada noche de nuestros amigos hosteleros. Durante el confinamiento pude grabar y editar mi primer videoclip a distancia *Si tuviera un Silencio*, entrevistar a la Mala Rodríguez en directo vía instagram y a la Coti para Fearless Highlights. De toda situación, por difícil que sea, se puede extraer algo positivo y es lo que he aprendido estos meses. Sólo tengo buenas palabras porque es lo que siento dentro, después de la elaboración de este número de Fearless. **Fearless representa la Esperanza y el Arte para mí**. Estar en la sesión de fotos de #A2MetrosDeTi fue espectacular, con Katy, Miky y personas maravillosas que estos últimos meses han estado al pie del cañón. Tenemos fuerza para levantarnos juntos. Porque en nuestro interior estamos más cerca que nunca, aunque hayamos estado tan lejos con el confinamiento y esta nueva normalidad.

Y es que han sido días de sesiones de fotos, de guap@s oficiales (l@s que llevan la 'guapura' por dentro y por fuera) y de abstracciones varias (como los bodegones con Foxy). El equipo y los colaboradores de Fearless son increíbles porque siempre me recuerdan cómo vivir: sin miedo, con arte y pensando en grande. Esa es la única forma de vivir, encendiendo la luz de tu corazón y creando un camino nuevo, bello y genuino al andar.

Por María Teresa Haering Portolés
Directora de Fearless Music
& Fearless Foodies
@teresahaerin

46 Santiago Pigmalión
48 Mala Rodríguez
51 Batuta Solidaria: Luis Cobos

FOTOGRAFÍA ROS VIMA

Santiago Pigmalión

"Debemos hacer música sin pensar en vender"

De dirigir el Instituto 'From Madrid To Hollywood' a materializar en arte el disco 'La Generación del Color'

Santiago Pigmalión ha vivido en Hollywood, experiencia gracias a la cual ha desarrollado en Madrid el método 'Enjoy&Flow' para el éxito en el campo musical y artístico. "La psicología está presente de manera indirecta en cualquier clase de música, pero por primera vez, se recopilan en un método técnicas psicopedagógicas específicas para la educación musical en adultos de una forma sistemática y académica, que han sido testadas en el Instituto From Madrid To Hollywood desde el comienzo", explica.

La educación musical de los menores de 12 años se basa en el famoso 'método Suzuki', pero, para la formación de adultos Santiago ha diseñado su propio método basado en técnicas de psicología y pedagogía: 'Aprendizaje Significativo' obtenidas en su carrera de magisterio; 'Aprendizaje Acelerado', en la prestigiosa escuela Musicians Institute de Hollywood, y el Flow y el conocimiento sobre otras técnicas de motivación fueron aprendas gracias a su formación continua.

Como director del Centro From Madrid to Hollywood afirma vivir esta crisis como "un momento muy duro para todos y una horrorosa catástrofe para las personas que han perdido a sus familiares, aunque para las personas que tengamos la suerte de sobrevivir, debe ser un momento de aprendizaje a nivel humano y de valores".

LA GENERACIÓN DEL COLOR, el nuevo disco del artista cargado de optimismo

"Otra forma de hacer música es posible: se puede poner de moda la positividad", explica el significado tanto del título como del diseño de la portada que transmite la buena energía de Santiago. "La música es realmente terapéutica, y quien escuche este disco con el corazón y dejando atrás los prejuicios, se dará cuenta de la fuerza que tiene", añade. Y es que, para él "debemos hacer música sin pensar en vender, siendo auténticos y escuchando nuestro corazón, porque los artistas deben ser valientes para creer y crear".

En cuanto al diseño de la portada, explica que "el disco es un reflejo del mensaje que subyace en cada una de las canciones". Cuando contactó con Carolina Temprado Battad, supo que ella era "la diseñadora perfecta para plasmar las ideas que tenía en su cabeza". E insiste en que "es necesario observar la portada mientras se escucha el disco, para apreciar sus detalles".

El nativo de color índigo es la pureza, el retorno a las raíces, y está en introspección evocando la búsqueda interior. Los demás elementos son elementos de la Madre Naturaleza: el sol y el girasol, las gaviotas, el agua... y a las casas blancas le dieron un toque Gaudí para honrar la arquitectura española, en palabras del autor.

QUIÉNES CONFORMAN LA 'GENERACIÓN DEL COLOR'

"Somos todas aquellas personas que formamos parte de un nuevo paradigma, que honramos a nuestros ancestros pero que apostamos por una mirada positiva del mundo. Somos personas que hacen y no sólo miran. Somos activistas, ecologistas, pacifistas", responde. "Somos los 'nuevos hippies', que creemos en una revolución pacífica, y no 'ninis', pues sólo con el trabajo diario y el compromiso social consciente podemos pintar de un nuevo Color la sociedad", completa.

GRANDES GENIOS DE LA INDUSTRIA EN EL DISCO

Diferentes figuras del panorama musical actual han participado en la creación de esta obra maestra de Santiago. Irassema con una larga trayectoria, David de la Fuente (Manu Tenorio, Merche...), Pablo Ruiz Abardía (Gloria Gaynor, Asfalto...), Fidel Cordero (Vicente Amigo, Raphael...) y Nuria Civil (4 Notas Eventos, con artistas como Montserrat Callé ó Ainhoa Arteta).

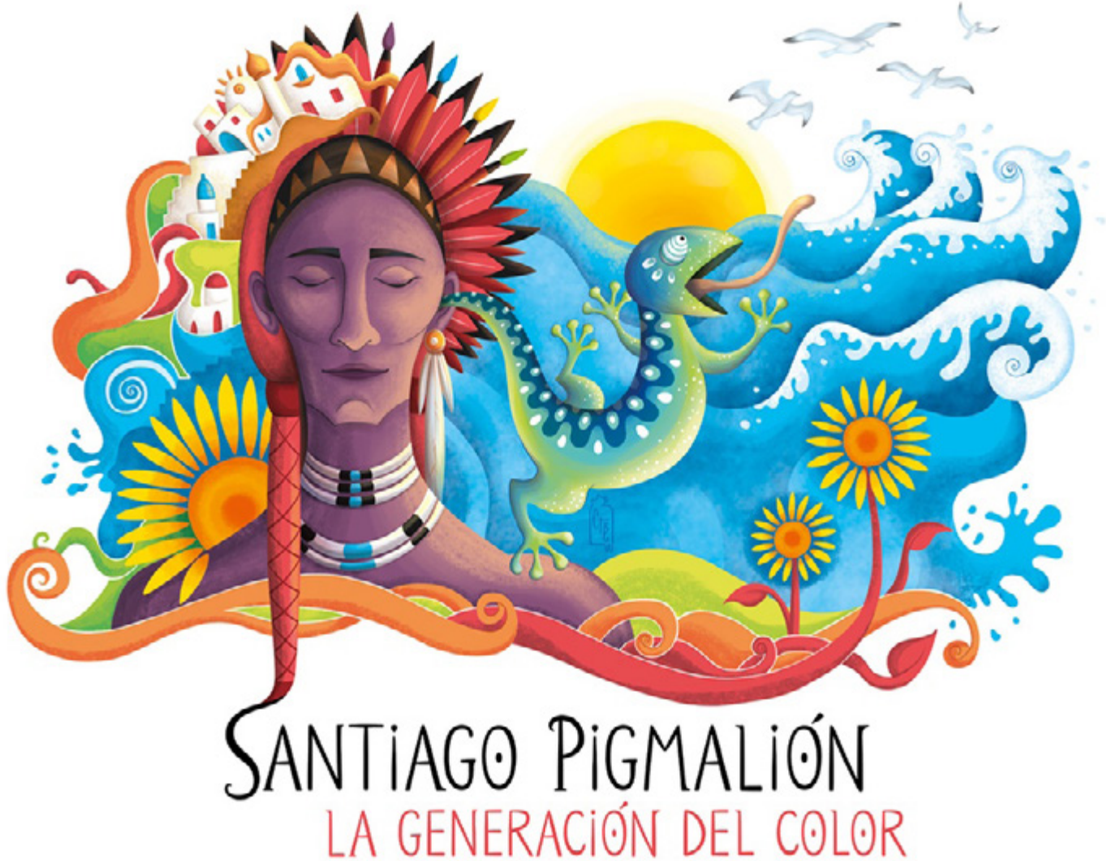
"Y las colaboraciones son majestuosas: la mezcla, masterización y baterías de David en todo el disco, los coros de Irassema y el solo de bajo de Pablo en La Generación del Color, el diálogo de piano con Fidel en Dímelo y los violines de Nuria en Manantial de Luz. Y por supuesto el final apoteósico de La Generación del Color con los coros de Irassema, Isabel, Ángela, Paula, Matilde, Consuelo, David y Gonzalo. El videoclip de la misma en el que también sales tú Teresa, también me encanta verlo y me trae muy buenos recuerdos", completa.

SI TUVIERAMOS QUE QUEDARNOS SÓLO CON UN TEMA...

"Cada una de ellas ha sido creada con mucha dedicación, amor y esfuerzo de años, pero quizá con la que más me identifico es con Girando hacia el Sol, una canción autobiográfica". También "Gaviotas de Eivissa tiene también un desarrollo instrumental del cual me siento especialmente orgulloso", añade.

DÓNDE ADQUIRIR EL DISCO

- **santiagopigmalion.bandcamp.com**
- **santiagopigmalion.ecwid.com** (en formato digipack de cartón)
- **Santiago Pigmalión www.santiagopigmalion.com**



Mala Rodríguez

"No hay que tener miedo"

La cantante española, que suma la envidiable cifra cercana a los 700 mil seguidores en Instagram y 200 mil copias certificadas, es una de las artistas del género rap más importantes del mundo

Comenzamos el directo vía Instagram con María -Mala Rodríguez- escuchando su canción del nuevo disco "Peleadora". Es nuestro primer directo desde @fearlessartmagazine y lo recibimos con ilusión y alegría al tratarse de una estrella internacional de gran reconocimiento. La Mala retransmite en esta ocasión desde Barcelona, aunque ha estado viviendo en California y gestionamos el directo con sus manager en Miami. Se ha pasado viajando toda la vida, pero ha respetado el confinamiento disfrutando de cosas que antes no podía. Ella es una mujer que ve "el lado positivo" y como explica ha empezado a "valorar cosas que antes no valoraba". Describe Peleadora como una canción "seria, es demasiado bonita". Es el hit que le "conecta con la gratitud". Se siente afortunada por el camino que está siguiendo, agradecida y deseando vernos a todos en sus próximos conciertos. María se hace querer. Es demasiado buena en lo que hace: es única.

UNA NUEVA MALA

¿Qué parte de la Mala que no conocíamos vamos a descubrir en el nuevo disco? Hay muchas canciones, muy diferentes y yo misma me sorprendo cuando hago nuevas canciones. Creo que nunca somos los mismos, que vamos cambiando, que vamos aprendiendo y yo misma me sorprendo cuando hago cosas nuevas. Vais a ver un montón de cosas diferentes.

MUJER PELEADORA

Hemos estado escuchando todas las nuevas canciones: Superbalada, Peleadora… ¿Con cuál te identificas más? ¿Cuál es tu favorita? Para mí una de mis favoritas es "Superbalada", es una canción que me da entre ternura y también me emociona mucho… Cualquier persona que la escuche va a sentir como algo se le mueve porque como son letras bastante universales que nos tocan a todos, creo que cualquier persona puede sentirse identificada y se trata de eso, de conectar con todo el mundo porque son conceptos universales.

EL CAMINO DE MARÍA

Cuando escuchas "Superbalada" y dices "Camina"… ¿Te lo decías a ti misma, al mundo o a los demás? ¿Qué sentías? Creo que una parte de mí me dice eso, como cuando tu te dices a ti mismo "Vamos a hacer esto", "Vamos a lograrlo" o "¿Qué estás haciendo?". Es eso mismo igual. Desde luego que las canciones tienen algo mágico porque yo no sé porqué me pongo a escribirlas o cómo es que me salen y de repente me veo reflejada o veo cosas que viví antes y se convierten en canciones. Eso me alegra porque entiendo que ya se ha superado o es algo que puedo contar.

LA MALA AL DESNUDO

Eres una persona muy fuerte, se te nota y la portada de Mala es muy impactante. Sales sin ropa de espaldas como dando una lección… ¿Puedes desnudar tus lecciones sin que se vean del todo? Háblanos de ese proceso creativo. Me encanta que la gente entienda eso: Que como artista yo me expongo y también entiendo que cada cual interpreta y según lo que tiene dentro, ve lo que quiere ver. Me gusta que se me vea como un artista que lo da todo y que no tiene miedo.

SIN MIEDO

Eso nos encanta porque Fearless significa sin miedo y tu eres una peleadora. Cuéntanos un "malamarismo" para ser tan valientes como tú, un truco. Yo creo que no tenemos trucos que todos tenemos esa fortaleza dentro, No hay más que ver por lo que hemos estado pasando estos meses con lo que hemos estado pasando. Ha sido duro, pero la gente se ha venido arriba y ha sacado lo mejor de si misma y creo que esto es con lo que yo me identifico. No es que unos sean más valientes que otros, sino que algunos les toca ser valientes y a otros no les toca nunca. Creo que es bonito cuando la vida te pone un obstáculo y tu dices "Voy a superarlo, voy a saltar y me voy a sentir más fuerte porque no hay que tener miedo."

EL PROCESO CREATIVO

¿El disco lo has grabado durante el confinamiento? Llevo más de dos años con el proceso del álbum y fue bastante despacio. Primero acabando las letras, luego buscando los productores, grabando en muy distintos sitios… Trabajé con mucha gente muy distinta de muchas partes, no te puedes ni imaginar. He trabajado con gente de Turquía, de Italia, de las Islas Canarias, de Miami, de Méjico, de muchos sitios… Ha sido un proceso largo y enriquecedor. Cuanta más gente conoces, es una visión mucho más amplia. A mí me ha encantado y de verdad que yo estoy deseando que la gente escuche el álbum porque hay mucho dentro. Tiene muchas aristas, muchas canciones, muy distintas entre sí y a la vez en conjunto tiene una forma bonita y un mensaje bien sólido.

LAS MALAS MUJERES

¿El mensaje del disco cómo lo resumirías, partiendo de cómo explicas que un artista siempre está expuesta? A mí me gusta utilizar la palabra "MALA" porque creo que hoy día las mujeres están mucho más malas que nunca y creo que me encanta. Creo que las niñas ya no tienen tantos complejos. La Sociedad siempre machaca a la mujer con mensajes: "Sé más gorda, sé más delgada. No sonrías tanto, sonríe más…". Millones de cosas, una lista que no la vamos a acabar nunca, pero, ¿sabes qué?, cada vez hay más voces de mujeres que dicen "yo me siento bien así, así es por donde quiero ir". Ahora hay mucha más hermandad entre mujeres también. Entonces yo a todo eso es a lo que yo llamo "ser mala", a no hacer lo que la Sociedad te dice que hagas sino a creer en ti, escucharte a ti y con eso es que me identifico, con ser mala.

Eres una inspiración para las mujeres en general y todos los artistas. Comentabas que has colaborado con varios artistas y por ejemplo tienes una nueva con "Lola Indigo", otra mala mujer en el buen sentido, ¿Cómo han surgido? Las colaboraciones son siempre especiales porque siempre que se trabaja con otro artista es una sensación muy bonita. Con Mimi ya habíamos trabajado y ya habíamos dicho "tenemos que hacer algo juntas, tenemos que hacer algo para el disco". Esta canción, "Problema", yo desde que terminé mi verso pensé que ella encajaría muy bien en ella. Efectivamente. Yo ya la escuchaba y la sentía ahí y pensé "Va a quedar genial". Antes de que ya lo hiciera yo ya lo sabía. Me gustó muchísimo. Tiene que ver con la química y la confianza que depositas en ellos. Mujer Bruja fue un éxito porque entre las dos hay mucha admiración, mucho respeto y nos divertimos un montón, transmite mucha fuerza y creo que "Problema" es igual. Tiene mucha energía, transmite mucha fuerza y tiene todo eso que nos gusta a las dos. Sentir el poderío. La canción está hablando de una pareja de chicas que están compartiendo el mismo tío. Es el típico que está haciéndonos el día a las dos. Entonces es como que ya estoy viendo que está engañándome y ella también lo está viendo venir. Entonces es como que las dos nos plantamos ante él y le decimos "¿Tu qué quieres?" Es muy guay. Es otra manera de acercarse a ello porque creo que siempre ha sido como que la mujer sufre cuando alguien es infiel y aquí nos lo tomamos de otra forma.
@malarodriguez

SU COMUNIDAD
Durante el confinamiento, te hemos visto muy activa desde tu perfil en redes sociales @malarodriguez, ¿Cómo has vivido el contacto con los fans? Recibo muchos mensajes, me encanta, la gente es lo más, no puedo decir otra cosa. Tu sabes cuando tienes tus redes sociales, lo importante que es y cómo las redes sociales sirven para no sentirte tan sólo y se crea una especie de Comunidad. Me encantan mis seguidores y mi público porque entienden el rollo que llevo, que a mí me gusta pasarla bien pero también tengo mis mensajes y mis valores, pero sobre todo nos reímos mucho. La gente es lo más. Ahora que me he puesto a compartir mis rutinas mucha gente me sigue o se preocupa por mí para que haga bien los ejercicios. (Risas) Siento que tengo una comunidad de seguidores súper linda.

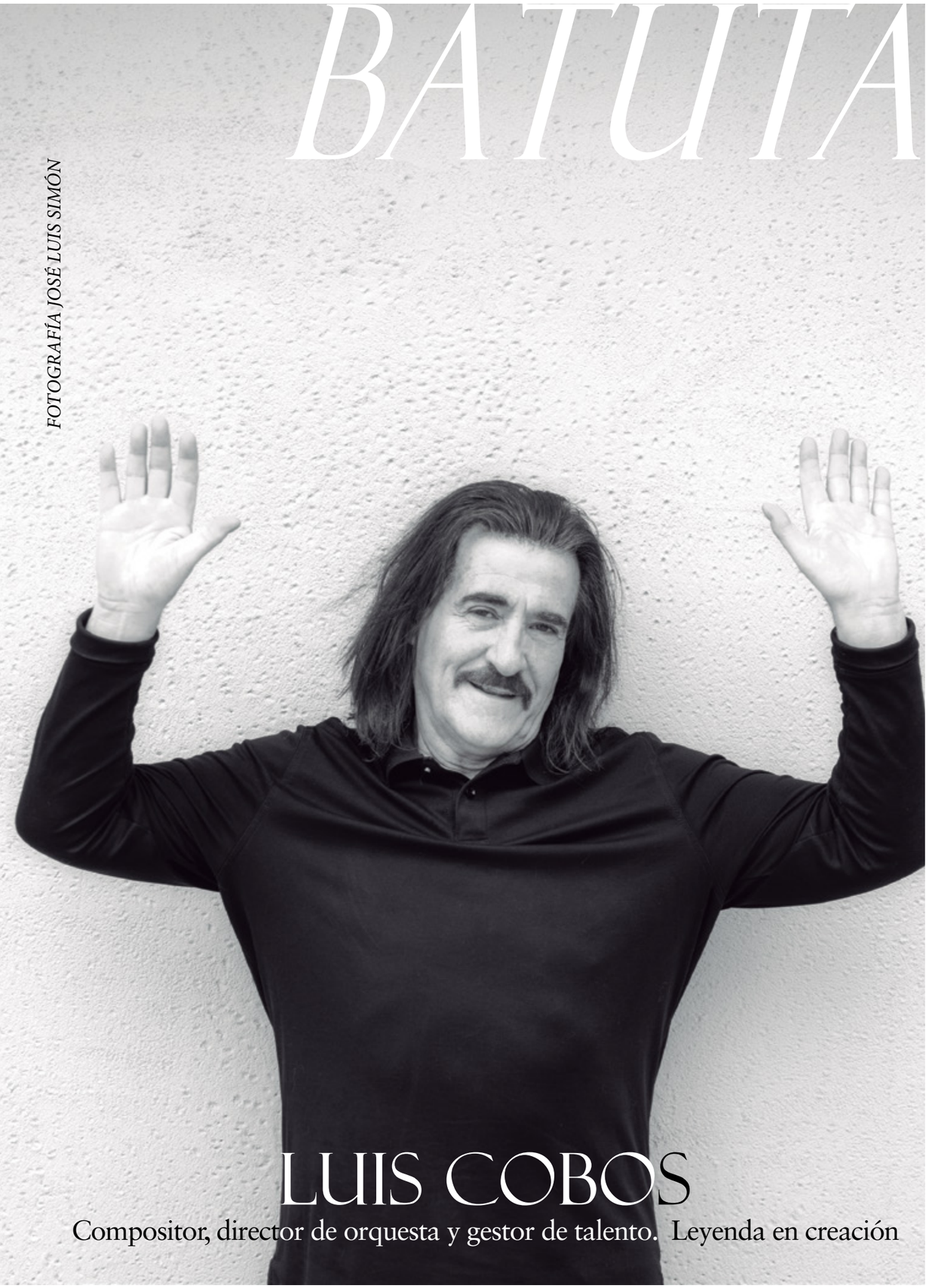
ARTISTA INTERNACIONAL
Ahora nos encontramos un nuevo escenario musical, ¿Qué dificultades, retos y oportunidades encuentras? ¿Cómo lo afrontas como artista internacional? Se me parte el corazón porque creo que aun falta para poder viajar a México, Chile o Colombia. Cruzar el charco se todavía va a ser complicado, pero tarde o temprano va a llegar. Me da mucha alegría que ya se ha empezado a activar el tema en España y ya tengo algunos conciertos cerrados. Se está abriendo un poco la veda y se está empezando a programar en salas. Los festivales están super bien, pero me parece fantástico que retomemos esos shows en salas. Va a ser diferente, otra nueva onda. Ahora vamos a ofrecer experiencias VIP. Vamos a ofrecer unos conciertos más exclusivos y para grupos reducidos. Va a ser una experiencia guay. Hay fechas en Madrid, Málaga y Sevilla, entre otros.

LO QUE A MALA LE IMPORTA
En estos meses tan difíciles y más largos, ¿Qué has aprendido como artista y persona y quieres mostrar al mundo? Mi lectura personal es que hay que ser agradecido. Es lo más importante para mí, me levanto y doy gracias. Mi objetivo es contagiar a la gente energía, que disfrutemos y no perdamos el tiempo en cosas que no valen la pena. Además, hay que realizar cosas de peso. Quitar todo lo que no importa y darle valor a lo que sí la tiene. No perder el tiempo. Estoy muy agradecida por este camino que he elegido.

Por María Teresa Haering Portolés
@teresahaering

ENTREVISTA COMPLETA AQUÍ

BATUTA SOLIDARIA



FOTOGRAFÍA JOSÉ LUIS SIMÓN

LUIS COBOS

Compositor, director de orquesta y gestor de talento. Leyenda en creación

"El Sonido de la naturaleza es la música que podría representar la lucha contra el COVID"

Tu primer contacto con la música...
Comencé a estudiar música a los 5 años en campo de Criptana, el pueblo donde nací. Ese es un pueblo muy especial porque tiene 15.000 habitantes y unos 1.200 son músicos. Mi padre era músico aficionado y en mi casa los domingos se reunían 12 ó 14 músicos a tocar y preparar un concierto que daban el día de santa Cecilia, el 22 de Noviembre, en el teatro Cervantes de mi pueblo. Los domingos por la tarde me quedaba en casa, sin salir, escuchándolos tocar y siempre me gustó ser músico.

¿Qué es la música?
La música es lo más puro que transporta el aire, llena nuestras vidas y nos hace mejores. La música brilla en la oscuridad y al alba, y nunca se apagará. Cura heridas, odio, miedo y ansiedad. En el universo, en algún lugar, ella existe si la puedo imaginar. La música es armonía, instinto y pasión y, sin ella el mundo se muere.

Si no hubieras sido músico, ¿a qué te habrías dedicado?
A cualquier cosa, cualquier oficio, cualquier ocupación que admita la emoción, la ilusión, el orden y el desorden. Realizaría con gusto cualquier actividad que me permitiese pensar y actuar por cuenta propia, respetando a los demás. Siempre me he sentido a gusto siendo parte de un todo, un diente del engranaje humano.

¿Qué significa dirigir una orquesta?
Ser un transmisor para los músicos y devolver emociones al público. Cruzar el río por el puente, a nado o caminando, a veces por aguas, ya sean tranquilas o turbulentas. Acortar la distancia entre el público y el conjunto musical que dirijas. Eliminar la barrera que hay entre el espectador y el intérprete y los ejecutantes, ya sea en concierto o en grabación.
No se trata de llevar el compás, el ritmo y coordinar las entradas, salidas y/o intervenciones, no. Eso lo puede hacer cualquiera que tenga un cierto sentido rítmico y sepa mantenerlo en el tiempo. Dirigir es conocer, sentir, transmitir, recibir y devolver al público toda la emoción que las notas, distribuidas entre las secciones del conjunto musical, convertidas en ramos de emociones.
Ser músico y director me permite respetar el orden, reordenar el grupo y comunicarme con ellos para transmitir las oleadas de emociones que los músicos, a través de sus instrumentos, lanzan.

¿Qué sentiste cuando dirigiste por primera vez una formación orquestal en un concierto?
No se puede contar. Fue una borrachera de sensaciones, mezclada con miedo, inseguridad, tensión y disfrute.
Me sentí flotar y pude sentir el pánico que se siente al dirigir a un numeroso grupo de músicos, todos ellos más experimentados que yo. Al final una sensación mágica al ver que hacían caso a mis indicaciones y seguían con interés mis marcas. Fue una noche mágica y única. Además pensé en mi padre que había fallecido años antes y nunca me vio dirigir a una orquesta como la Sinfónica de Viena en el Koncert Haus de Viena. Las anteriores experiencias fueron como ensayos. Aquel día lloré.

¿Qué concierto recuerdas con más cariño?
El que he relatado antes y otro, en el estadio Bernabéu, ante 82.000 personas, dirigiendo a The Royal Philharmonic Orchestra. Fue brutal porque uno se siente como una hormiga en un hangar. El tamaño del sitio, la enormidad de gente, el espacio y el sonido que fue espectacular. Las luces sobre la orquesta y los focos que casi me cegaban, no impidieron que la comunicación entre orquesta y director fuese casi perfecta. La majestuosidad y complicidad de la orquesta conmigo y el apoyo de tantísima gente aplaudiendo. Me sorprendió el silencio que toda esa gente guardaba cuando interpretábamos pasajes en los que soleaba un cello o un oboe y se podía escuchar el aleteo de una mosca o una mariposa. Fue único e impactante.

¿Una sala?
La sala del Estudio 1 de Abbey Road Studios en Londres. Es increíble. Puedes percibir esa línea casi inexistente de los superagudos de la cuerda y el perleo de la madera al coincidir. Es una sala especial y magnífica para grabar.
Para conciertos me quedo con el auditorio Nacional de Madrid.

¿Una orquesta?
The Royal Philharmonic Orchestra

¿Un compositor?
Beethoven, Bernstein, Rachmaninov y cien más…

¿La música ayuda a los problemas sociales?
La música es un elemento esencial para ayudar a los seres humanos, en el aspecto psicológico, en el lúdico y en el reflexivo. La música es un elemento de cohesión social de primer orden. Y no digamos en el aspecto curativo. Es definitiva.

¿Cómo vencer la depresión (tras confinados 2 meses en casa) a través de la música?
No soy un erudito y mi opinión es estrictamente personal. La música ha sido y es mi soporte cuando las cosas van regular o mal, que de todo hay en cualquier vida de cualquier persona.

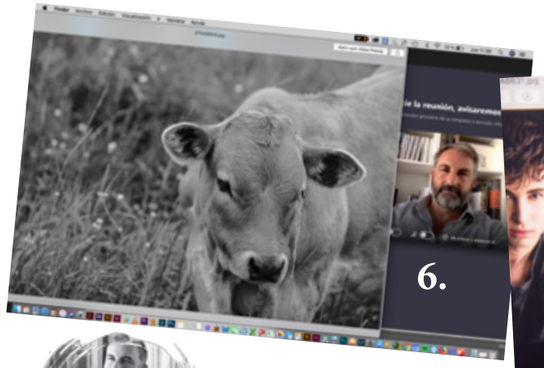
¿Qué música representa la lucha contra el COVID?
Los sonidos de la naturaleza crean la mejor música que se puede escuchar en esta situación. La naturaleza es música. Sólo hay que querer aprender a escucharla.

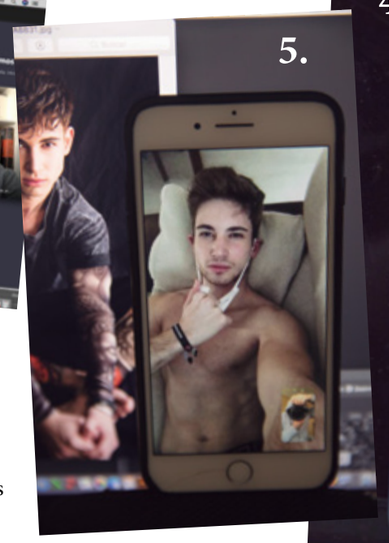
Elena Mikhailova, Violinista
@elenamikhailovaviolin

Behind the FEARLESS

Cómo si de Nostredamus se tratara la fecha nos avecinaba... Pero a diferencia de las otras cuarentenas a lo largo de la historia de la Humanidad, en esta pudimos contar con la comunicación digital, la que hemos utilizado para hablar, visionar, y por que no retratar. Diario de Pandemia podría llamarse este fotorelato. Cámara en mano; conexión Wifi; Skype, Messenger de Facebook o Whatsapp con videollamada para retratarles... y yo con ellos en la misma imagen (¿acaso no fue Velázquez quien predijo los selfies a través del espejo de su "Meninas"?).

Antonio de Felipe el artista pop más importante patrio, pintó su mascarilla para su foto (1). Su Instagram es su "cuaderno bitácora" seguido por más 12 de mil amantes de su arte. Por otra parte, Visori, como su propio nombre indica, fue visionario en utilizar mascarillas en sus modelo, antes que nadie (2). Katy, nuestra directora, fue la primera en experimentar conmigo la tele-fotografía en cuarentena (3). Bertie Espinosa Grau, nuestro Bertie con más (y en más) Bucle que nunca, enmarcado entre Loewe y Lagerfeld y su infinita biblioteca, posó #sinMiedo (4). Y Edu (@edumrmr) , modelo profesional e influencer, con 217 mil seguidores, cuando terminó sus exámenes online, me acompañó rodeado de las fotografías que le había hecho para que inmortalizara estos históricos instantes a veces casi infinitos (5). Si a Picasso la musa le pillaba trabajando: a mí me "pilló" confinado, en esta ocasión. Desde mi casa de Gijón, mirando al campo asturiano a través de mi ventana, busqué a mis otras musas, las que daban una lección a los humanos sobre la naturaleza. Y primero les retraté a ellos, y después a las "Cows Quarantine" (6)... pero eso ya es otro capítulo que reservamos para el "especial medioambiente".





Por Juan Carlos Vega
Director Creativo de de Danza Solidaria en Fearless
@juancarlosvega.studio

FEARLESS®

Bertie en bucle

56
Acortando la Distancia Con Tomás Páramo y Ester @mienfermerafavorita

58
El Tiempo es un lujo: Por Enrique Loewe

60
Belleza solidaria Por Yolanda Sacristán

61
Bertie-Bazar

62
MASCARILLAS POR MADRID: La belleza post-Covid

Ester @mienfermerafavorita
Cofundadora de #AcortandoLaDistancia

FOTOGRAFÍA EDUARDO MOMEÑE

Tomás Páramo

Bertie en bucle

@bertieespinosa

Entre el silencio y el aliento: las últimas palabras

#AcortandoLaDistancia es la iniciativa solidaria con la que Esther (@mienfermerafavorita) y Tomás Páramo (@tomasparamo) han roto la soledad de los enfermos aislados por el COVID 19 con sus familias

La gran ola de solidaridad surgida de la epidemia vivida recientemente es uno de los aspectos positivos que el COVID 19 nos ha dejado. Entre las muchas iniciativas solidarias llevadas a cabo hay una que pretendía acortar distancias en plena época de aumentarlas. Y lo consiguió. Fue la ideada por los influencers Esther (@mienfermerafavorita) y Tomás Páramo (@tomasparamo), amigos desde el colegio, y que desde finales de marzo pusieron en marcha una iniciativa para poder llegar a conectar a los pacientes con sus familias. Casi imposible en unos momentos en los que el mundo, y la vida misma, se paralizaron. Pero así son los verdaderos influyentes. O así deberían ser. Los que se proponen algo y lo consiguen gracias al altavoz que tienen, a pesar de las muchas dificultades surgidas en un momento en el que poco más se podía hacer más allá de ir al supermercado o a la farmacia.

La historia de #acortandoLaDistancia es una historia llena de vida para un ambiente desolador de días negros y confusos en los que era difícil mantener el tipo. Es la historia que ellos han querido compartir con Fearless en un Madrid que llevaba solo unas horas en la fase 2. El estudio del fotógrafo Eduardo Momeñe fue el lugar escogido para nuestro encuentro. Hay ganas, pero también distancia. Y de eso hemos venido a hablar. Era la primera producción en meses. En el equipo hay ganas, entusiasmo y necesidad de recuperar el ritmo. Aunque ahora sea un nuevo ritmo. Si cabe decir, más humano que el anterior. A pesar del metro y medio. Con mascarillas pero lanzados a compartir la experiencia de este tiempo que jamás olvidaremos.

La iniciativa logró recaudar 600.000€ entre dinero y material para distribuir tablets por toda España para que los pacientes pudieran sentir más cerca a sus familiares. Y en muchos casos, despedirse de ellos. Cada día se llegaban a hacer más de 9.000 videollamadas que acortaban la distancia. Y también, aliviaban el drama. Últimas miradas y susurros en unos hospitales que se habían convertido en la pesadilla de cualquier novela apocalíptica. Pero en medio de tanta oscuridad siempre hay luz.

“Acortando la distancia nace de la necesidad acercar a los enfermos aislados por COVID 19 a sus familias, en muchos casos al no recibir visitas y estar desorientados, creían estar abandonados”, manifiesta Esther, que ha trabajado como enfermera y voluntaria durante todos estos meses, estando en contacto con la vida y la muerte. Y haciendo, sobre todo, más agradable la vida de quienes han perecido. Historia de las despedidas. De últimas palabras desde habitaciones silenciosas. De lágrimas y soledad en unas semanas que no se habían conocido en nuestras hospitales, residencias y centros de salud. También en pisos tutelados y centros de disminuidos, donde también han llegado. Escenas que se han grabado a fuego y le han costado el sueño, el descanso y le han enseñado un aspecto. Ahora que lo peor ha pasado, queda la experiencia. Las palabras que gracias a ellos pudieron ser pronunciadas por última vez. El cariño derramado y la distancia acortada entre el silencio y el aliento.

“Estuvimos varios días desde las ocho hasta las cuatro de la mañana enganchados al teléfono para hablar con empresas que nos donasen y distribuyeran material, era urgente y se necesitaba”, declara Tomás, que desde el minuto uno se unió con su amiga para poder llegar a todos los rincones. Era tan necesario como urgente, y aunque con dificultades, se fueron superando día a día hasta poder llevarlo a cabo. “Ver cómo salía adelante te daba fuerza, y leer tantos cientos de mensajes de aliento y testimonios fue increíble. Es la segunda cosa más bonita que he hecho en el mundo desde que nació mi hijo Tomi”, relata Tomás, cuya historia de superación le catapultó a la fama junto a su mujer, María García de Jaime, que con 18 años se quedó embarazada. Decidieron seguir adelante con el apoyo de sus familias y amigos, y convertirse en una familia joven que desde entonces no ha dejado de crecer en las redes. Y de influir y estar comprometidos con las causas sociales. “Defiendo la vida siempre. Tenemos un altavoz muy grande y muy bueno para poder apoyar causas sociales y nos aprovechamos de ello”, sentencia Tomás, que ya había sido voluntario en África y en la residencia del Cottolengo del Padre Alegre (una residencia psiquiátrica que regentan las Servidoras de Jesús en Algete).

Durante los días del confinamiento, lo que más han disfrutado ha sido la familia. Coinciden, tanto Tomás, que estuvo en el campo pintando, haciendo arcilla o leyendo mientras llevaba a cabo la iniciativa, como Esther, que ha pasado tiempo con sus hermanos como no lo había hecho nunca. A pesar de los momentos con los que cada día tuvo que lidiar. Pero siempre con una sonrisa, con la fuerza de saber que sales adelante gracias a la generosidad, y a esas últimas palabras de tantos enfermos que no son un número más, sino “gente que ha muerto sola y a la que has acercado a sus familias”.

Reflexiones sobre el METALUJO

Parte III

Por Enrique Loewe

El buen gusto real proviene de una mirada profunda al mundo y la respuesta que le demos a esa visión

Ensayo sobre el buen gusto y la elegancia

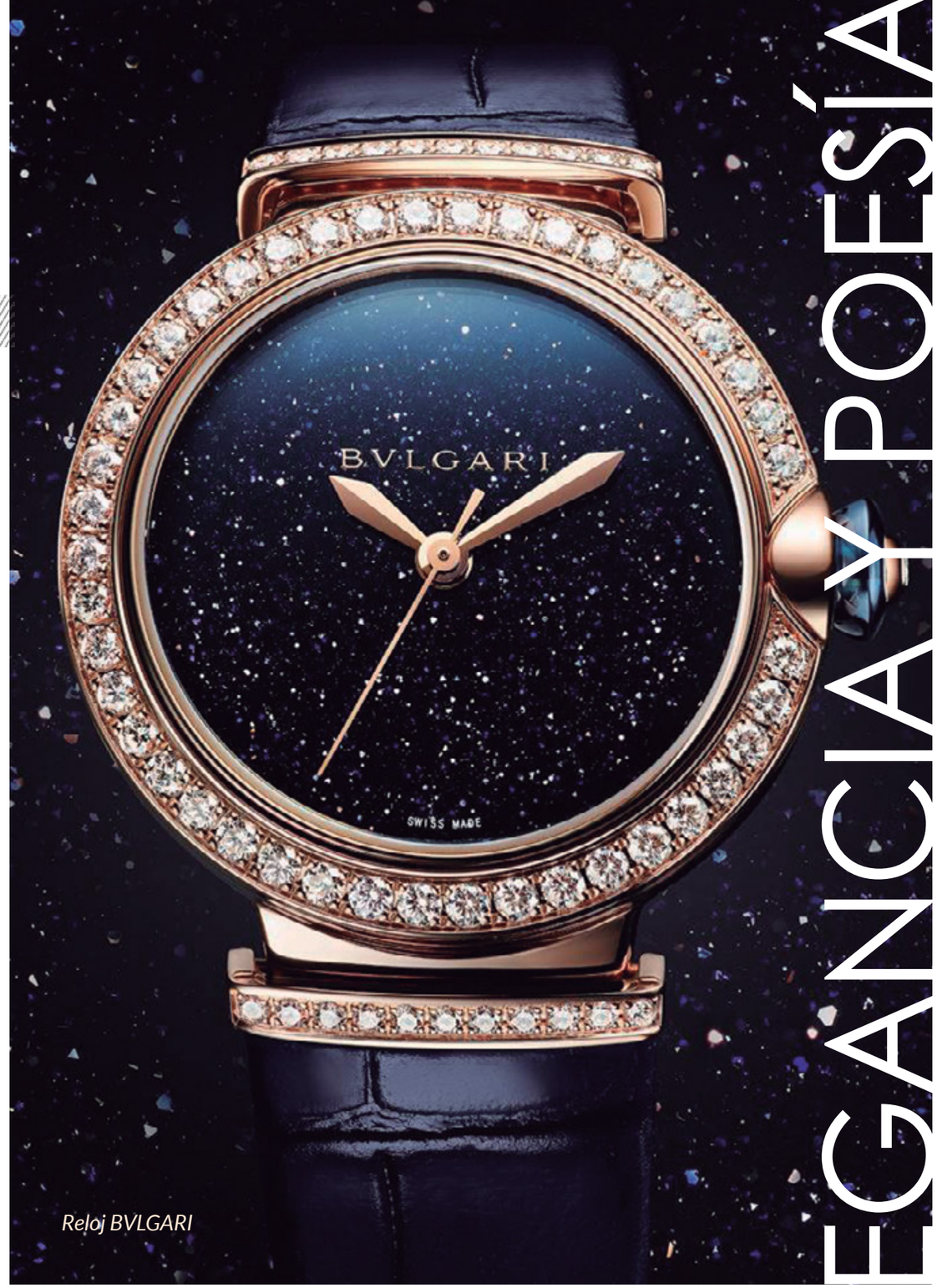
He oído hablar del buen gusto muchas veces a lo largo de mi vida. El buen gusto parecía ser una especie de privilegio, de una cualidad genética que se heredaba, que se lucía como patrimonio familiar. En los últimos años he descubierto que el buen gusto es sinónimo de la cultura, de la formación; es sinónimo del esfuerzo que un ser humano ha dedicado a ser mejor persona, ha concebir mejor el tiempo y el espacio que le toca vivir. Por lo tanto, hay una parte importantísima del buen gusto que es la vida.

Pero también hay otra parte sobre la que no podemos influir: es la historia, la educación, la genética. Alguno de estos conceptos no los elegimos, nos tocan en la vida. Creo que el buen gusto no es cuestión de aptitudes, aunque también es cierto que la búsqueda, el esfuerzo y la curiosidad, unidos a la inteligencia y la sensibilidad, producen resultados sorprendentes

El buen gusto en abstracto no sirve de nada. El buen gusto real proviene de una mirada profunda al mundo y la respuesta que le demos a esa visión.

Sobre el buen gusto hay una acepción general que dice que sobre gustos no hay nada escrito. Yo no estoy de acuerdo. Sobre el gusto y sobre el refinamiento y el conocimiento y el acercamiento a la belleza hay toda una serie de grandes autopistas del espíritu. Razón por la cual creo que el buen gusto es el resultado de una educación, de una cultura, de una sensibilidad y de una forma de saber estar en la vida, en la sociedad. Para tener buen gusto hay que llegar como persona a un cierto equilibrio y armonía.

**Capítulo de 'Reflexiones sobre el lujo' en formato de entrevista, recogidas por K. Mikhailova*



Reloj BVLGARI

ELEGANCIA Y POESÍA

La colección LVCEA de BVLGARI se amplía con la edición Aventurine

BELLEZA SOLIDARIA

Mientras el mundo lidia con una crisis económica y de salud pública como nunca antes habíamos imaginado; las manifestaciones masivas contra la injusticia racial estallan a lo largo y ancho de los Estados Unidos y se avecina una emergencia climática que requiere toda nuestra atención, existe el imperativo urgente de volver a imaginar una industria respetuosa con las personas y el planeta. Es mucho lo que ha cambiado el COVID 19 a su paso, así como los retos a los que la industria de la belleza se tiene que enfrentar. Por eso es necesario actuar sin demora.

El primer desafío es velar por la salud y la seguridad de las personas. Desde aquí mi reconocimiento a las grandes y pequeñas marcas y compañías de belleza que han abrazado la solidaridad, trabajando internacionalmente contra reloj en un cambio de paradigma global. Toca reinventarse y diseñar un modelo de negocio solidario y responsable, en línea con lo que exige el consumidor y la sociedad, y así lo están entendiendo los grandes nombres de la industria cosmética.

En España, por ejemplo, L'Oréal se vuelca para combatir los efectos del coronavirus produciendo 20.000 unidades diarias de gel desinfectante de manos, para ponerlos a disposición de las autoridades sanitarias desde los primeros días del confinamiento, a mediados de marzo. Además, el gigante de la cosmética ha donado 100.000 euros a organizaciones solidarias como Plan International, la Fundación Tomillo y la Federación Española de Bancos de Alimentos, y destinará otros 150 millones de euros para mujeres en situación de vulnerabilidad y para la protección del medio ambiente, uno de los objetivos de sostenibilidad del Grupo que espera alcanzar en 2025 el 100% de productos reciclables, compostables, rellenables o reutilizables y un 50% de reciclados o de bioplástico.
Son las primeras reacciones. El grupo Beiersdorf refuerza su programa de apoyo internacional con un compromiso de 50 millones de euros para apoyar a las comunidades afectadas en su lucha contra la pandemia y también a través de la donación de un millón de litros de desinfectante y más de cinco millones de litros de productos Nivea para el cuidado de la piel y las manos del personal médico de todo el mundo. El grupo Shiseido anunciaba medidas excepcionales como la donación de un millón de euros a la Cruz Roja para ayudar a las comunidades más afectadas por la crisis, junto a otras iniciativas para proporcionar apoyo emocional a sus empleados y garantizar su poder adquisitivo contribuyendo a la sociedad en la lucha contra el Covid-19 a través de su programa Las Personas Primero. El siguiente reto al que se enfrenta la industria de la belleza en España es determinar cómo dar respuesta a las necesidades de un consumidor que ha cambiado sustancialmente sus prioridades en estos tres últimos meses. ¿Cómo acompañar a los clientes cuando ya no se trata de vender, sino de emocionar? Los productos y las marcas de belleza siguen teniendo un poder inimaginable de evocación, una capacidad inesperada de despertar nuestros sentidos, pero cómo enamorar a los potenciales clientes a través de un mensaje que conmueva?

L'Oréal se vuelca para combatir los efectos del coronavirus produciendo 20.000 unidades diarias de gel desinfectante de manos, para ponerlos a disposición de las autoridades sanitarias desde los primeros días del confinamiento

El grupo Shiseido anunciaba medidas excepcionales como la donación de un millón de euros a la Cruz Roja para ayudar a las comunidades más afectadas por la crisis

Beauty is your duty –la belleza es tu deber– manifestó en 1941 la edición británica de la revista Vogue. En plena Segunda Guerra Mundial el lema se hizo viral e incluso el gobierno británico llegó a considerar los labiales los únicos "levantadores de moral" convirtiendo el lipstick effect en la mejor terapia anti depresión. Desde entonces, las ventas de cosméticos han sido el mejor barómetro económico en épocas de recesión. Por trivial que pueda parecer, en tiempos de crisis el papel de la industria de la belleza ha sido esencial por quienes han sabido entender la trascendencia psicológica y social de una simple barra de labios, unas gotas de perfume o un toque de blush. Lo que parece claro es que, ahora que la crisis del coronavirus nos ha tapado la boca tras mascarillas de todo tipo, ha llegado el momento de los ojos. Las máscaras de pestañas, el diseño de cejas, las sombras de ojos, y los eye-liners se han convertido en los nuevos lipsticks de este extraño verano del último año de la década de los 20s que jamás olvidaremos.

Es cierto. Se necesitará un liderazgo visionario, imaginación y colaboración para crear una industria más justa, inclusiva y sostenible, pero lo tenemos; esto solo acaba de empezar. La belleza es cuidar y cuidarse y ahora es el turno de los consumidores. Seamos responsables; seamos conscientes; seamos solidarios y cuidémonos. No hay nada tan poderoso ni tan fácil para cuidarte y subirte la moral que un producto cosmético.

Yolanda Sacristán
Directora General de la plataforma digital de comunicación de belleza The Beauty NewsRoom

VIVE el VERANO

[1.] Culti Milano. Vela perfumada Fiqum con pomelo, hojas de higuera, almizcle. (44€)

[2.] Armani Beauty Neo Nude. Fondo de maquillaje luminosidad natural. (c.p.v.)

[3.] Armonía. Aceite facial calmante con semillas de chia. (13,50€)

[4.] MAC. Barra de labios Ruby Woo. (19.50€)

[5.] Lovbod. Para las partes más secas de nuestro cuerpo. (19,95€)

[6.] Penhaligon's Endymion. Eau de Cologne 30ml. (68€)

[7.] Arkopharma Arkovital pura energía. (13,90€)

[8.] DD Cream Nude Skin. SPF 15, 50ml. (35,79€)

[9.] Wilkinson Hydro Silk 3 Hydrid. (9,95€)

[10.] Foreo. Ingredientes naturales para una piel libre de toxinas, caja 6 uds. (19,90€)

PROTÉGETE del SOL

[11.] Maminat. Protección solar vegana SPF 50. (19,95€)

[12.] SunISDIN. Prepara la piel para el sol. 30 capsulas. (26,55 €)

[13.] Ecran Sunnique. Bruma protectora SPF 50, 250 ml. (11,49€)

[14.] E'lifexir. Gel acelerador de bronceado. (13,40€)

[15.] Blauceldona. Aftersun vegano. (c.p.v.)

[16.] Lendan. Crema fluida vitamina C, 30ml. (15,85€)

[17.] Claudalie. Aftersun. (200ml 16,80€)

[18.] Kinactif. Protector solar intensivo para cabello. (200ml 14,70€)

[19.] Heliocare de Cantabria Labs. Antiedad avanzado SPF 50. (31,90€)

[20.] Montibello Slim Lotion. Concebida para minimizar el impacto en el entorno marino, SPF 30. (34,70€)

MASCARILLAS POR MADRID

THE MADROOM

De la "desescalada" al ansiado verano

THE MADROOM la "no-peluquería" elegida por todos los influencers y celebrities, o gente que simplemente quiere desconectar, ha vuelto con más fuerza que nunca

VUELTA AL COLE, PERO EN VERANO

"La vuelta con todas las medidas de higiene y seguridad han limitado nuestro trato habitual con el cliente; esa comunicación y contacto que cuidamos tanto mimo en el salón", explica Nadia, su fundadora. "Además muchas clientas de otras comunidades no han podido venir por los desplazamientos", completa.

"Respecto a los servicios, hemos tenido que hacer arreglos a los apaños caseros de color y corte. Y también nos han pedido muchos tratamientos para recuperar el cabello por el confinamiento", responde a la pregunta sobre los tratamientos más demandados en el 'post-Covid'-

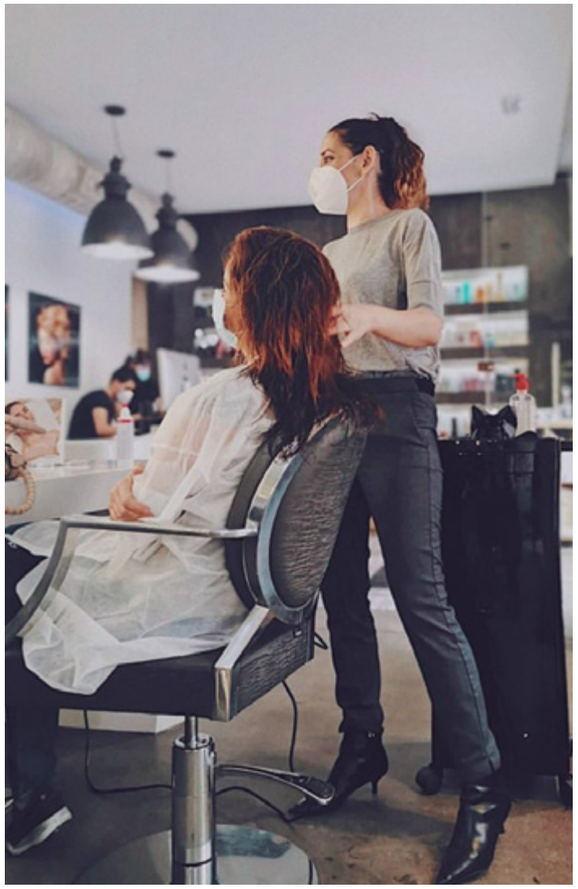
Ya es verano en THE MADROOM

En templo para el cuidado del cabello o un escenario especial (con la decoración más chic) a escasos minutos de la Puerta de Alcalá, en el que vivir la experiencia de ponerse más guap@ para este verano tiene varias propuestas de tratamientos de cabina para preparar el cabello para la etapa estival:

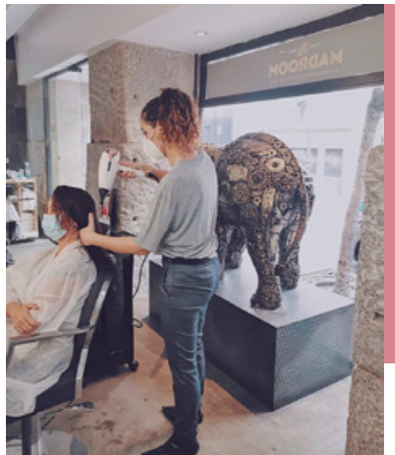
- MADSoleil Protege antes y después de la exposición solar.

- REINASSANCE Perfecto para recuperar el volumen, brillo y la fibra capilar

- ALPHATECNIC Evita el encrespamiento Y el efecto frizz que siemprecwueremos evitar. Además
mantiene la fibra capilar en perfecto estado.



THE MADROOM | *Calle Villalar, 1. Madrid*



LUCÍA CASTRO

Maquillaje en tiempos de post-covid

Maquilladora profesional, con un experiencia de más de 15 años, ha trabajado con celebridades de la talla de Martina Klein, Thais Blume, Ferran Adrià, Juanes, entre otros; y en series como La Que Se Avecina o Aída. También se dedica a la formación de jóvenes maquilladores. Y actualmente ha emprendido su proyecto digital de podcast + QUE BELLEZA

EL NUEVO MAQUILLAJE QUE DEJA A UN LADO LOS LABIALES

Diariamente nos vamos a maquillar más los ojos y cejas: vamos a potenciar lo que se ve. Y creo que muchas personas dejarán a un lado la base de maquillaje, ya que al estar poniéndonos y quitándonos la mascarilla, nos "llevamos" la mitad del maquillaje. El labial va a estar olvidado por un tiempo, a diferencia de otras catástrofes o crisis en las que siempre ha subido la venta del labial rojo... esta vez dudo bastante que sea así.

CAMBIOS EN EL CONSUMIDOR Y EN LA COMPRA

Al no testar los productos en uno mismo, a la gente le va costar cambiar su producto habitual o comprar uno nuevo. Las empresas están haciendo más muestras cosméticas, para que el cliente lo pueda probar: es una buena medida de higiene, aunque lo dañino de esto es que estamos creando más residuos.

Lucía Castro, maquilladora oficial de A2METROS DE TI, también ha posado para la exposición.

PODCAST CON LUCÍA CASTRO

+ QUE BELLEZA se emite cada sábado desde el pasado mes de mayo. Hasta la fecha hemos hablado de la aplicación de autobronceadores ``¡cómo no liarla!´´ y los próximos serán de cómo desmaquillar y limpiar la piel adecuadamente; también haremos otro sobre factores de protección...

En Instagram, @byluciacastro se anuncian los programas que se podrán seguir en Spotify, Tunein, Apple podcast, Google podcast, iVoox, Youtube e IGTV.

MASCARILLAS POR MADRID

CARMELA DÁVILA

Las cejas, más cejas que nunca

Carmela Dávila es una joven empresaria madrileña. Experta en diseño de cejas con la técnica de micropigmentación, tiene una lista de espera de más de 6 meses para que atienda a sus clientes que vienen de todas partes (aunque ahora, por estos dos meses de parón, se ha convertido en un años). Ubicado en pleno Barrio de Salamanca de Madrid, por su centro y sus manos han pasado todo tipo de influencers, rostros conocidos y presentadores de televisión

Con casi 50 mil seguidores en Instagram, además de ofrecer cursos de formación, destaca por crear diferentes campañas para regalar diseños de cejas gratis a mujeres que padecen un cáncer.

Carmela también trabaja con mascarilla. Podría formar parte de esa generación de "mascarillas por Madrid" por su profesión, por lo que llevarlas en la calle tampoco le debe sorprender.

Como al resto de los españoles, el COVID 19 le pilló desprevenida: "tuve que cerrar la clínica de un día para otro para anular muchísimas citas, y eso me ha supuesto un retraso enorme con la agenda alargando la lista de espera a un año, y también tendremos que trabajar todo el verano para poder recuperar las citas perdidas", aunque afirma que esto le ha servido para tener un descanso que necesitaba, y que empresarial y económicamente su negocio no se veía perjudicado, pues sigue teniendo una enorme cartera de clientes que van a seguir necesitando sus servicios.

"No noto que la gente sienta miedo y por eso no venga; es más: muy pocas personas han anulado sus citas, y las que lo ha hecho es porque viven en el extranjero y no pueden venir o personas que se habían puesto enferma"

Su sector se divide entre los que trabajan con ética, aplicando la micropigmentación; y los que ejecutan el 'microblading', una técnica agresiva para la que no se necesita licencia siquiera.
"La micropigmentación es más respetuosa con la piel, más duradera es una técnica de implantación del pigmento mucho más eficiente, ya que se efectúa con máquina a diferencia del microblading que es manual, y se realiza cortando la piel con un Tebori", confirma.

Su larga experiencia y profesionalidad, la formación constante con los mejores expertos a nivel internacional y su adaptación del tratamiento a todo tipo de personas con sus respectivos tipos de piel hacen de Carmela Dávila un valor seguro a elegir.

Carmela Dávila

CLÍNICA FEMM

La mirada cobra protagonismo tras el uso obligatorio de las mascarillas

Ahora que la mascarilla ha llegado para quedarse por un tiempo, los ojos se convierten en el centro de atención. Laa mirada juega un papel fundamental. Así que estamos en el momento perfecto para cuidarlos y mimarlos, así como la zona del entrecejo y la frente.

Los doctores Carlos Gullón Cabrero y Ernesto Pérez Hernández, de Clínica FEMM (www.femmcirugiaestetica.com) nos hablan de los tratamientos que nos permiten rejuvenecer la mirada, así como la zona de entrecejo y frente: la radiofrecuencia facial (INDIBA), la toxina botulínica (bótox), el ácido hialurónico, el generador de plasma PLEXR y la blefaroplastia.

De todos ellos, el tratamiento más sencillo es la radiofrecuencia facial Indiba . El Dr. Pérez Hernández, médico estético, señala que "sencillez no implica menor resultado, pero sí mayor frecuencia en el tratamiento para conseguirlo". Con la radiofrecuencia facial Indiba aumentaremos la firmeza y la tersura de nuestra piel, alrededor de ojos, en frente, entrecejo y resto de rostro y cuello. Como "plan de choque" para poner en marcha la regeneración celular, el Dr. Pérez Hernández recomienda diez sesiones, con una frecuencia semanal, al menos hasta la sexta cita, momento a partir del cual podrían ser sesiones quincenales hasta completar las 10.

Otros tratamientos de medicina estética que se pueden combinar para resaltar la mirada son toxina botulínica (bótox) y ácido hialurónico. Con el bótox conseguimos matizar las patas de gallo, las arrugas del entrecejo y de la frente, y su aplicación es prácticamente indolora. Pero, además, el Dr. Pérez Hernández incide en que "el mayor beneficio del bótox es su utilización como tratamiento preventivo, pues al relajar los músculos faciales evita que estemos continuamente contrayéndolos, evitando que incidamos continuamente en las arrugas de expresión." La recomendación del doctor es que nos realicemos este tratamiento una o dos veces al año (con un espacio de 6-7 meses) para que esa función preventiva vaya haciendo camino.

Respecto al ácido hialurónico, el Dr. Pérez Hernández indica que "su uso en ojeras nos permite rejuvenecer la zona de los ojos. En Clínica FEMM, además, empleamos el ácido hialurónico de última generación, NEAUVIA, que se caracteriza por incorporar en su fórmula la hidroxiapatita cálcica. Al rellenar las ojeras con este ácido hialurónico, conseguimos eliminar el aspecto de cansancio y ojos hundidos que tanto envejecen nuestra mirada, pero de manera natural. Logramos un aspecto saludable y fresco."

Otra de las grandes ventajas de NEAUVIA es la primera línea en el mundo que ofrece rellenos realmente 100% biocompatibles. El Dr. Pérez Hernández señala que el efecto del ácido hialurónico puede durar hasta 8 meses.

A la hora de rejuvenecer la mirada podemos encontrarnos con un exceso de piel en el párpado. Para corregir esta flacidez y eliminar la piel sobrante, el Dr. Carlos Gullón Cabrero, cirujano plástico de Clínica FEMM, recomienda la beflaroplastia no ablativa con el generador de plasma PLEXR y la blefaroplastia quirúrgica.

"Con el generador de plasma PLEXR retiramos el exceso de piel y las arrugas alrededor de los ojos en una intervención poco invasiva." comenta el Dr. Gullón Cabrero. El número de sesiones dependerá de la cantidad de piel que sea necesario eliminar; generalmente, con una es suficiente.

Pero en ocasiones, el pliego que el paciente presenta sobre el párpado o en la parte inferior es demasiado grande, existe una cantidad de piel que solo con la utilización de PLEXR no es suficiente para lograr el resultado que buscamos. En esos casos, como señala el Dr. Gullón Cabrero, es necesario recurrir a la blefaroplastia quirúrgica. "Esta cirugía la realizamos en el quirófano que tenemos en nuestra propia clínica, es una intervención ambulatoria en la que utilizamos anestesia local y sedación. Los resultados se pueden ver generalmente a los 15 días tras la operación, cuando la inflamación ha desaparecido, y son duraderos."

Por
Dr. Carlos Gullón Cabrero & Dr. Ernesto Pérez Hernández

FEMM
CIRUGÍA Y MEDICINA ESTÉTICA

El futuro no es lo que era

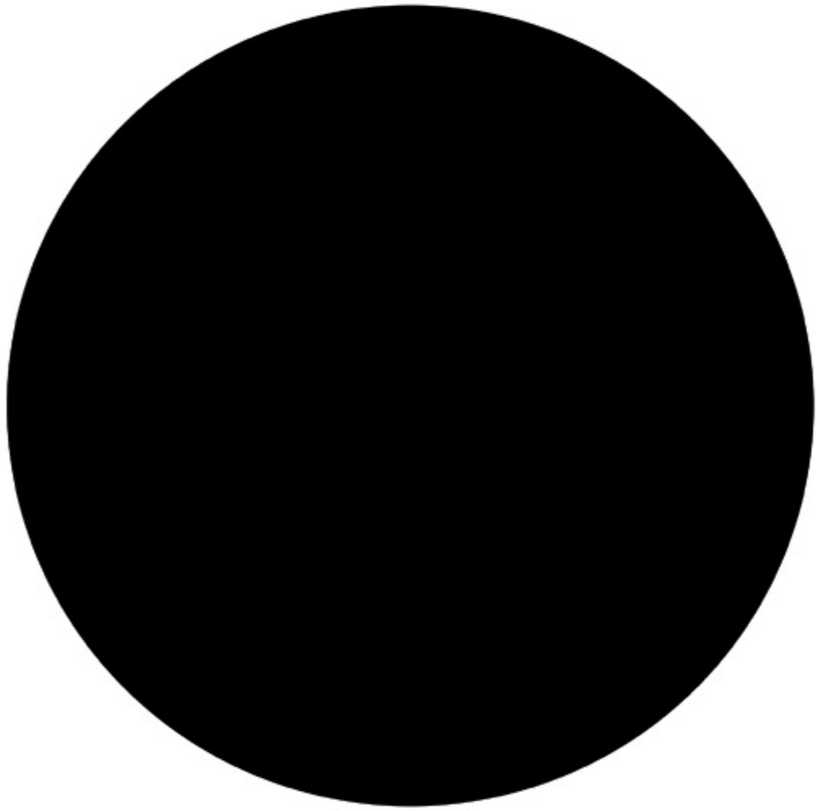
Por José María Lanseros
Director de Fearless Economy
@josemarialanseros

El futuro no es lo que era. El título del libro que escribieron el que fuera el primer director del diario El País y el expresidente del Gobierno, Felipe González, que se publicó en 2001, resume a la perfección qué sienten los ciudadanos: hay una gran incertidumbre y esto se hace sentir en la economía.

También mejora la imagen de la patronal CEOE de la mano de Antonio Garamendi. Los sindicatos y la gran patronal tienen aún mucho camino por delante y en muchas cosas tendrán que ir de la mano. El pacto con el Gobierno sobre los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) es el modelo. Veremos qué sucede cuando se plantee tocar la reforma laboral.

La pandemia del Coronavirus ha sacado a la superficie situaciones que llevan latentes muchos años, como la fragilidad económica de muchas familias. El Ingreso Mínimo Vital (IMV) será fundamental para evitar una crisis social permanente.

El cambio de modelo productivo se va a tener que llevar a cabo sí o sí, entre otras cosas porque muchos de los empleos que se pierdan en el el campo del turismo no se recuperarán. En este punto, las recetas son claras: más dinero para Educación y más apuesta por la industria y la ciencia. Este cambio requerirá años. España necesita que sus empresas pequeñas crezcan para que no se vayan a la cuneta a la primera de cambio.



LA ECONOMÍA, COMO PREGUNTA

SANCHEZ ROMERO
Ejemplo de responsabilidad, calidad, servicio y solidaridad en el sector alimentario

Contratación de nuevos empleados, adquisición de 1.000 tests para el personal, donación de 1.000 mascarillas a la Sanidad madrileña, iniciativas con el Banco de Alimentos para la obtención de donaciones de dinero y alimentos y la promoción de la economía nacional "Alimentos de España" #PorTiPorTodos hacen de la cadena de supermercados un hito en la gestión de la crisis desde este sector esencial.

#PorTiPorTodos

La situación generada por la pandemia del coronavirus y la declaración del Estado de Alarma en España el pasado 14 de marzo nos han situado en un escenario totalmente desconocido, afrontando una crisis nueva (en este caso sanitaria) para la que nadie estaba preparado y como si fuéramos los protagonistas de una película de ciencia ficción.

En el plano personal, cada uno de nosotros hemos tenido (y seguimos haciéndolo) que prevenir y cuidar por nuestra salud y la de nuestro entorno familiar más cercano. Y, por desgracia, y con mucho dolor, en algunos casos despedirnos de algún familiar o conocido con toda la tragedia que acompaña a este tipo de sucesos.

Pero a nivel profesional y a nivel empresarial también nos ha tocado (y sigue tocando) y en función del sector de actividad, preservar y cuidar la salud y seguridad de nuestros empleados y clientes y de nuestras actividades empresariales (cuando ha sido posible) en aras del mantenimiento de la actividad económica y, por extensión de la economía del país.

"Muy orgulloso (y muy agradecido) por su esfuerzo, por estar día a día en su puesto de trabajo ejercicio de profesionalidad y responsabilidad individual, de compromiso con la empresa, con los clientes y con la sociedad y de solidaridad con sus compañeros. Y un esfuerzo que, aunque se ha hecho merecedor de una compensación económica, verdaderamente, no tiene precio"

En nuestro caso, desde Supermercados SANCHEZ ROMERO, hemos añadido una componente adicional, la de ser considerados un sector y desempeñar así una actividad esencial, con lo que hemos tenido que asumir nuestro rol social y estar a la altura de las circunstancias y del deber y confianza que la sociedad depositaba en nosotros de garantizar el aprovisionamiento y las existencias de los bienes de primera necesidad en nuestras tiendas y de ampliar y reforzar todo el resto de canales de venta no presenciales (porque más allá de la tienda on line, también están a disposición de nuestros clientes el canal telefónico, el correo electrónico o el whatsapp -y que en conjunto están suponiendo más del 25% del total de las ventas-) para facilitar el acceso de nuestros productos en un servicio a domicilio a todas las personas en situación de riesgo y, una vez entrados en la situación de confinamiento, a toda la población en general.

Para ir respondiendo a todos estos retos hemos ido poniendo en marcha una amplia batería de medidas sanitarias y de higiene, de seguridad y protección de las personas, de compras y logísticas, desde el minuto uno y en una continua actualización, en función de lo que pedían las circunstancias y las necesidades. Desde un punto de vista organizativo hemos tenido que adaptarnos a gestionar como si fuéramos una "start up" actuando con una agilidad enorme, con una disponibilidad total y permanente -todas las horas del día y todos los días de la semana-, centralizando todas las decisiones para fijar pautas y directrices claras con las que actuar, aplanando absolutamente la pirámide para tener una conexión inmediata y constante entre todos los equipos y personas de la compañía. Y con ello vencer el miedo a lo desconocido, dar la adecuada respuesta a las necesidades y, muy especialmente, al temor de las personas de la tienda y en contacto con clientes sobre su salud y los riesgos a los que se exponían.

La lista de medidas y acciones es interminable (y sigue). Desde la edición y publicación de la Guía COVID 19 de Supermercados SANCHEZ ROMERO que recoge todas las normas, instrucciones y recomendaciones a seguir en todos los Supermercados SANCHEZ ROMERO y que afecta a todos los empleados y clientes; las contrataciones de nuevos empleados para asegurar el abastecimiento y el servicio en nuestras tiendas y en el servicio a domicilio; o la adquisición para nuestros empleados de 1.000 tests rápidos de anticuerpos de detección del COVID 19 para ser utilizados, siempre voluntariamente, ante situaciones objetivas de riesgo y/o para evitar cuarentenas innecesarias; o la donación de 1.000 mascarillas autofiltrantes N95, del mismo tipo que las utilizadas por nuestros empleados en tienda, para el Hospital Puerta de Hierro de Majadahonda o las iniciativas con el Banco de Alimentos para la obtención de donaciones de dinero y alimentos; hasta la última iniciativa, para promover la economía nacional: "Alimentos de España" #PorTiPorTodos.

Pero de todo lo que ha pasado durante estas últimas semanas, me quedo con aquello de lo que como Presidente de SANCHEZ ROMERO me siento más orgulloso: de nuestra gente y, en especial de nuestra gente en tiendas. Muy orgulloso (y muy agradecido) por su esfuerzo, por estar día a día en su puesto de trabajo, en primera línea, desarrollando un enorme ejercicio de profesionalidad y responsabilidad individual, de compromiso con la empresa, con los clientes y con la sociedad y de solidaridad con sus compañeros. Y un esfuerzo que, aunque se ha hecho merecedor de una compensación económica, verdaderamente, no tiene precio.

Por Enric Ezquerra,
CEO de SANCHEZ ROMERO

FOXY El papel higiénico, otro protagonista inesperado

La ampliación de la planta ICT Ibérica con una inversión que superó los 125 millones de euros provee a la filial española de la marca italiana de gran capacidad para atender una demanda creciente como la vivida en la cuarentena.

Para el director general de la firma de papel higiénico FOXY, José Luis Pérez Quintana la principal razón por la que este producto se agotaba tan rápido en los comienzos del confinamiento se debe a que "la primera reacción del consumidor ante un confinamiento fue hacer acopio de aquellos productos imprescindibles en casa", explica. A lo que, además, se le sumaba la estampa de secciones de supermercados vacías de papel higiénico, lo que a su vez intensificaba aún más su compra. Sin embargo, ya se "ha estabilizado" el consumo del papel higiénico, tal como vislumbra desde la empresa filial española de la marca italiana.

Cuenta que durante las primera semanas de la cuarentena se llegaron a ver desbordados, habiendo una demanda que superaba sus expectativas más optimistas: "Una de las ventajas que tiene nuestra marca es que la fabricamos en ICT Ibérica una planta de alta capacidad productiva ubicada en El Burgo de Ebro, Zaragoza. Desde allí y con el esfuerzo de todo nuestro personal hemos podido reaccionar de forma ejemplar para dar cumplido servicio a este reto. Es indudable que hemos tenido que redoblar nuestros esfuerzos trabajando un alto número de turnos extras pero desde hace algunas semanas estamos dando un nivel de servicio excelente".

"Hemos puesto todas las medidas de seguridad posible para proteger a todo nuestro personal y gracias a su responsabilidad y compromiso estamos afrontando esta crisis sin grandes sobresaltos", completa.

FOXY, preparada para otra avalancha de demanda

El papel higiénico podría haber sido un lujo, pero, tal como insiste José Luis, "su escasez ha sido puntual" y añade que no prevén futuros desabastecimientos. "Nosotros hemos hecho importantes inversiones en los últimos 15 años para dar respuesta a la demanda. Recientemente, en ICT Ibérica, hemos terminado la ampliación de nuestra planta con una inversión que superó los 125 millones de euros para dotarla de las últimas tecnologías de producción, lo que nos provee de gran capacidad para atender una demanda creciente"; prosigue.

20 años ejemplares mimando a los españoles en un sector 'commodity': innovación y diseño para la marca premium de papel higiénico

"FOXY es una marca muy joven en el mercado español, estamos cumpliendo 20 años. Nuestra propuesta de producto ha estado siempre orientada a ofrecer al consumidor productos de Calidad 'premium", responde a nuestra pregunta del valor añadido de la firma frente a la competencia.

Para la empresa, la innovación y el diseño de producto son sus pilares fundamentales. "En un mercado que se había convertido en 'commodity', FOXY ha sido la marca que ha aportado dinamismo e innovación gracias a lanzamientos como Foxy Seda un producto único 'especialmente dedicado para las pieles delicadas', la gama de triples rollos Mega3 higiénicos y cocinas e indudablemente el rollo multiuso Tornado Azul especialmente dedicado para las principales tareas de higiene y limpieza en el hogar, sustituto ideal del tradicional paño de cocina. En estos momentos donde la higiene adquiere un rol, si cabe, más importante, Tornado Azul se ha convertido en el complemento ideal para el secado de las manos", explica.

Otro valor añadido de FOXY es su vocación por comunicar con los consumidores y la sociedad: "en un mercado dominado por las marcas de la distribución, donde los líderes habían reducido al mínimo su inversión en comunicación, FOXY decidió invertir esta situación y desde 2005 ha mantenido una constante inversión en comunicación y apoyo social. A nivel de comunicación somos la marca líder en inversión publicitaria en la categoría de celulosa para el hogar".

Sostenibilidad y ética: 'Niñas en la Escuela'

A lo largo de los últimos años la empresa ha colaborado en diferentes acciones humanitarias en África orientadas a la higiene, salud y consumo de agua potable: "este año estamos presentes en Costa de Marfil en una maravillosa campaña 'Niñas en la Escuela' donde apoyamos a UNICEF en dar educación completa a más de 3.000 niñas. Además, estamos colaborando con dicha organización en el suministro de material sanitario para los hospitales españoles en la lucha contra el coronavirus".

Recientemente ICT Ibérica también ha colaborado con el Gobierno de Aragón con una donación para material sanitario.

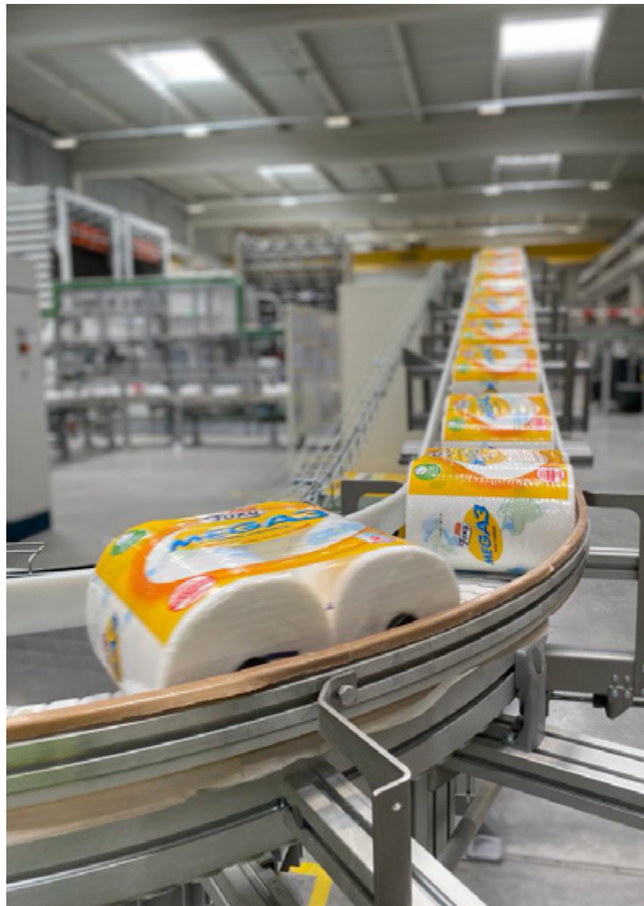
Con José Luis Pérez Quintana
Director General de FOXY España

FOXY APOYA A UNICEF EN LA DONACIÓN
DE MATERIAL SANITARIO A LOS HOSPITALES ESPAÑOLES

TÚ TAMBIÉN PUEDES DONAR
www.unicef.es

Foxy

a favor de
unicef



EL CORTE INGLÉS
Solidaridad y logística en tiempo récord

*650.000 mascarillas, ropa de cama para el hospital de **IFEMA**, 7.000 litros de leche, 50 toneladas de patatas, tarjetas regalo para 500 familias, servicios de compra prioritarios para 'los mayores', 3.000 juguetes y mucho más.*

La vuelta al mundo en 70 días

Casi de la noche a la mañana el mundo se puso patas arriba. Cambiamos los zapatos por zapatillas, la gasolina dejó paso a la calefacción, y las bombillas sustituyeron al sol. Dejamos de hablar para escuchar y tratar de entender a través de los medios de comunicación, el revés con el que nos sorprendía el Coronavirus poco antes de que la incipiente primavera diera sus primeras señales.

De pronto, en los más de 90 establecimientos de EL CORTE INGLÉS dejamos de escuchar la locución de la megafonía que nos informaba de las mejores ofertas y actividades del día "Sólo en los Tecnoprecios de EL CORTE INGLÉS. Mucho más que un buen precio", "Porque ser mamá o papá es complicado… te lo queremos poner más fácil. EL CORTE INGLÉS ha organizado unas charlas gratuitas para todos los papás y mamás…" , y pasamos a concentrarnos en los nuevos mensajes diseñados a medida para la pandemia: "EL CORTE INGLÉS, comprometido con el bienestar de sus trabajadores y clientes, les informa de que se han dispuesto señales adhesivas en puestos de cobro, mostradores o determinados pasillos para poder mantener la distancia de seguridad de 2 metros. Asimismo, les informa que al acceder a nuestro establecimiento debe utilizar los guantes de un solo uso y gel desinfectante de la entrada. Muchas gracias por su colaboración y disculpen las molestias que esta situación les pueda ocasionar".

A diferencia del Ave Fénix a EL CORTE INGLÉS no le ha hecho falta resurgir de las cenizas. La compañía se reinventó, creció ante la adversidad y se hizo más fuerte y sólida. Y así se marcaba un punto de partida para este viaje con billete de ida, el de asumir la responsabilidad de cuidar de los suyos: sus trabajadores, sus clientes, en definitiva, sus ciudadanos.

EL CORTE INGLÉS ha reaccionado con celeridad y con el punto de mira en poner sus recursos a disposición de las instituciones públicas, ofreciendo al Gobierno sus oficinas de Asia para la gestión de sus pedidos de material sanitario, sus talleres de costura en Madrid para la fabricación de mascarillas sanitarias o cediendo a la Comunidad de Madrid el Hotel Ayre Gran Colón como hospital temporal.

Y ha donado material prioritario, 500.000 mascarillas al Ministerio de Sanidad, 150.000 a la Generalitat de Cataluña, y ropa de cama para el hospital de campaña de IFEMA y para el centro de convalecientes de más de 60 años.

Y pensó en los más vulnerables, apoyando a los que menos recursos tenían, a través de tarjetas regalo para canjear por alimentos para 500 familias en colaboración con el Ayuntamiento de Madrid y la Fundación Ramón Areces, y 7.000 litros de leche para personas en situación de vulnerabilidad, a través de la Fundación Altius y 50 Toneladas de patata cocida mediante Mensajeros de la Paz y Bancos de Alimentos…entre otras.

Y respondió a las necesidades de los mayores, habilitando líneas de caja para los mayores de 65 años. Estableció un servicio de compra prioritario para el personal sanitario con entrega gratis en su domicilio. Y puso a disposición de los ciudadanos servicios como el Click&Car o el refuerzo de sus líneas online y telefónicas para los pedidos de alimentación y otros bienes de primera necesidad.

Y antes de que terminara este viaje, El Corte Inglés hizo un alto en el camino para sacar una sonrisa a quien también más lo necesitaba, los niños hospitalizados. Donó a Fundación Aladina 3.000 juguetes para más de 1.000 niños que permanecen en los hospitales de España sufriendo las consecuencias de la pandemia. "¡Sois la caña!". decía uno de los niños de Aladina como gesto de gratitud hacia El Corte Inglés. Pues dicho queda.

Por Magali Yus,
Comunicación EL CORTE INGLÉS

Hogar DULCE *hogar...*

Enrique López Granados

"En España se hacen casas demasiado pequeñas, y esto se ha notado durante este confinamiento"

El fundador de CALEDONIAN confiesa haber trabajado el doble durante esta cuarentena, y analiza el "desconfinamiento" y la "crisis" tras del COVID

Responde al teléfono motivado. Alegre. Comparte haber contratado a un nuevo arquitecto y estar diseñando nuevas fórmulas para la construcción y la arquitectura. Hablamos con Enrique López Granados, el hombre que creó CALEDONIAN y ha marcado la tendencia de la vivienda sostenible en España. En búsqueda del hallazgo de la fórmula perfecta para unir calidad y precios democráticos (para ese proyecto de VPO de CALEDONIAN), nos revela que una cosa que ha aprendido hace un tiempo de un amigo: "todo problema es una oportunidad".

"Sin querer ser iluso, creo que la crisis es una realidad, que todavía no se ha materializado. Todos los días son domingos. Como es domingo todos los días nadie es consciente de que su situación laboral ha cambiado'. ¿Qué va a pasar el lunes? Cuando llegue ese lunes laborable y la gente diga 'no tengo trabajo y tengo que ir buscarlo a lo mejor hay un drama", explica el fundador de CALEDONIAN. Y este lunes parece ya estar muy cerca, en el momento en el que Madrid entra en Fase 1.

"En España se hacen casas demasiado pequeñas, y esto se ha notado durante este confinamiento", afirma. Corren tiempos de incertidumbre, y, a pesar de la crisis económica y emocional, CALEDONIAN en pleno confinamiento ha vendido casas. ¿Podría ser este un indicador de que la construcción y el sector inmobiliario resistirá en la crisis económica que deja el COVID 19 (y la gestión de esta pandemia), si nos adentramos en las viviendas del 'lujo inteligente' o 'lujo sostenible'?

"¿Por qué en España hay dormitorios de 6 metros cuadrados? Esto no debería existir", responde. "Algo estaremos haciendo mal si los españoles no se pueden permitir pagar 4 metros cuadrados extra"

La respuesta apunta a que así es. Pero esto ya no es una cuestión de lujo o precios bajos: "la gente se ha dado cuenta de que vivir en un piso de 60 metros con tu familia es un fenómeno poco apropiado. Una de las discusión que tengo con nuestro proyecto de las Viviendas de Protección Oficial es que estas viviendas sean grandes".

"En España tenemos un defecto en esta materia: hacemos las casas demasiados pequeñas", afirma. Y es que, cita como ejemplo los EE. UU.: incluso en los barrios más marginales este fenómeno no sucede. Pese a que el precio de construcción en el Bronx sea igual al de Villaverde, como cita el empresario.

En esta línea Enrique se plantea porqué la vivienda marginal en España tiene estas dimensiones: "¿Por qué en España hay dormitorios de 6 metros cuadrados? Esto no debería existir", responde. "Algo estaremos haciendo mal si los españoles no se pueden permitir pagar 4 metros cuadrados extra", añade.

· Calidad sostenible y diseño, para todos los precios:
El sueño de Enrique es hacer una casa muy barata, pero de mucha calidad. El proyecto de VPO de CALEDONIAN, por ejemplo, el salón más pequeño tiene nada menos que 30 metros cuadrados. Y el cuarto más pequeño, tiene más de 11 metros. "CALEDONIAN no hace eso. No aceptamos eso. Tenemos un estándar por debajo del cual no bajamos, para garantizar el bienestar".

Por eso, en esta nueva línea de negocio de Viviendas de Protección Oficial (prevista para lanzarse dentro de un año) el empresario busca la fusión entre la calidad del diseño y la construcción, siendo superior al diseño y calidad que tiene en la actualidad el resto de las VPO. "Y que el cliente, además, pague lo mismo. Creo que si consigo hacer esto, no voy a tener problemas para venderlo. Al final alguien siempre querrá una casa. Si tu das algo más grande, mejor y al mismo precio, es una fórmula que no puede fallar", completa.

· "Tu casa es tu lucha":
La gente seguirá comprando casas, a pesar de la crisis, opina. Pero salvando el bache del pago inicial, después tiene un coste mensual que es el mismo. Cuando pagas una hipoteca y un alquiler, pagas lo mismo, analiza. La diferencia entre alquilar y comprar es que, cuando terminas de pagar la hipoteca, la casa es tuya.

"Tu casa es tu lucha. En España hay una tradición de que tu lucha sea tu vivienda. Esperamos que este Gobierno no atente contra el respeto por la vivienda principal de los españoles, que tradicionalmente se ha respetado. Nuestros gobiernos siempre han respetado la primera vivienda como algo intocable, y fiscalmente lo han tratado siempre muy bien. Y esto es lo que ha hecho que España fuera un país estable económicamente, porque la gran parte de los españoles son propietarios de una casa. Y esto es una cimentación imprescindible. La economía de España tiene ese gran activo: que los españoles son propietarios de una vivienda", analiza a fondo.

· La otra curva
Enrique, al igual que numerosos economistas, considera que no hemos salido de la crisis de 2008 en ningún momento. "Empezábamos a levantar el vuelo, y nos han desenchufado los motores. Es una realidad económica, no una opinión política. La realidad económica es medible. La explicación la podemos discutir. La realidad es que durante todo 2019 no hemos generado riqueza". Y esto se mide por 'derivada', por el cambio de pendiente. "Hay que incentivar el trabajo. Hasta que no haya un cambio en la política de gobierno, más incentivada a la productividad, economía, meritocracia… tiene que haber un cambio entre regalar dinero a ganárselo. Y hasta que no haya ese cambio no vamos a salir de la crisis", concluye.

GREEN *engines*

Por Esther Vila @esthervila8

FORD APUESTA POR EL ELÉCTRICO CON SU MODELO MÁS VENDIDO EN EUROPA

Es una buena noticia, porque cada vez más, las marcas de coches ponen en el mercado modelos con esta tecnología para acercar al público a un consumo más eficiente y limpio. Hace muy poco, tener un coche eléctrico no estaba al alcance de cualquiera, pero poco a poco está ampliándose esta posibilidad con vehículos como este, que es un modelo base para Ford.

Ford lleva trabajando años con un motor especial, el EcoBoost, y en este caso se suma al Híbrido, que ofrece una eficiencia de combustible mejorada, y además cuenta con la etiqueta ECO, que da ventajas de acceso a las ciudades y permite descuentos en las zonas de aparcamiento regulado SER.

A este modelo se suman tecnologías sofisticadas de asistencia al conductor, como el Control de Crucero Adaptativo con Stop & Go y el Reconocimiento de Señales de Velocidad, para evitar sobrepasar la velocidad marcada en cada tramo de carretera. Por otro lado, también cuenta con Active Park Assist que ayuda a los conductores a aparcar con manos libres, y dispone de un Freno Activo, que da un aviso al dar marcha atrás y activa los frenos para evitar colisiones si los conductores no responden a las advertencias.

Un detalle interesante que Ford está implantando en sus modelos es el sub-woofer del sistema de sonido B&O, marca de Bang & Olufsen, y consigue un sonido profesional dentro del coche.

Ford se ha comprometido a ofrecer una versión electrificada de cada turismo que lance al mercado en Europa, y aumentará su gama de vehículos electrificados en Europa hasta 18 antes de finales de 2021. Todavía nos queda un poquito, pero tenemos claro que la tecnología eléctrica es el futuro para la movilidad, tanto en ciudades como en carreteras.

FÓRMULA E: DS AUTOMOBILES ENTRA DE LLENO EN LA CARRERA DEL ELÉCTRICO

DS Automobiles es la primera marca Premium en participar en el campeonato de Fórmula E, y su compromiso I+D en los deportes de motor lo ha adaptado a los automóviles de la gama eléctrica dentro de la marca.

Desde el nacimiento de DS Automobiles, la transición energética siempre ha estado en el centro de la identidad de marca. Este trabajo, iniciado en 2014, ha permitido la electrificación de toda la gama con el lanzamiento en 2019 del DS 3 CROSSBACK ETENSE, el primer modelo 100% eléctrico de su segmento, con una autonomía de 320 Km.

Otro de los modelos es el DS 7 CROSSBACK E-TENSE 4x4, un híbrido enchufable de 300 CV con un consumo de 1,3 l/100 Km, unas emisiones de 30 gramos de CO2 por kilómetro y 50 km de autonomía "cero emisiones".

El nuevo y exitoso objetivo de la marca es la nueva visión de las prestaciones, el diseño, la tecnología y el desarrollo sostenible.

La arruga es sabia

Retratos por Alfredo Urdaci

EL ARTE COMO GASTRONOMÍA, Y NO GASTRONOMÍA COMO ARTE- La gastronomía ha incorporado aportaciones del arte. La estética ya es un elemento de los platos, y lo es también lo que ocurre en la sala. Los buenos jefes de sala estudian el gesto, la coordinación, como si de un ballet se tratara. Ya no es sólo lo que comemos. Partimos de una necesidad vital básica, pero hemos llevado la ceremonia del comer a un nivel distinto. Socialmente es un acto muy relevante. Para algunas culturas, como la española, es un acto primordial. La vida de la familia gira en torno a las comidas, y los negocios en buena parte también. El ser humano aprecia la belleza, la creatividad, el ingenio. Todo eso está incorporado hoy a la gastronomía, porque se trata de una experiencia en la que están implicados todos los sentidos.

HUMANIZANDO LOS ALIMENTOS- Vi hace un tiempo un documental sobre Dario Cecchini, chef de la Antica Macelleria Cecchini. Es un carnicero italiano que iba para veterinario. La muerte de su padre le obligó a dejar la carrera y dedicarse a la carnicería. Hoy tiene un restaurante estrella, muy famoso. Dario sufrió mucho, porque pasó de querer cuidar a las vacas a sacrificarlas. Y solo dejó de sufrir cuando entendió que la muerte del animal tenía un sentido humano, y que cuidar y valorar la carne del animal, todas las piezas que se extraen de su cuerpo, es la forma de humanizar ese sacrificio, de darle un sentido.
Creo que sí que es posible humanizar la comida. En la valoración que hacemos de los alimentos, en la forma de tratar los productos, debemos poner siempre el factor humano. Dario en su cocina hace grandes platos con esas partes de los animales sacrificados que no
tienen un gran atractivo. Hacer un gran plato con un bistec "a la Fiorentina" es fácil. Elevar una lengua de ternera a la altura de una delicia gastronómica, eso está al alcance solo de los grandes cocineros.

ES TIEMPO DE LIMONES- Si me preguntan por el limón diré tiene una textura muy propia. Su forma de recibir la luz y de reflejarla es suya propia, y eso lo distingue de otros objetos. Nuestras arrugas retienen la luz o las sombras, y eso nos da nuestro carácter singular.

A QUÉ SUENA LA COCINA- La cocina siempre es un lugar íntimo. Es el lugar en el que hemos pasado más tiempo en nuestra vida, en el que han pasado cosas relevantes de nuestra historia. Por lo tanto la cocina guarda nuestros recuerdos más poderosos. Los grandes hechos de las familias se comunican en las cocinas. Y ahí están nuestros sabores, y los momentos en que hemos compartido con los nuestros. Para mí, la cocina suena a madera, como las cucharas de palo, y también al crocante sonido del pan partido con las manos.

FOTOGRAFÍA ALFREDO URDACI

FOTOGRAFÍAS ALFREDO URDACI
El chef Joseba Quintana

ES TIEMPO DE COLORES

Pañuelo de Loewe
Papel Higiénico Foxy Bouquet Rosa
Elena Mikhailova

EL TIEMPO es hoy una pregunta

*La nueva **NORMALIDAD** como soplo de aire fresco y perfumado seduce nuestros sentidos en una nueva era, la del post-confinamiento y la del post-covid, para invertir los paradigmas de la excelencia.*

Nunca tanto, por muy poco, ha estado al alcance de todos.
La relatividad del tiempo está cuestionada hoy más que nunca.

Porque haber vivido encerrados era una manera de haber abierto la ventana al mundo, para activar las agujas del reloj.

FOTOGRAFÍA MIKY GUERRA
IDEA ORIGINAL: KATALINA MIKHAILOVA

Papel Higiénico Foxy Seda
Soporte de Mármol de Carrara J2STONE
Reloj Omega

Papel higiénico FOXY Bouquet Melocotón
Onix J2 STONE

Papel Higiénico Foxy Bouquet Rosa
Bolso Loewe

FEARLESS Traveler®

Vuelta al mundo, a través del tiempo con BVLGARI

La Edición especial 2020 Bvlgari Bvlgari Cities representa la última reinvención del estilo de la firma, plasmando su sello inconfundible en un reloj deportivo, urbano y casual único. Supone la continuación del legado de provocación que ha convertido a la pieza original en un imprescindible del sector de la alta relojería durante más de 40 años.

90 Badalona

92 Sevilla

94 Úbeda

96 Almuñécar y La Herradura

98 Marbella

En portada, Playa Cantarriján de La Herradura (Almuñécar)

¡VEN Y DISFRUTA DE BADALONA!

A escasos 10 kilómetros de la vecina Barcelona, Badalona ofrece a sus visitantes una estancia rica en oferta deportiva, cultural, gastronómica y de ocio. El dinamismo y la actividad de una gran urbe se fusiona con el espíritu hospitalario de sus habitantes, en un lugar lleno de magia y naturaleza. Hablamos de la Badalona de los mil y un colores. Desde los distintos "azules" de su mar, pasando por los diferentes "verdes" de la naturaleza y la montaña; los "colores tierra" del rico patrimonio histórico visitable, y una exquisita gastronomía que hacen de Badalona un destino recomendado para estas vacaciones.

LOS COLORES TIERRA DE LA HISTORIA: Museu de Badalona
Con un patrimonio que materializa el paso del tiempo, los orígenes de esta ciudad mediterránea se remontan al siglo IV a.C. en el periodo íbero y prerromano, conservando un rico y valioso legado patrimonial como foco de atracción para cualquier visitante. En el subsuelo del Museu de Badalona se conservan los restos arqueológicos de esta ciudad, unos yacimientos de 3.400 m2 visitables que fueron declarados en el año 1995 Bien Cultural de Interés Nacional.

LOS AZULES DEL MAR
Con casi 5 km de litoral, Badalona cuenta con playas amplias, de altísima calidad en relación al estado de la arena y del agua.

VERDE NATURALEZA
Situado en la mitad norte de la ciudad, se presenta el Parc de la Serralada de Marina, el espacio natural de Badalona. Con un total de 2.086 hectáreas protegidas, es considerado el pulmón verde de la ciudad por su valor paisajístico, rico y denso en vegetación y fauna.

GASTRONOMÍA, PARA SABOREAR EL ALMA. CIUDAD DEL VINO
Cocina catalana, cocina de mercado y productos de proximidad, cocina internacional y cocina marinera… En la zona de montaña, pero también presente por toda la ciudad, cocina de carnes y verduras a la brasa. Arroces, tapas, e incluso platos tradicionales de Badalona como el pulpo con patatas y alioli. Por otro lado, el enoturismo, como actividad turística emergente y sostenible, muestra su pasado agrícola y ayuda a dinamizar la economía local.

DÓNDE DORMIR:

RAFAEL HOTELES
H****
Avenida de Navarra, 6-8
Tel.- 93 184 79 00
www.rafaelhoteles.com

HOTEL MIRAMAR
H***
Santa Madrona, 60
Tel: 93 384 03 11
www.hotelmiramar.es

HOTELITO BOUTIQUE BADALONA
AH **
Ribas i Perdigó 3
Tel. 663 700 843

HOSTAL SOLIMAR
P
Caritat 29
Tel.- 93 389 50 03
www.hostalsolimar.com

HOSTAL BADALONÍ
P
Baldomer Solà 57
Tel.- 93 388 88 99
www.hostal-badaloni.com

UN PUERTO DEPORTIVO DE PRIMERA: situado en un enclave privilegiado, el Puerto Deportivo y Pesquero de Badalona ofrece una amplia oferta de actividades náuticas para todas las edades así como una extensa variedad gastronómica marinera. Ver el skyline line de la ciudad a bordo del mítico Quetx construido en 1929 es una experiencia inolvidable.

Sevilla

Lo que el 'Corona' se llevó (o el rebujito que no bebimos)

Florecen los sentidos con solo intuirla. Su nombre es música: primavera en Sevilla. Empezaba a despuntar cuando la luz de la tarde arañaba las horas sobre las fachadas más altas. Era el anuncio de un tiempo sobre todos los tiempos. Sevilla empezaba a engalanarse para la vida misma. Pero se paralizó como nunca antes lo había hecho. El azahar floreció sin que nadie estuviese para olerlo.

Se llevó la ilusión de la espera, pero reafirmó su ser. Quedó parada la materialización de su esencia, y hasta la vida misma en la avenida que debía ser todo bullicio y sólo era la solitaria calle en la que seguían cantando los vencejos. El cielo no entiende de epidemias. Todo estaba dispuesto en el termómetro de los sentidos, pero sin embargo, la procesión fue por dentro. Callaron las saetas que desde los balcones se lanzaban la Amor y se oyó el eco lejano de los aplausos que llenaban esos minutos al final de la tarde. El sol siguió iluminando una época en la que el color tendría que haber inundado las calles en forma de nazarenos, de flamencas y tantos otros que de nuevo hubiesen descubierto la vida misma en Sevilla. Las torrijas que no comimos. El rebujito que no bebimos. Caballos, coches, tacones, mantones y mantillas. Cantos y amaneceres sobre el río Guadalquivir.

Se llevó, como un huracán, las calles llenas, los bares de tertulia en unos días en los que se empieza a desterrar el abrigo. En los que las fuentes mezclan sus sonidos con el eco lejano del ensayo de una banda, una sevillana o los pájaros que pueblan el cielo de Hispalis. Quedaron los balcones, como escenarios improvisados de la vida. Como islas en medio del naufragio. Se fueron tantas sensaciones que no dejaron de venir a nuestra memoria lo mejor de otros años. Y la Esperanza de que todo volverá.

Por Bertie Espinosa

HOTEL ALFONSO XIII:

Cuando el lujo mira a la historia

Construido por el rey Alfonso XIII para la realeza y los VIP que asistieron a la Exposición Iberoamericana de Sevilla de 1929, el Hotel Alfonso XIII es el lujo del Viejo Mundo en su máxima expresión. Es un excelente ejemplo de la arquitectura andaluza con sus arcos cubiertos de cerámica, torres elevadas y un patio digno de Instagram donde las flores de naranjo rodean una fuente morisca burbujeante. Es el lugar perfecto para detenerse, a cualquier hora del día o de la noche, y disfrutar de un cava o un cóctel del Restaurante San Fernando, mientras que el Bar Americano es el lugar preferido por locales y visitantes para tomar un aperitivo antes de la cena. No hay duda de que el Hotel Alfonso XIII es algo especial y hay muchas maneras de vivirlo.

En mayo de 2011, Starwood Hotels & Resorts, entonces propietario de la marca Luxury Collection, emprendió un ambicioso programa de renovación del Hotel Alfonso XIII. Para llevarlo a cabo, el hotel se cerró al público hasta su sonada reapertura, el 13 de marzo de 2012. La revisión del edificio también incluyó una importante renovación de su interiorismo, en esta ocasión a cargo del Estudio de Diseño londinense HBA. Su proyecto aúna con maestría la herencia romántica del hotel y los gustos del viajero contemporáneo. Desde el año 2018, Luxury Collection es una de las seis marcas de lujo de Marriott International.

YESERÍA ARABESCA, CRISTAL DE MURANO E INSPIRACIÓN ANDALUZA: HABITACIONES DE DISEÑO

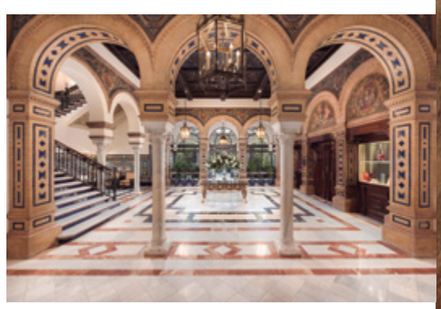
El hotel cuenta con 148 habitaciones (126 habitaciones y 22 suites). Entre estas, destacan la Suite del Torreón, la Suite Reales Alcázares y la majestuosa Suite Real.

La decoración de las habitaciones corresponde a tres estilos diferentes, cada uno de los cuales refleja una faceta de la idiosincrasia de este gran hotel. Están inspiradas en el estilo andaluz, con cabeceros de cuero fino y sillas adornadas con remaches de metal; en el estilo morisco, con detalles mudéjares y yesería arabesca; .y por último en el estilo castellano, más clásico, pero igualmente cómodo, con elegantes cornisas de yeso, artesonados de madera y lámparas de cristal de Murano. El mobiliario de todas las habitaciones pone especial énfasis en el lujo y el confort. Un buen ejemplo son los armarios, hechos a medida, y forrados con cuero amarillo, azul, rojo y beige.

RESTAURANTE SAN FERNANDO & BAR AMERICANO

El famoso restaurante San Fernando tiene un diseño inequívocamente andaluz que destaca por su cerámica ornamental y una colorida tapicería. La excelencia de lo más simple - un plato de jamón ibérico de primera clase de Jabugo, o atún de la Almadraba con verduras mediterráneas y ajo blanco - se complementan con platos internacionales como el carré de cordero con caviar de berenjena, entre otros.

El Bar Americano se encuentra a buen recaudo junto a una de las galerías cubiertas, en uno de los laterales del patio central. Su glamuroso diseño con influencia art decó presenta una peculiar combinación de azul oscuro y dorado, espejos relucientes, sofás de cuero y terciopelo y una impresionante barra de 10 metros. Su indiscutible elegancia pone en valor la larga tradición del hotel. El menú de este insigne bar fusiona los grandes clásicos de la coctelería internacional con las nuevas creaciones a cargo del equipo de coctelería.



Flamenco en Sevilla en agosto y septiembre

La XXI Bienal de Flamenco de Sevilla contará con 51 espectáculos y tendrá como escenarios el Real Alcázar, el Lope de Vega, San Luis de los Franceses y los monasterios de la Cartuja y de San Jerónimo.

La programación del prestigioso festival de flamenco, que cada año se celebra en la ciudad, se extenderá al mes de agosto con un ciclo al aire libre que se desarrollará en el Monasterio de San Jerónimo .

Los espectáculos se han adaptado en cuanto a contenido, al formato y a los escenarios a la situación de crisis sanitaria y se apostará por la retransmisión vía streaming desde espacios patrimoniales como el Real Alcázar, San Luis, el Lope de Vega o el Monasterio de La Cartuja.

La Bienal volverá a reunir a artistas como José Valencia, Farruquito, El Pele, Antonio Canales, Inés Bacán, Dorantes, Tomás de Perrate, Rocío Molina, Israel Galván, Andrés Marín, María Terremoto, la Tremendita o Patricia Guerrero.

Presentación LA BIENAL 2020
Alejandro Moyano, Diputado de Cultura de la Diputación de Sevilla.
Patricia del Pozo, Consejera de Cultura y Patrimonio Histórico de la Junta de Andalucía.
Antonio Muñoz, delegado de Hábitat Urbano, Cultura y Turismo del Ayuntamiento de Sevilla.
Antonio Zoido, director de la Bienal de Flamenco.

Toda la programación en www.labienal.com

FOTOGRAFÍA OLGA NATALIA ALCARAZ

5 RAZONES *para visitar UBEDA este verano*

Úbeda, Ciudad Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO

Ciudad Monumental por excelencia, Úbeda es el exponente máximo del Renacimiento andaluz. Es ésta una ciudad admirable, incapaz de dejar impasible al más frío y exigente de sus visitantes. El asombroso el conjunto de palacios refleja el poder y la riqueza de una burguesía y nobleza que no dudó en contar con los más afamados arquitectos para la construcción de sus residencias, muy al gusto de las nuevas tendencias que comenzaban a imperar en la Italia del siglo XVI. En esta localidad, bien acabada como pocas, la sorpresa está presente en cada esquina, inesperadamente, al pasear por las múltiples calles de su centro histórico, puede aparecer una maravilla arquitectónica, el recuerdo de una leyenda o la sencilla magia de una fachada popular.

En el extremo sur de la ciudad se alza una de las plazas más bellas de España, la Plaza de Vázquez de Molina. En ella se citan algunos de los monumentos más sobresalientes del Renacimiento: la Sacra Capilla de El Salvador, el Palacio del Deán Ortega actual Parador de Turismo; el Palacio del Marqués de Mancera; la Basílica de Santa María de los Reales Alcázares, con fachadas renacentistas y claustro gótico, la Fuente Renacentista, y el Palacio Vázquez de Molina, actual Ayuntamiento.

En torno a ésta plaza se suceden calles y plazas señoriales presididas por palacios, iglesias y conventos, tales como la Iglesia gótica de San Pablo enclavada en la deliciosa Plaza del Mercado o Primero de Mayo, el Convento de San Miguel y el Oratorio de San Juan de la Cruz, en él murió el poeta místico, etc. Otra de las piezas cumbres de la arquitectura renacentista en Úbeda y de la maestría de su autor, Andrés de Vandelvira, es el Hospital de Santiago, hoy convertido en Palacio de Exposiciones y Congresos.

Úbeda suena. Úbeda late. Úbeda vive

1 La artesanía y lo exclusivo

En 2012 se declara a Úbeda "Zona de Interés Artesanal de Andalucía". La declaración reconoce la relevancia y singularidad artesanal de la ciudad, así como la diversidad de los oficios existentes y la calidad artística de las piezas, donde se conjugan tradición con nuevos diseños.

Los oficios artesanos que subsisten nos remiten a una larga experiencia histórica: alfarería, forja artística, ebanistería, vidrieras artísticas, fibras vegetales y artesonados mudéjares, son algunos de los sectores en los que los artesanos destacan, exportando su producción a los distintos confines de la geografía nacional e internacional. Cada uno de sus productos goza de la exclusividad y autenticidad propia de lo hecho a mano, fruto de la transformación de materiales nobles con técnicas tradicionales. Además, cuentan con importantes reconocimientos dentro del mundo artesanal (Maestros Artesanos, Premio Nacional de Artesanía, Premio Nacional de Diseño…). Cualquier objeto salido de los talleres ubetenses, grande o pequeño, simple o complejo, es hoy una pieza de museo, digna de ser conservada y admirada.

2 Turismo y Hoteles-Joya, clásicos renovados

Úbeda es la ciudad turística por excelencia de la provincia de Jaén, sus visitantes quedan gratamente sorprendidos por la belleza y calidad artística de su arquitectura, urbanismo y paisaje. Úbeda es una ciudad para descubrir a través de serenos paseos por sus calles más recónditas, por sus plazas monumentales, pasear sin prisas para descansar luego en hoteles con encanto, ubicados en palacios del siglo XVI o casas solariegas pero con las comodidades del siglo XXI, exclusivos, con esmerada atención y cuidado del detalle. Algunos de estos alojamientos son el Hotel Palacio de Úbeda 5* Gran Lujo, que además de spa, goza de amplias habitaciones llenas de encanto y magia, o el Parador de Turismo ubicado en plena Plaza Vázquez de Molina y certificado como Museo por la Red de Paradores. No podemos dejar sin nombrar el Hotel Palacio de La Rambla que con apenas 8 habitaciones cuenta con uno de los patios renacentistas más exquisitos de la ciudad, el Hotel Nueve Leyendas, el Alvar Fáñez, el María de Molina o el Don Juan; y otros más modernos, aptos para todos los públicos, como el Hotel Ciudad de Úbeda, Rosaleda de Don Pedro o el Postigo, entre otros.

3 Tierra de la Gastronomía y el Aceite de Oliva Virgen Extra

El aceite de oliva virgen extra, también llamado "el oro líquido", es la estrella de la cocina de Úbeda y de toda la provincia jienense, la mayor productora del mundo, con más de 60 millones de olivos. Junto al aceite, elementos como la harina de trigo, verduras, hortalizas y las carnes de caza y corral componen la materia prima, sobre la cual, la necesidad y la imaginación han tejido durante decenas de generaciones una cultura gastronómica diferente y con rasgos autóctonos que hacen de ella un distintivo de la ciudad. El nombre de algunos de estos platos difícilmente pueden oírse fuera de estos dominios: andrajos, ochíos, morcilla en caldera, pipirrana, carruécano. Una gastronomía que también puede disfrutarse siguiendo una de las tradiciones locales más arraigadas "el tapeo" a través del cual, en todos los bares y tabernas de Úbeda, con cada bebida que se consuma se obsequiará al cliente con una tapa que es una pequeña porción de la cocina local. Dentro de los restaurantes más famosos de la ciudad se encuentran Cantina La Estación, Asador de Santiago, Antique, La Imprentan y más.

4 Cultura y ocio

A lo largo del año se celebran en Úbeda múltiples festividades que constituyen el exponente más representativo de la tradición y el folklore de la ciudad. Referente provincial de la cultura, Úbeda cuenta con una programación de actos culturales extensa, variada y de diversa índole; desarrollándose de forma uniforme y continuada a lo largo de todo el año. Destacaríamos, entre todos ellos, por su calidad y prestigio, los siguientes eventos que se desarrollarán durante este verano y otoño, el **FESTMUVE** que entre los meses de julio y agosto contará con artistas del nivel de Ara Malikian, Miss Cafeína, Loquillo M-Clan, Hombres G, etc.; **Cinefan Festival**, el festival dedicado al cine y las series más importante del sur de España, que a finales de agosto contará con la presencia de actores y actrices del panorama nacional e internacional de las producciones más exitosas del momento; las Jornadas **"Sabina por Aquí"** que con conciertos, exposiciones, talleres y concurso de artistas, tratan de homenajear al cantante, poeta y músico ubetense Joaquín sabina.

5

Este otoño no podemos dejar de asistir al **Festival Internacional de Música y Danza "Ciudad de Úbeda"** donde se disfrutará de espectáculos como el que ofrecerá Tomatito, Estrella Morente y la Orquesta Sinfónica de RTVE, de cantaores de la talla de Miguel Poveda o Diego el Cigala, de la Danza con El Lago de los Cisnes en 3D, la Zarzuela, etc. También a partir de Septiembre habrá teatro con la **Muestra de Teatro de Otoño** y más música con el **SoundTrack Festival.** No podemos olvidar el **Festival "Flamencos y Mestizos"**, a principios de octubre, con la presencia entre otros de Kiko Veneno o Maite Martín, y hasta diciembre el **Festival de Música Antigua** que se desarrolla en los monumentos más emblemáticos de la ciudad.

En definitiva, Úbeda es el destino perfecto para dar culto a todos los sentidos, que perdurará como una experiencia única para los amantes del arte, la cultura, la gastronomía y lo auténtico.

ALMUÑÉCAR Y LA HERRADURA: LAS PLAYAS DE LA ALHAMBRA

Almuñécar - La Herradura conforman un enclave único en el Mediterráneo. Oferta hotelera de calidad, playas certificadas y actividades en la naturaleza en la capital turística de la Costa Tropical granadina

Almuñécar - La Herradura está situada a 45 minutos de las estaciones de tren y aeropuertos de Granada y Málaga; disfruta de un microclima subtropical privilegiado donde el sol alumbra durante más tiempo que en ningún otro lugar de Europa, garantizando a los visitantes 320 días de sol al año.

En nuestros 19kms. de franja litoral, encontrarás 26 playas de muy diversa tipología: playas paradisíacas, calas entre acantilados…, dotadas de infraestructuras y servicios de gran calidad, entre los que destacan magníficos chiringuitos y restaurantes con una amplia propuesta gastronómica típica del Mediterráneo. Las Playas de La Herradura, San Cristóbal, Puerta del Mar y Velilla avaladas por el reciente otorgamiento de Banderas Azules y certificaciones "Q", mientras que la playa de Cantarriján es pionera del naturismo en Andalucía.

En Almuñécar - La Herradura encontrarás más de 7.000 plazas de alojamiento, una oferta hotelera de las más modernas, cualificadas y con más encanto del litoral andaluz.

Almuñécar - La Herradura se caracterizan por ser uno de los principales destinos para la práctica del deporte en el medio natural. Nuestros fondos marinos, especialmente en el entorno de la Punta de la Mona y el Paraje Natural de Cerro Gordo, son reconocidos internacionalmente por los amantes del buceo; los distintos centros de buceo del municipio te asesorarán en las múltiples opciones disponibles. Las empresas de actividades náuticas organizan actividades en kayak, vela, paddle surf, además, y dadas las excelentes condiciones térmicas y la singular orografía del destino, es lugar recomendado para la práctica del parapente y el ala delta.

Si te acompañan los pequeños de la casa, las visitas al Acuario de Almuñécar y al Parque Ornitológico "Loro Sexi" son imprescindibles. También podéis pasar un día en el Parque Acuático "Aquatropic", el único parque acuático de agua salada de Andalucía.

En definitiva, en Almuñécar - La Herradura encontrarás un lugar donde el Mediterráneo encuentra su esencia más auténtica en uno de los destinos con mayor proyección turística del litoral español.

Para más info visitar la web www.turismoalmunecar.es

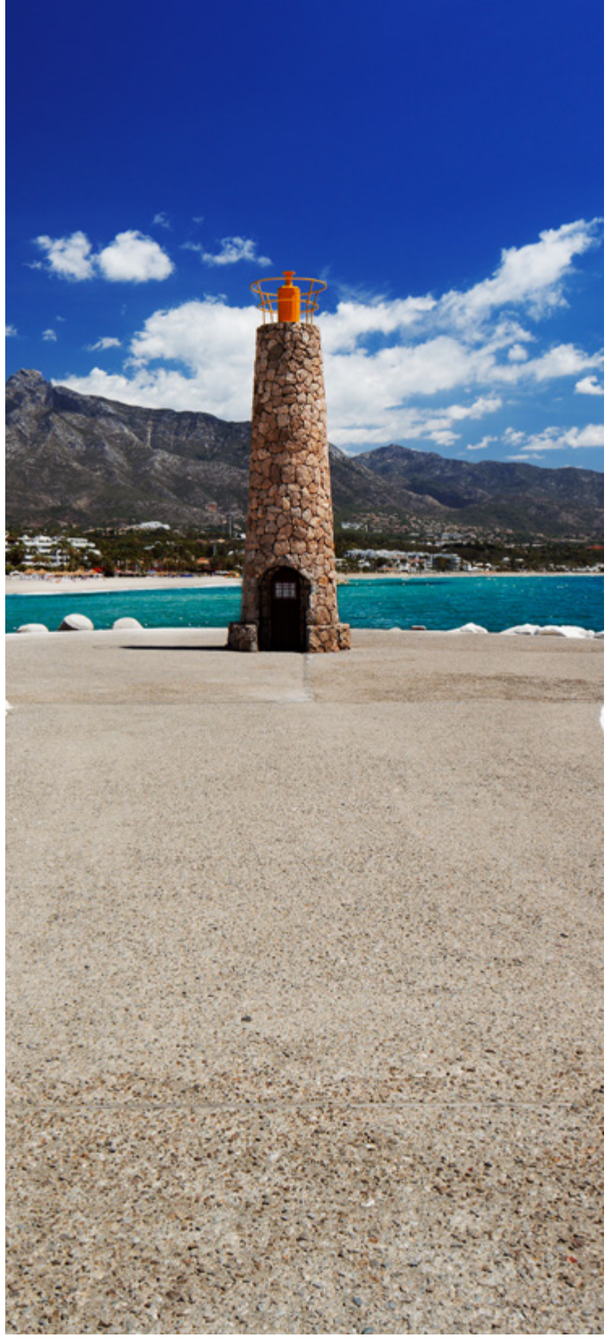
MARBELLA

Una piscina mirando al mar

A veces no hay que estar demasiado en un lugar para poder conocerlo, para captar su esencia y poder describirlo. Bastaron unos días de final de verano, en el transcurso del mes de agosto del año pasado, para poder escribir esta historia. Invitados por nuestros grandes amigos Olivia y Julián, la Marbella por la que nos acompañaron respiraba el aire de otra época y olía a nostalgia, a veranos de dulces siestas entre palmeras y fiestas de satenes y estampados.

Una de las noches, subíamos los 4 despreocupados y alegres como solo cabe una calurosa noche de verano, al taxi que nos llevaría al pasado. La entrada antigua, encalada y tenuemente iluminada al final del camino de tierra, anunció la llegada a la fiesta. La casita del principe es un lugar congelado en el tiempo. Sus techos blaugrana y pavimento turquesa se mezclan con los estampados inverosímiles de los sofás, todo ello reflejado en los espejos que rodean el salón, al calor del azul de la chimenea. Ese preámbulo decorativo hace desinhibirse al invitado, quien, se haya puesto lo que se haya puesto, sabe que no desentona sintiéndose más seguro. Sin embargo, no se lleva el protagonismo dicho pintoresco espacio. Al atravesar la casita que en realidad es el hall, aparece un patio majestuoso a la luz de la luna. Es ese segundo espacio de una riqueza exquisita. A mano izquierda una luz indirecta alumbra un muro de tonos rosa amaranto, muy vivo, en el que apoya un enorme cactus que dormita dentro de un artesanal macetero de barro flanqueado por coquetas damas de mármol. Frente a ellas, se erige una especie de chiringo caribeño, redondeado y semi abierto del que descuelgan de la cubierta fotos de celebridades. Allí la gente se amontona, se cruzan melodías con saludos y mueven ellas sus telas al son de sus piernas morenas que asoman. Curiosos, quisimos Ana y yo dejar ese magnetismo para más tarde y seguir avanzando por aquel edén teñido del negro de la noche y del verde del reflejo de los focos en la piscina de muros rosados y colchonetas rojas. Estaba el agua en calma, coloreada del verdor que la rodeaba, llamando al invitado a contemplarla y evadirse. ¿Habéis tenido alguna vez la sensación de encontrar un lugar mágico, más allá de la belleza? No era solo aquel precioso eclecticismo, sino sus gentes, aquellos que treinta años atrás crearon el mito, estaban allí, como si nada hubiese pasado. Era todo el conjunto una bella fotografía de Slim Aarons en los años 70, con barones, duques, oportunistas y princesas que desviaban sus miradas a jóvenes descalzos de piel oscura. Había algo de tristeza en el ambiente, que sin embargo conseguía diluirse al son de una alegre música en directo. Ellos, de un porte exquisito, ellas relucientes como sus joyas. Bajamos entonces las escaleras hacia el extenso y oculto jardín de muretes bajos y teñidos de blanco que enmarcan una frondosa y solo aparentemente azarosa vegetación. Cada esquina del jardín es un escenario. La fiesta continúa, suben y bajan las escaleras de piedra los camareros mientras corre el champán y eleva la música a los invitados a un placentero estado de embriaguez y bailan hacia una larga noche que derive en un fresco y tenue amanecer sobre las colchonetas junto a la piscina. La sonrisa de Suzy Lindberg, impoluto testigo de ayer y hoy, resuena a lo lejos.

Marbella de día nos ofreció el mar, paseos por la playa y una larga comida sobre la arena en unos de sus chiringuitos. Desde allí, un paseo por el malecón frente al Marbella Club. Bajo nosotros un agua de tonalidades azul turquesa nos sorprendió. Fue fácil, allí de pie y espaldas al mar, cerrar los ojos e imaginar la piscina original construida en los 60, como corazón del resto del hotel que se erigirá por encima. Ellas y ellos asomados al bordillo entre bandejas de frutas y colchonetas amarillas. Tenéis que visualizar un buffet infinito, con gambas, patas de jamón, frutas imposibles, el paraíso perdido. Al otro lado del bordillo un vaivén de curiosos paseantes se funden con los huéspedes e invitados del hotel



y charlan despreocupadamente sobre el tono de un pareo o la peculiar forma de aquella pamela mientras se encaminan a un baño en el mar que les devuelva la frescura. Una pareja se besa en el misterio, a la sombra de la puntiaguda cubierta de paja sobre el bar. Nada un grupo de hermosas y malditas niñas en sus alegres bikinis, invitadas por el padre de una de ellas a pasar un prometedor mes de agosto. Les observan dos viudas adineradas, entretenidas desde su acomodada postura en las hamacas, bajo dos enormes sombrillas, cubiertas tan solo por rojas toallas a juego y refinados turbantes, mientras el barman prepara una suculenta jarra de tinto de verano. El show es solo el preámbulo, cuya función está reservada, para unos pocos afortunados, a la hora de la cena.

Un enjambre de caminos, vegetación y construcciones yuxtapuestas nos guía a un escenario único, el patio. Es allí, donde desde hace varios veranos, emulan las fiestas de Julian a aquellos encantadores jolgorios. Como he dicho, el patio es una construcción única, acogedora, de proporciones adecuadas, de ágora griega casi, para refugiarse en alguno de sus rincones a tener una charla íntima con desconocidos, al lento degustar de una copa. La música rebota en escalones, arcos y jardineras, que se combinan de hábil manera para dar al invitado un ambiente sosegado y dejar así que se sienta seguro, arropado y dispuesto a todo esa noche. Asoman en el Grill las mesas entre recovecos a la luz amarillenta de las velas. Al ruido de los cubiertos al encontrarse los platos, se le unen voces mezcladas como si de la Torre de Babel se tratase. Brillan colgantes y se reflejan los pendientes en las copas de vino. La plata de las bandejas se funde con el agua estancada que rodea el patio y flotan como venecianos sus numerosos camareros entre los canales de piedra. De nuevo las miradas se cruzan, curiosas por saber la historia de los de la mesa de al lado. Aquella noche retrocedimos varias décadas sumidos en las mil y una anécdotas con las que nos deleitó el Conde Rudi al sabor de su famoso soufflé de queso. Guiado hábilmente por Julián, Rudi viajó en el tiempo, hasta aquellos días gloriosos. Él lo empezó, bajo la tutela de su amigo Alfonso de Hohenlohe y juntos, con Ira, crearon un lugar de un magnetismo único. Entendí esa noche que fueron ellos los creadores del mito. El Marbella Club nació como un club de amigos y al amparo de ellos creció atrayendo a actores de la talla de Audrey, Brigitte, Gina, Sean Connery o James Stuart, quienes bailaban sin ataduras hasta el amanecer en el cuarto del champán con Rainiero de Mónaco, Aga Kahn y los barones Rothschild como estigia de excepción. Era una época en la que la elegancia no iba unida a la vestimenta, era un atributo y así un día cenaban de riguroso smoking y al día siguiente bastaba con una camisa abierta y blancas faldas largas.
Me fui de Marbella con ganas de volver y que nuestros amigos Julián y Oli, tremendos anfitriones, nos cuenten el próximo capítulo de la historia de este enclave único, el de las villas blancas con vistas al mar y a la montaña, con palmeras reflejadas en apetecibles piscinas de formas caprichosas.

Bernabé Rodríguez-Pastrana Redondo
@bernapas

El carrete de Bernabé

1. Ana y Alejandro al final de un largo día. 2. Julián, Bernabé y sus pequeños en el paseo marítimo. 3. Ana y Olivia en el porche de su casa. 4. Conde Rudi con Bernabé en el "Marbella Club". 5. El famoso soufflé del Conde Rudi.

Sandra García-Sanjuán:

"La música es el alimento del alma, y ahora es cuando más lo necesitamos"

Marbella volverá a sonar este verano con Starlite Catalana Occidente en su edición más "íntima" y emotiva

La banda sonora para la fundadora de Starlite Catalana Occidente ha sido la música de todos los artistas que conforman la "familia Starlite". Aunque también, en especial, la canción solidaria de Marta Sánchez, *Un mismo corazón*, cuyos derechos han sido donados a la Fundación Starlite. "Es una canción que representa lo que ha sido para mí el confinamiento", explica la canaria en audios por Whatsapp, entre reunión y conferencia. Y es que, pese a que su marido Ignacio Maluquer estuviera tres semanas en marzo ingresado en el hospital, Sandra se refugió en el trabajo una vez que se recuperó el que es su compañero de trabajo y de vida. Así, durante una parte del confinamiento, se centró en la creación del primer concierto que se ofreció una vez que se decretara el final del Estado de Alarma, el pasado 21 de junio, que además coincidía con el Día Europeo de la Música. "Ha sido una oportunidad muy buena para volver a subir a los artistas al escenario, en una ocasión tan especial como un homenaje a los fallecidos y a todos los colectivos que han estado en 'primera línea'. Y ha sido el primer concierto con grandes artistas en el escenario más alto de España, lo más cerca del cielo posible", nos cuenta Sandra, tras el éxito del concierto solidario retransmitido por streaming. Llena de optimismo y entusiasmo, considera que es una edición muy "especial" y que seguir adelante con el festival este verano es más una "responsabilidad" con la sociedad y los músicos que una cuestión material.

K. Mikhailova

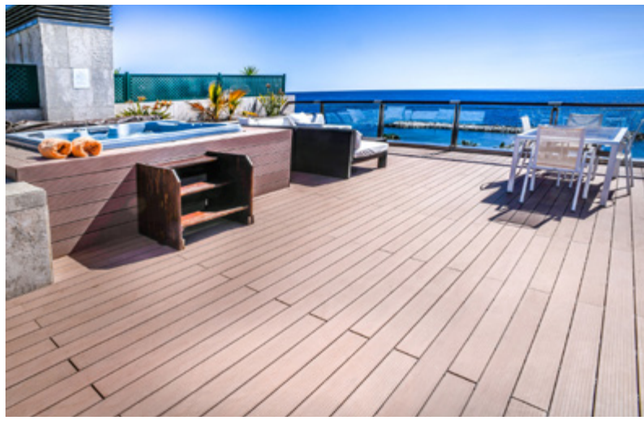
El COVID 19 está siendo un duro golpe para la cultura y los conciertos... sin embargo, Starlite Catalana Occidente sigue adelante en agosto... ¿qué supone para ti salvar una parte del festival?

Ha sido un golpe muy duro para la cultura. De hecho, casi todo se ha propuesto al año que viene o se ha cancelado. Sin embargo nosotros sentimos que tenemos la responsabilidad de volver a subir a los artistas al escenario para que el público pueda recuperar el ánimo, la ilusión, la esperanza, porque la música es el alimento del alma, y ahora es cuando más lo necesitamos todos para salir adelante. Es un esfuerzo muy grande, ya que perdemos más (en lo material) haciendo el festival que cancelando. Sin embargo hemos decidido que ahora mismo lo que toca es dar un paso al frente, y estar ahí, y apostar. Esto es una carrera a largo plazo, y no a corto. No miramos sólo por la edición, sino por el público, por nuestros trabajadores, porque también lo necesitan. Nosotros generamos unos 1.000 puestos de trabajo en la zona, y creemos que es un momento importante. Que no nos paralicen los miedos: hay que arriesgar, apostar y dar un paso al frente para recuperar nuestras vidas y reactivar la economía y la ilusión.

Los conciertos que han sido anulados... ¿tenéis previsto dejarlo para otra edición?
Lo que hemos hecho es juntar todas las fechas y tener prácticamente un concierto diario, séis a la semana, menos los domingos que cerramos. Va a ser una edición más nacional que internacional, porque la mayoría de las giras internacionales se han pospuesto y ya están en nuestros carteles de 2021. Pero aún así creemos que vamos a tener un festival muy potente, con unos conciertos de primer nivel, con los artistas más grandes de este país y creo que va a ser una edición muy especial, muy mágica, muy cercana, porque la reducción del aforo hará que sea aún más íntima que nunca esta edición, y creo que la gente lo va a gradecer mucho.

¿Cómo ves el panorama musical en general debido a esta crisis?
Los artistas salen de gira un año, y al siguiente descansan. Y al año que viene en 2021 habrá una "sobreoferta". Y, por contra, este año va a quedar muy vacío. Entiendo que se anulen giras y festivales, porque no todos se pueden permitir el lujo de 'hacer un festival a pérdidas'. Nosotros tenemos el privilegio de poderlo hacerlo, y creemos que tenemos una responsabilidad. Muchos artistas lo van a pasar muy mal: músicos, orquestas, equipos técnicos... muchos autónomos que se les contrata para las giras. Estos profesionales lo van a pasar muy mal. Todo lo que podamos apoyar y activar para que no sólamente los artistas que están en el escenario sino que todo lo que arrastran (equipo técnico, agentes, producción...) puedan salir adelante, lo haremos. Son muchas familias de las que hablamos, que al final van a tener un balón de oxígeno para poder aguantar y sobrevivir al verano.

¿Cómo has pasado el confinamiento?
Ha sido complicado porque tuve a mi marido muy enfermo. Estuvo muy grave ingresado tres semanas a primeros de marzo. Gracias a Dios está muy bien. Para distraerse y mantener la cabeza ocupada, a través de la Fundación Starlite decidimos hacer el primer concierto el Día después del Estado de ALarma, que además coincide con el Día Europeo de la Música. Ha sido una oportunidad muy buena para, después de todo, volver a subir a los artistas al escenario. Encima en una ocasión tan especial como un homenaje a los fallecidos y a todos los colectivos que han estado en primera línea. Y ha sido el primer concierto con grandes artistas en el escenario más alto de España (lo más cerca del cielo posible).



GRAN HOTEL GUADALPÍN 5*

Su resort de lujo en Puerto Banús de Marbella

Este resort de cinco estrellas, está situado en la zona de Nueva Andalucía y en primerísima línea de playa. Ubicado tan sólo a 15 minutos a pie del centro de Puerto Banus, enclave especialmente reconocido como destino de élite y cosmopolita para aquellos que buscan los mejores hoteles en Marbella.
En un agradable paseo, tendrá a su disposición las boutiques de los mejores diseñadores y la Marina de Puerto Banús, que le ofrecerá la oportunidad de navegar. 6 km le separan de Marbella, con su pintoresco Casco Antiguo de callejuelas empedradas e Iglesias antiguas, lugar idóneo para visitar.

El hotel cuenta con habitaciones Individuales, Dobles, Junior Suites y Suites de diferentes características, todas ellas equipadas con las más modernas tecnologías y decoradas con exquisito gusto, donde el confort y el ambiente elegante y reservado harán inolvidable su estancia entre nosotros.

+34 952 899 700
www.granhotelguadalpin.com

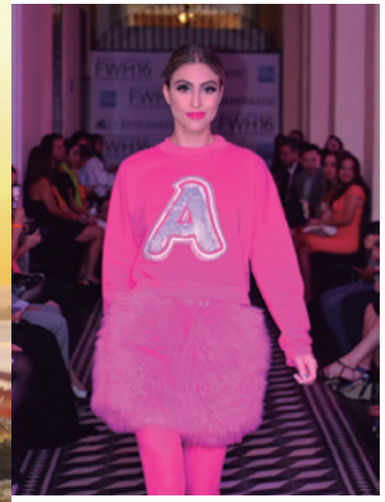
KEMPINSKI HOTEL BAHÍA ESTEPONA 5* GL

Su resort de lujo en el Mar Mediterráneo

Ubicado entre el acogedor pueblo pesquero de Estepona y la lujosa ciudad de Marbella, el rediseñado hotel de 5* Kempinski Hotel Bahía le da la bienvenida a la Costa del Sol con una privilegiada localización en primera línea de playa e increíbles vistas al Mediterráneo, a la costa de África y Gibraltar.

Viva una confortable noche en una de nuestras lujosas habitaciones y suites. Elija entre una amplia selección de restaurantes y bares. Relájese en el Kempinski Spa y nade o tome el sol en una de nuestras tres piscinas al aire libre.
Entrene su swing jugando al golf en uno de los mejores campos de España o viaje en coche a ciudades históricas como Ronda, Sevilla o Granada.
Kempinski White Glove Services se ha implementado para garantizar un ambiente saludable y seguro para todos nuestros huéspedes y empleados en todo el mundo y en todo momento.

+34 95 280 9500
www.kempinski.com



Honduras sin MIEDO

Agatha Ruiz de la Prada: "Lo que daría yo en este momento de mi vida por un viaje a Honduras"

Conocer Honduras fue alucinante. Me decían que era el país más peligrosos del mundo: con lo cual yo estaba un poco "asustada". Pero una vez ahí descubrí otra realidad e hice en el país amigos para toda la vida. Además, fue extraordinario ser parte del equipo del Honduras Fashion Week.

Me encontré super bien tratada, mimada, querida, respetada por los hondureños. Fue una experiencia que me encantó. Creo que Honduras es un país que, muy deprisa, va a ir "mucho" mejor.

Recomendaría viajar a Honduras. Ahora que hemos estado meses confinados me doy cuenta de cómo he hecho tantos viajes en mi vida y muchas veces sin apreciarlo. ¡Lo que daría yo en este momento de mi vida por un viaje a Honduras!

A la pregunta de 'La Honduras Sin Miedo' diré que soy bastante poco miedosa, pero Honduras yo creo que tiene peor fama de lo que es en verdad.

Me gustó mucho mi experiencia en el país, y es que guardo un recuerdo extraordinario de los amigos que me llevo de Honduras para siempre. Y de los medios limitados que tenían para el desfile, pero la ilusión que le pusieron.

Todo Centroamérica es sensacional. Honduras es un país desconocido pero emocionante. Está ese "sentido del peligro", pero a la vez es uno de los sitios más apropiados para los aventureros.

Bolsos para echar a volar

JIMMY CHOO
Bolso BON BON
c.p.v.

Patricia Carbajosa en KBK
fotografía Olga Kal
KBK | Av. Navacerrada, 1. Pozuelo de Alarcón

KaButoKaji (probablemente) el mejor 'japonés' de Madrid

Patricia Carbajosa: "Me gusta mucho cuidar el detalle porque creo que es el camino a la excelencia"

Patricia o Patty para los amigos, la fundadora de KaButoKaji (KBK) es, sencillamente, exquisita. A raíz de la crisis del Coronavirus comenzó con el formato a domicilio y ahora en Fase 2, hemos podido volver a disfrutar de su maravilloso restaurante, punto de encuentro de los amantes de la cocina japonesa con toques de fusión, lugar favorito de las personalidades más vip pero siempre con altísima clase, discreción y ante todo, excelencia. Por algo es el japonés-fusión favorito de estrellas internacionales, modelos, futbolistas y todos los madrileños. Se dice que los diamantes surgen bajo presión y así es Patty, una mujer empresaria, emprendedora, que se crece ante la adversidad y saca lo mejor de ella misma. Cada día es diferente en KBK, porque le encanta el arte floral, cambiar las vajillas, marcar los platos y la diferencia.

Katy Mikhailova y ella se conocen desde hace años ya que las dos aman el arte de la cocina y sobre todo, la comida japonesa de alta calidad. Comenzábamos la Fase 2 de la mejor forma posible, una cena entre amigas, en el salón, precedida por una sesión de fotos en las que la fotógrafa Olga Kal resalta los hermosos ojos rasgados de la dueña. La mirada de Patty es sensible, detallista y delicada, con un gusto por la estética impresionante. Cada plato es diferente: 'Mujeres inspiradoras' es una de sus colecciones más famosas con rostros de mujeres que, como ella, son únicas. Ella está preparando nuevos proyectos que aun no podemos desvelar. En la cena probamos, entre otros platos espectaculares, el mejor ajo blanco que he tomado en mi vida, la famosa ensaladilla premiada, un carabinero envuelto con algas, nigiris y todo acompañado de vinos que armonizaban el sabor único que guarda KBK y que se adereza con el ambiente más exclusivo.
El saber gastronómico y existencial de Patty daría para realizar un libro sobre ella, por eso, disfrutando de sus mejores platos, nos quedamos con unas pinceladas de sus secretos para volver a abrir más fuerte que nunca. Con todo el sabor de KaButoKaji y los platos de siempre con el toque del verano. Ahora, también a domicilio y con FEARLESS de regalo.

Por María Teresa Haering Portolés
@teresahaering

¿Cómo os habéis adaptado tan rápido al formato de llevar a domicilio?
Me llamó una clienta y nos dijo "Patricia, ¿Nos servís un delivery?" Yo había cerrado el día 10 de marzo y esto fue unas semanas después. Le dije "Sin ningún problema, ¿Qué necesitáis?" y partir de ahí empecé a realizar deliverys. Hemos dejado esa línea de negocio abierta porque funcionamos muy bien, cuidamos el detalle y lo llevamos directamente nosotros.

¿Qué ha significado para ti tener el apoyo de personas muy reconocidas como Ainhoa Arteta, Andrea Levy o Amelia Bono, entre muchos otros, que publican en Instagram de forma libre referencias a tus maravillosos platos y tu nuevo formato delivery?
La primera persona a la que digo que sí le llevo comida a domicilio, es una persona conocida, y a partir de ahí, ese día, esa semana, sirvo a siete personas muy conocidas a nivel de deporte, musical y empresarial. Yo nunca les pido que publiquen, sino que sale en forma de agradecimiento porque soy una persona muy detallista, lo que me lleva a crear vínculos muy especiales. Soy muy tímida y muy respetuosa y siempre hablo a mis clientes de usted aunque les conozca desde hace años.

¿Cómo se mantiene ese vínculo tan especial durante tanto tiempo y de una forma tan delicada y exquisita?
Es la confianza, el buen hacer, el respeto, el cariño y la dedicación que le pones a una mesa, sea Amelia Bono o alguien anónimo. Me gusta mucho lo que hago y tratar con el público. Me considero que soy muy social. Me gusta mucho cuidar el detalle porque creo que es el camino a la excelencia. Todo lo cuido, nada está por casualidad. Realizo muchos pases distintos de platos, cambio mucho la vajilla, intento no repetir ningún plato, tanto de emplatado cuando vayáis a cenar como en el plato en el que váis a cenar. Eso a la gente le encanta.

¿Qué novedades nos encontramos en la carta de esta temporada?
En los deliverys todas las semanas hemos hecho sugerencias y cambios para que el cliente no se canse. Hemos realizado una carta delivery más sencilla pero que si alguien quiere algo de la carta tradicional, lo preparamos. Además, en la carta tradicional, todas las semanas hemos realizado tres sugerencias que todas las semanas vamos cambiando. El curry rojo tuvo tanto éxito que lo he tenido durante tres semanas. Destacamos el ajo blanco de coco y la ensaladilla rusa que ha ganado uno de los premios a las diez mejores ensaladillas rusas de Madrid. Trabajamos mucho el producto de temporada y reviso todas las semanas la carta con el chef ejecutivo. Vamos a mantener el servicio a domicilio y servicio de catering. Asimismo si alguno de nuestros clientes nos solicita un chef lo llevamos a su domicilio.

¿Qué balance realizas de esta época tan dura para la Hostelería aparte de haber sido capaz de desarrollar el Delivery?
He aprendido que al final uno tiene que seguir, a pesar de todo. Tenemos que seguir pero siendo consecuentes y yo lo soy. A día de hoy (aun en la Fase 2 en Madrid), voy a dar 6 mesas, ni el 30% de la ocupación de KBK. Creo que las cosas hay que hacerlas con cabeza. Voy a seguir haciendo mis deliverys y probablemente vuelva a abrir al cien por cien en septiembre, si todo va bien. Para mi es más importante la salud de mis clientes, mi equipo y propia, cuidando la calidad de KBK pero siempre respetando todas las medidas de seguridad marcadas por los expertos de sanidad.

Olga en KBK con K. Mikhailova fotografiando a Patricia

Detrás de la cámara... QUIÉN ES Olga Kal

Olga Natalia Alcaraz es una exitosa fotógrafa española que comenzó a trabajar profesionalmente a la edad de 22 años.

Grandes revistas como Men's Health o FHM descubrieron su talento y se interesaron en publicar su trabajo. Es una de las fotógrafas más jóvenes en haber publicado su trabajo en estas importantes revistas y en muchas otras. Olga Natalia consiguió varias portadas en su primer año capturando imágenes.

Su interés por la fotografía comenzó temprano en su vida. Tenía solo 4 años cuando comenzó a robar la cámara de su hermana y a esconderse en la habitación o en el patio trasero para tomar bonitas y creativas fotos. En el pasado, las cámaras eran de carrete, no digitales, por lo que sus padres y hermanas no descubrirían que estaba usando su cámara hasta que fueran a revelar el carrete. La familia de Olga siempre supo cuál sería su futura profesión.

Cuando cumplió 20 años se mudó a Houston, Texas, para estudiar fotografía en la prestigiosa Rice University.

A los 22 años pasó unos meses en Los Ángeles, California, y allí es donde hizo sus primeras sesiones de fotos. Su segunda sesión de fotos fue publicada en la revista FHM España.

IG: @olganataliaphotography

Behind the FEARLESS

Aunque el Estado de Alarma se haya clausurado, <pandemia>, <cuarentena>, <virus>, son palabras que nos siguen generando miedo. Prefiero escuchar palabras como <superación>, <alegría>, <entrega>, <voluntad>. Estas últimas, son el reflejo del #espirituFearless Y aunque este número de verano iba a ser un alegato por el responsable uso del agua, la conservación de los océanos y la reducción de los plásticos, la fotografía y el arte está (o debería ser asi) al servicio del alma de la sociedad. Es esta última la que actúa como motor de la inspiración. Y es imposible no detenerse de a aplaudir, también con la cámara y la imagen, a los héroes sin capa pero con mascarilla.

En la sesión de #A2metrosdeti hemos querido mostrar a esa gente que con voluntad, con ganas de superación personal y con alegría hasta en los peores momentos han hecho que todos podamos salir adelante (1). Invadimos, de buena manera, la Nave de Motores, aun en Fase 2, con las medidas de seguridad indicadas (dos metros).

Para la portada y la colección fotográfica de sanitarios, hemos invadido gustosamente las Clínicas Esquivel de la Calle Serrano de Madrid, las clínicas de medicina estética más "generosas" de España. (2)

Y, como última reflexión ligada a mi trabajo en este número, es curioso cómo, algunas veces, los productos más cotidianos y sencillos, en los que no reparamos en el día a día, consiguen convertirse en un bien escaso y cotizado. Y así ha pasado con el papel higiénico, que al comienzo de la pandemia podía ser tan exclusivo como un bolso de Loewe. Por eso decidimos homenajear el papel higiénico de la marca preferida por los consumidores españoles, Foxy, y el resultado fue de lo más interesante. (3)

Miky Guerra,
Director artístico de FEARLESS ©
Autor de la exposición #A2MetrosDeTi

1 Fotografiando a Sharay Abellán
2 Fotografiando al Dr. Esquivel con un movil HUAWEI P40
3. Preparando los bodegones con papel de Foxy

Jennifer en acción VS *Jennifer confinada*

El vis a vis de Alejandro Muñoz

Lo encontrarás al lado de Brad Pitt comentando el horario de las entrevistas de prensa o indicando a Richard Gere donde colocarse en el photocall... ha pisado tantas alfombras rojas que es imposible que se acuerde de todos los artistas nacionales e internacionales a los que ha acompañado por ellas…. Jefe de prensa por vocación desde hace más de 15 años, Alejandro Muñoz se ha convertido en uno de los referentes más importantes para las convocatorias VIP, la representación de artistas y jefes de marketing y comunicación del panorama actual. A él le gusta decir que el trabajo que realiza junto a su equipo es un 360º… y es cierto, lo mismo organiza un photocall para un evento cool que firma un contrato con una influencer para llevar su imagen. Y todo en un mismo día.

Jennifer Miranda es Campeona de España 11 veces consecutivas sin ninguna derrota. 9 victorias en boxeo olímpico y 2 en boxeo profesional. Medallista Internacional. Se encuentra entre las 9 primeras boxeadoras del Mundo en el campo amateur y en estos momentos se prepara para conseguir un Título internacional en boxeo profesional.

EL CONFlemoji
1. Un libro: Biografia de Tyson, se llama 'Toda la verdad' 🤷‍♀️
2. Una serie: Spartacus 🩸 ⚔️
3. Un dulce: Brownie Blanco 🔥🍫🥛
4. Un papel higiénico: (Foxy) 🤣 💩
5. Un momento de amor (o no-amor) : mi momento de amor más fuerte es cuando veo películas románticas un domingo por la noche preferiblemente "Leyendas de Pasión " 😍
6. Un miedo. Las alturas! Aunque hice puenting para intentar superarlo 🚡
7. Una canción. Cualquiera de Queen . Mama, we will rock you 👑
8. Insomnio o siesta. Insomnio, me gusta aprovechar el tiempo. 🙂
9. Una esperanza. Que empecemos a cuidar de verdad el planeta de contaminación y a sus animales.🌎
10. Un lema. Yo siempre me repito una frase antes de empezar el día: no juzgues - sonríe - eres muy fuerte. Son tres palabras q me hacen sacar lo mejor de mi y me dan mucha fuerza cada día 🤷‍♀️😁💪

Alejandro Muñoz
@alejandro_publicity

"No hay solidaridad, se trata de pura palabrería"

Con César Vidal, Crónicas de Covid de un exiliado en Miami

¿Cómo se vive esta crisis desde Miami?
En mi caso, bastante bien porque trabajo en casa y estoy acostumbrado a no salir durante días e incluso semanas. También es cierto que, sin duda, hay gente – especialmente pequeños y medianos negocios – que la está sufriendo más, pero la economía de Estados Unidos es muy flexible y la recuperación ya ha comenzado en áreas como el empleo.

Ha dejado España en 2013… ¿se siente afortunado de no tener que vivir la crisis en su país?
Decidí exiliarme en Estados Unidos cuando se me comunicó que preparaban un atentado para asesinarme. Me siento extraordinariamente afortunado de no haber regresado a España fundamentalmente por su deriva desastrosa tanto con Rajoy como con Sánchez.

A nivel político, ¿cómo se ha podido evitar esta crisis en España?
El problema es que España tiene un problema multisecular en que el paisanaje pesa, como siempre, más que el país y que el paisaje. Si las cosas van bien no se nota mucho, pero, por sus propias características, cíclicamente, España entra en crisis y en crisis, en ocasiones, muy destructivas. Con culpar luego a la leyenda negra, creen los necios que han solucionado todo. Lamentablemente, a España esta crisis vino en uno de sus peores momentos.

A medio-largo plazo, ¿cómo cree que afectará a la economía nacional, europea y mundial?
Irá por barrios. Estados Unidos ya ha comenzado a recuperarse. China aprovechará para extender su peso en Asia, África, Hispanoamérica e incluso Europa. La UE saldrá muy resentida especialmente por las naciones del sur y algunas del este de Europa. España se está acercando a pasos agigantados a la quiebra con su secuela de miseria, hambre y totalitarismo.

A medio plazo, en lo emocional, ¿los españoles volveremos a ser lo que éramos?
Sí, pero habría que preguntarse si eso es tan positivo. Una sociedad a la que pueden desviar de la realidad el fútbol, la telebasura y otros entretenimientos no me parece envidiable.

¿Le aburre este exceso de "falsa solidaridad"?
Es que no hay solidaridad. Se trata de pura palabrería cuando no excusa para que el Leviatán estatal siga robando a los españoles mediante una Agencia tributaria cuyos sicarios reciben bonus por vaciar los bolsillos de los indefensos contribuyentes. Todo ello sucede además no para el bien común sino para mantener a las castas privilegiadas y a sus clientelas electorales. Por supuesto, quien paga las facturas es la clase media

Desde un punto de vista 'natural', si partimos de la teoría de que este virus surge casualmente, ¿es la naturaleza y el planeta que está intentando reducir la población?
A los impulsores de la agenda globalista, desde Soros al papa Francisco, le gustaría que creyéramos semejante majadería. Los virus no han dejado de surgir a lo largo de la Historia incluso cuando el planeta estaba poblado por unos pocos millones de seres humanos.

¿Qué lectura secundaria se podría extraer de esta pandemia? ¿Vivíamos demasiado deprisa?
Si hay una lectura que hay que extraer es que la inmensa mayoría de los habitantes de este planeta carecen de espíritu crítico y de capacidad de resistencia frente a una campaña mediática o a la acción del estado. Eso es lo que hay que reflexionar porque indica que implantar una dictadura totalitaria no sería tarea difícil en ciertos medios.

EL CONTRA PUNTO

La polémica está servida

Como protestante que es, ¿qué dice el Protestantismo sobre esta pandemia? O más bien, ¿qué lecturas se podrían aplicar del Nuevo Testamento a esto que estamos viviendo?
Hay muchas y todas necesarias e imprescindibles. Una es la de recordar que en el poder político hay un elemento diabólico (Lucas 4: 5-8) y que debe ser vigilado. Otra es que el ser humano, como individuo y como especie, es una realidad caída lo que obliga a que exista división y control de poderes porque el poder absoluto siempre deriva en la tiranía. Finalmente, no hay que dejarse vencer por la ansiedad. Es una reacción muy humana, pero los que verdaderamente tienen una relación con Dios – no digo que practiquen una religión que eso es algo distinto – saben que Dios cuida de ellos (Mateo 6: 25-34). Para aquellos que buscan en primer lugar el Reino de Dios y su justicia este episodio es superable (Mateo 6: 33-34)

¿Qué va a ocurrir con el Catolicismo sociológico y el Pauperismo? ¿Es la pandemia la causa de un nuevo 'pauperismo estético y ético' o los excesos seguirán conviviendo con nosotros?
El catolicismo sociológico está muy angustiado porque es una religión que depende del rito y de la ceremonia. No poder asistir a la iglesia, no poder acudir a lugares de culto, no poder salir en procesión ha tenido un efecto incluso traumático. Para aquellos cuya vivencia espiritual se basa en la Biblia y en la oración, el confinamiento ha sido muy llevadero e incluso reparador. Luego se suma la división de los que van a seguir la agenda globalista del papa Francisco y los que sueñan con volver a la España siniestra de los años cuarenta.

¿Se está racionalizando la fe por todo esto?
Me temo que los que tienen una fe irracional no la van a cambiar por lo sucedido.

Su fábula "EL CABALLERO QUE COMPRÓ UN MONSTRUO", ¿es actual en todo esto?
La verdad es que cuando escribo siempre procuro, especialmente si se trata de ficción, que sean obras que tengan una actualidad permanente. Esa fábula entra en ese grupo.

"EL MONO Y LA ZORRA"… ¿es el mono el murciélago del Covid y la Zorra Pedro Sánchez?
Se le pueden dar muchas aplicaciones, ésa es la verdad. No está mal traída la que sugiere usted.

¿Sigue pensando que la DISIDENCIA es la palabra que le define, como me afirmó hace 7 años mientras comíamos aquellas alcachofas en el Pimiento Verde?
Sin ningún género de dudas. No por gusto ni por pose, sino porque frente a ciertas realidades sólo cabe sumarse a la causa de la Verdad y de la libertad, y esa circunstancia te convierte en un disidente. Incluso en ocasiones –es mi caso – te obliga a exiliarte simplemente para salvar la vida.

Dani Wilde

Ilustración de Dani Wilde para Fearless ©

FEARLESS®

FOTOGRAFÍA SOCIAL & LUJO SOSTENIBLE

Nº3 [VERANO 2020]

Pisar SIN MIEDO

...para reflexionar hacia dónde íbamos tan deprisa

Durante el confinamiento, España miraba a la solidaridad y el papel higiénico se convertía en el 'nuevo protagonista'.

Es el momento de llenar la vida de optimismo. Llenar la vida de vida. Y darle un toque de aroma con Foxy Seda para desenvolver tu mundo. Para afrontar esa "nueva" normalidad con nueva esencia.

Pisar sin miedo.
Vivir sin prisas.
Sentir con emociones.

Foxy

J2STONE

soluciones integrales en piedra natural

la piedra natural ha vuelto

(+34) 918 327 693 | www.j2stone.eu | @j2stone.eu

FEARLESS®

FOTOGRAFÍA SOCIAL & LUJO SOSTENIBLE

Nº3 [VERANO 2020]

ELENA MIKHAILOVA | FOTOGRAFÍA MIKY GUERRA

Es TIEMPO de colores

...para reflexionar hacia dónde íbamos tan deprisa

Es el momento de llenar la vida de optimismo.
Llenar la vida de vida.
Y darle un toque de estilo con Foxy Bouquet para colorear tu mundo.
Para afrontar esa "nueva" normalidad con alegría y fuerza.

Pisar sin miedo.
Vivir sin prisas.
Sentir con emociones.

Foxy