FEARLESS®

Nº7 [VERANO 2021]
Especial Océanos

4,90€ | FOTOGRAFÍA SOCIAL & LUJO SOSTENIBLE

MAR DE EMOCIONES

LA EXPOSICIÓN:
AZUL AZUL *Jean-Daniel Lorieux*
en portada ALMUDENA FERNÁNDEZ *icono ecoactivista*
TURISMO SOSTENIBLE *Islas Canarias*

FOTOGRAFÍA
JUAN CARLOS VEGA

ALMUDENA LLEVA
BAÑADOR DE NOW THEN &
RELOJ TAG Heuer Aquaracer
Professional 300

DKV Salud

SOMOS ACTIVISTAS DE LA SALUD ¿SOIS DE LOS NUESTROS?

MENOS EXCUSAS, MÁS COMPROMISO

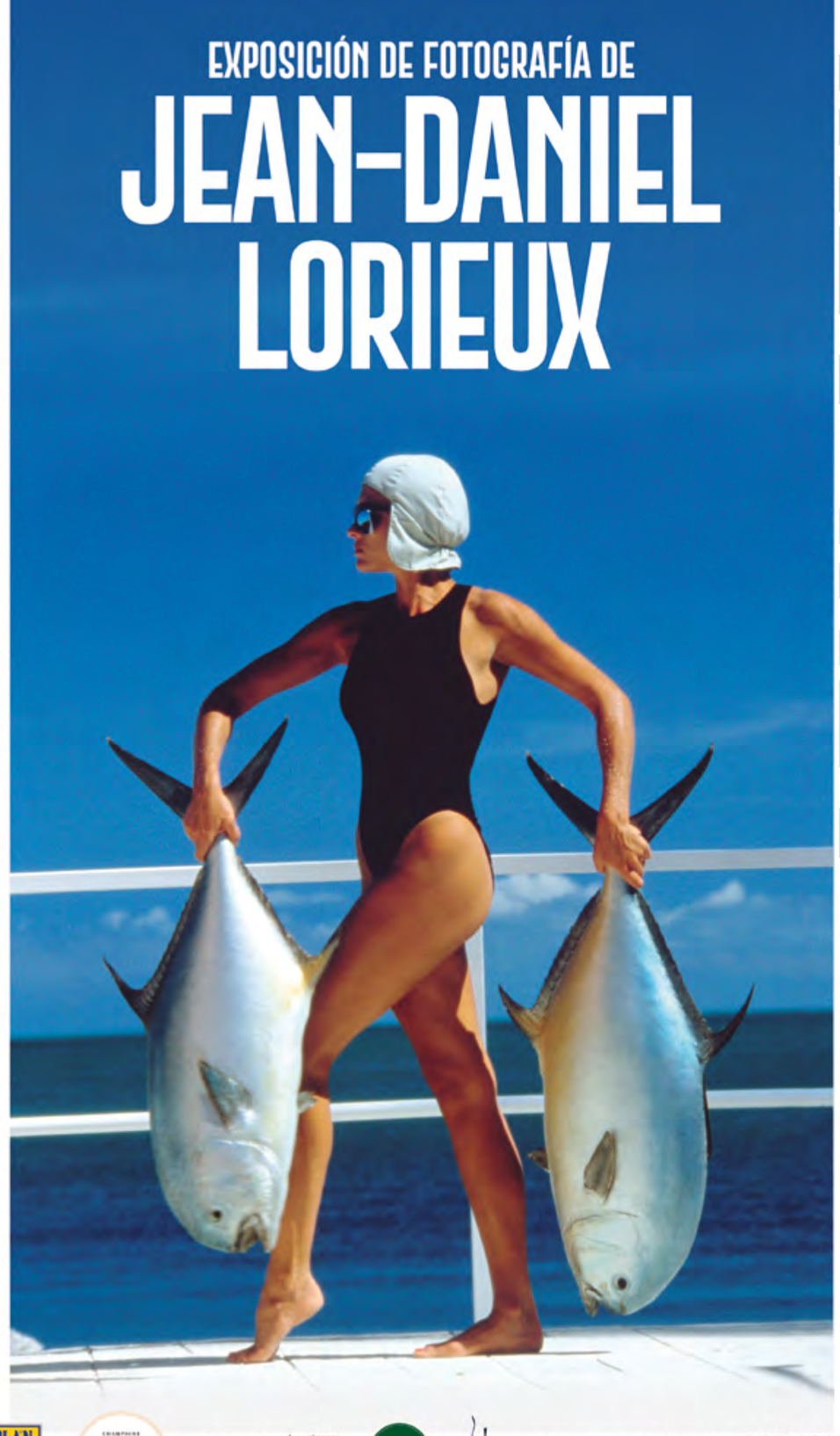
CREEMOS QUE UN MUNDO MEJOR Y MÁS SALUDABLE ES POSIBLE, NO ESTAMOS LOCOS, SOMOS PERSONAS CON GANAS DE MEJORAR LO QUE NOS RODEA, SINTIÉNDONOS RESPONSABLES DE NUESTRA SALUD, PERO TAMBIÉN DE LA DE NUESTRO PLANETA. #TOCASER**MÁS**RESPONSABLES

ES AHORA. Y LO HAREMOS JUNTOS. SOMOS ACTIVISTAS DE LA SALUD

DKVSALUD.COM

EXPOSICIÓN DE FOTOGRAFÍA DE

JEAN-DANIEL LORIEUX



AZULAZUL

08 JUNIO
31 JULIO
2021

FLAGSHIP DE
GANDIA BLASCO GROUP
C/ ORTEGA Y GASSET, 28
MADRID

FEARLESS

SOLAN DE CABRAS · Laurent-Perrier · Juan Gil · GIL · SomosTierra · SANCHEZ ROMERO · GANDIABLASCO · SCENOLIA LYON - MADRID · KIND SURF

The right choice
La elección correcta

The first step you take in buying or selling a luxury property is the most critical: selecting a professional who understands you, understands the market and knows how to deliver the results you expect.

The RE/MAX Collection® is the ideal place to look.

Professionals with The RE/MAX Collection® have the knowledge, skills and service-oriented approach that transactions in the upper-tier market require.

When you choose to work with a luxury agent with The RE/MAX Collection, you're choosing quality. You're choosing performance. You're choosing the premium option.

Quite simply, you're choosing the best.

El primer paso que se da para comprar o vender una propiedad de lujo es el más importante: seleccionar un profesional que lo entienda, que entienda el mercado y sepa cómo ofrecer los resultados que desea.

The RE/MAX Collection® es el lugar ideal para ello.

Los profesionales con The RE/MAX Collection® tienen el conocimiento, las habilidades y el enfoque orientado al servicio que requieren las transacciones en el mercado de alto nivel.

Cuando elige trabajar con un agente de lujo con The RE/MAX Collection, está eligiendo calidad. Está eligiendo eficacia. Está eligiendo la opción premium.

Simplemente, está eligiendo lo mejor.

RE/MAX ZIELO

Av. Europa, 27, Aravaca 28023 Madrid

+34 910 582 235

zielo@remax.es

THE RE/MAX COLLECTION

Fine Homes & Luxury Properties | www.theremaxcollection.es

RE/MAX® professionals are known for observing the nuances that complement your expectations and lifestyle. Always with discretion and high-quality service, we appreciate the special touches that make the destination – your home.

THE RE/MAX COLLECTION

RE/MAX ZIELO

Av. Europa, 27, Aravaca 28023 Madrid

+34 910 582 235 · zielo@remax.es

SUMARIO

Nº7 [VERANO 2021]

50.
Almudena Fernández

Almudena posa con un top de Longchamp y bikini de Now Then para JUAN CARLOS VEGA

105.
Jamón Jamón

Fariba lleva vestido By Niuma, Look, y José Camisa Jo&Quim, Pantalón Levi's, y zapatillas Converse. FOTOGRAFÍA JUAN CARLOS VEGA

LA EXPOSICIÓN
33. AZUL AZUL, HOMENAJE A JEAN-DANIEL LORIEUX

PORTADA
50. ALMUDENA FERNÁNDEZ, ICONO ECOACTIVISTA & MODELO DE SOLIDARIDAD

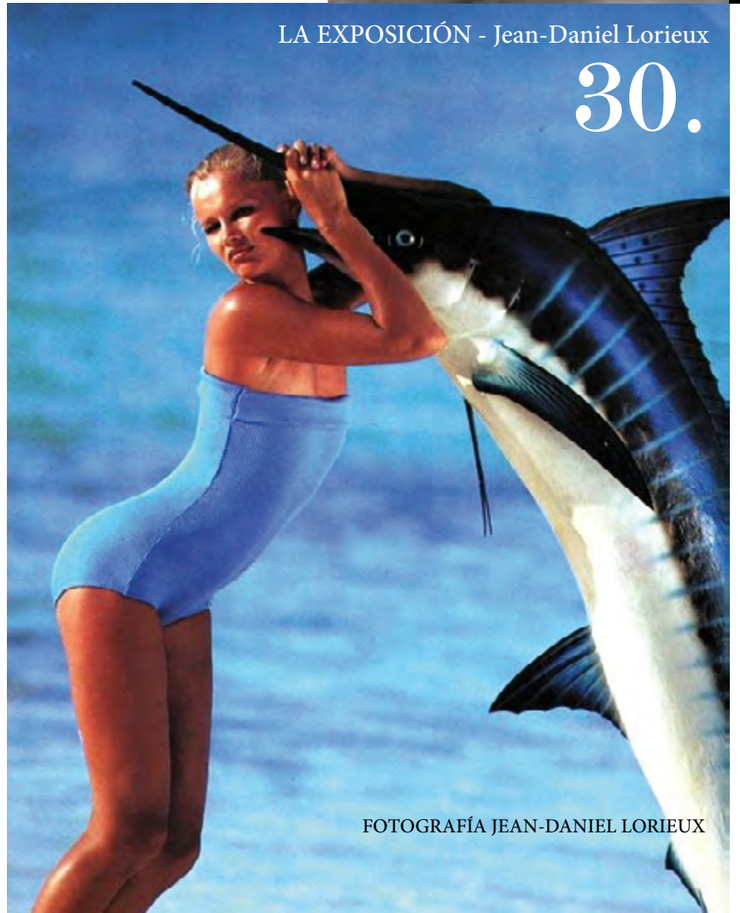
FEARLESS Woman
63. LUCÍA MARTIÑO, LA GIJONESA REINA DEL SURF
68. MUJERES DIRECTIVAS

FEARLESS Planet
70. JAVIER GOYENECHE, FUNDADOR DE ECOALF
74. MARINA TESTINO, CREADORA DE POINT OFF VIEW

FEARLESS Traveler
80. CANARIAS, TERRITORIO SOSTENIBLE
84. EN MENORCA, NO PASA EL TIEMPO
90. CUBA: MELIÁ INTERNACIONAL VARADERO

FEARLESS Architecture
94. RAFAEL DE LA HOZ, DESDE EL HOTEL RITZ

BERTIE en Bucle:
105. JAMÓN JAMÓN, Con José Lamuño & Fariba Sheikhan
114. FLAMENCO



LA EXPOSICIÓN - Jean-Daniel Lorieux
30.

FOTOGRAFÍA JEAN-DANIEL LORIEUX

BALLET NACIONAL DE ESPAÑA

Dirección y coreografía
Rubén Olmo
Artista invitada
Patricia Guerrero
Colaboración especial
Maribel Gallardo
Director musical
Manuel Busto

Orquesta de la Comunidad de Madrid (ORCAM)
Músicos flamencos del BNE

LA BELLA OTERO

7-18 JULIO 2021

TEATRO DE LA ZARZUELA / MADRID

Las localidades podrán adquirirse en todas las taquillas de la Red de Teatros del INAEM (Teatro de la Zarzuela, Auditorio Nacional de Música, Teatro María Guerrero, Teatro de la Comedia y Teatro Valle-Inclán), a través de las líneas telefónicas 902 224 949 y 911 939 321 y utilizando los servicios de entradasinaem.es

inaem BALLET NACIONAL DE ESPAÑA

Más información en balletnacional.mcu.es y en:

Bienvenido a la nueva edición de FEARLESS® más AZUL. Un AZUL que nace de los mares, ríos y océanos. Y seduce los objetivos de unas cámaras de fotografía que SUEÑAN con reproducir una tonalidad parecida. Nunca el AZUL había cobrado tanta relevancia como ahora, AZUL con CAUSA, AZUL con sentido sostenible. AZUL vida. Una mirada a la ética de la moda a través de la estética medioambiental. Se estima que unos 50 billones de fragmentos de plástico están sumergidos en nuestras aguas: el 70 % queda en el fondo marino, el 15 % en la columna de agua y el 15 % en la superficie. De nosotros depende CAMBIAR estas cifras. Nuestra existencia está en juego. Por eso te invitamos a SUMERGIRTE y a BAÑARTE en nuestras páginas que A TRAZOS comunican un TRASFONDO de profundidad moral que abraza el ECOACTIVISMO. Es tiempo de AHORA y de CAMBIOS. AZUL AZUL, azul de mi vida. AZUL de vida.
#espirituFearless #AzulAzul

En las pálidas tardes
*yerran **NUBES** tranquilas*
*en el **AZUL**; en las ardientes manos*
se posan las cabezas pensativas.
*¡Ah los **SUSPIROS**! ¡Ah los dulces sueños!*
*¡Ah las **TRISTEZAS ÍNTIMAS**!*
*¡Ah el polvo de oro que en el **AIRE** flota,*
*tras cuyas **ONDAS** trémulas se miran*
*los **OJOS TIERNOS** y húmedos,*
*las bocas inundadas de **SONRISAS**,*
las crespas cabelleras
y los dedos de rosa que acarician!

En las pálidas tardes
me cuenta un hada amiga
las historias secretas
*llenas de **POESÍA**;*
*lo que cantan los **PÁJAROS**,*
*lo que llevan las **BRISAS**,*
*lo que vaga en las **NIEBLAS**,*
lo que sueñan las niñas

(...)

*El **VIENTO***
arrastraba rumores, ecos, risas,
murmullos misteriosos, aleteos,
músicas nunca oídas.
El hada entonces me llevó hasta el velo
que nos cubre las ansias infinitas,
la inspiración profunda
y el alma de las liras.

(Rubén Darío, 1888, Poema recogido en Azul)

FOTOGRAFÍA JEAN-DANIEL LORIEUX

CHOSEN BY THE BEST

laurentperrierrose www.cuveerose.com Photographer: Jean-Marc Martin - Illustration: Luna

ENJOY CHAMPAGNE LAURENT-PERRIER RESPONSIBLY

CARTA *de la directora*

VOLAR SIN ALAS

"Me gusta que seamos pájaros que aún no saben volar"

"Me gusta que seamos pájaros que aún no saben volar", me escribía a altas horas de la noche Bertie Espinosa Grau, subdirector de esta cabecera y una parte indispensable en mi vida, la noche previa a nuestro viaje a Menorca para la producción de la portada con Almudena Fernández. Al día siguiente volábamos en el sentido literal, pero llevábamos, en verdad, casi 2 años volando sin alas y sin frenos, empezando el mar por el océano, la casa por el tejado, la revista por la portada y plantando árboles sin un jardín. A veces la vida no tiene un orden, y el caos es otra manera de producir arte inconexo que busca emocionar.

Se cumplen 30 años del rodaje de *Jamón Jamón* de Bigas Lunas, una joya cinematográfica en la que Javier Bardem y Penélope Cruz se conocieron. Y con un toro más consumido por el paso del tiempo, hemos elaborado con Juan Carlos Vega un editorial de moda inspirado en la película, a través de la participación de dos actores, Javier Lamuño y Fariba Sheikhan. Una oda a España, al tiempo y a las raíces. Si *Jamón Jamón* se hubiera rodado en 2021, habría sido una película mucho más sostenible. Sin embargo es fundamental para el desarrollo de las personas y las naciones saber de dónde venimos y hacia dónde nos dirigimos. Y desde luego, nuestro destino, por obligatoriedad moral, debe ser la defensa del planeta. Sin entrar en debates políticos y morales, animalistas versus taurinos, o vegetarianos enfrentados a los amantes de la pluma ibérica, el film ha marcado todo una generación y forma parte de nuestra historia.

FOTOGRAFÍA BERTIE ESPINOSA GRAU
TORO DE OSBORNE CARRETERA A3

Katalina Mikhailova,
Editora de FEARLESS.
@mikhailovakaty

Luxuryset

IS OUR MINDSET

Get luxury set for life with the expertise of The RE/MAX Collection® professionals. The RE/MAX brand's presence in 110 countries and territories gives us exclusive connections and enviable resources that deliver extraordinary homes to you. Luxury is our language.

RE/MAX ZIELO
Av. Europa, 27, Aravaca 28023 Madrid
+34 910 582 235
zielo@remax.es

THE RE/MAX COLLECTION

Fine Homes & Luxury Properties | www.theremaxcollection.es

#COMOPACOPORSUCASA

FEARLESS® se suma al apoyo a Misa con #mismaPasión , para representar los valores más puros del deporte: la meritocracia y el respeto

Hace unas semanas, Misa Rodríguez, la guardameta del equipo femenino de fútbol del Real Madrid fue atacada en redes sociales por un machismo intolerable en esta España del siglo XXI. Y todo, porque, para celebrar la importante victoria de sus compañeros en cuartos de final de la Champions League ante el Liverpool, se le ocurrió subir en su red social de Twitter una fotografía suya junto a la de su compañero Marcos Asensio (autor de un gol en el citado partido) con la expresión "misma pasión".

Enseguida todos sus compañeros del primer equipo haciendo piña salieron en su defensa. Marcos publicó un tuit diciendo que "nada ni nadie te impida decir lo que piensas" con la fotografía de los dos. Pero no sólo Marcos Asensio: también Marcelo, Casemiro, entre otros; incluso los eternos rivales, del FC Barcelona, también se sumaron en la defensa de Misa y al espíritu "misma pasión".

La familia del fútbol masculino y femenino (de todas las categorías) se echaron a las redes sociales a defender el hecho de que una mujer pueda expresarse sin verse acosada e insultada. No se debe consentir ni permitir el machismo feroz al que una mujer, en este caso Misa, tenga que soportar.

Desde FEARLESS® nos sumamos al apoyo a Misa con #misma pasión , para representar los valores más puros del deporte: la meritocracia y el respeto.

Este tipo de conductas machistas revelan una falta de educación que desde el deporte, y las personas que lo representamos, debemos defender para que cada vez los hombres acepten que las mujeres tienen igual derecho a participar en competiciones deportivas y a expresarse libremente sin ser por ello atacadas e insultadas.

La práctica del fútbol debe ser un instrumento para la integración y la lucha por la igualdad; sin embargo, parece que, por desgracia, queda todavía un gran camino que recorrer. Los energúmenos, no obstante, cada vez son menos, aunque hagan más ruido que las personas normales.

Cada vez que se produzcan hechos como los denunciados, todos a una, tenemos que cerrar filas e impedir que su ruido se amplifique. Somos más y "misma pasión" ha nacido para luchar por la integridad de la mujer en el fútbol y porque el fútbol sea cauce de educar en valores. Apoyemos todos este movimiento imparable.

Mucho ánimo a Misa y a todas las "MISAS" (entrenadoras, árbitros mujeres, …) que en algún momento han sido víctimas del más repulsivo machismo.

Francisco Javier Soto Orte
@franciscojaviersotoorte
Co-Editor de FEARLESS® &
CEO de FEARLESS® *Sports Abogados*

FEARLESS Staff

Gorra BRUH
Cada historia es única, cada colección limitada,
el #Km0.TheCreation para cualquier aventura

Pulsera SAN EDUARDO
Éxtasis de calidad en la muñeca

Loción RRR BIOCOSMETICS.
Crema corporal y ecológica sin plásticos y biodegradable,
un regalo para la piel

Bolso LOEWE
De marinero y en piel de ternera, idónea para
perderse en una playa del Mediterráneo

Botella SOLÁN DE CABRAS
El agua de siempre, para las ocasiones de toda la vida. Un
sorbo de sostenibilidad y pureza

DIRECCIÓN
EDITORA Katalina Mikhailova @mikhailovakaty
COEDITOR Francisco Javier Soto Orte @franciscojaviersotoorte

SUBDIRECTOR EDITORIAL y DIRECTOR DE ARTE
Alberto Espinosa Grau @berticespinosa

RESPONSABLE MARKETING ONLINE Fran Soto @fransoto312
REDACTORA-JEFE Mª Teresa Haering Portolés @teresahaering

ARTE
DIRECTOR FEARLESS Dance & FOTOGRAFÍA
Juan Carlos Vega @juancarlosvega.studio

DIRECTOR DE DISEÑO Y MAQUETACIÓN
Alfonso Abella @apuntocs

REDACCIÓN-COLABORADORES
Yolanda Sacristán (BAZAR DE BELLEZA) @ysacristan
Mario Conde (TRIBUNA)
Raúl Almenara (ARQUITECTURA) @raul_almenara
Isabelle Levame (EXPOSICIÓN) @bella_levame
Dorian Guo (ILUSTRACIONES) @dorianguo
Silvia Kal (AYUDANTE OLGA NATALIA A.) @silviakalofficial
Fulgencio Spá (CORRECTOR ESTILO) @fulgenspa

FOTOGRAFÍA
Giulio Rustichelli (x BVLGARI) @giuliochelli
Danilo (x MARINA TESTINO) @danilo
Cuco Cuervo @cucocuervo
Miky Guerra @mguerraestudio
José Luis Simón @joseluissimon
Olga Natalia Alcaraz @olganataliaphotography
Edu González @edugonzalezph

DIRECTORA DE ESTILISMO
Noelia Villaverde @noeliavillaverdestylist

MAQUILLAJE & PELUQUERÍA
Mara Fervi x Dior Makeup
HARPO @harpohrp
Patricia Barranco Chacón @patriciabarranco.muah - Shelley Llees Martin @iamshelleyyy
Greta Manovel @greta_mano_makeup - Alba Jiménez @albaj.m - Ester Lago Melero @estermeleromakeup
Zoncal Soraya @zoncalsoraya x @elite profesional

PUBLICIDAD: GUADALMEDIA
Bea Aguilar baguilar@guadalmedia.com

FEARLESS marca registrada * Revista trimestral & exposición de fotografía
Idea original de Katalina Mikhailova

DISTRIBUCIÓN:
A la venta en quioscos en Madrid
Distribución gratuita* con compras en SANCHEZ ROMERO & quiosos
(*Hasta agotar existencias)

DISEÑO Y MAQUETACIÓN: A. Creative Solutions / apuntocs.es
IMPRIME: Monterreina

DIRECCIÓN: FEARLESS * Space by Raúl Almenara
C/ Conde de Peñalver, 88. Bajo Derecha. (Esquina con C/ Maldonado) 28006. Madrid

TELÉFONO DE CONTACTO: 653.439.741

FEARLESS NO SE HACE NECESARIAMENTE RESPONSABLE DE LAS OPINIONES VERTIDAS POR LOS COLABORADORES EN SUS ARTÍCULOS.
FEARLESS TIENE RESERVADOS TODOS SUS DERECHOS.
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL Y PARCIAL POR CUALQUIER MEDIO SIN AUTORIZACIÓN.
FEARLESS AGRADECE LA AYUDA INCONDICIONAL Y SIN ÁNIMO DE LUCRO DE NORMAN GARCÍA, ALFONSO ABELLA Y JAVIER SEGOVIA GONZÁLEZ, TRES PILARES IMPRESCINDIBLES EN EL NACIMIENTO Y DESARROLLO DE ESTA CABECERA

www.fearless.es | @fearlessartmagazine #Fearless7

Sortija JOYERIA SUÁREZ
Amar con atemporalidad en azul esperanza. Anillo
en oro blanco de 18 kilates con 5 zafiros azules de
la colección Alicia

Maletín MONTBLANC
Con la oficina a cuestas en un clásico renovado apto
para todo empresario

Vino JUAN GIL Etiqueta Plata
Un tinto de los de toda la vida de la DO Jumilla,
añada 2019, para maridar un velada artística entre
fotografía y danza

Bikini SWIM BY JUDIT
Bikinis sostenibles para sucumbir
a los encantos del verano

COLABORADORES

BEA AGUILAR confiesa que con 38 años descubrió algo que llevaba dentro: el plague y la pintura. Se dió cuenta de que posee esa herramienta para estar feliz. La publicidad, los eventos y la comunicación son su trabajo pero su gran pasión, por herencia familiar, son el collage, la pintura y la fotografía. En esta edición ha podido aunar ambas motivaciones: autor de los collage-bazares del inicio, clasificados por elementos del planeta y sus respectivos colores, y estrenarse como responsable de publicidad desde Guadalmedia. @aguilarcaruncho

DANILO LAURIA es un artista visual y director creativo que reside en Nueva York.
Su trabajo se centra en la creación de contenido digital.
Ha realizado campañas de moda y belleza (Stella McCartney, Estee Lauder, Calvin Klein...) ha trabajado en el Met Gala para Vogue, Naciones Unidas e instituciones de arte (Art Basel, Guggenheim Museum...)
Desde el origen de la pandemia ha fundado AQP, una agencia de contenido audiovisual producido a distancia.
Su estilo ha sido premiado a nivel internacional (Clio Awards, New York Festivals, One Screen Awards...). Danilo firma la producción de fotografía de Marina Testino. @danilo

MARA FERVI conocida como la maquilladora favorita de las celebrities españolas, ha realizado trabajos para revistas como Telva, Elle, Glamour, Cosmopolitan, Marie Claire, Clara, ¡Hola!, GQ, Mujer Hoy, Stilo; y campañas para Durán, Tous, El Corte Inglés, entre otros. Firma para Dior Makeup, en este número se ha encargado de maquillar a Almudena Fernánez con productos de la marca. Asegura vivir su profesión desde un enfoque creativo. @marafervi

DORIAN GUO Es uno de los dibujantes más elegantes del mundo. Desde París, combina con ironía y humor la elegancia, el clasicismo, los mitos y la novedad, mezclando sus dos patrias: China y Francia. Pintor autodidacta desde su infancia, pinta con la misma soltura un papel para decoración, que una ilustración o cuadro. Camille Pascal dice de él, que es "el chino más francés, y su obra es al mismo tiempo placer a la vista, juego de salón y estimulación de la mente", mientras que el diseñador Hervé Pierre define a Dorian como "un hombre de buen gusto y talento del s. XXI". En este número de FEARLESS® reinterpreta el flamenco y plasma en sus dibujos "la pasión, angustia, tensión, violencia, esperanza, amor y desesperación" de este arte español.

ISABELLE LEVAME nació en Francia en 1991 y se enamoró de Madrid un poco más tarde, donde vive ahora. Licenciada en Derecho y con Máster en Periodismo, ha pasado por varias redacciones de diversos medios de comunicación franceses. La escritura es una de sus pasiones desde pequeña. Ahora da rienda suelta a su pasión en las páginas de FEARLESS® contándonos sus conversaciones de cuarentena con el fotógrafo francés Jean-Daniel Lorieux. @bella_levame

@sanchezromeroES
@sanchezromeroes
@sanchezromeroES
blog: almagourmet
SANCHEZ ROMERO ONLINE
SANCHEZ-ROMERO.ONLINE
Lo mejor, ahora en un clic.

SUPLEMENTO
DANZA & MÚSICA

POR JUAN CARLOS VEGA

Cada trimestre, con tu FEARLESS®,
la primera revista que rinde homenaje
a los bailarines más importantes del mundo.

FOTOGRAFÍA REALIZADA EN PROYECTO RESIDENCIAL DE GROSVENOR

Personaliza tus paredes
con los paneles 3D de Orac Decor®

ORAC® DECOR

Nos avalan 50 años de historia e innovación. Atrévete y transforma tu hogar en ambientes exclusivos.

50 YEARS CREATIVITY & INNOVATION

W111 BAR

@oracdecor_spain
Orac Decor España

CONTÁCTANOS AL **900 99 32 89 (NÚMERO GRATUITO)** O A **SPAIN@ORACDECOR.COM** PARA RECIBIR TU **CATÁLOGO GRATUITO**

WWW.ORACDECOR.COM

MUST HAVE, MUST FEARLESS

TAG Heuer Aquarecer Professional 300:
renace el titán de los mares

1.

2.

3.

1. TAG Heuer Aquaracer Professional 300 Calibre 5 Automatic:
Caja de acero inoxidable pulido y con cepillado fino de 36mm de diámetro y bisel giratorio unidireccional, negro, con escala de 60 minutos. Esfera lacada en color plateado, índices aplicados chapados en oro negro con Super-LumiNova® blanca y agujas de horas y minutos chapadas en oro negro con Super-LumiNova® blanca. Brazalete de acero inoxidable. Hermeticidad hasta 300 metros (30 bar). 2.650€

2. TAG Heuer Aquaracer Professional 300 Calibre 5 Automatic:
Caja de acero inoxidable pulido y con cepillado fino de 36mm, bisel giratorio unidireccional azul con escala de 60 minutos. Esfera lacada en azul, índices aplicados chapados en rodio con Super-LumiNova® blanca, 8 diamantes VS+ de diámetro 1,40 mm (0,078 ct), agujas de horas y minutos chapadas en rodio con Super-LumiNova® blanca. Brazalete de tres hileras de acero inoxidable pulido y con cepillado fino. Hermeticidad hasta 300 metros. 3.150€

3. TAG Heuer Aquaracer Professional 300 Calibre 5 Automatic:
Caja de acero inoxidable pulido de 43mm de diámetro, bisel giratorio unidireccional negro con escala de 60 minutos. Esfera lacada en negro, índices y agujas de horas y minutos chapados en rodio con Super-Luminova® blanca. Brazalete de acero inoxidable. Hermeticidad hasta 300 metros. 2.650€

EXISTEN MUCHOS
MOMENTOS EN LA VIDA
QUE SE PUEDEN
SUPERAR CON AYUDA

- Trastornos de la conducta alimentaria
- Trastornos de estados de ánimo y ansiedad
- Tratamiento de adicciones
- Psiquiatría y psicología general
- Hospital de día

Seguimiento individual y personalizado con los mejores profesionales y exclusivas instalaciones para garantizar el mejor y más eficaz tratamiento.

La detección precoz es la clave en la recuperación.
Pida ayuda a un profesional.

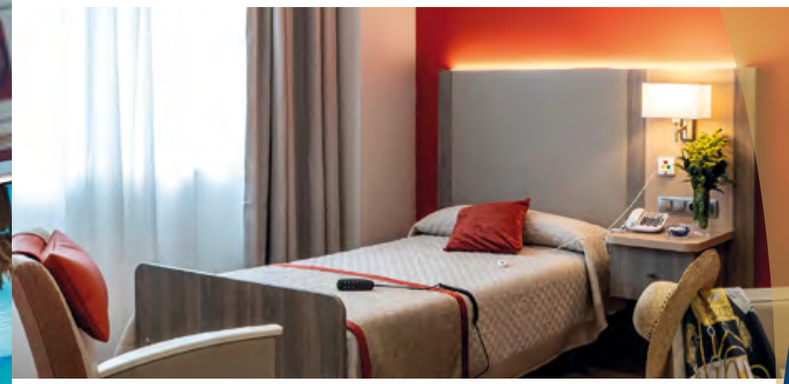
Clínica
LÓPEZ IBOR
DIVISIÓN DE SALUD MENTAL DE ORPEA IBÉRICA

INFÓRMESE DE NUESTROS
PROGRAMAS TERAPÉUTICOS

913 162 740

C/ Doctor Juan José López Ibor 2
28035 Madrid

www.lopezibor.com



ORPEA
RESIDENCIAS

Trabajamos por su tranquilidad

En las Residencias ORPEA contamos con excelentes instalaciones y los recursos más avanzados para garantizar la seguridad, higiene y protección de nuestros mayores, cumpliendo con la normativa y protocolos ante COVID-19.

- Unidad especializada en alzhéimer y otras demencias.
- Programas de rehabilitación y fisioterapia.
- Unidad de grandes dependientes.

Llámenos al
914 260 952
para más información

AENOR
PROTOCOLO FRENTE AL COVID-19
ORPEA IBÉRICA

www.orpea.es

ELEMENTO TIERRA: *Las fuerzas de la naturaleza*

Frescura natural llena de vida, renovados clásicos, perfumados y reparadores

1. The new eau TRUSSARDI 60 ml (PVP 65,60€) **2.** Tratamiento adelgazante de SISLEY (PVP 40€) **3.** Oyster Perpetual 36 de ROLEX (PVP 5.300€) **4.** Mascarilla fortificante intensiva botanical repair™rich de AVEDA 200 ml (PVP 58,50€) **5.** Ginebra Nomen est omen LE TRIBUTE (PVP 39,90€)

FUEGO: *La purificación y la pasión en una llama*

La luz hay que buscarla... et voila! Algunos tips para ello brillo, oro y una marca que evoca a otros rincones

6. Molinillo Paris Haya PEUGEOT (PVP 32,95€) **7.** Intral Velo Protector Urbano SPF 50 DARPHIN 30 ml (PVP 40€) **8.** Superdefense SPF40 Gel Antifatiga + Primeros Signos de Envejecimiento – Tratamiento CLINIQUE (PVP: 54€) **9.** Relojes de CARTIER: A LA IQUIERDA VERSIÓN MINI DEL PANTHERE LANZADA EN 2019 AL LADO ,EDICIÓN LIMITADA Y " PIXELADA" EN ORO ROSA Y ESPALETE CPON SU CARACTERISTICA CORONA ENGASTADA CON UN ZAFIRO (C.P.V.) **10.** Serum resplandor antimanchas CAUDALIE Vinoperfect: 30ml (PVP 47€) **11.** Anillo RABAT (PVP 1.450€)

LOS PILARES DE LA TIERRA

La intensidad al cuadrado productos energizantes, intentos y chispeantes

12. Crema energizante de ORIGINS (PVP 23€) **13.** Cologne de JO MALONE Scarlet Poppy (PVP 95€) **14.** Labios HERRERA BEAUTY Lip (PVP 30€) **15.** Reloj TUDOR WATCH BLACK BAY (PVP 3.580€) **16.** LAURENT-PERRIER Cuvée Rosé Metal Jacket Cebra 750ml.

Disfruta del paraíso más cerca que nunca

En primera línea de playa, con la mejor oferta gastronómica de proximidad y Km 0, unas habitaciones diseñadas para soñar, el innovador concepto de beach club CAPE NAO y el magnífico servicio The Level son solo algunas de las maravillas que te esperan en este hotel ubicado en la idílica isla de Menorca.

CAPE NAO
BEACH CLUB

Información y Reservas:
902 100 763
melia.com

MELIÃ REWARDS

AGUA,
Donde todo empezó

Desde la serenidad de piezas artesanales, hasta los motores más potentes que no contaminan y la joyas y cosmética que nos visten de dentro afuera

17. Reloj TAG HEUER Fórmula 1 : (1.300€) 18. Anillo AQUAZZURA a (375€) 19. Ampollas de AVON new Skin Reset Plumping Shots (24.90€) 20. CERÁMICA MADE SPAIN https://eguzkine.com/Aboutguzkine (c.p.v) 21. Perfume VERSACE Dylan Turquoise Pour Femme 50ml (76,95€) 22. Coche MUSTANG Mach-E FORD (precio de partida de 52.400$)

Fundació Foment del Turisme de Menorca

Menorca
Naturaleza en estado puro

Menorca reúne todas las condiciones para disfrutar de unas vacaciones ideales en un entorno que lleva décadas protegiendo el bien más preciado actualmente: una naturaleza bien conservada.

La isla, que es **Reserva de la Biosfera** desde 1993, tiene hábitats diversos (pinares, zonas agrícolas, islotes y grandes acantilados) que acogen variedad de pájaros. Es un entorno perfecto para practicar el avistamiento de aves, el **birdwatching**: el milano real y el águila pescadora se mezclan con garzas y gaviotas en paisajes incomparables.

Los amantes del **senderismo**, pueden recorrer **a pie, en bicicleta o a caballo** el famoso **Camí de Cavalls** (Camino de Caballos). Esta ruta de origen defensivo es una de las muchas que ofrece la isla y brinda la mejor panorámica de la costa en sus 20 etapas señalizadas.

Autor: David Arquimbau

Fundació Foment del Turisme de Menorca

Fundació Foment del Turisme de Menorca

Fundació Foment del Turisme de Menorca

Menorca es también el lugar ideal para practicar **kayak** y hay excursiones para todos: desde principiantes a expertos, ya sea alquilando el kayak o contratando rutas con monitor. Y bajo la superficie del agua, nos espera otro paraíso, el de los **submarinistas:** aguas limpias y cálidas, un fondo marino con praderas de posidonia y grutas espectaculares por descubrir.

EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS

Tras una buena excursión nada mejor que disfrutar de una experiencia gastronómica. Hay propuestas que combinan la visita a explotaciones agrarias donde se elaboran productos tan preciados como el queso de Menorca con catas y demostraciones, talleres culinarios en restaurantes y pastelerías, visita al mercado con un chef...

TURISMO DE ESTRELLAS

Y para acabar el día, Menorca te propone que mires al cielo y... ¡disfrutes de las estrellas! La isla cuenta con los certificados de Destino turístico y **Reserva Starlight**, que asegura la calidad del cielo oscuro. Contemplar la Vía Láctea desde un barco o disfrutar de cielo estrellado en un yacimiento arqueológico de "talaiots" son algunas de las propuestas de astroturismo en la isla.

Con todas estas ofertas, Menorca se ha convertido en un referente del **turismo responsable** y el próximo mes de **octubre** será la sede del **Congreso Nacional de Ecoturismo.**

UNIQUE EXPERIENCES MENORCA illes balears

Islas Baleares Sostenibles

www.menorca.es
www.illessostenibles.travel

LA EXPOSICIÓN
JEAN-DANIEL LORIEUX

AZUL AZUL
AZUL AZUL
AZUL AZUL
AZUL AZUL
AZUL AZUL
AZUL AZUL
AZUL AZUL
AZUL AZUL
AZUL AZUL
AZUL AZUL
AZUL AZUL
AZUL AZUL
AZUL AZUL
AZUL AZUL

Myriam, fashion by Leonard, On the Mermoz, 1986.

Triffie, V de V, Isla Meralda, 1986.

Marie Virginie Dru, Azzaro Parfum, Spanish, 1986.

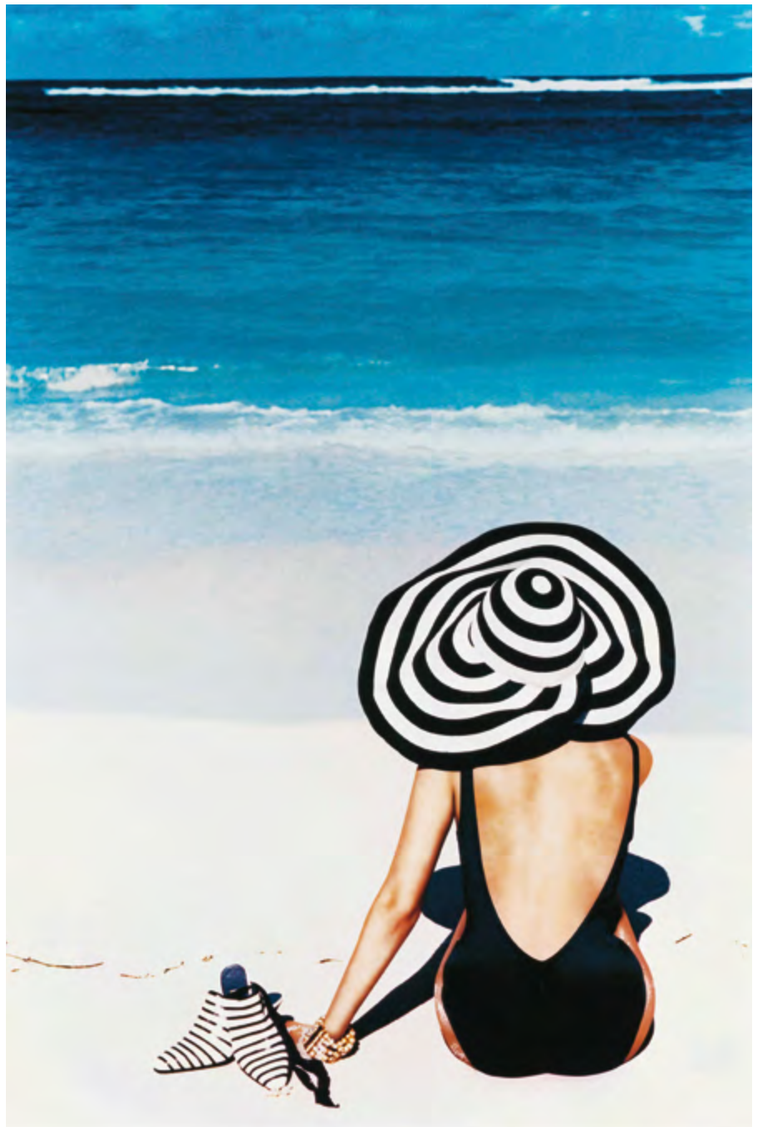
Lucien Pellat Finet, Sunny Von Furstenberg and Jimmy Smith,_Holidays_, Djerba, 1980 ciel bleu.

"Quise mostrar que la vida era feliz, hermosa, y que nunca hubo problemas: buscaba la felicidad"

Olga,fashion by Pierre Cardin, Ragazza pop cover, Rome, 1972.
COUVERTURE Jean-Daniel Lorieux's book SUNSTROKE.

Dior, Royal Palm, Ile Maurice, 2009.

Dior shoes, Tunisie, 1980.



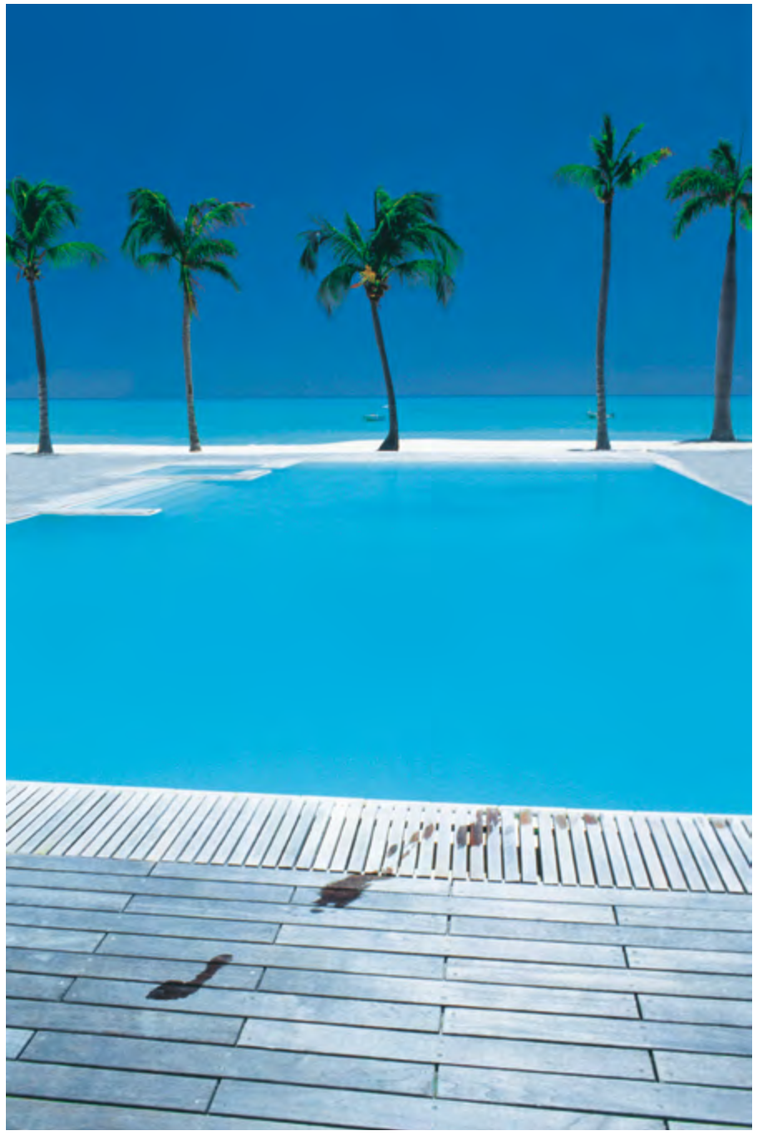
Katherina, fashion by Christian Dior, French Vogue, Ile Maurice, 1996.

Dos mujeres y un pescado, Aria y Gudy 1975 Bahamas.

"Decidí expresar los sueños y la felicidad en imágenes"

Brooke Shields, en el Vasareli de Mónaco, 1979.

Katherina, Hotel Cap Ferrat, 1994.



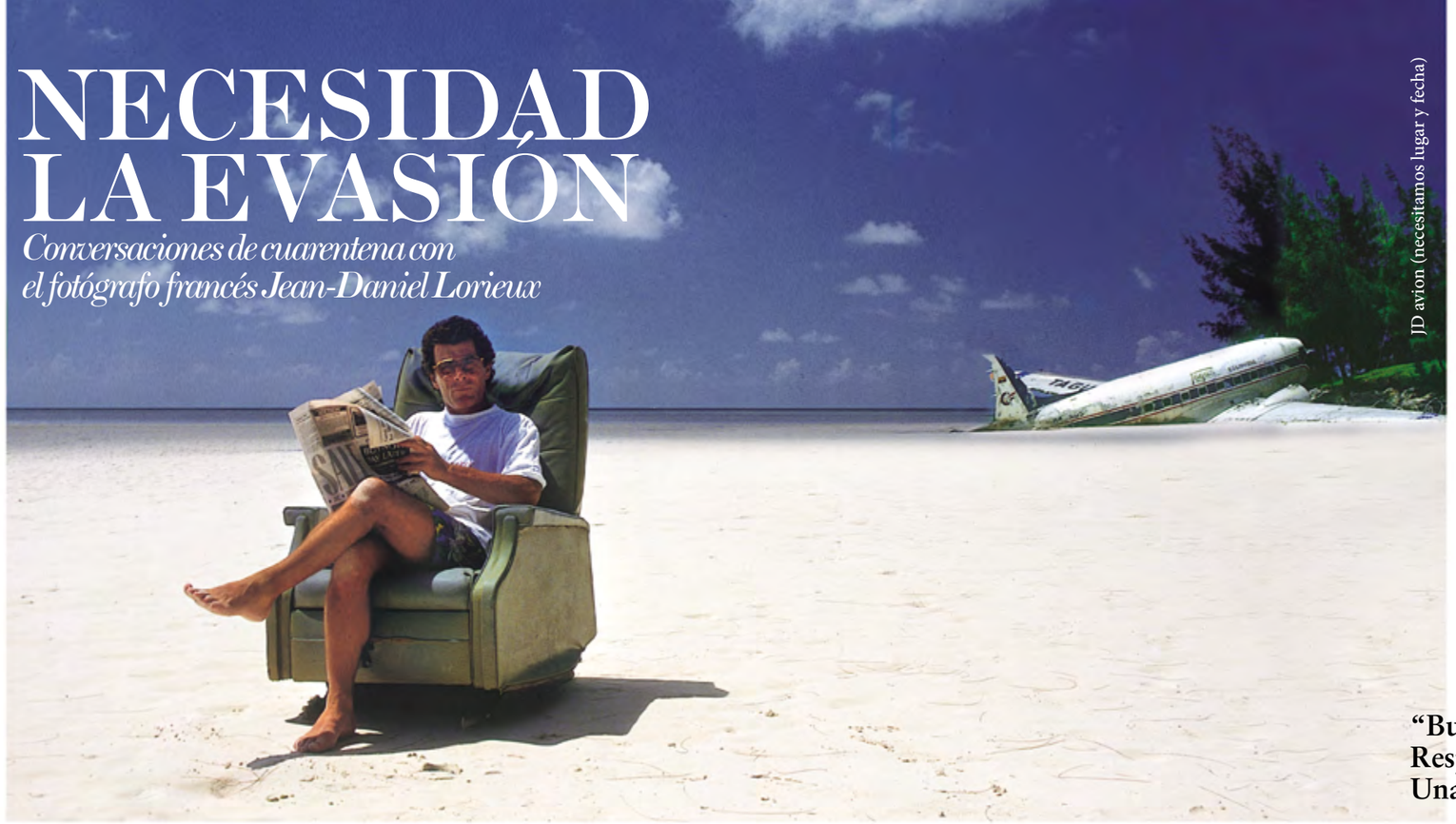
Los pasos de Lady Di, 1991.

Jean-Daniel Lorieux en el agua, por Axel Roumy.

"Ser fotógrafo no es un oficio, es un estilo de vida"

LA NECESIDAD DE LA EVASIÓN

Conversaciones de cuarentena con el fotógrafo francés Jean-Daniel Lorieux



JD avion (necesitamos lugar y fecha)

En marzo de 2020 nos confinaron durante más de 50 días. Aquí es donde comenzó todo. Y es en esta confusión, donde comenzaron largas conversaciones telefónicas con Jean-Daniel Lorieux. Queríamos escapar del encierro, a pesar de la distancia que nos separaba. He aquí algunos de los momentos de estas inspiradoras conversaciones con uno de los fotógrafos franceses más grandes de la moda.

Por Isabelle Levame

"Busco constantemente el Resplandor, el lado solar, Una chispa de luz en la mirada"

Si Jean-Daniel Lorieux fuera una fotografía, veríamos en primer plano un océano azul turquesa posado delicadamente en una isla desierta cubierta de arena blanca, unas palmeras altas y finas agitadas suavemente por un ligero viento. Y una magnífica mujer en un traje de baño de alta costura, claro. Y por qué no, un avión varado. El avión en el que Jean-Daniel había estado unos minutos antes, sin olvidar el sol en el cenit bien fijado en su cielo azul ... Mucho más allá, detrás de las nubes, podemos ver el humo espeso de color gris oscuro disipándose para revelar al otro lado de la orilla, un otro pedazo de tierra, muy distinto… Lleno de fuertes ronroneos, mezcla de edificios antiguos y modernos, el humo de los coches de la ciudad, entre cenas VIPs y las tragedias de la vida. El recuerdo de la guerra entre Francia y Algeria, durante la cual Jean-Daniel fue reportero de guerra durante dos años, el destino de personalidades extraordinarias cuya existencia inmortalizó y compartió momentos inolvidables con ellos.

Cuando no conoces a Jean-Daniel, si te lo encuentras sigilosamente en una cena o en una sesión de fotos de moda, ves a un hombre profesional, adorable y ligero, un poco superficial y siempre dispuesto a hacer una pequeña broma para poner a todo el mundo a gusto. A través de las conversaciones que hemos tenido por teléfono aprendí a conocer a un hombre ligero en la superficie, y profundo a la vez, con muchas historias que contar de las personalidades que ha fotografiado a lo largo de su carera, así como su propia historia.

Jean-Daniel, está rodeado de fieles compañeros, está en un avión, un tren o un barco siempre que puede. Va vestido con unos pantalones blancos, una camisa de lino, y armado con su cámara. Sin olvidar sus gafas de sol. Sigue con discreción las siluetas de sus modelos. Tan variadas como el actor francés Alain Delon, los miembros de la familia de Principesca de Mónaco, Claudia Schiffer, Carla Bruni, Jeanne Seberg (heroína de la película de Jean-Luc Godard "Al final de la Escapada" en el movimiento cinematográfico de la Nouvelle Vague en Francia), la actriz estadounidense Brooke Shields, Sean Connery, Marcello Mastroianni o Isabelle Adjani... Pero después de cada aventura, Jean-Daniel vuelve a Paris, para encontrar siempre sus raíces, su familia.

Lorieux debe estas hermosas fugas a su constante necesidad de escaparse de la realidad, el fotógrafo huye la rutina, busca la felicidad, la belleza, las emociones alegres y la risa… El sol detrás de las tormentas. Muy rápidamente, escapar se convirtió en una necesidad para Jean-Daniel. Para él, los momentos felices solo se pueden apreciar de verdad cuando hemos atravesado pasajes difíciles y los superamos con fuerza, razón por la cual se rodeaba con mayor frecuencia de personas y personas, personalidades asertivas con destinos dignos de novela.

Jean-Daniel se creó su propio destino como fotógrafo

Jean-Daniel nació en 1937, en el seno de una familia acomodada, su padre provenía de una gran familia de ingenieros y dedicó su vida a esta profesión precisa, seria y sin lagunas. Conoce a la madre de Jean-Daniel en una cena en París, y se enamora perdidamente. De esta unión nacerá el pequeño Jean-Daniel y su hermana mayor. Él vive una agradable vida de niño entre Marruecos y Francia, especialmente ilustrado por su madre, a la que dedica una admiración inquebrantable: es una bella mujer muy guapa, rubia de ojos azules, y aficionada a la vida social. Ella posará en particular para la fotógrafa Dora Maar, quien fue musa y amante de Pablo Picasso durante varios años.

Jean-Daniel todavía no sabía que iba a convertirse en un fotógrafo de moda, en unos de los fotógrafos más icónicos de su generación. Una vez con el bachillerato en su bolsillo, Jean-Daniel tuvo la intención de estudiar ingeniería pero se rindió rápidamente, después de dos años. No se ve a sí mismo pasando su vida detrás de un escritorio, quiere aventuras. El cine le extendió los brazos y empezó a estudiar teatro. Aunque quería ser director, también quería sobre todo eliminar su timidez. Este es el inicio de sus encuentros con las figuras del séptimo arte de la época. Y así, se convierte en tercer asistente en platós. Esta vida de acróbata le sienta bien, a veces le gusta quedarse dormido con el resto del equipo de rodaje en el set después del trabajo. Desafortunadamente, la guerra de Argelia empaña el futuro a este joven despreocupado. Y la historia cambia.

De un día a otro, se encuentra captando en su cámara, escenas de sangre en blanco y negro, vidas evaporadas en pocos segundos, enfermedades, bombas... Una guerra cuyo significado nunca ha aceptado, defendiendo internamente la posición de los argelinos pero luchando en el campo francés por deber patrio. Después de más de dos años allí, el fotógrafo finalmente puede recuperar su vida en Francia, pero nunca volverá a ser la misma persona después de lo que vivió. Entonces, el joven Daniel se ha convertido en un hombre. De unos rodajes más a un viaje de varios meses por Italia para la revista Italiana Ragazza Pop, una campaña para el estilista francés Pierre Cardin, Jean-Daniel empieza a vivir la Dolce Vita y hace cada día más fotos. Más y más fotos con modelos y actores de los años 70's, 80's y 90's… En todos los países y para todas las marcas que le llaman. Él va donde puede ir con su cámara a perseguir el sol, el mar azul, las pieles bronceadas y el cielo azul.

Solo hay que mirar sus fotos para entender su estilo de vida ligero y profundo, soleado y artístico. Jean-Daniel sueña su vida y vive sus sueños, se da los medios y cualquier razón para trabajar es buena. Es simple: trabaja en todas partes, todo el tiempo, incluso se adapta a la nueva forma de hacer fotos de los años 2000. "La llegada de lo digital fue una verdadera revolución para la fotografía, tiene cosas buenas. Podemos corregir nuestros errores en el acto, sin tener que tirar una película entera, ajustar la luz... Y luego, hay que saber evolucionar con los tiempos. Pero personalmente, uso película cuando puedo porque hay un grano especial y auténtico que me gusta mucho. Intento dar una interpretación de la vida, como sueño del cielo, del mar, de las mujeres… Como sueño de la manera de poner una persona en un paisaje".

Fue por casualidad que Jean-Daniel se convirtió en fotógrafo de moda. En el transcurso de nuestras charlas, me leyó esta frase extraída de un texto que escribió en un papel una noche cuando regresaba de una cena en París: "Tener sed de vida y beberla ... Contactos, encuentros particulares, personas extraordinarias, las que te hacen soñar, a las que admiramos". Desde 1965 y hasta ahora, Jean-Daniel ha tomado miles de fotos de moda con su equipo, imágenes de una viva sobriedad, salpicadas de grano que hace pensar en la arena de las playas por las que pasa (Bahamas, Túnez, Filipinas…). Participa en

Jean-Daniel con Brooke Shields

"Cuando la gente entraba en la cabina de maquillaje, podían ver ese tronco sin saber lo que era exactamente... Luego iban a la terraza y veían el árbol que sobresalía del techo"

otras campañas de Pierre Cardin, Céline, Dior… Para revistas francesas y americanas como Vogue, Marie Claire, Paris Match, Madame Figaro… No hay duda de que camina junto a los fotógrafos más reconocidos de su tiempo: Helmut Newton, Peter Lindberg, Patrick Demarchelier, Richard Avedon. Son treinta años que describe como un sueño donde constantemente persigue su objetivo: la luz. Cuando finalmente le pregunto qué significa la belleza para él, responde: "Una mirada, los ojos de una persona ... Busco constantemente el resplandor, el lado solar de las personas que fotografío, una chispa de luz en la mirada".

Una parentesis esencial sobre el planeta

A lo largo de todas nuestras conversaciones, creo que por el contexto de la cuarentena y porque es un tema que me interesa y que valoro, le pregunto si alguna vez ha reflexionado sobre la polución del medio ambiente, y me contesta eso que quiero compartir aquí:

"Es horrible (la polución del planeta). Desafortunadamente, la gente de nuestra generación, no estábamos tan preocupados con eso. Mi hija que tiene 17 años no come carne, solo come semillas, etc, no deja correr el agua. Dice que hemos contaminado y destruido el planeta. Así que ahora tengo un poco más de cuidado. Después de la Segunda Guerra Mundial y la guerra de Argelia, no pensamos que íbamos a destruir el planeta de otra manera.

Siempre he admirado la naturaleza. Cuando tuve la felicidad y el inmenso placer de comprar esta casa en París, había un pequeño jardín al final del patio. Y en el jardín había un gran roble que debía de tener 150 o 200 años y mientras yo estaba construyendo un estudio fotográfico y el tronco del roble ocupaba espacio en un rincón cerca de una pared. Y se hablaba de cortarlo… Pero dije: este árbol no puede ser… Y finalmente hice la cabina de maquillaje alrededor de este árbol, como tenía una altura de 12 metros y el techo tenía cinco metros de alto, el roble sobresalía del techo con un junta de goma a su alrededor para que se moviera ligeramente y el árbol estuviera en la cabina de maquillaje. Así, cuando la gente entraba en la cabina de maquillaje, podían ver ese tronco sin saber lo que era exactamente... Luego fueron a la terraza y vieron el árbol que sobresalía del techo...

Y recuerdo al actor Laurent Terzieff, que cuando llegó, estaba con los brazos alrededor de este roble y se comunicaba con él. Mucha gente dice que se comunica con los árboles, que se puede hablar con ellos. Y estos amigos, incluido Laurent Terzieff, un actor extraordinario de origen ruso en el fondo se pegaba al árbol con su cuerpo y sus brazos, como la gente que abraza cuando se ama. Y se quedaba hablando con el árbol...
Entonces, tal vez el árbol me ha protegido y me está protegiendo. No sé si las personas que compraron mi casa continuaron o no…".

Érase un DANDY Ante el mar (y tras la cámara)

Jean-Daniel con Helmunt Newton

La historia de Jean-Daniel se podría contar como una ópera en tres actos y con un final feliz. Empezó como reportero de guerra mientras hacía el servicio militar francés, en Algeria. Allí vivió el horror, la muerte, las alarmas, los tiros, y el blanco y negro de un pasado que hoy en día lo recordamos con ese color pero que mientras sucedió ante sus ojos tuvo todos los colores. Y es ante el escenario bélico como se logra entender la obra de este fotógrafo francés que viró su vida al escenario más opuesto a una guerra: la moda, las largas playas bañadas por océanos azules, las modelos, la belleza, y el color en todos sus estados, con la luz siempre presente. En una palabra: la paz. Cambió los disparos en la guerra por los disparos a su cámara. Y el blanco y negro por el color. Y todo, empujado por Diana Vreeland, que se fijó en su talento y le mandó a Marruecos y Mykonos para hacer una producción para Vogue USA. Y entre medias de todo esto: el cine. Realizó varios trabajos con distintos directores y actores, donde educó el ojo y los sentidos para estar tras las cámaras inmortalizando sus sueños y paraísos estéticos.
La fotografía de Lorieux es una oda a la naturaleza con la belleza del ser humano y la moda en esos inmensos escenarios salpicados por el azul del cielo y del mar. Lo hizo en un tiempo en el que no estaba de moda la defensa a ultranza de la naturaleza y el bienestar del planeta, pero de manera inconsciente supo captar la belleza de algo que hemos de mantener. Tampoco estaba de moda en sus comienzos el color, pero se adelantó en esa explosión que hoy nos lleva a pensar que la felicidad siempre es a color. Y sus fotos son hoy el mejor alegato para concienciar sobre la defensa de este escenario que está presente en una parte importante de las fotos de su carrera. Su corazón está en París, pero el objetivo, siempre alrededor del mundo, captando los escenarios más relajantes del planeta, en hoteles o resorts de lujo con playas kilométricas de arena virgen y aguas que son de todos los azules posibles.
Jean-Daniel se define como un tímido que necesitaba cambiar, y fue tras la cámara como logró hablar a través de sus fotos, de las formas, los escenarios y los colores. Sin necesidad de palabras construyó un lenguaje propio y estético que hoy en día es el pretexto para un discurso ético. A Jean-Daniel le gusta meterse en el mar hasta en traje, fotografiar y seguir buscando el elixir de la felicidad y los sueños a través de bellas mujeres que caminan por la orilla, con bolso de Hermès o la silueta alegórica de un inmenso pez marino. Pero también con la sensualidad del viento, captada en alguna de sus instantáneas más icónicas, donde entre el mar y la cámara está Lorieux, gafas de sol y unas gotas de perfume. Siempre el glamour, siempre la vida misma ante sus ojos. Compartió tertulias y amistad con Helmunt Newton (en la foto que ilustra este artículo), al que define como un hombre con "un carácter extraordinario y con quien compartía el estilo de mujer y fotografía". Pero también tiene otros referentes que conoció: Andy Warhol (al que visitó en su estudio de Nueva York), Richard Avedon o Guy Bourdin.
Lorieux es un dandy de la fotografía, busca la perfección en sus instantáneas y sostiene que "el espíritu de creación es la forma más alta de contradicción". Ha estado rodeado de artistas, y ante su objetivo han posado algunas de las estrellas más mediáticas del siglo XX, desde Mick Jagger (al que fotografió cuando actuó por primera vez en el Olympia de París) a Claudia Schiffer, pasando por Carla Bruni, Frank Sinatra o Brooke Shields. Pero también personajes de la vida pública como Jacques Chirac, Nelson Mandela o Estefanía de Mónaco. Su portfolio podría ser una larga lista de nombres en negrita que podría hacer enloquecer a los más mitómanos del S.XX. La belleza enloquece, y sus fotografías son el resultado de una vida entregada a una pasión. Y hay pasiones que hay que celebrar y exponer, por eso estamos aquí reivindicando la figura de un grande que está entre nosotros, y que nos ha hablado de belleza y conciencia con el mejor de sus talentos: la fotografía.

Por Bertie Espinosa Grau
Comisario de la exposición

Pantalón Guess
Top All Sisters
Reloj TAG Heuer Aquaracer Professional 300 Calibre 5 Automatic.
Esfera lacada en color plateado (2.650€)

Almudena Fernández

La top model se funde y se confunde con el mar y los océanos en la edición más "azul" en un momento en el que la moda y el arte miran por la defensa de los océanos. Almudena Fernández dialoga con **KATALINA MIKHAILOVA** sobre su proyecto más emotivo, **KIND SURF**, en donde sostenibilidad y solidaridad se aúnan en un mismo camino, y reflexiona sobre la industria efímera de la moda.

FOTOGRAFÍA JUAN CARLOS VEGA

Bañador Now Then
Reloj TAG Heuer Aquaracer 300 Calibre 5 Automatic.
Esfera negra cepillada con efecto rayos de sol (2.850€)

Bañador All Sisters
Reloj TAG Heuer Aquaracer Professional 300 Calibre 5 Automatic.
Esfera lacada en color plateado (2.650€)

Pantalón Levi's
Reloj TAG Heuer Aquaracer Professional 300 Calibre 5 Automatic.
Esfera negra (2.850€)

Top All Sisters
Reloj TAG Heuer Aquaracer Professional 300 Calibre 5 Automatic.
Esfera lacada en color plateado (2.650€)
Maquillaje Dior Makeup

Vestido Desigual
Reloj TAG Heuer Aquaracer Professional 300 Calibre 5 Automatic.
Esfera blanca (2.650€)

> “La moda se ha democratizado: es mucho más inclusiva, ya no apuesta solo por la belleza clásica sino por el ser diferente”

Mar y Belleza con causa

“La naturaleza es la parte exterior de nuestro interior más íntimo”. Almudena Fernández (Benavente, 43 años) hace poesía con su cuerpo ante la cámara de Juan Carlos Vega en un -todavía- gélido agua de Menorca, en Cala Galdana, un rincón tan mágico como inesperado. “Somos naturaleza y cuando más respetamos y estamos en armonía con *Ella*, más cerca estaremos de encontrar la felicidad”, prosigue explicando.

Almudena es una de las top model más raciales y genuinas de las que podemos presumir. Más de dos largas décadas le han servido para posicionarse como un icono de la belleza a la que han sucumbido fotógrafos desde Steven Meisel, pasando por Michael Thompson, Mario Testino o Ruven Afanador, entre una infinita lista de nombres, algunos más conocidos que otros. Ha realizado Campañas para firmas como Hermès, Carolina Herrera, Cartier, Givenchy, Carrera y Carrera entre otras tantas. Esta brillante trayectoria le ha forjado una personalidad, en lo profesional, basada en la disciplina, el perfeccionismo, la elegancia y la educación.

La mascarilla aumenta la fuerza de su mirada: unos rasgados y felinos ojos, que transmiten calidez y sensibilidad. En el avión conversamos sobre la vida, el amor y las casualidades. Nos recibe la comandante Nuria Rodríguez Vegue de Iberia, para volar de Madrid a Menorca, a escasos días del cierre. Sube una pequeña maleta a bordo que recuerda que la sostenibilidad también refleja que reduzcamos las cantidades pero aumentemos las calidades. En su brazo izquierdo, un enorme Vuitton. A duras penas se quita la mascarilla para ingerir un delicado trago de agua. Del agua venimos y al agua nos dirigimos. Nos esperan 3 divertidas jornadas en un paraíso, casi adoptadas por el equipo de Meliá Cala Galdana, en el que entre danza, medusas y gotas de vinos, hemos buscado y captado la belleza con causa.

“El mar es el medio natural que me permite *conectar* y ayudar a los demás”, confiesa. Y es que su penúltimo gran desfile podría ser desde el podium de la solidaridad y sostenibilidad: KIND SURF, una ONG que nace en 2012: “hace 9 años decidí aunar mi pasión por el mar y el surf como herramienta terapéutica para mejorar el día a día de niños y niñas en riesgo de exclusión social” (Página 62). Toma inspiración en su colaboración durante una década en Nueva York con dos organizaciones de carácter medioambiental, The Climate Project y Oceana.

En la vanguardia de la ética social y sostenible, la modelo está haciendo historia, y asegura que en KIND SURF insisten en la importancia de educar desde la infancia a respetar el medio natural, realizando programas de educación medioambiental y talleres de limpieza de playas de plásticos. “En mi día a día, a parte de colaborar como Embajadora de Oceana para la protección de los Océanos y con el programa de Water Lover de Biotherm, intento que mis hábitos diarios repercutan de forma positiva con el entorno social y natural, porque el ecoactivismo significa responsabilidad y es la mejor herencia para dejar a las nuevas generaciones”, explica.

Desde diciembre ya sabíamos que la portada del número especial océanos de FEARLESS® tenía que ser Almudena. No había duda ni alternativa. Raquel Díez, desde TAG Heuer así lo recomendó, y a nosotros no nos podía encantar más la idea. Almudena en un mar. Almudena frente al mar. Almudena desnudándose al mar, y desnudando su alma para encontrar un diálogo entre la vida y la naturaleza. Ahora conforma la ‘familia TAG Heuer’: “es un orgullo formar parte de esta gran familia donde disfrutamos y compartimos experiencias increíbles con muy buena energía”, confiesa. “El tiempo no se puede retener, por lo tanto hay que centrarse en darle el mejor uso, para conseguir retos que aporten y nos hagan disfrutar y crecer”, reflexiona.

Es tal su amor por la naturaleza que es vegetariana desde hace 12 años, algo que forma parte de su estilo de vida: “tiene que existir una relación directa entre el respeto al medio natural y a los seres que lo habitan, por eso intento no comer animales y decantarme por una alimentación sana, preferiblemente de cultivo ecológico”.

Entre toma y toma revisa todas las imágenes con atención. Sabe cuál es su lado bueno para cada instante. En juego de miradas con el fotógrafo, baila entre aguas frente a la cámara que inmortaliza cada segundo de su arte. Almudena es belleza innata, sencillez, cercanía, humildad y valores. Almudena es el mar en la tierra y es la eternidad del tiempo detenido en la esfera de un reloj que marca las 10 y 10, y que recuerda que detener el tiempo es otra manera de avanzar.

¿Cómo ha evolucionado la industria de la moda desde tus comienzos hasta los tiempos actuales?
Más que evolucionar, se ha transformado y adaptado a los nuevos tiempos, a la inmediatez, a utilizar las redes sociales como plataforma de exposición y venta haciendo que el consumo como las producciones sean más rápidas y efímeras, por lo que ahora la carrera de modelo no consiga consolidarse por esta misma razón.
También es justo destacar el lado positivo ya que la moda se ha democratizado: es mucho más inclusiva, ya no apuesta solo por la belleza clásica sino por el ser diferente y encontrando ahí la belleza y también una tendencia a destacar por una mayor concienciación medioambiental a la hora de producción, distribución y elección de los materiales.

Bañador All Sisters
Reloj TAG Heuer Aquaracer Professional 300 Calibre 5 Automatic.
Esfera blanca (2.650€)

Bañador All Sisters
Reloj TAG Heuer Aquaracer Professional 300 Calibre 5 Automatic.
Esfera negra cepillada con efecto rayos de sol (2.850€)
Almudena posa en la piscina Infinity pool del Hotel Meliá
Cala Galdana en Menorca

¿Recuerdas tus comienzos?
Fue muy random (Almudena ríe). Con una amiga del instituto decidimos enviar unas fotos caseras a un concurso que realizaba la revista Elle, `Super Model of the World´ que organizaban junto con la agencia Ford y recibí una carta que me habían seleccionado entre otras 14 chicas. Fuí finalista y la scouter internacional, me abrió las puertas de la agencia Ford de NY.
Entonces no existía Instagram… Tú desde tu perfil (@almudenanyc) interactúas mucho con tus seguidores y cuidas mucho tu imagen.

¿Qué importancia le das a las redes sociales?
Instagram es para mí una herramienta de trabajo que ofrece una exposición enorme, muy global e inmediata. Hacer un buen uso de ella puede ofrecerte muchas posibilidades.

¿Qué es para ti la Belleza?
La armonía y equilibrio entre tu yo interior (lo que piensas) y el que reflejas de modo exterior (lo que haces). Es la elegancia de la sencillez y la coherencia.

¿Cuáles son tus valores?
El vivir a tope el día a día, poniéndole pasión a los proyectos en los que me involucro, siendo agradecida por lo que tengo, ayudando todo lo que puedo sin ceder ante la presión #dontcrackunderpressure .

¿Crees que Occidente está abocado a una crisis de valores, en donde la inmediatez prima sobre lo infinito, y el ego sobre la mentalidad de apoyo social?
Me gustaría responderte que no, pero tu pregunta define bien el momento actual en que nos encontramos como sociedad. Pero tengo que añadir que personalmente intento no dejarme arrastrar y desmarcarme de esta corriente, con acciones diarias y proyectos solidarios, el respeto al trabajo bien hecho y aportando valor a nuestro entorno social y natural

La revista se llama FEARLESS®**, valiente en inglés, ¿cuál ha sido el mayor miedo al que te has enfrentado?**
Si te soy sincera, no guardo ningún miedo profundo en mi memoria. Sí retos a los que me he tenido que enfrentar y que me han servido para poder superarme y seguir creciendo.
Como bien dice el nombre de la revista, hay que ser valiente.

¿Hacia dónde te diriges?
Me gusta pensar que hacia la felicidad, a seguir marcándome metas y enfrentarme a retos para seguir creciendo y si a la vez puedo ayudar en el camino, misión cumplida.

ESTILISMO NOELIA VILLAVERDE
AYUDANTE DE ESTILISMO Mª TERESA HAERING PORTOLÉS
MAQUILLAJE & PELUQUERÍA MARA FERVI x DIOR MAKEUP
AGRADECIMIENTOS: TURISMO MENORCA
& HOTEL MELIÁ CALA GALDANA

KIND SURF

LA ONG SOCIOAMBIENTAL DE ALMUDENA FERNÁNDEZ

El surf terapéutico y la educación medioambiental son las herramientas de KIND SURF de inclusión para mejorar la calidad de vida de niños y niñas en riesgo de exclusión social. Sus jornadas solidarias consisten en limpieza de playas y talleres medioambientales, previos a la actividad de surf terapéutico.

Beneficios del Surf Terapéutico
El surf es una terapia real, donde se aprecian avances a nivel cognitivo y emocional, disminuyendo el estrés, provocando la relajación mental, agudizando los sentidos y aumentando la autoestima y la felicidad del participante.

Programas activos con 2 sedes
Con sedes en Zarautz (Shelter Surf) y Valencia (Mediterranean Surf), los programas consisten en la formación de voluntariado así como el desarrollo de actividades de surf terapéutico semanales durante 6 meses al año. Todo con el objetivo de alcanzar un impacto real en la mejora de la calidad de vida de l@s becad@s y sus familias.
Además, destaca el programa Touring, que consisten en jornadas solidarias de surf terapéutico durante los meses de primavera y verano, visitando puntos de toda la costa española.El objetivo es concienciar y promover estas actividades solidarias y terapéuticas entre asociaciones y escuelas de surf locales.

KIND SURF
BRING HAPPINESS

Más información en
kindsurf.org
@kind_surf

¡COLABORA!

FOTOGRAFÍA DE ALMUDENA: Inma Fiuz
FOTOGRAFÍA ANGEL RUIZ

FEARLESS Woman®

FOTOGRAFÍADA POR Juan Carlos Vega EN GIJÓN, RESPONDE A Paco Soto - MUAH SORAYA
ZONCAL x ELITE PROFESIONAL - Vestuario de neopreno DEEPLY

LUCÍA MARTIÑO

"Cada vez que veo una playa con plásticos, basura, siento la necesidad de cogerlos inmediatamente"

68.
Úrsula Mejía Melgar,
DIRECTORA DE MARKETING
DE SUR DE EUROPA DE DIAGEO

69.
Carolina Isidro,
CEO DE LAS BODEGAS
BARCOLOBO

LUCÍA MARTIÑO

LA GIJONESA REINA DEL SURF

FOTOGRAFÍA JUAN CARLOS VEGA
TEXTO PACO SOTO & Mª TERESA HAERING PORTOLÉS

"Pienso que si todos hiciéramos pequeños gestos, esto ayudaría a la conservación de los océanos"

A los once años fue la primera vez que probó el surf, desde pequeña fue muy deportista y le encantaba estar activa. Practicaba muchos deportes pero el surf le gustó desde el primer día. La sensación de deslizarse en las olas y la adrenalina que le producía no la había sentido con los otros deportes. En sus propias palabras: "Tener el mar al lado de casa me ayudó de manera que podía practicarlo casi a diario al salir de clase y por supuesto los fines de semana. Tengo la suerte de vivir a un minuto de la playa y durante los meses de invierno puedo ir cambiada con el neopreno de casa y así pasar menos frío ... Gijón es una buena ciudad para practicar surf y entrenar".

Lucía Martiño tiene gran palmarés: campeona de España varias veces, Billabong Sopelana en 2011. Primer puesto en Airwalk Lacanau ProJunior (Francia) en 2014. Tercer puesto en Franito ProJunior en 2014, entre otros, pero sigue teniendo metas:

"Después de más de un año sin campeonatos del circuito mundial, tendré el primero en Europa a finales de Mayo en Portugal. Este año el circuito ha cambiado y solamente competiremos a nivel regional (Europa) durante la primera mitad del año y las 8 mejores del ranking se clasificarán para competir en tres eventos a nivel internacional. Mi objetivo es el de estar entre esas 8 europeas".

La deportista tiene un entrenador personal para la parte física y a nivel técnico de surf dependiendo de en qué lugar se encuentra va entrenando con entrenadores profesionales, tal y como explica: "es bueno cambiar ya que cada entrenador verá diferentes fallos técnicos y cada uno te dirá cómo poder mejorarlos".
Si está en casa entrena 5 días físico a la semana e intenta surfear 1 o 2 veces al día (3h diarias aproximadamente). Siempre depende del clima y de las condiciones de las olas: "Cuando me voy de viaje suelo pasar más horas en el agua (entre 4 y 6 al ia y hago entrenamientos físicos más cortos que me envía mi entrenador para hacer con poco material".

Todos los apoyos que ha recibido hasta ahora desde que he empezado han sido de marcas privadas. Está muy agradecida a todas las empresas que la han apoyado durante mi carrera deportiva ya que sin ellas no sería posible cumplir su sueño de viajar y competir.

Es muy activa en redes sociales y las lleva personalmente. Le lleva bastante tiempo pero le gusta y lo considera parte de su trabajo. Además de surfear, también sacas tiempo para estudiar ya que siempre fue buena estudiante y para mi la preparación profesional es muy importante: "He terminado la universidad y soy graduada en Administración y Dirección de Empresas. Me gustaría poder trabajar en un futuro en algo relacionado con el deporte".

En la World Surf League femenina, el ranking de los pocos campeonatos que pudo hacer el año pasado computa con el de la primera mitad de este año . En Europa está en el quinto puesto del ranking.

Respecto a las diferencias entre las categorías, nos comenta: "cada vez el surf femenino es más similar al masculino. Hay muchas chicas que ya surfean al nivel de los hombres".

El día 8 de junio se celebra el día mundial de los océanos; una mujer como ella que se ha recorrido el mundo con su tabla para surfear, tiene mucho que decir en defensa de la conservación y mejora de los mismos: "Siento una gran responsabilidad por la conservación de los océanos. El mar para mí es muy importante y forma parte de mi día a día, sin él no podría vivir. Cada vez que veo una playa con plásticos, basura, siento la necesidad de cogerlos inmediatamente, si estoy en el agua y veo un plástico flotando me lo meto en el neopreno para tirarlo a un contenedor al salir del agua. Pienso que si todos hiciéramos estos pequeños gestos, ayudaría mucho a la conservación y mejora de los océanos que son tan importantes para el medioambiente".
Le pone triste pensar que todavía hay personas que tiran su basura al mar: "Me parece muy importante la concienciación desde muy pequeños del cuidado del mar y de las playas".

"Cada vez el surf femenino es más similar al masculino. Hay muchas chicas que ya surfean al nivel de los hombres"

Ellas: MUJERES DIRECTIVAS

En el sector de los destilados

Úrsula Mejía-Melgar

DIRECTORA DE MARKETING DE DIAGEO
EN EL SUR DE EUROPA

Sobre la igualdad de la mujer en altos cargos de dirección
Es un hecho que todavía existe un 'techo de cristal' que hace que exista un desequilibrio entre el número de mujeres y hombres en puestos de responsabilidad. Según los estudios el número de directivas en españa es de un 34%, una cifra que baja hasta el 25% cuando se habla del número de consejeras delegadas.

Diageo es una compañía líder en inclusión y diversidad y entre otras muchas políticas está la mejora de la representación de mujeres en todos los niveles, de hecho hemos sido reconocidos como la empresa número uno a nivel mundial en materia de igualdad de género. Actualmente, más del 50% del consejo de administración son mujeres.
Pero es cierto que para poder llevar a cabo estos cambios es necesaria una política adecuada de conciliación. En nuestra compañía se aplica una ambiciosa normativa de baja por maternidad, que ofrece a todas las empleadas del mundo seis meses de baja totalmente remunerados y ofrece el mismo beneficio a los hombres en la mayoría de los países en los que estamos presentes. Para celebrar, compartir y agradecer todo lo bueno que la vida nos da".

Sobre la sostenibilidad entre los espirituosos
Diageo society 2030: spirit of progress. Se trata de nuestro plan de acción en sostenibilidad a 10 años, con 25 ambiciosos objetivos que están alineados con los objetivos de desarrollo sostenible de las naciones unidas, para ayudar a crear un mundo más inclusivo y sostenible. Este programa nos desafiará aún más para lograr un impacto positivo durante esta década crítica hasta 2030, cumpliendo nuestro compromiso de: promover el consumo responsable del alcohol; defender la inclusión y la diversidad; preservar los recursos naturales de los que depende nuestro éxito a largo plazo; y hacer una contribución positiva a las comunidades en las que vivimos, trabajamos, nos abastecemos y vendemos".

FOTOGRAFÍA CUCO CUERVO

En el sector de los fermentados

Carolina Isidro

CEO DE LAS BODEGAS BARCOLOBO

Sobre la igualdad de la mujer en altos cargos de dirección
"A día de hoy en la bodega barcolobo somos el 40% mujeres, un porcentaje que sigue siendo alto en esta industria. Generalmente tratamos con hombres de otras bodegas, distribuidores, clientes… pero cada vez van apareciendo más mujeres en el sector, y vamos aportando nuestro granito de arena para que cada vez sea más igualitario. Con la situación que nos ha tocado vivir, las nuevas tecnologías nos están ayudando mucho con el teletrabajo, y eso hace que para poder conciliar nos sea más fácil y eficiente a todas. Mi claro ejemplo es que estoy embarazada, y el teletrabajo me está facilitando la vida para poder acudir a mis citas médicas y poder seguir trabajando ya adaptando mis horarios".

Sobre la sostenibilidad entre los fermentados
"Estamos buscando certificarnos como vino ecológico, y para ello vamos a dejar de utilizar productos fitosanitarios que dejan residuos en la viña, y empezar a buscar la sanidad de la planta utilizando agua ozonizada. Esta agua tiene una concentración mayor de oxígeno, lo que ayuda a que las plantas crezcan más saludables, con más clorofila y más rápido".

Javier Goyeneche

FOTOGRAFÍA OLGA NATALIA ALCARAZ AYUDANTE FOTOGRAFÍA SILVIA KAL

“No hay fortuna en el mundo para ser capaces de extraer todo el plástico que hay en el mar”

ECOALF es un imperio de la moda sostenible. Nos recibe el empresario que ha creado un nuevo concepto de industria textil. Somos conscientes de que quizás estemos ante el Amancio Ortega de la ropa y complementos sostenibles con una conciencia medioambiental sin igual.

Javier Goyeneche muestra una conciencia medioambiental extraordinaria dentro del mundo de la moda: “Somos ciento cincuenta mil personas más al día, vamos a ser dos billones más para el 2050, no hay suficientes bosques, no hay suficiente agua y no hay suficientes vertederos para seguir tirando todo lo que estamos consumiendo de una forma tan descontrolada”. Esta conciencia medioambiental se materializa en acciones: “En 2009 ya estuve un año buscando y quería dedicarme a la sostenibilidad. Había vendido otra compañía de moda que tenía y estaba buscando un proyecto, una fundación, alguien en España y no lo encontré. Lo que me encontré fue un mundo sostenible muy de protesta pero muy poco de acción. Ahí fue cuando pensé en unir sostenibilidad y moda”. Ecoalf surge en un concepto basado en el reciclaje, una nueva generación en la industria de la moda con la misma calidad y diseño que las mejores marcas no recicladas. Respecto al nombre, acababan de nacer sus hijos Alfredo y Álvaro, y por eso el nombre de Alf, unido a su compromiso con el medioambiente. Javier Goyeneche, considera que es posible apoyar la sostenibilidad desde una marca de ropa. El mundo de la moda es la segunda industria que más contamina el mundo y, en sus palabras, “es la que más poluciona porque está basada en un modelo económico muy marcado por la moda rápida, una moda nueva cada jueves, descuento y promociones”. Nos explica que ese concepto es insostenible.

Nos explica que el mar tiene “el problema de que parece que no depende de nadie y se ha convertido en el gran vertedero mundial donde se calcula que están entrando 8 millones de basura al año”. Respecto al tema de los plásticos, apunta que “el plástico se está convirtiendo en microplástico y se lo están comiendo los peces. En el último estudio sobre ello, uno de cada tres peces tenía microplásticos. No va a haber fortuna en el mundo para ser capaces de extraer todo ese plástico del mar. Ni fortuna ni tecnología”.

“Ya hemos sacado casi 800 toneladas de basura del mar gracias a 3.400 pescadores en España que colaboran con nosotros”

La fundación ECOALF nace en el 2014: “después de muchos años en los que llevábamos reciclando muchas redes de pesca para hacer tejidos, un día hablando con un pescador me dijo que fuera a pescar con él para que fuera consciente de la cantidad de basura que se les quedaba atrapada en las redes cada vez que salían a pescar”. Ahí fue donde decide comenzar un proyecto con los pescadores para ir recogiendo esa basura. Para el empresario, el lujo tiene que ver con la calidad y la artesanía: “El producto más sostenible del mundo es aquel que tú has heredado de tu padre y que él a su vez ha heredado de su abuelo. Ese es el producto más sostenible porque es un producto contrario de lo que funciona ahora. Son productos que duran décadas. Lo menos sostenible es comprar y tirar, que desgraciadamente es un drama”. Nos explica, claramente, la posición de la compañía frente a promociones y ofertas: “Nosotros nunca hacemos campaña Black Friday. Hacemos campaña anti Black Friday. No hacemos promociones. Nuestro almacén nos comentaba que de otras marcas con las que colabora nuestro almacenaje, seis de cada diez artículos en Black Friday eran devueltos. Esto es un drama. Tenemos que empezar a consumir de una forma más responsable”.

Al preguntarle si es posible calidad entendida como lujo y conciencia al mismo tiempo, él piensa que la respuesta es afirmativa pero que “Cuando voy a las universidades conozco gente muy activista pero que quiere seguir comprando cuatro camisetas de cinco euros al mes. Es importante empezar a tomar decisiones y una de las decisiones pasa por comprar menos y mejor”.

Frente a la realidad de que los océanos están repletos de plástico y basura, el empresario aporta soluciones: “Creo que este es un trabajo de todos. Por una parte las empresas. Nosotros como ECOALF decidimos crear la fundación para empezar a sacar la basura de los océanos. Ya hemos sacado casi 800 toneladas de basura gracias a 3.400 pescadores en España que colaboran con nosotros. Empezamos con tres pescadores del puerto de Villajoyosa y ahora son casi 3.400. Ahora lo estamos expandiendo a todo el Mediterráneo. Hemos firmado 14 puertos en Grecia, hemos firmado en

Italia, estamos a punto de firmar 4 en Francia… Ahora mismo debemos de tener unos 56 puertos en el Mediterráneo. El objetivo para el 2025 es trabajar con unos 10.000 pescadores de todo el Mediterráneo en lo que probablemente sería el mayor proyecto de limpieza del Mediterráneo que existe". Este año han extraído 198 toneladas de basura con la Fundación: "Se calcula que está entrando un camión y 16 toneladas cada minuto, por lo que por mucha basura que se extraiga es una carrera contrarreloj. Por eso este año hemos empezado un proyecto muy bonito en colaboración con Biotherm, la compañía de cosmética para limpiar un río de principio a fin porque es por los ríos por donde está saliendo la basura, por la desembocadura del río". Para este proyecto han elegido el río Jarama, 170 kilómetros de río en el que están realizando limpiezas quincenales voluntarias. Limpieza a la que le propongo apuntarnos como equipo de Fearless ya que la idea es brillante y comprometida. Es un proyecto para tres años y llevan alrededor de 3.8 toneladas en 3 meses y luego van a restaurar 40 km de río. "Queremos sacar basura de los océanos, queremos demostrar que con ríos limpios todo esto no estaría entrando y todos los que nos dedicamos a la industria textil sabemos que con nuestros tejidos estamos ensuciando el océano". Nos explica que, cuando se lava una prenda, se está soltando microfilamentos al sistema. Están preparando el lanzamiento del primer filamento que no suelta microfilamentos al sistema, para de esa forma "no sólo limpiar sino dejar de ensuciar".

Javier dedica un 75% de su tiempo a Ecoalf y un 25% a la Fundación. Respecto al futuro se muestra preocupado pero comprometido al mismo tiempo: "En la Fundación tenemos por delante proyectos muy ambiciosos, tanto de seguir sacando esa basura del mar, como proyecto de concienciación. Ahora entramos en un proyecto de educación de cara a colegios muy ambicioso. El año pasado dimos 150 charlas. Dedicamos mucho tiempo pensando en qué planeta vamos a dedicar a nuestros hijos cuando deberíamos estar más preocupados con qué tipo de hijos vamos a dejar al planeta".

"El objetivo para el 2025 es trabajar con unos 10.000 pescadores de todo el Mediterráneo en lo que probablemente sería el mayor proyecto de limpieza del Mediterráneo que existe"

Respecto a la marca Ecoalf y su desarrollo, el objetivo es claro: "Nuestra proyección es internacional y afortunadamente en la actualidad un 62% de las ventas son de fuera de España".

El compromiso como empresario de Javier Goyeneche con los océanos, el medioambiente y el planeta es evidente: "Estamos en un momento crítico. Todo lo que hagamos en los próximos años, va a condicionar mucho lo que pase en el futuro. El futuro está en nuestra mano. No está escrito. Si seguimos destruyendo el planeta a esta velocidad, 2050 pinta mal. Esto es una responsabilidad de todos. Las empresas tenemos mucha responsabilidad y los consumidores tienen mucha más fuerza de lo que se pueden imaginar. Con sus acciones diarias y con lo que ellos apoyan, marcan una señal muy clara a las compañías de por dónde tienen que ir. Los que legislan tienen también que empezar a legislar y actuar al respecto". Ejemplo y trabajo en favor de la Sostenibilidad sin renunciar a la Moda es posible y ECOALF es un ejemplo extraordinario.

Por María Teresa Haering Portolés
Redactora-jefe de FEARLESS®
@teresahaering

FOTOGRAFÍA JOSÉ LUIS SIMÓN

DKV

conciencia y actúa para combatir la CONTAMINACIÓN POR PLÁSTICO

La contaminación por residuos plásticos es uno de los principales problemas medioambientales a los que se enfrenta el planeta. Cada año, una media de ocho millones de toneladas de plástico acaba en los océanos. Para hacernos una idea, el peso de todo este vertido equivale a 800 veces el de la Torre Eiffel, y su superficie tiene el tamaño de 34 islas de Manhattan, según datos de Greenpeace. Solo nuestro mar Mediterráneo alberga el 1% de las aguas del planeta, pero concentra el 7% de los microplásticos.

El Observatorio de salud y medio ambiente **"Contaminación por plásticos"** de DKV y Ecodes agrupa 29 artículos de expertos en los que se explican estos y más datos sobre la gravedad de la situación y medidas y recomendaciones para poder empezar a ser parte de la solución.

Para empezar, se puede hacer con pequeños gestos como: evitar bolsas, botellas, pajitas y envases de plástico, no comprar cosméticos y otros productos con microplásticos, elegir productos hechos con materiales biodegradables, no usar artículos de un solo uso o apoyar campañas de diferentes entidades que piden un uso responsable del plástico y a iniciativas de recogida en nuestro medioambiente.

DKV va mucho más allá de la concienciación y acción contra la contaminación por plásticos. La aseguradora presentó a finales del 2020 **"Planeta Salud"** estrategia contra el cambio climático, con la que quieren llegar a ser la primera aseguradora de España climático-positiva.

Con esa estrategia, DKV se esfuerza por un mundo más saludable y quiere contribuir a lograr una sociedad más saludable y sostenible con productos, servicios e iniciativas que ayuden a las personas a cuidarse en un medioambiente sano, biodiverso, sin tóxicos, ni emisiones contaminantes.

SU VISIÓN

SU MISIÓN

FOTOGRAFÍA DANILO LAURIA© x #WeSeaThrough

Marina Testino

comprometida con el medioambiente

La sobrina del célebre fotógrafo Mario Testino ha fundado *Point Off View*, una firma de moda sostenible en Perú y ha lanzado *SustainableFridays*, una plataforma donde divulga marcas que son respetuosas con el planeta. Posa para Danilo en la campaña #WeSeaThrough en un diálogo entre su cuerpo y la naturaleza

Marina Testino vive desde hace ya unos años entre Nueva York y Londres, aunque parte de su juventud la ha pasado en Barcelona (y aún todavía pasa la mayoría de sus vacaciones en España). De origen español y peruano, España siempre ha formado parte no sólo de su cultura sino también de su inspiración. Su naturaleza, desconocida por muchos, sus colores vibrantes, el dinamismo de la gente, su apertura al mundo, la han inspirado siempre, como nos narra. Todos son elementos que Marina tiene muy presentes en su día a día, tanto a nivel personal como profesional. Ella cree que España aún no ha podido demostrar todo su potencial al mundo, pero cada día ve mayor progreso no solo centrado en la construcción o el turismo, sino también en avances científicos, empresas punteras en tecnología o energías renovables, y en una sociedad abierta y dispuesta siempre a superar cualquier adversidad. Tras licenciarse en *Fashion Marketing por Parsons* en 2017, empezó a trabajar tanto delante como detrás de las cámaras para entender la industria de la moda desde sus diferentes perspectivas.

En 2017, el concepto sostenibilidad parecía una palabra extraña en el diccionario de moda, ya que ni marcas ni consumidores aún habían tomado consciencia del impacto que sus decisiones tenían sobre el medio ambiente y el planeta en general. Marina lo empezó a ver cada vez más, sobre todo con el constante cambio de outfit durante la Fashion Week en NYC. Entendiendo que las marcas deben potenciar su visibilidad en el mercado y este tipo de eventos son claves para su posicionamiento, a ella le hizo reflexionar sobre la necesidad de consumir compulsivamente y qué impacto tenía eso en el medioambiente. De esa reflexión nació su primera campaña #OneDressToImpress a través de la cual vistió durante dos meses el mismo traje rojo para sensibilizar sobre el estigma que tenemos mayoritariamente las mujeres en repetir outfits y sobre todo, impulsar un consumo más consciente. Es solo una cuestión de comprar sabiendo lo que uno quiere y entendiendo que debemos querer nuestros armarios y extender su vida útil para que el impacto de nuestras prendas sea el menor posible en el planeta.

La sobrina de Mario Testino nos cuenta que tanto su tío como su padre, han sido figuras que la han guiado en la industria de la moda y la han aportado una visión global de lo que es la industria a nivel creativo y financiero. Marina trabajando en una beca en la compañía de su tío es cuando se dio cuenta de su pasión por la dirección creativa y el marketing. La moda y la creatividad en general son sectores difíciles, y evidentemente fue una ayuda contar con su apoyo.

Apostar en 2017 para trabajar con marcas sostenibles fue

un riesgo ya que en ese momento la moda no estaba aún preparada, pero decidió seguir su visión y convertirlo en una misión.

Es por ello que la diseñadora está centrada en su trabajo en el marketing online, la dirección creativa y la creación de contenido. No solo trabaja para marcas sino también lleva a cabo trabajo probono para múltiples organizaciones, ya que cree firmemente que uno tiene que ser consistente en sus mensajes y sobre todo, hacer que su labor tenga un impacto positivo en los demás y el planeta. Aparte de su propia marca *Point Off View* ha fundado *SustainableFridays*, una plataforma donde muestras otras marcas que al igual que la suya son respetuosas con el medioambiente.

Ella afirma que es difícil crear conciencia en la sociedad actual para apoyar un desarrollo sostenible en la industria de la moda cuando gran parte de la moda que tenemos en las calles es *fast fashion*. Muchas veces representa un reto. Básicamente porque una gran parte de la sociedad, abrumada por las campañas de marketing de la mayoría de actores dentro de la industria de la moda (las propias marcas, fabricantes, distribuidores, influencers, etc.) siguen potenciando el consumo desmesurado y hacer cambiar a alguien sus costumbres es complicado. Sin embargo, ella es muy positiva porque cada día ve más marcas nuevas y existentes, están cambiando sus modelos de negocio, adaptando la circularidad como pilar y sobre todo luchando por una industria y mundo más sostenible. Cuando fundó *Point Off View* en 2017, creció como una marca de moda que ha ido evolucionando en un *hub* creativo a través del cual desarrolló su trabajo y realizó colaboraciones con marcas, artistas y organizaciones. *Sustainable Fridays* ha sido una iniciativa que comenzó este año al darse cuenta Marina de que muchas marcas que han tenido que serios problemas para poder salir al mercado al ofrecer productos de calidad sostenibles estaban sufriendo al no disponer del marketing dollar necesario para seguir conectadas con sus audiencias por las dificultades de la pandemia.

La creativa nos confiesa que hay muchas personas que considera su inspiración, aunque debe reconocer que la mayor de todas es su padre. Siguiendo sus pasos aprendió sobre la industria de la moda desde todos sus ángulos, sobre el valor del trabajo duro, de la paciencia y persistencia para cumplir los sueños de cada uno y sobre todo para entender que no existen negocios sin misión. Ella dice que uno tiene que perder el miedo y lanzarse, sabiendo que lo que hace viene desde la pasión y la disciplina por ser mejor cada día, adaptándose a los fracasos, celebrando los éxitos pero sobre todo siendo humilde y aprendiendo de todas las personas que tenemos a nuestro alrededor.

“Ya hemos sacado casi 800 toneladas de basura del mar gracias a 3.400 pescadores en España que colaboran con nosotros”

Nos explica que nuestros océanos son el origen y motor de toda la vida del planeta, y están siendo amenazados aunque no lo parezca cuando vayamos a las playa. Una gran parte del problema, además de la pesca de arrastre masiva, es la contaminación. La basura llega al océano a través de mil vías: vertida, bombeadas, derramada, filtrada e incluso lavada, con nuestra ropa. Este último punto fue uno de los elementos motivadores de su campaña #WeSeaThrough que lanzó en 2019 y bajo el paraguas de la cual sigue desarrollando varias iniciativas. El proyecto consistió en analizar el daño que hacen los microplásticos al océano y sobre todo, encontrar soluciones sencillas para evitarlo. Marina colaboró con la *Fundación Ellen MacArthur*, para el desarrollo de esta campaña. Y aprendió que, por ejemplo, en 2050 habrá más plástico en el océano que peces, un dato simple que debería darnos a todos escalofríos, ya que muchos de los frutos del mar terminan en nuestros cuerpos. En el caso de la moda, muchas de las prendas que fabrican con poliéster o nylon desprenden partículas de plástico no solo al
lavarlas sino también al llevarlas puestas, por ejemplo bañadores, que infestan nuestros mares de micropartículas casi imposibles de recoger y que contaminan todo lo que se encuentran por delante. Por este motivo decidió quitarse toda ropa y plásticos por un meses, intentando mostrar la verdad al desnudo de los productos de plástico en nuestras vidas, aportando soluciones tales como evitar el plástico de un solo uso, comprar prendas sostenibles, leer los ingredientes de nuestros productos de belleza, lavarlas con más cuidado... Hay que mirar y leer las etiquetas qué químicos contiene, educarse y ver que al final pequeños cambios que no son tan difíciles pueden tener un gran impacto en nuestro planeta.

Marina nos anima a imaginar el océano desde vuestras casas: cómo os gustaría que fuera y que lo vieran las generaciones futuras. Ella dice que todos queremos playas y mares limpios, pescado sano y una vida en equilibrio. El poder del consumidor puede cambiar las acciones de grandes empresas y marcas a la hora de producir sus productos e introducir la sostenibilidad como pilar real: “todo es cuestión de pequeños pasos, pequeños cambios, que suman positivamente para el futuro del planeta y nuestros océanos”.

Por Olga Nagtalia Alcaraz

El objetivo para el 2025 es trabajar con unos 10.000 pescadores de todo el Mediterráneo en lo que probablemente sería el mayor proyecto de limpieza del Mediterráneo que existe

CLARINS,
en defensa de los mares y océanos

NEOLINE, EL TRANSPORTE MARÍTIMO MÁS RESPETUOSO CON EL MEDIOAMBIENTE

Para Clarins cuidar del planeta supone, ante todo, disminuir el impacto medioambiental de las actividades del grupo. Desde 2020 Clarins ha alcanzado la neutralidad de carbono (en los scopes 1 y 2 y el transporte aéreo). De aquí a 2025 la empresa tiene la intención de reducir un 30% su huella de carbono. Este objetivo requiere un mayor control sobre los recursos y el consumo de energía y crear un ecosistema virtuoso de socios y partes interesadas.

NEOLINE presenta una solución innovadora y única, abierta a todos los cargadores, que permite una reducción del 90% de las emisiones de CO2 ligadas al transporte marítimo transatlántico de mercancías en comparación con un barco convencional del mismo tamaño.

El servicio de transporte marítimo responsable de NEOLINE se basa en la energía eólica limpia y renovable como propulsión principal de sus veleros de carga de 136 metros equipados con 4200 m2 de velamen.

La línea piloto, que partirá desde Saint Nazaire - Montoir de Bretagne (Francia), dará servicio a los puertos de San Pedro y Miquelón, Halifax y Baltimore, al principio con 1 barco y después con 2 barcos en rotación para satisfacer las necesidades de los cargadores y garantizar una salida cada quince días.

El acuerdo firmado se refiere al compromiso de Clarins de reservar el 20% de sus exportaciones a Estados Unidos para su transporte por medio de los veleros de carga de NEOLINE entre Saint-Nazaire – Montoir de Bretagne (Francia) y Baltimore (EEUU) a partir de 2023. Esta primera etapa constituye un paso concreto hacia un transporte marítimo más responsable.

PLASTIC ODYSSEY Y LA VUELTA AL MUNDO A BORDO DE UN BUQUE SOSTENIBLE

Plastic Odyssey es otro de los proyectos de sostenibilidad de Clarins, que tiene como objetivo dar la vuelta al mundo a bordo de un buque, utilizando residuos de plástico como combustible.

Y es que los océanos albergan más de 7000 especies que son vitales para el desarrollo humano, ya que nos proporcionan alimento, trabajo y la mitad del oxígeno que necesita el planeta para sobrevivir. Cada día, se arrojan alrededor de unas 300 toneladas de residuos, por lo tanto esta iniciativa que se va exponer, debe ser un impulso de concienciación social.
Por eso, desde Clarins se ha diseñado un protocolo de defensa de los Océanos.

1. Un barco único, una expedición única
Corresponde a un barco de 25 metros de eslora, propulsado con plásticos y con un objetivo doble: reducir la contaminación y aliviar la pobreza al mismo tiempo.

2. Impacto social y ambiental
En áfrica "la contaminación es la pobreza". Para ello es necesario demostrar que todo tipo de reciclaje tiene una solución económica y rentable; es decir, que se puede llegar a reducir la contaminación y la pobreza al mismo tiempo.

3. Un buque limpio, para un océano limpio
La embarcación está diseñada de la siguiente manera: paneles solares, diseño de un casco eficiente, combustible procedente del plástico (1 kg de plástico, corresponde a 1 litro de combustible) y navegación en rutas eficientes.

4. Expedición y Misión:
Plastic Odyssey, es una organización sin ánimo de lucro y tiene como objetivo en esta misión:
Impulsar el emprendimiento social y crear empleo en todo el mundo. Logrando así la reducción de la contaminación y evitar la pobreza. Todo ello lo resumen en dar a conocer la necesidad de reciclar y en desarrollar el valor de los residuos como un recurso, en este caso, como combustible.

FEARLESS Traveler®

FOTOGRAFÍA FRANCIS PÉREZ

80. Islas Canarias
84. Menorca
90. Cuba

Los océanos de las Islas Canarias, un santuario de vida

Más de 500 especies únicas catalogadas en las aguas del Archipiélago viven gracias a una de las floras marinas más ricas del planeta

LAS ISLAS CANARIAS,
Una oda a la conservación de los océanos y sus especies

Si fotografiamos la Tierra desde el espacio, las Islas son ese santuario en el que se funde y se confunde la vida azul: los océanos y sus especies extraordinarias son el centro de la Tierra

En las Islas Canarias convive la corriente del Atlántico norte con las corrientes marinas del sur del planeta y la corriente propia del Archipiélago, de aguas costeras. Sus múltiples temperaturas crean magia con el cruce de sus aguas saladas que, en vez de fusionarse, "se dibujan" diseñando una curiosa línea en el mar perceptible desde la superficie.

Toda esta riqueza marina de contrastes, hace de las Islas el mejor destino de toda Europa para practicar submarinismo. Y es que en las Islas existen tres Reservas Marinas de Interés Pesquero (en La Palma, El Hierro y La Graciosa) que se protegen, para garantizar la sostenibilidad de los océanos. Océanos que sirven de hogar a especies vitales para garantizar el ciclo de los ecosistemas: las tortugas, el atún o el tiburón, desde hace siglos protegidos con la pesca artesanal. Además, la alta calidad de sus aguas ha conseguido que la Alianza Mundial de Cetáceos haya declarado Patrimonio de Ballenas de Europa la franja marina entre Tenerife y La Gomera, convirtiéndose en uno de los tres lugares del mundo con dicha certificación, conseguida también a causa de la numerosa población de cetáceos documentada que garantiza que la alimentación tenga garantía de nutrientes y sea abundante.

Especies únicas y desconocidas

El ser humano muere sin oxígeno y el 50% del que respira proviene de la flora marina de los océanos, que en las Islas Canarias es también muy importante. El Archipiélago reúne gran número de especies desaparecidas por completo en otros lugares del planeta. Se encuentran en los sebadales del Archipiélago, como se conoce en las Islas a las praderas de plantas marinas de los fondos de las playas doradas de Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura; o en los fondos oscuros, de origen volcánico, de La Palma, La Gomera y El Hierro; así como en los fondos de arena o los fondos abisales de Tenerife.

Oceana, la organización internacional dedicada a la conservación de los océanos, tras la realización de una investigación sobre la biodiversidad de los fondos marinos de las Islas Canarias, ha catalogado más de 500 especies diferentes en esta región. Se califica al Archipiélago como santuario para las rayas y los tiburones, y se han detectado por primera vez en las Islas corales espectaculares, campos de esponjas de cristal y las denominadas chupa-chups azul, el pez armado, el pulpo blanco, la caracola pirámide, la ostra gigante, o el pez reloj (que puede llegar a los 70 años de vida, y que es considerada una de las especies de más difícil reproducción), entre otras.

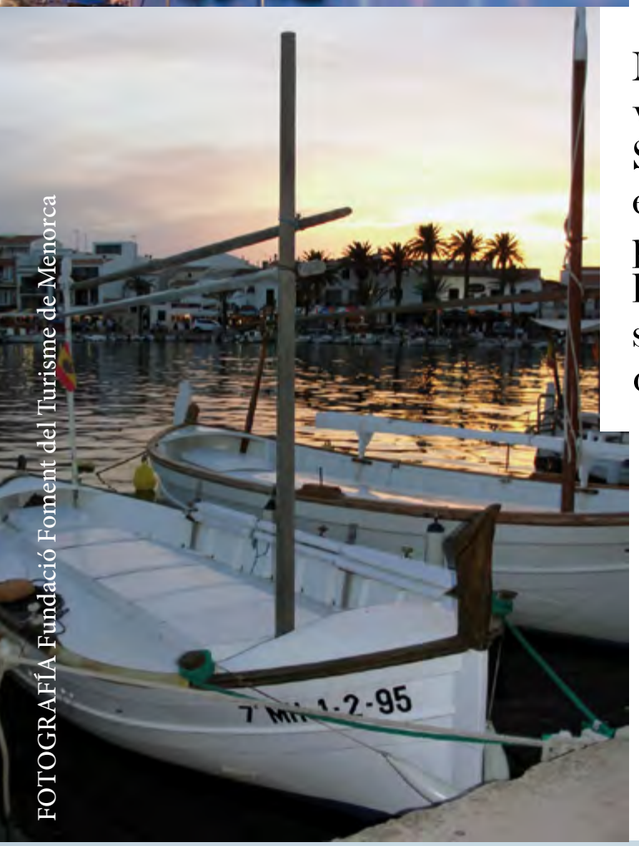
La legendaria pesca artesanal, con la naturaleza marina

Existen yacimientos de antiguos pobladores de Gran Canaria en los que se han encontrado anzuelos de hueso y piedras de tipo esferoide con ranuras, que podrían haber sido utilizados como plomada para la pesca. Artesanía tradicional y puramente manual que se sigue utilizando en la actualidad en la naturaleza marina de las Islas para la pesca de escaso desarrollo tecnológico e industrial, acompañada dicha pesca de una flota pesquera de embarcaciones de pequeñas dimensiones. Muy cerca de la costa para perturbar lo menos posible a las especies marinas, con ello se concluye que el "pescador moderno" está sensibilizado con el compromiso de la protección de los océanos.

FOTOGRAFÍA FRANCIS PÉREZ

8 ISLAS maravillas

El agua es el elemento esencial de Canarias: se ve desde el cielo, y por ello los océanos de las Islas Canarias son un santuario de vida. Sus aguas naturales recuerdan el origen del ser humano en el planeta Tierra. Y bucear en sus mares entre especies únicas es un soneto de paz y vida.



FOTOGRAFÍA Fundació Foment del Turisme de Menorca

En MENORCA *no pasa el tiempo* SE VIVE

Menorca es preciosa. Suave, virgen, humana y luminosa. Sus habitantes han protegido su esencia, su ritmo pausado y su paisaje. Menorca te ofrece ahora la oportunidad de conocerla, de sentirla, de quererla y, después, de extrañarla.

El concepto de lujo sostenible se adapta a la perfección a esta pequeña isla declarada Reserva de Biosfera por la UNESCO. Los pueblos, el campo y la costa son el fiel reflejo de la mediterraneidad más pura, sinónimo de bienestar, paz y buena vida. La llamada, y buscada, sostenibilidad. El movimiento slow se ha convertido en una manera de vivir y Menorca es un excelente destino para la práctica de esta filosofía cada vez más seguida. Menorca es ideal para la práctica del turismo de salud y el turismo contemplativo, es decir, el buen vivir. Sorprende que un territorio tan pequeño concentre tanta diversidad de paisajes y actividades. Las paradisíacas playas de la costa sur contrastan con la fuerza de la costa norte. Un territorio breve pero intenso que invita a conocer sus barrancos, sus playas y acantilados, sus bosques, su campo… Y a vivir sus tradiciones, su cultura, el sabor de su cocina, sus programas de salud, actividades deportivas, ocio al aire libre, tratamientos de belleza, terapias corporales...

www.menorca.es

4 RESTAURANTES QUE NO TE PUEDES PERDER SI VAS A MENORCA

isabella
BEACH CLUB MENORCA

@isabellabeachclub

Restaurante ubicado en una pequeña península rodeada de mar. Podrás cenar con una de las mejores puestas de sol de la isla y vistas panorámicas del mar con el faro de Cavalleria de fondo. Abiertos para cenar y disfrutar del mejor ambiente.

www.isabellamenorca.com

IVETTE

@ivettebeachclub

Terrazas de ensueño con acceso directo a la playa y a las plataformas de baño y comedor abierto con impresionantes ventanales con vistas al mar. Una carta variada de tapas, carnes a la brasa y caldereta de langosta, que podrás degustar para comer o cenar.
El sitio ideal para sentir la esencia del Mediterraneo a ritmo de música Chill out.

www.ivettemenorca.com

FRANCESCA

@francescamenorca

Precioso restaurante de estética Mediterránea ubicado en un espacio privilegiado de Cala Galdana, dentro del barranco y con vistas al mar y a los acantilados. Acceso peatonal a través del bosque, a la playa de Cala Galdana. Al mediodía podrás disfrutar de unos deliciosos arroces y carnes a la brasa y para cenar...también sushi.

www.francescamenorca.com

ENRICANA

@enricanamenorca

Restaurante con amplias terrazas con vistas al mar y cueva propia dentro del local. Elaborada cocina Japonesa (sushi) que también ofrece una amplia oferta de tapas mediterráneas. Abierto para cenar mientras disfrutas de unos increíbles atardeceres en un entorno mágico.

www.enricanamenorca.com

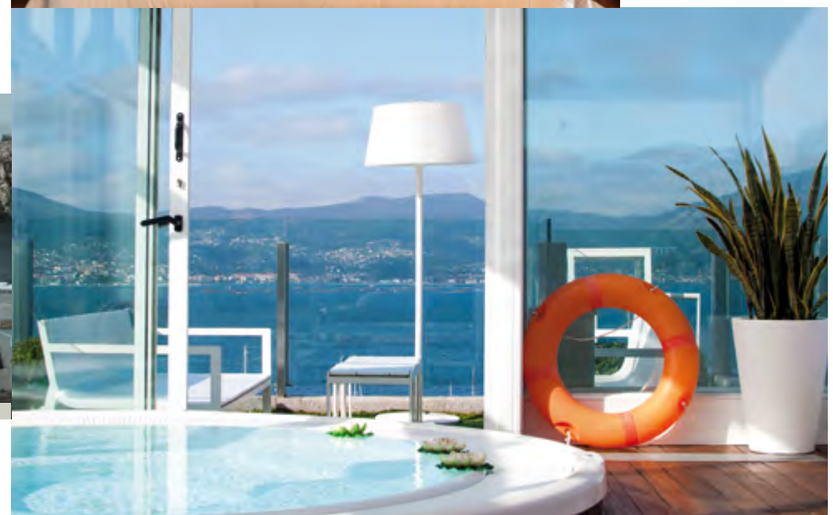
VIGO

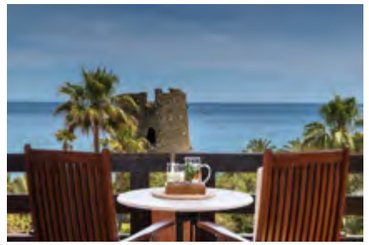
LA MÁGICA LUZ DEL ATLÁNTICO SE CUELA POR LOS GRANDES VENTANALES DEL GRAN HOTEL NAGARI BOUTIQUE & SPA

Aquí, en el corazón noble de Vigo, muy cerca del puerto, tras su imponente fachada histórica, este hotel de líneas clásicas y vanguardistas rinde tributo al bienestar, a la hospitalidad gallega con mayúsculas, a la buena vida. Repleto de detalles. Es un hotel para deleitarse.

El placer de comer se convierte en un descubrimiento de experiencias en su Restaurante Alameda XXI, mientras que en Nagari Health & Spa, cada aroma, cada tratamiento están orientados a aportar serenidad y armonía a cuerpo y mente.

Sube a la azotea, sumérgete en la piscina y disfruta de las vistas al mar. Disfruta de la vida.





LA VIDA FRENTE AL MAR

Kempinski Hotel Bahía vuelve a dar la bienvenida a los amantes de la playa, del golf y la cocina para pasar un verano relajado en Andalucía

Extensos jardines, amplias piscinas, atractivos restaurantes y bares con terrazas, así como las impresionantes vistas a la playa enfrente del hotel, son atributos que describen al galardonado Kempinski Hotel Bahía, que reabre para dar la bienvenida a los huéspedes nacionales e internacionales para la temporada de verano el 20 de mayo de 2021 en Andalucía.

Aprovechando su hipnotizante costa y ubicado en Estepona - Marbella, España, Kempinski Hotel Bahía es un impresionante resort de lujo con 128 habitaciones y 17 suites con vistas al Mediterráneo. Aquí, los huéspedes pueden elegir entre relajarse y pasar el día en los majestuosos jardines subtropicales y piscinas, o en la playa justo a los pies del hotel.
Dentro de los jardines, se combinan varios puntos de referencia gastronómicos tanto para el desayuno como el almuerzo e incluso la cena, todo ello bajo el concepto "El Paseo del Mar": Baltazár Bar & Grill, es la perfecta combinación entre steakhouse y una bodega tradicional, ofreciendo clásicos españoles y especializado en los mejores cortes de carnes a la brasa; por otro lado, encontrará el elegante y a la vez relajado Spíler Beach Club.
Sus chefs hacen uso de los ingredientes más frescos del mar y de la tierra de Andalucía, con influencias de la mística cocina de Marruecos. Y para los que ya han disfrutado suficiente de la playa, tendrán la posibilidad de practicar su swing en los mejores campos de golf del mundo. El hotel tiene acuerdos con famosos campos de golf, como Valderrama Golf Club, Alcaidesa Links Golf y Finca Cortesin Golf Club.

El histórico casco antiguo de Estepona, a sólo cinco minutos del hotel, conserva sus costumbres y tradiciones e invita a pasear por su laberinto de calles blancas, adornadas con pintorescas macetas de colores y flores donde encontrarán pequeñas cafeterías y bares, para tomar un aperitivo. Kempinski Hotel Bahía está a 20 minutos de Puerto Banús y Marbella y a 45 minutos de Gibraltar y Málaga, la cuna de Picasso.

ASESORAMIENTO INTEGRAL A DEPORTISTAS, ARTISTAS, CLUBES, FEDERACIONES Y ASOCIACIONES DEPORTIVAS.

FEARLESS®
Sports – Abogados

91 088 15 75

info@fearless-sports-abogados.com

Calle del Conde de Peñalver 88, bajo, principal derecha.
28006 Madrid.

HOTEL MELIÁ INTERNACIONAL VARADERO:

UN PARAÍSO EN LA PLAYA MÁS ICÓNICA DE CUBA Y EL PRIMER HOTEL SOSTENIBLE DE LA ISLA

El Meliá Internacional Varadero es una exquisita reinterpretación del icónico hotel en la playa más famosa de Cuba. En su nueva versión destaca el cuidado diseño, la introducción de la más moderna tecnología en sus habitaciones y una propuesta que cubre diversos segmentos: solo adultos, familias, circuitos, MICE...

El resort con servicio 'Todo Incluido' posee una planta estándar y exclusivos servicios The Level para todos los públicos, así como un área The Level para Solo Adultos. Cuenta con más de 20 espacios gastronómicos entre restaurantes, cafeterías y bares, varias piscinas, Mini Club y un Yhi Spa con piscina infinita frente al mar. Además, dispone de amplias áreas para la realización de eventos tanto en su Centro de Convenciones con un ballroom de 1000m2, como en áreas al aire libre: playa, jardines, piscina… Una propuesta de lujo en la mejor franja de playa de Varadero.

El proceso de expansión global de Meliá Hotels International ha tenido entre sus políticas prioritarias asegurar un entorno sostenible y respetuoso con el medio ambiente. Cuba, con un reconocido trabajo en la preservación de sus ecosistemas naturales, especialmente los costeros, no ha sido la excepción.

El hotel Meliá Internacional Varadero recibió la certificación de Construcción Sostenible emitida por la consultora especializada BREEAM International. De esta forma el hotel se convirtió en la primera edificación en Cuba en recibir esta categoría de reconocimiento internacional, que evalúa indicadores como gestión, innovación, emisiones contaminantes, gasto energético y de agua, usos del espacio y ecología.

MELIÁ MADRID SERRANO

Deja que el alma de Madrid te envuelva

El HOTEL MELIÁ MADRID SERRANO *está situado* EN PLENO CENTRO *de la ciudad.*

Su EXCELENTE UBICACIÓN, *en la* LUJOSA ZONA COMERCIAL *y de* NEGOCIOS *del* BARRIO DE SALAMANCA, *lo convierte en* UNA OPCIÓN PERFECTA *para* VIAJES *tanto de* PLACER *como de* NEGOCIOS.

Habitaciones y suites

El hotel cuenta con modernas habitaciones y suites recientemente reformadas con un toque de elegancia contemporánea, totalmente equipadas, y velando siempre por el espacio y la funcionalidad para ofrecerte el mayor confort. Además, también dispones de habitaciones y suites exclusivas del servicio The Level que harán de tu estancia una experiencia inolvidable.

The Level

Representación máxima del bienestar, gracias al servicio más personalizado y exclusivo de la marca Meliá. The Level cuenta con habitaciones dotadas con todo tipo de detalles, check-in privado y áreas exteriores exclusivas donde descansar y relajarte.

Power Meetings

En Meliá Madrid Serrano te ofrecemos una manera moderna y creativa para tus reuniones y eventos, a favor del medioambiente y con una oferta sostenible y saludable. El hotel cuenta con 11 salas de reunión (más de 800m²) con capacidad de hasta 300 personas, todas dotadas con los más avanzados medios audiovisuales.

Restaurante Arado

Con su magnífica terraza en calle Diego de León o en su interior, es un lugar en el que los sabores auténticos españoles se mezclan con productos frescos de primera calidad y se renuevan con técnicas contemporáneas de cocina. Todo está pensado para que sorprendas a tu paladar en una atmósfera sofisticada y relajada.

FOTOGRAFÍA JUAN CARLOS VEGA | TEXTO MANUEL MADRIGAL

Dos generaciones de la arquitectura española:

RAFAEL DE LA HOZ devuelve la *luz* al RITZ y dialoga *con* RAÚL ALMEÑARA

Hace 110 años que el *HOTEL RITZ* es un icono de lujo en *MADRID*. Se construyó a petición del rey *ALFONSO XIII*, quien motivó al hotelero *CÉSAR RITZ* a abrir en la capital, ya que el concepto de lujo parisino en *MADRID* era inexistente. En 2015 el hotel fue adquirido por el *GRUPO MANDARÍN ORIENTAL*, reabriendo sus puertas el pasado mes de abril, gracias a la restauración del arquitecto *RAFAEL DE LA-HOZ*.

Prescindir de la mítica puerta giratoria, adherir una nueva puerta por la Calle de Felipe IV (que existía en los planos originales) o recuperar el techo de cristal de la cúpula del Jardín de Invierno (que tras la Guerra Mundial se cubrió), son algunos de los principales cambios del famoso arquitecto que aportan luz y modernidad al 'Nuevo MADRitz' caracterizado hoy por un minimalismo clásico y elegante. Todos estos ingredientes posicionan al Hotel Ritz como -probablemente- el mejor hotel de Madrid.

Rafael de La-Hoz (Córdoba, 1955) se da cita en el hotel con Raúl Almenara (Córdoba, 1991) para mantener un diálogo en el que dos generaciones de arquitectura debaten de manera conceptual sobre el gremio que les une. Un reencuentro emotivo, también, con Juan Carlos Vega, a quien de La-Hoz no ve desde Manos de la Arquitectura de FEARLESS®.

IMAGEN

De La-Hoz: Indudablemente, la arquitectura es un arte visual.

Almenara: Nos encontramos en la sociedad de la imagen, de ahí la importancia de que los espacios sean reconocibles y singulares.

ARTE

De La-Hoz: Los hoteles se han aproximado mucho a la moda. Y la moda tiene mucho interés en vincularse con el arte. Que un hotel trate de ganar prestigio a través del arte es relativamente novedoso.

Almenara: Proyectar un hotel es idealizar y evocar un lugar y un tiempo determinado, algo cercano a una creación artística salvando las distancias.

EVOLUCIÓN

De La-Hoz: Diría que la evolución del hotel pasa por la segmentación. El cliente va buscando la identidad, están categorizados.

Almenara: La figura del hotel puede llegar a mutar hasta el concepto de boutique, adentrando al huésped a una atmósfera particular y a medida.

CONSERVACIÓN

De La-Hoz: En esta reforma he desarrollado una especie de instinto maternal por el hotel; pidiendo a todo aquel que trabajara sobre el proyecto la máxima atención y cuidado.

Almenara: En todas las rehabilitaciones se genera un vínculo emocional con los elementos existentes de valor.

APORTACIÓN

De La-Hoz: Supuso un gran esfuerzo acertar qué rescatar y qué no: se apostó por recuperar el corazón del Ritz, atravesado por los tres ejes originales del edificio, cubierto por una montera.

Almenara: La gran aportación realizada al Ritz ha sido recuperar la conexión con el Museo del Prado, que es el origen del hotel.

SOBRE EL LUJO

De La-Hoz: Yo lo definiría como la búsqueda y creación constante de lo clásico.

Almenara: En un contexto global, el lujo se halla en la experiencia de lo auténtico.

UN PAISAJE FACIAL CREADO POR RAÚL ALMENARA

FOTOGRAFÍA JUAN CARLOS VEGA | TEXTO MANUEL MADRIGAL

Carpintería : puertas y armarios Blanco
Suelo: RCR Deco
Piel sintética: Tarket España
Materiales: docontract MAD

El arquitecto bautizó a su creación con el nombre F A Z; un espacio de diseño único y diferente para MIOKO donde la idea de pasear y habitar un rostro humano fue el primer concepto que el artista tuvo.

El último proyecto de Raúl Almenara cumple a rajatabla todo lo que el mismo artista reivindica en su disciplina; arquitectura orgánica y sensorial. El diseño de la óptica MIOKO se ha basado en el de un rostro humano, y por eso la distribución del espacio simula una "FAZ".

"Nos recibe un mostrador con forma de **boca**, en tonos rojizos similar al de los labios. El acto de **hablar, informar,** propios de esta parte de la cara, son acciones propias enmarcadas en la atención al cliente.

El perímetro en extremos opuestos lo conforman los **helixes** de las orejas, de curvilíneas formas y acabados redondeados. Ellos acogen las **áreas de escucha** de necesidades y diagnosis, actos intrínsecos a las funciones de las **orejas**.

La gran estructura metálica conformada en el espacio se trata de la montura de unas gafas, la cual está sosteniendo los artículos de venta. Como si de cientos de ojos se tratasen. En ella se integran además los espejos que de nuevo se relacionan con la acción del ver, propia de los **ojos** y las **gafas**. Desde la parte superior se reflejan las luces que los espejos con forma de lente emiten iluminando el local como si fuera una lámpara.

Comprendemos que la óptica finalmente es el resultado de una suma de elementos, donde el pilar central es el eje de todo, conformada por una nariz, pirámide de espejos.

Silestone Sunlit Days_color Arcilla Red

COLABORACIÓN CON

COSENTINO

Silestone Sunlit Days_color Posidonia Green

SunlitDays,laprimeracolección Carbon Neutral de Silestone®

Silestone® by Cosentino, la superficie mineral híbrida líder global para el mundo de la arquitectura y el diseño, presenta Sunlit Days, la **primera colección de colores neutra en emisiones de carbono dentro del sector de las superficies de cuarzo y en cualquier variante de piedra de ingeniería.** La multinacional Cosentino se compromete, para llegar a este nuevo logro, a compensar las emisiones de CO^2 de todo el ciclo de vida de la serie Sunlit Days, mediante diferentes proyectos de compensación voluntaria, debidamente certificados, enmarcados dentro del Mercado Voluntario de Carbono.
Sunlit Days es una colección de cinco colores, **Faro White, Cincel Grey, Arcilla Red, Cala Blue y Posidonia Green**, cuyas claves son el **Mediterráneo, la naturaleza y sobre todo el color.** De estética joven, estas nuevas propuestas se inspiran en historias y formas de vivir de personas reales que han encontrado en la tierra mediterránea su verdadera esencia.

Sunlit Days nace con la exclusiva tecnología **HybriQ+ de Silestone®**, que implica un proceso productivo marcado por hitos medioambientales de Cosentino, como el uso del 99% de agua reutilizada y la energía eléctrica 100% renovable. Con esta tecnología, Silestone® se compone de una formulación híbrida de materias primas minerales y de origen reciclado. Silestone® es una superficie que ofrece gran resistencia y dureza, fácil mantenimiento, alta consistencia del color, y unos diseños de ensueño para hacer funcionales y bellos proyectos como, por ejemplo, cocinas y baños, hoteles o restaurantes.

www.cosentino.com

JUNTOS EN LA REHABILITACIÓN DE UN EMBLEMÁTICO EDIFICIO DE LOS AÑOS 70 EN EL CORAZÓN DE CHAMBERÍ

Su nueva fachada se convierte en el elemento más espectacular del edificio, mejorando el paisaje urbano y dotando a las viviendas de gran luminosidad y vistas excepcionales a un espacio verde protegido con una preciosa arboleda centenaria. Un proyecto firmado por el prestigioso Estudio de Arquitectura Lamela

FOTOGRAFÍA JUAN CARLOS VEGA & TEXTO FRAN SOTO LABANDA
De izquierda a derecha, Francisco Ordóñez, Eva Cuesta y Fátima Sáez

Nos recibe Fátima Sáez, directora ejecutiva de Grosvenor en Europa en un señorial pero moderno ático en la Calle Modesto Lafuente.Junto a ella se encuentran Francisco Ordóñez, fundador y CEO de Acerta y la Directora General de Acerta España, Eva Cuesta. Grosvenor y Acerta se han unido para la rehabilitación de este emblemático edificio situado en el corazón de Chamberí.

El proyecto, liderado por el arquitecto Carlos Lamela y su estudio, nace de un inmueble de oficinas de los años 70 que se ha transformado en un edificio de viviendas, construido con los más altos estándares de calidad y sostenibilidad.

Acerta es una compañía referente de servicios de consultoría en el sector inmobiliario y de construcción, con 20 años de experiencia y más de 1.000 proyectos desarrollados en todos los sectores, Por su parte, Grosvenor es un grupo inmobiliario internacional con más de 340 años de historia y presente en algunas de las ciudades más importantes del mundo.

"Este ha sido nuestro primer proyecto en España y corresponde a una transformación de un edificio de oficinas de los años 70 de estética triste y aspecto industrial, para convertirlo en un edificio de viviendas con el objetivo de ser el primer estándar en Madrid", responde Fátima Sáez. Y es que, desde Grosvenor, y también con Acerta, han llevado a cabo la rehabilitación de un emblemático edificio de la Calle Santa Engracia, que ha servido para realizar el editorial de danza y moda con Marlen Fuerte en FEARLESS® Dance, el suplemento de este número de danza de Juan Carlos Vega.

"Somos una compañía de matriz internacional, pero el impacto en las comunidades locales es muy importante, por lo que trabajamos con arquitectos españoles, porque creemos que el nivel es buenísimo y no necesitamos recurrir al extranjero", añade.

En materia de sostenibilidad, la directora de Grosvenor completa recordando que tienen el 'compromiso de cero emisiones' para el año 2030, y que los proyectos residenciales cuentan con el Certificado de Construcción Sostenible, BREEAM®: "el objetivo primordial es el equilibrio entre calidad, sostenibilidad y confort. Siempre pensando en el cliente".

"Para nosotros explica Eva Cuesta, Directora General de Acerta España- que Grosvenor haya confiado en nuestra compañía para rehabilitar un edificio con un arquitecto de prestigio como Lamela ha supuesto una importante experiencia a la hora de rehabilitar edificios en Madrid".

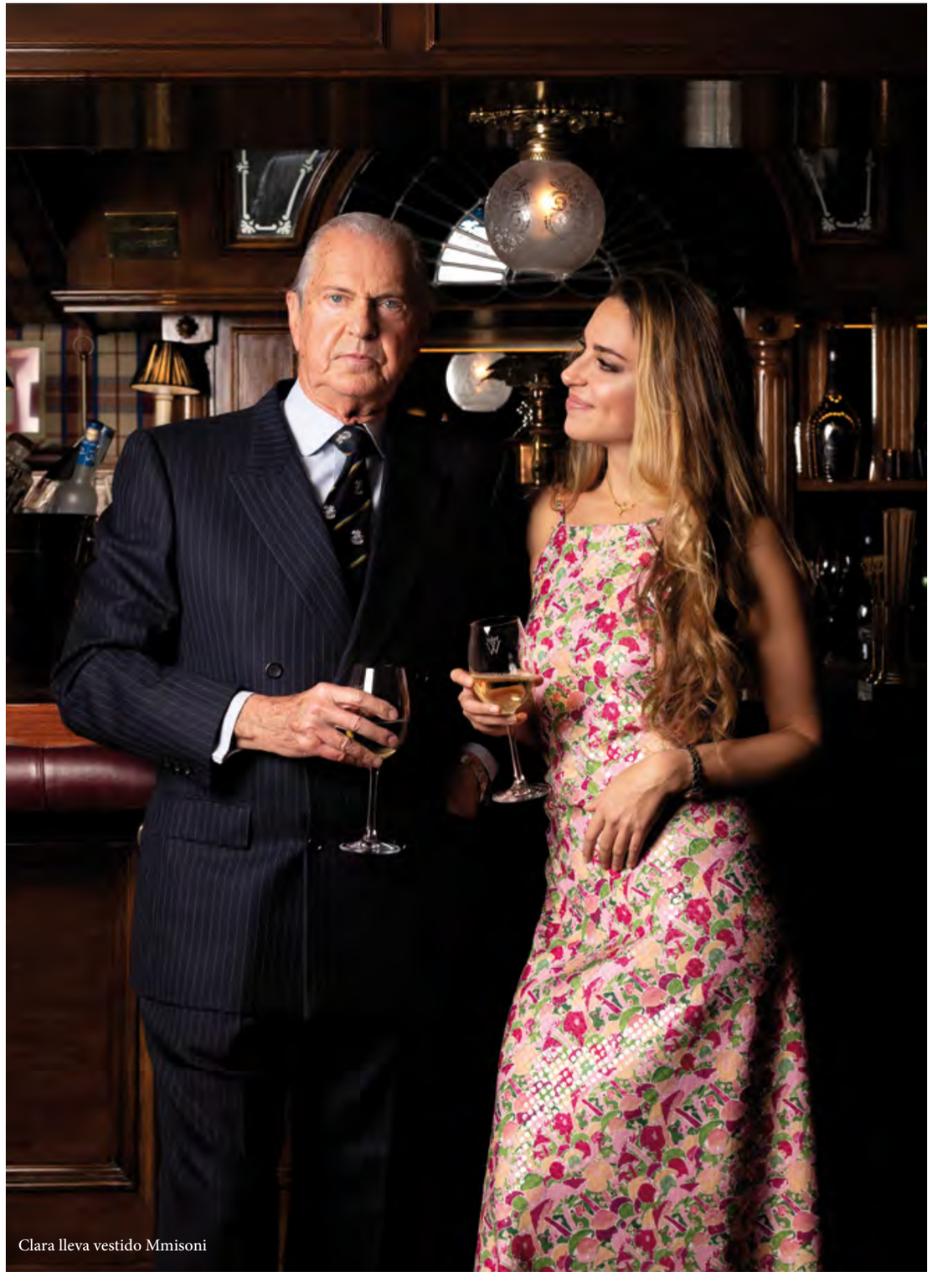
Clara lleva vestido Jijil Collection y zapatos Steve Madden

FOTOGRAFÍA EDU GONZÁLEZ - ESTILISMO NOELIA VILLAVERDE - MUAH ESTER MELERO x HARPO

EL TIEMPO sí perdona y obedece

EL 'NUEVO' WELLINGTON Y LOS SECRETOS A VOCES COMPARTIDOS con los CALVO-SOTELO (PADRE E HIJA) EN UN EDITORIAL QUE REPRESENTA EL DEVENIR DEL TIEMPO Y LAS HUELLAS DEL PASADO EN UNOS DE LOS HOTELES MÁS EMBLEMÁTICOS DE MADRID

En la foto, Luis Calvo-Sotelo Rodriguez-Acosta perteneciente a una de las familias más conocidas de España. Entre sus miembros se encuentran personalidades como el ex presidente del gobierno Leopoldo Calvo-Sotelo, la familia Del Pino Calvo-Sotelo fundadores de Ferrovial y el político Jose Calvo-Sotelo cuyo asesinato marco el empiece de la Guerra Civil Española, y la lista podría continuar…



Clara lleva vestido Mmisoni

Traje Chester and Peck

Luis, hizo su carrera profesional en el Banco de España hasta que se jubiló en 2019 como Director de Relaciones Internacionales. En la época de los 80 combinaba su trabajo con su pasión por la hípica. Todo el mundo conocía al apuesto jinete, comentarista de TVE, que realizaba programas en directo de séis horas, cuando apenas existía un canal. Su saber estar, su atractivo y su don con los idiomas le hacían ser el soltero más cotizado de España, hasta que conoció a su esposa Paulina González-Robatto con la que se casó y tuvo dos hijos, Gonzaga y Clara, la cual posa junto a él en este reportaje.

Clara, es la primogénita de familia, y como ella misma dice la "fan numero 1 de su padre". Es Directora Creativa de publicidad y cuenta con una extensa trayectoria profesional internacional. Licenciada en Ciencias de la Comunicación, con un Máster en Dirección de Arte y varios premios a sus espaldas. Clara lleva 10 años de vida fuera de nuestro país. Ha trabajado en ciudades como Pekín, Miami, Vancouver, CDMX y Nueva York, donde ha residido los últimos 8 años. La pandemia la trajo a casa por unos meses, los cuales aprovecho para lanzar su propia agencia de publicidad www.WhyteCanvas.com una agencia "nómada", un nuevo concepto creado para atender a clientes en cualquier parte del mundo. Gracias a sus proyectos, Clara nunca está quieta y se reparte su año viviendo entre NYC, CDMX, Tulum y Madrid.

HRP
MAKE-UP ARTIST

Escuela Harpo
Calle Loreto y Chicote, 13
28004 Madrid
915210768
info@escuelaharpo.com

FEARLESS®

Bertie en bucle

Homenaje a

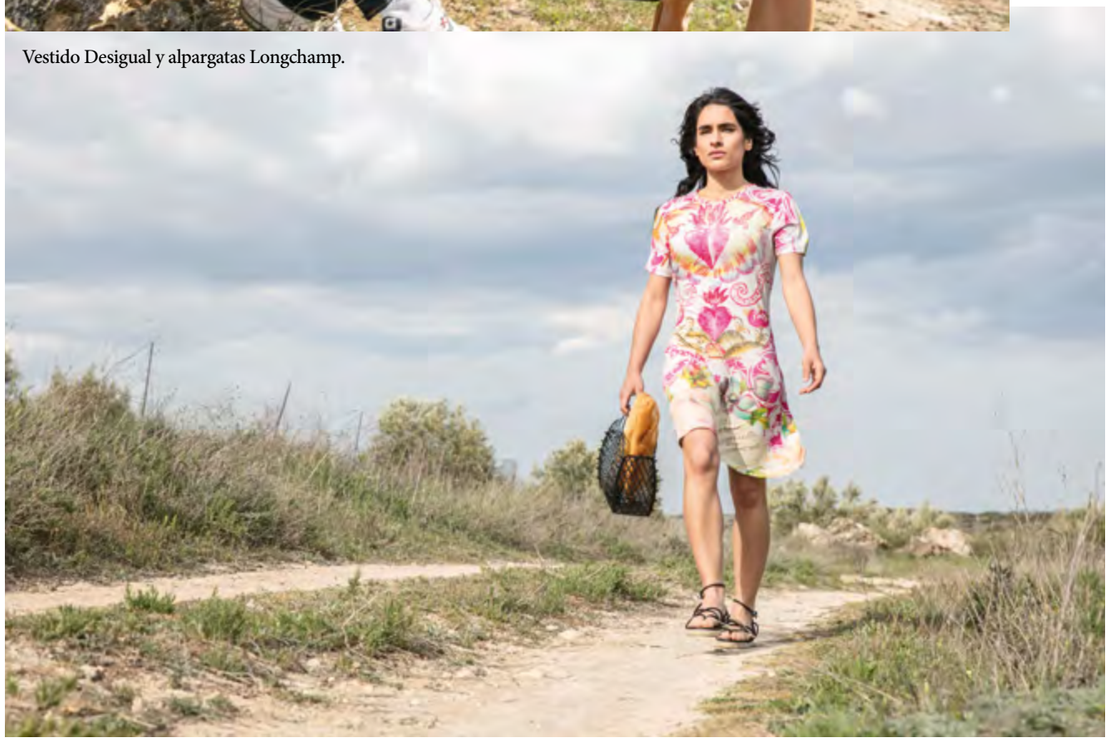
JAMÓN JAMÓN

FOTOGRAFÍA JUAN CARLOS VEGA

JOSÉ LAMUÑO & FARIBA SHEIKHAN

Fariba lleva vestido Marcos Luengo y José camiseta American Vintage

Jose: Camiseta American Vintage, Pantalón Levi's.
Fariba: Total look Moschino.



Vestido Desigual y alpargatas Longchamp.

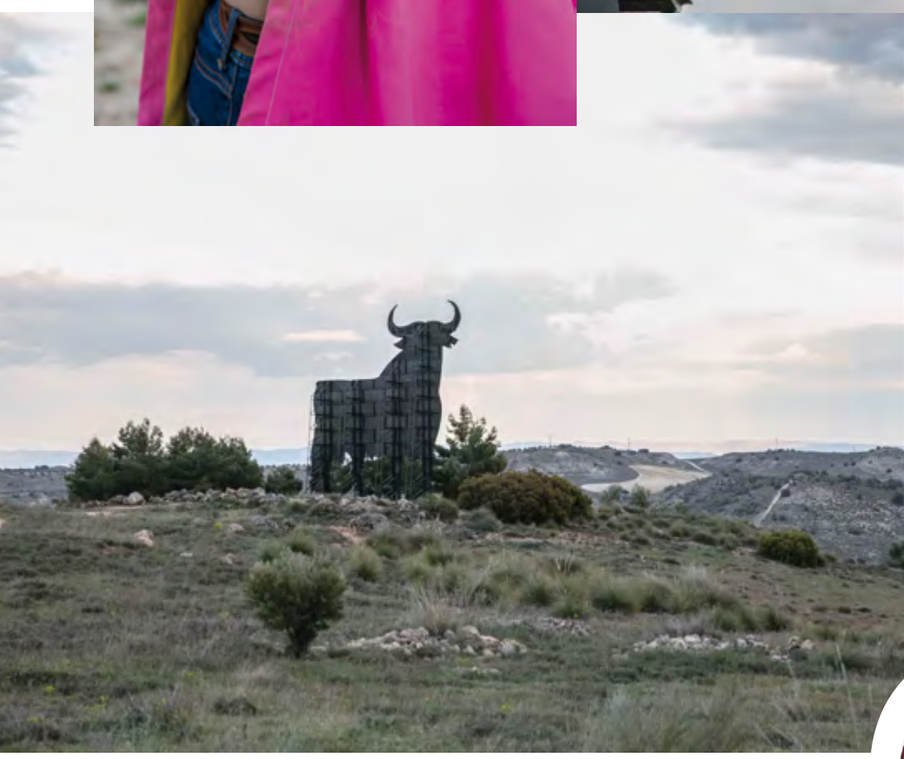
José: Camiseta Abanderado y pantalón: Levi's

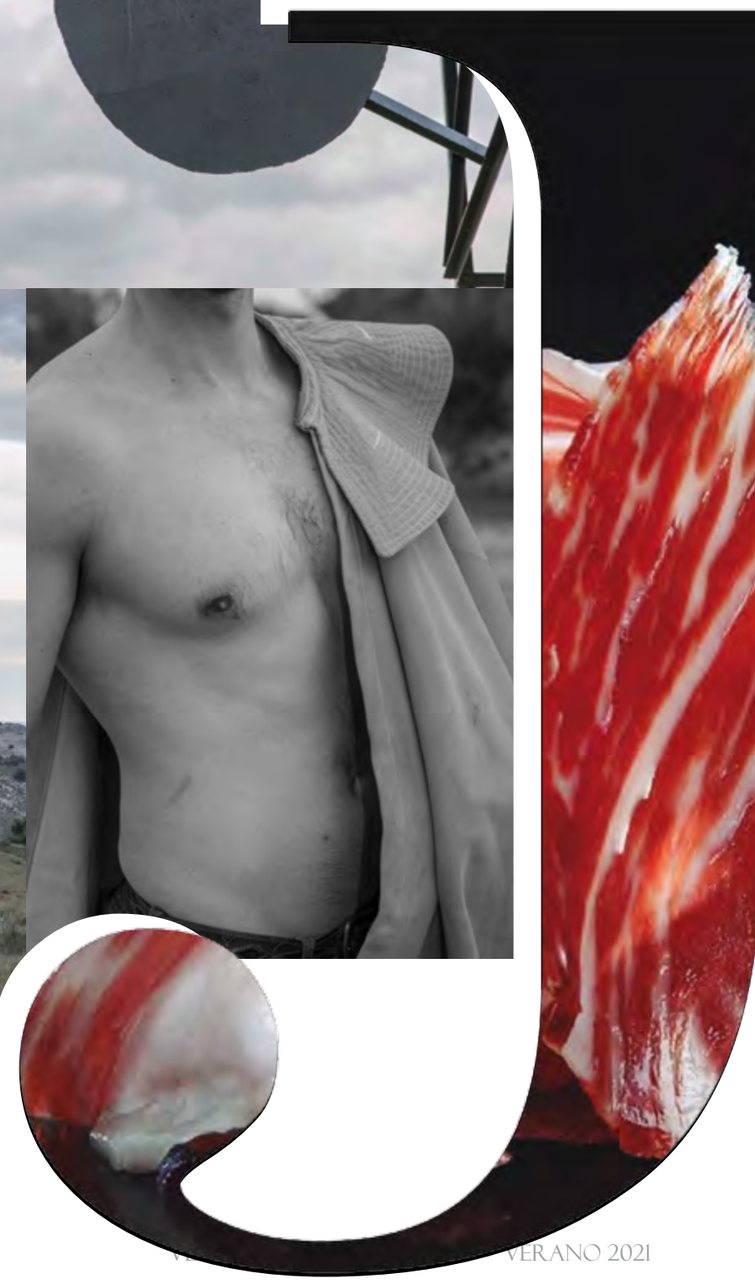
Fariba: Vestido Collection

Camiseta Abanderado, Pantalón: Levi's

Vestido Michael Torres

Vestido Michael Torres





Jamón es Jamón

Por Bertie Espinosa

Una vez, la fotógrafa Sylvia Polakov me dio la mejor definición que he escuchado sobre el jamón: jamón es jamón. Nada más que añadir. La carcajada duró poco y casi me atraganto. Pero aquí estamos, a orillas de una carretera situada en algún punto del mapa. Cada carretera tiene su toro de Osborne. Y esta, también lo tiene. La idea surgió en uno de los múltiples viajes que la directora Katy y yo hemos hecho a la prisión de Estremera (esto es un capítulo aparte, pero que no cunda el pánico) durante los últimos meses. Desde el primer día, veía el toro de Osborne y lo fotografiaba desde el coche (yo no conducía). Ya fuesen las ocho de la mañana o de la tarde. La luz, el contraste, la presencia y absoluta españolidad del toro eran tan tremendas que es imposible imaginar una carretera en España sin él. La historia del toro de Osborne empezó como todas las grandes historias: sin pretensiones. Era un reclamo publicitario que diseñó Manolo Prieto en 1956, y se acabó convirtiendo en un signo de identificación instantánea de las carreteras españolas. Encontrarte con uno es sinónimo de estar por España, y aunque quedan pocos (92, Wikipedia *dixit*), están bien considerados. Entre el monumento y el mito, la reivindicación y la *performance*. Los han transformado en vaca, arrancado, jaleado y abucheado. ¡Larga vida al toro de Osborne!

Cualquiera que haga memoria encuentra un toro en sus recuerdos de viaje en coche. Y así fue cuando pasamos de las fotos en el coche al sitio in situ, previa investigación de Katy con nuestra estilista unos días antes, para homenajear a la película *Jamón Jamón* (en unos meses cumple 30 años). Y allí estuvimos, en este lugar recóndito en la Comunidad de Madrid (no nos saltamos las restricciones que había por entonces), a orillas de una carretera, preparados para evocar. Y como si fuese uno de verdad, nos acercamos, pero no lo tocamos. Respira en lo alto de una montaña, donde cada día cientos de coches se cruzan con él en el silencio ruidoso de una carretera.

Evocamos, pero con el lenguaje del tiempo actual. Muchas cosas han cambiado desde que Bigas Luna estrenase una de sus películas más icónicas. En ella, se hacía un retrato de la sociedad española que hoy en día podría suponer, en algunos aspectos, escandaloso. Fariba se mete en el papel. Está a todo y me va contestando las preguntas. Sus proyectos, sueños, ilusiones. A Lamuño le hice la entrevista en el coche, y por primera vez en mi vida no miré a un entrevistado a los ojos (yo estaba delante, él detrás). Pero me contestó a todo sin dudar mucho. Sólo ante la lista de películas favoritas que a título personal le pedí, dudó. Normal. Yo también dudaría ante una lista de cualquier cosa vinculante con mi campo, trabajo o estudio (el trabajo es estudio, y yo soy un eterno estudiante). Y no se duda por no saber, sino de tanto existir (sí, parafraseando a Descartes, Dudo, luego existo). Filosofía a parte, ambos son jóvenes y *millennials* (palabra manida y rota hasta la saciedad, pero nos entendemos). Tienen buenos trabajos a sus espaldas y ante todo, un futuro prometedor. Fariba vive en Barcelona, pero se mueve por toda España con soltura. Tiene un nombre poco común para una vasca de ascendencia iraní, que ha pasado por varias series y películas, entre ellas, El secreto de puente viejo o La Unidad. Una mezcla exótica que bajo el toro de Osborne se mueve evocando a Penélope Cruz. Hay momentos en los que su mirada era la mirada de aquella protagonista a la que el amor le abría los pros hasta el desgarro. Lamuño, que fue deportista de élite profesional y vivió durante varios años en muchos países y ninguno a la vez, es un hombre que también suelta frases que suenan a sentencia y son su filosofía propia: “Castigarse no vale para nada”. “La música que escucho va con mi estado (de ánimo)”. “Al deporte le debo los valores, la disciplina”. Soy ambicioso, pero no obesivo”.

La sesión fue evocadora. No necesariamente una copia fiel, aunque en algún momento, alguien podría haber gritado eso de “jamona lo será tu puta madre” y no habría pasado nada. Caminos de tierra, jamón y un atardecer para el recuerdo. Por cierto, desde el toro se veía la prisión de Estremera, muy a lo lejos. Allí empezó todo.

MUAH SHELLEY LICES MARTIN & PATRICIA BARRANCO x HARPO
ESTILISMO NOELIA VILLAVERDE
Agradecimientos: Lucía Mora Espinosa, Fran Soto, Teresa Haering

FLAMENCO

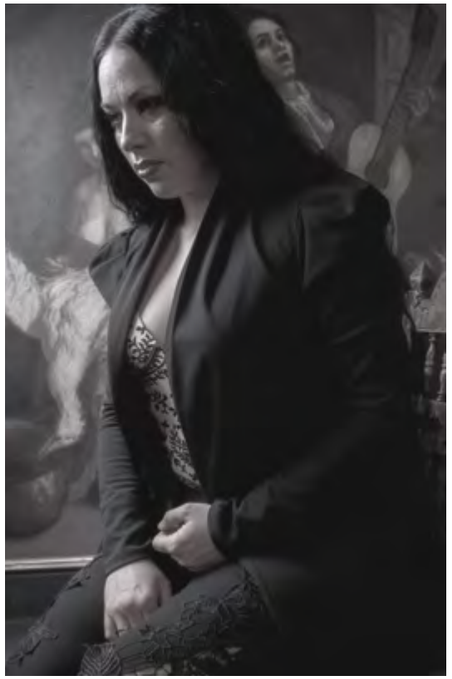
Pasamos una tarde de primavera en el Corral de la Morería con productores y artistas para reivindicar una parte muy nuestra: el arte flamenco.

TEXTO BERTIE ESPINOSA
FOTOGRAFÍA MIKY GUERRA - ILUSTRACIONES DORIAN GUO

Armando y Juan Manuel del Rey

David Vega

Belén López, bailaora



Aurelio Solana

Tito Losada, guitarrista

María del Prado, directora del Festival de Flamenco de Trocadero junto José Tobalo, percusionista y Jesús El Perla, guitarrista

TABLAO FLAMENCO
Decano
EL FLAMENCO TE AGOTA TODOS LOS DIAS. HAY QUE ESTAR PREPARADO PARA EL
Si algo te gusta no has bailado uno
tenías que bailar. VIVA EL CANTE.
No soy purista, soy ordenada.
El flamenco es una cosa del alma.
LLAMEMOS A LAS COSAS POR SU NOMBRE.
El flamenco no acaba aquí, no puede ser vivo.
Para enamorarse del flamenco no basta la tele.
El flamenco es un modo de vida,
va más allá de la profesión.
AQUI NO SE VIENE A GANAR DINERO
En el flamenco está todo inventado
una ultima cosa: si no se quita el flamenco
En el Corral Reside la vida misma
no puedes fingir mientras bailes. Es la verdad.
PATRIMONIO CULTURAL
SI TE HARTAS DEL FLAMENCO, VETE.
TE PUEDES MINCHAR, PERO NO HARTAR.
En el flamenco lo sorprendente es mantener
ESTO ES 100% DEL ADN DE NTRA. CULTURA
La tele es el problema, el internet, el reggaetón.
No te enseñan Pino de Lucía, si tomatito, si rodo
El flamenco te enamora desde la primera vez.
ESTE ARTE ES MUY GRANDE, TAMBIEN QUE VERLO DE CERCA.
Necesito expresar mis sentimientos
Todo esto vale de la necesidad de hablar de las cosas de dentro
El compás, el arte, saben cuantos dedos tienes
LA VIDA NUNCA ESTA ENCERRADA EN EL FLAMENCO.
La cultura es el alma de una sociedad
EL FLAMENCO ES ESPAÑA SIN DUDA NINGUNA.
CORRAL DE LA MORERIA
L10

Corral y aparte:

crónica jonda del silencio. desde el cierre

La primavera habita en Madrid como si fuese un espíritu que eleva el alma. Una fuerza superior que impregna todo. Los alrededores del Corral de la Morería están como siempre, pero su puerta principal, cerrada. Accedemos por la entrada trasera, y cada uno de los convocados a la llamada de Fearless van llegando con una puntualidad rigurosa. No hay retrasos y parece que nuestra llegada es al compás. Dentro, uno empieza a perderse entre el mar de recuerdos que cuelgan de sus paredes, una españolidad estudiada y bien medida. Es una de las catedrales del flamenco, y en ese territorio sagrado y silencioso cerrado desde marzo de 2020 es imposible no imaginar todo lo ocurrido en sus 65 años de historia. La herida desde entonces es tan grande que solo estando allí uno siente que la cura está más cerca. Este encuentro es una reunión para aliviar una herida que duele demasiado. Nos reciben Juanma y Armando, hermanos y propietarios del Corral de la Morería. Escucharlos hablar es oír un tratado de flamencología, y supervivencia en el tiempo. La suya es una saga ligada a esta catedral del cante a la que peregrinan cada año miles de enamorados de un género musical único que nació de la necesidad de hablar y expresar los sentimientos. Hay productores y artistas, sentados a distancia, pero con la calidez que las paredes blancas del Corral impregnan. El periódico The New York Times dice que es "uno de los mil sitios que hay que visitar antes de morir", y entre otros reconocimientos también ha recibido el de "Mejor Tablao del Mundo" y el "Premio Ciudad de Madrid". Aurelio Solana, productor, afirma que en "España hay un 80 por ciento de personas que no saben que les gusta", y pone al Corral como ejemplo de saber hacer las cosas en el flamenco. Es unánime, y los productores María del Prado y David López asienten cuando Juan Manuel del Rey dice que "los niños saben quién es Goya, pero no saben nada de flamenco". Es fundamental conocer algo para amarlo. "La cultura es el alma de una sociedad vibrante", sentencia Del Rey, que además es el presidente de la Asociación Nacional de los Tablaos Flamencos de España. Desde la plataforma levantan la voz ante los políticos, porque "sin ayudas suficientes no llegamos ni a 2022. Necesitamos concienciación política con esto. El tablao es el I+D+i del flamenco, es donde empieza todo."

Los tablaos de España están salpicados de vino y lágrimas. Con perdón de los rasguños, que no salpican, pero ¡vaya que si marcan! Lo sabe bien la bailaora Belén López, que se pone seria cuando habla de arte. Es tajante, directa, inspiradora, académica y a la vez consciente de los tiempos. Habla por muchos otros que desde sus lugares de origen ven como los tablaos están cerrados y la actividad paralizada, "muchos ya no volverán a cantar, estamos reprimidos, y necesitamos expresar. El cuerpo a las siete te pide ir a trabajar…". Tito Losada, guitarrista, se recupera de un accidente en el brazo (su herramienta de trabajo) y espera un renacer de la actividad, él es el patriarca de una saga de artistas que no puede pararse. Sus palabras desprenden duende. Otra enciclopedia de la vida hablante: "el flamenco no acaba aquí, ni acabará con nosotros. Cada día tengo más ganas. Madrid es la ciudad más flamenca que existe". Junto a ellos también estuvieron El Tobalo, percusionista (y dandy, su bigote no falla) y El Perla, guitarrista. Vienen acompañados de María del Prado, que es directora del Festival de Flamenco de Sotogrande, donde ambos actuarán este verano. Su lucha es la de todos, y sus argumentos, los de una guerrera que pelea por sus artistas, para que la música y el arte siga sonando. "Es parte de la vida, y no nos podemos quedar sin vivir". David López, que acaba de estrenar el espectáculo Fandango, es el testimonio de una lucha por la readaptación de los espectáculos a la nueva situación.

Y en medio de todo esto me encuentro por Instagram con @ dorianguo, un ilustrador chino que vive en París y cuyos dibujos están cargados de estética, movimiento y vida. En una de mis largas conversaciones con él salió el flamenco y he aquí la materialización de un sueño estético. Ha plasmado con ironía y ortodoxia el espíritu de un arte que siempre ha sabido evolucionar manteniéndose fiel a sí mismo. Su estilo es muy francés y desde ahora, también un poco español.

"Se canta lo que se pierde" decía Antonio Machado, y creo que después de esta racha, el flamenco seguirá cantando la pena y la alegría. Pero como se acabó el vino, también la página llega a su fin. Y la charla, las emociones del momento. De arte se podría hablar hasta el fin del mundo. De momento, aguardamos la reapertura.

Por Bertie Espinosa.

El motor del FLAMENCO

El flamenco grita lo que nuestra alma calla… Con esta filosofía arranca el motor del flamenco, con el espíritu del Taycan Cross Turismo: electricidad, alma de aventurero y el genuino ADN Porsche. Un deportivo con carácter off road, tracción total, batería de altas prestaciones, un amplio maletero y unas cualidades multifuncionales que permiten disfrutar de cualquier experiencia de conducción. Para completar esta estética en la conducción, hemos reunido a los principales integrantes de Fandanga-GO!, liderados por la violinista Elena Mikhailova que estrena su último espectáculo, para ponerle ritmo y sonido al silencioso motor del Taycan.

Entre palmas y bulerías se realizó la sesión de fotos en Porsche Madrid Norte. *La pasión flamenca no la puede comprender quien no la experimenta*, algo similar ocurre con la conducción de este Porsche que ya suma más de 40 galardones internacionales del 'eléctrico más innovador'.

Por su parte, Fandan-Go! surge como una simbiosis entre el violín clásico y el flamenco, el nuevo reto personal de la violinista hispanorusa, que pretende llegar al gran público con temas populares del flamenco, y "aflamencar" otros temas clásicos ampliamente conocidos también en todo el mundo. Con el cajón está Iván Losada, perteneciente a la legendaria familia de músicos flamencos, que con su corta edad ya tiene un recorrido envidiable. Por último, la jovencísima bailaora Macarena López, habitual de los mejores tablaos de Madrid, arropará con la plasticidad y fuego de sus bailes, junto con la rítmica de sus palmas.

FOTOGRAFÍA JUAN CARLOS VEGA
TEXTO DAVID VEGA
ESTILSMO NOELIA VILLAVERDE
MUAH GRETA MANO x HARPO
VESTUARIO ESTHER NORIEGA
CENTRO PORSCHE MADRID NORTE
PORSCHE Taycan Turbo Blanco

Elena Mikhailova

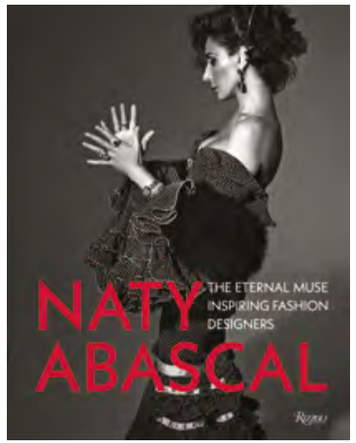
Es considerada una de las violinistas más prestigiosas del mundo" según el diario EL MUNDO y "violinista espectacular" por el diario ABC.
De origen rusoarmenio, nacida en Azerbaiyán, y de nacionalidad española, cuenta con más de 20 premios nacionales e internacionales (Michelangelo Abbado, Joaquín Rodrigo, Henryk Szeryng, Juventudes Musicales, entre otros). Cuarta generación de músicos por parte de su padre, concede su primer concierto a los 6 años como solista con la Filarmónica de Bakú (Azerbaiyán), y desde entonces actúa como solista con orquestas de la talla de la ORTVE, ORCAM, OSY, entre otras tantas, bajo la batuta de directores como Oliver Díaz, Vasily Petrenko, Gerd Albrecht, J.L. García Asensio, Inma Shara. Comienza sus estudios en la Escuela Reina Sofía en la cátedra de E.G. Asensio, y prosigue su formación con Sir Yehudi Menuhin quien quedó tan asombrado con su técnica que le dijo "tan espléndido, que no tengo nada más que decir"; también con Zakhar Bron en Lübeck (Alemania) y Salvatore Accardo en Cremona (Italia).

Iván Losada

Nace en Madrid en el seno de una de las familias más reconocidas del mundo del flamenco. Hijo de Iván losada y nieto de Tito Losada, comienza su carrera a la edad de los 14 años como oercusionista. Con su padre y su abuelo ha participado en grandes eventos como "La misa flamenca los gitanos cantan a dios", "Mucho arte un flamenco diferente", "Bailaora mujeres al poder", entre otros, actuando en el Teatro de la gran Vía, Teatro la latina, Catedral de Duomo Milán, Catedral de la almudena Madrid, Iglesia de los Jerónimos, Catedral de San Isidro Madrid... Ha acompañado a diferentes artistas de la talla de Antonio Canales, Rafael Amargo, Pastora Galvan, Mónica Fernández, Pol Vaquero, el Mistela... También ha trabajado en diferentes tablaos de Madrid como Casa Patas, Cardamomo, Candela, Torero... Actualmente percusionista oficial de la compañía Tito Losada.

Ay Naty ¡cuánto Naty, te quiero...!

Archivo Naty Abascal, Barbados Islands, 1982



El título del libro no deja lugar a dudas: La eterna musa (Rizzoli, 2021). Su protagonista, Naty Abascal tampoco deja indiferente a nadie. Icono de elegancia, modelo, estilista, madre, inspiradora... ¡musa! Convierte en belleza lo que toca. Tiene el ojo educado para eso y el libro no es una excepción. A través de la exposición celebrada en el Museo Jumex de México el año pasado, se hace un repaso a la vida de Naty a través de su ropa, de los diseñadores que ha tratado e inspirado. Fotos, recuerdos, prólogo de Valentino Garavani, textos de firmas como Vicente Gallart, Suzy Menkes o Christian Lacroix y las maravillosas instantáneas de Avedon, Parkinson o Testino forman un libro eterno y de ensueño. Antonio Machín tenía razón cuando cantaba *"Natividad": Natividad, Natividad, no sé qué tienes que no tengan las demás, no sé qué tienes que cada vez me gustas más. ¡Ay Naty Naty, cuanto te quiero...!* ¿iría por Naty?

Por Bertie Espinosa Grau

FOTOGRAFÍA NORMAN PARKINSON

FOTOGRAFÍA GIULIO RUSTICHELLI

Chiara ferragni se une a la familia BVLGARI *como embajadora global*

"Nos sentimos honrados de dar la bienvenida a Chiara Ferragni a la familia BVLGARI como nueva embajadora global" Jean-Christophe Babin, director ejecutivo de BVLGARI.

BVLGARI suma a Chiara Ferragni como nueva joya dentro de su familia de embajadores.
Y es que la líder de opinión y empresaria de moda comparte con la marca de joyas el mismo enfoque independiente, audaz y auténtico que ha cautivado a millones de seguidores en todo el mundo.

En su nuevo rol, Chiara Ferragni apoyará a la marca en la comunicación de sus valores fundamentales a una audiencia internacional intergeneracional.

En las imágenes tomadas por el fotógrafo Giulio Rustichelli, Chiara Ferragni posa con algunos de los estilos de joyería más icónicos de la casa romana, que van desde la colecciones de la firma B.Zero1, Serpenti y Serpenti Viper hasta un impresionante collar de alta joyería de Monete.

WHO IS WHO: CLÍNICAS LOVE

Jóvenes, guapos, profesionales, influencers… quién es quién y quién hace qué en las emergentes y mediáticas CLÍNICAS LOVE (Madrid y Barcelona).
Nunca antes la belleza podía ser alcanzada con tanta facilidad. El *dream team* de médicos liderados por el joven empresario Javier Llorente es un elenco de la élite de la medicina y cirugía estética en tiempos de redes sociales a golpe de 'likes' y pinchazos.

"Siempre me ha gustado el sector estético y aunque nunca imaginé que acabaría liderando el mejor grupo de facultativos, lo cierto es que he encontrado lo que más me gusta y deseo hacer, encontrar los mejores profesionales a nivel mundial para ponerlo a disposición de los pacientes. Mi filosofía es que todo debe crecer en todos los ámbitos, es crear un sello de calidad, una seguridad, en medicina la seguridad lo es todo, nuestro sello es único y siempre está avalado porque detrás de cada tratamiento están los mejores y por supuesto cada paciente como nuestro sello es único para nosotros".

"Comencé ejerciendo la medicina en la especialidad de urgencias pero poco después descubrí cómo unir dos de mis pasiones: arte y medicina pudiendo hacer conscientes a mis pacientes de que es posible el concepto belleza saludable, mis pacientes saben que mi máxima es la prevención del envejecimiento sin perder la naturalidad y la formación constante para poder ofrecerles lo mejor en consulta. Soy feliz cada día recibiendo su *feedback*...No puedo pedir más de mi trabajo"

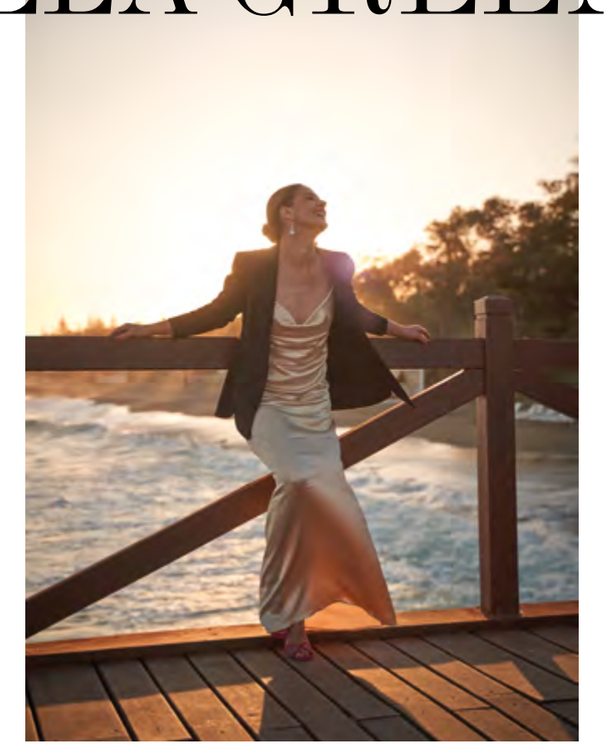
"Me formé en Venezuela en Medicina General, Cirugía Plástica reconstructiva, estética y maxilofacial. Actualmente cuento con casi 15 años de experiencia con especialización en cirugía estética y post bariátrica. Todos las intervenciones de estas áreas las llevo a cabo en Clínicas Love. Para mi lo más importante es crear una relación médico - paciente donde exista una plena confianza, para que cada persona pueda transmitirme sus deseos de aquello que quiere conseguir en su cuerpo y poder llevarlo a cabo para cumplir sus expectativas y sueños. Ver a un paciente feliz con sus resultados es lo más gratificante de mi profesión".

"Llevo 14 años ejerciendo como médico estético y como la gran mayoría de especialistas apasionados por esta especialidad, encontré mi pasión en mejorar a las personas, como si fuera una obra de arte, una pasión inigualable. Cada día sientes cómo creces, te enfrentas a nuevos retos y compartes la felicidad de esos cambios con tus pacientes. En Clínicas Love llevo a cabo la medicina estética y la nutrición, dos pilares fundamentales en el bienestar de cualquier persona: su apariencia y su salud a través de la alimentación. Además, he tenido la gran suerte de formar parte de esta increíble familia que es Clínicas Love"

"Hice mi grado de medicina en Colombia. Vine a España con la esperanza de trabajar en investigación y láseres. Investigué por mucho tiempo en la Universidad Complutense asociada con el Hospital Clínico San Carlos, y el área de oftalmología: utlizando láseres de diferente longitud de onda, no solamente puedes ayudar a curar patologías crónicas oculares, sino que, mis pacientes mejoran el acné, la calidad de la piel, la rosácea y la dermatitis… Eso llamó mi atención de sobremanera, y decidí enfocarme entonces a la medicina estética y la investigación en medicina estética. Descubrí un mundo lleno de satisfacción en ayudar a los demás con algún problema que además de ser externo en algunas ocasiones se convierte en un complejo, y que al mejorarlo, le sube el autoestima, se siente más segura y feliz. No he encontrado mucha investigación en este campo: quiero ampliar esa perspectiva, ser pionera, estudiar y trabajar por y para mis pacientes, mientras ellos me sonríen felizmente sin arrugas o con labios nuevos"

FOTOGRAFÍA JOSÉ LUIS SIMÓN

El sueño de ELA GREEN



Tres varios años en las redes como "personal shopper", Mirela Verdes crea su propia marca de ropa para dotar de elegancia, estilo y sencillez a la mujer actual, apostando por colores muy vivos

Mirela Verdes decidió abrirse una cuenta en Instagram en 2019 para hablar de moda y lucir prendas de diferentes estilos. Siempre ha sido una apasionada de este mundo. Más de 3.700 seguidores y 600 publicaciones después ha decidido hacer realidad su sueño y crear su propia marca de ropa bajo el nombre de Ela Green. "Empecé a darle vueltas en mi cabeza hace tres años, cuando estaba embarazada de mi hija, pero no ha sido hasta el confinamiento cuando me lo he tomado en serio y he empezado a darle forma", comenta.

De manera improvisada y casi sin financiación, Mirela Verdes -o Ela Green- decidió lanzarse a la aventura y comenzó a diseñar un catálogo que cubriría les expectativas del cliente más exigente, pero también de la mujer que buscar sentirse cómoda y atractiva a la vez. "Son prendas muy versátiles y elegantes… Desde vestidos y trajes que se pueden llevar en cualquier ocasión, dependiendo de cómo combines la prenda y los accesorios que lleves, pero siempre sin perder la elegancia, el estilo y la sencillez que, creo, son las características de mi marca", señala. Ela Green utiliza colores intensos y brillantes, en su puesta de largo, como el amarillo limón, el verde lima, el rosa fucsia, el rojo o el naranja. "Son colores luminosos y llenos de energía, y, además, son tendencia durante esta primavera verano", apunta.

La vinculación de Mirela con el mundo de la moda arrancó en 2015 cuando comenzó a trabajar en una marca de lujo. Entonces empezó a elaborar una cartera de clientas que, poco a poco, le ayudaron a hacerse un nombre dentro del sector y a labrarse un futuro como "personal shopper". "Estaban acostumbradas a mí, ellas sabían que lo que yo les proponía como prenda de temporada les acertaba de pleno", recuerda. "Una clienta me preguntó un día si estaba dispuesta a acompañarla de compras y asesorarla… y así fue cómo empecé a compaginar el trabajo de personal shopper en mis ratos libres con el de la tienda donde estaba como encargada".

Mirela ha decidido confiar en la venta online y las redes sociales para alcanzar el éxito con Ela Green y www.byelagreen.com. "El e-commerce ha tenido un impacto muy importante y elevado en los últimos años, y creo que es el canal con mayor potenciar en la actualidad", destaca. Marbella y Madrid son los dos pilares sobre los que se apoya el sueño de Ela. Una colección destinada a brillar e iluminar el día a día de la mujer actual.

BRISA FRUTAL
llena de texturas y colores con CLARINS

Otra edición más, nuestra editora escoge estos must-have de la firma francesa para lucir la belleza más natural y eco este verano

1

HIDRATA Y PROTEGE TU ROSTRO GRACIAS A Brume hydratante multi-protection Hydra-Essentiel

Por la mañana y por la noche, se utiliza como primer paso de belleza antes del tratamiento habitual para hidratar y preparar la piel. Al vaporizarla antes del maquillaje, facilita tanto su aplicación como su duración.Ideal para una dosis de hidratación durante un vuelo, antes de una reunión, de un evento o sencillamente para reavivar la luminosidad y devolver frescura a la piel.

2

REALZA LA TEZ E ILUMINA TU CARA CON Milky Boost Cream

Esta crema con color y textura láctea ofrece a la piel una doble acción de maquillaje y tratamiento. 8 tonalidades con cobertura ligera que se adaptan a todos los tonos de piel.
Gracias al Complejo Light Optimizing Clarins, compuesto de nácares rosados, que actúan sobre la luminosidad, y de polvos soft-focus, que actúan sobre la uniformidad; las imperfecciones, marcas de cansancio y líneas de expresión se atenúan. La tez está uniforme, radiante y luminosa.

3

ADELÁNTATE AL VERANO Y AL SOL CON EL NUEVO Autobronceador 100% NATURAL

El SelfTan Complex aporta a la piel un tono bronceado radiante, natural y duradero. Combina, en cantidades perfectas, 2 diferentes tipos de azúcares de origen natural obtenidos mediante procedimiento biotecnológico: DHA y Eritrulosa, ambos 100% de origen natural. Para evitar deshidratar la piel y conseguir un bronceado más duradero, los Laboratorios Clarins incorporan en las fórmulas el extracto de higo, uno de los frutos con mayor poder hidratante, y aloe vera.

4

Frozen Summer Collection, LA COLECCIÓN HELADA PARA DERRETIR EL CALOR Y BRILLAR EN LAS TARDES DE VERANO

Sombras de ojo aterciopeladas y metálicas

Con diferentes texturas,: aterciopelada, satinada, metálica e incluso, un aspecto mojado muy luminoso,destaca la sombra 1 (ocre mate) aplicada como base; la sombra 2 (dorados claros) que ilumina; la sombra 3 (dorado ambarino satinado) que puede usarse para crear matices o sola sobre todo el párpado para aportar intensidad; y la sombra 4 (beige luminoso) que se aplica en la esquina interior de la base de las pestañas inferiores para iluminar el maquillaje. Los Laboratorios Clarins incluyen polvos de bambú en la fórmula por su capacidad para prolongar la duración del maquillaje.

Water Lip Stain, labios siempre frescos

Dos nuevos tonos de Water Lip Stain forman parte de esta colección de verano. Para un máximo frescor están formulados con un 77% de agua (incluyendo agua de frambuesa orgánica) y enriquecidos con aloe vera por sus propiedades hidratantes. Los labios están protegidos de la deshidratación sin perder el color gracias a su textura tan ligera como el agua.

Bronzing Palette y un cálido resplandor para la tez en 3 tonalidades

Estos polvos de sol cuentan con 3 tonalidades soleadas mate con aroma a verano tan suaves como confortables. Mezcladas o usadas por separado, aportan calidez a todos los tonos de piel con un tono bronceado a medida. Su fórmula enriquecida con aceite de coco bio para un mayor confort contiene un micropatch vegetal que previene la deshidratación. Además, el Complejo Anticontaminación Clarins lucha contra los efectos nocivos que la polución puede ocasionar en la piel.

5

Re-BOOST, EL NUEVO GEL-CREMA CON EFECTO 'BUENA CARA' QUE TE SALVA AL DESPERTAR

Si has pasado toda la noche fuera, este gel-crema es la solución para conseguir un efecto buena cara inmediato. Gracias a sus micropigmentos y a sus nácares encapsulados, realza la tez y reaviva inmediatamente la luminosidad en el momento de la aplicación. Además, la piel está hidratada y los signos de fatiga visiblemente atenuados en menos tiempo del que necesitas para decir «BOOST».
¿Su secreto? El «Healthy Skin [In&Out] Complex» y extractos de: semilla de acerola para una tez de aspecto fresco y rosado, de baya de goji potenciador de energía, de ácidos de pulpa de tamarindo para alisar la textura de la piel y de higo para hidratar. De inmediato, la tez está visiblemente más fresca, embellecida, unificada y luminosa.

Por Katy Mikhailova
@mikhailovakaty
Editora de FEARLESS®

1.

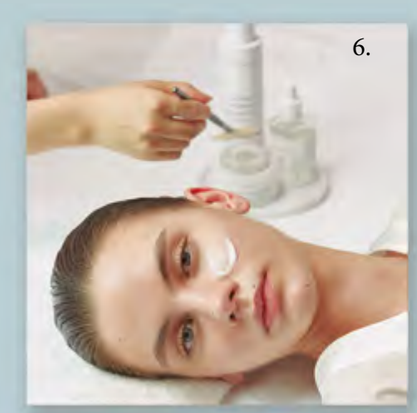
2.

3.

1. Sunissime Sérum After-sun Rostro Reparador SOS Anti-edad Global de LIERAC (PVP 42,50€)
2. Roll On "Balance" con CBD de UNCANNY (PVP 89€)
3. Champú sólido de NATURTINT (PVP 8,78€)
4. Nexultra UV SPF 50 de CROMA PHARMA (PVP 45€)
5. Parches Veganos para Ojos de Té Verde Skinlongevity de BAREMINERALS (PVP 55€)
6. El Ritual de Hidratación Facial 100% Botánico y Vegano de THE SECRET LAB (PVP 80€)
7. Protege & Hidrata Solar Protección Muy Alta FP 50+ de NIVEA SUN 100 ml (PVP 6,49€)
8. Bálsamo Corporal Lifting & Firmeza Vinosculpt de CAUDALÍE 250 ml (PVP 28,60€)
9. Caremask Balsam de LEVISSIME (PVP 12,95€)

4.

5.



6.

LOS FAVORITOS *de Yolanda*

Proteger el medioambiente se ha convertido en una prioridad para muchas firmas cosméticas, apostar por marcas que lo hagan cada vez es más fácil. Yolanda Sacristán, ex directora de las cabeceras Vogue y Harper's Bazaar, en la actualidad socia fundadora y directora general del grupo digital The NewsRoom Digital Group, nos confiesa cuáles son sus productos favoritos con los que cuidarse y cuidar el medio ambiente.

Por Yolanda Sacristán
@ysacristan

7.

8.

9.

Pulpa de MODA de la PASIÓN

***Es el SABOR… Y** el aroma de las frutas tropicales que inspiran los colores de pantone de este verano para salpicar de energía nuestros armarios, joyeros y perfumes. Para que besemos con labios de fresa, olamos a sabor de amor, con pulpa de moda de la pasión.*

Pitahaya rosa y fruta de la pasión de SANCHEZ ROMERO - Bolso Serpenti Forever Personalizable de BULGARI (2.240€) - Gafas de sol Serpenti de BULGARI (404€)

FOTOGRAFÍA MIKY GUERRA - DIRECCIÓN ARTE NOELIA VILLAVERDE

Pitahaya amarilla y Carambola de SANCHEZ ROMERO - Sandalia Rippa estampado cocodrilo de GUESS (155€) - Fragancia Eden Roc de la MAISON CHRISTIAN DIOR (C.V.P) - Frutero by Christian Lacroix de VISTA ALEGRE (550€)

Papayón de SANCHEZ ROMERO - Anillo Serpenti Seduttori de BULGARI (5.800€) - Anillo Rainbow de oro rosa con zafiros multicolor y diamantes de RABAT (5.450€) - Anillo Rainbow de oro rosa con zafiros multicolor y diamantes de RABAT (6.680€) - Anillos solitarios en varios tonos de PANDORA (39€) - Anillo declaración corazón remolino rosa de PANDORA (99€) - Anillos entrelazados de PANDORA (129€)

J2STONE
soluciones integrales en piedra natural

la piedra natural ha vuelto

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

FEARLESS®
A Trazos

138. Ratatine
139. Niki De Saint
140. Adriana Torres
141. Mikel Urmeneta

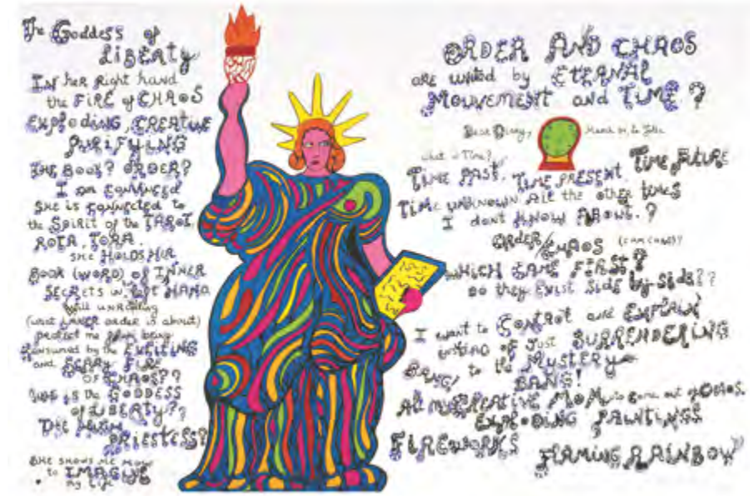
En portada: Pintura de Adriana Torres

Ratatianismo ilustrado inspirado en las GEISHAS *y las* SEÑORITAS *de* RATATINE

Picasso deseaba que la musa le pillara trabajando, y para Julián Ratatine, que acaba de estrenar su nuevo estudio en Madrid, es ahí cuando "la creatividad fluye porque el espacio está repleto de espacio y luz". Invita a quien quiera venir a comprobarlo y rodearse de colores y materiales. La gran mayoría de los cuadros del artista representan a la mujer porque para él "la mujer es esencial en todos los sentidos": "pintar mujeres es una forma, desde el mundo masculino, de reivindicarse y darles la imagen y fuerza que se merecen". Con este espíritu picassiano, Ratatine nos regala en esta edición esta colección de arte cual oda a la figura femenina.

@ratatine_julian

LA PRAIRIE *patrocina la expo de* NIKI DE SAINT PHALLE, *en* MoMA PS1 *de* NUEVA YORK

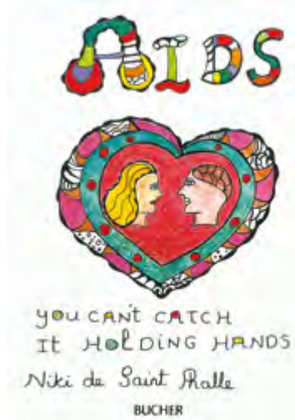


Del 11 de marzo al 6 de septiembre de 2021, Niki de Saint Phalle: Structures for Life contará con más de 200 obras creadas desde mediados de la década de 1960 hasta la muerte de la artista, incluidas esculturas, grabados, dibujos, joyas, películas y materiales de archivo.
Destacando el enfoque interdisciplinario de Saint Phalle y su compromiso con cuestiones sociales y políticas clave, la exposición se centrará en las obras que creó para transformar los entornos, las personas y la sociedad.

A través de este patrocinio, La Prairie honra el espíritu feminista audaz y visionario de Saint Phalle: su desafío a las normas sociales y su voluntad de romper los códigos tanto en su vida personal como en su trabajo. Esta colaboración es una oportunidad para que la casa de lujo suiza permita al mundo experimentar el trabajo revolucionario de Saint Phalle y también arrojar luz sobre sus logros como mujer y como artista feminista de vanguardia que dedicó su vida a su visión: una de las relaciones sociales, equidad racial y de género.

De hecho, el trabajo de Niki de Saint Phalle tiene una resonancia particular para La Prairie, ya que fue su sorprendente uso del azul cobalto el que inspiró el color icónico de la colección Skin Caviar de La Prairie. En 1982, Niki estaba desarrollando su fragancia homónima en su taller en un estudio de diseño compartido en Nueva York, donde el equipo de La Prairie solía participar en intercambios creativos.
Cuando La Prairie encontró el azul cobalto de Niki de Saint Phalle, su color favorito que ella describe como "el color de la alegría y la suerte", el vínculo se hizo claro: solo el azul cobalto serviría. Un encuentro afortunado que generaría un vínculo con la Casa de La Prairie y lo sellaría para siempre.

@niki_de_saint_phalle



© 2021 Niki Charitable Art Foundation

INSIDE-OUT de ADRIANA TORRES: *Espejos, selfies y lienzos. Hablamos del* SILENCIO *y analizamos la* SOLEDAD COMPARTIDA

La Exposición individual de Adriana Torres se celebrará en la Galería Javier Marín, de Málaga desde el 11 junio, permaneciendo hasta el mes de septiembre de 2021. Está compuesta de 30 obras de la artista distribuidas entre espejos, lienzos y dibujos, cuya distribución y composición responden a la filosofía de su autora incardinada en el Arte Confesional, por lo que su obra reflexiona sobre el ser humano, sus preocupaciones y sufrimiento, el papel de la mujer en nuestra sociedad, sobre nuestro yo interior, el silencio, la soledad y la epidermis social. De ahí el nombre de la exposición "INSIDE-OUT".

La galería Javier Marín consta de dos pisos. En la parte superior se situarán los espejos. En palabras de la artista: "los espejos tratan nuestra imagen externa, los selfies hablan de lo que queremos enseñar a los demás, imágenes forzadas y retocadas, una post verdad sobre nosotros mismos, al tiempo que componen una imagen que nos devuelve nuestro reflejo, quiénes realmente somos, el selfie que en ocasiones solicitamos hacernos com alguien a quien supuestamente admiramos"

En palabras del prestigioso filósofo y crítico de arte, Fernando Castro Flórez, autor del texto del Catálogo de la Exposición, "vivimos atrapados en la compulsión de repetición de nuestra imagen, en un narcisismo que no conduce a la postre a otra cosa que a la insatisfacción". Con enorme lucidez, Adriana Torres se "apropia" de selfies puestos en circulación en Internet para pintarlos sobre espejos que, por supuesto, "incorporarán" al espectador en esa pose superficial. Los marcos antiguos que utiliza esta artista (inspirada según confiesa en los de los espejos de los palacios napolitanos) establecen una fricción temporal (la memoria frente al vértigo de lo actual, el pasado confrontado con una instantaneidad amnésica) pero también introducen una delimitación "lujosa" para invocar un deseo contemplativo.

Esta *mise en abyme* de la "pulsión sélfica" que nos recuerda aquellas obras especulares de Pistoletto, da cuenta de la ansiedad de una belleza cosificada o, en otros términos, de una "modelización" de la subjetividad que puede no ser otra cosa que un "sometimiento" ridículo. No es irrelevante que la única mujer que no se está haciendo un selfie en estos "retratos de cámara" sea la propia Adriana Torres que hace un paródico gesto de victoria con el pincel en la mano, en un guiño velazqueño que nos hace cobrar conciencia de la cualidad heterotópica del arte."

En el piso inferior, en palabras de la autora, "se habla de nuestro verdadero yo, de cuando estamos solos, en silencio, de cuando nuestro corazón se expande al darle sitio de reflexión, de calma y de sincera verdad".

En el fondo, las dos dimensiones nos representan. Es lo que somos, ambas constituyen un "espejo" en que se refleja nuestra realidad, superficial y profunda, verdad y post verdad. En síntesis y en palabras de la autora: " la identidad y la verdad".

@adrianatorressilva

MIKEL URMENETA: *de crear* KUKUXU MUTXU *a invadir* KRÁPULA *para comernos su arte entre bocados y sorbos*

Mi inspiración siempre ha sido espontánea. Con el tiempo me he dado cuenta que dibujo con un punto de humor al ser humano y a lo que le rodea. Vamos, la temática es inagotable. Mi aportación estética a los locales del Grupo Zoko *(en Madrid, Krápula de Jorge Juan, Zoko Retiro y Zoko de Valdemarín),* no ha sido fácil, sobre todo porque la construcción del local es ya en sí misma una obra de arte. Mi amigo Diego es responsable de crear este local-escultura entre industrial, pop y cool, pero creo que encontré el punto simplificando los trazos y que no fueran protagonistas a gritos. Krápula es precioso de ver, comer y beber. Si me preguntan por mi estilo, diría que mis trazos son trazos infantiles que esconden canalladas, humor, surrealismo, sátira… que los convierte en una segunda lectura en un cosmos de adultos. Mi evolución tiende a que cada vez mis dibujos son más primitivos, directos y conviven muy bien con el texto. También se adaptan bien al trabajo de otros artistas, en los restaurantes Zoko he pintado a varias manos con Andreu Buenafuente, Pablo Carbonell, Juan Luis Arsuaga, Claudia Stilianopoulos… ¿Me inspiró la pandemia? La primera etapa sí, porque la gente se quedó bloqueada y tenía tiempo para mis cosas, luego llegó la molesta etapa de memes y este final de Zoom tras Zoom me está agotando. Pero la pandemia como tal, no, no me ha inspirado significativamente.
FEARLESS significa una gran revista y un gran disco del super trompetista Manuel Blanco Limón. Significa riesgo, valentía, audacia, seguridad… un artista siempre siempre tiene que estar andando por el acantilado, arriesgando sin miedo, y tiene que ser voluntarioso, como dijo Goya: "solo la voluntad me sobra". ¡Grande! Krápula también es Fearless.

¿30 palabras sobre Krápula?
Gastrorrockmia, Atunlado, Embarrado, Bonvivant, Veintisiete, Salamanga, Deliocioso, Arterisco, Gekopop, Javimercury, Zarigüeyo, Velocirraptor, Alejandramagna, Brutus, Ziborg, Morrofinas, Koktelazoo, Pornografia, Imperdonable Noiracenar, coolgoodfood, Picaesso,Ser-vicio, Enamarable, Emozionico, Rocklex, Berberso, Indispensable, Kopùla, debest, GrupoZoko…Todo esto es Krápula.

@mikelurmeneta
@krapularestaurante
@zokoretiro @zokovaldemarin

MARC CLOTET

Un hombre concienciado

Marc Clotet es un actor que se encuentra en el límite de lo *millennial* y la generación Y. Su conciencia con el planeta y las causas sociales siempre salen en sus conversaciones. Se empezó a dedicar al cine después de estudiar ADE, y de trabajar en distintas áreas que le hicieron ver con claridad su vocación. Desde principios de los 2000 ha cosechado una larga lista de éxitos: series, películas, obras de teatro. Su versatilidad ante la cámara y su cara de niño bueno (algo que luego es) le han llevado a consagrarse como una de las caras más amables e imprescindibles del panorama actual. Tiene un padre (el doctor Bonaventura Clotet) que lleva toda la vida investigando para la cura del VIH. Y eso marca. Está involucrado en distintos proyectos humanitarios, su vena solidaria sale siempre, y en este número especial a favor de la conservación de los océanos no iba a ser menos. Vive en Barcelona, junto al mar, y sabe mejor que nadie lo que significa el mar y su conservación. Tiene dos hijos junto a la actriz Natalia Sánchez, y lo tiene claro "quiero dejarles un planeta mejor, más habitable". A falta de varios estrenos, acaba de terminar *Il divino*, que se emitirá en Netflix y en el que hace el papel de Pep Guardiola, paisano suyo al que le divirtió interpretar, y que siempre tiene una dificultad añadida "al ser alguien real tuve que adaptar mi gestualidad a la suya, y eso es una responsabilidad". Ha nacido para esto, y tras su paso por *Física y Química*, *El Comisario* o *La Voz dormida*, ha realizado numerosos papeles en series y películas del panorama nacional. Su concienciación con las causas sociales y su buena disposición son siempre inspiradores.

Camisa JO&QUIM | Pantalones GUESS

¿Cuales son sus luchas (conciencias sociales)?
La conquista de la igualdad real en el mundo, apoyo a Open Arms desde hace años; el VIH en el que mi padre lleva trabajando desde hace más de 30 años y @YoMeCorono, iniciativa que lucha para acabar con el Covid-19.

¿Cuál es su primer recuerdo de actor?
De pequeño jugaba a interpretar, y eso se me ha quedado marcado de por vida. Luego estudié, y la afición fue pasión y profesión.

Total look FENDI | Zapatillas KARL LAGERFELD

Camisa JO&QUIM | Bermudas SANDRO | Chanclas BOSS

¿Cuál es su panel de inspiración (libros, arte, películas)?
Muchas cosas: la arquitectura, la decoración, la vida. Cadaqués, Dalí, Jeff Koons, Lorca, Jane Goodall, Zaha Zahid, Frank Gehry, *Blue Valentine*, Ryan Gosling, Vincent Cassel, Meryl Streep, Chet Baker, Rigoberta Bandin, C. Tangana o Txarango.

¿Dónde se ve dentro de diez años?
Detrás, produciendo y dirigiendo cosas, poniendo en marcha mis propios proyectos.

¿Cuáles son sus últimos trabajos?
Woh, donde se narra la pérdida de una hija por parte de un padre, y luego eso afecta a la relación, la película *15 horas* (antes se llamaba *Aura*) dirigida por Judith Colell y que se presenta en sección oficial en el Festival de Málaga y la serie de Netflix *Il Divino*.

¿Qué aprende como actor para la vida?
A ser mejor. Doy el 100% de mí en cada papel, y hasta he tenido que adelgazar 10 kilos para un papel. Esto es a lo que quería dedicar el resto de mi vida.

Por Bertie Espinosa

FOTOGRAFÍA ROBERTO MAROTO
AYUDANTE DE FOTOGRAFÍA DAVID ALEN BELARRA
ESTILISMO NOELIA VILLAVERDE
MUAH MABEL SOLA
AGRADECIMIENTOS: GRAN MELIÁ PALACIO DE LOS DUQUES

Decoración MAGIA GLOBOS

Vinos de BARCOLOBO y perfumes de TOUS

Alejandra Suárez y María Trolez, de Perfumes y Diseño

ASÍ FUE LA CENA DE KABUTOKAJI Y FEARLESS PARA EL #8M EN HONOR A LAS MUJERES DIRECTIVAS

El pasado 8 de marzo, Dia Mundial de la Mujer, cuarenta mujeres directivas y empresarias se dieron cita en el famoso restaurante japomediterráneo de Pozuelo de Alarcón KaButoKaji (Av. Navacerrada, 1) invitadas por Patrizia Cabarjosa, fundadora de KBK y Katalina Mikhailova editora de FEARLESS® . En una cena en mesas de cuatro, y con una decoración, diseñada por Magia Globos, inspirada en tonalidades rosas y morados en honor a la mujer, las invitadas pudieron degustar una exquisita cena a cargo del chef Andrés Madrigal, cuyo postre, inspirado en *ellas* y en colaboración con Perfumes y Diseño, fue aderezado con gotas dulces obtenidas de un mini frasco de Tous. Entre otras, han asistido representantes de empresas como Lancome, LVMH, Perfumes y Diseño, Canal Isabel II, ORCAM, El Corte Inglés…; así como editoras de moda como Yolanda Sacristán, Esther Vila o Concha Crespo; rostros conocidos como Carmen Lomana, Alejandra Onieva o Alejandra Rubio; políticas como Bea Fanul o empresarias como Sandra García-Sanjuán de Starlite que no quisieron perderse la cita, un encuentro que tenía por objetivo brindar con y por *ellas*.

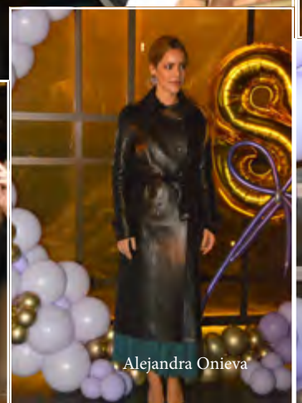
Magali Yus, Concha Crespo, Yolanda Sacristán (The Beauty News Room) y Marta Jaumandreu (TVE)

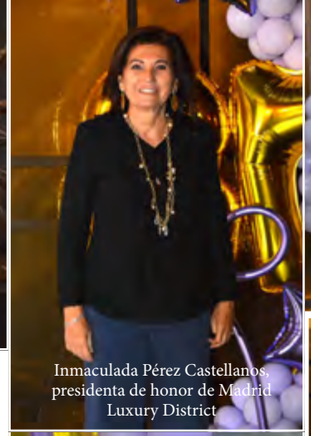
Ana Cavero (¡HOLA!), Penélope (MAGIA GLOBOS), Teresa Haering (FEARLESS®), María Trolez (PyD)

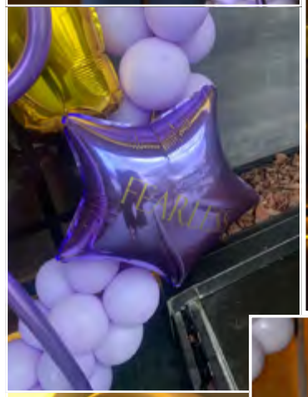
Sandra García-Sanjuán (Starlite) con Alejandra Onieva, Alejandra Leight, Cristina Quesada (Luxury Comm)

Sandra García-Sanjuán, Carmen Lomana, Alejandra Leight y Cristina Quesada

Carmen Lomana, Vanesa Peloche (Equipo Singular), K. Mikhailova, Bea Fanjul y Susana Arribas (Lancome)


Alejandra Onieva


Inmaculada Pérez Castellanos, presidenta de honor de Madrid Luxury District

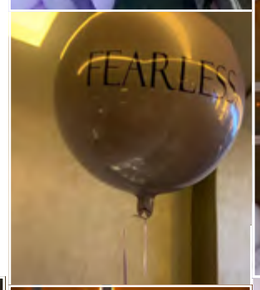


Elena Mikhailova, violinista

Magali Yus, de El Corte Inglés

Alejandra Onieva, actriz, con Alejandra Leight, manager

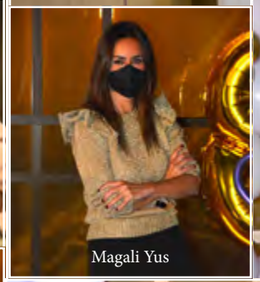
Carmen Lomana



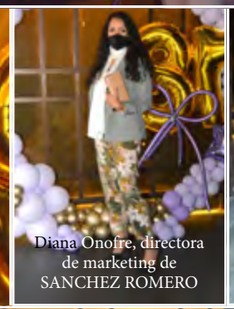
Alejandra Rubio

Bea Fanjul, diputada, con Nuria Román, dircom Canal Isabel II

Katalina Mikhailova, editora FEARLESS


Magali Yus

Patrizia Carbajosa, CEO KBK, con Alejandra Onieva


Diana Onofre, directora de marketing de SANCHEZ ROMERO

Marta Jaumandreu con Patrizia Carbajosa

Marta Jaumandreu

Bea Fanjul

#5FRASESCONMARIO

Cántico de amor al mar

Un viejo dicho marino reza asi: “vivir no es imprescindible; navegar, sí”. Ignoro la paternidad del aserto pero constato su antigüedad. Obviamente su sentido profundo no se dirige a la razón formal puesto que, como diría un acólito fervoroso del literalismo puntillista, para navegar es imprescindible estar vivo. No. No es eso. Se trata de una Oda, de un cántico de amor al mar, en su sentido profundo de emblema de libertad, porque nada simboliza con mayor cromática espiritual la noción y la vivencia individualizada de la libertad que la imagen del marino cubierto de cielo y rodeado de mar sin costa firme alguna sujeta a su visión. Pero hablo de la libertad real, la que habita en nuestro interior. Esa libertad para la que ningún humano pudo jamás construir ni cárceles ni rejas, porque trasciende la materia y se alimenta de espíritu. Vivir vegetando no es imprescindible. Vivir navegando sí. Porque ese navegar con libertad interior es lo que nos convierte en humanos de toda humanidad.

Mario Conde
@marioconde2016

TENERIFE GRAN CANARIA LANZAROTE FUERTEVENTURA LA PALMA LA GOMERA EL HIERRO LA GRACIOSA

Islas Canarias
LATITUD DE VIDA

Todos los días sale el SOL

La vida es un ciclo y todo vuelve. Como las olas, que vienen y van.
Aprovecha cada minuto, cada segundo, para hacer de todo o no hacer nada de nada.
El mejor momento del verano siempre es ahora. El mejor lugar, las Islas Canarias.

Canarias avanza con Europa
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Gobierno de Canarias
Unión Europea

www.holaislascanarias.com