

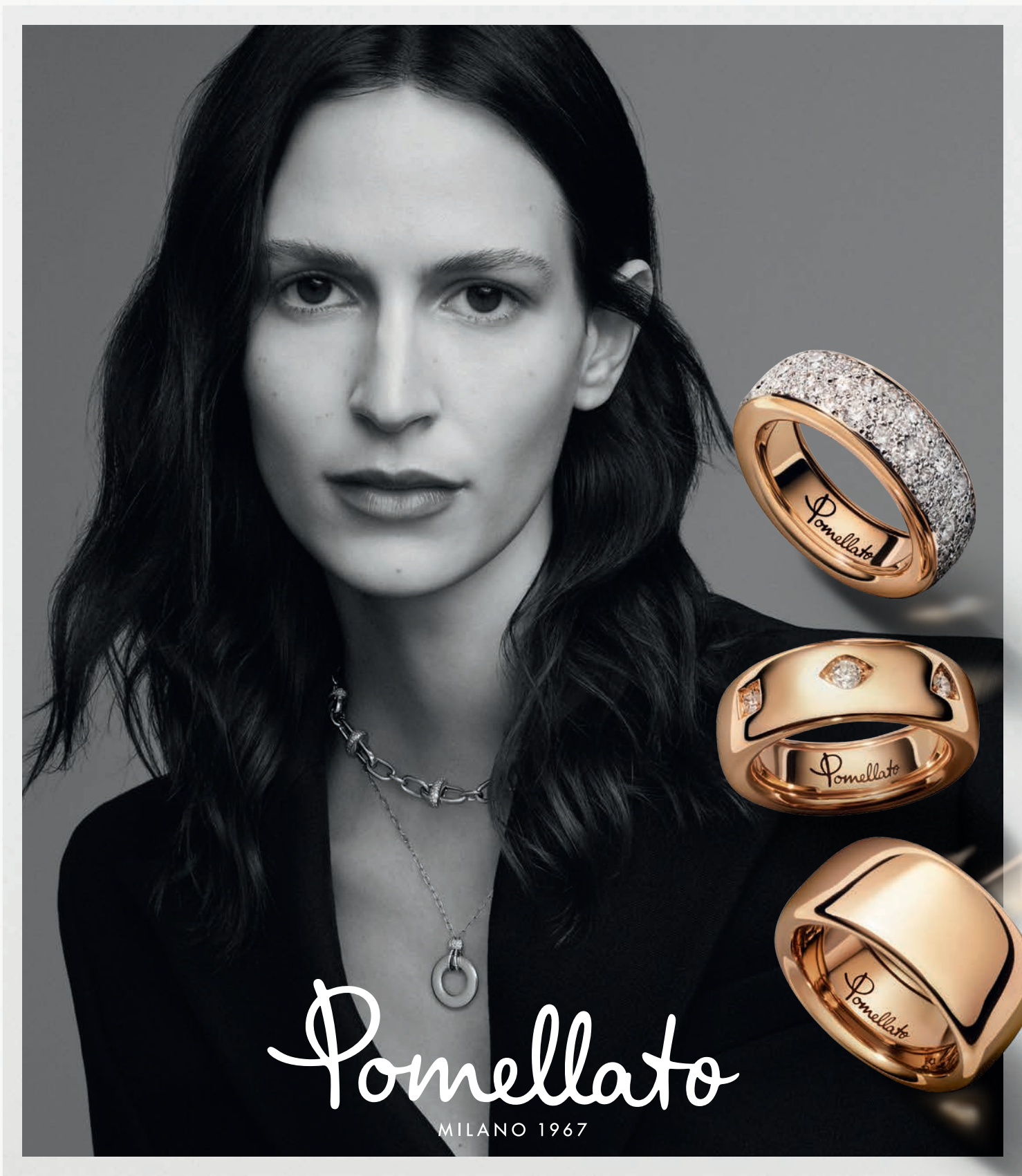
SPEND IN

Holiday issue 2025 CANTABRIA



LA ESENCIA DE LO ESENCIAL

Aix-en-Provence • Algarve • Alicante • Andorra • Aragón • Asturias • Avignon • Barcelona • Biarritz • Bilbao • Bordeaux
Cannes • Cantabria • Casablanca • Castilla y León • Comporta • Galicia • Girona • Gran Canaria • Ibiza • La Rioja • Lisboa • Madrid
Málaga • Mallorca • Marbella • Marrakech • Marseille • Melides • Montpellier • Navarra • Nice • Paris • Porto • Punta Cana • Rabat • Reus
San Sebastián • Santiago • Santo Domingo • São Paulo • Sevilla • Saint-Tropez • Tarragona • Tenerife • Toulouse • Valencia



Pomellato

MILANO 1967

BANNATYNE

- 1834 -

TEQUILA BLANCO AHUMADO

by CLASE AZUL MÉXICO



Hay destilados que despiertan el alma. Y luego está Clase Azul 'Tequila Blanco Ahumado', la nueva joya de la casa mexicana que ha elevado el arte del tequila a una experiencia sensorial. Nacido en Los Altos de Jalisco, este tequila se cocina en un horno ancestral—un pozo cavado en la tierra encendido con leña y piedras volcánicas— que impregna el agave azul con un toque de humo tan delicado como inolvidable. Tras una doble destilación en alambiques de cobre diseñados a medida, el resultado es un tequila cristalino con aromas de agave cocido, ciruela y manzana roja, y un paladar que

combina notas cítricas con un final sedoso y mineral. Cada sorbo evoca el poder transformador del fuego, la paciencia del tiempo y la nobleza de una tierra que no olvida sus raíces. Su licorera, con matices cobrizos, textura cerámica oscura y acabados que evocan el humo de la cocción, es una pieza de arte en sí misma: un homenaje a los elementos que dan vida al fuego y la tierra. Clase Azul 'Tequila Blanco Ahumado' no solo celebra la maestría artesanal, sino también la magia de lo atemporal: un trago que honra la tradición desde una mirada contemporánea y redefine el lujo mexicano gota a gota.

Texto por **BELÉN ARCE**



Descubre Cap Cana

Disfrute de espectaculares playas, del campo de golf Punta Espada, reconocido como el No.1 del Caribe y México. Navegue desde la marina a una experiencia de pesca inolvidable o únase a la aventura de los parques temáticos Scape Park y El Dorado Water Park. Deléitese con la exquisita gastronomía de +50 restaurantes y con la hospitalidad que se ofrece en Eden Roc Cap Cana, Secrets Cap Cana, Sanctuary Cap Cana, Dreams Cap Cana, Hyatt Ziva y Hyatt Zilara, Sports Illustrated Resort y St. Regis Cap Cana Resort & Residences.



+1 (809) 669-6837 | capcanarealestate.com





CAPCANA
Ciudad Destino



Editorial

LA FAMILIA ORQUESTA: LA BELLEZA DE LA DIVERSIDAD EN ARMONÍA

Se acercan fechas de celebración, especialmente para todos aquellos que, independientemente de credo o ideología, creemos en la familia como un pilar esencial de nuestro estilo de vida, de nuestros valores. Familia es diversidad. Una orquesta única, compuesta por miembros muchas veces tan variopintos que parece un milagro que cuando se juntan puedan interpretar tan bien ese pentagrama que suena a cariño, a comprensión y a todas esas cosas que destila la familia. Una orquesta en la que todos somos solistas, con nuestros talentos y personalidades, también con nuestros defectos y limitaciones, que son menos cuando estamos en casa. Es precisamente esta diversidad lo que nos une y fortalece como unidad singular. La diferencia, pese a lo que la cultura de masas nos impone, no es nada malo; al contrario, es una fuente inagotable de riqueza. Los instrumentos, por muy opuestos que parezcan, se complementan para crear una armonía perfecta; en una familia, cada individuo aporta sus habilidades y perspectivas únicas para crear un sistema inimitable, ni mejor ni peor, que define una forma de ser que marca con fuego la educación y los valores de todos sus miembros.

Me fascina ese paralelismo que la música nos brinda con la familia. Son, en esencia, manifestaciones del alma humana. Siempre en continua evolución, como expresiones del espíritu de cada época. Hemos viajado en el tiempo de las familias extensas de cazadores-recolectores del Paleolítico a las familias diversas del siglo XXI, de la misma forma que el magnetismo del canto gregoriano, con su austero cristianismo, ha evolucionado a los sonidos experimentales de la música electrónica de nuestros días. Esa diversidad, en continua mutación, es la esencia de nuestra especie; por eso, en una familia, cada miembro es valioso y necesario, y las dife-

rencias entre ellos son lo que nos hace fuertes y unidos. Al igual que en una orquesta, donde cada instrumento tiene un papel importante que desempeñar, en una familia cada miembro tiene un rol irremplazable que cumplir. Al valorar y apoyar la diversidad podemos crear un sistema familiar completo y funcional, donde todos nos sintamos valorados y amados.

Solo os pido un último deseo, además de que disfrutéis de nuestro último número con la misma ilusión que nosotros lo hemos preparado para vosotros: por favor, en este ciclo de celebraciones que se avecina aprovechad cada minuto con vuestros seres queridos, sea familia biológica o elegida. Haced de vuestra mesa un bastión de civilización, de humanidad. Apagad los móviles, disfrutad de conversaciones interminables, de los postres y de los espirituosos, apagad los televisores y recordad vuestras historias, repetidas hasta desgastarlas y no miréis la biometría de vuestro reloj inteligente. Exprimid cada segundo con los vuestros sin necesidad de selfis ni redes sociales. No hay nada como estar con los tuyos. Es bueno recordarlo. Haced de vuestra mesa una trinchera impenetrable, celebrad que estáis juntos, que la vida es una maravillosa partitura en la que las principales voces sois vosotros.

Sed felices, ¡lo mejor siempre está por llegar!

RICARDO GIMENO
Editor Ejecutivo



Edita: **GLOBAL LUXURY COMMUNICATIONS**. C/ Poeta J. Maragall, 1. (antigua Capitán Haya), planta 16 | (28020) Madrid. Teléfono: +34 91 598 02 27

Gerente: Ignacio López. **Editor Ejecutivo:** Ricardo Gimeno. **Adjunta a Dirección:** Alicia Gil. **Redacción:** Karla Alcántara, Gabriel Álvarez, Antonio Álvarez-Cienfuegos, M. Aragüés, Lorenza Aranda, Belén Arce, Julie Arquero, Mario Azagra, Jean-Baptiste Fouyer, Pierre Cassini, João Castelo, Zoila Checa, Nicolás Balaguer, Kathleen Bendelack, Martín del Castillo, María Ignacia Culell, François-Xavier Duplá, Henri Eskenazi, Ignacio Estarán, Francisco G. Ávila, Josefina Grosso, Glenys González, María González, A. Guillén, Mamen Hazañas, Paz Hazañas, Carlota Lainez, Seishi Macdonald, Enrique Marco, Zee Marie, Anabel Moutinho, Alicia Navarro, Marina Oliveira, Laurence Ostolaza, Yareli Parra, Marcos Pereda, Amparo Peña, Isabel Pilar de Figueiredo, Paul Pilcher, Hugo Pinha, Andrés Puch, Charo Ramos, Débora Rodrigues Lopes, Ricardo Roderá, Martina Rossi, Karina Sánchez, Daniela Schwanke, Joan Sebastian, Alicia Senabre, Anthony Seynees, Maikel Tapia, Ángela Valero de Palma, Kino Verdú y Michael Wall. **Director de Arte, Maquetación y Diseño:** Alberto Ladrón. **Maquetación y Diseño:** David Gaya. **Traducción** supervisada por Rachael West. **Fotografía:** Roberto Arnaiz, Erika Barahona, María Calafat, Jaume Capellá, Sofia Cases, Tomeu Coll, Igor Díez, Daniel Duart, Adolfo Enríquez, Sergio Ferreira, Frameyou (Pedro Corrêa da Silva, Manuel Antunes e Filipe Faleiro Cruz), Román García Aguilera, Tony García, Rodrigo Gimeno, Alba Giné, Marta Goro, María Guerra, Jaime Machado, Mela, Pedro Melo, Carlitos Miranda, Adolfo Moreno, Anna Moshi, Andrea Nájera, María Natali, Pär Olssen, Fernanda Padilla, Anna Panic, Mayte Piera, Juan Quesada, Cristina Sarmentero, Alfonso Suárez, Javier Tomás, Cristina Tovar, Catherine Uribechevarria Massion, Bart van de Voort, Adrián Vázquez, Jaime Verd y Mark Zlick.

GLOBAL LUXURY COMMUNICATIONS S.L. no se identifica necesariamente con el contenido de los artículos ni con las opiniones de sus colaboradores.

Queda prohibida la reproducción total o parcial sin la autorización expresa de la editorial. D.L.M.-38.073-2003 // ISSN 1696-8158.

SPEND IN

HOLIDAY ISSUE



Pág. 86. Marc Pottier



Pág. 84.
Un postre de
fragancias



Pág. 48. Coro Armonía



Pág. 96. Nacho Navarro



Pág. 70.
J.&L.
Lobmeyr



Pág. 80. Gustav Klimt y el Burgtheater



Pág. 76. Meriem Benkirane

034.... ARTESANOS DE LA CARNE. **Gourmet**

038.... FLEISCH. WIEN MUSEUM. **Gourmet**

040.... RAÚL ASENCIO. EL ALQUIMISTA DEL DULCE. **Gourmet**

042.... DEESSA. **Gourmet**

044.... WELLINGTON HOTEL & SPA. **Fun**

046.... BULTHAUP GRAU ROIG. **Fun**

048.... CORO ARMONÍA. **Essential**

054.... CRISTINA DÍAZ DE BUSTAMANTE. **Essential**

056.... LA ELEGANCIA DEL DESCANSO. **Style**

058.... CRISTINA CASTAÑER. **Style**

060.... RODRIGO SALDAÑA Y MARÍA PÉREZ-SEOANE. **Style**

064.... MARCO TAMPONI. **Style**

066.... STYLE IN PROGRESS. **Style**

070.... J.&L. LOBMEYR. **Know-How**

074.... OYSTER PERPETUAL DATEJUST. **Know-How**

076.... MERIEM BENKIRANE. **Know-How**

080.... GUSTAV KLIMT Y EL BURGTHEATER. **Know-How**

084.... UN POSTRE DE FRAGANCIAS. **Know-How**

086.... MARC POTTIER. **Arte & Cultura**

088.... TALYTA FLORES. **Arte & Cultura**

092.... PABLO VILLAZÁN. **Arte & Cultura**

094.... LUCHA DE GIGANTES ART SPACE. **Arte & Cultura**

096.... NACHO NAVARRO. **Essential**

098.... LUÍS PEDRO SILVA. **Architecture**

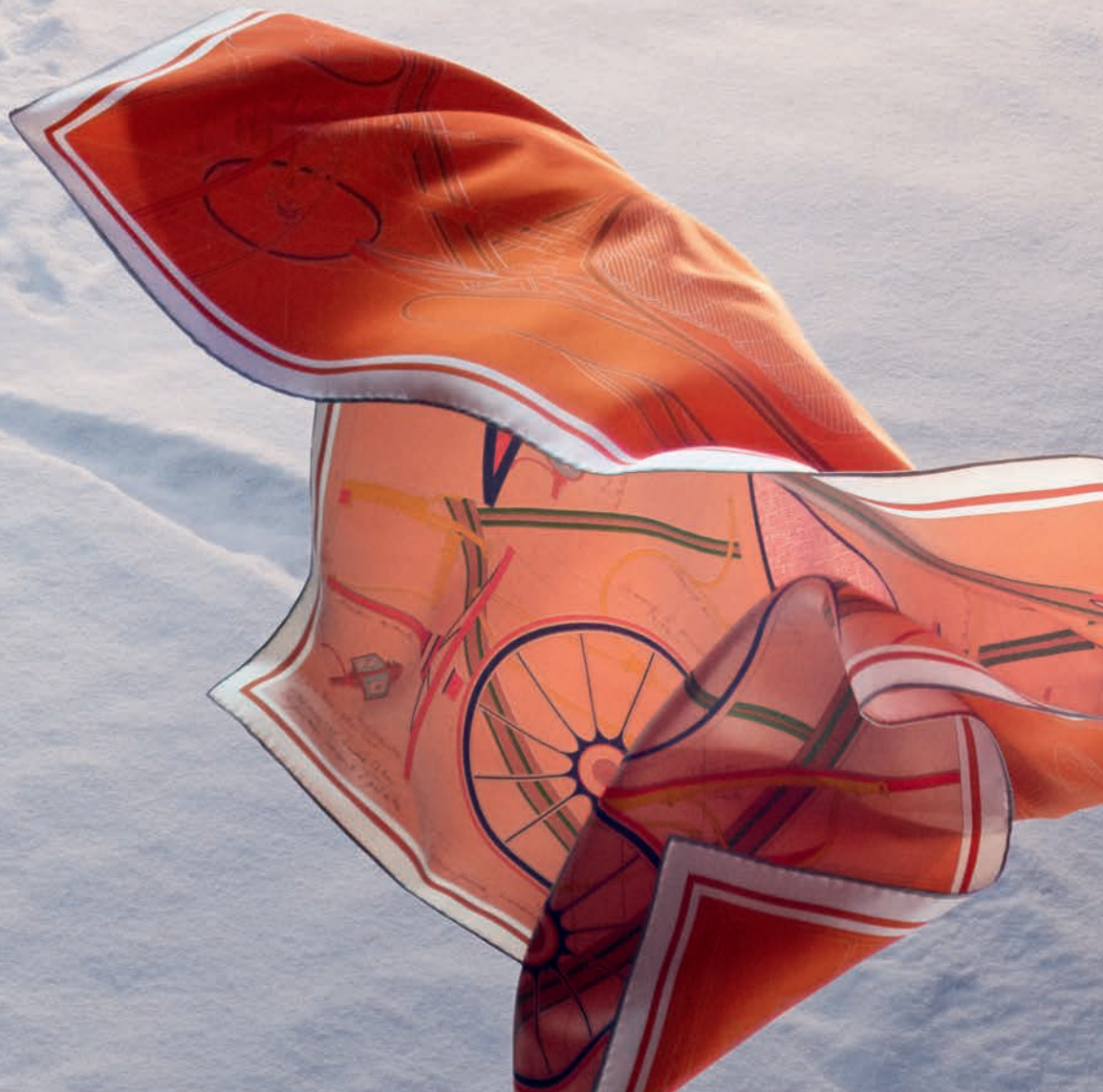
102.... VILLA LA MORALEJA. **Architecture**

106.... ANDREA PEDRALI. **Decodesign**

108.... SULITZE MUÑOZ ARQUITECTOS. **Architecture**

110.... COSTA LOPES. **Architecture**

trazos de felicidad



Marcia Ferrández

Entre telas y recuerdos, su arte revela fuerza y carácter. Cada diseño es un reflejo de identidad y propósito —con elegancia, actitud y sensibilidad— para que la moda se convierta en un lenguaje capaz de empoderar y dar voz a quienes la visten.

La moda puede ser un acto de poder, y sus diseños lo evidencian con claridad. Cada prenda nace de un universo de raíces profundas y de una sensibilidad artística. Sus creaciones hablan de historia, técnica y creatividad, invitando a quienes las observan a descubrir gestos, texturas y formas únicas. Esta joven emprendedora angolense se licenció en Contabilidad Financiera, y su formación como diseñadora de moda muestra cómo la precisión académica y la imaginación se descubren en su trabajo. “Soy una mujer de raíces fuertes, alma creativa y con un objetivo claro”, afirma, condensando la herencia familiar y la pasión que la llevó a convertir la industria textil en su lenguaje de expresión. La moda llegó a su vida, como recuerda, “desde la infancia, de forma natural”. La semilla de su vocación germinó en el hogar, entre telas, hilos y sueños: “Mi madre era modista, y yo siempre la observaba crear piezas que daban alegría y confianza a otras mujeres. Sin darme cuenta, ese ADN se transformó en mi afición. Empecé diseñando trajes para mis grupos de danza, hasta comprender que la moda era mi verdadero destino: un camino de expresión, arte y propósito”. La esencia de sus creaciones es la fuerza femenina. Cada una de sus ‘joyas’ cuenta una historia de raíces, evolución y elegancia. “Me gusta combinar lo clásico con lo contemporáneo, lo africano con lo universal, creando piezas que reflejan actitud, identidad y emoción. Busco que cada mujer se sienta poderosa, única y luminosa cuando viste mis diseños”, explica. Sus clientas son “mujeres auténticas, conscientes de su valor, modernas e independientes”. Nacida en Luanda, su infancia estuvo marcada por un entorno donde la creatividad era cotidiana. “Recuerdo el sonido de la máquina de coser, las telas extendidas por toda la casa y la emoción de ver una prenda tomar forma.



Su próxima meta es consolidar su marca en nuevos mercados internacionales. Cree en la moda como una herramienta de diálogo cultural y aspira a que sus creaciones lleven un mensaje de orgullo, modernidad y raíz africana a las pasarelas de todo el mundo.

Aquellos momentos fueron mi primera escuela de moda y el origen de todo lo que soy hoy”, apunta, y añade que de su madre heredó “la disciplina, la sensibilidad y el amor por la costura”, mientras que de su padre destaca “la determinación, el trabajo duro y la fe en los sueños”. Ellos le enseñaron que el talento abre puertas, pero es la constancia la que “te mantiene dentro”. Por otro lado, Marcia considera que Angola es energía, color y alma: “Luanda, en particular, tiene una mezcla fascinante

entre tradición y modernidad, con playas espectaculares como la Ilha, Mussulo o Cabo Ledo. Quien llega a Angola se enamora de su autenticidad y de la fuerza que se respira en cada esquina”. Y para finalizar, le preguntamos qué es para ella la esencia de lo esencial. Su respuesta es contundente. “Ser luz en la vida de los demás, mantener los pies en la tierra y el corazón conectado con lo que realmente importa: la familia, el amor, la fe y la capacidad de crear algo que deje huella”.

A fashion advertisement for Barbour Tartans. The scene is set on a rocky shore next to a calm body of water, with misty mountains in the background. A man stands on a wooden picnic table, looking down. He is wearing a dark jacket, a plaid scarf, and blue trousers. A woman sits on the same table, looking towards the camera. She is wearing a light-colored trench coat and a large, patterned plaid scarf. The overall mood is serene and sophisticated.

THE ORIGINAL & AUTHENTIC
BARBOUR TARTANS

Barbour®

BARBOUR SANTANDER · Calle Hernan Cortés, 45 · (+34) 942 21 12 76

Marcelino Lominchar

Texto por FERNANDO APARICIO

Este reputado profesor de Geografía, Historia y Arte por la Universidad Complutense de Madrid ha publicado su libro ‘Historias de la Historia de España’. Lo original es la forma disruptiva con la que las narra, como una aventura sorprendente y cercana, para todos los públicos. Es uno de los más vendidos del año. En el inicio de 2026 verá la luz su segunda obra.



El autor posa con su libro en los jardines de entrada del pabellón de Dirección de la sede central de IE University en Madrid, donde es profesor de Historia y Management y Pensamiento Crítico, así como director ejecutivo de Open Programs de IE Executive Education.

Nuestra Historia tiene una deuda con el papel que en ella tiene la mujer. “Si pudiera reescribir algo, me gustaría hacerlo el día en que pongamos en valor su contribución. Porque si hay algo que deberíamos reescribir, no es la Historia, sino cómo la contamos y a quién decidimos incluir en ella”, afirma. Hay cinco personajes sin los que la Historia de España no se podría comprender: “Isabel la Católica porque fue la arquitecta de un imperio. Cristóbal Colón por cambiar para siempre la percepción del mundo y situar a España en el centro de una nueva realidad global. Miguel de Cervantes por mostrarnos la grandeza de nuestra lengua y enseñarnos a mirarnos en el espejo de la crítica social. Álvaro de Bazán, ejemplo de tenacidad y estrategia. Y Urraca de León, la primera reina europea no consorte, símbolo de una mujer que se adelantó a su tiempo. España ha sido –y es– un país acomplexado. Llevamos siglos pidiendo perdón por existir, por haber sido grandes, por haber cometido errores que otros también cometieron. Durante siglos fuimos pioneros en ciencia, arte, exploración, pensamiento... y aun así hemos acabado creyendo que todo lo bueno viene de fuera. No se trata de negar nuestras sombras, sino de no mirarnos con esa mezcla de autoflagelación y complejo de inferioridad. Seguimos pensando que en otros sitios se razona mejor, se gobierna mejor o se vive mejor... cuando no necesariamente es así”.



moisés

DESDE 1973

cocinas . baños . armarios

Hernán Cortés, 49 - 39003 Santander

Tlf.: 942 221 756 - 647 874 055

www.moiescocinaybano.es

Lucía del Olmo Rudilla

Texto por MAIKEL TAPIA

Emprender a los veinte años de edad es un salto al vacío lleno de incertidumbre y oportunidades. Liderar un proyecto de cosmética asiática demuestra que arriesgarse y explorar lo desconocido puede abrir puertas inesperadas y convertir la pasión y el aprendizaje constante en resultados tangibles.

“A veces, hay que lanzarse a la piscina”, confiesa Lucía al recordar sus primeros pasos fuera de la zona de confort. Su generación tiende a buscar caminos seguros, pero ella eligió saltar, equivocarse y aprender, convencida de que los veinte son la etapa para explorar y desafiarse. “Tomar decisiones que dan miedo, aunque no cambien tu vida, deja una sensación de realización única: conseguir lo que nunca pensaste que podrías lograr”, apunta. Periodista de formación, estudió Medios de Comunicación en Londres para salir de casa y experimentar el mundo. “Nunca quise estudiar en España; necesitaba romper mi burbuja”, recuerda. Tras la COVID-19 y un giro profesional, descubrió que el periodismo tradicional no era su lugar, y se volcó en márketing y redes sociales, hasta liderar el proyecto Korean Korner. Su relación con la belleza, asegura, está marcada por el destino. “Cada decisión que tomé me llevó hasta aquí”, indica. Desde sus prácticas en Woman y Glamour, hasta el trabajo con la empresa familiar de cosmética, Lucía se fue enamorando de la marca, hasta tomar las riendas de Korean Korner. Liderar un proyecto familiar a los veintiséis supone enfrentar el síndrome del impostor, aunque su madre le ayuda a mantener los pies en la tierra. “Quiero que cada persona encuentre exactamente lo que su piel necesita, con productos que resuelvan problemas reales”, asegura. Korean Korner nace como un puente entre la cosmética coreana y el público español, seleccionando marcas innovadoras antes de que lleguen a Europa. “Nos diferenciamos porque no seguimos la tendencia; apostamos por la eficacia y la originalidad”, explica. Detecta problemas comunes: productos que llegan tarde o la compra impulsiva guiada por el márketing, y ofrece soluciones personalizadas como asesoramiento, educación y productos eficaces. “La cosmética coreana conecta porque no busca la perfección, sino una piel sana”, reflexiona. Su



KOREAN KORNER propone una nueva forma de entender la belleza: consciente, funcional y cercana. Cada producto es una invitación a cuidar la piel con sentido, a disfrutar del ritual sin artificios y a reconectar con la autenticidad en un mundo que valora lo inmediato.

propuesta combina curiosidad, innovación y cuidado: acercar a España lo último de Seúl, adaptado a los hábitos, el clima y las necesidades locales. Para ella, capitanear esta iniciativa es construir algo con sentido, evolucionar un legado familiar y dar un mensaje a mujeres jóvenes: “No esperen a sentirse listas. Rodearse de personas que las impulsen y confiar en su instinto es más importante que tener todas las respuestas”. El futuro, dice, se escribe con calma, constancia y propósito. Su visión va más allá del brillo superficial:

busca reivindicar la autenticidad, el cuidado real y el poder de sentirse bien en la propia piel. En un mercado saturado de promesas fugaces, su apuesta por la transparencia y la empatía suena refrescante. “Al final, la belleza no es apariencia, es bienestar. Y eso empieza cuando dejas de compararte y aprendes a escucharte”, concluye. En esa búsqueda serena de equilibrio, la rutina diaria se transforma en un acto de amor propio. Porque, al final, cuidarse también es una forma de valiente rebeldía.



BAUME & MERCIER

MAISON D'HORLOGERIE GENEVE 1830



Distribuidora oficial para Iberia B.O.T.M. T. +34 656 89 87 96

Baume-et-Mercier.com

LAS DOS RAZONES

Texto por FERNANDO APARICIO



Una anécdota –yo incluso la llamaría por lo que me impactó, leyenda–, que se atribuye a Henry Ford, fundador y presidente de la gran compañía automovilística. Antes de decidirse por contratar a una persona para que ocupara un cargo de dirección en su empresa, invitó a comer a los dos candidatos que habían superado todas las pruebas para optar a ello. Ambos presentaban excelentes calificaciones en universidades de gran prestigio. La comida sería un buen momento para calibrar quién sería finalmente el elegido. Tras ella, comunicó su decisión. Una vez escuchada esta, el que no había sido seleccionado le dijo al magnate si podía hacerle una pregunta, a lo que este accedió. “Sr. Ford, le ruego disculpe mi curiosidad pero durante la comida en la que estábamos los tres no hablamos de ingeniería, ni de automóviles, ni de nuestra formación universitaria, ni de nuestra experiencia... hablamos de cosas genéricas sin relación alguna con su empresa..., perdone pero... ¿en qué basó su decisión para elegir al candidato?”. Ford respondió: “Principalmente por dos razones. La primera, porque el otro candidato probó primero su comida, y luego le puso sal, y usted primero puso sal y luego la probó, y a mí me gustan las

Creo que poco más se puede añadir, el verdadero liderazgo solo puede sustentarse en la grandeza de la persona

personas que prueban las cosas antes de hacer cambios en ellas; y la segunda razón –y más importante–, es que la otra persona fue educada y atenta con todos los camareros, pidió ‘por favor’ las cosas y les dio las gracias...; en cambio, para usted los camareros fueron invisibles, y solo fue amable y educado cuando se dirigía a mí... y yo quiero para mi empresa directivos que, por encima de todo, sean capaces de ‘ver’ a las personas, y sin embargo en usted comprobé que solo era capaz de ver y valorar la jerarquía...”. Creo que poco más se puede añadir, el verdadero liderazgo solo puede sustentarse en la grandeza de la persona.

HASTA **10** AÑOS DE PROTECCIÓN*
CONSULTE CONDICIONES EN MAZDA.ES

NUEVO MAZDA CX-80

DIÉSEL HÍBRIDO E HÍBRIDO ENCHUFABLE HASTA 7 ASIENTOS

Reserva ya nuestro SUV más espacioso: el nuevo Mazda CX-80. Nuestro último modelo con tres filas de asientos y un amplio espacio para hasta siete personas. Elige entre el eficiente motor diésel híbrido de 6 cilindros o la versión híbrida enchufable para disfrutar del placer de conducir en su máxima expresión. Ya sea para viajar con toda la familia o simplemente disfrutar de la libertad que brinda tener un espacio ilimitado para tus proyectos, descubre todo el potencial que la vida tiene para ofrecerte.



Consumo de combustible combinado WLTP: 1,6 - 5,8 l/100km, emisiones de CO₂ WLTP: 35 - 151 g/km

MOURO MOTOR | Avenida Parayas 22, tel. +34942352188 | www.redconcesionariosmazda.es/MouroMotor



CRAFTED IN JAPAN



POTERIE SERGHINI

Texto por **JEAN-BAPTISTE FOUYER**

Desde 1832, esta prestigiosa casa une la herencia marroquí con la creación contemporánea. Ocho generaciones de artesanos han forjado un universo cerámico donde cada pieza cuenta una historia.



En el corazón de la ciudad costera de Safi, reconocida por su arcilla excepcional y su milenario saber hacer alfarero, Poterie Serghini combina el legado ancestral con una creación contemporánea refinada. Fundada en 1832 en Fez por Mohammed Serghini, la manufactura se ha transmitido de generación en generación. Hoy, bajo la dirección de la octava línea de artesanos, ofrece una amplia colección de vajillas, objetos de arte y piezas decorativas moldeadas completamente a mano. Cada pieza es testimonio de un saber hacer transmitido con esmero, reflejo de un trabajo artesanal profundamente arraigado en la riqueza de la tierra de Safi, célebre por la flexibilidad de su arcilla roja, rica en óxido de hierro. Los talleres revelan una paleta de esmaltes vibrantes, que mezclan azules profundos, ocre delicados y lacas sutiles que dialogan con autenticidad. En cada jarra, cada plato o cada objeto la armonía de los tonos y la fineza de las texturas crean un lenguaje sensible. Una firma que convierte cada creación en un verdadero arte de vivir.

Poterie Serghini une la delicadeza del gesto con la exigencia técnica, transformando la tierra en piezas únicas que visten con elegancia tanto interiores como exteriores. Más allá de la belleza formal defiende un firme compromiso con la sostenibilidad. Respetando estrictamente las normas internacionales de seguridad y emisiones, exporta sus obras a Europa, Asia, Oceanía y los Estados Unidos. El reconocimiento de los artesanos está en el centro de esta filosofía, con una transmisión activa de conocimientos que garantiza la continuidad del oficio. El catálogo se ha enriquecido, las líneas se han modernizado

***El arte de la mesa
se convierte en un
objeto de emoción,
en la que se realiza
cada cerámica a
través de su color y
su herencia***

y la personalización se afirma como sello distintivo. Abierta al diseño arquitectónico y hotelero, la casa colabora hoy en proyectos a medida donde la materia nace en perfecta simbiosis con el espacio. Cada creación cuenta la historia viva de la tierra marroquí y de la mano que la modela, uniendo la esencia cultural con una sensibilidad decididamente contemporánea. En una época en la que el lujo se redefine por la autenticidad y la huella humana, Poterie Serghini se inscribe con elegancia en esa tradición, ofreciendo una belleza sobria y sincera. Visitar su 'showroom' en Casablanca o sus talleres en Safi es adentrarse en un universo donde cada arcilla cobra voz, donde la materia se convierte en relato y donde lo cotidiano se eleva a la categoría de ritual refinado. A través de sus creaciones revisita el tiempo sin detenerlo, celebrando un lujo medurado que honra tanto la mano que crea como la que recibe. Cada pieza prolonga un legado vivo, renovado en cada gesto precioso, invitando a cada coleccionista a encarnar, a su vez, una elegancia artesanal llena de sentido.



JACOB COHEN



Edmundo González del Campo y Edmundo González Samano

Edmundo González JR

Texto por FRANÇOIS-XAVIER DUPLÁ • Fotografía por TALYTA FLORES

Hablar de buen gusto y criterio en el norte de España es hablar de GOLF SANTANDER. Un referente en España, una saga familiar que se ha adaptado a los vertiginosos cambios que el sector de la ropa ha experimentado en el último cuarto de siglo. Edmundo González Samano hace repaso de los pilares que han guiado esta trayectoria, así como de un presente que mira sin miedo al futuro.

Siempre es una satisfacción poder entrevistar a esos héroes que, en los tiempos que vivimos, siguen manteniendo con éxito los valores de la empresa familiar como divisa innegociable. En este caso, el orgullo es doble porque Edmundo González del Campo, 'alma mater' de GOLF Santander, es además, desde los primeros números de SPEND-IN, uno de los padrinos sin los que este proyecto editorial sería incomprensible. Veintitrés años después, su hijo, Edmundo González júnior, sigue sus pasos en nuestras páginas. En ambos confluye una forma de hacer y un sentido del estilo y del vestir que se definen por el trabajo, el talento y el inconformismo. La clave, tan sencilla y tan difícil, es cómo saber adaptarse continuamente a los tiempos sin perder la esencia, sin perder la personalidad. Misión compleja sobre todo en un contexto definido en los últimos tiempos por la irrupción de nuevas formas de consumo y canales de comercialización alternativos, desde las cadenas de moda hasta la venta 'online', como explica Edmundo González júnior: "Todos estos cambios, para la empresa fa-



Edmundo González Samano 'Mundi JR'



miliar del canal multimarca, significó ir perdiendo cuota de mercado y tuvimos que realizar adaptaciones para seguir siendo competitivos, sin descuidar nuestros pilares fundamentales. Para una empresa familiar esto implicó una doble exigencia. Recuerdo que después del COVID-19 un buen amigo me dijo que ‘hoy en día sobrevivirá el que más capacidad de adaptación tenga a lo que venga, y me enseñó que debíamos afrontar los vientos como los juncos...’; pensándolo en perspectiva, realmente mi padre es lo que ha hecho desde que empezó; siempre ha tenido la inteligencia y la valentía, que es muy importante para tomar decisiones, para adelantarse, para salir de su zona de confort y seguir en vanguardia”. En un mundo tan oscilante como es el de la ropa, la empresa familiar tiene mucho que aportar como recalca el propio Edmundo González júnior: “Creo que uno de los mayores puntos fuertes de la empresa familiar es el compromiso de todos los que trabajamos en ella. En nuestro caso es fundamental la estabilidad y el liderazgo que aporta mi

padre. Es un estímulo para todos nosotros. Me siento orgulloso de continuar ese legado. Posiblemente hoy en día sería imposible que yo creara todo lo que él ha construido a lo largo de todos estos años, por eso busco perfeccionar su creación y la experiencia de GOLF, porque como dice la canción de Julio Iglesias, ‘llegar a la meta cuesta, te cuesta tanto llegar que cuando ya estás en ella, mantenerse cuesta más’”. Esa capacidad de adaptación y de dar respuesta a las tendencias de mañana ha sido una de las señas de identidad del universo GOLF, que recientemente se ha ampliado con la apertura de EDMUND, una espectacular ‘boutique’ dirigida al público femenino en el corazón de la capital cántabra, en la que convive con armonía el característico estilo ‘british’ de GOLF con las últimas tendencias de los grandes nombres de la moda. Una apuesta de futuro que, como él explica, “es un paso adelante que teníamos que dar, ofreciendo al público femenino un espacio más especializado y profesional. Esta área la fuimos cultivando, con mucha ilusión y mimo, en

“Un buen amigo me dijo que ‘hoy en día sobrevivirá el que más capacidad de adaptación tenga a lo que venga, y me enseñó que debíamos afrontar los vientos como los juncos’...”

• • •

“Uno de los puntos fuertes de la empresa familiar es el compromiso de todos los que trabajamos en ella. Es fundamental la estabilidad y el liderazgo que aporta mi padre. Es un estímulo para todos nosotros. Me siento orgulloso de continuar su legado”

• • •

La capacidad de adaptación y de dar respuesta a las tendencias de mañana ha sido una de las señas de identidad del universo GOLF, que recientemente se ha ampliado con la apertura de EDMUND, una ‘boutique’ dirigida al público femenino



“Cada vez viene más gente a Santander. Esta es una ciudad donde todavía hay mucho comercio local de calidad, una gran hostelería y una oferta cultural cada vez más completa. Afortunadamente conserva mucha empresa familiar y esto el visitante lo valora”

distintos lugares dentro de GOLF, pero necesitábamos más; un punto singular para crear una atmósfera única, ese espacio creo que es hoy, gracias a EDMUND, una brillante realidad. La verdad es que es un salto importante y en el que hay una parte muy emocional, algo impulsiva, pero en la que creo que se ha plasmado nuestra pasión por el estilo con mayúsculas. Una vez más tengo que reconocer la aportación, ese empujón final, del ‘jefe’, sin el que este proyecto no hubiera llegado a buen puerto”.

En un contexto cada vez más competitivo, en el que los canales de consumo son cada vez más diversos, esa personalidad, unida a un innegociable espíritu rebelde, aporta mucho a sus clientes, como mantiene nuestro protagonista: “Pienso que nosotros aportamos mucho porque hacemos una selección

de marcas y productos completamente original, que es el resultado de muchos años de trayectoria, para un tipo concreto de cliente que sabe que puede confiar en nosotros. Apostamos por lo auténtico, por la calidad, por la personalidad; y eso no se consigue de un día para otro. Somos fieles a nuestros valores, por eso comprar en cualquiera de nuestras tiendas es toda una experiencia”. Un crecimiento que se acompaña con la renovada vitalidad que está experimentando Santander en los últimos años, impulsada por su comercio tradicional y una oferta gastronómica y cultural, que compone una de las agendas más atractivas del norte de España: “Cada vez viene más gente a Santander. Esta es una ciudad donde todavía hay mucho comercio local de calidad, una gran hostelería y una oferta cultural cada

vez más completa. Afortunadamente conserva mucha empresa familiar y esto el visitante lo valora: atención, trato, oferta... es algo diferencial. Además, tenemos muchas esperanzas puestas en el proyecto del Banco Santander Faro. Hay que destacar la vitalidad de nuestra sociedad civil y el empuje del sector privado, que está haciendo posible que muchos proyectos de envergadura salgan adelante, con el efecto ‘arrastre’ que eso supone sobre toda la ciudad”. En definitiva, una historia en construcción, en evolución constante, en la que padre e hijo seguirán escribiendo nuevas páginas en un futuro que está asegurado gracias a su trabajo, su ilusión y un compromiso incombustible con un estilo, que trasciende generaciones y modas pasajeras, que es clave para entender este casi medio de siglo de éxito.

WONDERLAND. *Annie Leibovitz*

Texto por **MAIKEL TAPIA**

La FUNDACIÓN MARTA ORTEGA PÉREZ (MOP) propone un viaje sensorial y emocional por la fotografía como forma de relato. Una invitación a descubrir, en cada imagen de la icónica fotógrafa estadounidense, la huella de la luz y el tiempo transformadas en arte y experiencia compartida.



Ben Stiller, Jacquetta Wheeler, Ai Tominaga, Karolina Kurkova, Oluchi Onweagba and Stella Tennant, Paris, 2001 © Annie Leibovitz

En el espacio expositivo del puerto de A Coruña se presenta una gran retrospectiva que reúne más de un centenar de fotografías e instalaciones audiovisuales que recorren la trayectoria de una de las miradas más influyentes de nuestro tiempo. El recorrido se abre con una instalación inmersiva dedicada al trabajo con The Rolling Stones, una serie que marcó un punto de inflexión en la fotografía contemporánea. Allí, el pulso eléctrico de la música se confunde con la introspección del retrato, revelando el equilibrio entre energía y vulnerabilidad que caracteriza toda la obra posterior. Las secciones 'Early Years' y 'Stream of Consciousness' exploran la evolución del lenguaje visual de la retratista de Connecticut. Sus retratos de músicos, escritores, intérpretes o figuras políticas dialogan con paisajes e interiores, donde la mirada se detiene

en lo cotidiano y lo transforma en símbolo. Cada imagen es una historia en sí misma, un fragmento detenido del flujo de la conciencia, una meditación sobre el paso del tiempo y la identidad. El corazón de la exposición, que da nombre a la muestra, se adentra en su producción vinculada a la moda. Más de cien obras —muchas de ellas inéditas— revelan una narrativa que conjuga teatralidad y verdad, donde la composición se convierte en escenario emocional. Inspirada en los cuentos que leía a sus hijas, Annie Leibovitz construye mundos visuales en los que la fantasía y la realidad se abrazan sin contradicción, desplegando un imaginario tan sofisticado como profundamente humano. En palabras de Marta Ortega Pérez, presidenta de la Fundación, “posee un talento mágico para captar el

aura de las personas que retrata. Su genio reside en su capacidad para encontrar continuamente esos momentos, esas verdades, que no están a la vista de nadie más”. La exposición, además, marca un hito al ser la primera gran muestra del programa de fotografía de la Fundación protagonizada por una mujer, reafirmando su compromiso con la mirada femenina en el arte contemporáneo. El proyecto se completa con una película y una publicación concebidas especialmente para la ocasión, en las que diversas figuras del arte, la música y la cultura —entre ellas Bruce Springsteen, Gloria Steinem o Tina Brown— reflexionan sobre la huella emocional y estética de esta obra. El conjunto propone una lectura coral de una trayectoria que ha sabido conjugar intimidad, memoria y creación.

A man in a dark suit stands with his back to the camera, looking out a large, arched window. The room is bright and airy, with light-colored walls and a polished floor. A grand piano is visible on the right, and a potted plant sits near the window. The overall atmosphere is one of elegance and luxury.

MIKELI
Luxury Real Estate

Sinónimo de lujo
y alto standing

Key to excellence



AURICULARES 'LEO MOONLIGHT BEIGE'

by
LOEWE



Loewe redefine el lujo contemporáneo (en asuntos del audio) con el lanzamiento de 'Loewe Leo', que inaugura su incursión en auriculares de alta gama. Combinan la precisión tecnológica tatuada a sangre en la firma con la pureza estética (sus productos acumulan un puñado de premios Red Dot), fiel al legado del diseño alemán de la marca. Como embajador, Kylian Mbappé, el delantero del Real Madrid, encarna la energía, el rendimiento y la elegancia que inspira esta nueva era del sonido. Confeccionados en aluminio anodizado y piel natural, los 'Loewe Leo' ofrecen un sonido Hi-Res inalámbrico, altavoces de cincuenta milímetros con

diafragma OCE y cancelación de ruido adaptativa, junto con funciones inteligentes impulsadas por inteligencia artificial, como la personalización acústica 'Mimi' y la traducción en tiempo real (en español, disponible en breve). Con hasta sesenta y cinco horas de autonomía, estos auriculares invitan a 'viajar más allá del sonido', lema que Loewe comparte con el futbolista francés: el lujo es estética... y experiencia sensorial total. Reflejan una expresión de equilibrio entre innovación, artesanía y emoción, las que laten en su exquisito portfolio de radios, televisores (acaba de presentar uno de noventa y siete pulgadas) y altavoces.

Texto por **KINO VERDÚ**



dinh van
P A R I S

Colección Menottes dinh van



1.

Itinerarios XXX

Texto por **MAIKEL TAPIA**

EL CENTRO BOTÍN celebra tres décadas de apoyo a la creación contemporánea con una edición especial que reúne las obras de artistas internacionales becados por la Fundación Botín. Una cita que reivindica el arte como espacio de experimentación, diálogo y confianza mutua entre la institución y los creadores.

‘Itinerarios XXX’ marca treinta años de una iniciativa que, desde 1993, ha impulsado la creación contemporánea ofreciendo un espacio de libertad, investigación y reflexión donde los artistas pueden desarrollar su práctica sin restricciones temáticas, geográficas ni generacionales. “Se trata de una edición muy especial, pues marca tres décadas de un apoyo incondicional basado en la confianza mutua entre la Fundación Botín y los artistas. Una continuidad que permite acompañar los distintos momentos vitales y creativos de los propios creadores, sosteniendo la madurez del arte con la misma disposición con la que se impulsa su nacimiento”, afirma Bárbara Rodríguez Muñoz, directora de exposiciones y de la colección. Estas becas se han caracterizado por su apertura y flexibilidad,

fomentando un entorno propicio para la experimentación entre lenguajes, contextos y generaciones. Como señala Filipa Ramos, coautora del ensayo que acompaña la muestra, “las becas de arte suponen un espacio donde artistas de distintas edades, trayectorias y orígenes pueden detenerse, revisar su práctica y reinventarse”. Los seis proyectos seleccionados abordan la relación entre la naturaleza, la memoria y el conocimiento no racional. Desde perspectivas diversas, las obras se adentran en vínculos afectivos y simbólicos con paisajes marinos, desérticos o florales, proponiendo modos de contemplación que cuestionan la supremacía de lo humano y abren nuevas formas de atención y sensibilidad. Javier Bravo de Rueda entrelaza arqueología, ciencia ficción y cosmovisiones



2.

**Treinta años de arte y confianza
que conectan el pasado, el
presente y el futuro, mostrando
la diversidad y la vitalidad de la
creación contemporánea**



3.

ancestrales en un pequeño museo imaginario de Perú; Noa y Lara Castro Lema convierten la memoria pesquera familiar en un relato audiovisual sobre el mar, el trabajo y la herencia; las estructuras suspendidas de Diego Delas evocan amuletos protectores que susurran voces del pasado; Gelen Jeleton propone, a través del gesto de 'ver la flor', una pausa poética ante el tiempo productivo; Nader Koochaki reconstruye una cronología donde la acción humana transforma el paisaje industrial; y Eduardo Navarro plantea una empatía radical con el mundo no humano, donde el arte, el afecto y el océano laten al mismo ritmo. El jurado, compuesto por las comisarias Irene Aristizábal y Filipa Ramos junto con los artistas Juan López y Jorge Satorre –ambos antiguos beneficiarios de estas ayudas–, ha configurado una selección que refleja la amplitud de lenguajes y sensibilidades que define el espíritu de la convocatoria. La exposición se presenta como un espacio de resonancia y continuidad, donde el arte se ofrece como forma de conocimiento, vínculo y transformación. Treinta años después sigue siendo una plataforma para imaginar nuevos modos de mirar y habitar el mundo.



4.

1. Noa y Lara Castro Lema. 'Cen pequenos soles' (2025). 2. Javier Bravo de Rueda. 'Ojito en mano de Clara'. (Perú, 2025). Fotografía analógica 35 mm. 3. Diego Delas. 'Habla memoria (III)' (2025). Óleo sobre tela, madera, latón y cuero. 4. Eduardo Navarro. F.O.C.A. Fundación Oceánica de Contemplación Amorosa. (Punta Colorada, 2024). 5. Noa y Lara Castro Lema. 'Cen pequenos soles', (2025).



5.

DINH VAN PARIS X AIMEE LOU WOOD

Texto por **DIEGO AGÜERO**

En un juego de reflejos entre arte, diseño y autenticidad, la actriz británica se convierte en la encarnación más pura del espíritu dinh van. Su energía libre y su belleza imperfecta dialogan con la precisión geométrica y el minimalismo radical de la 'maison' parisina. Juntas trazan un manifiesto contemporáneo: la libertad como joya definitiva. Una oda a la sencillez, al gesto esencial y a la emoción que nace de lo verdadero.

Aimee Lou Wood no interpreta un papel en la nueva campaña de dinh van. Se muestra tal como es. Libre y luminosa. En su mirada se adivina la misma fuerza que impulsa cada creación de la firma de la joyería francesa: una voluntad de pureza, una búsqueda de significado. En el universo dinhvaniano, el lujo no se ostenta, se respira. Es una conversación entre la materia y el alma. Eva Vik, al frente de la dirección, traduce esa filosofía en imágenes de una sensibilidad envolvente, donde el cuerpo de Aimee se convierte en lienzo y las joyas en trazos de luz. Y la fotografía de Julien Vallon captura el movimiento, la emoción, la esencia de una mujer que no necesita adornos para brillar. Cada encuadre parece un suspiro detenido, un instante suspendido entre la realidad y el sueño. Las joyas 'Menottes', 'Le Pavé' o 'Serrure' cobran aquí una nueva dimensión. De símbolos de unión y libertad pasan a ser esculturas vivas, prolongaciones del gesto. Cada curva y cada línea parecen pensadas para acompañar la respiración, no para interrumpirla. dinh van no sigue la moda: la depura, la redefine, la convierte en un lenguaje de autenticidad. La joven intérprete de Stockport encarna a la perfección esta alquimia entre arte y vida. Su presencia, a la vez etérea y terrenal, proyecta un tipo de feminidad contemporánea: valiente, honesta, en permanente movimiento. En su mundo onírico —entre lo gráfico y lo sensible—, las joyas se transforman en arquitectura, los gestos en manifiesto. Detrás de cada cerradura, parece decirnos, aguarda un universo de libertad y de deseo, donde el diseño es más que una forma. Ante todo es una actitud ante el mundo.



La firma parisina reinterpreta el lujo con el trazo seguro del escultor. Y la actriz inglesa le da voz: instinto, presencia y una feminidad radicalmente libre



L'INSTANT
TAITTINGER

¿Carne o pescado?

... en Gelín todo es dado

Texto por **BELÉN ARCE** • Fotografía por **TALYTA FLORES**

En el corazón de Santander, junto al mar y al bullicio elegante de la ciudad, se encuentra el venerable Restaurante Gelín. Un espacio donde la frescura del Cantábrico, la tradición de la cocina cántabra y una bodega monumental se funden en una experiencia auténtica y envolvente. Su atmósfera rústica y acogedora acoge desde celebraciones hasta comidas de negocio con igual empeño, siempre bajo la luz natural de una tierra generosa.





Cuando los frutos del mar y la tierra se encuentran en armonía, nace un lugar donde la cocina habla sin artificios y con toda claridad. En Gelín, cada plato tiene la voz del Cantábrico, la honestidad de lo local y la hospitalidad de una casa que lleva décadas recibiendo. Al cruzar sus puertas en la avenida Nueva Montaña se siente una mezcla de tradición y cercanía: vigas de madera, luz tenue, la espera diligente y la atención atenta que marca la diferencia. Los productos frescos definen su carta. Las anchoas del Cantábrico, el pescado del día, el marisco en su punto justo, las carnes nobles, todo llega casi directamente del litoral o de los valles cántabros. Allí, la cocina —con respeto y maestría— respeta primero el ingrediente, y segundo lo acompaña. El resultado es un menú donde la sencillez es virtud

y la técnica está al servicio del sabor. El comedor, amplio pero recogido, dispone también de salones privados para grupos de hasta setenta personas: bodas íntimas, comidas de empresa o celebraciones familiares encuentran su espacio elegante pero sin alharacas. La bodega, por su parte, es un relato aparte: estanterías que custodian tintos, crianzas, blancos de Rueda, Rías Baixas, rosados de Cigalés y hasta referencias internacionales. Aquí, abrir una botella es también un acto de gratitud hacia quienes trabajan la vid y la fermentación. Y en la barra ofrecen un picoteo relajado: tablas de ibéricos, ‘carpaccios’, huevos rotos o raciones del mar y de la tierra para quienes buscan disfrutar sin mediaciones. El ‘menú de barra’ transmite en cada bocado el espíritu de casa: hospitalario, sin pretensiones de moda, centrado en hacer

El sabor del Cantábrico llega entero a la mesa del Restaurante Gelín, donde el producto y la hospitalidad se dan la mano

• • •

Una bodega monumental y una cocina de verdad sustentan un proyecto gastronómico que celebra la tradición sin ostentación



En pleno corazón de Santander, Gelín abre su mesa amplia para celebraciones, cenas íntimas o encuentros improvisados con un trato cercano

bien lo que se sabe hacer desde siempre. En un restaurante como este, la ubicación importa poco frente al alma. Lo que permanece es el pulso de una cocina generosa. Y ese pulso late en detalles: el camarero que recomienda un blanco fresco, el ‘maitre’ que conoce la mesa de al lado o el chef que sale a saludar y dar las gracias. Porque el servicio también es parte del sabor. Las opiniones no tardan: clientes que repiten, grupos de amigos que descubren un rincón que parece suyo y cenas que se convierten en momentos para recordar. Y es que en Gelín no solo se come bien, sino que además se vive la comida como encuentro. Un marisco bien tratado no solo sabe a marisco, sino incluso a conversación compartida, a brindis, a risa, a tarde que se hace noche. Una carne bien asada no solo ofrece sabor, también tacto, presencia

y memoria. Una sobremesa alargada no es una demora, es un privilegio. Porque en esas horas, la cocina y la sala se confabulan para que el tiempo fluya distinto. Este restaurante demuestra que la auténtica elegancia está en la coherencia. No necesita luces estridentes ni moda. Tiene producto, tiene oficio, tiene un equipo que conoce la materia y la trata con gentileza. Tiene una ubicación resuelta y una bodega generosa. Y, sobre todo, tiene ganas de que regrese, de que te sientas cómodo, de que digas “hemos comido muy bien” sin adornos. Justo en ese “muy bien” reside su mérito. Porque al final, lo que perdura no es el plato más fotografiado, sino la mesa donde nos sentimos en casa. En Gelín, esa mesa está siempre preparada, con mantel, agua fresquita, pan reciente y una sonrisa. Y el mar Cantábrico, fuera, sigue su canto.



my home is ME

MERIDIANI

Max, Design Andrea Parisio





Carlos del Campo junto a sus hijos Jorge y Carlos

Artesanos de la carne

Texto por ALICIA NAVARRO • Fotografía por TALYTA FLORES

Hablar de CAYDESA es hablar de tradición, curiosidad y mucha pasión. Pero también es hablar del tiempo: del tiempo que hace falta para aprender un oficio, para entender el valor de lo sencillo y para transformar la pasión en una forma de vida. La empresa cántabra, nacida en 1984 de la mano de Carlos del Campo, ha destacado siempre por ser pionera en calidad y por creer en su producto. Desde los primeros sistemas de trazabilidad, pasando por la creación de la hamburguesa 'gourmet', hasta la primera auténtica cecina de Kobe. Todo ello confirma que el legado familiar de superación y excelencia continúa.

Carlos del Campo se define con una frase que resume toda una trayectoria: “Soy alguien que para crear necesita creer”. Con esa convicción comenzó a trabajar en el mundo de la carne siendo apenas un joven estudiante de diecinueve años. Poco podía imaginar entonces que gracias a su capacidad de trabajo, ímpetu y tenacidad llegaría a ver reconocida su cecina de Kobe, premiada internacionalmente en 2025 como el mejor producto español en el Concurso de Lyon. Además, es obligado destacar la Medalla de Oro en el campeonato World Steak Challenge, recibida este mismo año por su carne madurada ciento cincuenta días. Conscientes del valor de la materia prima, agradecen y comparten este premio con la familia ganadera de Outes, bajo cuya atención se crío la carne premiada. El trabajo en Caydesa se asemeja más a una artesanía que a una actividad industrial. Como buen artesano, Carlos comenzó desde abajo, aprendiendo cada fase del negocio: comprar, vender, cargar, repartir y cobrar. Sabe que los años de experiencia con el producto y la atención al detalle son fundamentales para poder ofrecer la calidad de la que hacen gala. “Empiezo en la carne como un medio de obtener dinero para no tener que pedir en mi casa”, recuerda. Su padre era un modesto empleado, y aquel primer sueldo lo llevó íntegro a casa. “Mi madre, muy de la época, quedó sorprendida cuando vio la cantidad y me preguntó si lo que hacía era correcto”, nos cuenta con nostalgia.

Aquellos comienzos humildes fueron el germen de una curiosidad insaciable. En 1984 fundó Caydesa, acrónimo de Carnes y Derivados de Santander, junto a un socio. Aquella primera inversión no fue económica: fue emocional. Apenas dos años después, España se abrió a la Comunidad Económica Europea, y Carlos ya había viajado con antelación a los Países Bajos, con la misión de estar en la mejor posición para importar carne cuando llegara el momento. Las gestiones fueron complicadas, estando a punto de no poder hacer aquella primera importación, debido a la confusión generalizada en aquel momento con las licencias emitidas. Al reducirse en el último instante los kilogramos autorizados, el proveedor en los Países Bajos decide anular ese primer viaje hacia España. Sin embargo, y gracias a la tenacidad de Carlos, resuelto a abrir este nuevo mercado de ternera blanca, se pudo realizar. Tras convencer a unos sorprendidos neerlandeses cuando vieron que él mismo fue con un pequeño camión, trajo los primeros setecientos veinte kilos de carne que entraron en España bajo el nuevo marco

europeo. Su curiosidad lo llevó por todo el mundo. “Aparezco en Moscú poco después de la caída del muro de Berlín”... “Por entonces, no había vuelos desde España, fuimos en uno que hacía Madrid-Hong-Kong y el avión repostaba en Moscú. Solo bajamos dos personas del avión, mi acompañante y yo”, recuerda. Acumula anécdotas de Uzbekistán, de los Países Bajos y de cualquier rincón del mundo donde pensara que había algo que aprender, cuando pocos españoles acostumbraban a viajar fuera de España. De su padre heredó una enseñanza que aún guía su manera de hacer: “Si un día no puedes mantener la mirada firme a los ojos con quien hablas y la bajas al suelo, eso significa que hay algo que no has hecho bien”. Ese principio de honestidad se tradujo en su forma de trabajar, con una transparencia que le llevó a desarrollar el primer programa de trazabilidad cárnica de España. Mientras en toda Europa a los animales se les hormonaba para aumentar de peso, él trabajaba con ganaderos que comenzaban a rechazar estas prácticas y llevaban además un control estricto

Cuarenta años después, los premios han llegado, pero el verdadero reconocimiento es otro: “Ver la emoción de quien prueba nuestra carne por primera vez y descubre que hay sabores que no se explican, solo se sienten”



“Hablar de Caydesa es hablar del sabor que emociona, del oficio que perdura, de la verdad de lo auténtico”

de identificación del ganado. Contrató a un informático para desarrollar lo que por entonces era un sistema innovador que permitía rastrear cada pieza de carne. “Todavía recuerdo cuando acudí a las autoridades pensando en las felicitaciones que iba a recibir por tal avance y ¿sabes lo que me dicen? ‘que esa palabra de trazabilidad no existe en español’”. La anécdota refleja que fue una persona adelantada a su tiempo, primando siempre la calidad. Primeros en tantas cosas, pero detrás de cada “primero” no hay un trofeo. Hay intuición, un deseo constante de aprender y mucha fe en lo que hacen.

Esa misma visión de futuro impulsó otro hito: la creación de la hamburguesa ‘gourmet’. “Todo el mundo me decía que estaba loco. Si la hamburguesa es comida basura, ¿cómo vas a llamarla ‘gourmet?’”, recuerda. Pero él insistió: ‘La hamburguesa para comer con cuchillo y tenedor’ fue el eslogan de su primera publicidad. Aquella apuesta, incomprensible al principio, anticipó una tendencia que hoy domina el mercado. El éxito llegó también de la mano de un encuentro fortuito. “Un día, un cliente de un restaurante de Tarragona me llama y me dice que un señor estaba en su local y que quería hablar conmigo. Era un profesional de la carne en los Estados Unidos. Me comenta que está comiendo una de nuestras hamburguesas y que le parece una de las mejores de las muchas que ha probado en su vida”, asegura. Ese hombre acabó convirtiéndose en un aliado inesperado. “Dijo tres cosas que me reforzaron: elimina los complejos, busca

un buen ‘packaging’ y créete que tienes una de las mejores hamburguesas que hay en el mercado”, apunta. Gracias a él, y a sus consejos, Caydesa consiguió acceder a la tecnología más moderna, con la que profesionalizaron la producción. Pero los comienzos fueron fruto del esfuerzo familiar. “Estaba toda la familia, sábados y domingos, haciendo hamburguesas. Recuerdo una respuesta que le di a mi hijo cuando en una de aquellas madrugadas me preguntó si merecía la pena todo aquel esfuerzo: ‘¿Sabes lo que merece la pena? No tener que preguntarnos nunca qué habría ocurrido si... Ya no nos lo vamos a preguntar. Lo hemos hecho’”.

Caydesa siempre ha sido una historia familiar: de manos que trabajan, de hijos que continúan, de generaciones que aprenden a escuchar al producto. Hoy, Carlos Jr., más conocido como Cheto, y Jorge son la segunda voz de esa historia. Cheto, un enamorado de su oficio, con la precisión de quien domina la maduración como un arte; Jorge, con la empatía de quien convierte una venta en una conversación. Dos maneras distintas de mantener vivo un mismo propósito: que cada corte de carne emocione, que cuente una historia. Junto con la profesionalidad y el gran conocimiento de Cheto en los procesos de maduración han transformado un buen producto en su mejor versión. Cuarenta años después, los premios han llegado, pero el verdadero reconocimiento es otro: “Ver la emoción de quien prueba nuestra carne por primera vez y descubre que hay sabores que no se explican, solo se sienten”.



Caydesa siempre ha sido una historia familiar: de manos que trabajan, de generaciones que aprenden a escuchar al producto. Hoy, Carlos Jr. más conocido como Cheto, y Jorge son la segunda voz de esa historia.



Panettones imaginados y elaborados de manera artesanal en
nuestro obrador de Aspe, Alicante.



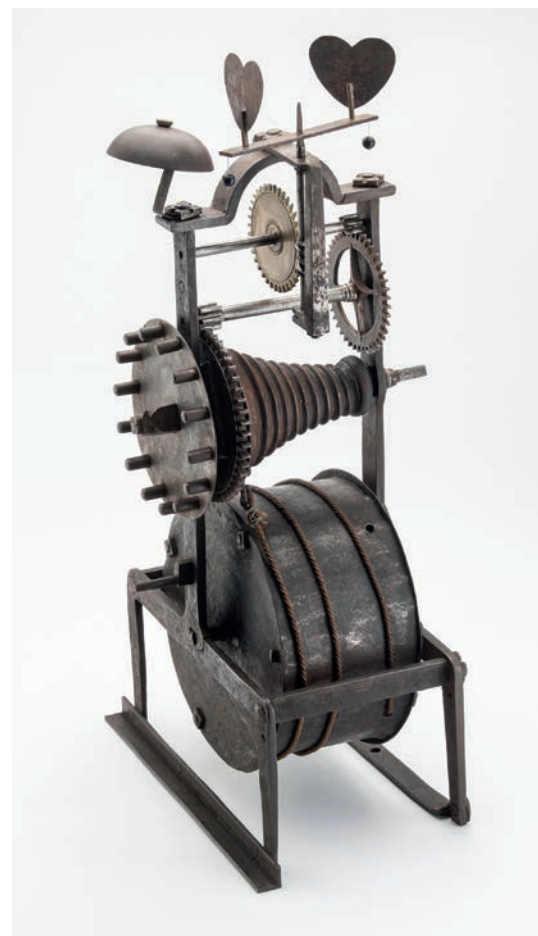
FLEISCH. *Wien Museum*

Texto por **MAIKEL TAPIA**

Austria no solo se reconoce en el vals o el café: también en el chisporroteo del aceite donde se dora un escalope. En un país donde la carne es rito, herencia y placer, una nueva exposición invita a mirar sin filtros el universo carnívoro, con sus contradicciones, su poder simbólico y su insoslayable peso cultural.



1



2

Quien conozca la obra del inolvidable caricaturista Manfred Deix —o simplemente contemple la realidad austríaca con ojos abiertos— advertirá una verdad ineludible: Austria es un país de carnívoros. Escalopes, embutidos, guisos, salchichas o asados componen un paisaje cotidiano tan arraigado como la repostería o la música de salón. Comer carne, en esta geografía centroeuropea, es un acto cargado de tradición, deseo y política. En Viena, donde la historia de la alimentación se entretije con la modernidad, la carne ha sido durante siglos un espejo de la sociedad. Desde la Edad Media, la ciudad funcionó como nodo esencial de la ganadería y el comercio cárnico, y es allí donde el Wien Museum dedica una de sus exposiciones más ambiciosas recientes:

‘Fleisch’, comisariada por Sarah Pichlkastner y Jakob Lehne. La muestra, organizada en siete estaciones, propone un recorrido por las múltiples dimensiones del consumo de carne: la cría animal, la producción industrial, la publicidad, el acto de comer y su imaginario cultural, sin olvidar la resistencia ética y ambiental. El visitante se enfrenta a la ruptura del mito de una ganadería idílica. Grabados del siglo XVII revelan animales malformados, y ordenanzas imperiales describen prácticas crueles que contradicen cualquier visión bucólica del pasado. Un suelo de rejilla —idéntico al de las granjas industriales actuales— muestra los apenas 0,7 metros cuadrados asignados a cada cerdo, subrayando la continuidad histórica del sufrimiento animal. No es casual que la ex-



3



4



5

1. Saehrimnir II, (Johannes Rass, 2018).
2. Asador antiguo, 1701-1800.
3. Cartel publicitario del productor de embutidos Karl Krötlinger, alrededor de 1930
4. Ilustración de un buey de Leopoldstadt, (M. V. der Brurck, 1678).
5. Frente a la carnicería, (Gustav Zafaurek, alrededor de 1880/90).
6. Detalle de la fachada de la antigua carnicería Kantner.



6

En un tiempo en que la conciencia ecológica y el bienestar animal obligan a revisar hábitos ancestrales, Viena ofrece un espejo fascinante

posición insista en el carácter político de la carne. En el siglo XIX, la capital austríaca fue un hervidero de movimientos reformistas que predicaban el vegetarianismo por razones morales o higiénicas, mientras el gremio de carniceros consolidaba su poder económico y simbólico. La carne era, y sigue siendo, una

forma de identidad: oficio, orgullo, estética. Esa dualidad late en la puesta en escena. Letreros de carnicerías dorados como fachadas de joyerías, retratos de maestros carniceros y utensilios relucientes conforman una liturgia del oficio. La exposición rescata además la memoria de la Rinderhalle de St. Marx, corazón del comercio cárnico vienés durante más de un siglo, clausurada en 1997 y hoy reconvertida en centro de eventos. El relato se enriquece con curiosidades como la ‘división vienesa’, sistema de corte de reses en cinco partes, o la historia de la ‘frankfurter’, creada por Johann Georg Lahner, aprendiz de Fráncfort que encontró en Viena su destino y su nombre. Pero ‘Fleisch’ no se limita a la arqueología. La muestra aborda también la dimensión estética del deseo. Viejos carteles proclamaban que ‘la carne da fuerza y

mantiene la línea’, mensajes que hoy rozan lo grotesco. Frente a ellos, la contraofensiva piscícola proclamaba ‘el triunfo de la carpa’, y las imágenes recuerdan más a carteles de cine de terror que a anuncios de alimentos. El humor, la ironía y la incomodidad se entrelazan. Vitricas con ‘ensalada de hocico de buey’ o ‘Schlachtschüssel’ invitan a reflexionar sobre el gusto y el asco, sobre la delgada frontera entre placer y repulsión. El diseño expositivo subraya esa tensión: tonos rosados translúcidos, tipografías elegantes, objetos suspendidos entre lo anatómico y lo doméstico. Todo parece bello y perturbador a la vez, como si el visitante transitara un laboratorio de memoria sensorial.



RAÚL ASENCIO. *El alquimista del dulce*

Texto por M. ARAGÜÉS

El Mediterráneo se expresa en una creación única que funde la herencia del 'panettone' levantino con la delicadeza del turrón y el alma verde del pistacho nacional. Una pieza de repostería donde la tradición, el territorio y la sostenibilidad se entrelazan en un equilibrio perfecto de sabor, textura y autenticidad artesanal.



El 'Panettone Adriano de Turrón de Pistacho' representa la culminación de una búsqueda minuciosa: alcanzar la armonía exacta entre la herencia repostería italiana y la riqueza gastronómica del Levante español. Una elaboración que sintetiza la esencia mediterránea desde el respeto por la técnica, la materia prima y el tiempo, elementos que dialogan en cada capa de su esponjosa estructura. Su masa madre natural, de fermentación lenta y carácter vivo, confiere una textura aérea, ligera y persistente, mientras las vetas de turrón aportan una untuosidad almendrada que despierta una dulzura melosa y elegante. En el corazón de esta creación se revela su auténtica singularidad: una crema de pistacho artesanal elaborada en el propio obrador con pistachos nacionales procedentes de Pistamed, empresa que eleva el cultivo sostenible a un modelo de excelencia. Estos frutos, recolectados en el sureste peninsular, se distinguen por su sabor nítido, su textura firme y su frescura integral, fruto de un

proceso íntegramente español que garantiza trazabilidad, coherencia y pureza de origen. Cada ingrediente se integra en un discurso de proximidad y compromiso con el entorno. La leche de la Vaquería del Camp d'Elx y los productos de Los Molinos de Monóvar aportan la cremosidad necesaria; la miel de Melífera, recogida en el campo de Elche, añade un matiz floral que matiza los perfiles dulces; mientras que el aceite de oliva virgen extra de Selma Millenary Oil –un 'coupage' de variedades de manzanilla, alfaharencia y blanqueta– envuelve el conjunto con un eco vegetal, fragante y sutilmente afrutado. Sin duda, este postre es una declaración de intenciones. Un ejercicio de precisión y sensibilidad en él confluyen la técnica, la sostenibilidad y la emoción gustativa. Todo un manifiesto de autenticidad elevado a la categoría de arte dulce.



The full content is translated and can be found in the booklet stored in the end of the magazine for your convenience





Montecore

BEYOND TIME

montecore.it





DEESSA

Madrid

Hotel Mandarin Oriental Ritz
Plaza de la Lealtad, 5
www.mandarinoriental.com

La alta cocina se convierte en arte vivo en el corazón del Ritz, donde el tiempo parece detenerse entre historia, belleza y creación.

Texto por **MARIO AZAGRA**

Bajo los frescos dorados del antiguo salón Alfonso XIII, el rumor de una fuente se mezcla con el eco de los pasos sobre el mármol. En este espacio de resonancias palaciegas, Quique Dacosta ha tejido un universo donde la materia se transforma en emoción. No hay estridencias, sino la calma precisa del que sabe que lo efímero puede alcanzar la eternidad si se sirve en un plato. Así respira Deessa, el restaurante gastronómico de Mandarin Oriental Ritz, convertido en una de las mesas más admiradas de Europa. Cuando el hotel reabrió sus puertas tras una ambiciosa reforma, la capital de España recuperó no solo un símbolo de su historia sino un nuevo templo culinario. Dacosta, con sus cinco estrellas Michelin y una carrera marcada por la búsqueda constante de belleza, asumió la dirección de los cinco espacios gastronómicos del Ritz: Deessa, Palm Court, Pictura, Champagne Bar y El Jardín del Ritz. Cada uno con su propio carácter, como si el edificio respirara cinco almas distintas. En Deessa, la cocina se convierte en relato. Los dos menús degustación –Clásico y Contemporáneo– dialogan entre memoria e innovación. El primero reco-

La cocina de Quique Dacosta se expresa con una sensibilidad única, donde cada plato refleja belleza, conocimiento y creatividad

re los hitos de una trayectoria que cambió la manera de entender la gastronomía española; el segundo, una partitura escrita en exclusiva para Madrid, donde los ingredientes hablan con acento cosmopolita pero raíz profunda. Con vistas al jardín y a la terraza, el restaurante abre al exterior en los meses cálidos, cuando la luz de la capital se filtra entre las columnas del Ritz. La sala, dirigida con elegancia por María Torrecilla, es un ejemplo de equilibrio entre precisión y calidez. Su conocimiento del comensal, su temple y la intuición con la que orquesta cada servicio la convierten en pieza

El Ritz renace con una mirada contemporánea que respeta su historia. Mármol, cristal y terciopelo dialogan con obras de arte, fragancias sutiles y una atmósfera que invita a detener el tiempo. Cada rincón del hotel cuenta un capítulo de Madrid, esa ciudad que nunca olvida su elegancia más pura y su irresistible sentido del placer.



El chef Quique Dacosta



***Bajo la cúpula del Ritz,
Palm Court rescata el
esplendor clásico del hotel
con una propuesta luminosa
y un té de tarde inolvidable***



esencial del engranaje. Frente a ella, el talento técnico y sensible de Domenico Vildacci, chef ejecutivo de Deessa, sostiene la propuesta con una claridad que nace de la humildad. Su cocina tiene la serenidad del que domina el oficio, pero no deja de sorprender. El relato se amplía en Palm Court, donde la luz atraviesa la cúpula de cristal para acariciar un menú que celebra la cocina clásica y el ritual del Afternoon Tea. Pictura, el bar del Ritz, es el contrapunto nocturno: sofisticado, lleno de matices, con una barra que parece un lienzo y retratos de artesanos españoles que observan discretamente.

En el exterior, El Jardín del Ritz despliega su propio tempo. Es un refugio luminoso, donde la carta ligera y los cócteles conviven con el murmullo de la vegetación. Y en el corazón de Palm Court, el íntimo Champagne Bar ofrece un ritual para pocos. Solo ocho asientos frente a una carta de champanes excepcionales y bocados que rozan la perfección: caviar, trufa blanca, jamón ibérico y ostras. Nada de esto sería posible sin la sabiduría líquida de Silvia García, sumiller jefe del hotel, cuya sensibilidad para armonizar vinos y emociones la ha convertido en referencia indiscutible. En el

Ritz todo responde a una idea: la excelencia no como gesto de ostentación, sino como búsqueda de significado. Dacosta no cocina solo platos; compone paisajes, invoca la memoria y propone un viaje que no se mide en kilómetros, sino en matices. Como él mismo resume, con esa mezcla de calma y convicción que lo caracteriza: “La belleza, cuando es honesta, trasciende el tiempo. Y eso es lo que intentamos cada día en este lugar: cocinar la emoción”.





WELLINGTON HOTEL & SPA

Madrid

Velázquez, 8
www.hotel-wellington.com

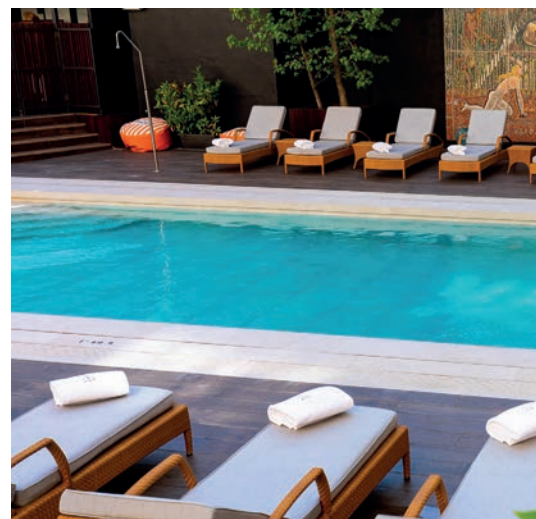
Detrás de cada experiencia excepcional hay una persona capaz de anticiparse al deseo del huésped. José Rodríguez Tarín es ese artífice silencioso del lujo que se mide en gestos, en precisión y en una elegancia sin artificios.

Texto por **M. ARAGÜÉS**

Apasionado de la vida. Así se define un hombre cuya trayectoria profesional refleja una inquebrantable vocación por la excelencia y el compromiso con los valores que distinguen al verdadero servicio. Su porte discreto y su serenidad evocan una autoridad natural, aquella que no se impone, sino que se gana con el ejemplo y la constancia. Su carrera comenzó en la Casa de Su Majestad el Rey Don Juan Carlos I, donde sirvió durante veinte años en la intendencia, ocupando distintos cargos que le permitieron desarrollar una sólida formación en protocolo, gestión y liderazgo. Esa experiencia, unida a su máster en Protocolo y Relaciones Institucionales, sentó las bases de un estilo directivo que combina la disciplina con la sensibilidad humana, una fórmula poco frecuente en el mundo de la alta dirección.

Su incorporación como director general en julio de 2002 supuso el inicio de una nueva etapa, en la que su sello personal se ha hecho visible en cada rincón del establecimiento. Condecorado con la Cruz al Mérito Policial con Distintivo Blanco, la Cruz de Plata de la Orden de Isabel la Católica, la Cruz de Plata de la Orden del Mérito Civil y la Cruz del Mérito

“Estamos comprometidos con la innovación, por eso hemos renovado incorporando tecnología de última generación”





José Rodríguez Tarín, director general de Wellington Hotel & Spa

Símbolo de distinción, **Wellington Hotel & Spa Madrid ofrece un equilibrio perfecto entre la elegancia clásica y las comodidades contemporáneas.** Sus espacios, concebidos para el descanso y el disfrute, reflejan una dedicación absoluta al detalle. La excelencia gastronómica, el bienestar personalizado y un servicio impecable consolidan su posición como uno de los grandes referentes del lujo en la capital.



Militar, entre otras distinciones, José Rodríguez Tarín ha sabido trasladar los valores de la excelencia, la lealtad y la precisión al ámbito de la hospitalidad. Hablar con él es adentrarse en una visión profunda del lujo entendido no como ostentación, sino como una forma de respeto hacia el huésped. “Nuestro propósito es ofrecer una experiencia integral que despierte emociones, que el cliente sienta que todo ha sido pensado para él”, afirma. En su discurso, la palabra innovación aparece constantemente, pero siempre acompañada de otra que considera esencial: coherencia. Esa dualidad se refleja en la reciente renovación del hotel, que combina tecnología avanzada con un diseño que rinde homenaje a la herencia madrileña. El bienestar ocupa un lugar central en su propuesta. El spa, los espacios dedicados al relax y el club deportivo de última generación han sido concebidos como refugios para reconectar con uno mismo, en una ciudad que no deja de transformarse. Pero si hay un territorio donde el Wellington alcanza la perfección es en la gastronomía. La cocina japonesa del restaurante Ricardo Sanz, galardonado con una estrella Michelin, convive con una oferta culinaria que combina la esencia local con técnicas contemporáneas. Para José Rodríguez Tarín, la clave

del éxito radica en la atención al detalle. “Cada huésped es único, y nuestra misión es hacer que lo sienta”, explica con una convicción que denota años de experiencia y una profunda comprensión del alma del viajero. Su vínculo con Madrid es tan estrecho como evidente. Habla de la ciudad con admiración. “Madrid es única por esa fusión de patrimonio, cultura y vitalidad que la define. Es una ciudad que invita a disfrutar, a descubrir, a vivir plenamente”, asegura. Recomienda pasear por el Parque del Retiro, recorrer la Gran Vía, admirar el Palacio Real, visitar el Museo del Prado o detenerse en la Puerta del Sol, símbolos que condensan la identidad de una capital cosmopolita y acogedora. Su mirada sobre la vida es coherente con su manera de dirigir: equilibrada, sensible y consciente de lo esencial. “La esencia de lo esencial –dice– está en descubrir aquello que nos llena el alma, en disfrutar de la autenticidad, del amor y del aprendizaje constante”. En sus palabras late la convicción de quien entiende el éxito no como una meta, sino como un camino guiado por la pasión, la coherencia y la gratitud.





bulthaup Grau Roig

Grandvalira (Andorra)

Grandvalira (Sector Grau Roig)
www.bulthaup.com

La búsqueda de lo hecho a medida se impone como una evidencia. El verdadero valor reside ahora en experiencias singulares, vividas en total intimidad.

Texto por **JEAN-BAPTISTE FOUYER**



En un mundo donde el instante prevalece sobre la posesión, las experiencias personalizadas se imponen. Lejos de los grandes escenarios y de la multitud, la intimidad de un lugar único se convierte en un marco para momentos inolvidables. Es en este registro donde nos acoge bulthaup, líderes en el sector de las cocinas 'premium'. Este santuario de la gastronomía ofrece una inmersión total, donde el confort y la excelencia se conjugan en un ballet perfectamente orquestado. Aquí, cada detalle está pensado para ofrecer mucho más que una comida: una experiencia sensorial completa. La calidad de los productos, el equilibrio de los sabores y la elegancia discreta del servicio crean una armonía que invita a la relajación y al descubrimiento. Pero el alma del lugar no se limita a su oferta culinaria. Es también, y sobre todo, un marco donde se

despliega el gusto por la vida, el placer sencillo de un momento compartido en un entorno majestuoso. La naturaleza omnipresente, la luz cambiante y la calma absoluta invitan a reconectar con lo esencial. En este contexto, bulthaup propone un enfoque donde la excepcionalidad rima con autenticidad. La técnica se vuelve transparente y la modernidad se une a la intemporalidad. El lugar captura este equilibrio sutil entre exclusividad y convivencia, donde cada visitante es recibido como un huésped privilegiado. Y la experiencia se vuelve verdaderamente a medida gracias a una atención constante a las expectativas, gustos y deseos de cada persona. Además, el servicio personalizado garantiza que cada visita sea única, al estilo de una artesanía delicada y respetuosa. Esta filosofía coincide con las grandes tendencias del sector, donde la emoción y





La excelencia se mide por la intensidad de las experiencias vividas y por la calidad del instante compartido en total intimidad. A dos mil quinientos metros de altitud y ubicado en la estación andorrana de Grandvalira, bulthaupt Grau Roig ofrece una escapada fuera del tiempo, donde la gastronomía excepcional y un entorno natural único se unen. Accesible con esquíes, o a través de un servicio privado, brinda una inmersión sensorial completa, entre confort discreto y emoción auténtica.

la singularidad superan al objeto o al simple producto. Se trata de vivir un momento que deje huella, que revele y que eleve la rutina diaria. En un escenario donde la montaña se convierte en cómplice, bulthaupt Grau Roig ofrece un refugio para las sensibilidades en busca de autenticidad y refinamiento esencial. Su atmósfera intimista asegura una escapada fuera del tiempo, en un confort pensado para despertar todos los sentidos. La experiencia culinaria se transforma en un viaje al corazón de los sentidos, un diálogo entre paisaje, gastronomía y bienestar. La exclusividad de hoy se mide por la calidad de estos intercambios sutiles que nutren tanto el alma como el cuerpo. El TUBBO bulthaupt Grau Roig ofrece una capacidad exclusiva de dieciséis comensales y establece un marco propicio para el encuentro y la convivialidad, garantizando una atmósfera donde cada invitado se siente plenamente considerado. Las cenas, únicamente con reserva, ofrecen una rareza que refuerza esta sensación de singularidad. Y el menú, elaborado con esmero,

combina productos locales e inspiraciones contemporáneas, ofreciendo un equilibrio sutil entre tradición e innovación. El acceso único, ya sea de día esquiando o a través de un servicio privado por la noche, añade a la dimensión privilegiada de la experiencia. Este detalle subraya la voluntad de hacer de cada visita un momento desconectado del mundo ordinario, una verdadera pausa suspendida en el tiempo. Así, bulthaupt Grau Roig encarna plenamente esta tendencia, donde la excelencia se vive en la acogida, la naturaleza y la sencillez trabajada. Es una concepción de vida apacible basada en la precisión de los detalles y la generosidad del momento. A través de esta experiencia, el lugar demuestra que la belleza de una vivencia no depende de su grandeza, sino de la intensidad de lo vivido. Un principio que redefine para el visitante los códigos del diseño contemporáneo, más allá de las apariencias.



**Un lugar donde
la gastronomía
excepcional
y un entorno
exclusivo
redefinen la
experiencia
culinaria**



Coro Armonía

Texto por ALICIA NAVARRO • Fotografía por JPF ESTUDIO

Para muchos dominicanos es sinónimo de Navidad, familia y tradición. Desde hace más de dos décadas, esta agrupación coral se ha convertido en una parte esencial de las celebraciones navideñas en la República Dominicana. Sus voces transmiten alegría, fe y esperanza, uniendo generaciones enteras que han crecido al compás de sus armonías. Su director, FAUSTO VARGAS, consigue ensalzar el espíritu navideño con una propuesta que vuelve cada año con más fuerza. Su pasión, junto con el compromiso y el amor por la música de todos sus integrantes, ha hecho de este grupo una tradición imprescindible.

Las tradiciones son actos, festejos o momentos que se repiten en nuestra vida, y nos preocupamos de que así sea porque desde un inicio tuvieron un significado importante en ella. Un significado normalmente ligado a la familia, a la religión y a lo que es importante para nosotros. Un acto que nos une a aquellos que queremos y nos recuerda que nuestro amor por Dios se vuelve significativo. Transmitirlo a nuestros hijos y hacerlos partícipes de lo que es valioso para nosotros se vuelve necesario, y la satisfacción de revivir año tras año momentos familiares y de unión se vuelve tradición.

Coro Armonía se ha vuelto tradición. Formado por voces que representan la calidez y el espíritu del pueblo dominicano, esta formación ha sabido mantenerse fiel a su esencia. Fausto Vargas explica que todo parte del amor y la devoción: “Soy una persona cristiana, católica y creyente, que le sirve al Señor a través de la música”. Esa entrega espiritual se refleja en cada actuación, donde la excelencia técnica se une a un profundo sentido de propósito. Con el paso de los años, muchas familias han incorporado el coro a sus propias celebraciones, y hoy es habitual que padres, que de niños asistían a sus conciertos, acudan ahora

con sus hijos. “La gente nos dice: ‘Venir con mis hijos los sábados a ver Armonía es la Navidad’”, cuenta María del Carmen Camacho, integrante del grupo, con una sonrisa. La verdadera pasión y amor por su trabajo, así como una sincera devoción, han sido claves para su éxito. Desde aquellos primeros ensayos, con apenas nueve integrantes cantando a cuatro voces, hasta los imponentes eventos en los que más de sesenta voces resuenan al unísono, han transcurrido más de veintisiete años de historia construida con fe y constancia. Coro Armonía nació de una idea familiar que floreció dentro del grupo juvenil católico Nueva Vida, donde la música era un vehículo de oración y celebración. Su fundador, Ruddy Vargas, hermano menor de Fausto Vargas, dirigía el coro de aquel grupo de jóvenes que preparaba conciertos y serenatas especialmente dedicadas a las madres o en tiempo de Navidad. Con el entusiasmo y la creatividad que lo caracterizaban, Ruddy decidió llevar aquellas canciones (algunas tradicionales y otras inéditas) fuera del entorno eclesiástico para compartirlas con un público más amplio. Así surgió la propuesta de presentarse en una plaza comercial, con músicos en vivo y un vestuario distintivo: una toga que les daba identidad y elegancia.

Ese paso, aparentemente sencillo, marcó el nacimiento de un concepto novedoso que uniría espiritualidad y entretenimiento navideño de una manera hasta entonces inédita en la República Dominicana. Coro Armonía nació en ese contexto, inspirado en el deseo de crear una fusión equilibrada entre voces, instrumentos y emociones. Dos años después, el rumbo del grupo cambiaría cuando Ruddy emigró a los Estados Unidos y decidió confiar la dirección del proyecto a su hermano. “Manito, ¿te quieres quedar con Armonía?”, recuerda Fausto cuando le preguntó en aquel momento decisivo. A partir de entonces, la agrupación encontró un nuevo impulso bajo la mirada visionaria de Fausto Vargas, quien, además de su formación musical formal y autodidacta, aplicó su experiencia profesional para darle una estructura más sólida. “Vi otro potencial; lo comercialicé más y empecé a trabajar no solo con lo religioso, sino también con villancicos tradicionales y populares”, explica. Lo que antes era un pequeño proyecto se transformó rápidamente en una propuesta artística demandada por empresas, plazas comerciales y eventos especiales. En apenas un año, los conciertos se multiplicaron y la reputación del coro creció de boca en boca. Con ese impulso, Coro Armonía comenzó a consolidarse como un verdadero símbolo de la Navidad dominicana.

La formación musical de Fausto Vargas, aunque autodidacta en parte, se apoya en una base sólida. Licenciado en Informática y con una maestría en Mercadeo, estudió piano desde los nueve años y luego aprendió guitarra y bajo: “Con la base de estos tres instrumentos fui desarrollando mi oído musical y mis capacidades para realizar arreglos tanto musicales como corales”, apunta. Esa preparación le permitió crear un sonido propio, equilibrado entre lo técnico y lo espiritual.

Hoy dirige su propia empresa, con un área educativa y otra dedicada al entretenimiento, donde Coro Armonía es su proyecto más entrañable y que se activa solo en la época navideña.

En la República Dominicana, la Navidad es una fiesta profundamente familiar, llena de luces, música y tradición. “Es una época que nos invita a compartir, a darnos a los demás y a reunirnos con la familia”, señala Fausto Vargas. María del Car-

men Camacho añade que “la Navidad dominicana es sinónimo de familia, música, gastronomía y tradición”. Esa atmósfera de unión es el marco perfecto para las presentaciones de Coro Armonía, que desde 1998 ha sido pionero en ofrecer espectáculos navideños familiares, alegres y accesibles, distintos de los coros formales o las grandes orquestas de la época. “Somos pioneros”, indica Fausto con orgullo. “Encontramos un nicho que

no había sido explorado antes, y eso marcó una nueva manera de vivir y celebrar la Navidad en la República Dominicana”. La cuidada selección de los integrantes del coro resulta fundamental, acaban siendo familia, y año tras año continúan cantando juntos por Navidad. Muchos de los cantantes originales continúan hoy en día en el coro, o los niños como adultos jóvenes. Reunirse solo por estas fechas tan especiales resta monotonía al trabajo, manteniendo fresca la ilusión, lo cual se nota en cada una de sus actuaciones. Nos cuenta Fausto Vargas orgulloso que en ocasiones el público se pregunta si las voces son parte de una grabación, por lo perfecto de cada evento. Cada una de las actuaciones es un riguroso directo, incluidas aquellas televisadas, siendo el compromiso de las voces tan alto que logran una perfección idéntica en cada una de ellas.

El coro se ha consolidado en eventos empresariales, inauguraciones de árboles de Navidad, actividades institucionales y actos de gobierno. Desde los inicios, su profesionalismo, la impecable calidad de las voces y su cercanía con el público lo han posicionado como una agrupación capaz de llegar tanto al corazón de las familias como al de las grandes corporaciones. “Nos identifican como un grupo que le llega a la gente, que tiene valores y siempre han contado con nosotros”, comenta María del

Carmen Camacho, orgullosa de ver cómo cada año aumenta la demanda de sus actuaciones. Con el paso del tiempo, Coro Armonía fue marcando hitos decisivos que consolidaron su legado. El primero llegó en 2001, con la producción de su primer disco, ‘Armonía de Navidad’, un trabajo que recogía el espíritu alegre y familiar del grupo y que rápidamente se convirtió en un clásico de las fiestas. Esa grabación no solo afianzó su popularidad a

**Coro Armonía
trasciende en el
tiempo y a las distintas
generaciones. Padres
de familia que iban a
conciertos con ocho o
diez años hoy vienen
con sus hijos**

• • •

**“Desde joven formé
parte de un grupo
de oración juvenil
llamado Nueva Vida,
ahí fui descubriendo
mi pasión por los
arreglos vocales y
musicales”**

• • •

**“Para nosotros, los
dominicanos, la
Navidad está muy
ligada al reencuentro.
Mucha gente que vive
fuera del país regresa
a casa. Es alegría,
abrazos y convivencia”**



nivel nacional, sino que también trascendió fronteras, pues muchos dominicanos residentes en el extranjero se llevaban el disco como un pedacito de su tierra. Años después, la segunda producción, ‘Estrellita de Navidad’, reforzó ese vínculo con el público e incluyó dos temas completamente originales del coro, además de nuevas versiones de villancicos tradicionales. Ambas producciones pasaron a formar parte del imaginario navideño del país y se convirtieron en banda sonora de las celebraciones familiares, de las veladas escolares y de la tradicional misa del gallo. El crecimiento del grupo también se reflejó en su expansión hacia nuevos formatos. Con la creciente demanda de presentaciones simultáneas, Fausto Vargas tomó la decisión de crear un segundo equipo coral. “Mientras fuimos avanzando y la popularidad del coro fue creciendo, el mismo mercado demandó tener otro grupo que nos permitiera hacer conciertos de forma simultánea”, asegura. Así nacieron los dos coros ‘gemelos’ de nueve voces cada uno, una idea que demostró su visión innovadora y su capacidad para mantener la calidad artística sin perder la esencia. Años más tarde, en 2013, llegó otro de los grandes hitos: el nacimiento de Armonía Kids, un grupo de niños de entre nueve y doce años que aportó frescura, ternura y una conexión especial con el público más joven. “Podíamos ofrecer ese toque especial que solo lo dan los niños con esas voces blancas”, recuerda Fausto, satisfecho de haber abierto un espacio donde las nuevas generaciones podían formar parte de la tradición. Ese mismo año, Coro Armonía alcanzó uno de sus mayores logros: el proyecto Christmas Voices, concebido para el lanzamiento navideño de una de las plazas comerciales más importantes del país. La propuesta consistía en un gigantesco árbol de Navidad rodeado por sesenta voces interpretando los clásicos del repertorio del grupo. “Era una gran oportunidad como para dejarla pasar”, explica María del Carmen, aludiendo al esfuerzo que implicó reclutar y ensayar con decenas de nuevos cantantes. Aquella presentación fue un éxito rotundo, reseñada por los principales medios y convertida desde entonces en una cita obligada cada noviembre. “La gente le llama el coro de las sesenta voces”, comenta Fausto, “y esto fue un ‘boom’”. Desde entonces, el espectáculo se repite año tras año, sumando ya más de una década de tradición.

Hoy, con más de veintisiete años de actividad ininterrumpida, Coro Armonía ha participado en inauguraciones de árboles emblemáticos, ceremonias oficiales y eventos organizados por la alcaldía y la casa de gobierno, siempre llevando un mensaje de unión y esperanza. Su versatilidad le permite adaptarse a espacios tan diversos como conciertos al aire libre o escenarios institucionales, sin perder la calidez que caracteriza su propuesta. “Hasta cierto punto, Armonía es casi como una marca país”, resume Fausto. Y lo es, porque en cada nota y en cada presentación se funden la tradición, la excelencia y la emoción de un grupo que ha sabido convertir la música en un símbolo de identidad nacional. Mantener viva la tradición después de tantos años no ha sido fruto del azar, sino de la constancia, la fe y el amor por lo que hacen. “Personalmente, me gusta mucho la Navidad y el hecho



Fausto Vargas, director y actual dueño de Coro Armonía

“Comencé a servir al Señor a través de la música en un grupo de oración. Cantando, tocando, descubrí un don que debía poner al servicio de los demás”

• • •

“En Coro Armonía somos pioneros en ofrecer este tipo de entretenimiento a la gente, a la familia y a la empresa en relación con la Navidad”



Fausto Vargas, director y actual dueño de Coro Armonía, y
María del Carmen Camacho de Vargas, integrante de Coro Armonía

Juega un papel importante la versatilidad del coro, la combinación entre lo lírico y lo tradicional y conectar la parte tropical con la alegría de los villancicos

• • •

“Vivir en coherencia con lo que creo, amar a Dios sobre todas las cosas y dejar que ese amor se exprese en todo lo que hago, principalmente en la música”

de cantar solamente en esas fechas me motiva a llevar ese espíritu alegre al público dominicano”, afirma. Cada temporada, el coro renueva su repertorio con nuevos arreglos y canciones, siempre bajo el mismo espíritu: celebrar la unión familiar y el nacimiento de Jesús. “Intentamos incorporar algo diferente cada año como nuevas canciones, nuevos arreglos, nuevos ‘partners’”, añade. María del Carmen Camacho destaca que el entusiasmo del público ha sido parte esencial de su permanencia: “El país ayuda, el amor del dominicano por la Navidad colabora con nosotros directamente porque la gente lo espera. Hay una alegría natural en el dominicano, porque la propia Navidad significa encuentro, familia... y significa armonía también”. Son muchos los que asocian el inicio de las fiestas con su música: “Nos han dicho en su testimonio ‘El arbolito de mi casa se pone con Armonía’”, comenta María del Carmen. Esa identificación con la Navidad es también un compromiso. “Ya la gente espera a Armonía cada Navidad, las empresas nos llaman para apartar su fecha para que los acompañemos en sus actividades”, apunta. “Para ellos la Navidad es Armonía y Armonía es Navidad”. Esa fidelidad del público se debe a la autenticidad con la que la agrupación transmite sus valores. Desde los ensayos hasta las presentaciones multitudinarias, cada integrante vive la experiencia como una familia unida por la música y la fe. “Armonía para mí es una familia y siempre la he mantenido como tal. Todo lo que hago es primero para el Señor y después para nuestra sociedad”, afirma Fausto. La coherencia entre su vida personal y su trabajo artístico es, según él, la esencia de lo esencial: “Amar a Dios sobre todas las cosas y dejar que ese amor se exprese en todo lo que hago, principalmente en la música. Si tengo amor, a mi familia y la unidad con Dios, tengo lo verdaderamente esencial”.

En cada nota del coro se refleja ese mensaje: armonía como símbolo de unidad, de fe y de esperanza. Sus actuaciones no son solo conciertos, sino también espacios donde el público revive recuerdos y emociones compartidas. Las melodías, cuidadosamente arregladas por Fausto Vargas, combinan lo clásico y lo popular, lo local y lo universal. El repertorio incluye más de cincuenta canciones de distintos estilos y culturas, interpretadas en español, inglés, portugués e italiano. Los ‘medleys’ o ‘popurrís’, las coreografías y la participación del público (en especial los niños) hacen que cada función sea una experiencia viva y emotiva. “Nuestro objetivo es motivar a vivir la Navidad en familia y recordar que la razón de ser de la Navidad es el nacimiento de Jesús, quien nos trae el amor de Dios y la salvación”, resume Fausto. Con veintisiete años de trayectoria ininterrumpida, Coro Armonía se ha convertido en un referente nacional. Sus voces son ya una banda sonora del país en diciembre, y su mensaje de unión ha trascendido generaciones. Lo que comenzó como un pequeño coro en una plaza comercial se transformó en un movimiento que inspira a miles de personas a reencontrarse con la esencia de la Navidad. En cada presentación, en cada sonrisa y aplauso se reafirma lo que Fausto expresa con humildad y convicción: “Si algo hemos logrado es que la gente piense en nosotros cuando piensa en Navidad”.



A close-up, profile view of a man with dark hair, looking slightly downwards and to the right. He is wearing a dark blue, double-breasted coat with gold buttons and a red turtleneck sweater. The coat has a notched lapel and a small gold pin on the left lapel. The background is a plain, light-colored wall.

L A T O R R E

60° ANNIVERSARIO

Cristina Díaz de Bustamante

Texto por **ROSARIO MIGUEL**
Fotografía por **ANA VÁZQUEZ**

Consultora experta en diseño, estrategia y comunicación, además de directora creativa, esta mujer emprendedora tiene un amplio conocimiento del sector de la creatividad. Su sensibilidad y talento creativos, cultivados desde una temprana edad, junto con una enriquecedora experiencia laboral, le permiten diseñar estrategias que van más allá de lo convencional. Cada propuesta es un compendio holístico que abarca desde moda, diseño o arquitectura hasta la sostenibilidad con compromiso.



The full content is translated and can be found in the booklet stored in the end of the magazine for your convenience



Saber dar cohesión y sentido a un proyecto no es tarea fácil. Hace falta criterio, referentes, sensibilidad y una mente creativa. Cristina Díaz de Bustamante aúna estas cualidades junto con un profundo sentido de la responsabilidad social. Desde sus inicios en Sotheby's, tras estudiar arte y diseño en la Richmond University de Londres, pasó un tiempo trabajando en el sector cultural a su vuelta a Madrid. Organizaba ferias de arte emergente y fotografía, colaboraba con referentes como La Fábrica, y coordinaba actividades con las principales entidades culturales. Continúa, por lo tanto, desarrollando la pasión por la cultura y el diseño, que ya había despertado en la adolescencia gracias a dos profesores de arte que recuerda con cariño: John y Mary. "Visitamos todas las galerías de arte contemporáneo de Londres y sus exposiciones, y conversábamos sobre ello horas y horas. Ellos me hicieron comprender la importancia de tener referencias culturales, que me ayudan ahora enormemente en mi trabajo. Sin referencias es difícil generar propuestas de calidad", reflexiona. Su siguiente etapa laboral la desarrolló en la agencia Noho, donde trabajó con grandes clientes como La Casa del Libro o Finca Cortesin, como directora de cuentas sénior, a la vez que compaginaba esta actividad con la cofundación del mercado rural de productos naturales y ecológicos Jardines de Campo junto con su padre, el paisajista Felipe Díaz de Bustamante. Ambos crearon en 2014 la primera feria rural privada en España, con el compromiso de dar a conocer proyectos sostenibles, iniciativas para el campo y todo lo relacionado con el mundo rural. Recuerda esta etapa como un hito importante en su vida: "Estar en contacto con la naturaleza es esencial para mí. El proyecto Jardines de Campo despertó mi interés por la sostenibilidad, por el movimiento circular, la nueva economía y las empresas de triple balance", apunta. Vinculados a esta vertiente social de su trabajo están los proyectos desarrollados ya como profesional independiente para empresas comprometidas como Quiero, 21 Gramos o Believers. "Me encanta la colaboración, aprender de otros profesionales que entienden la comunicación como palanca de cambio. Las marcas tienen mucho poder en la sociedad, lo que comunican nos influye. Las marcas han de estar comprometidas, no solo de palabra, sino dentro de cada empresa. Los desafíos son grandes y su impacto social también", explica.

Es en 2023 cuando decide dar el salto para crear su propio estudio de comunicación, diseño y estrategia. Enfocado a marcas con alma, Cristina busca trabajar en proyectos con propósito. "Pensamos y diseñamos estrategias de marca y comunicación. Conceptos y narrativas muy meditadas para alcanzar el objetivo de nuestros clientes. Creamos marcas con alma y creemos en la prescripción que solo logra la cercanía y el detalle. Acompañamos a nuestros clientes en la

"Me encanta la colaboración, aprender de otros profesionales que entienden la comunicación como palanca de cambio. Las marcas tienen mucho poder en la sociedad, lo que comunican nos influye"

• • •

"Londres es mi ciudad. El lugar que despertó en mí la pasión por la vida, por la diversidad y las culturas, allí aprendí a ser persona y a respetar"

• • •

"El progreso social, el equilibrio medioambiental y el crecimiento económico deben ir de la mano. Hacer las cosas bien produce una energía contagiosa y un profundo bienestar"

definición de su propuesta de valor, productos y servicios, haciendo que la marca transmita valores éticos, dinamismo y propuestas diferenciales para el mercado. Entendemos que el progreso social, el equilibrio medioambiental y el crecimiento económico deben ir de la mano. Hacer las cosas bien produce una energía contagiosa y un profundo bienestar", comenta. Para ello sabe que el camino pasa por una filosofía más pausada del día a día. Practica la meditación y la oración como ejercicio diario, lo que le ayuda a despejar la mente y a prestar atención plena a cada actividad: "El enfoque de mi trabajo es precisamente ese, trabajar con plena consciencia. Una vez empiezas a transitar el camino interior, todo se coloca. Es un viaje fascinante. La idea de crear mi propio estudio de diseño y comunicación nace de un cambio de perspectiva vital. No somos una agencia al uso, somos un entorno creativo donde se desarrollan ideas novedosas y propuestas que van más allá. El respeto, el dialogo y la confianza son vitales en el proceso creativo".



LA ELEGANCIA DEL DESCANSO

by Mineni Atelier

Fotografía por JENIA SYMONDS DE MONTFORT y URSULA SCHMITZ

Texto por JEAN-BAPTISTE FOUYER

Nacida de la complicidad creativa entre una madre y una hija, esta firma con sede en Viena encarna una visión de la prenda basada en la sinceridad, la durabilidad y una elegancia serena. Detrás de esta marca austroespañola hay un deseo común: redefinir la noción de confort a través del refinamiento artesanal.



Todo comenzó con una idea simple, que maduró suavemente con el tiempo: fundar una marca en la que la calidad, la atemporalidad y la conciencia se unieran para dar vida a prendas con sentido. Para Chiara Kresbach y Mónica Fokkelman, fundadoras de Mineni Atelier, la ropa debía recuperar su verdadera naturaleza: la de una pieza concebida para perdurar, bella hoy y también mañana, pero sobre todo sincera en su propósito y en su confección. “Queríamos ofrecer prendas auténticas, hechas con esmero, cuya suavidad acompañara lo cotidiano con discreción”, explican. Cuando la pandemia impuso su tiempo suspendido, el proyecto –hasta entonces dormido– se convirtió de

pronto en una evidencia. Ese momento inédito fue percibido como una señal: el instante de materializar un sueño personal, impregnado de pasión y autenticidad. En 2021 tomó forma, fusionando con naturalidad la precisión de la cultura austriaca y la espontaneidad luminosa de España. La marca se forjó en esa dualidad: entre estructura y calidez, exigencia y impulso artístico; cada creación cuenta la armonía encontrada entre dos mundos. La primera colección, dedicada a los niños, surgió en un mercado austriaco donde apenas existía una oferta sostenible en este sector. Muy pronto, la paleta de Mineni se amplió, ofreciendo hoy prendas para pequeños y mayores. Y es precisamente



The full content is translated and can be found in the booklet stored in the end of the magazine for your convenience



**Una marca
nacida entre
Austria y
España, donde
cada creación
refleja la
complicidad, la
precisión y la
delicadeza de
un saber hacer
compartido**



Chiara Kresbach y Mónica Fokkelman, fundadoras de Mineni



esta atención a toda la familia lo que distingue a la firma. La colección de pijamas, lanzada hace casi dos años, resume por sí sola el espíritu de la casa: selección rigurosa de materiales, atención al confort, equilibrio entre modernidad y herencia artesanal. Diseñadas para envolver a todas las edades en una suavidad refinada, estas piezas encarnan un lujo discreto, pensado para durar. La cálida acogida del público no hizo más que confirmar esta apuesta por lo esencial.

Mineni Atelier se dirige a quienes buscan, detrás de cada prenda, una historia escrita con sinceridad. Las creaciones de Chiara y Mónica combinan innovación textil y técnicas ancestrales, en un diálogo permanente entre tradición y modernidad. “Para nosotras, nada está en oposición: el gesto de la mano eleva aquello que la tecnología, por sí sola, no puede producir”, aseguran. Este credo se refleja en cada corte, cada costura, cada elección de color. Cada pieza nace de una inspiración concreta: una materia rara, la sutileza de un detalle, la silueta de alguien cruzado en la calle. Y el diseño sigue una filosofía clara: unir confort y poesía, cuidado del detalle y búsqueda de durabilidad. Mineni Atelier rechaza la producción efímera. Aquí, el tiempo se refleja tanto en el estilo como en el mantenimiento y la pátina natural de los tejidos. “Imaginamos nuestras creaciones para que te acompañen mucho tiempo, anclándose en los gestos del día a día”, revin-

dican. La producción responsable es uno de los pilares fundamentales de la marca. Cada colección se edita en series limitadas, elaboradas junto a colaboradores cercanos, elegidos por su experiencia y compromiso. Todo aquí es una cuestión de intención: producir menos, pero mejor, fomentando el encuentro entre autenticidad, responsabilidad y refinamiento. “La verdadera noción de lujo es, para nosotras, la coherencia en todas las etapas –desde el diseño hasta el uso– y esa tranquilidad interior que solo el respeto y la justeza pueden ofrecer”, indican. Esa filosofía es la que permite a Mineni Atelier imponerse, de forma serena, en la escena internacional del ‘prêt-à-porter’ de alta gama. Su estilo sobrio, casi depurado, se sitúa a contracorriente del ruido ambiental, pero seduce por su luz interior. Cada colección transmite un mensaje: priorizar la materia, tomarse el tiempo, cultivar la belleza del gesto. En una época dominada por la velocidad y el consumo apuesta por otro tipo de lujo: el de la durabilidad, el cuidado, la transmisión y el vínculo. Detrás de cada prenda hay una intención; detrás de cada pliegue, una memoria que compartir. Quizás ahí resida la esencia del verdadero refinamiento: elegir llevar aquello que permanece, que conmueve, que atraviesa las estaciones sin perder su alma.



Cristina Castañer

Texto por **DIEGO AGÜERO** • Fotografía por **MARC GONZÁLEZ**

Crecida entre el bullicio de la fábrica y la calidez de su pueblo natal, la saga familiar sostiene un legado centenario marcado por el esfuerzo y la proyección, donde cada generación ha dejado su impronta. Licenciada en Derecho, trabajó en grandes almacenes de moda de Nueva York. Posteriormente en la multinacional Andersen Consulting y en la casi centenaria empresa familiar Castañer. Su recorrido profesional evidencia la fusión entre la tradición y la modernidad, donde fue capaz de mantener la esencia de la alpargata, que, con su reinvención y continua innovación, convirtió en símbolo de elegancia y estilo. Hoy ha dado un paso más, y en solitario dirige su mirada hacia la moda sostenible a través de su marca de bolsos MyBestys.



EL recorrido profesional de Cristina Castañer es un testimonio de versatilidad y determinación. Su enfoque combina rigor jurídico, sensibilidad comercial y comprensión internacional de mercados y clientes. “Soy una mujer acorde a la época y mis circunstancias, me considero libre, muy trabajadora y comprometida”, explica, reflejando una perspectiva donde la disciplina se une a la autonomía para definir su carrera. Su formación y experiencia han sido variadas: “Soy licenciada en Derecho por la Universidad Central de Barcelona... trabajé en los Estados Unidos, en Henry Bendel, luego en ‘marketing’ interno, en Andersen Consulting, y después me incorporé a la empresa familiar Castañer”. Cada etapa le permitió interiorizar valores y métodos distintos, que hoy aplica para tomar decisiones estratégicas y anticipar tendencias, uniendo una visión analítica y la sensibilidad estética. Ser parte de la saga familiar implica una mezcla de orgullo y responsabilidad: “Es parte de mi historia, de mi identidad, tiene sus pros y sus contras”. Desde niña, la empresa y la vida cotidiana estaban entrelazadas, una relación que la marcó: “Recuerdo la empresa desde siempre, la casa y la fábrica estaban muy mezcladas”. Esta cercanía fortaleció su sentido de compromiso y el conocimiento profundo de la operación diaria. Cristina ha vivido momentos decisivos que forjaron su relación con la moda y la creatividad. “Conocer a Yves Saint Laurent, que pidió a mis padres la cuña de alpargata, asistir a sus desfiles... e incorporar las alpargatas de novia a las colecciones fue todo un éxito”, recuerda. Esa experiencia muestra cómo el trabajo artesanal y la proyección internacional pueden coexistir, transformando la historia de la firma en un relato de reconocimiento global. Los desafíos de la empresa familiar no han sido menores. “Ventajas no le veo muchas, más bien son responsabilidades. Los retos son muchos: familias que se amplían, ponerse de acuerdo, tener una estrategia y competir con empresas mucho más grandes o con costes más bajos fuera de España”, asegura. Mirando al futuro, su meta es clara: “El gran reto es seguir siendo una marca referente y despertar ilusión en el público”. La expansión internacional se proyecta con el cuidado del detalle y la calidad. “Nuestra presencia es irregular y estamos en prácticamente toda Europa, Occidente y Asia”, apunta. Los valores heredados de sus padres siguen siendo guía constante: “He heredado el tesón, el trabajo y no sucumbir al desaliento”, señala. Esta ética se refleja también en su proyecto personal, MyBestys, que aplica criterios sostenibles en la producción de bolsos. “Este es mi granito de arena para un mundo mejor”, matiza. Su relación con el arte contemporáneo añade otra dimensión a su perfil profesional. Recientemente, la Fundación Beyeler le encargó una colección para la exposición de Yayoi Kusama: “Estoy muy contenta... me han valorado muchísimo como creativa, se está vendiendo fenomenal y me han organizado una comida en mi honor. Me llena de orgullo”. Finalmente,

Gestiona proyectos creativos y estratégicos y colaboraciones artísticas que refuerzan la identidad de la firma

...

Combina innovación y sostenibilidad, desarrollando colecciones que aprovechan materiales reciclados y buscan generar un impacto positivo en la moda

al reflexionar sobre lo esencial, enfatiza principios que guían su vida personal y profesional: “Hay muchas cosas esenciales en mi vida. Valores clásicos de nuestra cultura occidental como la igualdad, la justicia, la honestidad, el amor por los demás y el respeto a la naturaleza”. Su liderazgo se centra en proyectar estas ideas a la práctica diaria, construyendo decisiones que respetan tanto la tradición familiar como la proyección hacia el futuro. A través de estas palabras se dibuja un perfil que aún disciplina y creatividad, compromiso y proyección, mostrando cómo una figura del diseño y la gestión pueden conjugar legado, innovación y sensibilidad, sin perder la conexión con sus raíces ni la mirada crítica hacia los desafíos contemporáneos.



Yoyoi Kusama Exhibition

Rodrigo Saldaña y María Pérez-Seoane

Texto por ROSARIO MIGUEL

MOMOS TAILORS es mucho más que una sastrería. Es un proyecto que se ha ido fraguando poco a poco con el paso de los años y con el empuje de dos mentes soñadoras. Es la muestra de su admiración por un consumo más auténtico y un estilo de vida donde el bien vestir encierra un verdadero significado.

Rodrigo Saldaña y María Pérez-Seoane se conocieron en 2011, en el segundo curso de la Escuela de Arte en Alicante. Lo que empezó como una amistad entre compañeros fue germinando hasta convertirse en la base de todo lo que hoy comparten. Forman un buen equipo, siendo la admiración mutua pieza clave en su relación, de modo que Rodrigo nos cuenta de su compañera que es “el motor de Momos, la parte soñadora del proyecto. Siempre estamos compartiendo ideas y formas de ver las cosas, pero ella es quien da el primer paso y pone en marcha los proyectos”. Por su parte, María admira de él su creatividad y estilo: “Rodrigo es el gusto y la esencia de Momos. Es quien se encarga de dar belleza a todo lo que hacemos, desde el diseño de las prendas hasta la edición de fotos o la maquetación de cualquier propuesta que lleve nuestro sello. Es, sin duda, la mente creativa de los dos”. Una unión que hace la fuerza, habiendo hecho realidad el sueño de esta cuidada sastrería.



Rodrigo Saldaña y María Pérez-Seoane



La moda no parecía estar en el patronaje de su vida en un inicio, pero después de estudiar juntos Diseño de Interiores en la Escuela de Arte, tanto Rodrigo como María sintieron que su verdadera vocación no estaba en los espacios, sino en las personas y en la forma de vestir. “Incluso antes de acabar ya sentíamos que nuestra verdadera pasión estaba en otro sitio”, recuerdan. Así comenzó un camino de especialización en el que ambos siguieron caminos diferentes pero complementarios. Rodrigo decidió formarse en sastrería, tanto artesanal como industrial, en el centro La Confianza de Madrid. Allí desarrolló la precisión técnica y el amor por los procesos tradicionales de confección. María, por su parte, se centró en el patronaje, también en La Confianza, y más adelante amplió su formación en Londres, en la prestigiosa Central Saint Martins, donde estudió Diseño y Compras de Moda. Ese tiempo de aprendizaje les permitió encontrar su lugar en el universo de la moda y, más adelante, trabajar para marcas de referencia tanto en Madrid como en Ámsterdam, ciudad en la que vivieron varios años y que fue clave en su crecimiento personal y profesional. Con esa experiencia a sus espaldas, regresaron a España sabiendo que era el momento de abordar el proyecto que ocupaba sus pensamientos: Momos Tailors. El nombre está

también elegido con cariño, como todo en este proyecto: “Momos viene de Manolo, el abuelo de María, conocido cariñosamente como ‘Momo’”, explican. Es un homenaje a sus raíces y a esa generación que vivía con autenticidad. En palabras de María, “eran tiempos en los que se cosía con tejidos nobles y con una construcción pensada para durar”. En Momos Tailors todo respira coherencia. El local ha sido diseñado por ellos mismos para que sea el punto de encuentro ideal con el cliente, a quien buscan siempre conocer a fondo para que las prendas reflejen su personalidad. Tanto el local como cada prenda están impregnados de los valores que defienden. “Nuestra inspiración nace de la generación de nuestros abuelos, que valoraban la calidad por encima de la cantidad, la honestidad en el trabajo, el respeto por la tradición y el compromiso con el cuidado personal y social”, afirman al unísono. También fueron sus abuelos quienes les hicieron entender el significado que puede tener la ropa en la forma de estar y presentarse en el mundo. Aunque no estuvieron relacionados con la moda de manera profesional, sí tenían ese estilo personal, pulcro y seguro de los hombres elegantes de su generación. Rodrigo, nacido en Madrid, confiesa que su sensibilidad por el vestir empezó casi sin darse cuenta, observando la elegancia natural de



“Mi abuela Pipa me enseñó que las prendas se reparan si se estropean, que no se tiran. Que detrás de cada costura hay tiempo, manos, historia...”



sus abuelos: “En especial mi abuelo Leandro, que tenía una elegancia natural. Siempre correcto, siempre con una caja de pasteles en la mano, fuese donde fuese”. La ilustración fue para él un punto de partida. “Ha formado parte de mí desde muy pequeño. Fue cuando empecé a dibujar personajes relacionados con la moda masculina que dejó de ser solo una afición”, apunta. Su afán por capturar la elegancia en el papel lo llevó a interesarse por cómo se construyen realmente las prendas, y así nació su pasión por la sastrería. María, nacida en Alicante, encuentra en su abuela Pipa la semilla de su vocación: “Con ella hice mi primera prenda de ropa. Una falda, cuando tenía tan solo doce años. Me enseñó que las prendas se reparan si se estropean, que no se tiran. Que detrás de cada costura hay tiempo, manos, historia...”. Su vínculo con el patronaje y la moda femenina se fue enriqueciendo con el tiempo y el trabajo compartido con Rodrigo: “La pasión de Rodrigo por la sastrería ha sido contagiosa. He ido aprendiendo mucho de él y sumando ese conocimiento a mi propio enfoque”.

La esencia de Momos Tailors se entiende como una unión perfecta entre técnica, sensibilidad y conexión humana. “Diríamos que lo que nos diferencia es cómo recogemos esos valores y los trasladamos a una moda actual, fresca y consciente”, subrayan. Además, uno de sus pilares es el trato personalizado: “Somos muy apasionados en conocer a fondo a

cada cliente para crear piezas que reflejen su esencia y personalidad”. No siguen las tendencias al pie de la letra, pero sí las observan con ojo crítico: “Nos gusta mucho combinar las tendencias actuales —siempre adaptadas a nuestra visión— con una base sólida en la sastrería clásica”. Ambos han heredado de sus familias valores fundamentales que impregnan su modo de trabajar. María destaca la empatía y el trabajo interior: “De mi madre, la capacidad de mirar por los demás. De mi padre, la importancia de conocerse a uno mismo”. Rodrigo habla del esfuerzo y la libertad: “Lo que más puedo destacar de ellos es el esfuerzo por conseguir lo que uno persigue. Nunca sentimos presión a la hora de escoger nuestro camino”. A la pregunta sobre qué es para cada uno la esencia de lo esencial, Rodrigo responde con rotundidad: “La autenticidad. Ser fiel a uno mismo, sin dejar que las presiones externas nos desvíen del camino”. María, por su parte, habla de vínculos: “Está en las conexiones humanas auténticas, en encontrar la belleza en los pequeños detalles cotidianos”. Momos Tailors es, al final, un proyecto que nace del amor y se construye con dedicación. Una sastrería que honra la elegancia sin fecha de caducidad. Como ellos mismos resumen, “nosotros entendemos el lujo como el arte de vestir con gusto y honestidad”.



“Nos gusta mucho combinar las tendencias actuales — siempre adaptadas a nuestra visión— con una base sólida en la sastrería clásica”





“Not fashion,
just passion”



Marco Tamponi

Texto por **LOREDANA VITALE**

El DIRECTOR CREATIVO de SEBAGO y SUPERGA, frente a la fugacidad de las tendencias, defiende la creación de piezas honestas, pensadas para durar. Su mirada va más allá de la moda: la 'classicità' como forma de trascender el tiempo y ser sostenible. Desde la zapatilla más democrática hasta el mocasín más clásico, su visión une memoria e identidad.



The full content is translated and can be found in the booklet stored in the end of the magazine for your convenience



“La industria del lujo se ha alejado de su ‘real value’. Durante años el lujo vendió apariencia antes que pertenencia y el consumidor dejó de creer. Frente a esa deriva defiende un regreso a la autenticidad, al ‘heritage’, a los materiales que cuentan verdades”

• • •

“El hábito sí hace al monje. Es la primera forma de comunicación no verbal. A través de la ropa reconocemos religiones, culturas, clases sociales. Enseñar que eso no importa es un error”

• • •

“Hoy, el consumidor está más informado que nunca, busca lo auténtico y quiere saber cómo se produce lo que compra. Ya no acepta solo un logo, quiere contexto, trazabilidad, coherencia...”

NO hay un italiano que no haya tenido unas Superga. “Cada uno de nosotros creció con ellas en los pies”, afirma Marco Tamponi. Han sido parte de la vida cotidiana. Tenerlas era casi un pequeño orgullo: sencillas, resistentes y reconocibles, se convirtieron en objeto de culto. “En los años ochenta, Italia tenía cincuenta millones de habitantes y Superga producía ochenta millones de pares de zapatos”, recuerda. Fabricadas en Turín a comienzos del siglo XX, pasaron pronto de funcionalidad a identidad. Pero el universo que dirige no se limita a la iconografía popular. BasicNet, grupo turinés que reúne marcas históricas como Kappa, Sebago o Superga, cotiza en la Bolsa italiana desde 1999 y ha hecho del legado su modelo de negocio. A través de los mocasines Sebago reivindica una visión más refinada del tiempo y la durabilidad: formas clásicas, materiales pensados para envejecer bien... elegancia discreta. La marca americana mantiene intacto ese espíritu. Dos caras de una misma filosofía: crear objetos honestos, con alma, capaces de desafiar modas. Para Marco, cada producto debe contar una historia. “Realizamos calzado y ropa, pero detrás de cada pieza debe existir un relato cultural capaz de contextualizarla”, indica. Para él, la fuerza de una marca está en su identidad. Su formación en antropología explica parte de esa mirada. “El hábito sí hace al monje. Es la primera forma de comunicación no verbal. A través de la ropa reconocemos religiones, culturas, clases sociales. Enseñar que eso no importa es un error”, apunta. Vestirse, en su lectura, sigue siendo un lenguaje.

Sus inicios en las ventas es la escuela más valiosa. “Puedes estudiar lo que quieras, pero sin el contacto directo con el cliente no entiendes el valor real del producto; este solo existe cuando alguien lo compra y forma parte de su vida”, asegura. Esa vida real del producto –lo que ocurre fuera del escaparate– es la verdadera prueba de su valor. Además, observa con lucidez cómo la industria del lujo se ha alejado de su ‘real va-

lue’: “Durante años el lujo vendió apariencia antes que pertenencia y el consumidor dejó de creer”. Frente a esa deriva defiende un regreso a la autenticidad, al ‘heritage’, a los materiales que cuentan verdades. Ese cambio de conciencia atraviesa otros ámbitos de la vida. Y añade que “la gente, más informada que nunca, busca lo auténtico. Quiere saber de dónde viene lo que come, cómo se produce lo que compra”. El consumidor ya no acepta solo un logo: quiere contexto, trazabilidad, coherencia. En BasicNet, explica, la sostenibilidad no se usa como etiqueta, se practica. “Cuando la actitud ‘green’ se convierte en ‘marketing’, pierde sentido”. Y cita un ejemplo: “Una bolsa de Hermès contamina una vez y dura cinco generaciones. La verdadera sostenibilidad es la durabilidad. La ‘classicità’ es una forma extraordinaria de ecosostenibilidad; un abrigo o un zapato clásico no pasa de moda porque nunca fue moda”. En esa imagen –una pieza que se repara, se cuida y pasa de mano en mano– se condensa una idea de lujo como responsabilidad: menos objetos, pero más preparados para acompañar vidas enteras. Productos pensados para durar no solo reduce su impacto ambiental, también construye un legado, crea un vínculo y reclama un tipo de consumo más lento y consciente. Así nacen los productos de Sebago o Superga: piezas pensadas para permanecer. “Superga es un producto democrático, uno de los pilares del ‘brand’. Cada italiano tie-

ne una historia con ellas. Esa memoria compartida es lo que da sentido a nuestra ‘community’; constituye un patrimonio emocional imposible de cuantificar”, asevera. Una comunidad que no nace de campañas, sino de recuerdos: veranos en familia, fotografías antiguas, amigos, ciudades que cambian, pero que mantienen el mismo modelo en circulación. Tampoco olvida la lección de su infancia. Hijo de militar, Marco siente fascinación por los uniformes, y aprendió de su abuelo –limpiaba sus zapatos con devoción antes de salir– que la precisión se expresa en los detalles: “Los zapatos sucios eran signo de desorden”. Para él y su vida “nómada”, así como la familia y sus tres hijos, son el punto de equilibrio. “Cuanto más arraigado estás, más lejos puedes llegar. Si te separas de esa raíz, te pierdes”, concluye. La familia no es solo afecto, sino incluso una brújula, continuidad, un territorio donde las cosas mantienen su sentido incluso cuando todo alrededor está en movimiento. Esa idea de raíz –en la familia, en el territorio, en la cultura material– está también en su manera de pensar las marcas: solo lo que está bien anclado puede permitirse evolucionar sin perderse. Cuando se le pregunta qué es para él la esencia de lo esencial, responde sin pensarlo: “Hacer con gusto lo que te gusta hacer. Esa es mi mayor fortuna”.







STYLE IN PROGRESS

Texto por **CONSUELO SÁNCHEZ**
Fotografía por **BART VAN DE VOORT**



Una de las partes más bonitas de hacerse adulto es tomar elecciones conscientes. Ser capaz de elegir los actos que definirán nuestra personalidad y dirán al mundo quiénes somos en esta sociedad que nos ha visto crecer. Somos también capaces ya de tomar consciencia de las consecuencias de cada acto, y la integridad reside en no cerrar los ojos, en no hacernos los niños acurrucados bajo el ala del ‘todos lo hacen’. Es el momento de expresar nuestra individualidad y evitar la homogeneización. Comprar es uno de los actos cotidianos con el que más poder de cambio tenemos sobre el entorno que nos rodea. En esta era dominada por el consumo, el destino del dinero marca el rumbo de las

civilizaciones. Podemos elegir, al menos, el destino del nuestro. No solo hablando de métodos de producción económicamente justos o respetuosos con el medio ambiente, sino también potenciando el barrio que queremos vivir. Comprar un traje en una sastrería familiar (un negocio independiente y en bonitas ocasiones centenario); comprar el pañuelo para un vestido especial en una tienda artesanal; o acudir a la ceramista del barrio para ese detalle navideño que decorará nuestra mesa. Todo ello construye un futuro más justo y equitativo, a la vez que hacemos una declaración de intenciones sobre quiénes somos y qué valores defendemos. La durabilidad, la calidad y originalidad de





Construimos nuestra imagen a través de pequeñas compras que pueden suponer una gran diferencia. Dónde adquirimos nuestra ropa comunica al mundo nuestros valores y expresa nuestra individualidad



estas prendas, artículos, flores o comestibles se percibe con los cinco sentidos, y llenan nuestra vida de una sensibilidad que nos permite ser más humanos, más conscientes. La Navidad se acerca, siendo una de las épocas en las que más repercusión tendrán estos actos de consumo sobre nuestro mundo. Pensemos bien qué mundo queremos encontrarnos al abrir la puerta del patio y salir a la calle. Si admiramos los pequeños negocios con alma podemos elegir ahora regalar calidad, sostenibilidad y una visión de la vida similar a la nuestra. Las marcas familiares llevan el sello inconfundible del amor por lo bien hecho. Su legado es nuestro presente, y serán estos artículos los que griten silenciosamente, con estilo, con pausa pero aplomo, el tipo de persona que queremos ser. Un mensaje al viento que no caerá en oídos sordos, puesto que lo bueno se ve, y los pares se encuentran.



Leonid, Johannes y Andreas Rath

J. & L. LOBMEYR

Texto por JEAN-BAPTISTE FOUYER

Desde hace dos siglos, la cristalería vienesa cultiva el arte del vidrio y el cristal con un esmero transmitido de generación en generación. En Viena, su taller perpetúa la tradición a la vez que impulsa colaboraciones audaces con diseñadores contemporáneos. Cada pieza, soplada, tallada y grabada a mano, revela una calidad excepcional y una personalidad única. Lejos de quedar anclada en el pasado, la casa Lobmeyr continúa inspirando a los amantes del saber hacer y a los conocedores a través de su pasión por el material y su espíritu de innovación, guiados por la familia Rath.

Lobmeyr, fundada en 1823 por Josef Lobmeyr en la Weihburggasse de Viena, es un testigo privilegiado de la evolución del lujo europeo. Todo comienza con la fabricación de piezas de vidrio típicas de la época Biedermeier, antes de que el taller se orientara hacia una innovación constante impulsada por encuentros y colaboraciones determinantes. Convertida rápidamente en proveedora de la corte imperial, la firma inscribe su historia en la gran tradición del esplendor austríaco. Ludwig Lobmeyr, hijo del fundador, desempeña un papel clave en el prestigio de la marca al convertirse en pionero del cristal austríaco y bohemio. Representa a la empresa desde las primeras exposiciones universales de Londres en el siglo XIX, buscando siempre ampliar horizontes. El apego de Lobmeyr al patrimonio cultural es evidente: participa en la cofundación del Museo de Artes Aplicadas en 1864 y, más tarde, en el movimiento moderno a través del Österreichischer Werkbund en 1912. Visionaria, la firma consigue explorar un diseño audaz junto a los artistas del Wiener Werkstätte, y desarrolla en sus propios talleres piezas que marcarán la historia del vidrio. Entre sus creaciones emblemáticas se encuentran las lámparas de araña del palacio de Schönbrunn, del Metropolitan Opera de Nueva York (el famoso modelo 'Starburst') y de los castillos bávaros de Luis II. En 1883, Lobmeyr colabora con Thomas Edison para producir uno de los primeros candelabros eléctricos del mundo, combinando un espíritu innovador con una elegancia profundamente vinculada al patrimonio.

Cada pieza que sale del taller muestra una personalidad distinta gracias a la maestría excepcional de los sopladores, talladores, grabadores y pulidores. El vidrio de muselina se distingue por su extrema delicadeza, una auténtica proeza técnica que ofrece, en cada gesto cotidiano, una experiencia sensorial incomparable. Copas, jarras, luminarias o frascos se realizan sin ningún compromiso en cuanto a la calidad, dejando entrever la mano del artesano en cada curva. Andreas, Leonid y Johannes Rath, actualmente al frente de la casa vienesa, defienden una visión fiel a la tradición, apostando al mismo tiempo por el encuentro entre el legado y la creatividad contemporánea. Artistas como Josef Hoffmann, Adolf Loos o Michael Anastassiades figuran entre los prestigiosos colaboradores que han marcado la evolución del estilo de Lobmeyr. Esta firma cultiva simultáneamente la continuidad y la renovación. Las colecciones se desarrollan respetando los archivos, con el fin de garantizar a los clientes la posibilidad de completar un servicio o una serie en cualquier momento, evitando así toda obsolescencia programada. La manufactura se esfuerza por proporcionar piezas de repuesto, incluso para modelos que datan del siglo XIX, encarnando una forma de durabilidad y un profundo compromiso con la satisfacción del cliente. Su apertura internacional se refleja en múltiples colaboraciones: el 'showroom' de Chanel equipado con cristalería Lobmeyr en París, así como encargos para el Lincoln Center en Nueva York o para el Kennedy Center en Washington. La excelencia se transmite



Bajo la luz de Viena interpreta el vidrio y el cristal heredando una historia imperial y una modernidad plenamente asumida







Retrato de Josef Hoffmann



Copas de Josef Hoffmann

Con seis generaciones comprometidas, la firma austríaca combina maestría artesanal, creación contemporánea y fidelidad a una estética inspirada en el patrimonio vienés

gracias a un compromiso constante con la formación, la investigación y la transmisión del saber, en particular mediante la creación de una escuela de vidrio en Austria. La 'boutique' de Viena sigue siendo el corazón palpitante de la marca, acogiendo a coleccionistas, recién casados o simples curiosos. Bajo la dirección de la familia mantiene una atmósfera íntima, guiada por el cuidado del detalle y la atención dedicada a quienes atraviesan su puerta. La decisión de no renovar las colecciones cada año refleja la voluntad de ralentizar el tiempo, de trabajar la materia con paciencia en lugar de privilegiar el efecto de moda. Este diálogo entre pasado y presente confiere a cada objeto un valor sentimental y un alma adicional.

En sintonía con las exigencias del lujo contemporáneo, Lobmeyr demuestra que la modernidad se inventa a través de la escucha del cliente, el respeto por los gestos ancestrales y la integración reflexiva de la innovación. En sus talleres todo se realiza a mano: cada vaso, cada lámpara de araña, cada elemento decorativo lleva la huella humana del saber transmitido a lo largo de seis generaciones. Lejos de una producción industrial e impersonal, la manufactura se esfuerza por preservar la calidez del intercambio y la singularidad de cada pieza. El resultado: una emoción tangible que atraviesa el tiempo y no deja de inspirar a aficionados y coleccionistas, desde el palacio imperial hasta las galerías más vanguardistas. Lobmeyr es más que una casa de vidrio: es una memoria viva, un símbolo de lujo intemporal, una invitación a redescubrir el placer de la belleza en la vida cotidiana. Su longevidad se explica por la fidelidad a sus valores y por la sutil alianza entre patrimonio e innovación.

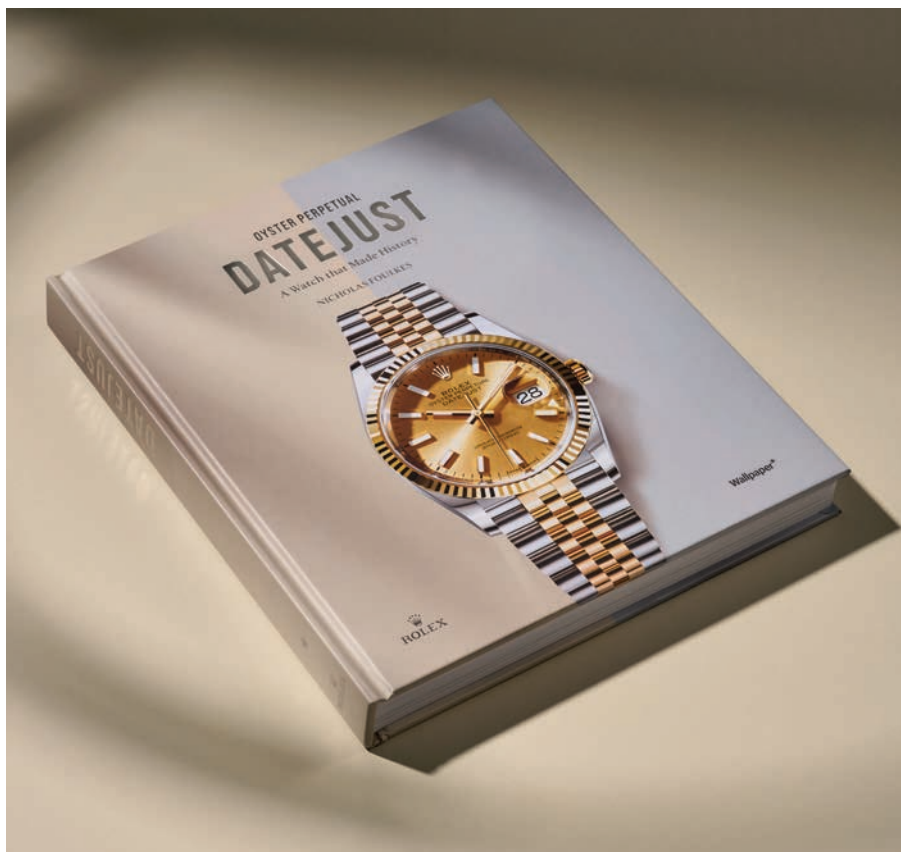


LA PRIMERA HISTORIA AUTORIZADA DEL

Reloj Oyster Perpetual Datejust

Texto por KINO VERDÚ

El historiador Nicholas Foulkes rinde homenaje al 'ROLEX Datejust' en 'Oyster Perpetual Datejust – Un reloj que hizo historia', un libro que recorre ocho décadas de innovación, elegancia y precisión. Más que un estudio técnico, es la crónica social de cómo un reloj se ha convertido en un símbolo cultural atemporal y en objeto de diseño de culto.



Desde su presentación el 29 de septiembre, 'Oyster Perpetual Datejust – Un reloj que hizo historia' ha capturado la atención de los amantes de la relojería y del diseño, al ofrecer la primera historia autorizada del modelo 'Rolex Datejust', de la mano del historiador relojero Nicholas Foulkes. En colaboración con la revista de diseño Wallpaper*, el libro analiza cómo un reloj nacido en 1945 logró trascender la mecánica para convertirse en un símbolo atemporal. Cuando Rolex presentó en 1945 el modelo que luego se conocería como 'Datejust', lo describió como un reloj que "encapsula todos los descubrimientos realizados hasta la fecha". Fue el primer reloj de pulsera cronómetro automático, resistente al agua, con ventana de fecha que cambia automáticamente a medianoche. Foulkes apun- tala su trascendencia: "De todos sus modelos,

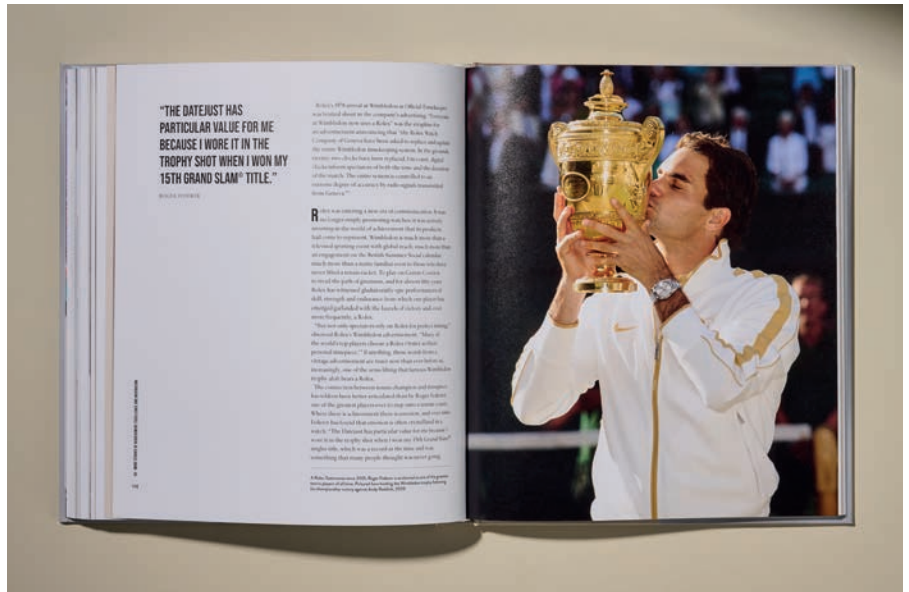
Combina fotografías originales nuevas y material de archivo de la firma, junto a testimonios de deportistas y figuras del mundo del arte vinculados con la marca

el 'Datejust' es el reloj que muchos consideran como el más representativo de Rolex", y a continuación añade que "ha permanecido fiel a sí mismo durante ocho décadas; su original de 1945 sigue siendo reconocible en su descendiente de 2025". La narrativa del libro no se limita a la técnica: Foulkes traza cómo el 'Datejust' ha atravesado estilos, generaciones y culturas, convirtiéndose en un icono universal. El interés del libro radica en mostrar tres vectores del milagro del 'Datejust': su innovación técnica, su diseño reconocible y

su capacidad de adaptación. En esos primeros días, la combinación de caja hermética 'Oyster', calibre automático 'Perpetual' y fecha instantánea, representó una hazaña. Con el paso de los años, la lente 'Cyclops', introducida en 1953, añadió una dimensión visual distintiva. El bueno de Foulkes, siempre ataviado como un genuino 'gentleman', ha tenido la oportunidad de colarse hasta las entrañas de los archivos de Rolex: "Ha sido un honor poder contar la historia oficial de un reloj que considero el 'camaleón definiti-



“No es un reloj más dentro de Rolex, sino el modelo que mejor refleja la filosofía de la empresa. Su fuerza ha sido permanecer siendo él mismo mientras el mundo cambia”



En el libro de doscientas veinticuatro páginas, ‘Oyster Perpetual Datejust – Un reloj que hizo historia’, Nicholas Foulkes desentraña hasta el fondo los archivos inéditos de Rolex que muestran la evolución del ‘Datejust’ desde 1945 hasta nuestros días, y convierte esos arcanos guardados bajo llave en un lenguaje ameno y sencillo. El autor destaca la precisión del diseño original y su sorprendente continuidad estética: “Cada generación ha dejado su huella, sin borrar la esencia del primero”. Una obra que celebra la permanencia del estilo en movimiento.

vo’, adaptándose sin esfuerzo a cada época”. También revela cómo la estética esencial del ‘Datejust’ ha cambiado muy poco, lo que ha reforzado su reconocimiento inmediato y su lugar en la cultura popular. El volumen, de doscientas veinticuatro páginas, combina fotografías originales nuevas y material de archivo de la firma, junto a testimonios de atletas y figuras del mundo del arte vinculados con la marca. Así, el ‘Datejust’ se ve no solo como un instrumento de precisión, sino también como un objeto social y cultural, que ha sido llevado por ejecutivos, artistas y quienes buscaban un símbolo personal. Para muchos, concluye Foulkes, “no es simplemente un reloj dentro del catálogo de Rolex,

sino el modelo que mejor refleja la filosofía de la empresa”. El lanzamiento del libro, editado en inglés y francés, responde al deseo de la firma suiza de documentar oficialmente sus modelos más icónicos. Más allá de ser un entretenimiento para especialistas, hay que concebirlo como referencia perdurable, un objeto de diseño y una obra de investigación. Para el coleccionista del ‘Datejust’, este libro amplía el valor de su reloj al dotarlo de contexto histórico y cultural; para el aficionado de a pie representa una puerta de entrada a conocer por qué es un icono de la relojería. A través de la pluma de Nicholas Foulkes, el ‘Datejust’ emerge como un testigo silencioso de décadas de estilo, tecnología e identidad.

Concluye con una reflexión reveladora: “El ‘Datejust’ nunca se ha visto obligado a reinventarse; su fuerza ha sido permanecer siendo él mismo mientras el mundo a su alrededor cambia”. Es esa misma integridad la que hace que el libro merezca leerse no solo por quienes aman los relojes sino incluso por quienes aprecian cómo un objeto puede contar una historia humana, técnica y cultural. En sus páginas, el ‘Datejust’ cobra vida mostrando por qué se convirtió en ‘el reloj’ de Rolex y por qué su presencia sigue tan relevante ochenta años después de su nacimiento.





Meriem Benkirane

Del mundo financiero a la creación artística internacional

Texto por FRANÇOIS-XAVIER DUPLA • Fotografía por ADRIÁN VÁZQUEZ

En un mundo donde las fronteras entre el arte y los negocios parecen a menudo infranqueables ha logrado trazar un camino singular. Formada en la rigurosidad del mundo financiero y habiendo pasado por las firmas de auditoría y consultoría más exigentes, decidió dejarlo todo para seguir un llamado más profundo: el de la creación. Hoy encarna a una generación de mujeres marroquíes que reinventan la tradición, la anclan en la modernidad y la proyectan hacia el mundo.

DE LAS FINANZAS A LA MATERIA VIVA. Nada parecía predestinar a Meriem Benkirane a este giro. Graduada en Finanzas y Auditoría, inició su carrera en empresas marroquíes y posteriormente en multinacionales, donde aprendió disciplina, precisión y gestión de proyectos complejos.

“Esos años me formaron, me enseñaron la estructura, la exigencia... pero también los límites de un mundo puramente racional”, comenta. Un día, durante un proyecto de mecenazgo para una empresa, visitó un taller de artesanos en Casablanca. Entre los aromas de madera, cuero y pigmentos naturales, algo se encendió dentro de ella. “Vi manos que contaban una historia, un legado, una memoria... y comprendí que quería ser parte de esa cadena viva”.

Ese instante se convirtió en un punto de inflexión. Meriem empezó a explorar el universo del artesanado marroquí, primero como observadora y luego como participante activa. Descubrió la riqueza infinita de las técnicas, la belleza de los gestos transmitidos de generación en generación, pero también la fragilidad de un sector amenazado por la producción en masa.

“Estos oficios son a la vez nuestro orgullo y nuestra vulnerabilidad”, apunta.

REINVENTAR LOS PUENTES ENTRE OFICIOS. Con los años, Meriem desarrolló una visión: crear un diálogo entre los

oficios tradicionales y la creación contemporánea. Para ella, el artesanado marroquí no es un vestigio del pasado, sino una fuente inagotable de innovación.

Imagina proyectos colaborativos donde distintas disciplinas se cruzan: un ebanista que trabaja con un ceramista, un pintor con un tejedor. De estos encuentros surgen piezas únicas –mesas, luminarias, paneles decorativos– que narran una historia nueva: la de un Marruecos enraizado pero abierto al mundo. “Cuando dos artesanos se encuentran, siempre ocurre algo mágico”, confiesa. “Uno aprende paciencia, el otro espontaneidad, y juntos descubren un lenguaje nuevo”, añade.

Meriem pone un cuidado especial en colaborar con talleres locales. Pasa tiempo en los talleres, escucha, observa y aprende. “No me considero una artista aislada, sino una catalizadora. Mi papel es crear las condiciones para el encuentro, la confianza y el respeto mutuo”, concluye.

UNA PRESENCIA INTERNACIONAL. Pronto, la calidad de su trabajo llamó la atención fuera de Marruecos. Arquitectos, hoteleros y coleccionistas ven en ella una embajadora entre culturas. En Dubái ha colaborado con prestigiosos establecimientos como The Address Hotels, creando piezas a medida que mezclan ‘zellige’, cobre, yeso tallado y materiales modernos. “Los clientes del



Con los años desarrolló una visión: crear un diálogo entre los oficios tradicionales y la creación contemporánea

• • •

Para ella, el artesanado marroquí no es un vestigio del pasado, sino una fuente inagotable de innovación. La modernidad no significa ruptura, sino transformación

Golfo valoran la nobleza de los materiales marroquíes, y buscan excelencia y autenticidad, dos valores que están en el corazón de mi enfoque”, resalta.

Su huella también se extiende a Europa: en Cannes y Niza imagina interiores de refinado aire mediterráneo, y en Madrid firma proyectos privados donde convergen las influencias marroquíes con el diseño contemporáneo. “La belleza surge del diálogo, no hay contradicción entre tradición y modernidad, entre artesanía y lujo. Son dos caras de la misma búsqueda: la armonía”, explica.

EL ARTE COMO DISCIPLINA Y LIBERTAD. El recorrido de Meriem es una alquimia entre dos universos: la estructura del mundo financiero y la libertad del arte.

“Trabajo con la misma rigurosidad de una auditora, pero con la sensibilidad de una artista”, dice sonriendo.

Sus mañanas comienzan con un ritual: silencio, un té marroquí con menta y la lectura de un texto inspirador –a veces Rumi, a veces Saint-Exupéry–.

“Necesito alimentar mi espíritu antes de crear. El arte, ante todo, es un estado del alma”.

Después dedica horas a visitar talleres, observar artesanos y tocar materiales. “La materia tiene su propia energía. Cuando la comprendes, te guía”, comenta.

Su proceso creativo es profundamente intuitivo: dibuja, fotografía, combina muestras de madera, arcilla o tela. Cada proyecto es un viaje sensorial donde la mano y el espíritu dialogan.

UN ANCLAJE MARROQUÍ Y UNA APERTURA UNIVERSAL

En el centro de su trabajo hay una convicción: Marruecos posee una riqueza artística inestimable que merece brillar en el mundo. “Tenemos una diversidad increíble: ‘tadelakt’, ‘zellige’, borda-



do, cestería, forja... Pero demasiadas veces los tratamos como curiosidades folclóricas. En realidad, son lenguajes estéticos poderosos capaces de dialogar con el arte contemporáneo”, resalta. Para ella, la modernidad no significa ruptura, sino transformación: “Quiero mostrar que nuestras tradiciones pueden ser actuales, deseables e incluso vanguardistas. Lo esencial es respetar su alma”. Colabora también con diseñadores extranjeros interesados en el ‘savoir-faire’ marroquí. “Cuando un artista japonés se inspira en el ‘tadelakt’, o un diseñador francés explora la caligrafía árabe, ocurre una verdadera polinización cultural”, manifiesta.

LA DIMENSIÓN HUMANA. Detrás de cada proyecto hay una aventura humana. Meriem habla de los artesanos como de una familia ampliada.

“Son hombres y mujeres extraordinarios. No siempre hablan el lenguaje de los negocios, pero poseen una inteligencia del gesto y una memoria del tiempo. Es un privilegio trabajar con ellos”. Se esfuerza por visibilizar su trabajo, asociándolos a las exposiciones y firmando las obras colectivamente. “Quiero que el mundo conozca sus nombres y que se sientan orgullosos de lo que crean”.

También dirige talleres educativos para jóvenes diseñadores, transmitiendo su visión de una creación con sentido. “Les digo a menudo: cread con propósito. No busquéis solo decorar, sino contar algo”.

LA ESENCIA DE LO ESENCIAL. Cuando se le pregunta por el sentido profundo de su trabajo, reflexiona un instante: “La esencia de lo esencial es la conexión con la autenticidad. Es la capacidad de crear sin miedo, de ser fiel a uno mismo mientras se abraza el mundo”.

Para Meriem, el arte no es una evasión, sino una forma de verdad. “Cada pieza que creo cuenta una parte de mí, una parte de Marruecos y una parte del mundo”, destaca.

Esta filosofía guía también su vida personal: “He aprendido que la belleza no está en la perfección, sino en la sinceridad. En la imperfección del gesto se encuentra el alma”.

HACIA UN RECONOCIMIENTO MUNDIAL. Hoy trabaja en una serie de instalaciones para galerías en Madrid y Dubái, donde explora el tema del tiempo y la memoria a través de la materia. También impulsa un proyecto de residencia artística que reunirá a artesanos marroquíes y creadores internacionales en torno a la sostenibilidad.

“Sueño con un lugar donde se pueda crear, experimentar y compartir. Un espacio de libertad y respeto. Porque la artesanía es, ante todo, una escuela de humanidad”, puntualiza.

Su trayectoria inspira a muchas mujeres jóvenes en Marruecos. Lo sabe, sin vanidad. “Si mi historia puede animar a otras a seguir su pasión, habré logrado algo importante”.

“La esencia de lo esencial es la conexión con la autenticidad. Es la capacidad de crear sin miedo, de ser fiel a uno mismo mientras se abraza el mundo”

ENTRE PRECISIÓN Y PASIÓN. Escucharla es entender que su fuerza reside en esa dualidad: la precisión del gesto y la pasión del corazón. Su arte es un reflejo de sí misma –anclado en la realidad pero abierto al sueño–.

Con una sonrisa serena concluye: “Hay que atreverse. Averse a dejar lo que da seguridad, atreverse a aprender, a equivocarse. Porque ahí nace la verdadera creación”.

Meriem Benkirane, entre tradición y modernidad, encarna esta nueva generación de artistas marroquíes que reencantan la artesanía, la proyectan al mundo y recuerdan que la belleza más pura nace siempre del diálogo entre la mano y el alma.





GUSTAV KLIMT

y el *Burgtheater*

Texto por LORENZ HOLZER

Tras una meticulosa restauración, las monumentales pinturas que decoran la gran escalinata recuperan su brillo original. Gracias a un ingenioso sistema de andamiaje, el público puede contemplarlas a pocos centímetros, descubriendo cada trazo y detalle la época dorada del arte vienes y el espíritu visionario de quienes las crearon.

EL Burgtheater de Viena, el segundo teatro más antiguo de Europa, celebrará próximamente su 250.º aniversario. El edificio tiene capacidad para más de mil cien espectadores y se considera una de las construcciones más majestuosas de toda la ciudad. No cabe duda de que este lugar es de suma importancia tanto para la historia del teatro como para la historia del arte. Incluso el joven y mundialmente famoso Gustav Klimt participó en la decoración pictórica del edificio y dejó en este teatro un testimonio perdurable de su talento. Solo desde hace poco tiempo es posible admirar de cerca los frescos del techo realizados por el pintor austriaco y sus colegas artistas. El Burgtheater se encuentra en pleno centro histórico de Viena, concretamente en la célebre Ringstraße. Esta avenida, que rodea el casco antiguo en forma de anillo, alberga algunos de los edificios más emblemáticos construidos bajo el reinado del emperador Francisco José I. Entre ellos se encuentran la Ópera Estatal, el Museo de Historia del Arte y, por supuesto, el Burgtheater. Edificados en el estilo historicista vienes, vienen marcando hasta hoy la fisonomía urbana y son ya inseparables del

centro de la ciudad. El esplendor imperial del Burgtheater se hace especialmente evidente cuando el visitante accede al edificio por las llamadas 'escaleras de honor'. Estas dos escaleras laterales servían en su origen exclusivamente al emperador y a los miembros de la corte, motivo por el cual se buscó a artistas de especial talento para diseñar y ejecutar las pinturas del techo. Además de los más hábiles artesanos, el arquitecto Karl von Hasenauer contrató para esta labor a los

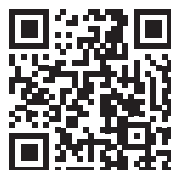
jóvenes Gustav Klimt, su hermano menor Ernst Klimt y Franz Matsch. El trío, que se hacía llamar la 'Compañía de Artistas', tenía poco más de veinte años cuando recibió este prestigioso encargo. Bajo una gran presión de tiempo trabajaron en un total de diez frescos, que narran la historia del teatro desde la antigüedad hasta la época moderna. La división arquitectónica de las escaleras norte y sur se reflejó también en el programa pictórico: en el lado norte se representa la





evolución de la comedia, mientras que en el sur se muestra la de la tragedia, cada una a través de cinco escenas individuales. En una de estas, el joven Gustav Klimt pintó el trágico desenlace de ‘Romeo y Julieta’ de Shakespeare, ambientado en el Globe Theatre y representado ante un público variado. Llama la atención que entre los espectadores aparecen personas de distintas clases sociales, casi como un retrato de la sociedad de la época. Un detalle curioso en el extremo derecho del cuadro es el retrato grupal de la ‘Compañía de Artistas’, que incluye el único autorretrato conocido de Gustav Klimt, quien se representa entre la alta sociedad con una elegante gorguera. En el lado opuesto del edificio puede admirarse otra obra de Klimt, ‘El teatro de Taormina’, el fresco más grande del artista en el Burgtheater. Se trata de una escena ambientada en la antigua Roma, concretamente en Sicilia: un fastuoso palacio donde un grupo de bailarinas interpreta una danza ante un noble romano. En el fondo se distingue el teatro que da título a la obra. Algunas de estas pinturas del techo sufrieron daños en noviembre de 2024 debido a fuertes precipitaciones, lo que hizo necesarias intensas

labores de restauración que aún continúan en las pinturas del lado norte. Los trabajos en las del lado sur ya se han terminado y vuelven a lucir en todo su esplendor. Gracias a una estructura de andamiaje, los visitantes pueden admirar ahora los frescos de cerca en visitas guiadas. ¡Una experiencia única para los admiradores de Klimt!



Las escaleras de honor vuelven a mostrar la historia del teatro en todo su esplendor, tras una restauración que acerca al público al arte vienes del siglo XIX







UN POSTRE DE FRAGANCIAS

Texto por **KINO VERDÚ**

Desde Nueva York llega LE MONDE GOURMAND, la firma de perfumes que convierte el placer gastronómico en aromas para endulzar nuestra piel. Inspirados en el universo de la repostería francesa combinan sofisticación, conciencia y un irresistible toque azucarado, de especias propias de una 'bakery'. Deliciosas y sostenibles, conquistan España de la mano de Sephora.



Hay perfumes que evocan lugares, y otros que despiertan el apetito. Le Monde Gourmand pertenece a esta segunda categoría: una casa neoyorquina que desde 2013 celebra la belleza de lo sensorial con aromas que huelen a postre, a recuerdo y a placer. Su filosofía es sencilla pero poderosa: el lujo puede ser accesible, responsable y deliciosamente indulgente. Cada fragancia es una receta olfativa inspirada en la repostería francesa, donde la vainilla aterciopelada, el coco cremoso, el 'praliné' o el azúcar moreno se entrelazan en composiciones tan evocadoras como sofisticadas. Veganas, 'cruelty-free' y elaboradas con ingredientes de origen natural, sus fórmulas están pensadas para combinarse y disfrutarse como si fueran piezas de un vestidor aromático. Sus fragancias evocan la nostalgia moderna de los pequeños placeres cotidianos con un enfoque alegre, desenfadado y exquisitamente femenino (y masculinos, qué diantres). En su colección destacan creaciones convertidas en iconos contemporáneos. 'Crème Vanille', cálida y adictiva, rinde homenaje a la vaini-

lla más envolvente; 'Lait de Coco' captura la esencia de un verano eterno; 'Fraise Fouettée' es pura alegría frutal; y 'Chai Épicé' reconforta con la elegancia especiada del jengibre y la canela. Cada fragancia ha sido concebida por perfumistas expertos que interpretan el 'gourmand' con sutileza, equilibrio y un punto de sofisticación urbana. Con más de una década de historia y una comunidad global que la considera una firma de culto, Le Monde Gourmand es emocional, consciente y, sobre todo, sabrosa. Busca impresionar, acariciar los sentidos y recordar que la belleza también puede oler a placer.

Su filosofía es sencilla pero poderosa: el lujo puede ser accesible, responsable y deliciosamente indulgente

ARAGÓN *a* MANO

VERDAD EN CADA PIEZA

Tiempo, mimo, exclusividad, tradición, contemporaneidad... un lujo a mano que hermana los diversos modos de ser artesano en el siglo XXI en Aragón.

Vestido elaborado por Ana Guerri, en colaboración con Susana Martín, Artesana del Vidrio.

NUESTROS EMBAJADORES

Loli Puértolas (Bendito Momento) Joyería artesana reciclada | **Antonio Gallego Berduque** (Berduque) Artesano de la moda | **Reza Shokouhi y Belén Morales** (Peletería Gabriel) Artesanos peleteros | **Mariluz Icart y Alexandra Moros** (Original Dessin) Artesana de la moda | **Alejandro Virgos** (Casa Virgos) Sastre artesano a medida | **Georgina Alfaro y Silvia Radío** (Casa Alfaro) Artesanos alpargateros | **Susana Martín** Artesana del vidrio | **Nacho Lamar** (L'Amar) Sastre artesano a medida | **Araceli Sancho** Artesana Sombrerera

Marc Pottier

Texto por **DANIELA SCHWANKE**

Este curador francés, radicado entre Brasil y Francia, se ha dedicado durante más de cuatro décadas al arte contemporáneo y a la creación de puentes entre culturas. Su mirada, sensible y humanista, convierte la curaduría en una forma de pensar el tiempo y la vida. Al frente de proyectos internacionales y de una nueva serie televisiva, continúa defendiendo el arte como una fuerza viva de pensamiento y transformación.



Hay quienes ven en el arte un espejo de la sociedad; Marc Pottier ve en él un campo de posibilidades. Francés de nacimiento y brasileño por afinidad, el curador, profesor y mediador cultural ha dedicado su vida a acercar mundos. “Soy un barquero, un creador de puentes”, dice. “Pero también alguien que quiere despertar conciencias sobre la importancia del arte y la cultura”. Formado en Derecho y Economía, Marc inició su carrera en el universo de las subastas, en la casa Artcurial, en París, junto a Francis Briest, una experiencia que describe como “la mejor escuela” para comprender el valor y la complejidad del arte. Sin embargo, rápidamente se dio cuenta de que su lugar no estaba en el mercado, sino en el diálogo. Desde entonces ha desarrollado un trabajo único, que atraviesa continentes y acerca artistas e instituciones de todo el mundo. Entre 1998 y 2006 fue Agregado Cultural del Ministerio de Asuntos Exteriores de Francia en Río de Janeiro y Lisboa. A partir de esa experiencia consolidó un profundo vínculo con Brasil, país que considera un segundo hogar. “Me casé con Brasil mucho antes de casarme de verdad”, bromea. Desde entonces ha construido una amplia red de relaciones con artistas y coleccionistas (de Tunga y Lygia Pape a Gilberto Chateaubriand y Adolpho Leirner) y se ha convertido en uno de los más atentos divulgadores del arte brasileño en el mundo.





Joana Vasconcelos, 'Extravagancias', en el MON de Curitiba

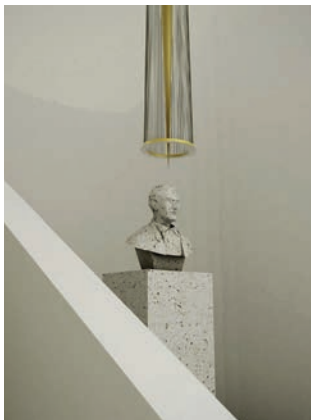


Marina Abramović, 'Generator', Usina de Arte, Pernambuco

Con alma franco-brasileña, convierte la curaduría en un acto de humanidad, revelando el arte como un espacio de transformación



Carlos Garaicoa, 'Jardín frágil', Usina de Arte, Pernambuco



Rosewood: la escultura es de Artur Lescher, junto a la escultura de la condesa Filomena Matarazzo



Beatriz Milhazes, 'Gamboa III', A.Galeria, Passeio Cultural Primavera, Florianópolis

El encuentro con el empresario Alexandre Allard, en 2012, marcó una nueva etapa en su trayectoria. Fue invitado a organizar el libro 'Made by... Feito por Brasileiros', que reúne más de doscientas entrevistas con artistas y pensadores contemporáneos, y a firmar la curaduría de la "invasión creativa" en el antiguo Hospital Matarazzo, en São Paulo, en 2014, un evento que reveló al público el potencial del lugar que más tarde se convertiría en el complejo Rosewood Cidade Matarazzo. Posteriormente, también fue responsable de la curaduría de las colecciones permanentes de arte del hotel, hoy una referencia mundial en integración entre patrimonio, arquitectura y arte. En los últimos años ha ampliado su alcance curatorial. Desde 2021 es curador de la

Usina de Arte, en Pernambuco (un impresionante parque de esculturas al aire libre), integra el núcleo curatorial del Museo Oscar Niemeyer, en Curitiba, y firma el nuevo espacio A.Galeria, en Florianópolis. Coordina además el proyecto internacional del futuro Centro Pompidou Paraná, en Foz do Iguaçu, cuya inauguración está prevista para 2027. Pero si algo distingue a Marc Pottier es la forma en que entiende el papel del curador. Para él, el arte tiene menos que ver con objetos y más con relaciones. "El arte es apertura. Es tiempo para pensar, mirar y reconsiderar lo que parecía evidente. Es generosidad y es vida", apunta. Esta visión atraviesa su trabajo reciente en la televisión: la serie 'Una mirada extranjera al arte brasileño', que se ha estrenado en el canal

Arte1, e invita al público a conocer a artistas como Luiz Zerbini, Marcela Cantuária, Daniel Senise y Flávio Cerqueira a partir de conversaciones íntimas y sensibles. "Quise mostrar la riqueza del arte brasileño desde la mirada de quien viene de fuera, pero lo ama profundamente", explica. "Hay un coraje y una libertad en la creación brasileña que tienen mucho que enseñar al mundo", añade. Entre Francia y Brasil construye puentes invisibles y da sentido a la palabra 'facilitador', con la que tantas veces se define. Su curaduría es, más que un oficio, una forma de pensar el mundo y, por encima de todo, un acto de humanidad.



TALYTA FLORES

Texto por ALICIA SENABRE

Hay personas que con solo su manera de ver el mundo pueden transformarlo. Esta fotógrafa brasileña pertenece a esa rara estirpe de seres que saben ver más allá de la forma, vivir con propósito, con presencia y honrar los momentos. Ha hecho de la cámara una prolongación de su mirada y de su vida un ejercicio constante de gratitud, y cree en la bondad de las pequeñas cosas y en el arte como medio para mejorar la sociedad.



Talyta Flores. Foto: ©Rebeca Flores



The full content is translated and can be found in the booklet stored in the end of the magazine for your convenience



Nacida en el corazón de Brasil, Talyta Flores creció rodeada de la calidez de su familia y la fuerza de las mujeres que la criaron. Aprendió pronto que el mundo podía doler, pero también sanar, que cada pérdida llevaba en sí una semilla de belleza. Su formación fue el primer puente hacia la comunicación. Licenciada en Comunicación Social, con especialidad en Periodismo, exploró los medios en su país natal: prensa escrita, televisión, radio, asesoría de comunicación... Allí entendió que las historias tienen muchas voces, pero que a veces el silencio y la imagen dicen más que cualquier palabra. Paralelamente, su pasión por la fotografía crecía como una corriente subterránea que tarde o temprano encontraría su cauce. Fue durante sus años universitarios, en las clases de fotoperiodismo, cuando comprendió que la cámara podía ser su manera de escribir, su cuaderno de notas. En su trayectoria, la comunicación siempre ha sido un hilo conductor. Su paso por los medios en Brasil le dio herramientas para comprender la importancia de contar bien una historia, pero fue la fotografía la que le permitió contarla con el corazón. En 2008, con apenas veintiún años, decidió dar un paso valiente: abrir un pequeño estudio en su propia casa. Hoy, cuando mira atrás, reconoce que sus hijos fueron y siguen siendo su mayor fuente de inspiración. La cámara llegó para quedarse, y con ella una manera muy particular de fotografiar. No busca la perfección técnica ni la pose exacta, busca la verdad del instante. “Busco la emoción auténtica que aparece cuando alguien se siente en confianza”, dice. Su obra abarca un abanico amplio:



Foto: ©Talyta Flores

fotografía corporativa, gastronómica, de eventos, retratos personales y profesionales, productos, proyectos creativos... Pero en el fondo, todo forma parte de una misma búsqueda: la de ayudar a los demás a mostrarse tal como son, a reconocer su propia luz. Cuando uno entra en contacto con su trabajo, entiende que Talyta no fotografía rostros, sino historias. En sus imágenes hay una textura emocional que trasciende lo visual. “Lo que me interesa no es tanto lo que se ve, sino lo que se siente”, afirma.

Santander la acogió con el mar abierto y ahí abrió su ‘home studio’, un espacio íntimo donde acompaña a emprendedores, artistas y soñadores a mostrar lo mejor de sí mismos. Si algo caracteriza su historia es la fe: fe en la vida, en la gente, en la posibilidad de construir belleza. En cada proyecto deja un pedazo de sí misma; en cada retrato, un eco de su voz. Por eso, cuando dice que le gustaría ser recordada no solo por sus fotografías, sino también por las personas a las que ha fotografiado, uno siente que esa frase encierra toda su filosofía. Es su forma de devolver al mundo lo que el mundo le ha dado: una oportunidad constante de renacer. Hay algo profundamente inspirador en observar cómo su trabajo y su vida



Islas Rojo. Foto: ©Talyta Flores

Cada instante capturado por su lente es una invitación a detenerse, a mirar de nuevo, a sentir y conectar profundamente con cada persona y cada lugar



Talyta Flores. Foto: ©Rebeca Flores



Foto: ©Talyta Flores



Foto: ©Talyta Flores

se entrelazan. La misma ternura con la que habla de su madre, de quien heredó la amorosidad y la valentía; y de su padre, de quien aprendió la integridad y el sentido de justicia, se refleja en la forma en que aborda cada proyecto. Su ética profesional está anclada en la verdad y el respeto, dos valores que para ella son innegociables. A través de su labor como divulgadora –en pódcast, entrevistas y colaboraciones en YouTube– comparte su experiencia con generosidad. Y en ese gesto constante de dar y recibir, de mirar y dejarse mirar, ha encontrado su propósito. Tal vez por eso su presencia resulta tan luminosa: porque su arte no se construye desde la distancia sino des-

En Santander ha encontrado un lugar desde donde mirar el mundo. Su estudio es un refugio, un espacio de encuentro, un pequeño laboratorio del alma

de la cercanía. Su estudio en la capital cántabra respira esa energía: allí las luces se encienden con calma, las paredes guardan historias y el tiempo parece ralentizarse. Tal vez porque ella sabe que la prisa es el enemigo de la belleza, y que solo cuando se baja el ritmo se revela lo esencial. La fotografía, para ella, es un ejercicio de atención, una meditación activa sobre el milagro de existir. Si algún día, dentro de muchos años, alguien recuerda su nombre, probablemente lo hará con una frase parecida a la que ella misma eligió: la fotografía que sembraba sueños y los hacía florecer con cada retrato. La realidad es que cada sesión, cada historia o cada imagen son pequeñas piezas de un mosaico mayor: el de su vida, tejida con la de los demás. Así es Talyta Flores: fotógrafa, comunicadora, madre, soñadora. Una mujer que no solo captura imágenes, sino también instantes que respiran. Una artista que convierte cada disparo en una invitación a mirar –y a vivir– con más conciencia, más ternura y más gratitud. Entre la sombra y la claridad encuentra siempre el hilo invisible que une la belleza con la esencia. En su mirada, el mundo recupera su sentido. “El arte nos refugia y nos transforma”, apunta. Y nosotros, al contemplar sus fotografías, recordamos que lo esencial, lo verdaderamente esencial, siempre estuvo ahí: en la luz, en el gesto, en la vida misma.





RIALTO
LIVING

Your lifestyle store in Palma

C/ SANT FELIU 3, PALMA DE MALLORCA, TEL 971 71 33 31. WWW.RIALTOLIVING.COM
VEN A VISITARNOS, TENEMOS ABIERTO DE LUNES A SÁBADO 11.00 – 19.00

PABLO VILLAZÁN

Texto por ALICIA PASCUAL

El fundador de VILLAZAN, una de las galerías de arte contemporáneo con mayor proyección internacional, ha construido algo más que un lugar expositivo: ha creado una forma de entender el arte como experiencia vital. Con sedes en Nueva York, Madrid y Hong Kong, sus galerías son territorios donde la emoción y la reflexión conviven, donde cada exposición se concibe como un viaje sensorial y humano. Para él, el arte es un lenguaje universal que transforma, educa y humaniza; una manera luminosa, ética y sensible de dejar huella.

Pablo Villazán no concibe el arte como un objeto, sino como una forma de vivir y sentir. Ha hecho del arte un reflejo del alma, un territorio donde lo extraordinario se hace cotidiano y lo cotidiano se ilumina de sentido. Nació en Santander, ciudad abierta al mar, donde la luz y la calma moldean una sensibilidad particular. Entre paisajes de bruma y horizontes líquidos aprendió a mirar. En el estudio de la pintora Teresa Blanco del Piñal descubrió la magia de la creación, la concentración silenciosa del artista frente al lienzo. Aquellos instantes, casi rituales, sembraron en él una certeza temprana: el arte no se contempla, se vive. Esa idea, que hoy resume su filosofía profesional, comenzó a latir allí, entre pinceles y susurros. En su camino inicial estudió Derecho y Economía, construyendo una sólida carrera en el ámbito jurídico y la consultoría. Pero en algún punto el arte, que nunca lo había abandonado, regresó como una llamada interior. El punto de inflexión llegó en Nueva York, allí cursó un MBA con la intención de emprender, y su proyecto final fue el germen de su primera galería. En septiembre de 2015 se inauguró Villazan con la exposición 'The Incredible Keith', una muestra dedicada a la efervescencia del Nueva York de Warhol, Haring y Basquiat. Aquella exposición fue algo más que un evento: fue una declaración de principios. Pablo no quería abrir una galería más, sino un espacio donde el arte respirara vida, donde las obras dialogaran entre sí y con el público. Desde el inicio, su visión fue clara: el arte no debía quedar confinado en los grandes museos, inaccesible, distante. "Mis espacios expositivos están concebidos para hacer vivible el arte, para que cualquier persona pueda tener en su propia ciudad una experiencia estética profunda, cuidada y memorable", explica. Pronto creció más allá de Manhattan: llegaron Madrid y Hong Kong, después nuevos espacios, ferias internacionales y colaboraciones con museos, artistas emergentes y consagrados. En la actualidad, lo que Pablo ha construido es una forma de mirar el mundo. En su universo, el arte no se limita a lo visual: está en un gesto, en un silencio, en una conversación que transforma. "El arte está en todo lo que nos rodea... solo hay que encon-





En la firme búsqueda de sentido, para este ambicioso galerista el arte es un lenguaje sin fronteras: un puente entre la emoción y la conciencia, entre lo que somos y lo que aún podemos llegar a ser

“El arte es una manera de comprender la existencia; una forma de acompañamiento, de introspección y también de impulso vital”

trar la forma de percibirlo, de dejar que te alcance”, manifiesta. Para él, el arte no se limita a emocionar o inspirar, también despierta y confronta. Es un territorio de conciencia donde la belleza convive con la verdad, aunque esta a veces duela. El arte —indica— tiene el poder de nombrar lo que se calla, de iluminar las sombras donde la sociedad esconde sus heridas. En ese gesto de revelación se convierte en un espejo, a veces incómodo pero siempre necesario, que nos devuelve la imagen de nuestras contradicciones y nos invita a mirarlas sin miedo. Porque solo quien se atreve a mirar de frente puede transformarse, y es ahí donde el arte despliega su fuerza más profunda: la de hacernos evolucionar como seres humanos.

Pablo Villazán ha logrado algo poco común, construir una red internacional sin perder la calidez del gesto individual; sus galerías comparten una identidad coherente, una atmósfera que combina elegancia y cercanía. No son templos del arte, sino lugares de encuentro. En ellos, artistas emergentes conviven con figuras consolidadas, y el público —ya sea un coleccionista o un visitante casual— se siente partícipe de algo mayor que una simple exposición. Esa es quizá la clave de su éxito: haber dotado a su proyecto de alma. “Mi esencia está profundamente ligada a la superación personal y a la búsqueda constante de trascender los límites propios”, apunta. Lo que comenzó como una aventura profesional se ha convertido en una filosofía de vida. El arte, para él, no es solo contemplación; es transformación. No cambia las cosas de forma inmediata, pero modifica la sensibilidad, y eso, en esencia, cambia el mundo. Hay en su discurso una fe luminosa en el poder educativo y social del arte. “El arte no solo emociona o inspira; también cuestiona y reivindica. Es una herramienta de conciencia que refleja nuestras contradicciones y nos empuja a evolucionar”, explica. Esa convicción se traduce en acciones concretas: talleres, residencias, programas educativos, publica-

ciones y colaboraciones con instituciones. Para Pablo, el arte es un idioma universal que nace del asombro y desemboca en la conciencia. No se trata únicamente de contemplar la belleza, sino también de comprenderla como una forma de verdad, capaz de cuestionar, sanar y despertar. Su galería se ha convertido, en pocos años, en una referencia del arte contemporáneo global. Participa en ferias como Art Central (Hong Kong), Untitled Art (Miami Beach) o West Bund Art & Design (Shanghái), y representa a artistas que marcan la conversación cultural de nuestro tiempo. Pero más allá del brillo de las cifras o las ciudades, lo que define su éxito es algo más sutil: la coherencia. Ha sabido mantener un hilo invisible que conecta su infancia en Santander con las luces de Manhattan; la curiosidad que heredó de su padre con la constancia aprendida de su madre; la disciplina del abogado con la sensibilidad del soñador. En ese equilibrio entre imaginación y perseverancia ha encontrado su norte. Quizá por eso sus galerías atraen a públicos diversos. No se dirigen solo al coleccionista experto, sino incluso al espectador curioso que busca algo más que estética: busca sentido. En un tiempo donde el arte corre el riesgo de convertirse en mero objeto de consumo, Pablo lo devuelve a su dimensión espiritual. “El arte humaniza”, afirma. Y su trabajo es, en el fondo, una defensa de esa humanidad frente al vértigo de la inmediatez. En un mundo cada vez más saturado de imágenes vacías, su labor nos recuerda que el arte sigue siendo una forma de verdad. Al final, todo en su trayectoria parece conducir a una misma conclusión: el arte, cuando se vive con autenticidad, se convierte en una extensión del alma. “El arte es mi historia, mi fuerza y, de alguna forma, también mi lenguaje. Es algo más grande que uno mismo, una energía que siempre está ahí, esperando ser compartida”, asegura. Cada galería que abre, cada exposición que imagina, es una tentativa de nombrar lo inefable, de transformar el asombro en lenguaje. Su proyecto, extendido ya por varios continentes, no busca imponerse, sino invitar al silencio, ese en el que el arte se revela como lo que realmente es: un espacio de encuentro entre la mirada y el alma. Porque al final —como él mismo diría—, el arte no es un refugio ni una huida, sino una forma de permanecer. Una manera de respirar con los ojos abiertos ante el misterio del mundo.



GABRIEL SUÁREZ

Lucha de Gigantes Art Space

El nuevo espacio, dentro del UMusic Hotel Madrid, nace como un refugio creativo en pleno centro de la ciudad. Un lugar abierto al diálogo entre arte, música y diseño, donde cada detalle invita a detenerse, sentir y redescubrir la emoción que surge cuando la belleza se convierte en experiencia.

Texto por **MICHAEL WALL** • Fotografía por **MARC GONZÁLEZ**



Gabriel Suárez

Gabriel Suárez no concibe el arte como algo que se contempla en silencio, sino como una experiencia que se comparte. Con la apertura de su nuevo proyecto, el fundador de Lucha de Gigantes da un nuevo paso en su particular cruzada por devolver el arte a la gente. “Queríamos un lugar sin prejuicios, donde el arte se viva con naturalidad, donde uno pueda entrar, tomarse un vino y hablar”, cuenta. Esta ambiciosa iniciativa se convierte en un escenario en el que convergen arte, música, diseño y vida. “Aquí pasan cosas”, dice sonriendo. “No es una galería más, es un punto de encuentro”, añade. La propuesta, que engloba exposiciones, encuentros y colaboraciones con marcas como Porsche, Alhambra o Silbon, nace de una idea sencilla pero poderosa: hacer del arte un diálogo. Gabriel es

periodista de formación, gemólogo y joyero, pero confiesa que su impulso siempre fue el mismo: la pasión. “Soy una persona de blanco o negro, me muevo por emociones. Me gusta rodearme de gente creativa y ayudar a los que tienen talento”, explica. Esa pulsión fue el germen de Lucha de Gigantes, el colectivo que desde 2021 ha unido a los grandes nombres del arte figurativo con la cultura popular. El Art Space se erige ahora como su evolución natural. “Nos interesa mostrar el proceso, lo que hay detrás de la obra. El alma que a veces el mercado olvida”, señala. Para él, el arte es una forma de resistencia frente a la frialdad del mundo contemporáneo. “Vivimos en un tiempo salvaje, con ausencia de valores. El arte no cambia la sociedad por sí solo, pero puede poner el foco en lo que importa y ayudarnos

a reconectar con la belleza”, explica. Esa sensibilidad viene de lejos. “En mi casa siempre hubo gusto por lo bello. Mi padre trabajaba con rubíes, zafiros y diamantes; mi madre era esteta y creativa. Nos enseñaron a apreciar lo bien hecho, lo que se hace con cariño y sin prisa”, apunta. Esa filosofía impregna cada rincón del nuevo espacio. No hay barreras ni solemnidad, solo la invitación a mirar con calma. “Queremos que la gente pierda el miedo a cruzar la puerta, que sienta que el arte también es suyo”, indica. En tiempos de artificio y ruido, Gabriel Suárez Art Space reivindica lo esencial: la emoción genuina, el encuentro y la belleza de las cosas hechas con alma.



L A S
O L A S
P E R
D I
D A S

COOKING
SECTIONS

CENTRO BOTÍN, SANTANDER
18.10.25 / 1.3.26

CENIRU
BOTÍN
CENTRE

Entradas a la exposición
en centrobotin.org

Nacho Navarro

Texto por **ALICIA SENABRE** • Fotografía por **BART VAN DE VOORT**

Colaborador habitual del programa de televisión 'Cuarto Milenio', el comunicador y productor ejecutivo aragonés se ha convertido en una de las voces más reconocibles del panorama del misterio y la divulgación en España. Su discurso fluctúa entre la ciencia y el mito, entre la razón y la fe. Su tono recuerda a los viejos cronistas, que miraban el mundo con asombro y precisión. Plantea una idea inspiradora: que la historia del pensamiento simbólico, y con ella el despertar de la conciencia humana, comienza en la península ibérica.



EN ocasiones, una conversación puede ser solo un punto de partida. Así ocurrió al hablar con Nacho Navarro: comunicador, investigador, creador. “Me considero una persona inquieta, con la necesidad de crear constantemente”, confiesa. Su productora, Amairu Producciones, nace precisamente de ese impulso: “Contamos historias insólitas desde la emoción, la imaginación y el conocimiento”. En ‘Abismo’, su podcast, convoca a expertos y colaboradores para narrar historias, donde la ciencia y el misterio se dan la mano. Lo que comenzó como una charla sobre su trayectoria, derivó en una reflexión sobre los orígenes de la conciencia humana, sobre el instante en que el hombre se reconoció creador. Nacho sostiene una idea: la historia de la humanidad, entendida como historia del pensamiento simbólico, comienza en la península ibérica. “Hay un momento dentro de las cavernas, dentro de la

tierra —dice— en que el ser humano empieza a soñar. Nacen los dioses, las religiones, el culto a la muerte, el arte”, explica. En las cuevas del norte —La Pasiega, Altamira, El Castillo, Chufín— el hombre trazó sus primeros gestos sagrados. Nacho sostiene que “eso no era decorativo, era arte ritual”. La península se convirtió entonces en el primer espejo donde el hombre se miró a sí mismo y se supo creador. “El primer templo datado del mundo está en España: la cueva de La Pasiega, en Cantabria”, afirma. Ese instante, invisible y remoto, marca el nacimiento de la consciencia. Desde esa raíz prehistórica, la península se configura como una matriz de la imaginación simbólica. Así, deja de ser un confín y se convierte en el punto de partida del alma humana. La península ibérica, dice Nacho, es principio y frontera. Por sus costas y montañas entraron y se mezclaron íberos, tartesios, fenicios, judíos, árabes y

cristianos. “Somos la gran aduana de Europa”, indica. El territorio ibérico ha sido siempre un umbral. Las Torres de Hércules marcaban los límites del mundo. Más allá, el océano y el miedo al no retorno. En ese confín, según Platón, se hundió la Atlántida. Para Nacho, el mito no es del todo alegoría: “A partir de las columnas de Hércules comienza el inframundo. España es el final del mundo antiguo, pero también el inicio de lo desconocido”, asegura. Esa frontera entre tierra firme y océano simboliza el límite de la conciencia: toda cultura nace en el borde. El agua, en su relato, es el hilo que une todos los misterios. “Lo mágico siempre viene por el agua”, repite. La tradición cuenta que, junto al Ebro, la Virgen del Pilar se apareció al apóstol Santiago, entregándole una columna de jaspe: el pilar sobre el que fundar la fe. Ese pilar, eje y fundación, une cielo y tierra, materia y espíritu. “España es cuna de religión”,





En la página izquierda, el **Museo del Puerto Fluvial de Caesaraugusta** se encuentra en la plaza de **San Bruno** (parte lateral de la Catedral de La Seo), un lugar fascinante que te transporta al pasado, cuando la ciudad era un importante centro comercial y de navegación fluvial, uno de los más importantes de la Hispania del Imperio Romano.

En la imagen superior de esta columna, la **Iglesia de Santa Isabel de Portugal**, templo barroco ubicado en el corazón de Zaragoza. Fue construida en honor a Santa Isabel de Portugal, infanta de Aragón y reina de Portugal, canonizada en 1625.

Justo encima de este texto, el **arco del Dean**, que se construyó en 1293 para unir la casa del Dean con la Catedral de La Seo. Su arquitectura es un ejemplo del estilo gótico, con influencias mudéjares y platerescas.

Debajo de este texto, el **Monasterio de la Resurrección** es el único ejemplo de arquitectura conventual mudéjar que ha sobrevivido hasta nuestros días. Fundado en el siglo XIII, este monasterio es hogar de la **Orden de Canonasas del Santo Sepulcro** y alberga la **Iglesia de San Nicolás de Bari**.

Y al pie derecho de estas páginas, la **plaza de la Hispanidad** se encuentra en el corazón del casco antiguo, y en ella destacan la **Basilica Catedral del Pilar**, la **Catedral de La Seo**, el **Ayuntamiento**, la antigua **lonja de mercaderes** y el **cenotafio del pintor Goya** donado por el Ayuntamiento de Burdeos y su familia a la ciudad de Zaragoza y la **Fuente de la Hispanidad** (símbolo de la conexión cultural entre España y América Latina).



apunta Nacho. La península es una cartografía espiritual. La Dama de Elche, el Misteri d'Elx, los ritos solares del Levante, los toros grabados en piedra; todo forma parte de un mismo lenguaje simbólico. “El toro —dice— es el animal de idolatría desde la primera conciencia del ser humano”. En las cuevas, en las esculturas íberas, en Picasso... el toro siempre está. Es el símbolo de la vida y del sacrificio. En el norte, las cuevas donde el chamán que pintaba al fondo de la cueva sabía que allí “no acaba, sino que empieza todo”. En el sur, las Torres de Hércules como umbral de lo visible, la Atlántida como metáfora de lo perdido. En el oeste, el Camino de Santiago como arteria espiritual de Europa. Todo se entrelaza en una red secreta donde lo meramente humano trasciende. Al pensar en esa península ibérica de piedra y agua, de cuevas y templos, de peregrinos y soñadores. “El país de los mitos que aún respiran”, en palabras de Nacho. Una tierra que guarda en su geografía el mapa de la conciencia humana. Sus palabras resumen el sentido último de su búsqueda: “Es el lugar donde el hombre empezó a mirarse por dentro”. Porque, de algún modo, él mismo encarna ese linaje de

el sonido, la luz. Todo tiene que ver con vibraciones. “El ser humano, por naturaleza, se siente atraído por lo inexplicable”, comenta. “Pero la clave está en mirar con rigor y dejar que la duda nos ilumine”. No se conforma con registrar los hechos: busca su resonancia interior. “El ser humano, desde el principio, siempre ha mirado hacia las estrellas, al cosmos”, manifiesta. Algo que ha hecho que, desde hace milenios, los hombres y mujeres de este lugar dibujen, recen, escriban, sueñen. Quizá por eso la península ibérica no es solo un territorio, sino que también es un estado de conciencia. El agua del Ebro continúa su curso, llevando consigo siglos de voces, pigmentos y plegarias. Las cuevas siguen respirando el aliento de los primeros artistas. Las columnas de Hércules, la Atlántida, la Virgen del Pilar, el Camino de Santiago, la Dama de Elche... todos son ecos de una misma melodía antigua y ancestral que nos recuerda quiénes somos. Y Nacho es el altavoz que nos invita a escucharla.



Encarna la mirada de pensador docto: paciente, curioso, visionario. En su manera de observar el mundo hay algo del arte mudéjar, esa fusión luminosa entre lo terrenal y lo divino

buscadores. Como los antiguos chamanes de las cuevas, utiliza los medios de su tiempo —micrófonos, cámaras, plataformas digitales— para contar lo invisible. Con apenas diecisiete años, en Radio Ebro, ya conducía una sección sobre campanas, tradiciones y leyendas. Descubrió la historia de la campana de Velilla —un objeto milagroso que tocaba sola, moviendo su badajo hacia los puntos cardinales— y comprendió que “la campanología es una alquimia antigua, una mezcla de metales para conseguir el sonido perfecto. Las campanas eran el idioma de los pueblos, su patrimonio sonoro”. De algún modo, el sonido de una campana es también la metáfora del origen: una vibración que despierta la conciencia. Mientras conversamos, sentimos que hay una coherencia secreta entre sus pasiones: las campanas, las cuevas, el mar,



Luís Pedro Silva

Texto por **DANIELA SCHWANKE**

Este prestigioso arquitecto, profesor en la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Oporto e investigador del CEAU-FAUP habla en exclusiva con SPEND-IN sobre el oficio de pensar y construir. Una práctica donde el tiempo se traduce en humanidad y el futuro se dibuja con sentido.



Luís Pedro Silva, arquitecto. Terminal de Cruzeiros de Leixões, Oporto

Nacido en Oliveira de Azeméis, Luís Pedro Silva es uno de esos arquitectos cuya práctica trasciende las fronteras de la disciplina. Su formación en la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Oporto (FAUP), a la cual sigue vinculado como docente desde hace más de veinte años, y su curiosidad por el mundo natural, la historia y las artes moldeó un pensamiento que se afirma a la vez riguroso y poético. En su arquitectura coexisten el gesto técnico y el impulso vital, la materia y el tiempo. Desde sus inicios, Luís Pedro comprendió que proyectar no es solo dibujar edificios, sino también entender el movimiento del mundo y la manera en que la vida lo habita. “La arquitectura, aislada, es estéril y un equívoco”, afirma. Por eso, su trabajo se nutre de múltiples fuentes: de la biología a la geología, de la música a la filosofía, de la antropología a la astrofísica. En esa red de referencias construye una visión amplia que se manifiesta en cada proyecto como una respuesta sensible al territorio y a la condición humana. Su trayectoria se basa en una tríada inseparable: el profesor, el investigador y el arquitecto coexisten en un

mismo gesto. La docencia en la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Oporto, la investigación en el CEAU-FAUP y la práctica cotidiana en su estudio se alimentan mutuamente, en un diálogo constante entre teoría y obra. En esa interdependencia reside la coherencia de su arquitectura, una conducta que une un pensamiento crítico y carácter singular. Entre sus proyectos más emblemáticos destaca la Terminal de Cruceros de Leixões, en Oporto, una estructura de gran escala que expresa con claridad su visión arquitectónica: una combinación entre racionalidad constructiva y fluidez poética. El edificio, de líneas continuas y piel cerámica ondulante, parece surgir del propio movimiento de las mareas, estableciendo un diálogo entre la ingeniería y el paisaje. “Proyectar lo duradero es proyectar con y más allá de la función que generó la forma”, apunta. Y esa noción de durabilidad, para el arquitecto, es también ética y ecológica: diseñar algo que resista al tiempo es respetar la naturaleza y el esfuerzo humano que lo construye. La atención al detalle, la importancia de la escala humana y el respeto por el contexto son constantes





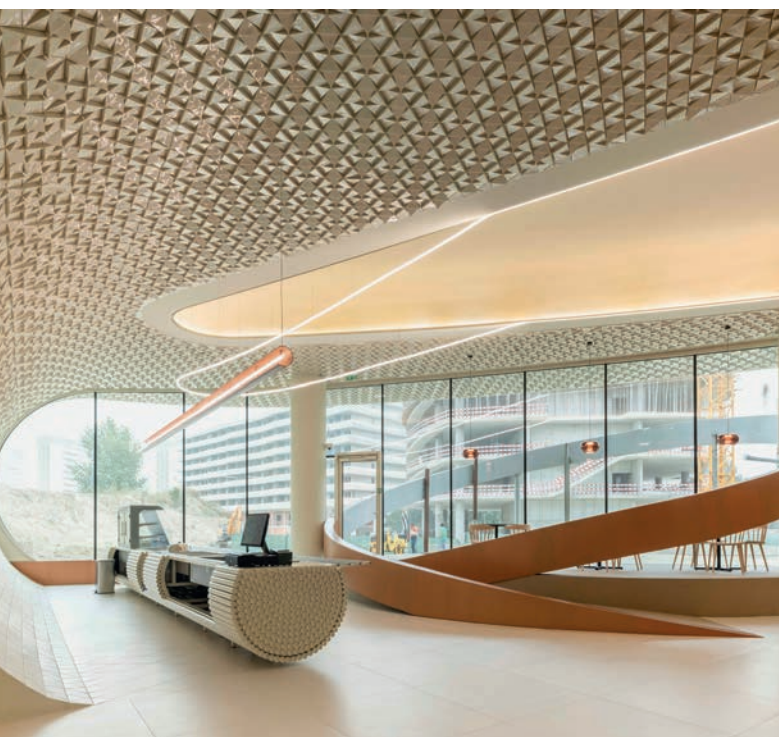
Exterior do edifício ICON Douro, Oporto. Foto: ©Fernando Guerra

***Entre la docencia,
la investigación y la
práctica construye
una arquitectura de
reflexión y humanidad,
donde cada proyecto
es un ejercicio de
conciencia y perennidad***

en su obra. En cada trazo hay un intento de conciliar el pragmatismo de la construcción con una dimensión casi espiritual de la forma. Su arquitectura no busca el protagonismo del icono, sino el equilibrio discreto que permite al espacio revelarse con el tiempo, como una piedra modelada por la erosión o una melodía que se revela al ser escuchada.

En la FAUP, donde imparte la asignatura de Proyecto 5, Luís Pedro desafía a los estudiantes a pensar la arquitectura como proceso y como modo de conocimiento. “Evito el especialismo”, resalta. “Intento impedir el aislamiento de la arquitectura e incentivo el diálogo con otras disciplinas”, añade. Esa postura se refleja también en su propia práctica, que se niega a seguir modas o recetas formales. Cada proyecto es, ante todo, una investigación, un ejercicio de empatía con el lugar, la materia y el tiempo. La conexión entre el pensamiento teórico y la práctica empírica es, de hecho, uno de los rasgos distintivos de su enfoque. Asimismo, valora el contacto directo con la obra, el taller y los materiales. “Aprecio cada vez más la dimensión empírica, para fallar menos y mantener el máximo de cordura intelectual”, puntualiza. Para él, el estudio y la obra son extensiones del mismo gesto: ambos exigen atención, rigor y capacidad de escucha. Junto a la dimensión técnica y conceptual hay en su arquitectura un componente afectivo que se revela sutilmente en las formas, la luz y los recorridos. Es una arquitectura de permanencia, pero también de emoción. Tal vez por eso hable tantas veces de perennidad y de continuidad. Cree que innovar no es negar el pasado, sino comprender su valor. “La solidez de la innovación es tanto mayor cuanto más pueda fundarse en lo que es perenne y consistente”, resalta. De ahí la importancia que concede a los valores heredados de su abuelo inventor y de sus padres, quienes le transmitieron una ética de estabilidad y curiosidad crítica.

A lo largo de los años, el arquitecto ha mantenido una producción discreta, pero de gran coherencia. Su estudio desarrolla proyectos en Portugal y en el extranjero, incluyendo obras de mediana y gran escala en América del Sur. Sin embargo, su atención permanece centrada en lo esencial: garantizar que cada proyecto sea único, que tenga sentido y razón de ser. “Nunca son muchos



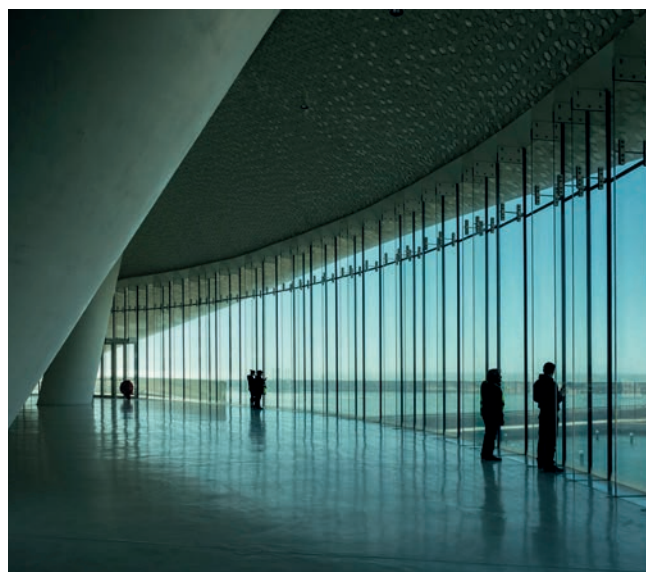
Edifício ICON Douro, Oporto. Foto: ©Fernando Guerra



Terminal de Cruzeiros de Leixões, Oporto. Foto: ©Fernando Guerra

Autor de la Terminal de Cruceros de Leixões, él ve en la arquitectura una forma de pensar el mundo: un diálogo constante entre técnica y poesía, y entre la materia construida y el tiempo que la habita

trabajos, porque debemos asegurar su singularidad y personalidad propias”, manifiesta. Es una forma de resistencia ante la aceleración del tiempo contemporáneo, una manera de mantenerse fiel a la idea de que la arquitectura es, sobre todo, un acto de cuidado. Cuando se le pregunta por lo esencial en la vida, Luís Pedro Silva responde con serenidad: “Lo esencial quizá sea una condición procesual, una forma de existir. Participar intensamente en la grandeza de esta experiencia fascinante que es vivir”. Esa conciencia, simultáneamente cósmica y humana, atraviesa toda su obra, otorgándole una dimensión de sabiduría poco común. En tiempos de prisa y superficialidad, su trabajo nos recuerda que la verdadera modernidad puede residir en la paciencia y en la belleza de las cosas duraderas. Así es su universo: un territorio donde el pensamiento y la forma se entrelazan, donde la arquitectura se confunde con el propio acto de vivir. Un espacio de síntesis entre la razón y la sensibilidad, entre el tiempo y el movimiento.



Terminal de Cruzeiros de Leixões, Oporto. Foto: ©Fernando Guerra





GUGGENHEIM BILBAO

A R T E S

D E L A

T I E R R A



VILLA LA MORALEJA

Texto por **DÉBORA RODRIGUES LOPES** • Fotografía por **FERNANDO GUERRA**

VASCO VIEIRA firma una obra que redefine las experiencias: una extensión natural del paisaje, donde la luz, los materiales y los volúmenes dialogan armoniosamente. Cada espacio está pensado para envolver e inspirar, transformando el lujo contemporáneo en una experiencia sensorial única y memorable. La villa invita a una conexión íntima con el entorno, donde cada detalle revela cuidado, serenidad y elegancia. Recorrer el espacio es sentir la plenitud perfecta entre la arquitectura, el paisaje y la vida.

En pleno corazón de Madrid, Villa La Moraleja se revela como una interpretación poética del habitar contemporáneo, una casa que no se impone al paisaje, sino que se entrelaza con él. Vasco Vieira concibió un proyecto donde la arquitectura se pliega ante los árboles maduros, las sombras y la luz natural, creando una continuidad armoniosa entre interior y exterior. La residencia invita a una experiencia que despierta todos los sentidos, donde cada paso revela nuevas perspectivas y cada instante es una celebración de la armonía. Los volúmenes interconectados de la villa parecen surgir orgánicamente del terreno, respetando cada relieve y cada árbol existente.

Al elevar algunas secciones sobre el suelo, el espacio gana ligereza y mantiene un diálogo constante con la vegetación, como si la casa flotara sobre la naturaleza. La luz atraviesa amplios ventanales acristalados, delineando perspectivas únicas en cada momento del día, mientras el ritmo de las sombras transforma el espacio en un espectáculo silencioso e íntimo. La sensación de permanencia y serenidad es inmediata, invitando a habitar cada rincón con atención y deleite. En el exterior, los revestimientos en tonos terrosos y madera natural se funden con el verde de las copas, reforzando la sensación de integración. Cubiertas verdes y praderas naturales completan el entor-



Una villa que respira con la naturaleza, donde cada espacio es una extensión orgánica del paisaje y una invitación al bienestar



no, ofreciendo matices de color y textura a lo largo de las estaciones, como si la propia naturaleza firmara cada detalle de la obra. Es una elección estética que combina belleza, sostenibilidad y respeto por el medio ambiente, dando lugar a una casa que envejece con dignidad y encanto. En el interior, la narrativa arquitectónica se mantiene: los espacios fluyen con libertad, conectando áreas de convivencia y contemplación. El microcimiento continuo y las superficies minimalistas crean un diálogo sutil con el exterior, dejando que la luz y el entorno se conviertan en protagonistas. Dos escaleras escultóricas de metal añaden movimiento, convirtiéndose en elementos centrales y poéticos que invitan a explorar cada rincón de la casa con curiosidad y admiración. Cada espacio ha sido concebido para que quien lo habite sienta una intimidad inmediata, como si la villa hubiera sido hecha a medida para cada gesto y cada mirada. Cada estancia es una extensión del paisaje: sentir el perfume de las flores en los prados, escuchar el viento jugando entre los árboles o simplemente contemplar la luz que danza sobre los volúmenes de la villa transforma la vivienda en un ritual de bienestar y contemplación. No es solo una casa, es también una experiencia sensorial donde el lujo se mide por la calidad de vida que ofrece, por el confort que abraza y por la belleza que se impone sin esfuerzo. Es un espacio que invita a detenerse, observar y vivir con atención plena, celebrando el equilibrio entre presencia y silencio.



VASCO VIEIRA transforma la vivienda contemporánea: luz, volúmenes y materiales crean una experiencia sensorial única y memorable

Villa La Moraleja es, ante todo, una lección de elegancia discreta y de irreverencia refinada: cada elección, desde los materiales hasta la disposición de los espacios, privilegia el equilibrio entre funcionalidad y poesía. El arquitecto demuestra que la verdadera sofisticación reside en la armonía entre el ser humano, la arquitectura y la naturaleza. Es una invitación a habitar el espacio de forma consciente, a sentir cada momento y a integrarse en el paisaje como si siempre hubiera pertenecido a él. El resultado es una obra que inspira, seduce e invita a la contemplación. Una residencia donde el tiempo parece ralentizarse, donde la mirada se pierde en los matices de la luz y del color, y donde la sensación de bienestar y pertenencia es inmediata. Villa La Moraleja no es solo una dirección en Madrid, es incluso un manifiesto arquitectónico que respeta la naturaleza, la estética y la experiencia de quienes la habitan, convirtiéndose en un refugio de elegancia, serenidad e inspiración continua.



¿QUIERES SER AMIGO/A DE ES BALUARD MUSEU?

Entrada gratuita,
actividades exclusivas,
visitas guiadas,
descuentos en la tienda-
librería... y mucho más!



Andrea Pedrali

Texto por ZOILA CHECA

Nacido en el cobijo familiar de la belleza, tradición e innovación que denota la firma PEDRALI, afamada por la creación de sillas, mesas, complementos de decoración y lámparas de diseño contemporáneo 'made in Italy', este joven diseñador nos lo cuenta todo sobre su visión y últimas creaciones: la colección 'Nari', en honor a su abuelo, y la nueva 'Filicudi', presentada en el Salone del Mobile 2025.

LA visión de Andrea Pedrali se orienta del todo hacia la elegancia, el equilibrio y la sostenibilidad, algo que casa a la perfección con la prestigiosa firma de su familia: Pedrali. Tras licenciarse en Diseño por la Nueva Academia de Bellas Artes de Milán, dejó una huella impecable ya desde 2023 con la creación de 'Nari', uno de los proyectos que más le conectan con sus raíces y la artesanía de su tierra, y que fue seleccionado por el ADI Design Index Targa Giovani en 2023 y galardonado en los Mixology Awards. "Nari es una colección de asientos diseñada para Pedrali en 2023, con el motivo del sexagésimo aniversario de la empresa. Es un sillón hecho de tubo de acero macizo, con recubrimiento en polvo para exteriores, y tejido a mano en Italia por artesanos expertos. El nombre evoca una tradición de la cultura popular local y retoma el apodo familiar de Mario Pedrali", explica. Y es que su principal idea con este proyecto es enaltecer el trabajo de su abuelo Mario, reinterpretando las primeras sillas de jardín de hierro forjado que presentó en los años sesenta. Esta vez, en clave contemporánea, ha empleado técnicas y sabiduría tradicionales combinadas con nueva tecno-

logía industrial, haciendo renacer las piezas con un diseño contextualizado en la cultura italiana actual. "El objetivo no era reproducir una colección patrimonial ni resucitar oficios tradicionales: la revolución industrial ya ha pasado y no tiene sentido mirar atrás con nostalgia. El producto es el resultado de un equilibrio entre pasado y futuro, una síntesis del saber artesanal y la tecnología industrial. La única manera de respetar verdaderamente el pasado es ser auténticamente contemporáneo", afirma. Antaño, su abuelo solía fabricar aquellas primeras sillas en hierro con detalles artesanales distintivos, como las barras redondas, patas dobles o el respaldo decorado con trazos martillados a mano. En 'Nari', Andrea reinterpreta esos elementos desde una mirada moderna. La colección retoma el acero y, aunque su intención inicial era recurrir a la forja tradicional, descubrió que hoy no es un método sostenible por su alto consumo energético y el peso que genera en la pieza final. Por otro lado, añade que "la característica distintiva de las patas de las sillas 'Serenella' de aquellos años —obtenidas a partir de una doble varilla forjada y doblada a mano— se evoca utilizando un doble tubo de acero

con una forma más simple y lineal. Además, diseñé un elemento tejido que se estrecha hacia la parte inferior del asiento y se ensancha hacia la parte superior, evocando la geometría en forma de abanico inspirada en el respaldo del sillón 'Serenella'". Como bien dice, a veces no se trata de redescubrir las raíces, sino de valorar el pasado que aún vive en la memoria de las personas: "A menudo identificamos la historia solo con figuras legendarias que gobernaron naciones, hicieron grandes descubrimientos o persiguieron objetivos ambiciosos. Tendemos a olvidar que existe otra historia más cercana a nosotros, hecha de personas comunes que hicieron posible que los sueños de otros se volvieran realidad".

Después de haber terminado un máster en Furniture Design, Andrea ha creado también 'Filicudi', una lámpara de mesa recargable presentada en el Salone del Mobile 2025. Práctica y funcional, la pieza es tanto para interior como exterior, combinando un difusor de policarbonato y una columna estriada de aluminio extruido. Su luz LED crea una atmósfera íntima, y puede atenuarse en tres niveles mediante control táctil. Pero 'Filicudi' esconde mucho más.

“La esencia de lo esencial es la conciencia, la identidad, la autenticidad. El diseño no es solo la creación de objetos; es la materialización de historias que transmiten identidad”



“La columna de aluminio extruido se cierra en la parte inferior con una base que funciona tanto como lastre como tapón de agua. De hecho, tiene una doble funcionalidad. Cuando el difusor se está recargando, la columna se transforma en un florero, aumentando así la versatilidad del producto”, apunta. Para él, aunque la globalización ha traído numerosos beneficios, también conlleva riesgos inherentes, como es el hecho de generar una peligrosa uniformidad dentro del diseño: “Habitamos un mundo que gravita hacia la uniformidad, pero para mí la esencia es lo contrario: descubrir nuestra propia singularidad”. Así, se resiste a la homogenización, y asevera que “custodia y revitaliza la memoria, transformándola en algo contemporáneo sin renunciar a la profundidad de sus raíces”. El diseño de ‘Filicudi’ es algo arquetípico, pero destaca por su innovación tecnológica y portabilidad, resultando en un producto revolucionario. “El verdadero punto de partida de cualquier proyecto es el deseo de comunicar y dar forma a una emoción”, comenta antes de pasar a explicar cómo se basa en la autoconciencia para crear objetos que reflejen identidad. Solo así, entendiendo quién es uno realmente, se pueden crear piezas que no son inertes. ‘Filicudi’ surge entonces de la idea de la interdependencia mutua, tomando inspiración también de ‘Relation Works’, una serie de ‘performances’ de Marina Abramović y Ulay que explora la interconexión humana. “Al igual que en cualquier relación simbiótica, ‘Filicudi’ funciona solo gracias al otro, creando un sistema interconectado. Además, desarrollamos una tecnología que utiliza imanes para alinear y apilar hasta diez difusores y transferir corriente por contacto. Esta solución extremadamente eficiente permite la recarga simultánea de más de diez lámparas sin el uso de cables”, aclara. ‘Filicudi’ hace referencia a una de las siete Islas Eolias, un archipiélago volcánico al norte de Sicilia. Para el diseñador, esa isla forma parte de un todo más amplio: “La lámpara no se concibe como un objeto independiente, sino como un elemento integral de un archipiélago”.



Sulitze Muñoz Arquitectos

Texto por ALICIA SENABRE

HOLGER SULITZE y DAVID MUÑOZ encarnan una nueva generación de arquitectos europeos que son capaces de unir precisión técnica, creatividad expresiva y una inquebrantable vocación humanista. Desde su estudio, fundado en Madrid en 2011, ambos han construido una trayectoria que destaca por su elegancia funcional, su atención al detalle y su compromiso con una arquitectura sostenible y emocionalmente significativa.



Holger Sulitze y David Muñoz, socios fundadores de Sulitze Muñoz Arquitectos

Desde su fundación en 2011, el estudio Sulitze Muñoz Arquitectos se ha consolidado como una firma de referencia en el panorama arquitectónico europeo. El despacho ha desarrollado proyectos en diferentes países, abarcando diversas tipologías que incluyen arquitectura, rehabilitación, interiorismo y diseño de espacios públicos y privados. Su historia es también la historia de un diálogo entre culturas. Holger Sulitze, nacido en Alemania, y David Muñoz, madrileño, unieron sus trayectorias para fundar un despacho que, desde su origen, tuvo vocación internacional. “La internacionalización no fue busca-

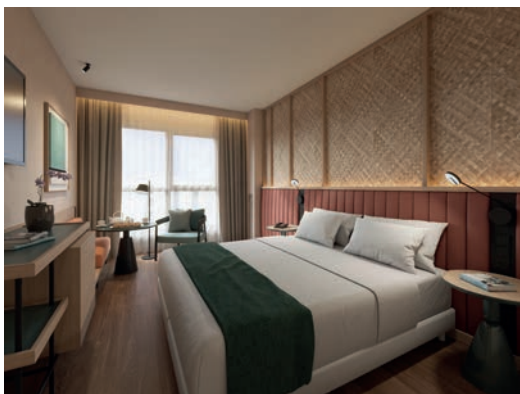
da —explica Muñoz— sino que formó parte de la identidad del despacho desde el principio”. El estudio se caracteriza por un enfoque que combina intuición y rigor técnico, dos principios que, según sus fundadores, son esenciales para lograr una arquitectura equilibrada y funcional. Esta dualidad, que articula sensibilidad y método, les ha permitido abordar proyectos de gran complejidad técnica sin renunciar a una dimensión humana y estética. En el sector hotelero, el estudio cuenta con más de veinticinco hoteles realizados en distintos países europeos. Entre ellos destaca el Hotel NHOW Brussels Bloom, un proyecto singular dentro de

“Damos mucha importancia al trabajo en equipo. Aproximarse a una idea desde diferentes ángulos nos ayuda a mejorar el proyecto”



The full content is translated and can be found in the booklet stored in the end of the magazine for your convenience





Hotel Valencia Center



Hotel NH Collection, Gante



NH Collection Prague Carlo IV



Hotel NH Collection, Campos Elíseos

la cadena NH Hoteles, considerado uno de sus conceptos más innovadores. En el ámbito institucional y cultural, el despacho ha trabajado para entidades de prestigio como el Instituto Arqueológico Alemán y el Instituto Goethe, desarrollando proyectos que combinan funcionalidad, sostenibilidad y coherencia estética. El estudio también ha desarrollado oficinas, proyectos de 'retail' y residencias privadas en toda Europa. En el ámbito educativo, su trabajo ha sido reconocido con varios premios, entre ellos el primer premio para la Escuela de Primaria Goltz-Mertensstraße en Berlín. La filosofía de Sulitze Muñoz se sustenta en una metodología colaborativa. "Damos mucha importancia al trabajo en equipo. Aproximarse a una idea desde diferentes ángulos nos ayuda a mejorar el proyecto", explica David Muñoz, arqui-

tecto por la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid. En cuanto a la relación con la tecnología apuesta por la digitalización y la integración de sistemas domóticos como herramientas al servicio del diseño. Su arquitectura se construye sobre un principio esencial: las personas son el centro de todo. No se trata solo de construir espacios bellos, sino también de crear lugares habitables, significativos y duraderos. "En última instancia, construir espacios tiene sentido porque en ellos habitarán personas", afirma David. Esta afirmación resume el enfoque humanista del estudio, que entiende la arquitectura

como un servicio a la sociedad. Hay una búsqueda constante de la esencia de lo esencial, esa que, como afirma David, se encuentra siempre en las personas. Quizás por eso, en sus proyectos la luz no solo ilumina, sino que incluso construye; los materiales no solo cubren, sino que narran. La arquitectura se convierte así en un acto de empatía, en una coreografía entre quienes diseñan y quienes habitarán esos espacios. Una danza silenciosa que, al final, es también un homenaje a la vida.





Alexandre Costa Lopes

Costa Lopes

Texto por **MARINA OLIVEIRA**

Este ambicioso arquitecto representa el encuentro entre el rigor europeo y el impulso africano. Nació en Lobito, se formó en Lisboa y regresó a Angola para fundar el estudio COSTALOPES. En cada proyecto busca, más que una función, una intención. Sus obras, entre Luanda y la capital portuguesa, adquieren temperatura, ritmo y una intimidad contenida; rechazan los artificios y afirman la coherencia del detalle. Para él, la arquitectura es servicio: comienza con la escucha, pasa por el rigor técnico y culmina cuando un edificio se integra en la vida de las personas.



The full content is translated and can be found in the booklet stored in the end of the magazine for your convenience





Dyeji Housing Cooperative

Desde la bahía de Luanda hasta las calles de Lobito, cada una de sus iniciativas busca interferir con lo existente: tensión creativa, simplicidad material y una atención al uso



Museu da Moeda (Luanda)

Alexandre Costa Lopes trabaja entre latitudes y memorias. Desde que fundó el estudio COSTALOPES, tras su regreso a Angola en 2003, ha construido una práctica que combina precisión técnica y una sensibilidad forjada por el calor de los lugares africanos. “Mi arquitectura tiene que tener una razón de ser”, dice el arquitecto. Y añade que no le interesa diseñar solo para construir: “Me gusta que un edificio tenga sentido para quien lo va a habitar, que se relacione con el lugar y con la vida de las personas”. Su enfoque es intencionado y contenido. Parte siempre del programa – las tareas funcionales y técnicas– y solo después deja que la forma se organice en función del uso. “El programa es la base de todo”, explica. Y además puntualiza que “es el punto de partida que orienta todas las decisiones. La forma viene después, de manera natural”. Evita los artificios y busca la coherencia, evocando la imagen de una máquina sin piezas innecesarias: un modelo de disciplina y economía de medios. Trabajar

en África, comenta, “obliga a lidiar con la intensidad y la imprevisibilidad, pero también enseña a pensar con los recursos disponibles”. El Edificio Dyeji, en Luanda, es uno de los ejemplos más citados de su método. “Fue un proyecto que me marcó porque mostró cómo la simplicidad puede ser expresiva. El edificio tiene ritmo, calor y, sobre todo, vida”, comenta. La recepción crítica confirmó la coherencia de su lenguaje: un modernismo leído con humanidad, no como doctrina abstracta, sino como instrumento para amplificar la vida colectiva. “Un proyecto solo está realmente terminado cuando las personas lo habitan y lo hacen suyo. Es entonces cuando se percibe si la arquitectura cumplió su papel”, asegura. La práctica del estudio media entre el dibujo, el cálculo y la ejecución. El equipo trabaja con materiales locales y soluciones adaptadas al clima y a la economía del lugar; es una arquitectura de contención y de decisiones precisas. “Buscamos siempre la adecuación, elegir lo que tiene sentido, lo que es posible y lo que añade valor”, apunta Costa. Esa



Edificio KN.10

moderación formal no es falta de ambición: es una ética. “No se trata de hacer menos, sino de hacer lo esencial, con rigor”, matiza. De los recuerdos de Lobito proviene su capacidad para ver lo esencial: los colores, los olores y la simplicidad de las construcciones formaron una lente a través de la cual observa los lugares. “Crecí en un entorno donde todo era funcional y espontáneo, y eso quedó en mí. No había exceso, había necesidad”, recuerda. De la formación europea trajo el método y la disciplina técnica. La combinación de esas referencias genera una práctica en la que la escucha es una regla: escuchar al cliente, a la comunidad y a las señales del sitio. “Cada proyecto es una conversación”, dice. “Solo se entiende qué hacer cuando se escucha primero”. Construir en África exige una adaptación constante: imprevistos logísticos, materiales irregulares y una necesidad de responsabilidad social que impone soluciones duraderas y de fácil mantenimiento. “No podemos proyectar como si estuviéramos en Europa”, subraya. “Hay contextos diferentes, limitaciones propias y una obligación moral de responder de forma sensata”. Su noción de “perturbación necesaria” sirve para provocar nuevas lecturas de lo existente y abrir espacio a intervenciones que generen valor público. “La arquitectura debe in-



Bahía de Luanda



Aldea Solar

***Para COSTALOPES,
el proyecto nace de
la escucha: herencia
de padres ingenieros,
memoria de Lobito y
una práctica que mezcla
técnica y humanidad***

terferir, crear fricción y generar pensamiento, pero siempre con respeto”, destaca con convicción. Entre sus trabajos recientes destacan el Museo de la Moneda, el Edificio KN.10 y las intervenciones en la Bahía de Luanda y en Aldea Solar, obras que revelan una preocupación por la escala urbana, la integración paisajística y el uso de materiales adaptados al clima. “El objetivo es siempre el mismo: construir de manera responsable y duradera”, relata. Su visión de futuro es pragmática: “Quiero seguir trabajando en proyectos que refuercen el tejido urbano y que tengan sentido para las personas. La arquitectura debe servir, no exhibirse”, concluye. “Construir es un acto de responsabilidad. Cuando un edificio mejora el día a día, aunque sea de forma discreta, ya ha cumplido su papel”.



El Mejor AOVE y el Mejor Diseño

SELMA

MILLENARY OLIVE OIL

Un placer para los sentidos



Botella diseñada
por Monica Armani

Monica Armani



Premio Japan Olive Oil Prize

Premio "Best in Class" al mejor AOVE Monovarietal Gran Selección



Premio Dido International competition

Premio Best of the Best Olive Oil producers al AOVE Organic/ Ecológico



Premio especial Elio Berhanyer

al mejor diseño y vestido de botella de AOVE de la Península Ibérica



Medalla de Oro del Premio ARMONIA, en Parma (Italia) al mejor diseño e imagen de comunicación internacional



Premio Mezquita

Medalla de Oro al mejor AOVE, de la Península Ibérica



Premio Japan Olive Oil Prize

Medalla de Oro al AOVE Organic/ Ecológico



Premio Japan Olive Oil Prize

Medalla de Oro al AOVE Gran Selección



Premio Olive Japan

Medalla de Oro al AOVE, Gran Selección



Premio Athena International Olive Oil competition

Medalla de Oro al AOVE Gran Selección



Premio Athena International Olive Oil competition

Medalla de Oro al AOVE Gran Selección



Premio CINVE

Medalla de Oro al AOVE Organic/ Ecológico



Premio CINVE

Medalla de Oro al AOVE Gran Selección



Premio CINVE

Medalla de Oro al AOVE Gran Selección



Premio CINVE

Medalla de Oro al AOVE Organic/ Ecológico



Premio Global Olive Oil de Berlín (Alemania)

Premio al diseño y packaging de la botella



Premio Mezquita

Medalla de plata al mejor AOVE, de la Península Ibérica



Premio Global Olive Oil de Berlín (Alemania)

Medalla de plata al AOVE Organic/ Ecológico



Premio Global Olive Oil de Berlín (Alemania)

Medalla de plata al alto contenido en polifenoles del AOVE Gran Selección



Premio Athena International Olive Oil competition

Premio Award Winner al AOVE Organic/ Ecológico



Premio Ecotrampa

Medalla de plata en el concurso Internacional de AOVE Ecológico



Premio AOVE Fórum Internacional Fira de Tots Sants

Medalla de Plata al AOVE Selección



Premio II AOVE Fórum Internacional Fira de Tots Sants

Medalla de Bronce al AOVE Selección



Premio Athena International Olive Oil competition

Medalla de Bronce al AOVE Selección



Premio Athena International Olive Oil competition

Medalla de Bronce al AOVE Organic/ Ecológico

selmaoliveoil.com



Yudelka Checo

Texto por ALICIA SENABRE

ALTRI TEMPI, más que una tienda, es su universo creativo. Durante tres décadas ha sido su laboratorio, trabajando con las compañías más 'high end' del diseño italiano. La arquitecta y diseñadora, que convirtió su visión cosmopolita en un punto de encuentro entre la artesanía europea, la innovación contemporánea y el talento local, está casada con el empresario neerlandés Hugo Sluimer. Ambos tienen presencia activa en la vida social de la República Dominicana, complementando de manera natural sus visiones, talentos y formas de entender el mundo.

Yudelka Checo es un referente en el mundo del diseño. Arquitecta, diseñadora de interiores, empresaria y, sobre todo, una creadora de mundos posibles. Su figura, reconocida y admirada en la República Dominicana y más allá de sus fronteras, se sostiene sobre un equilibrio sereno entre la sensibilidad artística, la disciplina profesional y un inagotable impulso por explorar. Quien observa su trayectoria descubre un hilo conductor invisible pero poderoso: la convicción de que la belleza es un lenguaje universal capaz de revelarnos nuestra esencia. Acercarse a su historia es entender que detrás de cada proyecto, de cada pieza seleccionada, de cada programa arquitectónico, habita una mujer que convirtió su curiosidad y su mundo interior en una brújula. Su obra, entonces, es una extensión de su biografía: una mezcla de culturas, viajes, memoria familiar y una búsqueda constante por integrar lo contemporáneo con lo eterno. Estudió en la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM), donde encontró los fundamentos técnicos

que darían estructura a su imaginación. Sin embargo, su espíritu inquieto la empujaba más lejos, hacia un mundo que intuía lleno de estímulos destinados a transformarla. Ese mundo tenía nombre: Italia. En Florencia, en el Istituto Lorenzo de' Medici, se especializó en interiorismo, diseño e iluminación. Pero más allá de los estudios fue la vivencia cotidiana en un país donde la belleza es un patrimonio compartido lo que terminó de labrar su sensibilidad. Italia se convirtió en su territorio emocional: un lugar donde la artesanía aún conserva el aura de lo sagrado. Allí aprendió que el diseño puede ser clásico y contemporáneo al mismo tiempo, que las piezas antiguas poseen un alma propia y que lo moderno solo adquiere sentido cuando dialoga con su pasado. Esa mezcla —elegante, cosmopolita, atemporal— se convirtió en su sello personal. Cuando regresó al Caribe, lo plasmó creando Altri Tempi, una tienda que nació como un espacio para comercializar antigüedades europeas y que, con el tiempo, evolucionó hacia un 'showroom' donde conviven piezas de di-





La creatividad de Yudelka Checo, nace como un murmullo interior que se expande hacia el mundo con la fuerza de una revelación, transformando los espacios en territorios afables donde conviven la memoria, la belleza y la identidad

seño contemporáneo, mobiliario emblemático y objetos de arte cuidadosamente seleccionados. Hoy, con más de treinta años de trayectoria, Altri Tempi es mucho más que una tienda: es una curaduría viva. Es un espacio donde el pasado y el presente conviven con armonía, un puente entre la sofisticación italiana y el Caribe vibrante, un lugar que representa su mirada del diseño como tradición y vanguardia en constante diálogo. Uno de los hitos más importantes en su carrera fue el diseño del icónico Edificio Silver Sun, especialmente el Hotel Hilton y Silver Sun Gallery. Este proyecto no solo representó un desafío técnico y creativo de gran escala, sino también un momento histórico: una arquitecta dominicana siendo llamada a intervenir una obra de esa envergadura. El Silver Sun no es solo un edificio; es un símbolo de la arquitectura contemporánea del país. Y su intervención, marcada por la elegancia y modernidad característica de su estilo, constituye un legado dentro del paisaje urbano. Para ella, este proyecto representa un orgullo personal y un aporte significativo a la evolución del diseño dominicano. Viajera incansable, Yudelka Checo encuentra en cada destino una fuente de inspiración. Sus recorridos por Europa, Asia y América Latina han alimentado una visión plural, diversa y profundamente enriquecida. Se convierte en una diseñadora cosmopolita, capaz de traducir en sus proyectos una visión global sin perder la conexión con sus raíces. Y nos recuerda que el diseño es un acto profundo: un puente entre nuestra identidad y el espacio que habitamos. Sus proyectos, su tienda, su visión y su liderazgo componen un legado que trasciende modas y temporadas. Para Yudelka, el diseño no es solo una profesión: es un idioma secreto que conecta orígenes y sueños, un vínculo silencioso entre lo que fuimos y lo que anhelamos ser. Su historia es inspiración, no porque sea extraordinaria, sino porque demuestra que el verdadero diseño —ese que marca, que transforma, que perdura— nace siempre de un mundo interior rico, auténtico y lleno de luz.





La mirada intuitiva de Yudelka convierte lo cotidiano en un gesto artístico, y lo artístico en una experiencia humana que invita a detenerse y comprender que el diseño es un lenguaje capaz de sanar, inspirar y abrir caminos nuevos

VICENTE NEBOT

Texto por ALICIA SENABRE

OCRE INTERIORES, ubicado en Barcelona, se ha consolidado como un referente en el interiorismo. Un estudio donde la materia se convierte en emoción, donde cada proyecto busca despertar los sentidos a través de la luz, la textura y la proporción. El diseñador castellonense dirige el taller como creador de atmósferas más que de espacios.



Nacido en Villarreal (Castellón) en 1979, Vicente Nebot ha hecho del diseño de interiores un lenguaje que se pronuncia con los cinco sentidos y se siente con el corazón. Desde niño, entre naranjos y azulejos, aprendió que la belleza podía transformar el ánimo de un hogar. Su paso por la Universidad Politécnica de Barcelona, en la Escuela Técnica Superior de la Edificación, le proporcionó la base técnica que más tarde transforma-

ría en arte. Pero él mismo reconoce que su verdadera formación llegó con los proyectos, los viajes y, sobre todo, con la interacción humana. Porque Vicente no diseña para sí mismo: diseña para los demás, y en cada cliente descubre un universo que merece ser interpretado con respeto y sensibilidad. En su estudio Ocre Interiores dirige un equipo que comparte su filosofía: no se trata solo de crear espacios, sino también de construir atmósferas donde

Decorar no trata solo de escoger muebles, sino también de componer una armonía visual y sensorial que hable del alma de quienes habitan cada lugar



las personas se reconozcan. Y lo logra con una mezcla de rigor y sensibilidad. En sus obras, lo mejor del pasado convive con lo más relevante del presente. Sus proyectos, presentados en escenarios internacionales como la Semana del Diseño de París en colaboración con el editor textil Lizzo, son el reflejo de una visión que trasciende modas. La colaboración con grandes marcas no ha hecho sino ampliar el horizonte de un creador que ve en cada material una oportunidad para expresarse. El taller de Ocre Interiores funciona como un laboratorio de emociones. Allí, cada detalle se cuida con meticulosidad. Sus proyectos recientes son una muestra de esa filosofía. En cada uno, Vicente persigue el mismo objetivo: que el espacio cuente algo íntimo y perdurable, que hable de quienes lo habitan sin palabras. Su estudio no solo reforma casas, sino que también renueva formas de habitar. Y eso lo convierte en algo más que un diseñador; lo convierte en un narrador de vidas. Cada mueble diseñado a medida, cada tapiz o fragancia elegida cuenta una historia



***Luz evocadora,
mobiliario
atemporal, textiles
idílicos, colores
serenos, fragancias
sugerentes,
proporciones
armónicas...
Así compone su
peculiar sinfonía
del espacio***

sobre el vínculo entre el ser humano y su entorno. Sus espacios son como pausas en medio del ruido, en sus interiores se percibe una quietud casi musical, una calidez que invita al sosiego. Todo está pensado, pero nada parece forzado. Lo artesanal se funde con lo contemporáneo; la precisión técnica, con la poesía de la luz. Es el resultado de una mirada que ha aprendido a ver más allá de lo visible. “El amor es la esencia de lo esencial —dice—. Amar la vida, a las personas, a la naturaleza y a la profesión”. Esa declaración, tan simple y honda, es la clave para entender su trabajo. Sin amor, el diseño sería solo decoración; con amor, se convierte en emoción. Esa capacidad para



dotar de alma a los espacios es quizá el sello de Vicente Nebot. Para él, cada proyecto es una historia íntima que se escribe con luz, textura y memoria. En su universo, las paredes respiran, los suelos cuentan recuerdos, las texturas susurran, los colores se saborean, los tejidos se inhalan y los objetos murmuran historias que solo el tiempo sabe escuchar. Nos invita a permanecer: a mirar, a sentir y a entender que vivir también es un arte. Desde su estudio sigue construyendo espacios que emocionan, que dialogan con la vida y que, de algún modo, nos enseñan que la verdadera elegancia no reside en el lujo, sino en la emoción silenciosa que deja un espacio bien creado.



EL TIEMPO ES ORO

Texto por KINO VERDÚ

Entre las novedades presentadas en este 2025 por PATEK PHILIPPE en Watches and Wonders, el 'Cronógrafo de Ratrapante' descuella por ese ejercicio de sabiduría que supone añadir a la medición precisa de intervalos de tiempo, misión habitual de un cronógrafo, la perspicaz función de ratrapante. Dos complicaciones que actúan unidas como hermanos en aras de capturar las décimas de segundo (o centésimas o milésimas...) con absoluta eficacia. Su esencia deportiva se engalana, por primera vez, en una caja de oro rosa, que lo transforma en una pieza de lujo 'sport'.

ES elegancia. Es diseño distinguido y embriagador... y una obra maestra de microingeniería. Patek Philippe ya trasteó con esta complicación cuando en 2015 presentó su primer cronógrafo de ratrapante basado en el calibre de arquitectura clásica 'CHR 29-535 PS', un modelo codiciado por coleccionistas y amantes de la relojería, entre otras virtudes por la gran complicación que palpita en su corazón. En 2020 hizo lo propio pero con el platino como metal noble. Ahora recoge el testigo de ese modelo, le imprime una vuelta de tuerca, y lanza la primera versión de su cronógrafo de ratrapante en oro rosa y una esfera bicolor marrón y beis. Antes de inmiscuirnos en esa esfera (cálida, impactante, bella) merece la pena apuntar, de manera breve y rauda, lo de ratrapante. En español, 'ratrapper' significa 'alcanzar'. En un cronógrafo cotidiano, al uso, una aguja central (la del propio cronógrafo), a la que se le suele bautizar como trotadora, mide intervalos de tiempo, cada vez más ínfimos gracias a los maestros relojeros e ingenieros de la firma suiza. La función ratrapante añade otra trotadora que permite medir múltiples tiempos parciales de forma simultánea. Se acaricia el pulsador situado encima de la corona y ambas salen disparadas. Se termina una carrera (de coches, de atletas, de esalon sobre nieve, de piragüismo, etc.) y una se detiene al apretar el pulsador de abajo y la otra continúa midiendo una segunda carrera. Se pulsa el 'stop' de la aguja del cronógrafo y se comparan los dos tiempos. Otra pulsación y la ratrapante (cuyo pulsador está integrado en la corona, extraordinaria cortesía de Patek Philippe) pill a la trotadora segunda y vuelven a cero. Es un placer verlas ahí, fluyendo a toda velocidad, sobre la esfera de esmalte 'Grand Feu' marrón con esferas auxiliares y escala taquimétrica con esmalte 'champlevé' beis: descansan sobre una placa de oro de dieciocho quilates, lo que realza su estética refinada e intensifica la legibilidad mediante las cifras Breguet aplicadas de oro rosa. Caja de cuarenta y uno milímetros de diámetro y movimiento de cuerda manual.



La caja se distingue por su bisel cóncavo y sus laterales satinados, prolongando la elegancia de sus líneas. Se completa con una correa de piel de aligátor marrón oscuro brillante



Aniversario *dinh van*

La firma francesa celebró sesenta años de historia, creatividad y libertad en un evento excepcional que reunió a personalidades del ámbito empresarial y de la cultura. La velada contó con la distinguida presencia de S.E. Karen Rispal, embajadora de Francia en España, y de Dña. Candice Laporte, CEO de dinh van Iberia, quienes destacaron su historia como un referente de diseño, belleza y audacia. Durante la celebración se rindió un homenaje a seis décadas de innovación en joyería contemporánea, marcada por la elegancia minimalista y la atemporalidad que caracteriza a la 'maison' parisina. La ocasión reafirmó su posición, consolidando su legado como un referente indiscutible del lujo contemporáneo. Con cada creación aún sigue inspirando a nuevas generaciones gracias a su maestría artesanal, su visión artística y un espíritu libre que trasciende tendencias, y recordando que la joyería puede ser, a la vez, una expresión personal y un icono de estilo universal.





***Más de medio
siglo de
creatividad y
diseño francés
que marcan un
estándar de lujo
atemporal***





***TrezeLuzes
transforma la
séptima edición
en una noche de
música, estrellas
y solidaridad***



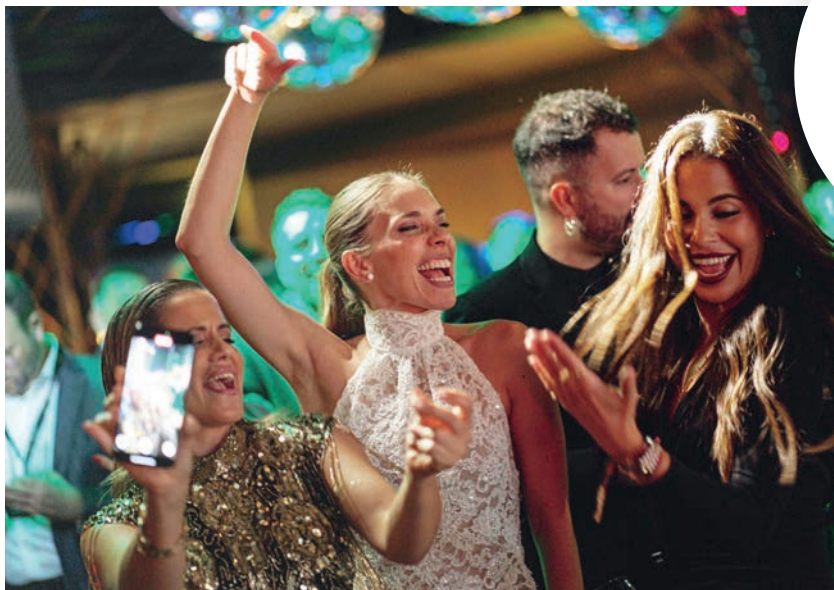
Gala TrezeLuzes

La Finca Montesqueiro en A Coruña acogió la última gala de TrezeLuzes, que recaudó 250 000 euros destinados a proyectos de salud mental, inclusión, apoyo familiar, educación e inserción sociolaboral. Con esta edición, TrezeLuzes supera el millón de euros donados desde sus inicios. Por primera vez organizada a través de la Fundación TrezeLuzes, la gala amplió su impacto social: además de la Fundación Meniños, que ha sido beneficiaria de las seis primeras ediciones, este año apoyó las causas de Monte do Gozo, María José Jove, Amador de Castro, Fundación Ronald McDonald y la Asociación Acogoo. La cita contó con ocho chefs con estrella Michelin y embajadores como David Amor o Abraham Cupeiro, entre otros, mientras que la música corrió a cargo de Fran Rivera, con su grupo Una y nos vamos, y El Patio junto a Carlos Peralías. TrezeLuzes mira al futuro con ilusión e invita a todo el mundo a unirse a esta comunidad.





**Lorena Otero,
directora de la
gala, destacó la
satisfacción de
superar objetivos
y ampliar el
impacto social**



JAE TIPS X SAUCONY PROGRID TRIUMPH 4

by
SAUCONY

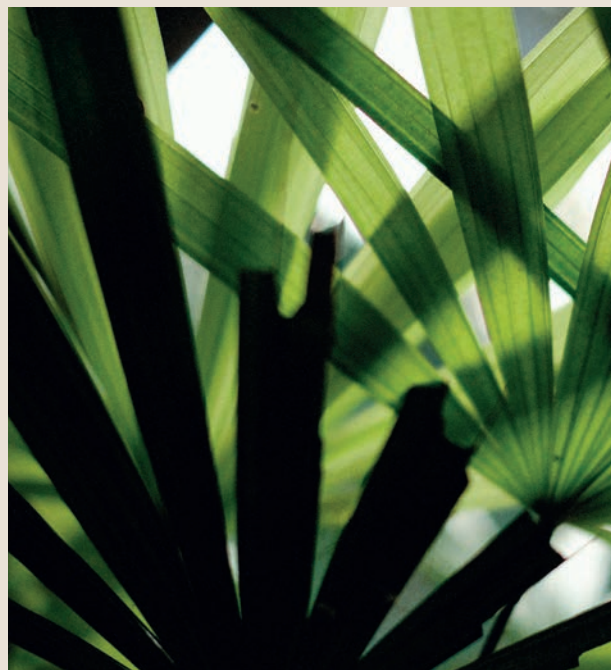


La firma estadounidense Saucony y el diseñador Jae Tips presentan la colección 'Flowers Grow Uptown', una oda al Bronx y a la belleza que surge incluso en los lugares más inesperados. Inspirada en la naturaleza como metáfora de resiliencia y crecimiento, esta sexta colaboración reinterpreta la clásica 'ProGrid Triumph 4', transformándola en un símbolo de identidad y estilo. Cada modelo –'Virginia Creeper', 'Sugar Maple', 'Perilla' y 'Poison Ivy'– combina materiales técnicos, piel brillante y una paleta vibrante que evoca el dinamismo urbano y la energía creativa de Nueva York. Detalles florales bordados y acaba-

dos artesanales refuerzan la conexión entre el diseño y la emoción. En el plano técnico, las 'ProGrid Triumph 4' mantienen su esencia de alto rendimiento con una entresuela de amortiguación ProGrid™, malla transpirable de alta densidad y refuerzos estratégicos que aportan estabilidad y ligereza. El resultado es una zapatilla pensada tanto para el confort cotidiano como para quienes buscan un diseño con alma deportiva y espíritu artístico. 'Flowers Grow Uptown' es 'street luxury', es un manifiesto visual que pisa fuerte, cómodo, auténtico y muy 'arty'.

Texto por KINO VERDÚ

Luisa Rosas



TRIBE JOURNEY
EMBRACING YOUR GROWTH

LUISAROSAS.COM



PATEK PHILIPPE
GENEVE

EL CUBITUS MEDIANO



INICIE SU PROPIA
TRADICIÓN



CUBITUS REF. 7128/1R

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

BANNATYNE

1834

Paseo Pereda 7 · 39004 Santander
Tel. 942 28 73 73 · www.bannatynejoyerros.com