

el Periódico

exclusive

AÑO 6, NÚMERO 28. MARZO DEL 2015

RESQUICIO A LA FANTASÍA

CON O SIN COMPROMISO,
LA **PASIÓN** AMPLÍA
LOS LÍMITES DE LOS
QUE SUEÑAN CON
UN FINAL **DE CUENTO**



Viajes Halcón, S.A.U. CIF A-10005510 - C.I. BAL-478 - Viajes Ecuador, S.A. CIF A-48028179 - C.I. BAL-536 - Cra. del Arenal a Lluçmajor, km. 21,5, Lluçmajor (Mallorca).

PARA VIAJEROS “YO ESTUVE AQUÍ”



LFP WORLD
CHALLENGE

GRANDES VIAJES 2015

HASTA UN
14%
DESCUENTO

COSTA RICA NATURAL

9 días/7 noches. Hoteles 3*/4*

1.287€

Visitando: San Jose,
Volcán Arenal y Manuel Antonio

MÉXICO/MUNDO MAYA

9 días/7 noches. Hotel 4*

1.864€

Visitando: México D.F.,
Palenque, Campeche, Mérida,
Chichen Itza y Cancún

TANZANIA /SAFARI SERENGETI

8 días/ 6 noches. Hoteles 4*

2.138€

Visitando: Tarangire o Lago Manyara,
Serengeti, Ngorongoro

JAPÓN/TAKAYAMA

11 días/9 noches. Hoteles 3*/4*

2.493€

Visitando: Osaka, Kyoto, Takayama,
Hakone y Tokio

SUDÁFRICA JABULANI

10 días / 7 noches. Hoteles 3*/4* o 5*

1.537€

Visitando: Johannesburgo,
Parque Nacional Kruger y
Ciudad del Cabo

AUSTRALIA

11 días/7 noches. Hoteles 3*/4*

2.022€

Visitando: Sydney, Palm Cove o
Port Douglas

OESTE PANORÁMICO

9 días/7 noches. Hoteles 3*/4*

2.230€

Visitando: Las Vegas, Fresno, San
Francisco,
Costa de California y Los Ángeles

NUEVA ZELANDA

15 días/ 11 noches. Hoteles 3* o 4*

2.820€

Visitando: Auckland, Rotorua, Tongariro,
Wellington, Punakaiki, Franz Josef,
Queenstown, Lake Tekapo y Christchurch

KENYA SAFARI NDOGO

6 días/4 noches. Hoteles 4*

1.620€

Visitando: Nairobi,
lago Naivasha y Maasai Mara

INDIA Y NEPAL/SIDDARTHA

15 días/13 noches. Hoteles 4*/5*

2.098€

Visitando: Delhi, Jaipur, Agra,
Fatehpur Sikri, Orchha, Khajuraho,
Benarés y Kathmandú.

CHINA LEGENDARIA

11 días / 10 noches. Hoteles 4*

2.336€

Visitando: Pekin, Xian, Hangzhou, Suzhou,
Shanghai

VIETNAM-CAMBOYA JOYAS DE ASIA

15 días/ 12 noches. Hoteles 4* o 5*

2.842€

Visitando: Hanoi, Bahía de Halong, Hoian,
Hue, Ho Chi Minh y Siem Reap

CANADÁ CLÁSICA

9 días/7 noches. Hoteles 3*/4*

1.727€

Visitando: Toronto,
Niágara, Ottawa y Quebec

ARGENTINA HIELOS MILENARIOS

10 días / 7 noches. Hoteles 3* o 4*

2.125€

Visitando: Buenos Aires,
Usuhaia y Calafate

UZBEKISTÁN CON ENCANTO

15 días / 13 noches. Hoteles 3* o 4*

2.430€

Visitando: Tashkent, Khiva, Bukhara,
Campamento de Yurta y Samarkanda

COSTA OESTE Y POLINESIA

17 días / 14 noches. Hoteles 4* o 5*

4.519€

Visitando: San Francisco, Las Vegas, Los
Ángeles, Tahiti, Moorea y Bora Bora

Paga en **10 meses SIN INTERESES***

Hasta 14% de descuento (7% por Venta Anticipada ya aplicado en el precio para reservas realizadas con un mínimo de 60 días antes de la fecha de la salida + 7% para pagos con tarjeta Visa Halcón/Ecuador no aplicado en el precio). Precio por persona en habitación doble para determinadas salidas de Abril a Septiembre (consultar). Incluye: avión ida y vuelta en clase turista desde Barcelona, estancia en hoteles en categoría y régimen indicado, traslados, tasas y guías locales de habla castellana, excursiones y visitas según programa (consultar), seguro básico de viaje. No incluye: Visado (Kenya 50USD e India 90€ por persona), gastos de gestión (10€ por reserva).

Consultar precios con salida desde otras ciudades, otros destinos, hoteles y condiciones de estas ofertas. PLAZAS LIMITADAS. PRECIOS DESDE.

Con tu Visa Halcón/Ecuador, emitida por bancopopular-e, podrás pagar en **10 meses (TAE 3.36%) sin intereses***. Gastos de gestión 1,5% del importe aplazado. Importe mínimo a financiar 950€. Ejemplos de 10 meses sin intereses: importe 950€ TIN 0%, TAE 3.36%, gastos de gestión 14,25€. Primera cuota de 109,25€, nueve restantes de 95€. Importe total adeudado 964,25€. Importe 1.500€ TIN 0%, TAE 3,36%, gastos de gestión 22,50€. Primera cuota de 172,50€, nueve restantes de 150€, importe total adeudado 1.522,50€. *Intereses subvencionados por Halcón Viajes S.A.U. / Viajes Ecuador S.A.U.

902 300 600


Halcónviajes.com



14



17



34

exclusive

NÚMERO 28. MARZO DEL 2015



28

5 FLECHAZOS

Propuestas para padres modernos y actuales, que no se conforman con una corbata como regalo

10 FLIRTEO DIGITAL

La red ha cambiado las reglas del juego y múltiples webs y 'apps' ofrecen una nueva forma de ligar

12 JUEGO ERÓTICO

Uno de los secretos para mantener la pasión en la cama es las ganas de probar siempre cosas nuevas

14 BENJAMIN LACOMBE

El ilustrador francés conforma su inconfundible estilo personal en base a una amalgama de influencias

17 SUEÑOS SON

El subconsciente manda al dormir, y el resultado puede ser tan turbador como en esta producción de moda

23 DORMIR MEJOR

La tecnología puede generar estrés, pero también proporciona soluciones muy útiles para combatir el insomnio

24 RELAJACIÓN

Los espás más exclusivos de Barcelona siguen evolucionando su oferta de tratamientos y servicios

26 ALTA INTENSIDAD

Los gimnasios comienzan a introducir métodos para trabajar a máximo nivel en cortos espacios de tiempo

28 GASTRONOMÍA

No hace falta reservar mesa en un restaurante de alta cocina para degustar auténticas delicatessen

30 ESCUELA DE BODEGAS

La Wine Business School ofrece formación empresarial adaptada a las necesidades de la industria del vino

34 MOTOR

Porsche presenta en Ginebra su nueva joya, el Cayman GT4, inspirado en los coches de competición

34 NEGOCIO

Los zapatos de Stuart Weitzman se han convertido en el calzado imprescindible de las 'celebrities'

el Periódico

Exclusive es un suplemento que se entrega conjuntamente con EL PERIÓDICO DE CATALUNYA

EDITA: Ediciones Primera Plana, S.A. Grupo Zeta PUBLICIDAD: El Periódico de Catalunya. Consell de Cent, 425, 2ª planta. 08009 Barcelona. Tel: 93 265 53 53. Fax: 93 484 65 19, anuncios@elperiodico.com DIRECTOR EDITORIAL Y DE COMUNICACIÓN: Miguel Àngel Liso DIRECTOR DE EL PERIÓDICO DE CATALUNYA: Enric Hernández DIRECTOR GENERAL DE EDICIONES PRIMERA PLANA: Joan Alegre DIRECTOR COMERCIAL: Juan Garçon COORDINACIÓN: Cristóbal Poza PRODUCCIÓN: Mario Moya REDACCIÓN: Alberto Larriba, Alberto González, Eduard Palomares y Pilar Enériz DISEÑO: Gonzalo de Domingo EDICIÓN GRÁFICA: Nuria Martín y José Luis Maestro IMAGEN DE PORTADA: Marta Jordi

Coleccionistas de calcetines

COMPLEMENTO || Combinar unos calcetines oscuros no tiene demasiado secreto, ni tampoco gracia. Los padres *fashion* se atreven con diseños y colores de fantasía, deshaciéndose de cualquier complejo. Diversas firmas han evolucionado el concepto del calcetín, entre ellas Hop Socks, que incluso diseña ediciones para coleccionista, limitadas a 160 unidades. Es el caso de la línea Toro, basada en el símbolo de Osborne, pero con un aire desenfadado. 20 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.HOPSOCKS.COM



Toque de clase en la muñeca

A LA HORA || Quizás regalar un reloj puede sonar a tópico, pero es un clásico que nunca falla. Y más si se trata de un modelo acabado de salir de la fábrica de una firma como Glashütte y que va a constituir una de las principales novedades de la firma en la feria Baselworld. El PanoMaticLunar muestra una esfera refinada y cuidadosamente labrada, que se decanta por un diseño claro y puro, con sus elementos descentralizados. La versión anterior de este modelo costaba entre 9.500 y 10.500 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.GLASHUETTE-ORIGINAL.COM



PARA PADRES CONTEMPORÁNEOS

TEXTO DE EDUARD PALOMARES

ESCULTURA || Un regalo para el Día del Padre debe surgir de una radiografía previa del progenitor en cuestión, para adaptarse al máximo a su estilo y gustos. Y si se consiguen driblar los tópicos, mucho mejor. Para aquellos dotados de sensibilidad artística y visión contemporánea, qué mejor que obsequiarles con arte en estado puro. Por ejemplo, una obra del artista madrileño Jorge Palacios, que está triunfando actualmente en Nueva York con la instalación de una escultura en la Spring Street de Manhattan y una exposición individual organizada por la Fridman Gallery.

La pieza de la imagen se titula *Glóbulo*, y está creada con madera de arce y pizarra (9.000 euros). Con ella, y el resto de su obra, Palacios explora desde la abstracción los límites del material, del trazo, de la expresión contenida. Busca el equilibrio entre el material esculpido y el aire que lo envuelve, jugando a su vez con la dicotomía entre solidez y ligereza. Tal y como se ha definido desde la crítica artística, las obras del escultor español se pueden palpar con la vista.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.JORGEPALACIOS.US



Una leyenda del tenis que vuelve

CALZADO || Hay padres que nunca renunciarán a las zapatillas deportivas, así que nadie mejor que ellos para valorar el retorno de uno de los modelos históricos de Le Coq Sportif, el Arthur Ashe, nacido en 1964 en honor al tenista estadounidense. La firma francesa lanza ahora dos nuevas versiones de esta bamba ligera, flexible y de diseño elegante, una de ellas en cuero tejido azul y blanco en asociación con la tienda Concept Store Colette de París. Cada zapatilla de esta edición limitada es el resultado de un trabajo meticuloso debido a la complejidad de la costura en cuero. 220 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.LECOQSPORTIF.COM

Una caja de conocimiento

CURSOS || No todos los regalos deben implicar algo material, ni siquiera una experiencia de ocio. También se puede obsequiar con una dosis de nuevos conocimientos, sobre todo si versan sobre el novedoso mundo digital. Foxize School ha diseñado la Upgrade Box, una caja regalo que contiene cupones personalizados para apuntarse a alguno de los cursos que imparte la escuela, como marketing, comunicación, analítica, negocios, comercio electrónico... La caja con dos cursos y una taza para el café cuesta 170 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.FOXIZE.COM



Verano para muchos años

BAÑADOR || Los aires de primavera traen la promesa del verano, así que no está de más comenzar a preparar el equipo para la temporada estival. La firma Vilebrequin se ha especializado en la fabricación de bañadores de alta gama, elaborados siempre con materiales de primera y una estampación de alta calidad que resiste el paso del tiempo. La línea Merise apuesta por un patrón ajustado y no demasiado largo, como el modelo Superflex Tropic (195 euros), de innegable esencia caribeña.

MÁS INFORMACIÓN:
EU.VILEBREQUIN.COM



Afeitado al estilo de antaño

Óscar Palencia es un ejemplo de emprendeduría e inquietud. Este aficionado al surf va a poderle dedicar pocas horas a este deporte

TEXTO DE ALBERTO GONZÁLEZ



MENOR IRRITACIÓN FACIAL || Lo que hace unos años era un *look* desaliñado, hoy es lo más. Una barba bien puesta atrae las miradas y causa más de una envidia. Sin embargo, precisamente por la omnipresencia del bello facial masculino, lo realmente alternativo –hoy por hoy– es un perfecto apurado. Y ese resultado impoluto depende, en gran parte, de los instrumentos utilizados. Jack Black lo garantiza con una brocha y una máquina de afeitar de diseño clásico, pero adaptados al hombre moderno.

Por un lado, la Premium Cobalt Safety Razor (125 euros), una maquinilla de afeitar de doble filo con mango de resina, elegante base y cabezal en cromo de larga duración. Facilita el afeitado tanto de la barba de pocos días como

de la más espesa, sin obstrucciones y aplicando menor presión. La consecuencia son menos pelos encarnados, menos granos y, sobre todo, menor irritación.

Por otro lado, la brocha Premium Cobalt Shave Brush (125 euros) tiene base de cromo y fibras sintéticas que imitan las fibras naturales del tejón, pero con un rendimiento superior. Su secado es rápido, evitando el crecimiento de bacterias. En Barcelona se pueden adquirir en exclusiva en la tienda Jantvari (calle de Francesc Pérez Cabrero, 15), aunque también están a la venta en la web de Jack Black.

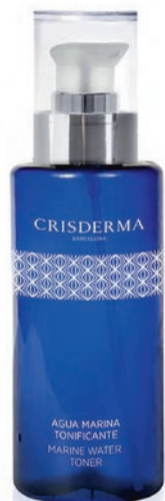
MÁS INFORMACIÓN:
WWW.GETJACKBLACK.COM



La piel, carta de presentación

CONTRA LA FATIGA || Las mujeres envejecen con un proceso constante; muchos hombres lo hacen más tarde, pero súbitamente. El cuidado diario ayuda a retrasar dicho proceso. De ello se ocupa Homo Naturals, la marca de cosmética masculina 100% natural. Entre sus novedades está Eyes-On-Me (32 euros), un contorno de ojos efecto frío que incluye ocho ingredientes para luchar contra bolsas, arrugas y ojeras: neroli, vid roja, miel, menta, caléndula, goji, açai y ácido hialurónico.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.HOMONATURALS.COM



A base de agua termal marina

ORIGEN NATURAL || Años de investigación ha empleado Crisderma para desarrollar su gama de revolucionarios productos. Entre ellos se encuentra el Agua Marina Tonicante (34,95 euros), ideal para calmar y refrescar la piel tras el afeitado. Un tónico facial elaborado con agua mineromedicinal procedente de manantiales del Mar del Norte, activos del plancton, extractos de microalgas y un derivado del mentol. El resultado es un producto hidratante, nutritivo y reestructurante, que tonifica y refresca de inmediato.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.CRISDERMA.COM



Regulación de la sudoración

AGRADABLE OLOR || Cada vez son más los hombres que buscan desodorantes sin aluminio o siliconas, pero que no pierdan eficacia. Para ellos el laboratorio Corpore Sano ha desarrollado un producto a base de alcohol vegetal y extractos de tilo y salvia (procedentes de cultivos biológicos certificados), que posee una efectiva acción antisudorífica y antiséptica. Contiene principios activos altamente eficaces que suavizan la piel y anulan las bacterias causantes del mal olor. Su precio es de 10,39 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.CORPORESANO.COM



Flexibilidad y volumen

EN SECO || Es la unión que muchos hombres reclamaban: los beneficios de la cera junto a la comodidad de aplicación de un gel fijador. Este es uno de los últimos lanzamientos de American Crew (de venta exclusiva en peluquerías). La nueva cera líquida (18 euros) proporciona textura, definición y control durante todo el día, con una fijación y brillo medios. Basta con repartir una pequeña cantidad en las manos antes de aplicar en el cabello seco o ligeramente húmedo, consiguiendo el acabado final deseado.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.AMERICANCREW.COM



Construir una marca personal

A MEDIDA || El olor es algo tan personal como el tono de voz o los gestos. Por eso Pressentia se lanza a elaborar perfumes personalizados, que reflejan, en exclusiva, la personalidad y estilo de quien los usa. A partir de un cuestionario psicométrico se determinan los rasgos del cliente y su universo sensorial. La aromacología –que estudia la relación entre olores y sentimientos– traduce estas variables en los acordes que, finalmente, componen el perfume, que se envía a domicilio. A partir de 69 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.PRESENTIA.COM

belleza



Para todo tipo de piel

MAQUILLAJE || Liquid Skin Foundation es un maquillaje de alta gama de efecto segunda piel con SPF 15. Su fórmula con ácido hialurónico contribuye a hidratar la piel; la vitamina C y el resveratrol mantienen la epidermis elástica, y la creatina aporta un plus de suavidad. Por otro lado, su suave textura favorece una aplicación fácil,

fluida y con un toque sedoso. La cobertura es media y fácilmente modulable. Contiene filtros solares UVB que ayudan a proteger la epidermis. El producto está disponible en 14 tonos que se adaptan a cualquier tipo de piel. 18,90 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.KIKOCOSMETIC.ES



Melena suave y brillante

CHAMPÚ DE CEBOLLA || Armonía Cosmética Natural apuesta fuerte por su nuevo champú de cebolla con vinagre de manzana. El producto, compuesto por diversas plantas medicinales –lavena, romero, salvia y tomillo– ayuda a fortalecer el cabello, dejándolo suave y brillante. Es ideal para todo tipo de cabellos, no deja residuos, no reseca el pelo, no contiene conservantes parabenos, y lo mejor, no huele a cebolla. 11,95 euros (400 ml).

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.ARMONIABIO.COM

Freno al paso del tiempo

ESENCIAL || Signature Serum, de Dr. Sebagh, es una fórmula desarrollada para reparar y minimizar los signos de la edad que combina potentes hidratantes y antioxidantes con ingredientes protectores, antiarrugas, reafirmantes y suavizantes, y con extracto de microalga (*Euglena Gracilis*). Trabaja en conjunto con el reloj cronobiológico del cuerpo, así que es especialmente potente durante la noche, cuando el proceso de regeneración de la piel tiene lugar. 600 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.5THSQUARE.ES



Manos bien hidratadas

HIDRATANTE || La crema de manos de Grown Alchemist tiene un gran poder de absorción que favorece la regeneración de la piel sin dejar sensación grasa. Contiene rosa persa y extracto de argán, ricos en vitamina A y Omega 3, 6 y 7, ácido hialurónico, tocoferoles de vitamina E, polifenoles de granada y aceite de uva, y extracto de granada rico en Omega 5. El resultado es una crema ideal para pieles secas que requieran un tratamiento intensivo de hidratación. 20 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.GROWNALCHEMIST.COM



Lucir como una reina

ACEITE || La firma Archangela presenta el Aceite de Belleza de la Reina, que nutre, hidrata, repara, regenera, mejora el tono, elimina imperfecciones, calma e ilumina la piel. Por su gran afinidad con el tejido cutáneo, la epidermis lo bebe, absorbiéndolo de forma rápida y eficaz, dando sensación de confort. Perfecto para la noche, apto para el día, también se puede añadir a la crema o mascarilla habitual. 86 euros (15 ml).

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.ARCHANGELA.ES



PERFUMES PARA ILUMINAR EL CABELLO

TEXTO DE A. L. H.

FRAGANCIAS || El trabajo de investigación de Byredo ha vuelto a dar excelentes frutos. En su constante búsqueda por encontrar innovadoras formas de aplicar el perfume, la firma ha desarrollado una colección de fragancias para el cabello que lo mantienen nutrido y luminoso, sin engrasarlo, y con un aroma etéreo. La línea está compuesta por tres perfumes. Bal d'Afrique, inspirado en el París de finales de los años 20, destaca por su vibrante mezcla de vanguardismo y cultura africana. Blanche es una fragancia sencilla pero con mucho carácter

que denota belleza clásica, claridad e inocencia. El tercer perfume, Gypsy Water, es una evocadora fragancia inspirada en las extravagantes aventuras de la vida romaní. Con esta colección, Byredo invita a cuidar y perfumar delicadamente el cabello con un sensual gesto de belleza. Se trata de una línea de perfumes de larga duración que se difunden sutilmente a lo largo del día, amplificados por el movimiento natural del cabello. 39 euros (75 ml).

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.BYREDO.COM

Retoque de canas y raíces

CORRECTOR || La norteamericana Kazumi Morton ha desarrollado un producto revolucionario con la ayuda de la casa japonesa Kiwabi. Se trata de Root Vanish, un sistema de retoque de canas y raíces temporal, instantáneo, limpio y eficaz. El pincel contiene un gel translúcido que, con un

solo toque, tiñe sin dejar manchas ni residuos. Elaborado con 22 extractos botánicos, no tiene fragancia y se seca en 6 minutos. Disponible en cuatro colores: rubio, castaño (claro y oscuro) y negro. 38 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.LACONICUM.COM



Nueva vida para el espacio de baño

Roca se basa en la innovación y las últimas tendencias de diseño para crear muebles y platos de ducha que permiten conseguir grandes mejoras a través de pequeños cambios en esta estancia de la casa.

TEXTO DE VÍCTOR FÚSER

EL BUEN DISEÑO tiene la capacidad de transformar una estancia, tanto si es a través de una reforma de envergadura como de una pequeña actuación. Y esto es algo que es válido para cualquier rincón de la casa, incluso el cuarto de baño, que durante mucho tiempo había quedado fuera de los planes de cualquier interiorista. Algo que ha cambiado por completo, sobre todo gracias al trabajo llevado a cabo por firmas como Roca, que ha logrado con sus diferentes muebles y platos de ducha convertir estos espacios en lugares mejor ordenados, más organizados y más cómodos y confortables.

Ya sea para familias, parejas, solteros, personas mayores con necesidades especiales, hoteles o colegios, Roca ha diversificado su oferta en muebles de baño y ha invertido en I+D para poder satisfacer las necesidades y gustos de cada consumidor con un alto grado de precisión y a un precio competitivo. En este sentido, la compañía –que está a punto de cumplir 100 años– cuenta con un catálogo de muebles de baño versátil y completo. Cada uno de sus productos está dotado de acabados y diseños que marcan tendencia, sin olvidar el aspecto funcional gracias al ahorro de espacio que introducen, las diferentes combinaciones que permiten y el orden que añaden en esta estancia de la casa.

Con sus novedades para el 2015, Roca pone a disposición de los usuarios lo último en diseño y funcionalidad para renovar de una forma eficiente y sin necesidad de grandes cambios cada espacio de baño, adecuándolo a la importancia que esta estancia tiene en el día a día de cualquier persona. La compañía explica como analiza las necesidades, los gustos, el estilo de vida y las tendencias socioculturales

que se manifiestan en la sociedad y, a partir de este trabajo de investigación, adecua sus productos y servicios a las nuevas expectativas del mercado.

Todo ello a partir de conceptos como el diseño, la innovación o la sostenibilidad. Desde el Roca Design Center se investigan las tendencias a partir de una aproximación multicultural y multidisciplinar, además de entrar en contacto con proveedores tecnológicos de primer nivel y prestigiosos estudios de arquitectura y gabinetes de diseño. Y desde el Roca Innovation Lab se diseñan y desarrollan nuevos productos, actuando como un semillero de ideas, análisis de materiales y tecnología a aplicar. Gracias a este trabajo global, se consigue la creación de colecciones de productos como las siguientes:

1. PRISMA. Destaca por su diseño puro y minimalista y por una amplia oferta de producto que la convierte en la gama ideal para cubrir cualquier necesidad de los usuarios. Los 10 muebles de la gama Prisma están disponibles en dos versiones distintas, con uno o dos cajones, que cuentan además con otro cajón interno para objetos pequeños. Todos ellos, son de extracción completa, sin recorte y con sifón ahorrador de espacio, lo que permite una mayor comodidad e incrementa la capacidad de almacenaje.

La colección de muebles de baño Prisma está dispo-

nible en cuatro acabados: blanco brillante, gris antracita brillante, madera fresno texturizada y una combinación de frontales blancos con laterales en madera fresno texturizada. Los interiores disponen de un acabado textil agradable al tacto.

Además, se completa con espejos led diseñados en dos versiones: Basic con luz led superior y Comfort a la que también hay que añadir la luz inferior de cortesía (ambiental) y la placa antivaho con piloto de aviso de encendido, fruto del compromiso con el medioambiente. Estos espejos incorporan los sensores *touchless*, que permiten activar la iluminación y el sistema antivaho sin tocar el espejo.

2. HEIMA. Una completa colección de mobiliario para lavabos sobreencimera, garantía de funcionalidad y que abre la puerta a la personalización de cualquier espacio de baño. Cada pieza de esta gama se caracteriza por una elegancia minimalista y discreta que permite su combinación con hasta 18 modelos de lavabos diferentes.

La colección está dis-

ponible en cinco medidas, tres acabados y con versiones para la colocación del lavabo en la parte izquierda o derecha. Heima cuenta con cajones que se extraen completamente y no disponen de recorte para sifón lo que incrementa el espacio de almacenamiento.

La colección se completa con un módulo columna con estantes ajustables en altura para una distribución más eficiente del espacio y también con la posibilidad de apertura a izquierda o derecha, según las necesidades de cada estancia. Las puertas y cajones de la gama Heima disponen de cierre amortiguado y los muebles permiten la instalación suspendida o con patas metálicas, logrando en cada caso una integración perfecta. El toque sofisticado llega de la mano de un acabado textil en el interior de los cajones agradable al tacto.

3. DECK. La nueva generación de estas columnas tienen como rasgo diferencial una repisa que ayuda a organizar el espacio. Las versiones termostáticas son de altura regulable e incluyen la nueva ducha de mano Sensum con un diámetro de 130 mm y 4 funciones. Además, la innovación tecnológica de Roca permi-

te aumentar la flexibilidad de instalación en cuerpos de ducha empotrados. Facilita el trabajo a los profesionales y la selección de manetas a los usuarios y diseñadores. La compañía consigue transformar de esta manera el baño en un lugar cómodo y práctico en el que se combinan bienestar y estética. **X**





Cuarto de baño diseñado con muebles de la colección Prisma de Roca, que apuesta por un estilo minimalista.

①



②

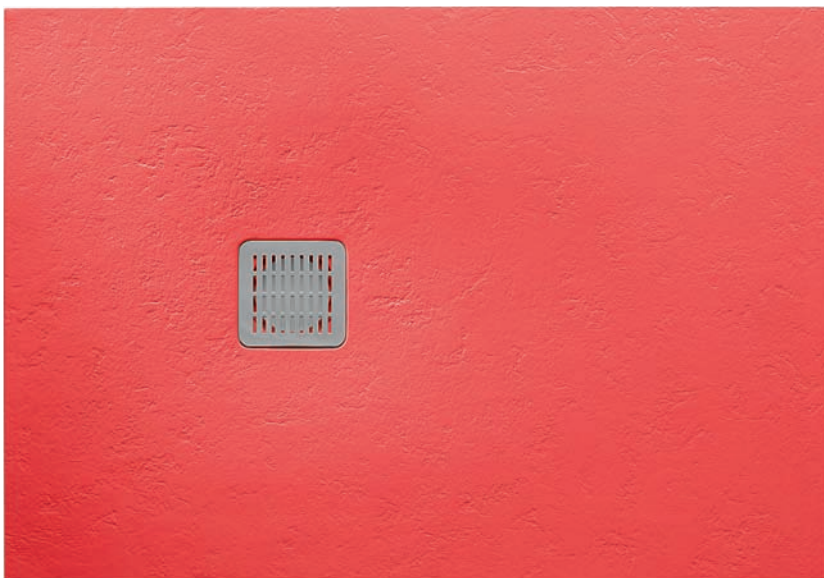
Mueble de baño Heima, con cajones pensados para mejorar la capacidad de almacenamiento. A la izquierda, silueteada, otra pieza de la gama.



③

Columna de ducha de la línea Deck, de altura regulable y con cuatro funciones diferentes de caída de agua.

Máxima personalización



CON LOS platos de ducha Terran, Roca busca personalizar al máximo el espacio de ducha y convertirlo en un lugar práctico en el que poder relajarse y disfrutar de los beneficios que proporciona el agua. Los dos nuevos acabados de esta gama de producto –coral (en la foto) y arena– se suman a los seis colores ya disponibles: blanco, blanco roto, cemento, crema, pizarra y negro. La compañía da así un paso más en su objetivo de responder a cualquier necesidad, diseñando y creando productos que marquen tendencia y aporten al espacio de baño confort, estilo, versatilidad e innovación.

Su variedad de acabados y la posibilidad de cortarlo a medida son dos de las grandes ventajas de Terran, ya que permite la máxima personalización del espacio de baño. Además,

la gama cuenta con la versión Terran King Size que, gracias a sus medidas de gran tamaño (2.000 x 1.000 mm), se presenta como una solución ideal para espacios de ducha amplios o para reformas en las que se quiere sustituir la bañera por un plato de ducha.

Además, permite una rápida instalación y elimina las barreras de la ducha facilitando el acceso, gracias a su diseño extraplano. Su superficie texturizada y antideslizante clase C completan los beneficios de este moderno plato de ducha.

Todos estos platos de ducha están fabricados con Stonex, un material de última generación, y una cuidada selección de minerales que dan como resultado un producto altamente eficaz frente al desgaste por el uso diario, la agresión de elementos químicos de limpieza y la decoloración causada por los rayos solares.

La red cambia las reglas del cortejo

Con la eclosión de internet, el instinto básico del ser humano de buscar una pareja ha hallado nuevas formas de manifestarse y ha alumbrado el flirteo virtual, relaciones quizás sinceras o engañosas dentro de un inmenso y prometedor universo 'on line'.

TEXTO DE PILAR ENÉRIZ

Internet ha cambiado nuestro mundo y también las formas de ligar y de buscar pareja. En los últimos años se han popularizado las páginas de contactos así como las aplicaciones móviles, que son las que más recientemente han revolucionado las relaciones personales, dando carpetazo definitivo a la mala prensa que tenían los primeros chats de contactos. Lo que parece evidente es que, si en los últimos 25 años la tecnología ha sido capaz de cambiar la relación de las personas con el mundo que les rodea, el amor (o el desamor) y la infidelidad no podían ser una excepción.

Un reciente estudio del portal eDarling, de citas por internet, afirma que la búsqueda de pareja en la red se ha consolidado como tendencia y ha superado los prejuicios de tiempo atrás, extendiéndose al uso de las numerosas herramientas tecnológicas actuales: aplicaciones, chat, videochat y mensajería, e incluso videojuegos.

Según la especialista en sexología, escritora y periodista Alicia Gallotti, la búsqueda de pareja suele ser uno de los objetivos prioritarios del ser humano, y reconoce que internet facilita la posibilidad de conocer a personas que de otra forma nunca llegarían a encontrarse. Permite el acceso desde cualquier lugar y proporciona contactos a quienes son muy tímidos, sin cerrar las puertas a otras posibilidades. "Son muchos los que después de descubrir que gustan, su autoestima aumenta y tienen una actitud de apertura dentro y fuera de la red", afirma.

Otro factor que incide, según Gallotti, son las historias de amigos que han encontrado pareja *on line*. Actual-

mente, "todos tienen un conocido que está felizmente unido a alguien que conoció en una web".

Por su parte, los medios de comunicación han dado carta de naturalidad a esta forma de relacionarse mediante artículos y entrevistas a personas que han encontrado el amor *on line* y que se lo recomiendan a quienes buscan a alguien con quien compartir su vida. Todos estos factores, según Gallotti, contribuyen a normalizar la búsqueda de pareja en internet.

Puede decirse, dada la experiencia acumulada, que entre la pareja virtual y la real no hay grandes diferencias. Los conflictos que pueden surgir dentro de una pareja monógama son los mismos: "Una vez constituida la relación, el origen no tiene demasiada importancia", pasa a ser un hecho anecdótico porque lo que sí importa es cómo evoluciona. Es aquí donde aparecen los enfrentamientos y las infidelidades que demuestran que es la monogamia lo que está en crisis. "Es una convención social que necesita un cambio profundo y que mientras esto no suceda los índices de fracasos aumentarán", apunta la experta.

También hay que considerar las ventajas que ofrece buscar pareja en el universo virtual. En el pasado, las mujeres con más de 55 años, aquellos que no se llevaban bien con su físico, los introvertidos, quienes eran poco sociables o vivían en un pequeño pueblo o ciudad, entre otros, tenían grandes dificultades para conocer personas que pudieran convertirse en sus parejas y corrían el riesgo de pasar toda su vida en solitario. Para Gallotti, la red ha modificado totalmente ese escenario,

ya no importan las distancias, la edad o el aspecto físico porque las posibilidades son infinitas. Otro aspecto positivo es que, si lo prefieren, pueden conocerse poco a poco chateando, lo que facilita mucho el primer encuentro.

"Si tengo que encontrar una desventaja, creo que el cambio de los códigos de seducción hace que se pierda el juego de las miradas, las sonrisas y los coqueteos que terminan en un acercamiento que puede ser el inicio de una relación estable", dice Gallotti. También hay personas que carecen de la paciencia que se requiere para comunicarse a través de un chat y para ellas esta forma de relación no sirve, o se puede contactar con alguien que en realidad no sea quien dice ser, aunque esto también puede pasar en la vida real. "Lo realmente negativo es cuando la búsqueda de pareja en la red se convierte en una obsesión o cuando esa forma de relacionarse inhibe cualquier otra posibilidad de comunicación", asegura la escritora y periodista.

TENDENCIAS. Una de las cuestiones más polémicas de buscar pareja en la red es la proliferación de páginas que directamente promueven el adulterio como fórmula para mantener viva la propia pareja, una discusión que seguirá por mucho tiempo. La realidad es que la red también está aumentando las posibilidades que tienen los infieles para engañar, aunque, como afirman los expertos, no crea los infieles. Un reciente es-

tudio de ámbito europeo ha dado a conocer recientemente un resultado polémico: uno de cada tres españoles admite haber sido infiel alguna vez. Esta es una de las revelaciones del Observatorio de la Infidelidad promovido por el sitio web de encuentros extraconyugales Gleden.com. El estudio internacional, que tiene como objetivo desve-



lar las tendencias y la evolución de la infidelidad en Europa, demuestra que España no se encuentra en los primeros lugares en lo que a adulterio se refiere. De los países estudiados, Alemania e Italia son los más infieles, ambos con un 45% de la población que admite haber tenido una aventura alguna vez. España se encuentra en penúltimo lugar de la clasificación, con un 39%, por delante únicamente del Reino Unido.

España también es de las últimas en cuanto al diferente comportamiento entre hombres y mujeres: una de cada cuatro féminas (28%) admite haber sido infiel alguna vez, mientras que los hombres casi doblan esta cifra, con el 50% que confiesa haber sido adúltero. Esta brecha de 22 puntos demuestra que aunque la sociedad evolucione hacia la igualdad de géneros, la infidelidad se conjuga en masculino.

Otro de los datos destacados del observatorio es que el sentimiento de culpa tras una infidelidad no es la norma sino la excepción. Solamente uno de cada tres adúlteros (36%) siente remordimientos tras su desliz. El estudio también demuestra que el amor no es incompatible con la infidelidad: dos de cada tres españoles creen que se puede querer a su pareja aun teniendo una aventura.

EL NEGOCIO. Lo que para unos se ha configurado como una puerta abierta frente a los problemas de aislamiento y soledad, la búsqueda de pareja y las relaciones extraconyugales *on line*, junto al desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles y la geolo-

EN LA MEDIDA QUE INTERNET FORMA PARTE DE LA VIDA DE LAS PERSONAS, ES LÓGICO QUE SIRVA TAMBIÉN PARA ENCONTRAR PAREJA

LA RED HA DESTAPADO REALIDADES COMO EL DESEO DE SER INFIEL. SEGÚN UN RECIENTE ESTUDIO, UNO DE CADA TRES ESPAÑOLES LO ES

calización, han potenciado un sector que está generando novedosas oportunidades de negocio. Muy populares en la actualidad, las aplicaciones para ligar a través del teléfono móvil ofrecen un campo casi infinito, sobre todo, porque son capaces de filtrar determinados gustos o actividades que son difíciles o cuesta encontrar en la vida cotidiana.

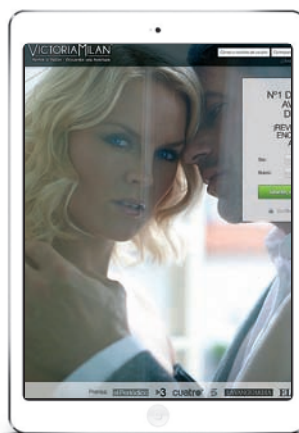
En Europa se estima que alrededor de 49 millones de usuarios visitan cada mes webs de citas generando un valor de más de 3,5 billones de euros. Cada vez más solteros, divorciados y personas separadas recurren a páginas especializadas de pago para encontrar una persona con la que poder compartir su vida. Según la plataforma de contactos eDarling, la mejora de la afinidad entre personas, conocida como *matchmaking*, y el estado de la tecnología actual ha permitido mejorar notablemente una tendencia de éxito que marcará la buena marcha del negocio en el futuro próximo. **X**

LAS PROPUESTAS

VICTORIA MILAN PÁGINA WEB

Infidelidades premeditadas

DISCRECIÓN. Se trata de una web muy consolidada, diseñada para personas casadas o que están en una relación pero que, al mismo tiempo, buscan un plus de emoción y pasión a través de un ligue o una aventura discreta. Los usuarios buscan desde chateos inocentes a encuentros sexuales pero con la idea de no romper su relación estable, para lo que la página establece un gran nivel de protección.



UNIQDATE.COM PÁGINA WEB

Exclusivo club con derecho de admisión

EXIGENTE. *Lifestyle Dating* que une a gente con un mismo estilo de vida y que pertenece al mismo entorno. Se trata de una nueva categoría de encuentros *on line* pensado para un público exigente con ganas de conocer personajes muy especiales. Lo frecuentan hombres y mujeres de alto nivel cultural, con éxito profesional y a la última en tendencias, les gusta cuidarse y además de ser guapos no dejan de ser inteligentes.



DESIRE 42 APLICACIÓN

Descubrir nuevas formas de quererse

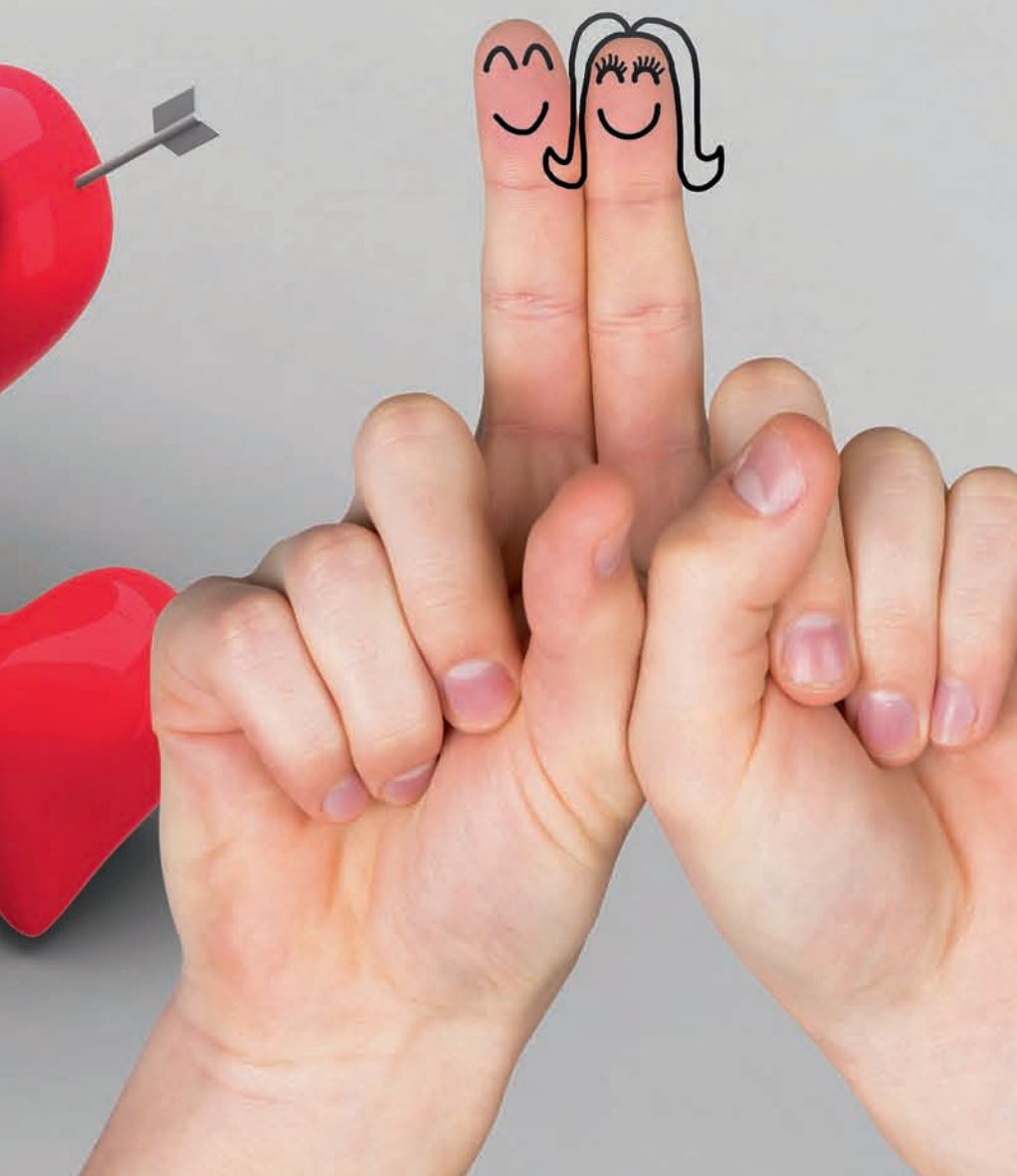
JUEGO. Una herramienta innovadora pensada para quienes desean hacer un poco más amena su vida de pareja. Para conseguir este objetivo, la aplicación propone una serie de juegos de seducción, algunos de ellos muy atrevidos, vinculados a la forma de vestir o los formatos sexuales. Funciona acumulando puntos que desbloquean retos cada vez más atrevidos y subidos de tono.



GLEEDEN PÁGINA WEB

Para los encuentros extramatrimoniales

PECADORES. Los creadores de este atrevido sitio web son franceses e informan que está pensado no solo para aquellos que son infieles, sino para quienes provocan el engaño, lo disfrutan y, por lo tanto, se relajan con él. Según se hace constar en la propia página, los usuarios son mayoritariamente mujeres, género donde –dicen– se da el mayor número de adulterios. Encuentros extramatrimoniales en cualquier lugar del mundo.





Más vigor y potencia

ESPRAY BUCAL || La disfunción eréctil y la eyaculación precoz generan más de un dolor de cabeza a muchos hombres. Power Supplements presenta Potenza, un potenciador sexual vigorizante para mitigar los efectos de estos trastornos sexuales. El nuevo spray bucal se compone de ingredientes naturales que permiten su consumo sin receta médica, ya que no provoca efectos secundarios. Para un mayor rendimiento en función de la potencia que el consumidor quiera alcanzar, se pueden tomar de 3 a 5 dosis, por vía oral, media hora antes de mantener relaciones sexuales. 29,90 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.POTENZASPRAY.COM

Un diamante es para siempre

DISCRETO || Twenty One llega de la mano de la marca barcelonesa Bijoux Indiscrets. Se trata de un masajeador externo diseñado para llevar el placer femenino a las cotas más altas. Acabado en dorado y con un tacto muy suave, este pequeño diamante (4,5 x 6,5 centímetros) ha sido especialmente creado para estimular el clítoris de forma precisa, completa y placentera combinando sus siete modos y tres velocidades de vibración. El juguete erótico es 100% sumergible y reposa en una elegante bolsa de satén. 49,99 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.AMANTIS.NET



CON MUCHO GUSTO



Los tiempos han cambiado. Y mucho. El sexo ha dejado de ser un tabú y las parejas de hoy buscan sentirse atractivas, sensuales y sexis. Sin ataduras ni complejos. Este cambio de actitud se refleja en el crecimiento exponencial de la venta de productos relacionados con el amor, el placer y el erotismo. Una encuesta realizada por la cadena de franquicias Sex Place confirma el notable incremento en el consumo de lencería y juegos eróticos. Cada vez más, las parejas recurren a este tipo de artículos –aceites para masajes, sales aromáticas, lubricantes con sabores, ropa interior comestible, vibradores y un largo etcétera– para explotar su imaginación y creatividad a la hora de incentivar las relaciones sexuales. Mantener viva la pasión no tiene precio.



'Do you think I'm sexy'

SENSUALIDAD || En 1978 Rod Stewart no se cansaba de repetir *Do you think I'm sexy? (¿Crees que soy sexi?)*. La pegadiza canción del rockero británico arrasó en las listas de éxitos y se convirtió en el mayor *hit* de su carrera. Ahora viene que ni pintada para presentar estas prendas de lencería íntima femenina. Se trata del conjunto de sujetador (323 euros) y tanga (77 euros) de la nueva colección Vedette de Bordelle para Lily Blossom. En tonos nude, amarillo y negro, con pinceladas *bondage*, ambos modelos son perfectos para sentirse sexi y atractiva esta primavera. Además de ropa interior elegante y sensual, Lily Blossom dispone de un sinfín de propuestas para disfrutar de momentos memorables en la intimidad.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.LILYBLOSSOM.ES



Un espía bajo las sábanas

INVISIBLE || En colaboración con el centro de investigación dermatológico Bioware, Claudia di Paolo, especialista en alta cosmética y perfumería, presenta la línea Yes for Lov, dedicada exclusivamente al mundo del placer, ideal para reinventar los juegos eróticos y los preliminares antes de pasar a la acción. Una de sus divertidas y excitantes propuestas es este juego tórrido para espías refinados. Se trata de un fieltro fluorescente –con sabor a cereza– para escribir mensajes invisibles sobre la piel. Para leerlos, el *kit* cuenta con una antorcha de luz negra. No mancha las sábanas. 32 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.CLAUDIADIPAOLOSHOP.COM

La caricia perfecta

MINIMALISMO || Kiochi Matsumoto creó Tenga en el 2005 para acabar con los tabús y normalizar el placer masculino, aunando funcionalidad, estilo y calidad en un mismo producto capaz de optimizar las sensaciones. Entre su amplia gama de artículos destacan estos huevos pensados para un solo uso que permiten ampliar los horizontes del placer del hombre con 13 modelos y texturas diferentes. La manufactura y producción japonesa avalan la categoría del producto. La simplicidad y exquisitez de los materiales garantizan una experiencia ampliamente satisfactoria. 8 euros (unidad).

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.TENGA-GLOBAL.COM



Graba tu momento **CUBE™**

Accesorios originales que la conectan a tu estilo de vida



Soporte Bicicleta



Soporte Casco



Cabezal Trípode



Funda Llavero



Carcasa Estanca



Soporte Correa

Cámara de acción Full HD con sensor CMOS de 6MP. Graba vídeo con sonido y toma fotos con visión de 124°. Un solo botón de control con LED. Batería de alta capacidad que permite grabaciones hasta 90 minutos. La cámara de acción más pequeña del mundo: sólo 3,5 cm. de lado.



“ Mi universo es poco contemporáneo ”

En la trastienda de su mente está la perspectiva de los pintores del Quattrocento, los colores brillantes y el detallismo de los flamencos, las fotografías escenificadas de Desiree Dolron o Erwin Olaf, o las películas de Hitchcock, Lars von Trier o incluso Almodóvar. Un desordenado amasijo de influencias que han cristalizado en el personal estilo del francés Benjamin Lacombe, uno de los ilustradores más solicitados del momento.

TEXTO DE ALBERTO GONZÁLEZ

Es muy distinto ilustrar para niños o hacerlo para adultos? Sí. En primer lugar, hay algunos temas que no encajan demasiado con los más pequeños, como por ejemplo la sexualidad. Claro que se puede tratar, pero de una forma distinta. Si hablamos de niños –en mi opinión–, tampoco tienen cabida escenas muy violentas. Por otra parte, el lenguaje también puede verse condicionado: si se utiliza un vocabulario culto, deberá explicarse seguidamente. A nivel estilístico, cuando trabajas para una audiencia muy joven debes ser muy claro en tus dibujos, para que sean reconocidos fácilmente. En cambio, cuando te diriges a adultos, puedes hacer cosas más sofisticadas, utilizar más las metáforas o añadir referencias culturales que un niño probablemente no entendería.

¿Dónde están los límites de lo que un niño puede leer?

Los niños son capaces de entender mucho más material de lo que los padres creen. A menudo, el problema radica ahí, en los padres, que tienden a proteger demasiado a sus hijos, y que solo

les creen capaces de leer historias sobre ponis felices (ríe). Hay quien me dice: “¿Por qué has hecho un conejo tan tenebroso? ¿No podías haberlo dibujado un poco más dulce, con ojitos azules, por ejemplo?” Pero no me gusta hacer cosas cursis; prefiero darle a los personajes un toque más *jugoso*.

¿Cree que los niños también pueden sacar provecho de sus libros para adultos?

Algunas de mis obras para mayores –como, por ejemplo, *Cuentos macabros*– han tenido una gran aceptación entre los jóvenes franceses de 11 o 12 años. Otro ejemplo es *Madama Butterfly*, un libro que siempre pensé que estaba dirigido a un lector de, al menos, 10 años. Sin embargo, me

encuentro a niños más jóvenes a los que les encanta. Y me sorprende. En el fondo, cuando lo hace acompañado por los padres, no hay libro imposible de leer para un niño, porque se establece un diálogo entre ambas partes.



¿Qué papel tiene la moraleja en sus obras?

No me gusta hacer libros vanos, sin ningún tipo de conclusión moral; mis obras suelen invitar a reflexionar sobre algunos temas. Pero tampoco tienen una carga moral demasiado pesada, ni exponen claramente mi modo de concebir la vida. No quiero convertir a nadie a mi forma de pensar.

Hay quien piensa que sus obras transmiten cierta melancolía...

No es el primero que me lo dice, pero no estoy de acuerdo. Es cierto que tengo libros melancólicos, e incluso tra-

gedias, como *Madama Butterfly* o *Los amantes mariposa*. Pero también otros muchos que no lo son en absoluto, como *Balaceo de Navidad*, *Ruiseñor* o *Melodía en la ciudad*. De hecho, creo que estos últimos son mayoría.

Tengo una teoría que justificaría esta falsa impresión que comenta: la gente recuerda sobre todo las historias que le tocan emocionalmente. Y no suelen ser precisamente las más felices.

Por otra parte, en muchos de sus cuentos reserva el papel protagonista a una mujer. ¿Son ellas más inspiradoras que los hombres?

Hay muchas cosas que no te planteas hasta que no te lo preguntan en una entrevista (ríe). Es obvio que tengo más protagonistas femeninas que masculinos. Y es difícil de explicar, pero creo que a la mujer le puedo otorgar un mayor abanico de sentimientos, sin que ello represente un problema: ser alguien muy fuerte o, por el contrario, muy frágil. A veces cuando haces un personaje masculino te encuentras con muchas más restricciones.

¿Puede tener también alguna relación

Mirada profunda |
Imagen promocional de
Benjamin Lacombe.



con la influencia de su madre, que era una fervorosa feminista?

Quizás. Y que siempre he estado rodeado de referentes femeninos a mi alrededor, como por ejemplo mis dos hermanas.

Otra curiosidad es que, en todas sus obras, incluye a sus perros...

Empecé con Virgil y, desde hace un par de años, también pinto a mi perrita Lisbeth, lo que resulta el doble de difícil. Cuando no los he incluido es porque no estaba satisfecho con el resultado final del cuento.

¿Cuáles son los títulos a los que ha impuesto esa pena?

Reconocerlo es algo incómodo (ríe). Tendrá que descubrirlo por sí mismo.

¿Cómo logra dar credibilidad a sus personajes?

Para muchos de ellos –especialmente los protagonistas– suelo inspirarme en alguien real de mi entorno, desde mis sobrinos, a mi hermana o Sébastien Pérez [amigo y mano derecha de Benjamin, con quien ha trabajado en la mayoría de sus libros], que aparece en *Ruiseñor* o en *Genealogía de una bru-*



Quando lo hace acompañado por **los padres**, no hay libro imposible de leer para **un niño**

ja, en el papel del pequeño Edward. Pienso que así los hago más reales, más vívidos, porque puedo ver cómo se mueven.

Ha ilustrado también la historia de algunos personajes clásicos, como Quasimodo, Caperucita Roja o Blancanieves. En estos casos, ¿ve limitada su creatividad?

Al hacer *Blancanieves*, por ejemplo, podría haber intentado ser el más original del mundo, pintándola con rasgos orientales y un tatuaje en su cara, pero entonces nadie la hubiera reconocido. Lo bueno de trabajar con personajes clásicos es que, como todo el mundo sabe su historia, puedes no ser tan narrativo e ir un poco más lejos; ser más sutil y metafórico. Por eso, en *Caperucita roja*, no hago explícito el momento en el que el lobo devora a la abuelita, sino que intento explicarlo de otra forma.

¿Cuál es la importancia del retoque digital en sus creaciones?

Es prácticamente inexistente. Solo uso los programas informáticos si necesito incluir algún gráfico. >>>



Del romanticismo al terror | Ilustraciones extraídas de algunos de los libros de Benjamin Lacombe.

» Ya pasamos demasiado tiempo delante de los ordenadores, contestando correos electrónicos y haciendo otros trámites similares. Es suficiente. La verdad es que, en ese sentido, mi universo es poco contemporáneo.

Sin embargo, para el Herbario de las hadas desarrolló una versión digital que permitía tener una experiencia más completa e interactiva del cuento. ¿Repetirá?

Es lo que también estoy haciendo con *Los superhéroes odian las alcachofas*, libro que, en mayo, llegará a España en formato papel. Estamos trabajando mucho en este nuevo experimento interactivo, de animación y realidad aumentada, que será muy divertido.

¿Recomienda alguna aplicación móvil relacionada con las ilustraciones o con el arte en general?

No soy la persona más adecuada para contestar a esa pregunta, porque la verdad es que solo descargué algunos libros que me recomiendan o documentación para preparar mis propios libros, como en el caso de *María Antonieta*, trabajo para el que leí 5.000 o 6.000 páginas sobre este personaje histórico. Por cierto, la versión española de este cuento estará lista el próximo mes de octubre o noviembre.

¿El mercado impone un determinado ritmo de producción?

Sí, y no lo llevo nada bien. Lo cierto es que siempre voy tarde, porque constantemente estoy perfeccionando mis trabajos. Nunca estoy suficientemente satisfecho, y me resulta muy difícil po-

ner el punto final. Las fechas límite son mi pesadilla. Pero al mismo tiempo las necesito, porque, de lo contrario, no publicaría un solo libro.

Son ya 15 los que se han traducido al español. De hecho, nuestro país es uno de los mercados europeos donde ha publicado más obras. A ello hay que sumar la exposición que, durante tres meses y medio, le ha dedicado el Museo ABC de Madrid, y que fue clausurada el pasado domingo. ¿A qué se debe este éxito?

Tengo la impresión de que hay algo que comparten ustedes –los españoles– con los mexicanos –que es otro de mis mercados más fuertes– o con la cultura argentina. Y es la forma como manejan los sentimientos más profundos. Creo que tienen una relación más sincera, menos opaca que los franceses, para quienes la muerte, por poner un ejemplo, es un gran tabú. Quizás ese sea el motivo por el que os atrae mi obra: porque compartimos el gusto por los sentimientos intensos.

Ha utilizado en varias ocasiones formatos originales, como libros desplegables o tridimensionales. ¿Contribuyen a la venta de más ejemplares?

Hoy día, uno de los aspectos clave a la hora de editar un libro es acertar en el número de impresiones. Porque hace unos años la gente iba a la librería a comprar sus regalos de Navidad en octubre, de forma que, si un libro se vendía muy bien, la editorial tenía tiempo y margen de maniobra para imprimir más antes de las fiestas. Pero ahora, a causa de la crisis, los compradores se



La gente recuerda sobre todo las historias que le tocan **emocionalmente**.

Y no suelen ser las más **felices**

suelen esperar hasta el último momento. Por eso, es muy difícil para las editoriales calcular cuántos ejemplares se tienen que imprimir exactamente, para no quedarse cortos, pero tampoco pasarse, porque después de Navidad la venta se complica.

Esto es todavía más evidente en el caso de los libros tridimensionales como *Madama Butterfly*, que se despliega como un biombo de diez metros. Su fabricación es tan elaborada que no se hace en Europa, sino en China. Lleva mucho tiempo fabricarlos y es imposible imprimir una nueva remesa en el último momento, tanto por cuestiones de tiempo como por costes de producción.

Pero a usted le gustan los desafíos...

Cuando inicio un proyecto me pregunto: ¿Qué tipo de libro debería ser este? ¿Qué papel o diseño ayudaría a explicar la historia lo mejor posible? Y en el caso de *Madama Butterfly*, por ejemplo, tenía sentido hacer una publicación con dos caras, como la metamorfosis que sufre la protagonista; que se despliega como las alas de una

mariposa. No es que me planteara, de entrada, hacer un libro acordeón de diez metros. El proceso creativo es justamente el contrario: voy a contar una historia, pero ¿cuál es la mejor forma de hacerlo para que el lector reviva algo parecido a lo que yo sentí al descubrir esta ópera espectacular?

Hablando de música, ¿qué escucha mientras trabaja?

Estilos muy diferentes, desde Björk, a r&b, pasando por las bandas sonoras de películas o la ópera... Dependiendo del momento y de mi humor.

¿También es aficionado a las series?

Sí, me encantan. Muchas veces trabajo de noche y me gusta hacerlo mientras las veo.

Si pudiera participar en la creación de los títulos de crédito de cualquiera de esas series. ¿Cuál escogería?

American Horror Story o *Carnivale*.

Para acabar, ¿algún proyecto de futuro que pueda avanzar?

A finales del 2015, probablemente en noviembre, publicaré un libro muy especial que se lanzará primero en el mercado español. Como en el caso de *Madama Butterfly*, será también una obra basada en una ópera, que antes fue una novela de un autor francés del siglo XIX y comienzos del XX. Su protagonista es una mujer española de gran personalidad. Si piensa un poco, ya sabrá quién es.

¿Carmen?

... **X**

reportaje

El vuelo onírico

Nace una mujer ave en terreno inhóspito. Y aunque intenta huir de tal extraña cuna, es retenida en una jaula. Sin embargo, su astucia le devuelve la libertad, escapando suspendida de una inmensa pluma. La venganza llegará en forma de descendencia: una prole que dará continuidad a su estirpe.

Así son los sueños: raros y hasta turbadores. Pero no insondables.

TEXTO DE ALBERTO GONZÁLEZ





ESTABA MI MUJER embarazada de nuestra hija. Y por aquel entonces tuve el siguiente sueño: iba paseando por la calle y veía a un músico rodeado de un grupo de personas. Escuchaba que decía: ‘El próximo tema está dedicado a...’. Y nombraba a mi hija. Sorprendido, me acercaba a ellos para disfrutar de aquella maravillosa canción, que me producía un inmenso placer. En cuanto desperté, cogí la guitarra y saqué los acordes de aquella melodía. Ahora se la canto a mi hija cada cierto tiempo. Y le encanta. Para mí, aquel fue un sueño muy especial, pero nunca me he planteado qué significado tenía”. Y es que, para Jordi Borràs, “hay algunos sueños –los menos–, a los que quizás no es necesario dar demasiadas vueltas”. Al resto de ellos, es a lo que ha dedicado su vida este psicólogo catalán, bajo la insignia Mondesomnis (www.mondesomnis.com).

Pese al recelo que esta línea de estudio suscita entre los psicólogos (lo que justifica su escaso desarrollo en nuestro país), Borràs asegura que el trabajo con los sueños le ha demostrado ser muy efectivo para lograr “resultados rápidos y de mayor profundidad”.

En base a su experiencia, este tipo de terapia “puede ayudarnos a conocernos mejor, a integrar nuestras diferentes partes y ampliar la visión que tenemos de nosotros mismos, enriqueciendo nuestra personalidad. Nos

permite comprender que somos más complejos de lo que creíamos o del personaje que, desde pequeños, hemos hecho de nosotros mismos, como un mecanismo de defensa frente al resto del mundo, pero que puede acabar limitándonos”. El principal resultado de la terapia es, por tanto, “una mayor libertad y, a menudo, un cambio en nuestra visión de la realidad”.

METODOLOGÍA. El sistema de trabajo de Borràs consta de diferentes fases. Antes de nada, elegir el sueño sobre el que profundizarán paciente y terapeuta. “Un sueño que nos turba, que nos resulta chocante o que se repite de forma recurrente sería, de entrada, buen candidato. Porque nos está pidiendo ser interpretado [...] Considero al subconsciente como un aliado que nos pone en situaciones inquietantes para favorecer nuestro crecimiento. Cuando te insiste en algo, está dando un toque de atención sobre algún tema que debes solucionar”.

Una vez escogido el sueño, se trataría de entrar en contacto con él sin intentar entenderlo, “para no bloquear o limitar lo que nos quiere aportar”. Para ello, pueden hacerse diferentes ejercicios: desde describirlo con el máximo detalle posible (de forma oral o mediante la escritura) a tomar un elemento del sueño y utilizarlo para desarrollar una obra artística. “Es una fase en la que solo intentamos tener

“SOMOS MÁS COMPLEJOS DE LO QUE CREÁAMOS O DEL PERSONAJE QUE, DESDE PEQUEÑOS, HEMOS HECHO DE NOSOTROS MISMOS”

“EL PRINCIPAL RESULTADO DE LA TERAPIA ES UNA MAYOR LIBERTAD Y, A MENUDO, UN CAMBIO EN NUESTRA VISIÓN DE LA REALIDAD”

presente nuestro inconsciente, sin intelectualizar. A veces, solo manteniendo vivo dicho recuerdo, se produce un clic y comienza a cobrar sentido”.

Seguidamente ya se puede entrar a analizar propiamente el sueño. Y para hacerlo, declara Borràs, existen muchas técnicas. “Una de ellas, por ejemplo, sería entender todos los elementos del sueño como partes de uno mismo y ver qué representa cada una de esas partes. Este es un método en el que hizo mucho hincapié la corriente de la Gestalt, que puede arrojar mucha luz, pero que, en según qué casos, también puede dificultar el trabajo”.

A la hora de dar sentido a un sueño, uno de los errores habituales –puntualiza Borràs– es aplicar plantillas, es decir, considerar que a una misma idea le corresponde un único significado. Para el experto, igual de engañosos son los populares diccionarios de símbolos. “Estas publicaciones pueden servir como divertimento –porque es cierto que los seres humanos tampoco somos tan diferentes y hay cierta simbología general compartida–, pero nunca como inicio de una terapia o como una verdad absoluta, porque en ese caso, estamos cortando las alas a un análisis más personal”.

Por eso, más que de *interpretación* –término que procede del psicoanálisis y presupone que los sueños se pueden traducir–, Borràs prefiere hablar de *integración*. “Porque el análisis y la com-



prensión no lo son todo. A partir de ahí hemos de hacer algo para transformar algunos de nuestros mecanismos y patrones de funcionamiento, para mejorar nuestra vida. De lo contrario, la persona acabará cayendo una y otra vez en la misma trampa”.

SIN EXPLICACIÓN. Algunos sueños pueden incluso cambiar nuestra percepción de la realidad. Es lo que les ha pasado a personas que, sin creer a priori en esta posibilidad, se han topado con un sueño premonitorio. “Llegan a mi consulta bastantes de estos casos. Se sienten desconcertados, avergonzados por explicarlo, pero siempre con la necesidad de compartir una experiencia que ha roto sus esquemas”.

La misma turbación provocan las experiencias de sincronicidad –según el término acuñado por el psiquiatra Carl Jung y el físico Wolfgang Pauli–, es decir, la unión de los acontecimientos que tienen lugar en el mundo psíquico y el físico, de un modo inexplicable, pero que cobra cierto sentido para la persona que lo observa.

“Sería, por ejemplo, cuando soñamos con una persona que no vemos hace muchos años y, al día siguiente, nos encontramos con ella. Es difícil decir cuándo este tipo de coincidencias se salen del puro azar. Si son altamente improbables es cuando comenzamos a hablar de sincronicidad. Y mi opinión es que, cuando se dan, es porque

tienen un significado especial, aunque de entrada no lo sepamos ver”.

Sueños premonitorios y sincronicidad –cuya existencia, para Borràs, no es discutible– son dos experiencias que hacen tambalear la idea de que el inconsciente es personal e intransferible. “Como mínimo es permeable”, dice la misma fuente. Pese a ello, afirma que “no existe ningún estudio con una muestra suficientemente significativa” como para colocar estos conceptos bajo el paraguas de la ciencia. “Que esto cambie depende de que hayan científicos que hayan tenido este tipo de experiencias y que cuenten con los fondos económicos necesarios para prestarles atención”.

LAS INVESTIGACIONES. No obstante, son muchos los estudios actuales que hurgan en el mundo de los sueños. Se centran, por ejemplo, en la dificultad para recordarlos, pero también en qué medida están conectados con la vigilia: “Aunque por la forma exagerada que tienen de hablarnos a veces pueda no parecerlo, hay una clara continuidad entre lo que nos pasa durante la vigilia y el sueño: actuamos de forma similar y nos preocupa e interesa lo mismo”.

Otro de los aspectos que más interés despierta para la ciencia es el sueño lúcido, es decir, la posibilidad de estar consciente dentro del sueño. Su existencia quedó ampliamente demostrada en varios experimentos llevados a cabo

“EL SUBCONSCIENTE ES UN ALIADO QUE NOS PONE EN SITUACIONES INQUIETANTES PARA FAVORECER NUESTRO CRECIMIENTO”

“ALGUNAS EXPERIENCIAS HACEN TAMBALEAR LA IDEA DE QUE EL INCONSCIENTE ES PERSONAL E INTRANSFERIBLE”

simultáneamente en el Reino Unido y en los Estados Unidos durante la década de los setenta. “De hecho, el sueño lúcido es habitual en los niños y es fácil ofrecerles consignas para que activen su capacidad de decisión dentro del sueño, plantándole cara, por ejemplo, al monstruo de una pesadilla”. Una capacidad que, lamenta Borràs, vamos perdiendo a medida que nos convertimos en adultos.

Pero existen técnicas para provocarlo. Algunas, incluso de laboratorio: “Se ha desarrollado, por ejemplo, una especie de antifaz que se coloca a la hora de ir a dormir. Incorpora unos sensores que, al detectar el movimiento de los ojos propio de la fase rem, activan unas luces led intermitentes que el individuo percibe aún estando dormido, permitiéndole tomar consciencia de su estado onírico”. Es en ese punto cuando podemos tomar las riendas del sueño, aunque Borràs añade: “En ese estado puedes experimentar todo aquello que imagines, pero el control es relativo porque, a veces, el sueño parece querer llevarte por un camino que no esperas”.

INCUBACIÓN. “Además del sueño lúcido, hay otra forma de condicionar el contenido de un sueño. Se trata de la incubación”, explica Borràs: provocar determinado pensamiento a la hora de

PASA LA PÁGINA 22 >>>



Una historia de luces y sombras

Durante muchos siglos, "las antiguas sociedades humanas atribuyeron los sueños a mensajes divinos, hasta el punto de considerarlos reveladores" e influir en las decisiones comunitarias. Más tarde, los sueños fueron vilipendiados, "en parte por la influencia de la Iglesia Católica, cuya moral se veía amenazada por el espacio onírico, donde los cristianos podían comportarse con una libertad no siempre alineada con los preceptos cristianos".

Una época de oscuridad que finalizó súbitamente con la deslumbrante aparición en escena de Freud y el psicoanálisis. Las teorías del neurólogo austriaco implantaban la idea de que los sueños son una abundante fuente de información respecto al inconsciente, adquiriendo una pátina de cientificidad. "Pese a las innumerables resistencias con las que se topó, la influencia del médico es indiscutible. Tanto es así que, durante mucho tiempo, el estudio de los sueños se asoció al psicoanálisis".

Sin quitarle méritos, Borràs puntualiza aquellos aspectos en los que, a su parecer, Freud se equivocaba: "Sobre todo, en afirmar que los sueños son fundamentalmente deseos que estamos reprimiendo o pensamientos que no queremos asumir cuando estamos despiertos. Puede ser así, pero no tiene porqué". Por el contrario –opina Borràs–, Freud atinó al describir el funcionamiento del lenguaje de los sueños, que funciona mediante procesos mentales como el desplazamiento (utilización de símbolos) o la condensación (símbolos que se unen para cobrar un nuevo significado).

"En los años 60 y 70 del siglo pasado llegó una nueva ola de interés por el mundo de los sueños, debida fundamentalmente a la aparición de la corriente de la Gestalt y la recuperación de la psicología jungiana" (del psicólogo Carl Gustav Jung).

En la actualidad, los sueños viven "un momento dulce", gracias a la aparición de un gran número de psicoterapeutas interesados en este campo, cada vez más heterodoxos, que beben de diferentes fuentes, disciplinas y corrientes.





« ir a dormir para que el sueño se alinee con el mismo. “En la mayoría de casos, no es que las ideas que tengamos a la hora de ir a dormir vayan a tener una proyección literal en nuestro sueño, pero sí que estarán presentes de una u otra forma”. Justamente por eso, recomienda el experto, “es bueno ir a la cama en una buena frecuencia, pensando en cosas positivas. Porque si te acuestas dándole vueltas a las preocupaciones, probablemente tendrás por delante ocho horas de sufrimiento, que te afectarán a varios niveles”.

Sin embargo, si creemos que –como predica Borràs– una de las funciones que tienen los sueños es enfrentarnos a algunas cuestiones emocionales que nos preocupan para intentar resolverlas, a veces no estaría mal invitar a soñar sobre ello. “Creo que nuestro inconsciente sabe más que nuestro consciente y, por lo tanto, es bueno escuchar el consejo que nos puede dar

para resolver una situación que, en vigilia, no hemos sabido gestionar”.

FORMACIÓN ESPECIALIZADA. El interés creciente por el mundo de los sueños ha provocado que las actividades de Mondesomnis, plataforma fundada por Borràs, se vayan diversificando. Además de pasar consulta a particulares, este especialista imparte talleres (particulares o en grupo, presenciales u *on line*) y dirige círculos de sueños, donde los participantes comparten sus sueños y trabajan sobre ellos.

La novedad es la puesta en marcha de una formación específica para el trabajo con sueños dirigida a psicólogos y otros terapeutas. “Hasta ahora, no existían en nuestro país unos estudios tan especializados y que integrasen las diferentes perspectivas psicoterapéuticas”, afirma Borràs. Sí que existen iniciativas similares en Francia, Reino Unido, Holanda, Italia y, sobre

“UNO DE LOS ASPECTOS QUE MÁS INTERÉS DESPIERTA PARA LA CIENCIA ES LA POSIBILIDAD DE ESTAR CONSCIENTE EN EL SUEÑO”

“YO ME TENGO QUE MOSTRAR SIN CONOCIMIENTO ANTE EL PACIENTE, PARA NO VOLCARLE MIS PREJUICIOS O PROYECCIONES”

todo, en Estados Unidos.

“Aquí muy pocos especialistas abordan un terreno tan resbaladizo, en el que tú pierdes un poco el control como terapeuta. Yo me tengo que mostrar sin conocimiento ante el paciente, para no volcarle mis prejuicios o proyecciones. Mi trabajo consiste más en ver cómo colocar a la persona, cómo provocarla, qué preguntas hacerle, e ir conduciendo ese proceso en el que el soñador es quien realmente va otorgando significado a sus sueños, quien decide qué es lo que le resuena y qué es lo que no”, expone el experto.

Y no todos los profesionales están dispuestos a “bajarse de su pedestal” y a aceptar que el protagonismo de la terapia no está en el terapeuta, sino en el paciente. “Me gusta comparar mi trabajo con el de una doula, porque acompaño al soñador en el nacimiento de una revelación y un momento eureka”, concluye Borràs. **X**

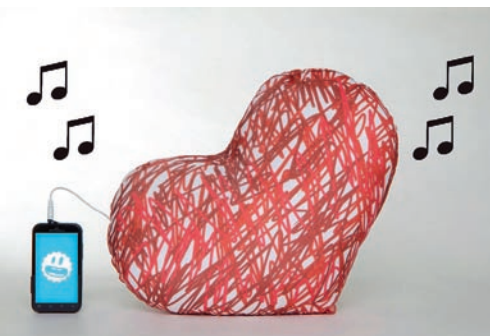
MODELO: DOMINIKA B. (BLOW MODELS) | **FOTOGRAFÍA:** JORDI PELEGRÍ (WWW.JORDIPELEGRI.COM) | **ESTILISMO:** ALBERTO GONZÁLEZ | **MAQUILLAJE:** SARA FERRARO | **PELUQUERÍA:** MIREYA AYUDA PARA SALERM COSMETICS (WWW.SALERM.COM) Y MARVI (WWW.EXTENSIONESMARVI.COM) | **PRODUCCIÓN:** ALBERTO GONZÁLEZ | **VESTIDOS:** NATALIE CAPELL (WWW.NATALIECAPELL.COM) | **CORSÉ, FALDA, CUELLO DE PLUMAS Y TOCADO:** RICHARD WAR (WWW.RICHARDWAR.COM) | **COMPLEMENTOS CABELLO:** SANTA CASILDA (WWW.SANTACASILDABCN.COM) | **ZAPATERÍA:** SLIDE & SWING (WWW.SLIDEANDSWING.ES) | **AGRADECIMIENTOS:** AYUNTAMIENTO DE BARCELONA (WWW.BCN.CAT) Y BAILONGU (WWW.BAILONGU.COM).



Juego de luces entre sábanas

NATURAL || NightWave Sleep Assistant (asistente de sueño nocturno) es un dispositivo pensado para colocarse en la mesilla de noche que proyecta un conjunto de luces tenues de color azul. Su misión es conseguir que las personas caigan en los brazos de Morfeo fácil, natural y dulcemente. Para ello incorpora un mecanismo automático que regula la intensidad de la iluminación y genera suaves movimientos, de tal manera que proporciona un alto grado de bienestar. 50 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.NIGHTWAVE.COM



Sonidos envolventes

CARICIAS NOCTURNAS || Este curioso producto puede adquirirse por internet. Se trata de una creación de una empresa argentina y consiste en una almohada rellena de lana siliconada y dotada de altavoces interiores, recubierta de suave micropeluche. Funciona conectando el cable de los altavoces a un reproductor de música, ordenador, tableta o teléfono móvil. Los altavoces cuentan con un estabilizador de sonido, para que la música suene con un tope máximo apto para los oídos de un niño. Unos 250 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.BUKITO.COM



'GADGETS' PARA CAER EN LOS BRAZOS DE MORFEO

TEXTO DE PILAR ENÉRIZ

CALIDAD DEL SUEÑO || La tecnología actual también está suficientemente preparada para mejorar el descanso, una necesidad vital para mirar la mañana con energía. Y a eso ayuda la última pulsera inteligente de Fitbit, el modelo Charge HR que en su pantalla OLED (la marca ha optado por una mayor autonomía hasta siete días— reduciendo el gasto de la pantalla) informa de los pasos, las calorías quemadas, la hora y, como novedad, de las llamadas entrantes. Cuenta con una tecnología óptica de frecuencia cardiaca propia, que ofrece seguimiento de pulso constante y automático, desde la

muñeca. Utiliza luces led para detectar cambios en el volumen sanguíneo y utiliza precisos algoritmos para hacer este seguimiento 24 horas al día. Incluye además una función de monitorización del sueño (con alarmas) para indicar al usuario no solo el tiempo que ha dormido sino también la calidad de este. El dispositivo realiza un análisis permanente, por lo que será posible establecer hábitos que mejoren el descanso. Su precio ronda los 150 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.FITBIT.COM/ES



En el momento más adecuado

ANÁLISIS DE PRECISIÓN || En esto del sueño también es importante despertar. Conviene hacerlo en el momento justo y, para ello, la pulsera Jawbone UP24 —un producto asentado en el mercado que mantiene su éxito a pesar de no ser una novedad dado que la marca la renueva regularmente— ayuda de manera precisa. Este dispositivo permite fijar una alarma inteligente que despierta silenciosamente, mediante una vibración, para no sobresaltar y en el momento más adecuado del ciclo del descanso, y tras un preciso análisis del patrón de sueño. Como el resto de pulseras inteligentes, también hace un seguimiento del ejercicio diario. Su precio es de unos 130 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.JAWBONE.COM

Programación personalizada

TRANQUILIDAD || El Withings Aura Smart Sleep System (sistema de sueño inteligente) ayuda a dormir mejor y levantarse con más energía gracias al análisis del ciclo de sueño, estudio de los factores ambientales e integración con una app móvil de control. El Sleep Sensor se coloca debajo del colchón y controla patrones y ciclos de sueño. El Bedside Device activa de manera inteligente programas de luz y sonido para ayudar a conciliar el sueño. El sistema se controla mediante una aplicación móvil. Su precio es de 300 euros.

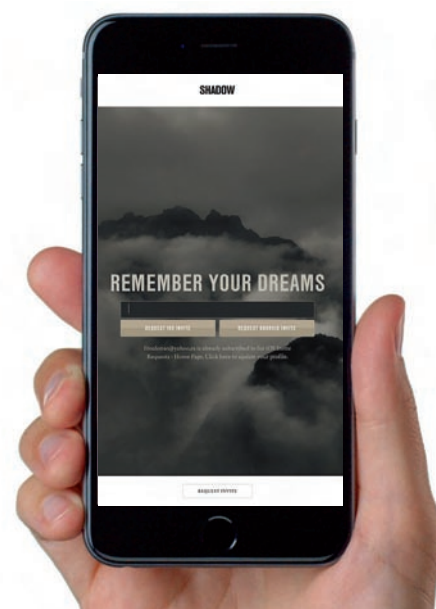
MÁS INFORMACIÓN:
WWW.WITHINGS.COM



Una 'app' para recordar sueños

COMUNIDAD || Cuando despertamos se olvida el 95% de lo que se sueña y, a medida que recobramos la consciencia, perdemos más detalles hasta que prácticamente se olvida. Shadow propone una app para despertar suavemente y así mantener el recuerdo e incluso poder grabarlo en el móvil. El objetivo es hacer un diario de sueños para crear patrones y analizarlos. También podrán compartirse con una comunidad de soñadores.

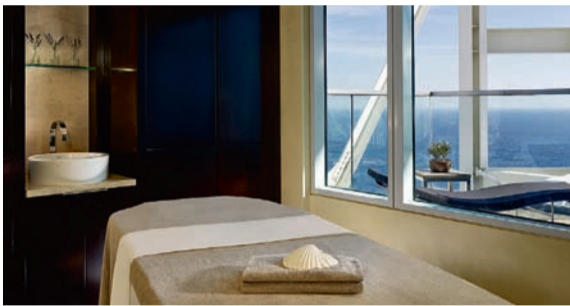
MÁS INFORMACIÓN:
WWW.DISCOVERSHADOW.COM



Intenso placer

Los **espás urbanos** renuevan sus tratamientos buscando **nuevos y lujosos enfoques**. Seis de los establecimientos más exclusivos de Barcelona actualizan su oferta

TEXTO DE ALBERTO GONZÁLEZ



43 THE SPA

Oxígeno en las alturas

DOS CAMBIOS de ascensor son necesarios para alcanzar la planta 43 del Hotel Arts, donde se encuentra su exclusivo espá, perfecta atalaya sobre el mar. Incluye yacuis, saunas, fuentes de hielo, piscinas de hidroterapia y salas de vapor. En las cabinas se aplican tratamientos como el nuevo O₂ experience de Natura Bissé (270 €), de dos horas de duración. Parte de una exfoliación corporal que proporciona intensa elasticidad e hidratación. Sus ingredientes desintoxicantes mantienen un efecto purificador en la piel, protegiéndola y logrando un efecto drenante. Para acabar, un tratamiento facial con CO₂ mitiga los signos de fatiga y de congestión epidérmica.

WWW.HOTELARTSBARCELONA.COM



RITUELS D'ORIENT

Un ritual ancestral

RELAJACIÓN muscular, apertura de los poros de la piel, eliminación de toxinas, humidificación del aparato respiratorio... Son muchos los beneficios que se atribuyen al calor húmedo. En Barcelona, el mejor lugar para disfrutar del auténtico *hammam* tradicional (al estilo de Marruecos o Turquía) es Rituels d'Orient (Loreto, 50), donde el recorrido por las diferentes zonas de temperatura y humedad se combina con los tratamientos tradicionales y naturales. Entre ellos destaca el Ritual de los sultanes, para dos personas (196 €), que incluye la entrada al baño turco, más una exfoliación oriental, envoltura de arcilla rhasoul y karité y masaje de media hora en una cabina para parejas.

WWW.RITUELSORIENT.COM

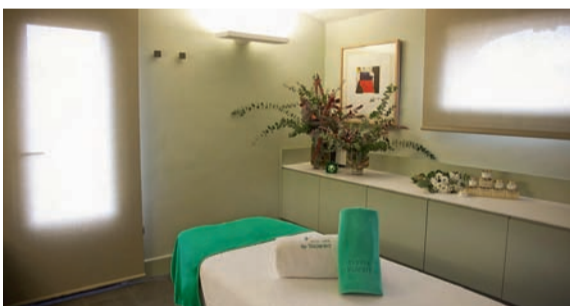


BLISS SPA BARCELONA

Tratamientos originales

LO ÚLTIMO para pies secos y talones agrietados está en Bliss Barcelona (Hotel W). Es *The heel-lelujah pedicure* (75 €), que parte de un baño a base de avena, incluye tratamiento antipliegues y acaba con un masaje a base de bálsamos súper hidratantes. Otros tratamientos del centro son *The carrot and sesame body buff* (160 €), que incluye masaje con pulpa de zanahoria y aceite caliente, llovizna de leche tibia con un toque de miel, envoltura suavizante, *peeling* con sal marina y semillas de sésamo y ducha Vichy; o *The Ginger rub* (200 €), energizante fricción con raíz de jengibre y aceites esenciales detox tibios, cálida envoltura y masaje de 100 minutos.

WWW.BLISSBARCELONASPA.ES

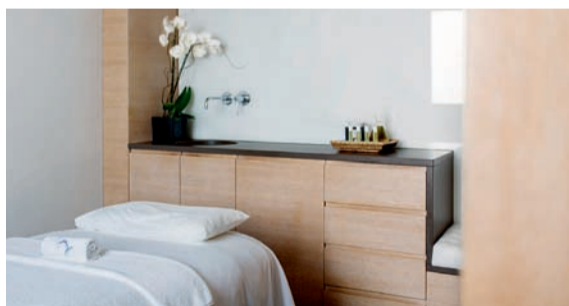


SPA BY VALMONT

Uniformidad de la tez

UN EDIFICIO señorial de la zona alta de Barcelona (calle de Pomaret, 14) esconde uno de los espás de la casa de alta cosmética suiza Valmont. Allí aplican el nuevo protocolo Eclat des Glaces, destinado a devolver a la tez su pureza y frescura, sin agredirla, mejorando su textura y con una acción antiedad global. Inspirado en la tradición asiática, el tratamiento va más allá de los rituales de belleza conocidos, por su aplicación y por la eficacia del producto utilizado (solo cosmética de la gama Expert of Light). Recomendado para quienes deseen controlar los desórdenes pigmentarios, incluso para las pieles más frágiles y delicadas. Precio: 245 € (90 minutos).

WWW.EVALMONT.COM



ESPÁ DEL HOTEL MAJESTIC

Prestigioso médico

ES EL ÚNICO espá catalán que aplica el tratamiento del doctor Perricone, famoso en España por ser la reina Letizia una de sus seguidoras. Su programa holístico está basado en tres pilares. Por un lado, su línea de cosmocéticos tópicos, asociados a diversos tratamientos en cabina –como el Detox & antiox chloro plasma o el Olive & chia, cuyos precios son de 145 € (90 minutos)–, que tratan las pieles sensibles o apagadas, los poros dilatados, la textura irregular o la sequedad. La tercera pata de este protocolo es la asesoría nutricional, con dos dietas (una rápida, de tres días, y otra de 28), en la que el Perricone recomienda los alimentos más adecuados para cada cual.

WWW.HOTELMAJESTIC.ES



MAYAN LUXURY SPA

Viaje al pasado

NADA MÁS ENTRAR, sonidos, rituales y técnicas tradicionales transportan hasta el mundo maya al cliente que accede al espá del Hotel Palace Barcelona. Entre los tratamientos destacados –solo hace falta ver el precio, 425 €– está el Mayan escapada de lujo, cuya duración es de tres horas y media y se realiza en la cabina vip. Comienza con unos minutos de temazcal (sauna prehispánica de construcción artesanal) y una ducha con cromoterapia, seguida de un exótico *peeling* de arena negra de Tahití, que deja la piel sedosa y radiante. Prosigue con un tratamiento de hidroterapia y, tras un descanso con frutas tropicales, el ritual Signature Mayan Luxury.

WWW.HOTELPALACEBARCELONA.COM

ROPA DE TRIAL PARA SUBIR A LO ALTO DEL PODIO

TEXTO DE XAVI DATZIRA

EQUIPAMIENTO || Catalunya es una gran potencia en trial, y sin duda debe ser porque hay algo impreso en el ADN de sus pilotos. Si no, no se explica la aparición de corredores como Toni Bou, que se ha proclamado 16 veces campeón del mundo de trial, repartidas a partes iguales entre las modalidades *indoor* y al aire libre. O Adam Raga, con seis campeonatos, o el mismo Jordi Tarrés, uno de los pioneros.

Igual que los pilotos catalanes suelen estar en lo alto del podio, también lo está la marca Hebo, especializada en equipamiento para las disciplinas de trial y enduro, que viste a la mayoría de los corredores de primera línea. Y en un deporte como este, la ropa técnica debe estar a la altura de la dificultad de las maniobras sobre las dos ruedas.

Una de las novedades para esta temporada es la camiseta Tech 10 (51,90 euros), fabricada en poliéster 100%, transpirable y de secado rápido. Diseñada a partir de un nuevo patrón de medidas más reducidas, cuenta con paneles microperforados en antebrazos y espalda para una mayor ventilación. Su estampación con tecnología de sublimación aumenta la resistencia del color.

El conjunto se completa con los pantalones Tech 10 (134,90 euros), fabricados un 90% en poliéster, mientras que el 10% restante corresponde a filamentos de elastómeros, que proporcionan elasticidad en todas direcciones. Tienen un doble cierre en la cintura y en el interior de la rodilla lleva una protección acolchada para evitar quemaduras con el tubo de escape.

MÁS INFORMACIÓN:

WWW.HEBO.COM



Conservar el tacto en cualquier condición

GUANTES || En trial, las manos deben conservar toda su precisión, por eso los guantes tienen una especial importancia en el equipamiento de cualquier piloto. Tanto los guantes Baggy II como los Toni Bou Réplica (unos 39,90 euros) están fabricados con nylon de alta resistencia, combinado con otros materiales que permiten una buena transpiración. Para la zona de la palma de la mano se utiliza Nanofront, un tejido de alta tecnología y de alto agarre en condiciones secas o incluso de lluvia, proporcionando al piloto en todo momento el tacto necesario. Se ajustan a la muñeca mediante cierre de velcro en goma micro inyectada. En el caso de los Baggy, se añaden inserciones de goma micro inyectada y neopreno en la zona de los nudillos para una mayor protección.



Ligeros pero firmes

CABEZA || El casco de trial debe ser ligero, pero también garantizar la máxima protección. En el primer caso, se trata del casco oficial del equipo Montesa-Honda-Repsol, fabricado en material termoplástico ABS y con dos medidas de calota para un mayor confort en cada talla. Dispone de una pantalla interior intercambiable fabricada en policarbonato con tratamiento antirayaduras. Cuesta 135,90 euros.

El segundo es el Carbon 2, uno de los más ligeros de su categoría por su fabricación en fibra de carbono. Las entradas frontales y tres salidas posteriores proporcionan una corriente interna para mantener el frescor. 294,90 euros.



Capas de protección

TREN SUPERIOR || A la hora de vestir el tren superior, hay que tener en cuenta diversas capas. La primera es una protección como la camiseta sin mangas XTR (79,90 euros), homologada en pecho y espalda y completamente desmontable para su uso por separado y para el lavado. Su tejido compresivo Sweat Breaker es elástico en las cuatro direcciones, transpirable y de secado rápido.

Para los días más fríos, se puede completar el equipo con la chaqueta Windtex Light (89,90 euros), fabricada con poliéster de alta tenacidad y membrana cortavientos. Las cremalleras cuentan con tiradores largos para su uso incluso con guantes.

Adaptadas al pilotaje

CALZADO || Las botas de trial Hebo Technical, muy valoradas por los pilotos, experimentan una nueva evolución. Están fabricadas en piel Crazy Horse de entre 2,4 y 2,6 milímetros de grosor, de máxima calidad y con un tratamiento repelente al agua y forro interior con membrana resistente al agua. Una de sus novedades principales es que están diseñadas con una horma más plana, que permite una mayor adaptación al tipo de pilotaje actual. También tienen un nuevo diseño del protector frontal delantero, mientras que se han ampliado las zonas de pliegue. Son confortables y se colocan fácilmente. 249,90 euros.

Para obtener **resultados** en el gimnasio ya no hace falta pasarse horas y horas levantando pesas. Entrenamientos de **alto rendimiento** como la electroestimulación o el 'crossfit' incrementan la eficacia de los ejercicios y también la motivación de los que los practican, algo fundamental para que no se acaben abandonando los retos marcados debido a la falta de avances, tiempo o diversión.

Un mayor nivel de intensidad

TEXTO DE EDUARD PALOMARES

MARC MEDINA



EL HUECO para ir al gimnasio suele estar enclavado entre las responsabilidades laborales y familiares, así que mejor aprovechar el tiempo al máximo. Una buena fórmula para ello son las actividades de alta intensidad, que los gimnasios DiR están comenzando a introducir. Por ejemplo, el entrenamiento con electroestimulación, en club Up&Down, o el CrossDiR, que combina diversas disciplinas, en el centro de Maragall.

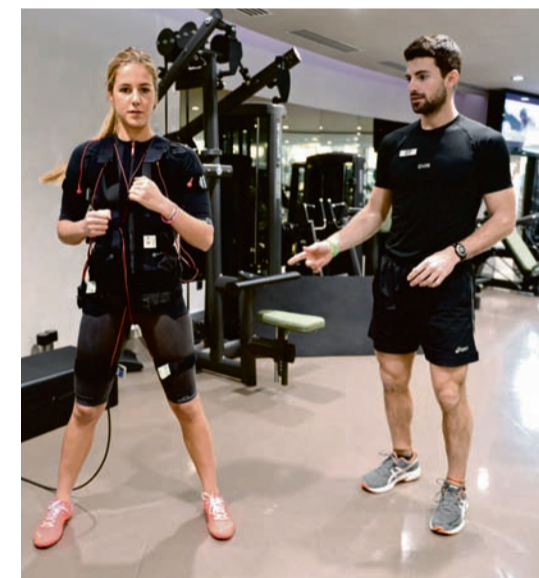
En el primer caso, se trata de una modalidad de 20 minutos por sesión pensada para llegar a aquellas capas musculares de profundidad que son más difíciles de activar por medio del entrenamiento convencional. Para ello se utiliza un chaleco con electrodos, de tal manera que se combinan una serie de ejercicios con descargas eléctricas, lo que multiplica el esfuerzo y ahorra tiempo. Además, evita la sobrecarga de las articulaciones y favorece el trabajo de pérdida de peso, tonificación y reducción de la celulitis.

El club DiR Up&Down se convierte así en el primer centro de *fitness* de Barcelona que ofrece a sus socios este tipo de entrenamiento, que busca mejorar la fuerza y la condición física utilizando impulsos de corriente eléctrica, siempre desde el enfoque de la personalización. "Hay personas que notan los resultados antes que otras, pero la mayoría percibe cambios en su cuerpo tras 10 sesiones. Si añadimos una buena alimentación el cuerpo lo agradecerá y los cambios serán más evidentes", explica Toni Subirats, entrenador personal de DiR.

AL MÁXIMO. Por su parte, el centro DiR Maragall ha abierto las puertas de su nueva sala orientada al CrossDiR, una actividad de una hora de duración que permite ejercitar al máximo el cuer-

po con la combinación de ejercicios gimnásticos, metabólicos y de levantamiento olímpico y pesas. Mediante entrenamientos en grupo, con un alto contenido motivacional, se busca mejorar diversas capacidades físicas a la vez como la fuerza, la resistencia, la velocidad, la agilidad y la coordinación.

A pesar de ser un entrenamiento que se lleva a cabo conjuntamente con otros usuarios, cada individuo "adapta el peso y la intensidad a sus necesidades", tal y como recalca Marta Brichs, especialista en CrossDiR. Y aunque no se trata de una competición estricta, sí que se busca fomentar la superación. "Se intenta competir de forma sana entre los participantes para mejorar la calidad del entrenamiento. Este dinamismo crea un *feeling* que no se produce en otras modalidades", concluye.



MARC MEDINA

MÁS INFORMACIÓN
WWW.DIR.CAT

SIETE NUEVAS PISTAS CUBIERTAS

Pádel 'indoor' en Sant Cugat



Desde el pasado mes de diciembre ya se puede practicar pádel bajo techo en Sant Cugat del Vallès, después de la inauguración del Sant Cugat Pádel Indoor de DiR (www.santcugatpadelindoor.com). La instalación cuenta con siete pistas cubiertas, cinco de ellas para disputar partidos en parejas y dos para entrenamientos individuales. Ubicado detrás del club DiR de la localidad vallesana, dispone de comedor, vestuarios y zona de descanso.

PISCINA DIAGONAL DiR

Un respiro en la jungla urbana



Como si se tratara de un oasis, la piscina del centro Diagonal DiR se abre un hueco entre la jungla urbana para ofrecer dos carriles de 50 metros y 12 carriles de 25 metros. Además de una zona de césped con hamacas, cañones de agua, hamacas térmicas, hidromasaje, zona de natación a contracorriente y vestuarios. En otoño e invierno permanece cubierta, hasta que a mediados del mes de junio se abre la cúpula y se convierte en una popular zona de aguas al aire libre.

La plaza está llamada a convertirse en un nuevo centro neurálgico, gracias al **soterramiento del tráfico** y a la futura creación de una gran zona verde. Hasta entonces, se han creado **espacios provisionales** que vale la pena conocer.

Glòries ya se disfruta

TEXTO DE XAVI DATZIRA

Hace poco más de un año que comenzó la deconstrucción del anillo viario de la plaza de las Glòries, una de las obras más ambiciosas de los últimos años en Barcelona, que debe convertir esta zona en un nuevo centro neurálgico de la ciudad. Eso sí, las previsiones indican que la gran mayoría de las actuaciones no estarán terminadas hasta el 2018. ¿Significa eso que este espacio urbano permanecerá ajeno a la vida ciudadana hasta entonces? La respuesta es no, ya que no solo existen toda una serie de equipamientos totalmente operativos, sino que se han urbanizado diversas zonas de forma provisional, ofreciendo algo tan poco habitual en plena metrópolis como umbráculos, zonas ajardinadas con gran diversidad de árboles y plantas y áreas para practicar deporte.

El objetivo es doble. Por un lado, preparar el terreno para el proyecto definitivo que ocupará la superficie de las Glòries, una gran área verde bautizada bajo el nombre de Canòpia Urbana, y reutilizar parte de la vegetación y materiales de la antigua plaza. Por el otro, que los ciudadanos puedan disfrutar desde ya mismo de este espacio urbano, que ha dejado de ser un coto privado para los vehículos para retornar a manos de los peatones. En este sentido, los vehículos circularán por diversos túneles soterrados, uno de los cuales ya ha sido adjudicado para su construcción.

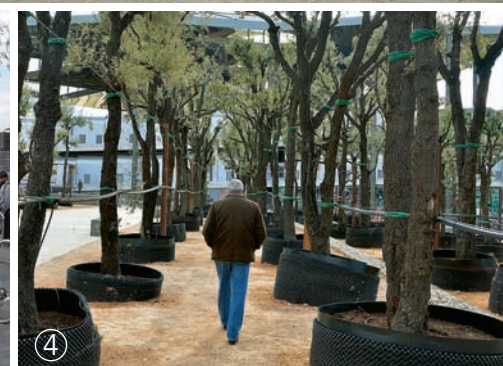
Desde el pasado diciembre están operativos los espacios temporales correspondientes al lado mar, mientras que a finales de este mes de marzo se abrirán al público los situados en el lado montaña. En el primer caso destaca el umbráculo situado delante del

edificio del Disseny Hub Barcelona (DHUB), pensado como un punto de encuentro protegido tanto de la lluvia como del sol, mediante un sistema de tensores, lonas interiores de colores y una lona exterior blanca, que recrean un juego de luces. Esta pérgola se ilumina de forma autosuficiente, tiene un espacio reservado para la proyección de información y, además, juega con un elemento innovador: a través de la aplicación Eyeborgapp (www.eyeborgapp.com), diseñada por el artista Neil Harbisson, se identifica cada color de la lona con un sonido. Alrededor del DHUB, además, se han instalado tumbonas y sillas para tomar el sol.

200 ENCINAS. También llama la atención el bosque de encinas que se levanta frente a los nuevos Encants Vells, formado por los cerca de 200 árboles de esta especie que estaban plantados en el interior del antiguo anillo, que ahora quedan a la espera de su ubicación definitiva. Este jardín provisional está pensado para pasar el rato o caminar y cuenta con tres mesas de *picnic* y una zona de cuentacuentos y canciones. Al lado se ha ubicado un punto de información turística, alquiler de bicicletas y espacio de exposición. En el lado mar de las nuevas Glòries también se extiende otra zona ajardinada, con árboles y plantas que formarán parte de la futura Canòpia Urbana.

A finales de mes también se podrá aprovechar la zona situada en el lado montaña, donde se ha puesto el acento en los usos deportivos y la creación de espacios de acogida para diversas actividades ciudadanas. Así, por un lado, se ha habilitado un área sociodeportiva en la superficie anteriormente

DIVERSAS ZONAS AJARDINADAS OFRECEN A LOS CIUDADANOS UN LUGAR DE REPOSO POCO HABITUAL EN LA METRÓPOLIS



JORDI CASAÑAS

PARA USO CIUDADANO. Frente al DHUB se sitúan el umbráculo de colores (1) y la zona de tumbonas (2). Tocando a la Diagonal, el espacio ajardinado (3) y junto a los Encants, el jardín de encinas (4).

ABIERTOS AL CIUDADANO

La nueva era de la plaza de las Glòries también viene de la mano de sus equipamientos municipales. Los que sobresalen por su impacto visual son el Disseny Hub Barcelona, que ejerce ya como espacio de referencia del mundo del diseño en la capital catalana, y los nuevos Encants, que se despliegan desde septiembre del 2012 bajo una innovadora cubierta.

En cuanto a servicios para los ciudadanos, el Centre Cultural La Farinera del Clot programa una gran diversidad de talleres y actividades. También la Biblioteca El Clot Josep Benet, que está integrada en el edificio del DHUB. A poca distancia también se encuentran el Teatre Nacional de Catalunya y el Auditori.

dedicada a la circulación de vehículos, donde se situarán cuatro nuevas áreas de juego infantil, mesas de pimpón y futtoc (con balón de fútbol), elementos de estiramientos y gimnasia suave, dos pistas de atletismo, una pista polideportiva y dos de voleibol, así como un ajedrez de grandes dimensiones.

En el área donde se ubicaban los antiguos Encants aparece ahora un gran prado de vegetación mediterránea, con caminos interiores y zonas dedicadas a acoger actividades lúdicas y culturales. Un lugar para respirar que dará color todo el año y creará una imagen agradable para compensar el trajín de las obras. Finalmente, se ha dedicado un espacio para que actúe de vivero, donde se han plantado todo tipo de especies arbóreas y arbustivas singulares, que formarán parte de la futura Canòpia Urbana. Cumple con funciones pedagógicas y, al mismo tiempo, un camino interior franquea el paso para todo aquel que quiera aislarse de la ciudad por un rato. **X**

UN SALMÓN SOLO APTO PARA LOS PALADARES MÁS DISTINGUIDOS

TEXTO: ÁNGELA PLAZA

DELICATESEN || Conservar todos los matices del sabor de un alimento como el salmón es una sabiduría al alcance de pocos, pero potenciar su sabor y convertir su degustación en toda una experiencia gastronómica es un reto del que solo ha salido airoso Ahumados Domínguez, casa pionera de esta técnica en España que, en 1960, marcó un antes y un después en el sector. Sin lugar a dudas es un regalo ideal para los paladares más inquietos.

La técnica para conseguir un salmón ahumado con un marcado sabor aromatizado es uno de los secretos mejor guardados de Ahumados Domínguez. De su proceso de elaboración solo se conoce que dura cinco días. Un método que brinda al salmón un sabor repleto de matices, con suavidad, tersura y sutileza en el paladar.

No hay que olvidar que uno de los valores añadidos de este producto también es su corte, que potencia su sabor y facilita su degustación. En una continua búsqueda de la excelencia, los cortadores se forman en este arte durante más de una década. Toda la experiencia adquirida a lo largo de los años también ha servido a la empresa, de carácter familiar, para ampliar su gama de productos y, a día de hoy, su buen hacer también permite degustar, con los mismos estándares de calidad, salmón marinado y bacalao ahumado.

Actualmente, Ahumados Domínguez cuenta con nueve tiendas gourmet distribui-

das en Barcelona, Madrid y Lisboa y situadas en el interior de los supermercados de El Corte Inglés e Hipercor. En estos espacios, se pueden adquirir los productos al corte, lo que aporta más frescura al resultado final. Otro de los servicios que se ofrece en las tiendas físicas con el objetivo de potenciar la experiencia gourmet es el asesoramiento individual y personalizado. De este modo, el cliente podrá llevarse a casa el producto que mejor se adecue a sus necesidades gastronómicas.

Tras 55 años de trayectoria, Ahumados Domínguez no ha dejado de expandir el sabor aromatizado de sus productos pudiéndolos encontrar en los mejores restaurantes y tiendas especializadas, no solo dentro del territorio español, sino también en Portugal, Italia, la República Checa y Colombia. Siempre, eso sí, sin perder su frescura para poder disfrutar de los ahumados manteniendo esa sensación de recién elaborado.

El salmón, el producto estrella de la empresa y el que ha dado a Ahumados Domínguez su sello de distinción, se puede adquirir en diversos formatos. Para los paladares más selectos, el lomo de salmón ahumado *Suprême* sobre *blini* con salsa fresca nórdica es la elección perfecta. El precio ronda los 12 euros, para el sobre de 250 g, y la bolsa de 30 *blinis* tiene un importe de 3,60 euros.

MÁS INFORMACIÓN:

WWW.AHUMADOSDOMINGUEZ.ES



Ecológicas y de proximidad

INFUSIONES || Todo el encanto y la personalidad del Mediterráneo capturados en una infusión. La empresa gerundense Alma, especializada en infusiones ecológicas y de proximidad, ha lanzado la gama *Mediterranea Experience*. Inspirada en los tres elementos, cada combinación tiene su fun-

ción. Tierra equilibra el cuerpo y la mente, Mar depura el organismo y Aire relaja y calma los sentidos. Las infusiones se pueden adquirir por separado, a 5,78 euros/unidad, o al completo, por 17,60 euros el pack.

MÁS INFORMACIÓN:

WWW.ALMAHOME.ES



Un clásico directo a la mesa

PULARDA || ¿Platos gourmet para disfrutar en casa sin pasar por la cocina? Esta es la filosofía de Selectium Chef que, tras su experiencia como proveedores para empresas del mundo de la restauración, se han lanzado al mercado particular con platos con ingredientes de primera calidad y listos para

consumir. Su plato estrella es la pularda asada rellena de foie, setas, manzana y pistachos con salsa de ciruelas de Oporto. Un manjar digno de cualquier chef, al alcance de los menos hábiles a los fogones. 79,95 euros.

MÁS INFORMACIÓN:

WWW.SELECTIUMCHEF.COM



Zapatos dulces y con estilo

CHOCOLATE || Unir pasiones aparentemente dispares puede dar lugar a resultados sorprendentes. Este es el caso de Azra Chocolates, que funde en un solo producto dos elementos por los que muchos pierden la cabeza: los zapatos y el chocolate. Elaborados a mano, en el Reino Unido, con

chocolate belga, los zapatos de Azra Chocolates son el regalo perfecto para aquellos con alma de Carrie Bradshaw. Nunca fue tan fácil hacerse con unos Louboutin sin arañar en exceso el bolsillo. 82,62 euros.

MÁS INFORMACIÓN:

WWW.AZRACHOCOLATES.CO.UK



DESTILADOS PARA DEGUSTAR LOS MOMENTOS A RITMO PAUSADO

TEXTO: ÁNGELA PLAZA

'PREMIUM' || Son los compañeros ideales de reuniones largas con la conversación como protagonista. Nuestra selección comienza con el licor Koreano Ginseng (32,67 euros), la única bebida destilada a partir de esta raíz, que llega a España de la mano del Grupo Iberochina. Este licor, con el ginseng como base, incluye ingredientes como el caramelo, el azúcar y el alcohol. Los amantes del gintónico pueden dar un paso más en su búsqueda del combinado perfecto con Brockmans Gin (36 euros). Esta ginebra inglesa tiene un sabor refinado y clásico, pero con un punto atrevido. Para los que se decantan por el whisky, la destilería The Balvenie presenta Doublewood (96

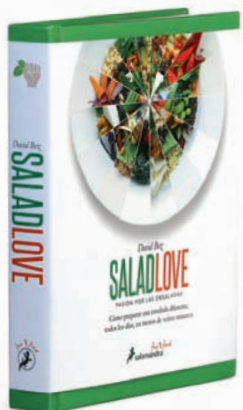
euros), un whisky único de doble maduración y de 17 años. Se distingue por sus notas de vainilla intensa, manzana verde y tofe, que conforman una bebida de gran complejidad. Por último, un ron de calidad reconocida a nivel mundial, el Ron Diplomático Reserva Exclusiva (entre 35 y 37 euros). Madurado en barrica durante 12 años, su principal característica es que combina aromas de madera, fruta seca y miel.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.IBEROCHINA.COM
WWW.BROCKMANSGIN.COM
WWW.THEBALVENIE.COM
WWW.GLOBALPREMIUMBRANDS.ES

Fórmula con sabor a mar

PAN || Toda la esencia y el sabor del mar dentro de un panecillo de corteza firme y miga blanca. Wakame, lechuga de mar, alga dulce y judía verde son los cuatro tipos de algas con la que se produce el nuevo pan de algas con agua marina de Macxipan. Elaborados con masa madre, en el obrador de la calle Calvet, de Barcelona, los panes se pueden degustar solos o acompañando pescado o marisco. 1 euro/unidad.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.MACXIPAN.COM



Cocina saludable

ENSALADAS || Romper con la rutina de los bocadillos y los menús de batalla resultará más fácil con *Salad Love*, del gurú de las ensaladas y la dieta saludable David Bez. Publicado por Ediciones Salamandra –dentro de su colección Fun & Food–, el libro recopila 260 recetas de ensaladas sanas a la par que deliciosas. Ya no quedan excusas para dejar de añadir más verde a nuestra dieta. 23 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.SALAMANDRA.INFO

El corazón de las nueces

ACEITE || Los recuerdos de la infancia, entre los olivos de Tivissa, son el motor que dio el impulso para crear Azada, una empresa dedicada a la elaboración de aceites de gran calidad y sabores singulares. El aceite de nuez, producido con nueces aragonesas de primera calidad, se obtiene mediante presión en frío del fruto para obtener aceite 100% virgen. La lata de 250 ml vale 16,50 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.AZADA.ES

Explosión de matices

SAL || Sazonar un producto con la sal adecuada puede realzar y potenciar los bondades de un plato. Para añadir ese toque diferencial a nuestra cocina, Soso Factory ha lanzado una gama de sales con variedad de aromas y matices, que permiten aportar a nuestras creaciones culinarias sabores como la brasa, la pimienta ahumada o la mandarina con especias. Entre los 7 y los 9 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.SOSOFACORY.COM

Aperitivos de vacuno

'SNACKS' || Kudu Biltong es el primer aperitivo gourmet de ternera, marinado con especias mediterráneas. Elaborado artesanalmente en España siguiendo una receta sudafricana, tiene solo un 5% de materia grasa y cuenta con ingredientes de primera calidad, como la ternera del Pirineo catalán. Su padrino, Ferran Centelles, fue sumiller de El Bulli durante más de 10 años. 2,95 euros/bolsa.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.KUDUBILTONG.EU

La esencia del gusto irlandés

ARTESANOS || La importadora Caro Import amplía su gama de productos con chocolates y bombones rellenos de crema de Guinness y Baileys. Dos sabores inconfundiblemente irlandeses que ahora también se pueden degustar combinados con chocolate. Los bombones suman calidad y singularidad porque están elaborados de manera artesanal, con lo que no hay dos bombones o chocolates iguales. 9,95 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.CAROIMPORT.COM

De la viña al aula

Nace la Wine Business School en Vilafranca del Penedès, que imparte formación empresarial avanzada adaptada al sector del vino

TEXTO DE EDUARD PALOMARES

LAS BODEGAS catalanas, la mayoría de ellas de pequeño formato, suelen dominar todos los aspectos relacionados con la viticultura y la enología. Conocen la tradición y han incorporado las aportaciones tecnológicas, saben extraer el máximo partido de las variedades de uva autóctona y expresan la esencia de su denominación de origen. Es decir, son especialistas en elaborar buenos vinos. Pero actualmente esto no es suficiente para ser competitivos y, por ello, deben dominar toda una serie de aspectos empresariales relacionados con las ventas, la diversificación de mercados, la construcción de la marca, la exportación, el márketing, el comercio electrónico... Para intentar aportar conocimiento en este terreno se acaba de poner en marcha la Wine Business School, en Vilafranca del Penedès, cuyo principal objetivo es incrementar la competitividad del sector vinícola catalán.

Su primer curso especializado se centra en la internacionalización, y en los próximos meses comenzarán otras propuestas formativas de corta duración centradas en aspectos como el análisis de mercados y la estrategia de ventas o las posibilidades del entorno digital. “La industria vinícola catalana es muy dinámica, pero desde la escuela queremos avanzar en el concepto de pasar de ser bodegas a ser también empresas. En ese sentido, recogemos una demanda del sector, que se siente muy cómodo en cuestiones enológicas, pero que identifica como su principal reto la parte relacionada con los negocios”,

explica Guillermo Gil, director de la WineBS (www.thewinebs.com), impulsada por una fundación formada por, entre otros, el Institut Català de la Vinya, diversas DO, Freixenet y Torres.

VENDER MEJOR. Mediante una formación especializada y transversal, el centro pone el foco de atención en la profesionalización de las bodegas a través de una gestión empresarial innovadora y avanzada. De hecho, esto se puede aprender de forma genérica en cualquier escuela de negocios, pero ninguna cuenta con unos estudios vinculados de forma concreta al mundo del vino, con sus particularidades, como el hecho que de un total de unas 450 bodegas, el 80% son micro-pymes. Y esto es lo que pretende la WineBS, es decir, “adaptar su formación a las necesidades y también a la disponibilidad de los profesionales”, con el fin de mejorar la competitividad de las bodegas. Es decir, profundizar en un aspecto clave hoy en día: cómo vender mejor.

Algunos de los cursos son 100% propios y otros en colaboración con universidades y escuelas de negocio como EADA, para impulsar la investigación especializada en el mundo del vino. Así, la escuela inicia su andadura paso a paso, con el objetivo de ir incrementando su intensidad formativa. “En esta fase inicial ofrecemos cursos especializados para profesionales. Iremos viendo la evolución y sumando contenidos para plantearnos la creación de un posgrado y quizás un máster. Incluso a largo plazo se podría crear un campus especializado en Vilafranca”, plantea Gil. **X**

LA SELECCIÓN

Características irrepetibles

BODEGA HABLA || Incorporada al sello Elite Gourmet, esta bodega extremeña elabora vinos tintos intensos y característicos, irrepetibles (cada edición tiene su número) y embotellados en cristal negro italiano. El Habla nº12 expresa la esencia de la uva syrah, con su color granate y gran amplitud en nariz con aromas de frutas exóticas y toques florales. Unos 20 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.BODEGASHABLA.COM



Un blanco con medalla de oro

TOMÀS CUSINÉ || El blanco Finca la Serra 2013, enmarcado en la DO Costers del Segre, ha obtenido la medalla de gran oro en el último concurso Catavinum. Uvas chardonnay seleccionadas y una media fermentación en barricas de roble francés durante 6 meses han permitido obtener un vino marcado por su finura y profundidad. El precio es de 20,20 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.TOMASCUSINE.COM



El fruto de una buena maduración

BODEGAS RODA || La añada del 2009 en la DO calificada Rioja fue excelente a nivel climático, lo que ha permitido la maduración perfecta de sus reservas. Un ejemplo es este vino de gran complejidad, con crianza de 16 meses en bodega y 30 meses en barrica de roble francés y 30 meses en botella. Intenso en nariz con aromas a fruta roja. En boca tiene volumen y frescura. 30 euros.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.RODA.ES



ESENCIA DE LA TIERRA. Viñedos de la bodega Álvaro Palacios, en el Priorat.

Según la última publicación 'Estadísticas de turismo en Barcelona y comarcas', para los visitantes extranjeros la oferta gastronómica de la capital catalana merece un 8,4 (sobre 10 puntos). La relación calidad-precio y, sobre todo, la diversidad de tipos de cocina y establecimientos atraen por partes iguales. Para los barceloneses, por su parte, es un incentivo que constantemente se inauguren nuevos restaurantes.

Esta página recoge tres de las más recientes y sonadas aperturas.

Buen menú

TEXTO DE ALBERTO GONZÁLEZ



CHAPEAU

Distinción en un selecto club de fumadores

UNA ANTIGUA vaquería del siglo XIX reconvertida, con elegancia y singularidad, en un restaurante que conserva la esencia industrial de sus orígenes. Esta es la idea de partida de Chapeau, nuevo establecimiento del distrito de Les Corts (Déu i Mata, 139-141), que nace con aires de distinción. Primero, por su aparcacoches, que ataviado con bombín, facilita una llegada despreocupada a los comensales. Segundo, porque es también la sede del Club Epicur Internacional, donde los clientes pueden fumar y encontrar la mejor carta de puros de la ciudad (la última tecnología en depuración de aire mantienen el ambiente libre de humo). Tercero, por la suprema calidad del producto, seleccionado personalmente por el chef. La amplia carta se exhibe en la cocina tradicional, pero con guiños actuales. Sorprenden sus excelentes carnes, los platos de cuchara como la bullabesa, los tartares (elaborados frente al cliente) de carne de solomillo, de atún rojo de almadrana o de salmón; o los mejores pescados frescos de lonja. Los más sofisticados también pueden disfrutar de un buen jamón ibérico de bellota, foie o caviar salvaje de beluga. Para finalizar, el restaurante dispone de helados, sorbetes y repostería hechos en casa casera, además de quesos afinados de autor.

WWW.CHAPEAUBARCELONA.COM



YUBARI RESTAURANT

Pescado vivo, dentro y fuera de la pecera

HISTÓRICAMENTE, la cocina japonesa se ha vinculado con una opción culinaria para todos los bolsillos. Es por eso que la llegada de Yubari fue tan aplaudida por los clientes más sibaritas (Diagonal, 339). El nuevo restaurante eleva a otro nivel la experiencia gastronómica nipona, en un local que también destaca por su interiorismo: el comensal degusta los platos rodeado de árboles, rocas, maderas naturales, cascadas o un fondo marino. Además, el estudio Arqint –responsable del proyecto– ha introducido efectos de sonido, visuales e incluso olfativos.

En los platos, fabricados en Kioto, los comensales hallarán una buena muestra de las especialidades japonesas, desde su versión más tradicional a la más vanguardista. El producto se selecciona con la calidad como prioridad: prima el pescado fresco de Mercabarna, aunque no se descarta buscar fuera otras piezas más excepcionales como el chutney de yuzu, el miso blanco, el wasabi y jengibre frescos, el bacalao negro de Alaska, el caviar beluga, el bogavante kamameshi o la carne de wagyu. A los tradicionales sashimi, sushi y makis, se añaden otros preparados aún más auténticos, como la robata (parrilla japonesa al carbón). Las 120 referencias de su bodega o los cócteles orgánicos son el acompañante ideal.

WWW.YUBARIRESTAURANT.COM



CACHITOS DIAGONAL

Conglomerado de distintos ambientes

TRAS LA EXPERIENCIA del Cachitos Rambla, el grupo Costa Este repite concepto en Cachitos Diagonal, haciendo coincidir la inauguración del establecimiento con el fin de las obras de la avenida barcelonesa. Estrella Saliotti y Pepe López firman un interiorismo marcado por la madera, la forja, la cerámica o el cemento, donde uno puede degustar unas tapas de forma informal, una comida o cena solemne o unos cócteles. Los diferentes espacios –desde la barra central, a la de crudos (para tartares o marisco) o el pequeño patio de aire andaluz– favorecen esta versatilidad.

En los fogones se trabajan los productos frescos sobre la base de la cocina típica española, terreno en el que el chef José Miguel Manzanal se mueve con fluidez: las albóndigas caseras, las croquetas de jamón ibérico o la ensaladilla rusa pueden parecer preparados poco elaborados. Pero hacerlas ricas ricas –como las de casa– no es fácil. Tampoco lo es encontrarle el punto a los arroces, a los pescados frescos de lonja o a otros platos más creativos, como los canelones de foie y trufa. Y Cachitos Diagonal lo consigue. La bebida estrella de la casa es la sangría, de la que se pueden encontrar hasta 55 tipos diferentes y una selección *premium*.

WWW.CACHITOSDIAGONAL.COM

HOSTAL EMPÚRIES

Propuesta sostenible

TEXTO DE ALBERTO LARRIBA



LA PLAYA DEL PORTITXOL es una de las más bellas de la Costa Brava. Situada en un entorno privilegiado, rodeado de naturaleza, alberga el Hostal Empúries, un referente del turismo sostenible, basado en la responsabilidad social y ecológica, que ofrece a sus huéspedes una experiencia memorable. En dicho enclave también se encuentran las ruinas del primer asentamiento grecorromano de la península Ibérica.

Recientemente, el alojamiento ha llevado a cabo una profunda renovación de sus 53 habitaciones. La diseñadora Pilar Líbano ha sido la encargada de dirigir la reforma. Ahora, las estancias lucen suelos hidráulicos en la entrada y cuarto de baño, y parquet en la zona de dormitorio. También se ha mejorado la insonorización con el uso de lana de oveja natural. La iluminación es indirecta gracias al uso

de tecnología led y hornacinas, y se ha optado por el mármol para pavimentar las terrazas. Cabe recordar que el Hostal Empúries fue el primero de toda Europa en conseguir la certificación LEED Gold.

La gastronomía y el bienestar son otras dos buenas razones para visitar este bello rincón del Empordà. El chef Rafa Peña, responsable de Gresca (Barcelona), presenta una cocina saludable y nutricional con vistas al Mediterráneo en el restaurante Villa Teresita. Con el mismo espíritu, el Bistró de Mar dispone de una propuesta más dinámica e informal. Por su parte, el espá del hostel cuida la salud del huésped poniendo a su disposición un amplio abanico de terapias naturales. **X**

MÁS INFORMACIÓN:

PLATJA DE PORTITXOL (L'ESCALA, GIRONA)
WWW.HOSTALEMPURIES.COM

THE SERRAS

Discreto y elegante

LA FACHADA MARÍTIMA de Barcelona estrena un nuevo monumento. Se trata del Hotel The Serras, un cinco estrellas de lujo ubicado frente al puerto en un punto estratégico del casco histórico de la ciudad. Con vistas al Mediterráneo y al barrio Gòtic, el establecimiento ocupa las dependencias de un edificio señorial construido en 1846 por el arquitecto de la plaza Reial, Francesc Daniel Molina, que alojó el primer estudio de Pablo Picasso en la capital catalana.

Hasta finales del siglo XX, el inmueble fue la sede de una naviera. Y ahora inicia una nueva etapa de la mano de Jordi Serra reconvertido en hotel

boutique. El proyecto de transformación ha preservado los elementos constructivos y estilísticos más significativos del clasicismo romántico. El resultado es un alojamiento discreto pero elegante, con un diseño exclusivo, fresco, urbano y ecléctico que aúna la Barcelona marina con la Barcelona histórica y popular.

The Serras cuenta con 30 habitaciones, 11 de las cuales son suites. Marc Gascons, chef galardonado con una estrella Michelin por el restaurante Els Tinars (Llagostera), se ocupa de la cocina del Informal, una propuesta mediterránea, catalana, fresca, joven, que apuesta por los productos de



proximidad. La oferta gastronómica se completa con las tapas, aperitivos y cócteles de la Terraza del Informal y la carta, con platos más ligeros, de The Rooftop, ubicado en la azotea del hotel. En la primera planta, tipo *loft*, se encuentra Le Nine Bar, un espacio

tranquilo, relajado, dinámico y cosmopolita, ideal para celebrar eventos, presentaciones y fiestas privadas. **X**

MÁS INFORMACIÓN:

PASEO DE COLOM, 9 (BARCELONA)
WWW.HOTELTHESERRASBARCELONA.COM

YURBBAN TRAFALGAR

Moderno y urbanita



YURBBAN HOTELS es la nueva cadena de hoteles de la empresa catalana Smart Rooms Company, especializada en alojamientos para turistas y estudiantes que buscan hoteles y apartamentos para estancias cortas o residencias funcionales. Desde noviembre del 2014, la firma cuenta con su primer establecimiento en Barcelona, Yurbban Trafalgar, ubicado en pleno centro de la capital catalana.

Yurbban propone un nuevo concepto de hotel moderno y urbanita basado en un servicio personalizado, un interiorismo único, una tecnología inteligente y elementos exclusivos para que los huéspedes disfruten de una experiencia local como un auténtico barcelonés. “Queremos asegurarnos de que nuestros clientes, de cualquier parte del mundo, disfruten de Barcelona como ciudadanos locales: descu-

bran nuestra gastronomía, paseen en bici por los rincones más auténticos y se relajen con las mejores vistas de la ciudad”, explica Norma Galofré, directora de Yurbban Trafalgar.

El hotel cuenta con 56 habitaciones de cuatro tipos diferentes, gimnasio y terraza en la azotea, con piscina, zona *fitness*, bar y vistas panorámicas sobre la ciudad, además del restaurante El Panarra, donde se elabora una carta con originales platos y bocadillos preparados a base de distintos panes.

Yurbban Trafalgar también pone a disposición de los huéspedes un servicio de conserjería *on line*, con recomendaciones útiles para exprimir al máximo su estancia en Barcelona. **X**

MÁS INFORMACIÓN:

TRAFALGAR, 30 (BARCELONA)
WWW.YURBBAN.COM



Listo para competir

El nuevo deportivo de la firma alemana obtiene un gran éxito en su estreno mundial en el Salón del Automóvil de Ginebra

TEXTO DE ALBERTO LARRIBA

EL SECTOR automovilístico anuncia grandes estrenos para este 2015. Uno de los más esperados es el que se ha presentado oficialmente estos días en el Salón del Automóvil de Ginebra. Se trata del Porsche Cayman GT4, creado en la fábrica que la marca alemana posee en Stuttgart. La nueva joya de la ingeniería automovilística “es nuestro tributo a todos los entusiastas del automovilismo de competición y amantes de la potencia”, proclaman en Porsche. El bólido ofrece unas prestaciones sin precedentes: “más agarre, más tracción, más cilindrada, más empuje, más potencia”, destacan eufóricos sus creadores.

El carácter deportivo del Cayman GT4 se pone de manifiesto en el comportamiento que brinda sobre el asfalto. La prueba fehaciente de su capacidad es que rodó en 7 minutos y 40 segundos en los ensayos realizados en el circuito de Nürburgring (Alemania). Sin duda, se trata de la versión más potente de la gama Cayman.

Una de las novedades más acusadas del nuevo modelo es que la carrocería es hasta 30 milímetros más baja que la del resto de sus hermanos. La ventaja, señalan los ingenieros de Porsche, estriba en que “el centro de gravedad del vehículo ofrece un comportamiento en conducción especialmente de-

portivo”. Otro aspecto a destacar es que “las llantas de aleación ligera de 20 pulgadas en platino permiten un contacto perfecto con la carretera”. Aunque el rasgo más llamativo del nuevo Cayman GT4 reside, quizás, en el alerón fijo con soportes de aluminio de la parte trasera, que es “la más pura expresión del automovilismo de competición”, apuntan los ingenieros de la firma alemana.

PRESTACIONES. El nuevo bólido de Porsche equipa un motor de seis cilindros bóxer de 3,4 litros –idéntico al del 911 Carrera S–, que desarrolla un total de 385 CV a 7.400 rpm y acelera de 0 a 100 kilómetros/hora en 4,4 segundos. El flamante deportivo alcanza una velocidad máxima de 295 kilómetros/hora, ofrece un consumo medio de 10,3 litros cada 100 kilómetros y registra un nivel de emisiones de 238 gr/kg de CO₂.

A estas notables prestaciones hay que sumar otra tanda de avances tecnológicos que incrementan el rendimiento del Cayman GT4. Uno es el sistema variable de amortiguación Porsche Active Suspension Management (PASM), que ajusta de forma automática y continua la dureza/firmeza de la amortiguación en cada rueda en función de las condiciones de la carretera y del tipo de conducción.

FICHA TÉCNICA



PORSCHE CAYMAN GT4

TIPO MOTOR	BÓXER 3,8 LITROS
POTENCIA	385 CV A 7.400 RPM
PAR MOTOR	420 NM A 4.400 RPM
ACELERACIÓN	4,4, SEG 0-100 KM/H
VELOCIDAD MÁXIMA	295 KM/H
CONSUMO MEDIO	10,3 LITROS
EMISIONES CO ₂	238 GR/KG
PESO	1.415 KG.
DIMENSIONES	4,404 X 1,801 X 1,284 M
PRECIO	99.094 EUROS

El dispositivo ofrece dos modos de funcionamiento: normal y deportivo.

Otro componente muy valorado por los expertos es el kit aerodinámico del Porsche Cayman GT4, que destaca por su “vistosidad y efectividad”. El lote comprende un alerón trasero de grandes dimensiones, *splitter* delantero, tres tomas de aire de mayores proporciones en el frontal del vehícu-

lo, climatización del aire en el capó y difusor trasero específico.

No menos importantes son el sistema Porsche Torque Vectoring (PTV) con bloqueo transversal del eje trasero o el potente y eficaz sistema de frenado, que rinde aún más si se montan los frenos [opcionales] Porsche Ceramic Composite Brake (PCCB) con unos discos gigantes de 410 milímetros delante y 390 milímetros detrás.

100% PORSCHE. Estéticamente, el nuevo bólido de la firma alemana luce una silueta esbelta y atractiva, al más puro estilo Porsche. Por dentro, el aire deportivo se enfatiza aún más con los asientos tapizados en cuero combinados con el tejido Alcántara, aunque existe la opción de elegir unos con estructura de plástico reforzado con fibra de carbono. Cuestión de gustos.

Además, el fabricante ofrece un sinfín de alternativas para personalizar el vehículo. Por ejemplo, el *pack Sports Chrono*, que incluye la función Track Precision, un sistema inteligente que conecta el cronómetro del salpicadero con un *smartphone*.

Estos días, Ginebra [el salón cierra sus puertas mañana] acapara la atención de la industria automovilística mundial. Y la nueva propuesta de la familia Porsche, el Cayman GT4, es una de sus más rutilantes estrellas. **X**

Stuart Weitzman

DISEÑADOR DE CALZADO



El buen producto lleva al éxito

Garantizar la mejor **calidad** y **servicio** es la máxima que rige la filosofía empresarial de este maestro zapatero, que creó su primer diseño en 1967.

TEXTO DE ALBERTO LARRIBA

Conocido mundialmente como el *zapatero de las estrellas*, el diseñador norteamericano, nacido en 1942, confiesa su obsesión por “crear algo que no haya hecho nadie”. Sus modelos responden a esa filosofía. Cada temporada inventa nuevas siluetas e ingenia la horma más comfortable. Para Weitzman, “un gran zapato tiene que acariciar, adornar y adorar el pie de la mujer, encender su imaginación y hacerla sentir glamurosa”. Su asombroso instinto creativo se pone de manifiesto en las alfombras rojas de los certámenes internacionales más prestigiosos. Huelga decir que las *celebrities* se pirran por calzar sus diseños más exclusivos. Gran apasionado de su trabajo, el autor de la sandalia del millón de dólares cuenta con dos fábricas en Elda y Pretel (Alicante), cuna del buen calzado.

Usted diseña y produce sus propias creaciones. ¿Qué ventajas le reporta compaginar ambas facetas?

Involucrándome a mí mismo en la producción de los diseños siempre estoy al tanto de la ingeniería del estilo cuando estoy creando. Si bien estas dos actividades –diseñar y producir– pueden ser realizadas por dos personas diferentes, la ventaja obvia de que sea una persona sola la que se ocupe de ello acorta el proceso general y tiende a asegurar que la producción del producto esté tan cerca del diseño original como sea posible.

Las mujeres, de las que usted dice conocer bien sus gustos, inspiran todas sus colecciones. ¿Existe un estilo Weitzman para cada mujer?

En la creación de una colección, las diversas personalidades de las mujeres lo son todo en mi mente. Mi inspiración proviene de la observación de la mujer: las amantes de la moda, las famosas, las mujeres de negocios, las mujeres de clase media y, por supuesto, las novias. Para cada una de ellas, siempre ofrecemos una mirada icónica y contemporánea.

Grandes estrellas –Eva Mendes, Emma Stone, Angelina Jolie, Jennifer Aniston, Beyoncé, Lady Gaga, entre otras– calzan sus zapatos. ¿Qué tanto por ciento de su

éxito se debe a la complicitad de las celebrities que lucen sus diseños?

Las famosas pueden transmitir un mensaje muy potente, sobre todo porque haciéndolo explican por qué acaban eligiendo llevar uno de mis diseños entre todos los que logran acaparar su atención. Sin embargo, yo siempre he creído que el buen producto es el que nos lleva al éxito y también a conquistar a la celebridad y al mercado, y no al revés.

¿Qué valor añadido aportan los zapatos que llevan su firma?

Nosotros creamos zapatos de diseños muy vistosos y elegantes con materiales de primera calidad, a menudo exclusivos en nuestras colecciones, y ponemos la máxima atención para que las mujeres se sientan cómodas y especiales.

¿De qué pieza se siente más orgulloso?

El modelo de bota 5050 ejemplifica con claridad mi creencia de que el diseño es el resultado de la combinación entre moda y funcionalidad.

¿Qué opinión le merece el trabajo de sus principales competidores?

La complicada tarea de crear una colección, producirla y distribuirla de una manera satisfactoria a un público muy heterogéneo es algo de admirar. En este sentido, debo reconocer que muchas de las marcas que operan en nuestra industria lo hacen muy bien.

Entre sus aportaciones a la industria del calzado destaca la invención de nuevas siluetas y la investigación con distintos materiales como el corcho, el vinilo, el metracrilato, el papel pintado e inclu-

so el oro de 24 quilates. ¿Cuál será su próximo invento?

Estoy completamente seguro de que está en nuestra sala de exposición ahora, pero solo la mujer exigente reconocerá lo importante que es. Tendremos que esperar y ver.

A su juicio, ¿cuál es la principal contribución de Weitzman a la industria del calzado y la moda?


Desearía que no me hiciera es-



Un gran **zapato** tiene que acariciar el pie de la mujer, **encender** su imaginación y hacerla sentir **glamurosa**

coger ninguna en concreto, aunque estoy seguro de que no se le prestaría al calzado tanta atención ni tendría tanto efecto y repercusión actualmente en la alfombra roja si no hubiera sido por mi sandalia del millón de dólares.

Tras una vida dedicada al diseño y la creación de zapatos, ¿cree que ya ha llegado a la cima o aún le quedan sueños que cumplir a nivel profesional?

Yo no tengo y no busco picos para escalar, sino, simplemente, seguir haciendo el mejor producto que puedo, en todos sus aspectos y vertientes: de diseño, de ajuste, de valor. 



PATA NEGRA

EL VINO DE UN PAÍS PATA NEGRA



WINEinMODERATION.eu
Art de Vivre



RIOJA, RIBERA DEL DUERO, TORO, RUEDA, VALDEPEÑAS Y CAVA.

Pata Negra representa el sueño de García-Carrión de unir en una sola marca las principales Denominaciones de Origen. El gran reto es que los vinos de nuestro país, tan excepcionales por su calidad, puedan ser reconocidos y disfrutados en cualquier rincón del mundo.

García-Carrión, trabajando con más de 45.000 agricultores y una excelente calidad, ha conseguido situarse como Primera Bodega de Europa y Cuarta del Mundo.

Una empresa familiar con una tradición de 125 años de historia, dirigida en la actualidad por la cuarta y quinta generación.

GARCIA  CARRION

1ª BODEGA DE EUROPA

www.vinopatanegra.com

ME GUSTARÍA IR A CERDEÑA ESTE VERANO,
PERO NO SÉ SI ME LO PUEDO PERMITIR

GRIMALDÍZATE



Desuento no aplicable sobre las tasas. *Plazas limitadas. consulta disponibilidad. ** En el mismo camarote.

VEN A CERDEÑA EN BARCO Y CON
TU COCHE A BORDO RESERVA YA

COCHE GRATIS*

3ª y 4ª PERSONA GRATIS**

-20% dto.

Para viajar del 03/07 al 30/09



GRIMALDI LINES

WWW.GRIMALDI-LINES.COM

T. 902 531 333