

OcioSOS

elCorreoGallego | 22 de noviembre de 2020



FOTO | @anitaisix

DIRECCIÓN | Ana Iglesias

COLABORACIONES | Toni Martín, Juan Morandeira, Titta di Berg, Martina Izard, Suellen Santana y Nara S. Rey • DISEÑO | Fran Ageitos

así soy yo



DIANA LÓPEZ DE LA TORRE



FOTO | Miguel Palomero Fernández

“Diana y yo nos conocimos en un cumpleaños y desde entonces hemos vivido muchas aventuras juntas. Es muy divertida e inquieta; siempre tiene algún proyecto en mente en el que pone todo su corazón. Es una adorable moderna con causa, y presumida, y aunque sea más difícil tomarse un café con ella que con el Papa, se hace querer muchito...” *Montse Sánchez*

• MI BIO •

“Nací hace 35 años en Montcada i Reixac, un pueblo de Barcelona, aunque ahora mismo vivo en Sentmenat, más en la montaña. Vivir aquí me permite estar más en contacto con la naturaleza y a la vez estar cerca de la ciudad si lo necesito. Después de estudiar administración y finanzas y tener experiencia en el departamento logístico, actualmente trabajo como responsable de compras. Me encanta la moda, las redes sociales y la organización de eventos, así que mi tiempo libre lo dedico (entre otras cosas) a mi perfil de Instagram. Promociono marcas, intento divertir a la gente y hacerles llegar propuestas interesantes para colaborar en proyectos que ayuden a mejorar el mundo. Me encantaría a medio plazo poder dedicarme un poco más profesionalmente a ello”.

• ADMIRO A •

“Mis padres. Desde siempre han sido un referente, me han animado y apoyado a cumplir cualquier sueño o locura que se me haya pasado por la cabeza. Me han enseñado a ser fuerte y a luchar en familia y me hacen inmensamente feliz cada día”.



• MI OBJETO FAVORITO •

“Una pulsera de color rojo a juego con la que lleva mi pareja”.

• MI DEBILIDAD •

“La tarta de queso con arándanos”.

• UN VIAJE INOLVIDABLE •

“Una ruta por el norte de España. Mi amiga Ingrid y yo improvisando. Carcajadas por doquier (aún me río al recordarlo)”.



• Quiero ver en esta página a... *Andrea Gutiérrez Romero. Una de las grandes escritoras que tendrá el país y de esas personas que transmiten paz*

• TATUAJES •

“A día de hoy 14, y seguramente en 2021 cambie esta cifra”.

• MI FLOR PREFERIDA •

Los girasoles.



• EL CAFÉ •

“Siempre en vaso”.



• MI LUGAR FAVORITO •

“El mirador de San Nicolás de Granada”.

• NUNCA SALDRÍA DE CASA SIN... •

“Pintalabios, lápiz de ojos, móvil, llaves, imperdibles”.



• EN MI MESILLA DE NOCHE •

Siempre tengo crema hidratante, una velita aromática y un buen libro.



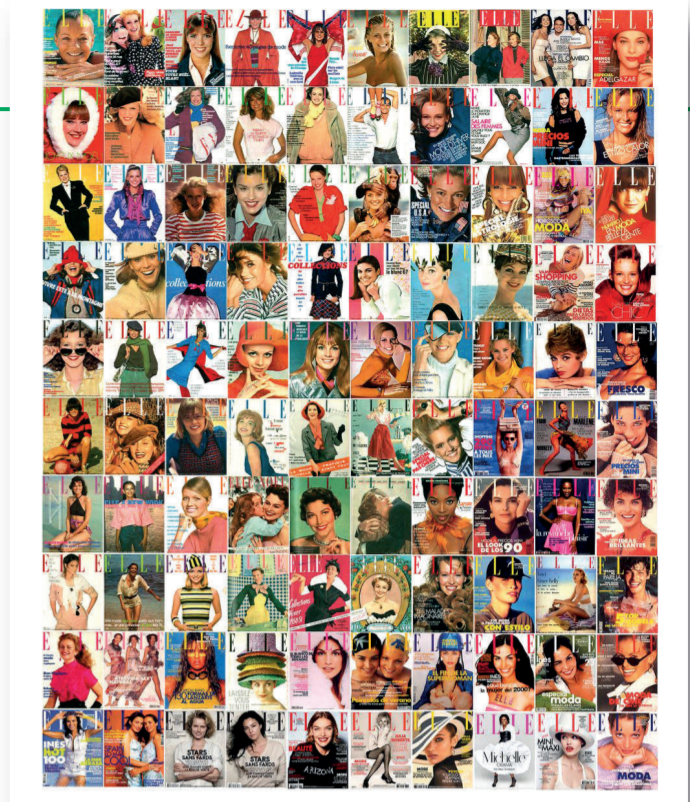


75 años de mujeres ELLE



TEXTO Ana Iglesias
FOTOS Archivo ELLE

Hace 75 años, Hélène Gordon-Lazareff lanzaba en París una revista con la que pretendía informar, inspirar y entretener, con inteligencia, humor y optimismo. Así nació **Elle**, un magazine centrado en la mujer a la que quería darle voz, escuchar sus preocupaciones e impulsar sus aspiraciones, siempre bajo la premisa de “hablar de lo frívolo con seriedad y de lo serio con ironía”. Así lo recuerdan este mes en el magazine que celebra por todo lo alto su aniversario con exposiciones y publicaciones muy especiales. Sin duda, la ocasión lo merece



La historia de la icónica revista *Elle* es la historia de la emancipación de la mujer. Un proyecto que nació de la mente y la pasión de Hélène Gordon-Lazareff en París el 21 de noviembre de 1945, y que 75 años después sigue fiel al espíritu de su fundadora, ofrecer un universo de sugerencias, noticias y entretenimiento. Pura inspiración a la que le han puesto rostro las actrices y las top model más universales como Brigitte Bardot, Audrey Hepburn, Linda Evangelista, Elle Mcpherson, Grace Kelly o incluso Jean Paul Gaultier. Precisamente algunas de sus portadas más icónicas forman parte de una exposición al aire libre que decora la calle Serrano de Madrid hasta el 15 de diciem-

“Las 140 portadas emblemáticas seleccionadas representan una constelación de mujeres *Elle*, además de diversas piezas que forman parte de la historia de la revista y sus cubiertas con, por ejemplo, el icónico vestido de la portada del 10º aniversario de *Elle España*, accesorios o ejemplares de revistas originales”, señalan fuentes de la publicación, que completan el proyecto expositivo con dos obras de las artistas Laura Millán y María Ortega, realizadas en colaboración con las mujeres nigerianas de la barriada sevillana de las Tres Mil Viviendas.

La muestra sirve además para constatar la evolución de la moda y de los criterios estéticos a la hora de plasmarla, y está dividida en diez capítulos narrativos que corresponden a los diez valores que identifican a la *mujer Elle*, “una mujer sensible, apasionada, comprometida, audaz, chic, creativa, influyente, atemporal, positiva e independiente”.

Como era de esperar, tampoco podía faltar un número especial aniversario lleno de rostros icónicos e inspiradores, y recordando las mejores portadas, los temas que supusieron una revolución en su momento o las modelos más top, empezando por su *cover girl*, Christy Turlington, una de las más vinculadas al sello *Elle*, a la que acompañan en el interior “la flamante vicepresidenta electa de Estados Unidos, Kamala Harris, símbolo de la fuerza en femenino; la polifacética Carla Bruni, que tantas veces ha deslumbrado desde la portada de la revista; la referente fashion Naty Abascal o de la actriz francesa Marion Cotillard, ejemplo perfecto de libertad e independencia”.

Además y con motivo de la conmemoración, *Elle* confecciona su lista de *Mujeres sin límites*, recuerda los primeros pasos de modelos que acabarían convirtiéndose en nombres fundamentales de las pasarelas después de que la cabecera se fijase en ellas, como Claudia Schiffer o Naomi Campbell, y españolas de la talla de Eugenia Silva, Inés Sastre, Laura Ponte o Verónica Blume. Todo ello sin olvidar los contenidos habituales como lo último en materia de estilo, los mejores consejos de belleza, un especial regalos y agenda de planazos



bre, y entre las que se encuentra la *Elle España* (1993) protagonizada por Christy Turlington retratada para la ocasión por Giller Bensimon, y que ha sido la modelo elegida para el número especial del 75 aniversario en este extraño 2020. También se puede recordar la historia del magazine y conocer su filosofía a través de una muestra abierta esta semana en el espacio cultural Centro con el título *ELLE, 75 años al lado de la mujer*, que podrá visitarse hasta el próximo 10 de enero y que ofrece un minucioso recorrido por los valores vertebrales de la revista a través de imágenes, vestidos y accesorios icónicos, así como vídeos que resumen sus más de siete décadas de vida.





gastro



#CECINAMIENTO

Es época de medidas restrictivas y de encierros en casa, pero el confinamiento con **Cecina IGP de León** es mucho más llevadero. Al menos, eso es lo que piensan en Cecinas Nieto, una empresa familiar con más de 40 años que está presente en Dubai, Londres o Suiza, y que ha decidido dar un toque de humor y mucho sabor a los confinamientos que nos ha tocado vivir en este distópico 2020

TEXTO **Martina Izard**

• LA RECETA •

REVUELTO DE BACALAO CON CECINA

- 1 kg. de cebolla
- ½ kg. de bacalao desalado sin piel ni espinas
- 2 pimientos rojos
- 200 gr. de Cecina de León en tiras finas
- 8 huevos
- 1 vaso de nata
- 100 gr. de piñones
- 100 gr. de pasas
- 2 lonchas finas de Cecina de León

ELABORACIÓN

Pechar la cebolla y los pimientos a fuego lento. Añadir el bacalao desmenuzado y dorar unos minutos. Incorporar la Cecina de León, los piñones y las pasas. Batir los huevos con la nata y añadir a la sartén. Dar vueltas sin parar hasta cuajar el huevo.

PRESENTACIÓN

Colocar las lonchas de Cecina de León en cruz sobre el plato y disponer en el centro el revuelto. Cerrar la Cecina a modo de paquete. Terminar la presentación.

Hacer las cosas con mucho amor. Esa es probablemente una de las claves del éxito de Cecinas Nieto, una pyme fundada en 1965 por José Nieto Blas, un visionario hijo de una familia arriera de la maragatería, al oeste de León, donde aprendió las técnicas artesanas para la elaboración de este tipo de carne curada que ha sabido llevar a lo más alto. De ahí, algunos de sus mayores logros, como la elaboración de una cecina gourmet, la única premium del mercado, que ha conquistado a los exigentes consumidores de Harrod's, en Londres; Globus, en Suiza o el Dubai Mall-La Fayette, de Dubai, el centro comercial más grande del mundo. También el haber abierto la primera fábrica de vacuno 100% halal, y que supuso el pasado año la apertura de una nueva planta puntera y adaptada totalmente a las necesidades actuales de la industria cárnica y a las nuevas homologaciones para exportar, y cuyo producto ya ha sido reconocido en los Great Taste, los llamados *Oscar de la Alimentación*. Ahora, y en plena pandemia, la firma acaba de lanzar el lote #cecinamiento, "a prueba de economías tocadas por la crisis financiera", ajustando al máximo su precio, y con espíritu colaborativo, ya que además de su loncheado, incluye un chorizo de cerdo dulce, una botella de vino rosado y una tableta de chocolate con leche y almendras, "para que tengan un tinte de confitamiento, pero sin pasarse en calorías", bromean. Todos ellos productos artesanos que provienen de negocios familiares de León, "porque consideramos que es fundamental ayudar a las pymes y emprendedores en este año en el que casi 80.000 empresas han echado el cierre desde febrero a causa de la crisis económica provocada por el coronavirus" ■



TINAJA DE BARRO



Haz que tu baño sea luxury con esta tinaja de barro artesanal ■

LA CARTUJA DE SEVILLA



La reinención de las vajillas, el mayor target de público, que abarca desde clásicos estampados de flores hasta modernas figuras contemporáneas ■

UNA OBRA DE ARTE EN LA PARED



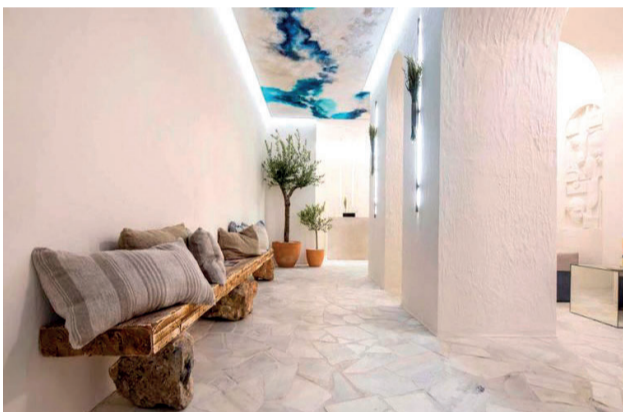
Los tapices están de moda. Para comprobarlo basta con echar un vistazo a Pinterest y a sus inspiradoras imágenes, llenas de hilos de colores. Son piezas que están hechas a mano con materiales naturales como lana merino, mohair, seda, cáñamo o yute, y por supuesto, con mucho tiempo y corazón ■

Juan Morandeira



Interiorista

ARTESANÍA CONTEMPORÁNEA, EL NUEVO LUJO



El objeto artesanal va ganando adeptos cada día. Podemos observar que el interés de lo hecho a mano, tanto desde un punto de vista del consumidor como del creador, está de moda. Sin embargo, más que una tendencia, es un cambio de paradigma en el concepto de artesano y artesanal.

La artesanía contemporánea, con un estilo, formas y reglas nuevas, ha llegado para quedarse. El nuevo lujo son productos alejados de lo ostentoso, basados en la creatividad. La artesanía contemporánea es una mezcla de tradición y tecnología, de lo local con lo global, y el nivel de cualificación que requiere es altísimo. La artesanía contemporánea realiza acciones de escucha activa. Es como un proceso creativo basado en el diálogo entre las tendencias socioculturales y las sensaciones emocionales. Estas emociones han sido alimentadas por las referencias culturales que calan en nuestras raíces identitarias. Así es el nuevo luxury, una propuesta que pone en alza el valor del trabajo artesanal

OBJETOS 'HAND MADE'



En un momento virtual, la artesanía recupera el factor humano, el objeto que emociona con su tacto o su imagen, como este sillón trenzado a mano en ratán natural ■

LÁMPARAS DE LINO



Iluminación a base de lámparas de lino hechas a mano con estructura de madera natural ■

SUELOS DE PIEDRAS NATURALES



Están realizados según técnicas artesanales antiguas con las que se consigue plasmar la belleza y vistosidad de los materiales de otras épocas ■



firma invitada



La riqueza más grande de Brasil está muriendo



TEXTO Suellen Santana

El año de 2020 no está siendo fácil, por varias razones. Además de la evidente crisis sanitaria que está afectando directamente a la vida de todos, hay algo que viene sucediendo más a menudo y que no debería dejar de tener nuestra atención y preocupación, incluso en un momento en que ya hemos tenido suficientes problemas simultáneos: **los incendios forestales que están destruyendo los biomas alrededor del mundo**. Entre finales del 2019 y principios del 2020, los incendios en Australia fueron responsables por la muerte o el desplazamiento de casi 3.000 millones de animales, según un informe publicado en julio por las universidades australianas, y es considerado por los ecologistas como uno de los peores desastres para la fauna en la historia moderna. **Y cuando se trata de Brasil, los ojos del mundo se dirigen a los incendios y a la deforestación en la Amazonia**, considerada la reserva biológica más rica y variada del planeta. Sin embargo, además de la destrucción que está experimentando la selva amazónica, ahora hay una destrucción aún más masiva de otra riqueza del país: **los incendios en el bioma del Pantanal**.

El Pantanal es la más grande llanura inundada continua del planeta, con unos 250.000 km² repartidos entre Brasil, Bolivia y Paraguay. El bioma se encuentra en una zona muy privilegiada desde el punto de vista de la biodiversidad, porque limita con varios otros biomas muy importantes de América del Sur, especialmente con la Amazonia y el Cerrado (otro bioma extremadamente relevante del Brasil). El Pantanal es una de las áreas más biodiversas del planeta, y el valor de su fauna es realmente inestimable.

El Pantanal, al igual que el Cerrado, son biomas que se queman muy a menudo debido a su clima seco, pero lo que está sucediendo ahora no es normal. En 2019 hubo un aumento muy considerable de la quema en comparación a 2018, y ahora de 2019 a 2020 la situación está fuera de control. Lo que está sucediendo es un total desconocimiento por parte del Ministerio de Medio Ambiente, y por las instituciones



que deberían proteger el bioma, como el IBAMA (Instituto Brasileño de Medio Ambiente) y el INPE (Instituto Nacional de Pesquisas Espaciales). Entre las causas de tal tragedia están los **gigantescos fallos de inspección** que se producen tanto en el Pantanal como en la Amazonia, y el **desmantelamiento de las acciones de lucha contra el fuego**. Básicamente, lo que está sucediendo es un *ecocidio*, cuando deliberadamente o no, ecosistemas enteros son asesinados por acciones humanas.

Aunque es una estrategia del gobierno ocultar información, las consecuencias de los incendios son claras para la población. Los incendios de esta proporción pueden alterar completamente el clima de la región. La gente está perdiendo sus casas, la gente ha perdido sus vidas y hay una cantidad incalculable de animales y plantas muertos.

La idea de que un bioma desaparezca parece imposible, pero es muy real. Nuestras vidas son demasiado rápidas para ver que eso suceda. Desafortunadamente, tenemos

varios casos de ecocidio en el planeta en los que las poblaciones han exterminado completamente el medio ambiente que les rodea. Y en Brasil tenemos varios biomas desapareciendo. La Mata Atlántica, por ejemplo, ha sido impactada durante miles de años. Desde la invasión portuguesa, hemos visto un gran crecimiento de esta deforestación en su conjunto, y desde los años 1950 la situación ha empeorado. Algunos estudiosos dicen que, hoy en día, la Mata Atlántica tiene el 20% de su vegetación original, y algunos más pesimistas aseguran que sólo el 12% sigue existiendo. Sin duda, la tendencia es que, a menos que haya algún proyecto de preservación efectivo, este bioma tan importante desaparezca totalmente.

Desde 1988 el INPE sigue la Amazonia, y ha encontrado que ha habido una disminución del 17% en su cobertura, y este mismo 17% es lo que el Pantanal ha perdido sólo este año. Estamos perdiendo poblaciones enteras de animales muy típicos de Brasil, como el jaguar y la guacamaya azul.

Se necesitará un trabajo de conservación masivo para recuperar estas poblaciones y podrían producirse extinciones locales, que son tan graves como la extinción mundial. **El futuro del Pantanal está en juego**, y todo ello en medio de una gran crisis sanitaria, una enfermedad que es principalmente respiratoria. Hay investigaciones que demuestran que el virus se transmite más fácilmente en regiones muy contaminadas, por lo que, más allá de todas las consecuencias ya citadas, lo que está ocurriendo en el Pantanal podría agravar aún más la transmisión del COVID-19.

La terrible situación que está ocurriendo en el Pantanal necesita publicidad y ayuda financiera. Las asociaciones hacen un trabajo muy importante en esta línea de frente. ¡Si puedes, ayuda!

SOS Pantanal:
<https://linktr.ee/SOSPantanal>
Apoyo a los animales:
<https://linktr.ee/amparanimal>



Titta di Berg
Makeup Artist
/ Formator Profesional
CEO Titta di Berg Makeup Class Tour
[@tittadiberg](#)

Black (Beauty) Friday

Cargado de significado en su día, el Black Friday (último viernes del mes de noviembre, continuo al Thanksgiving), nos invita a aprovechar e inaugurar la temporada de compras de regalos navideños; nos mantiene inmersos en grandes ofertas que solo en esta temporada podemos disfrutar con extraordinarios descuentos. Hoy os comparto las rebajas en artículos de maquillaje que son muy deseados por su gran calidad en los resultados profesionales que proporcionan y que en esta fecha tan especial se hacen irresistibles; una vez más os añado una lista de compra inteligente buscando invertir en productos realmente necesarios en nuestros tocadores y neceseres

LETS TALK TITTA



Rostro



Mattyfing Primer Cover Fx.
25,75€



Skin Base Foundation Illamasqua. 36,75€



Daily Clarifying oil Jouer Cosmetics. 19,30€



Fixing Podwer Artdeco.
8,80€



Podwer Highlighter Jouer Cosmetics. 14,64€



The makeup finish bridal Skindinavia. 11,95€



Skin Brozing NABLA.
15,35€



Baked Blush Milani.
9,60€

Pómulos

Ojos



Soap Brows Wbco.
10,60€



UV Taffies Palette Suva Beauty. 18,70€



Smoke Seassions Palette Melt Cosmetics. 31,10€

Labios



Hydra Matte Lipstick Gerard Cosmetics. 11,55€

Date un capricho, pruébalo y coméntame qué tal te van mis tips y trucos en mi instagram [@tittadiberg](#)

trends



NOVIAS 'SERENDIPIA'

Vestidos sencillos, femeninos y atemporales son la base de *Serendipia*, la colección con la que se presenta la firma de moda gallega Leocadia Studio, creada por Marta Arnosó y Silvia Arca, que sale a la luz tras "muchos meses de incertidumbre y trabajo"



TEXTO Nara S. Rey

Hace tiempo que la maquilladora y asesora de imagen Marta Arnosó le daba vueltas a la idea de introducirse en el mundo de la moda desde la creación. De ahí, una primera línea de camisetas hace unos años que sería el germen de lo que hoy es Leocadia Studio, la firma de moda gallega que acaba de crear junto a la diseñadora Silvia Arca, quien cuenta ya con experiencia profesional con otras marcas. Su primera colección es *Serendipia* y está pensada para la próxima primavera/verano de 2021. "Se gestó durante los meses de confinamiento, ante una situación muy dura que nos tocó vivir, y tras muchas conversaciones telefónicas de dos amigas intercambiando miedos, dudas...", explican las directoras creativas de la marca, que convirtieron su búsqueda de apoyo mutuo en esperanzas y un proyecto común. Y es que tal y como señalan, "lejos de desistir de estas ilusiones, la situación nos hizo más fuertes y reforzarnos en la idea de la moda lenta, sostenible y hecha en España".

Así nació *Serendipia*, una colección prêt-à-porter femenina y atemporal, con la que pretende huir de la rigidez en los vestidos de novia, permitiendo que sus clientas creen su propio look totalmete personalizado, con muchas piezas intercambiables y que se pueden combinar entre sí "para que la novia cree según su propio estilo su vestido nupcial adaptándose a un montón de situaciones o momentos de la ceremonia", destacando además, que todos ellos están confeccionados "en tejidos de alta calidad y cuidadosamente elegidos para conseguir el efecto deseado". Cada una de las prendas están diseñadas, patronadas y confeccionadas en Cuntis, en un taller en el que trabajan mujeres artesanas que llevan toda la vida dedicadas al oficio. "Somos conscientes de que es mucho más difícil hacer este proyecto desde el rural", dicen, "pero no queríamos prescindir del saber de un gran equipo y poder estar presentes durante todo el proceso de producción, de principio a fin" ■

FOTOS Martín Lagoa



OcioSOS

✉ aiglesias@elcorreogallego.es
📷 @ociosos_ecg

Un Black Friday virtual

TEXTO Toni Martín

El otoño no está siendo precisamente una buena época para el comercio, cuya afluencia de público se ha visto mermada considerablemente debido al control de aforo, el temor a contraer el virus y la nula vida social. Pese a los esfuerzos del sector por estimular las compras, el coronavirus se está cargando la campaña estacional, y por ello, el Black Friday se presentará este año con ofertas y promociones más agresivas que en ediciones anteriores, en un intento por remontar la temporada.

Al menos, así lo creen expertos como las profesoras María Teresa Ballestar o Neus Soler, para quienes la incertidumbre que supone la campaña de Navidad también favorecerá el próximo *Viernes Negro*. Sus opiniones coinciden con los datos que arroja un estudio de Google en España, que indica que hay un 40% de intención de compra en el Black Friday del covid-19, lo que representa un incremento del 33% con respecto a 2019.

Por otra parte, y según Soler, “el grado de frustración acumulado, las limitaciones sanitarias alargadas en el tiempo que no terminan de resolverse, los momentos críticos sufridos... todas estas situaciones pueden orientar al consumidor hacia la compensación y la sensación de merecimiento, lo que potenciará la intención de compra”, porque “representa la ocasión para darse un capricho e intentar paliar la frustración o la rabia que provoca la situación de crisis”.

Eso sí, las compras serán fundamentalmente online para evitar riesgos de contagio, incluso en segmentos de edad que antes de la pandemia eran reacios a comprar por Internet. Así que Black Friday sí, pero calles y comercios abarrotados no ■

