

OcioSOS

elCorreoGallego | 18 de julio de 2021



FOTO: José Camino

LOCALIZACIÓN: Monte do Gozo, Santiago

MASCOTA: 'Catuxa' con sus hijos 'Luna', 'Cartón' y 'Coco'. Raza: Beagles.

DIRECCIÓN: Ana Iglesias • DISEÑO: Fran Ageitos
COLABORACIONES: Toni Martín, Juan Morandeira,
Martina Izard y Mar Solar



Ledicia Sola, Carmen Méndez y Marta Doviro

TRES MUJERES VIVIENDO 'SEN RESTRICIONES'

Coincidieron en programas y series, aunque nunca trabajaron juntas. Ahora, tras haber dado el salto al monólogo de forma individual, Ledicia Sola, Carmen Méndez y Marta Doviro han decidido aunar experiencias y sumar fuerzas en un proyecto común muy ilusionante, *Sen restricións*, con el que estarán de gira este verano y con el que próximo martes, día 20, abrirán las Fiestas del Apóstol compostelanas en una función irrepetible y especialmente montada para esa ocasión

TEXTO Ana Iglesias | FOTOS Antonio Hernández



Ledicia Sola, Carmen Méndez y Marta Doviro se presentan en su espectáculo *Sen restricións* como "tres mujeres en el escenario dispuestas a compartir con el público nuestras historias". Una sucesión de anécdotas y pensamientos muy personales, pasados por el tamiz del humor, de las que hablarán sobre el escenario de la praza do Obradoiro el día 20, inaugurando las Fiestas del Apóstol tras el pregón de Cantigas e Agarimos, antes de iniciar una gira veraniega que todavía está abierta y que compaginarán con sus otros proyectos personales.

"Contaremos nuestras propias películas sobre temas tan dispares y disparatados como el amor, las decepciones, las drogas, el Apóstol Santiago, el vegetarianismo, la Costa da Morte, Compostela, ligar en tiempos pandémicos o las químicas", explican sobre su próxima actuación en la capital gallega, advirtiendo que "será una función única, preparada solo para esta ocasión", mientras confiesan la "enorme ilusión" que les hace formar parte del programa festivo de este año. Y aunque no se verá el espectáculo tal y como lo han concebido, sí se podrá cono-

cer la esencia de este nuevo proyecto que surgió a iniciativa de Ledicia Sola. "Las tres estábamos haciendo monólogos por separado, y me pareció muy interesante unirnos y compartir la experiencia, nutrirnos unas de otras. Además, en un año tan complicado como este, en el que se está programando mucho menos, creíamos que era una buena oportunidad sumar fuerzas". A la hora de seleccionar a sus compañeras de escenario, Ledicia explica que "hacer un monólogo ha sido uno de mis mayores retos, así que valoré mucho el hecho de

que también ellas se atrevieran a hacerlo. Además de ser amigas, estábamos las tres a lo mismo, y pienso que creando sinergias y uniéndonos podemos ganar más las tres. Además, yo creo mucho en la retroalimentación". Por eso, en Navidad se reunieron para preparar un espectáculo que tuviese un hilo conductor, con partes comunes en las que están las tres juntas sobre el escenario, y otras que remiten al espectáculo individual de cada una. No faltará en su discurso una alusión a la polémica sobre las mujeres cómicas que

surgió de La chocita del loro, pero las tres coinciden en que "lo que hay que hacer es currar, perder el menos tiempo posible en estas cosas, y quedarse con los apoyos, que afortunadamente son muchos más", y hablan de lo difícil que es hacer stand-up

comedy, "un género en el que hay mucho de improvisación", que "nunca está cerrado hasta que estás delante del público" y que es "muy personal y solitario, en el que toda la responsabilidad recae sobre tí". En este sentido apuntan, además, a la

ayuda que supone su popularidad para abrir puertas, "pero también la presión que es al mismo tiempo, porque te exigen más y te piden estar a la altura", y la facilidad de mover un espectáculo como el suyo "con un formato fácil a nivel de

producción, y muy flexible con respecto a los espacios". También de la energía que transmite el público, aunque ahora les obligue a centrarse en los ojos y en el lenguaje corporal por la mascarilla, y de lo gratificante que resulta hacer reír.

Marta Doviro



Con más de 10 años sobre los escenarios y frente a las cámaras, Marta Doviro es actriz, presentadora y cómica. Conocida por su participación en series como *Pazo de Familia*, *A lei de Santos* o *Luci*, presentó más de una decena de programas de entretenimiento y divulgación como *Malo Será*, *Máis Galego*, *Luar*, o *A mochila do Viaxeiro*, y participó en varias obras de teatro. Su último reto es la comedia, de la que hace gala en su espectáculo *Memorias dunha rapasa da costa*, en el que está muy volcada.

"La primera vez que hice mi monólogo fue justo antes de la pandemia, y con el confinamiento se quedó todo parado. Luego hice algún bolo en verano y después vinieron las restricciones y otra vez se quedó ahí. Ahora estoy arrancando de nuevo y estoy muy volcada en este proyecto".

"En mi primer monólogo quise hacer como una presentación; contar de dónde vengo, quién soy, cómo era de pequeña. Parte de mi carácter se forjó por vivir en Muxía y Corcubión, y me siento muy orgullosa de eso. También hablo de mi familia, de la profesión, del cine... me nutro de cosas de Instagram, de todo lo que veo, y lo apunto para mi próximo monólogo".

"Hacer reír es maravilloso, es casi como labor social, y tú también lo pasas muy bien sobre el escenario. Acabas con los espectadores como si estuvieses con colegas a los que les hace gracia todo lo que dices, y te hacen sentir la reina del mambo. Nunca lo había experimentado, ni como actriz ni como presentadora".

"Lo peor es si un día sale algo mal, irse a casa barrenada. También *me raya* mucho la inestabilidad del texto, porque es muy difícil pulsarlo teniendo pocos bolos. Se genera un poco de incertidumbre con tu propio proyecto".

"Para preparar los monólogos hago equipo con mi chico, que no se dedica a esto, pero tiene un gran sentido del humor. Hace vídeos y memes con sus amigos, le gusta escribir... Tenemos un chat solo para los dos, en el que colgamos ideas para monólogos de cosas que se nos ocurren o vemos, y cuando quiero escribir algo consulto ese chat".

Ledicia Sola

Se dio a conocer en películas como *El patio de mi cárcel*, de Belén Macías; *A esmorga*, de Ignacio Vilar, y *Os fenómenos*, de Zarauza, por la que ganó un Mestre Mateo, y en series como *Gran Reserva*, *Amar es para siempre*, *Seis Hermanas*, *Pazo de familia* o *Vivir sin permiso*, y en obras de teatro como *El apagón*, con Gabino Diego, o *Amigos ata a morte*, de Javier Veiga. Entre sus últimos proyectos se encuentran el programa de viajes *Vou que teño que ir*, la serie internacional *The Mallorca Files*, para la BBC, y la última película de Alfonso Zarauza, mientras sigue con su monólogo *Divina*, y se prepara para ensayar una nueva producción teatral.



"El monólogo es un género completamente distinto y que exige una forma de trabajar diferente. En teatro o ante la cámara, tú te ocupas de tu papel y listo; aquí estás sola en el escenario, contando cosas cercanas o que te han pasado con más o menos humor e ingenio, y en el otro caso te aprendes un papel, te dirigen... además no están cerrados hasta que estás delante del público porque hay mucho de improvisación".

"Lo más positivo es que cuando sale bien es muy gratificante. Sientes que tú sola con un micro ya puedes hacer un espectáculo, y eso como artista es muy bonito. Es un reto tan grande que cuando sale bien es una pasada. Y lo peor es que algo salga mal, por la misma razón, porque tienes toda la responsabilidad y te hunde".

"Es muy duro trabajar siempre sola; una de las cosas más bonitas de esta profesión es compartir con compañeros lo que haces todo el rato, y por eso yo llevo mal hacer un monólogo sola, así que me encanta hacer este con ellas".

"Para prepararlos voy a *mi bola*, tengo algunos referentes como Ali Wong, que es mi monoliguista favorita, y me fijo en quienes admiro para intentar desgranar cómo trabajan y llevarlo a mi terreno. Luego consulto a nivel privado con mis amistades; me gusta tener la opinión de la gente de la calle, porque es lo que voy a encontrar en un bar. Además, mis amigas me inspiran mucho, y me cuentan muchas cosas para que las incluya en los espectáculos".

"Temas como amor, chascos, decepciones... siempre funcionan. La comedia sale de las penas. Cuando haces comedia en serio tiene que salir de un lugar casi doloroso, aunque tú luego le des la vuelta y lo cuentas con humor".

Carmen Méndez

Formada en teatro y música, esta ingeniera química cambió su profesión inicial por el teatro, el cine y la televisión, participando en numerosas producciones como la película *Tres*, de Juanjo Giménez Peña; *María Solinha*, de Ignacio Vilar, o *Pelerinaxes*, de Simone Saibene, además de en *Pazo de Familia*, *O Faro*, *Serramoura*, *Auga Seca*, serie que estrenará tras el verano su segunda temporada en HBO, o *Élite*. Actualmente se encuentra volcada en el rodaje de un proyecto personal y en su monólogo *Outras químicas*.

"La primera vez que hice un monólogo fue una pieza de 15 minutos en 2017 en *Castelo Conta*, y después en 2018, en A Coruña, con un grupo de compañeras, probamos a hacer como diez minutos cada una y lo movimos por locales, funcionando muy bien. Creo que lo de sumar y hacer show entre varios resulta, y estoy muy ilusionada con este proyecto".

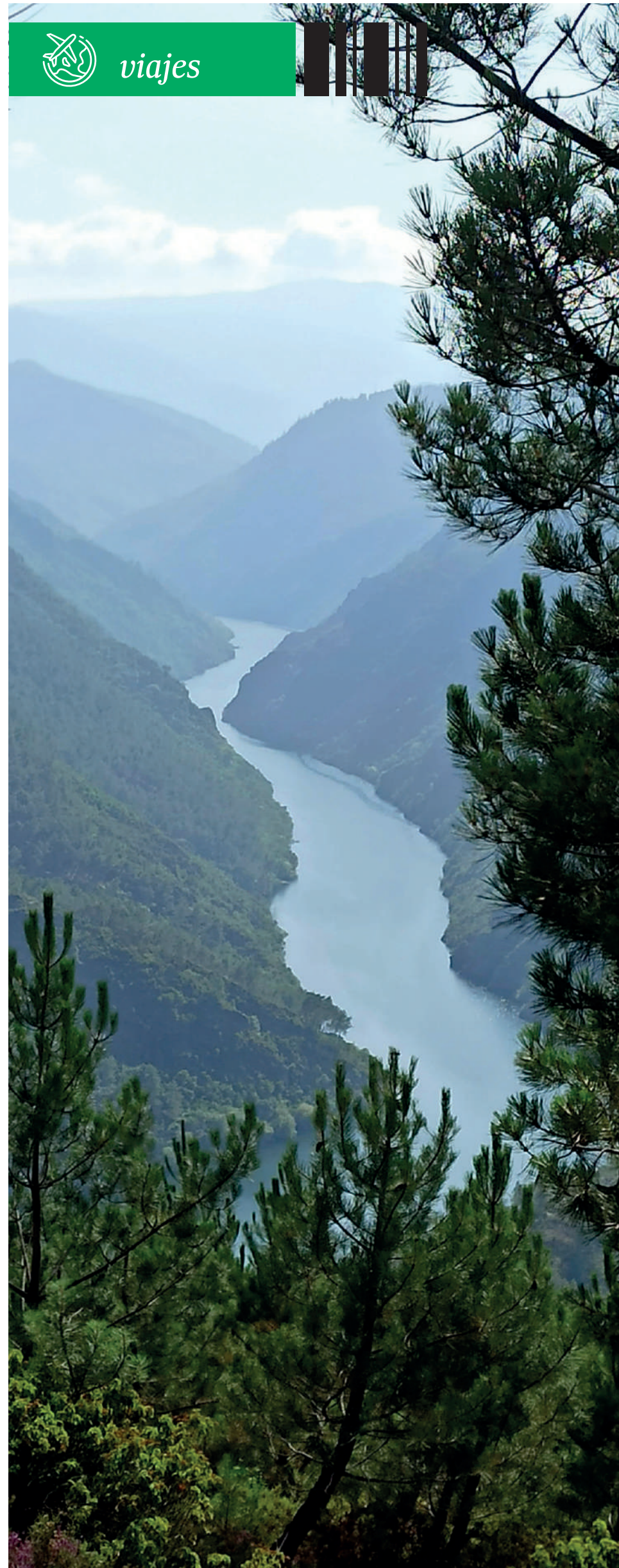
"Como actriz, un monólogo te aporta muchísimo. No hay nada más difícil que estar sola sobre un escenario, hablando todo el rato sin nadie en quien apoyarte para hacer reír. Y no hay nada más gratificante cuando lo consigues; da mucho subidón".

"La parte negativa es tener que repasar el texto tu sola, que es aburridísimo, y no tener continuidad en los bolos, porque eso no te permite que el texto evolucione, vaya cambiando, creciendo. Al ser más esporádicos, es casi como si cada vez estuvieses estrenando, lo que desgasta mucho porque se quema mucha energía".

"Mi gran apoyo es Oswaldo Digon, es maravilloso para todo, como monoliguista y como persona; te ayuda a sacar tu propio humor. Yo siempre escribía mis cosas, se las pasaba y él me las estructuraba y preparaba, y luego me animaba a hacerlas mías, a contarlas a mi manera, porque lo que más funciona es que sean textos muy personales, aunque sean exagerados y ficcionados. Creo que cada una defiende mejor sus verdades".

"El público que va a verte en un monólogo es un público muy agradecido, porque ya viene predisuesto, está a favor, y viaja contigo".





Los cuatro lugares más 'googleados' de Galicia

Todo parece indicar que el turismo nacional seguirá siendo tendencia este verano. Si queremos cambiar de aires pero no irnos muy lejos, Galicia, al igual que el resto de España, está llena de monumentos y atracciones. De hecho, Musement ha elaborado un mapa con los 52 más populares de cada provincia, teniendo en consideración más de 4500 lugares de interés en todo el país y analizado el número de reseñas recibidas en Google de cada uno de ellos. Los pintorescos hórreos a orillas del mar en el pueblo costero pontevedrés de Combarro, el impresionante Pórtico de la Gloria de la Catedral de Santiago, las 71 torres que todavía conserva la muralla romana de Lugo y los bellos paisajes del Cañón del Sil seleccionados por la conocida plataforma digital son solo una pequeña muestra del enorme patrimonio cultural y natural de Galicia

TEXTO Mar Solar



El nuevo informe del Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR) pone de relieve que el 91% de los viajeros que tienen previsto realizar una escapada este verano consideran probable alguna estancia en un destino español, y el 71% piensa visitar una comunidad autónoma diferente a la propia. Por eso, la plataforma digital de reservas de actividades y experiencias en destino Musement ha realizado un estudio para saber cuáles son los monumentos y atracciones más populares de cada provincia española; 52 propuestas, una por cada provincia y ciudad autónoma, teniendo en cuenta más de 4.500 lugares

de interés en todo el país, y analizando el número de reseñas recibidas en Google de cada uno de ellos para elegir a la más popular de la provincia. En Galicia se impulsaron los hórreos de Combarro (Pontevedra), la Catedral de Santiago (A Coruña), la Muralla romana de Lugo (Lugo) y el Cañón del Sil (Ourense), cuatro escenarios diferentes que son solo un ejemplo de la enorme y variada oferta cultural, natural y de ocio disponible en España, ya que tal y como señalan los responsables del estudio, "a lo largo y ancho del país existen infinidad de propuestas aptas para todos los gustos, desde lugares de interés arquitectónico hasta castillos y fortalezas,

pasando por ruinas antiguas y parques temáticos". Entre las atracciones turísticas más populares cabe destacar la Sagrada Familia de Barcelona, que acumula más de 155 000 reseñas en Google, y que comparte protagonismo con la Catedral de Santiago, la de Burgos, el Santuario de Covadonga (Asturias) y la Basílica de Nuestra Señora del Pilar (Zaragoza), mientras que los amantes de la naturaleza han situado en el mapa parques nacionales y espacios naturales como el Cañón del Sil, el Parque Nacional de Ordesa y Monte Perdido (Huesca) o el parque natural de la Montaña Palentina (Palencia). Además, en el listado de Musement no fal-

tan joyas de interés arquitectónico como las Casas Colgadas de Cuenca, los hórreos de Combarro, y los teatros romanos de Mérida y Cartagena, mientras que vecinos y turistas han logrado con sus reseñas colocar en el mapa como lugares emblemáticos la Plaza de España (Sevilla), la Plaza Mayor (Salamanca), la Plaza del Torico (Teruel), el Parque del Retiro de Madrid o la Alameda de Cervantes (Soria). Finalmente, alcanzar los 110 km/h en la famosa *Dragon Khan* de PortAventura, maravillarse con las obras del surrealismo del Museo Dalí en Girona o pasear por la muralla romana de Lugo son también algunas de las atracciones más *googleadas* ■





Aperitivo del norte

El aperitivo forma parte de la cultura gastronómica, especialmente en el norte. Por eso, la marca KAS, nacida en Vitoria en 1956, lo ha tenido muy presente en su nueva campaña, en la que pone en valor sus orígenes celebrando la hora del aperitivo con situaciones en clave de humor que hacen referencia a la importancia que tiene este momento en el norte, en un contexto en el que no faltan cuatro recetas especiales elaboradas por Gipsy Chef y las ilustraciones de Abe the Ape de platos como Chicharrón de pulpo 'a feira', Talo de bacalao y vizcaína exprés, Buñuelos de anchoa y membrillo y Cachopo Gipsy Style



El aperitivo está considerado todo un arte culinario en el norte. Por eso, la marca española de refrescos cítricos KAS nacida en Vitoria en 1956 y propiedad de PepsiCo desde 1992, ha querido rendirle un homenaje en su última campaña, *Muy Nuestro, Muy de KAS*, para la que ha contado con Gipsy Chef (Oviedo), que reinterpreta los platos más significativos del norte a través de su personal y carismática visión, y Abe the Ape (Gijón), que lleva al trazo de color la esencia de estas recetas.

Con esta campaña la marca ha querido reivindicar sus raíces con un guiño al norte y sus costumbres. "Con mensajes en clave de humor como *Aquí da igual que llueva que si se queda, se queda, o Lo que más importa no es dónde has ido, sino dónde has comido*, queremos estar aún más presente en el momento gastronómico favorito del norte, el aperitivo, y resaltar la manera tan

única que tienen de tomarlo", explican desde la compañía.

Así, a aquellas personas que disfrutan de la gastronomía y buscan acompañarla de bebidas sin alcohol, Gipsy Chef, álter ego de Pablo Albuérne, les propone una alternativa llena de sabor que combina a la perfección con el aperitivo, reinterpretando 4 recetas que representan los territorios de Galicia, País Vasco, Cantabria y Asturias, y combinándolos con los sabores cítricos de KAS y el toque único de Bitter KAS. El resultado: Chicharrón de pulpo 'a feira', Talo de bacalao y vizcaína exprés, Buñuelos de anchoa y membrillo y Cachopo Gipsy Style.

Cuatro platos presentes en el recetario ilustrado por el artista asturiano Abraham Menéndez, más conocido como Abe the Ape, en clave de arte pop y con las tradicionales mesas y barras de bar muy presentes, el punto de encuentro para tomar el aperitivo típico del norte ■

• LA RECETA •

Chicharrón de pulpo á feira

INGREDIENTES

- Pata de pulpo gallego cocida
- Patatas chip
- Maíz tostado
- Aceite de oliva virgen extra
- Salsa sriracha (o cualquier salsa picante)
- Harina
- Comino
- Orégano
- Pimentón de la Vera ahumado picante
- Vinagre de manzana
- Sal

ELABORACIÓN

Cocer una pata de pulpo gallego y cortarla en tres trozos.

A continuación, poner en un bol un buen chorro de aceite de oliva virgen extra, una cucharadita de comino, otra cucharadita de sal, un chorrazo de sriracha (o cualquier otra salsa picante) y un buen toque de pimentón de la Vera ahumado picante. Añadir un buen chorrazo de vinagre de manzana y mezclar todo bien para juntar todos los ingredientes.

Introducir el pulpo dentro del bol y mezclarlo todo muy bien, haciendo que el adobo cubra bien los trozos del pulpo por todas partes.

Dejar reposar mínimo unos 15 minutos, teniendo en cuenta que cuanto más tiempo esté dentro el pulpo con el adobo, más sabor tendrá.

Mientras, coger un buen puñado de maíz frito y meterlo en el vaso de la picadora, añadiendo un par de cucharadas de harina, una cucharada de orégano y triturar todo bien. Reservar.

Por otra parte, meter un puñado de patatas chip en un bol y aplastarlas hasta que se convierta en un polvillo.

Añadirlo al bol e integrarlo con la mezcla del maíz, harina y orégano. Coger el pulpo e introducirlo en la mezcla del rebozo, removiendo bien hasta tener las patas completamente cubiertas, aplastando el rebozo para que quede bien pegado al pulpo.

A continuación, pinchar cada trozo con un palo de brocheta y ponerlo a freír en aceite de oliva virgen extra muy caliente.

Cuando esté frito, escurrirlo bien y colocar en un plato, acompañado de una rodaja de limón muy finita, casi transparente, y añadir por encima

SUGERENCIA

un toque de pimentón.

Comer un bocado de pulpo y a continuación sorber la lámina de limón doblada. El plato marida a la perfección con Bitter KAS.





Juan Morandeira
Interiorista

ARCO 2021, UN PULSO A LA PANDEMIA EN SU 40ª ANIVERSARIO



Marina G. Guerreiro, Lavadero



El Guernica de Ibarrola



Premio mejor stand de Alarcón Criado



Sala Vip



Instalación de Sandra Poulson

En un año en el que las grandes ferias internacionales como Art Basel (Suiza) o FIAC (París) han ido cayendo como piezas de dominó, la española ARCO ha conseguido levantar el telón en un año más que complicado. La feria abre con menos

galerías (130 frente a las 209 de la última edición) y con pasillos más anchos y sin recovecos para evitar aglomeraciones. El premio al Mejor Stand y Contenido Artístico fue para Alarcón Criado por su vitalidad, su experiencia de dos

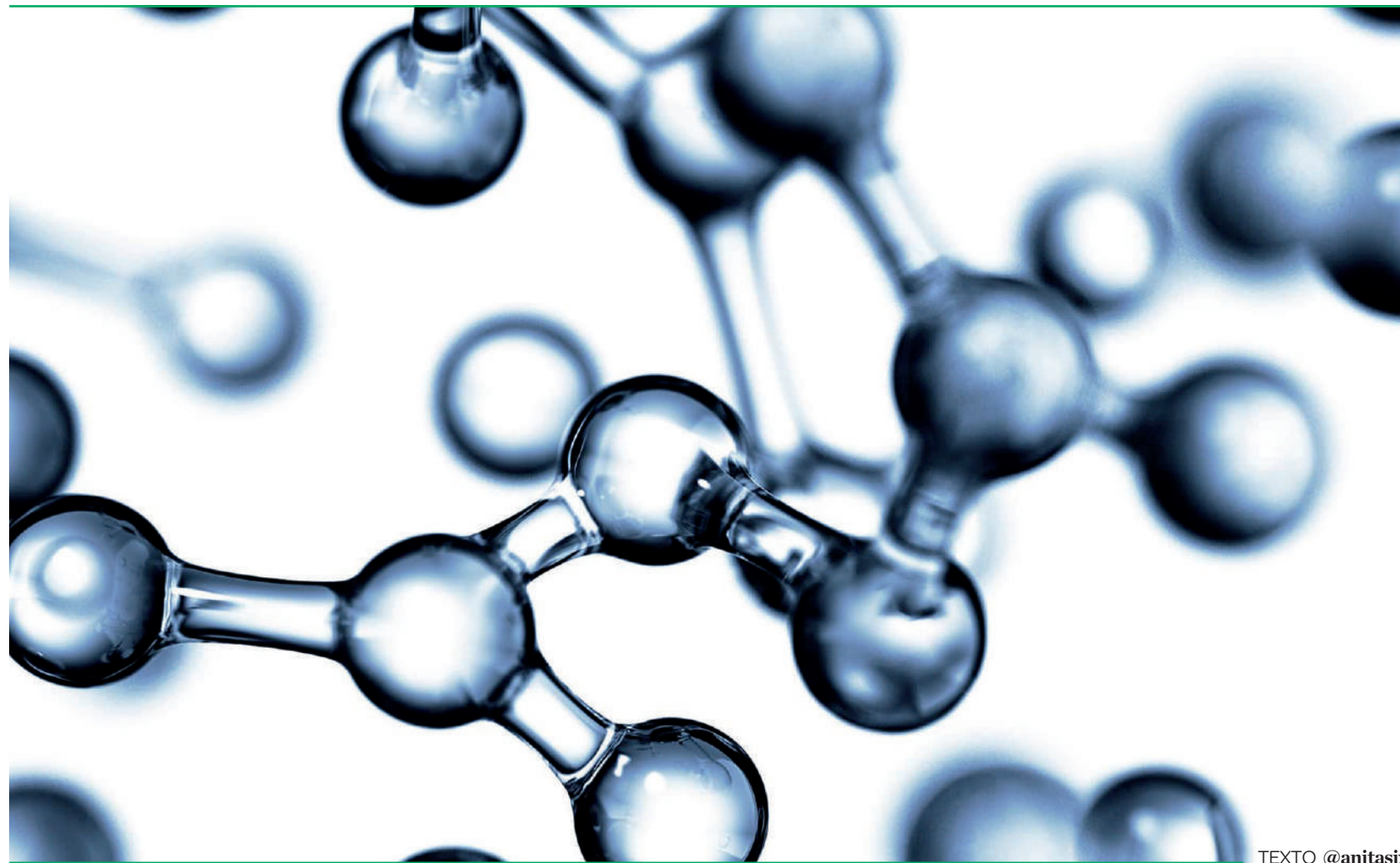
décadas y su apuesta por los artistas jóvenes y, en especial, porque seis son mujeres. La sala VIP sorprende e invita al descanso y acoge el proyecto *Exit (Salida)*, con 80 abedules que crean una atmósfera exterior muy acertada

para estos tiempos de pandemia. Y obras como el *Guernica*, de Ibarrola; *Lavadero*, de Marina G. Guerreiro, o la instalación de sillas verdes de plástico de Sandra Poulson hacen las delicias de los que disfrutamos del arte en el pleno sentido de la palabra ■



El ácido hialurónico es uno de los componentes estrella de la cosmética de los últimos años, utilizado para combatir el envejecimiento. Aunque la forma de aplicación más popular es en inyectable, lo cierto es que está presente en numerosos productos de cosmética para utilizar por vía tópica como cremas, ampollas, sérum y fórmulas *after sun*, e incluso en algunos alimentos. Sus beneficios lo han convertido en un imprescindible en cualquier rutina de cuidado facial

Ácido hialurónico



TEXTO @anitasix

Aunque parezca salido de un laboratorio, lo cierto es que el ácido hialurónico es una sustancia totalmente natural, que está presente en nuestro organismo. Uno de sus principales objetivos es retener la humedad en los órganos, que en el caso de la piel es indispensable para que se mantenga hidratada, elástica, tersa y con volumen. Sin embargo, a medida que envejecemos se reduce la producción de ácido hialurónico en nuestras células, por lo que la piel ya no puede retener la misma cantidad de agua y deja de estar hidratada. Como consecuencia, los signos de la edad se marcan más,

ya que la falta de hidratación provoca flacidez, tirantez, arrugas, pérdida de volumen y descolgamiento del contorno facial, según los expertos, que calculan que "a partir de los 50 años la cantidad de ácido hialurónico en nuestro organismo se reduce en un 50%", si bien matizan que "para tener una piel joven, turgente y tersa no es imprescindible tener 20 años, pero sí que es necesario conservar un buen nivel de ácido hialurónico". Afirman que los productos con ácido hialurónico mejoran la hidratación, tanto en sus capas internas como externas, pero además también estimulan la producción de colágeno,

contribuyendo a tener una estructura más firme y una piel con más volumen. Otro de los beneficios es la reducción de arrugas y líneas de expresión, y además, explican, "tiene beneficios antioxidantes y es beneficioso para las pieles sensibles". Por todo ello, el ácido hialurónico es el ingrediente clave para un rostro de aspecto saludable y joven. Sin embargo, los expertos señalan que "para conseguir que penetre y tenga efectos realmente visibles, es necesario que la piel reciba los dos tipos que existen, el ácido hialurónico de alto peso molecular o de cadena larga, y



el de bajo peso molecular o de cadena corta, y gracias a una combinación de ambos tipos, la piel no solo recibe un extra de este componente desde el exterior, sino que también se consigue estimular la producción propia de esta sustancia de manera natural". A la hora de aplicarlo, destacan tres formas.

Tratamientos de inyección

Los tratamientos con inyección de ácido hialurónico están presentes en el mundo de la estética y la belleza desde 1996. El objetivo es ayudar a recuperar volumen, rellenando arrugas o líneas de expresión a un nivel más profundo, sobre el hueso, para conseguir un buen marcaje del óvalo facial. Sus usos más habituales suelen ser en nariz, para corregir imperfecciones; labios, para perfilarlos, corregir asimetrías, aumentar su volumen, marcar el arco de cupido, subir las comisuras o disminuir la sonrisa gingival; pómulos, para realzar su volumen y remodelarlos; ojeras, y código de barras. En este caso, hay que recordar que todos estos tratamientos solo se hacen en clínicas dermatológicas especializadas y bajo la supervisión de un equipo médico.

Productos faciales

Tras conocerse la utilidad de esta sustancia para recuperar la hidratación cutánea, el ácido hialurónico se incorporó a diversos productos de uso tópico, como una sencilla forma de combatir el envejecimiento y la pérdida de hidratación. "Proporciona volumen, firmeza y elasticidad desde el interior y mejora activamente el propio proceso natural de regeneración de la piel", señalan los pro-

fesionales, "consiguiendo que esté más hidratada, suave, tersa y con un aspecto más joven y saludable". "Utilizar cremas, ampollas o sérum enriquecidos con ácido hialurónico de manera rutinaria es esencial para ayudar a mitigar los problemas de envejecimiento y mantener un buen balance en la piel, haciendo que recupere humedad, aumentando su volumen y humectando las capas de



la piel para mejorar así su aspecto". Entre las novedades se encuentran los productos *after sun* que los incorporan, como la línea solar de Nivea. "Este ingrediente hace que la piel se beneficie mucho de este plus de hidratación y regeneración cutánea tras el estrés provocado por su exposición a la radiación solar", señalan sus expertos.

Alimentos

Algunos alimentos son especialmente ricos en esta sustancia e incorporarlos a nuestra dieta será una forma

más de complementar el efecto de la rutina de cuidado facial. Entre los alimentos que más ácido hialurónico contienen se encuentran las carnes de cordero, ternera, pavo y pato; el pescado azul, como el atún, los arenques, el salmón, las sardinas o el hígado de bacalao, y las gelatinas. "Además, hay otros alimentos que ayudan a nuestro cuerpo a producir una mayor cantidad de ácido hialurónico de forma natural como las

(judías, garbanzos, lentejas) o nueces. Para la doctora María Agustina Segurado, experta asesora de Nivea, el ácido hialurónico es, de hecho, "la gran revolución de la cosmética actual", y comenta que "cada año se crean nuevas fórmulas tópicas más avanzadas que utilizan todos los beneficios de este ingrediente en la lucha contra el envejecimiento", y que todos los tipos de piel pueden beneficiarse de él, "pues es una sustancia natural



patatas, los rábanos, los cereales integrales y las semillas de calabaza, así como la soja y el cacao, o especias como el perejil o el cilantro, también con propiedades antioxidantes". Por último, los expertos recomiendan así mismo consumir alimentos ricos en magnesio, incluyendo en la dieta espinacas, almendras, legumbres

que nuestro cuerpo reconoce como un componente propio. Además, está presente en muchos alimentos, así que el organismo lo incorpora sin ningún problema". En su opinión, "incluir el ácido hialurónico en una rutina de cuidado facial es una forma de cuidarnos fácilmente y desde casa" ■

El eterno y atemporal Jimmy Choo

Coincidiendo con su 25 aniversario la marca Jimmy Choo lanza *Core*, una colección atemporal que recoge la esencia creativa de la firma fundada en 1996 por el diseñador Jimmy Choo y la editora del *Vogue* británico Tamara Mellon. Una colección inspirada en las piezas más significativas de la compañía que se asienta en tres vértices, *Crystal*, *Pearl* y *JC Monogram*, y que se irá ampliando y evolucionando cada temporada

TEXTO: @anitaisix

La marca de accesorios y zapatos de lujo lanza 'Core'



La marca Jimmy Choo cumple 25 años haciendo gala de la personalidad, carácter y gusto muy definidos que han logrado asentar desde su fundación. Y prueba de ello es, precisamente, su colección conmemorativa *Core*, una propuesta que "destila la quinta esencia de la firma" al tiempo que "reconoce la evolución de la vida de la mujer moderna y sus necesidades", y que se traduce en una serie de piezas atemporales inspiradas en colecciones pasadas que personifican la esencia creativa de la marca.

Una colección que avanza ya con su nombre (*core* = centro) lo que pretende, y que se sustenta en tres categorías clave, *Crystal*, *Pearl* y *JC Monogram*, a las que en cada temporada se irán añadiendo nuevos artículos que mostrarán la evolución y definirán "un vocabulario de futuros clásicos que sienten las bases para un armario de accesorios definitivo".

Así lo explican desde la compañía, donde Sandra Choi, actual directora creativa y sobrina del fundador, explica que a estas alturas "el carácter y el gusto de los accesorios *JC* están establecidos; la marca ya sabe quién es, y *Core* es un reflejo de eso, reinventando lo que Jimmy Choo puede significar para el futuro". "*Core*", dice, "es una colección de piezas clave que irán constantemente para adaptarse a la vida cotidiana de sus propietarias, ya sea trabajando, jugando, vistiéndose o yendo a lugares", dice, convencida de que "las atesorarán", y destacando como elementos creativos más importantes de Jimmy Choo "la luz, la fantasía y la experiencia en diseño", incidiendo en que la colección se identifica con el ADN visual fundamental de la marca. "Es nuestra esencia. Es lo que somos".

De esta forma, *Jimmy Choo Core* se presenta como una colección atemporal de siluetas nuevas e icónicas que abordan todas las funciones del día a la noche, de formales a informales, de la ciudad a la playa, con diseños para todos los aspectos de la vida de una mujer las 24 horas al día, los siete días a la semana.

CRYSTAL



El cristal ha estado con Jimmy Choo desde el principio. Subraya la identidad multifacética



de Jimmy Choo, la marca como una joya, para usar las 24 horas al día. La exclusiva hebilla en forma de C destaca en los tacones *Marsai* y *Marta*, en las botas utilitarias *Cora* con cordones, en las chanclas de piscina *Fallon*, en los mocasines *Mani*, las zapatillas *Osaka* y el bolso *Madeline*.

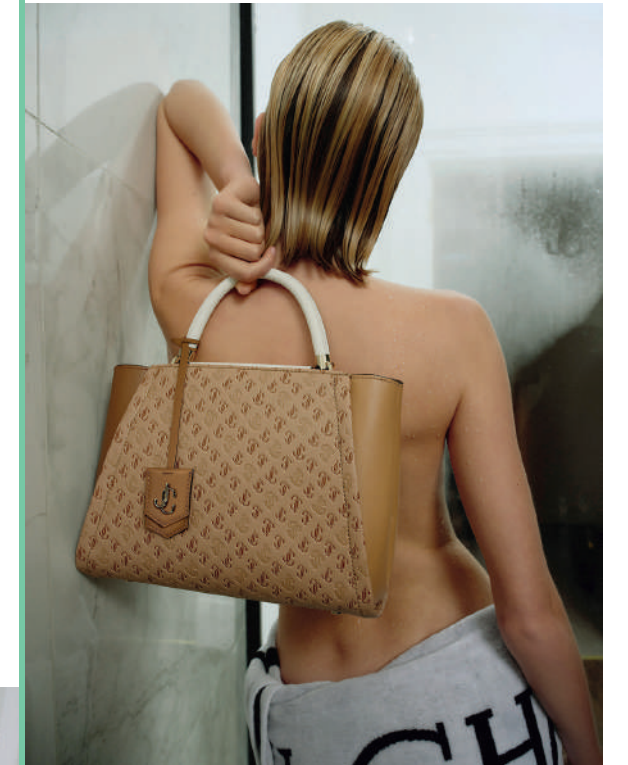
PERLAS



Son el nuevo leitmotiv de Jimmy Choo, que a menudo aparecen en colecciones pasadas y agregan una dosis de novedad y fantasía jugando con la escala, la forma y el posicionamiento. Decorativas pero sutiles, preciosas y fuertes, las perlas resumen tanto la filosofía de Jimmy Choo como "la mentalidad de la mujer que inspira la marca, en la que la delicadeza se une a la fuerza, y la belleza se fusiona con el conocimiento". Además, hay yuxtaposiciones modernas con estilos de noche y siluetas más casuales para

el día. Explorando con tachuelas de perlas, correas y bordados, los zapatos de noche con incrustaciones de perlas *Sadira* y *Sabine* son estilos clave inspirados en las *Sacora* y *Samantha*. "Sus enfoques decorativos se traducen en una variedad de estilos diferentes, incluidas las variaciones tachonadas de perlas de las zapatillas *Varsha* planas y *Hawaii*, mientras que las sandalias *Aurelie* y *Amara* llevan delicados hilos de perlas decorando el pie".

JC MONOGRAM



Se está convirtiendo rápidamente en un emblema de Jimmy Choo del siglo XXI, un patrón atemporal inspirado en el logotipo 'JC' interrelacionado, que es un recordatorio constante del significado y el valor de la marca, proporcionando un sello de autoridad para los estilos característicos, y se ha expandido a una selección permanente de zapatos y complementos. "Es una celebración de la identidad de la marca y un signo de aprobación", explican, señalando que se muestra a través de varias técnicas de materiales como el tejido jacquard y el estampado en cuero. "Hay un respeto al tratamiento del monograma que aparece en los estilos casuales y formales: el tacón *Liya*, la bota *Cora*, la zapatilla *Hawaii*, las chanclas *Fitz*, y el bolso hobo *Ana* que actúan como lienzos para el patrón. También aparece como una joya preciosa que incrusta nuevas variaciones de la familia *Varenne*, así como en las correas de la suela, el talón y la cuña de *Alodie*".



Todo a punto en las segundas viviendas

En España hay registradas 25.882.055 viviendas, de las que 6.473.278 pertenecen a segundas residencias. Son datos provisionales del último informe del Ministerio de Fomento, del que además se desprende que el mayor número de viviendas vacacionales están en Andalucía, la Comunidad Valenciana, y Castilla y León. Seguir una serie de recomendaciones para su cuidado es fundamental para pasar un verano tranquilo en ellas

TEXTO Toni Martín

Volver a la casa de la playa o de la montaña y ver que la cisterna pierde agua, comprobar que los electrodomésticos ya no están en las mejores condiciones o escuchar ruidos en el sistema de climatización, pueden convertir los días de descanso en una auténtica pesadilla. Lo peor es que cualquiera de esas cosas tiene muchas posibilidades de suceder, ya que este año hemos estado varios meses con restricciones de movilidad y cierres perimetrales, lo que ha hecho que haya habido una falta de mantenimiento en las segundas residencias, lo que puede ocasionar averías y problemas en las instalaciones. Por eso, los profesionales del sector recomiendan hacer una revisión exhaustiva antes de utilizarla, para “detectar y solucionar cualquier problema antes de que pueda generar un gasto excesivo”. Estas son sus recomendaciones para la puesta a punto:



Grifos y cisternas que pierden agua

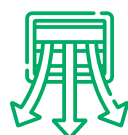
De acuerdo con un estudio realizado recientemente por HomeServe sobre el consumo del agua, la cisterna (13%), los grifos (10%) y las tuberías (10%) han sido las tres averías relacionadas con el agua más repetidas este último año. La falta de mantenimiento de la fontanería

puede implicar un gasto de 100€ por la sustitución de un mecanismo de cisterna completo o más de 240€ por una rotura de tubería. Realizar una revisión periódica de la instalación de fontanería puede resolver pérdidas de agua, llaves de paso, averías y atasco en cañerías o sifones.



Roturas de electrodomésticos

Entre las más comunes de los electrodomésticos se encuentran que el frigorífico no enfríe correctamente o genere placas de hielo, el exceso de vibración en la lavadora o que el horno se apague constantemente. El coste medio de la reparación de los electrodomésticos es de 108€. Además, en las zonas de costa, la humedad se convierte en el máximo enemigo de los electrodomésticos, por lo que revisarlos anualmente ayudará a prolongar su vida.



Revisar el aire acondicionado

Si el aparato eléctrico reseca el ambiente, gotea o hace ruidos que

antes no hacía, puede ser un indicador de que necesita una revisión.



Averías en el termo

Si el aparato del termo tiene más de 5 años es posible que empiece a dar síntomas de agotamiento como cambios en la presión del agua, pérdidas, problemas eléctrico o que el agua no alcance la temperatura esperada. La reparación suele estar en torno a los 70€, en cambio, sustituirlo por uno nuevo alcanza los 300€. El mantenimiento es la mejor prevención para aparatos con un alto desgaste de forma continua.



Mejoras en el hogar

No siempre es necesario hacer grandes desembolsos para lograr una casa funcional y agradable. A veces, basta con cambiar la pintura de la pared, sustituir las bombillas por otras de bajo consumo o arreglar los apliques eléctricos estropeados. Además, es recomendable protegerse de los mosquitos y demás insectos, instalando mosquiteras en las ventanas ■

**Recomendaciones elaboradas por HomeServe

