

OcioSOS

elCorreoGallego | 10 de enero de 2021



así soy yo



Meritxell Monterde



“Conocí a Txell de casualidad. Era la hija de una alumna del curso de pintura Celes. De ella solo sabía lo luchadora que era en medio de un tratamiento de quimio. Me impactó su sonrisa y su peluca rosa; un día que vino a clase con la excusa de recoger los cuadros para hacerle una exposición sorpresa de homenaje a su madre. Al poco tiempo se puso en contacto conmigo para colaborar en una iniciativa que se llamaba ‘Crear para ayudar’, y lo recaudado fue para una fundación del cáncer de mama. Cuando se repuso, hizo un cambio radical de vida; dejó su trabajo y se dedicó por completo a la cerámica creando un estudio llamado @lo_galliner, y ahora compartimos un proyecto llamado ‘Sarasvati’, una experiencia artística donde puedes hacer un circuito en el que experimentar lo capaz que se puede ser a la hora de crear, tanto pintando una obra propia como iniciándose en el mundo del modelaje en barro. Una gran persona que merece que la conozcáis” *Miriam Carrillo*

• MI BIO •

“Nací en Barcelona, vivo en el Maresme, cerca de la playa y de la montaña. Me considero una persona que se conoce bien. Trabajé durante muchos años en el ámbito de servicios sociales y creando planes formativos para empresas. La verdad es que a causa de una enfermedad, mi vida dio un giro en muchos sentidos. Ahora me dedico a hacer objetos de cerámica con mucha alma y a dar clases de yoga. Cuando no estoy haciendo ni una cosa ni la otra, leo, hago la siesta, voy a la piscina, paseo, acaricio a mis gatas, cocino... cosas muy normalitas y muy tranquilas. Mi proyecto actual es la creación y venta de objetos de cerámica. Me fascina la magia de la cerámica y cuando realizo alguna pieza, me ilusiona saber que formará parte de algún hogar, momento, o que será acariciada por las manos o los labios de otra persona”.

• ADMIRO A •

“Mi hermana Jess, por seguir sus sueños. Ella es una crack; es estilista de moda, vive desde hace años en NY y en plena pandemia ha sido madre de Tomeu, y los echo mucho de menos. Como ceramistas admiro a Penelope Vallejo, Eli Moretó, Roger Coll, Alberto Bustos...”

• MI OBJETO FAVORITO •

“Vajilla Mediterráneo, elaborada con el ganchillo de las mujeres de mi familia matern.; se me ocurrió honrarlas de esta manera. Otro objeto es el jarrón con mucha cara, línea minimalista sumado a mis pintadas expresivas, que tiene un toque muy fresco y simpático”.



• VIAJE INOLVIDABLE •

“Montpellier, Cuba, Cabo de Gata, el Camino de Santiago, Cádiz, Los Pirineos, Bali, Islandia, Costa Rica, Roma... difícil elegir uno. Me gustan los destinos que tienen contacto con la naturaleza”.

• UN MENÚ PARA ENAMORAR •

“Una cena informal, con humus de diferentes clases, tortilla de alcahofas o de patatas, y tengo claro que el postre sería tarta de chocolate. Y ‘of course’ (por supuesto), con vajillas y cuencos elaborados por la menda”.

• MI FLOR •

“El girasol; me rechifla”.

• EN MI MESILLA DE NOCHE... •

“Tengo un cómic escrito por La Moderna de Pueblo y un libro de Paul Auster”.

• MI RINCÓN FAVORITO •

“Mi taller, LO Galliner. Era un antiguo gallinero; está en un entorno rural y tiene mucha luz. Comparto el espacio con otra empresa, Coinpro, una compañía líder en temas de edificaciones saludables y son muy majos mis compis de local”.



• LA JOYA DE MI ARMARIO •

“Un par de vestidos de la marca WHO de la diseñadora Laia Roca; me los pongo y me vengo arriba”.

• NUNCA SALDRÍA DE CASA SIN... •

“Mi móvil, el cargador, llaves, pintalabios rojo, pendientes de aros, un par de anillos especiales y espero poder dejar la mascarilla cuando todo esto se solucione”.

• HUELO A... •

“Un aroma que utilizo con tonos de sándalo y madera”.

• MIS MASCOTAS •

“Tengo dos gatas que acogí en adopción, una negra, Ginny Weasley, y una blanca, Lily Potter, con un ojo azul y el otro verde. Los nombres pertenecen a personajes femeninos de la saga de Harry Potter”.



• Quiero ver en esta página a... *Yolanda Prat*, otra mujer que se ha reinventado después de un obstáculo.



in vogue



EASOS 4505, hacer deporte con estilo

Tras los excesos navideños toca ponerse en forma, algo que puede hacerse sin renunciar al estilo y al glamour. Al menos, así lo creen en la firma Asos, que acaban de lanzar la nueva colección de la estrella de su ropa deportiva, la línea ASOS 4505, con prendas a la última y de gran calidad orientadas al rendimiento, y que esta temporada viene cargada de modernos estampados tipográficos, lavados en colores sombreados y el logo 4505. Los tejidos de tacto suave que absorben la humedad y la tecnología sin costuras harán que el conjunto elegido lo dé todo en el entrenamiento. Además, ahora la marca también ofrece la posibilidad de completar el gimnasio en casa con la nueva gama de equipamiento de ASOS 4505: una comba con la que sudar, una banda elástica con la que entrenar los músculos o una esterilla de yoga antideslizante para los estiramientos.

Y como complemento, el blog *Lo último en estilo*, donde se puede conocer a la ASOS Flex Crew, donde titanes del entrenamiento, futbolistas, patinadores, nadadores artísticos e incluso cachorros profesores de yoga, motivarán a la comunidad que se acerque a ellos, ayudándoles a encontrar el deporte o el entrenamiento que mejor les vaya para mantenerse activo, sea cual sea. Y eso no es todo: todos los viernes, uno de los creadores participará en la serie *Fridays Flex* con entrenamientos paso a paso que se podrán guardar, sudar y compartir ■



Amor, amor... antes de que llegue San Valentín



Aún con la resaca de la campaña navideña, la firma Cacharel Parfums ya piensa en el Día de los Enamorados, y lo hace lanzando una edición especial de su emblemática fragancia, *Amor, Amor*, diseñada en exclusiva por el actor Óscar Casas, que vuelve a ser imagen del perfume. El tema que acompaña esta creación es *Growin Love*, y el nuevo cofre está inspirado en las emociones y los sentimientos que crecen en el interior y que afloran cuando uno se enamora por primera vez. Al igual que las flores, que son el elemento principal de la campaña, *Amor, Amor* se convierte en un símbolo de frescura y juventud, y el aroma que formará parte de las primeras veces ■



El mejor vino de España



Gramona Celler Batlle Brut 2010, de Bodegas Gramona, perteneciente a la marca colectiva Corpinnat, acaba de proclamarse Mejor Vino de España 2020, según los miembros de la Asociación Española de Periodistas y Escritores del Vino (AEPEV) que le han otorgado 152 puntos en una votación a doble vuelta en la que han participado la mayor parte de sus asociados, y en la que han tenido que decidir entre las 700 marcas propuestas en la primera fase del concurso, de las que pasaron a la final un total de 146 vinos y vermús y 61 espirituosos en las 15 categorías a las que optaban.

Corpinnat es una Marca Colectiva de la Unión Europea nacida con la voluntad de distinguir los grandes vinos espumosos elaborados en el corazón del Penedès, a partir de uva 100% ecológica recolectada a mano y vinificada íntegramente en la propiedad.

Andalucía, con ocho vinos y espirituosos, se ha erigido en la Comunidad Autónoma más galardonada, a las que han acompañado Galicia, con siete marcas; Castilla y León y Comunidad Valenciana, con tres, La Rioja y Cataluña, con dos; y Aragón, Castilla-La Mancha, Madrid, Murcia, Navarra y País Vasco con un galardón. Además, los espirituosos, en los que por segunda vez participan aquellos elaborados fuera de nuestras fronteras y comercializados en España, han ido a parar en dos casos a Escocia (whisky) y Guatemala (ron).

La entrega de premios tendrá lugar en la próxima primavera ■

la entrevista

LAS 10 PREGUNTAS

1. En los últimos años han surgido muchos coaches, algunos muy mediáticos como tú. ¿Cuál es el elemento diferenciador de María Fernández con respecto a otros?

Creo que aplico mi propia experiencia en mi trabajo. Me he retado y he apostado mucho a lo largo de mi vida y, sobre todo, por esta profesión. No podría ayudar a los demás a saltar al vacío si yo no lo hubiera hecho antes. Y luego, creo que me muestran tal y como soy, y las personas huelen la autenticidad.

2. Para quienes no conocen vuestro trabajo, ¿En qué consiste y qué aporta?

Ayudamos a alcanzar objetivos personales y profesionales. (Tan sencillo como eso). Lo que pasa es que, en ese camino, el cliente se descubre a sí mismo, y se da cuenta de todo el potencial que albergaba en su interior y no lo sacaba.

3. ¿Qué diferencia a un coach de un psicólogo?

El psicólogo también trata patologías. Nosotros no lo hacemos.

4. ¿Qué buscan las personas que acuden a ti?

Me gustaría que esa pregunta se la hicieran a ellas. Normalmente me suelen decir que es porque les transmito humanidad, fuerza y determinación. Son las palabras que suelen repetir más en los emails. Ahora tengo un 80% de clientas mujeres y estoy feliz. Ellas buscan COMERSE LA VIDA "todavía más". Brillar, ser las personas que siempre han deseado ser, despegarse de la ridícula opinión de los demás, emprender y liberarse de lastres sociales. Pero en general ya llevo casi diez años haciéndole coaching a todo tipo de personas, y a equipos directivos, emprendedores, que quieren alcanzar objetivos profesionales y personales.

5. ¿Qué te ha aportado a nivel personal *El pequeño libro que hará grande tu vida*?

TODO. Todavía no soy madre, así que puedo decir que por ahora ha sido una de las mejores cosas que he hecho. Los emails y mensajes que recibo a diario de mis lectoras es la mayor retribución que puedo recibir. Que tu trabajo se base en ayudar a los demás es un regalo en sí.



María Fernández Coach

TEXTO Ana Iglesias

Conocida como *la coach de las celebrities*, **María Fernández**, es autora del éxito *El pequeño libro que hará grande tu vida*, y colaboradora habitual de distintos medios de comunicación. Experta en *coaching* individual, trabaja también como motivadora en eventos corporativos y equipos en el mundo empresarial. Recién estrenado este 2021, da las pautas para conseguir alcanzar nuestros propósitos, pero también cómo afrontar la situación global de pandemia que estamos viviendo y cómo salir reforzados de esta crisis

6. ¿Y qué crees que ha encontrado en él la gente que lo ha leído?

Apoyo, consuelo, firmeza, y ayuda. Es como si a través del libro, les escuchara, dejara que se desahoguen, y luego les mirara, y les trasladara que creo en ellos. Les susurro que todavía no han volado a esa altura, en la que se sorprendan de ellos mismos. Y cuando están ahí arriba, les dejo. El libro se termina. Es el mismo proceso que cuando hago coaching. Creo firmemente en el poder de transformación de las personas, independientemente de la edad. Solo cambia y mejora quien quiere y está dispuesto a asumir los costes que eso conlleva. Pero el propio desarrollo personal es el viaje más apasionante que uno pueda emprender. Una mañana te miras al espejo y te das cuenta de que te has convertido en la clase de persona que querías ser.

7. Hemos vivido un año muy difícil y diferente, ¿cómo lo han asumido las personas que tratas y cuáles han sido sus mayores preocupaciones? Y por otra parte, ¿cómo lo habéis asumido los profesionales?

Mis clientes, afortunadamente, lo han llevado muy bien. Incluso los empresarios. Ir a un proceso de *coaching* ya supone un filtro para las personas. Sólo llegan a ti las que están dispuestas a transformar su vida, a mejorar, y a cambiar la queja por la responsabilidad. Entrar en un proceso de *coaching* y estar dispuesto a asumir sus costes (de tiempo, de energía y económicos) supone que dejes fuera el traje de víctima. Así que, quienes llegan a mi despacho son personas que miran de frente a la vida. En cuanto a cómo ha reaccionado mi colectivo frente a la pandemia, opino que están acostumbrados a revertir casi cualquier situación, y hacer de la mierda estiércol. Por eso me encanta mi mundo. Porque está lleno de personas emprendedoras, resilientes; muchas han molido el polvo y hoy son personas sabias, fuertes y llenas de vida.

8. ¿Cómo se sale reforzado de una situación como la que hemos vividos?

Sacando las pepitas de oro detrás de las manchas negras. Cualquier situación, incluso la más catastrófica, contiene una belleza oculta. A veces inapreciable, pero inmensamente poderosa. La sabiduría del ser humano es saber encontrarla.

9. ¿Cómo se pueden afrontar las pérdidas sufridas este año, tanto a nivel personal como profesional?

La vida son pérdidas. En el momento en el que nacemos, pactamos con la vida, la muerte y la incertidumbre. Ese es el juego de la vida. Pensar que íbamos a vivir en una vida basada en la seguridad es la ilusión. Pero en esa incertidumbre reside su magia de la vida. No es predecible. Hay dolor, pero también hay superación, conquistas y humanidad.

10. ¿Cómo volver a disfrutar de la vida, a recuperar lo cotidiano, dentro de lo compleja y anómala que es la situación que estamos viviendo y cómo se puede gestionar emocionalmente la incertidumbre generada por la pandemia?

Asumiendo que hay un porcentaje (bajo) de la vida que no podemos controlar, pero sí nos podemos modelar a partir de las pérdidas. No hay buenos guerreros sin cicatrices de guerra. La humanidad ha pasado por guerras, holocaustos, ataques nucleares y desastres naturales, ¿por qué razón nosotros deberíamos no atravesar nada? Creo que nos ha ido bastante bien, dependiendo con qué lo comparemos.

Y LA PREGUNTA DEL MILLÓN

¿Cómo conseguir nuestros propósitos de año nuevo de una vez por todas?

Elegiendo sólo uno. No solemos alcanzar nuestros propósitos porque hacemos una lista interminable de ellos. No podemos pretender perfeccionar nuestro inglés, dejar de fumar, correr un maratón, mejorar nuestra alimentación y emprender en un mismo año. Es mejor elegir un solo objetivo y poner foco obsesivo en él. Sólo de esta forma nos garantizaremos llegar a él, porque utilizaremos todos nuestros recursos (económicos, humanos, de tiempo y energía) en conseguirlo. Otra razón por la que no alcanzamos los propósitos de año nuevo es porque no son genuinos, sino "autoimpuestos". Representan lo que "deberíamos hacer" en vez de lo que nos "emociona" llevar a cabo. El propósito tiene que emocionarnos sólo con pensar en él, y no resultarnos tedioso ■



gastro



LAS VIRTUDES DEL CAQUI

• LA RECETA •

Natillas de caqui, yogur y cacao

Ingredientes:

- 3 caquis maduros
- 1 yogur cremoso natural (puede ser edulcorado)
- 4 cucharadas soperas de cacao en polvo



ELABORACIÓN

Pelar las frutas y sacar la pulpa con ayuda de una cuchara. Trocear los caquis y echarlos en un vaso batidor, un robot de cocina o una trituradora, junto al yogur y las cucharadas de cacao. Se recomienda que el yogur sea espeso para darle un toque de cremosidad. Triturar todo hasta obtener una mezcla cremosa.

También se pueden añadir unas gotas de edulcorante, si se desea conseguir un sabor dulce, o más cacao al 70% si lo que se quiere es que sepa a chocolate. Si se añaden estos ingredientes extra hay que volver a batir para mezclarlos bien.

A continuación verter la mezcla en unas copas y dejarlas en la nevera un par de horas.

Sugerencia de presentación.

Servirlas acompañadas de galletas, frutas picadas o coco rallado.

TEXTO **Martina Izard**

O riginaria de Asia, el caqui es una baya comestible, de piel muy lisa y sabor áspero y astringente que a medida que madura, adquiere un dulzor perfecto para preparar postres sanos y muy saludables, purés y mermeladas. Además, puede servir como tentempié, merienda o como guarni-

ción, combinado con burrata o ensalada. Con propiedades antioxidantes, muchas vitaminas y fibras, es una fruta rica en fructosa y glucosa, en la que destacan las pectinas y los mucílagos, que retienen el agua y ayudan a regular el tránsito intestinal, además de aportar provitamina A, que el organismo

transforma en vitamina A, y vitamina C, ambos importantes para fortalecer el sistema inmune. Además, es una fruta que admite muy bien la congelación, y aunque no es muy popular y su duración es corta, su sabor dulce y la pulpa carnosa la convierten en una excelente opción para poner en la mesa ■



CALENDARIO DE PARED PERPETUO DE FORMOSA



Este calendario diseñado por Enzo Mari es de principios de los 60 (cuando fue creado para Danese Milano) y es un ejemplo atemporal de diseño con visión de futuro. Con tarjetas de PVC litografiadas en rojo y blanco, es retro, pero no kitsch, y resulta muy llamativo en cualquier oficina, cocina o espacio de estudio ■

CALENDARIO COLGANTE DE PARED A3



El calendario *risograph 2021* de edición limitada de la firma Risotto Studio presenta 12 ilustraciones coloridas diseñadas y producidas por el personal del estudio en Glasgow. Fabricado en formato colgante, el calendario A3 presenta una encuadración de alambre blanco para mantener intacto el calendario de papel reciclado y una cantidad considerable de espacio en cada página para notas y recordatorios. Además, cuenta con fases lunares y una clave del zodiaco ■

PLANIFICADOR 'IMPERFECTO' AZUL



La tienda de artículos de papel con sede en San Diego de Wendy Chung, DOZI, ofrece un sencillo planificador *imperfecto* para aquellos que se esfuerzan por estar preparados para el 2021. Dos ilustraciones de líneas y puntos enmarcan la portada, mientras que los meses en el interior están codificados numéricamente. De tamaño bolsillo e impreso en cartulina con un acabado mate, el planificador de Chung demuestra ser transportable y duradero. Cada uno se ensambla a mano por lo que pueden producirse diferencias sutiles en el color y el diseño ■

Juan Morandeira

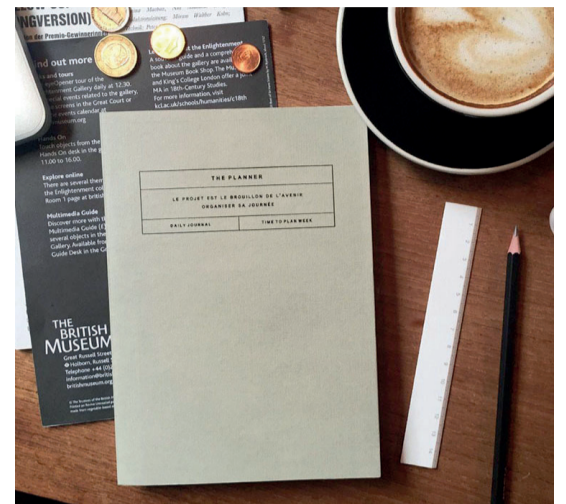


Interiorista

CALENDARIOS + PLANIFICADORES PARA ESTE 2021

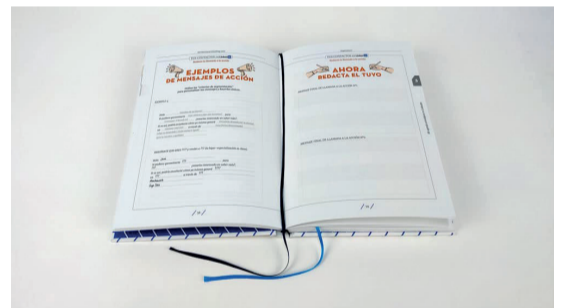
Ya sea por organización, motivación o inspiración, estos productos ofrecen la posibilidad de realizar un seguimiento de los días de forma creativa. Estos son algunos de ellos

THE PLANNER



En la papelería online Likely (cuidado, es totalmente adictiva y tienen un montón de cosas molonas) encontramos *The Planner*, una agenda hecha en Corea del Sur (garantía de calidad y diseño en papelería) que hará las delicias de cualquier protagonista de una peli de Wes Anderson ■

AGENDA DE ESTRATEGIA DE MARKETING DE INGE SÁEZ

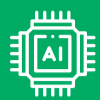


Inge Sáez es una experta en Marketing, especializada en LinkedIn, el Social Selling y en el primar la calidad frente a la cantidad. Sáez recalca la importancia de segmentar el nicho de clientes con extrema precisión y comunicarse con ellos de una manera muy focalizada para aumentar las ventas. La Imprenta CG ha impreso el planificador que forma parte de su curso de Marketing, en el que enseña a usar LinkedIn para posicionarse como referente y conseguir buenos clientes ■

CREATIVE MINDLY: PARA DESCARGAR



En Creative Mindky hay agendas listas para descargar (en PDF o en Power Point), con un diseño muy cuidado y muchas opciones de personalización. Además, tienen una edición especial para profesores ■



zona tic

El poder de las redes sociales

MANUEL SOUTIÑO

INFORMÁTICO Y
EXPERTO EN REDES

Los acontecimientos de esta última semana en EEUU me tienen atónito. Se llevaba rumiando algo gordo los últimos meses. Ya antes de las elecciones se especulaba con lo que pasaría si Trump no reconociese el resultado de las elecciones. Ha cumplido todas las expectativas depositadas en él. El señor del tupé no defrauda. El resultado de estos dos últimos meses llenos de teorías de la conspiración por parte del republicano culminó con un asalto al Capitolio el Día de Reyes por una parte de sus seguidores. Podríamos analizar en detalle la cadena de acontecimientos que han llevado al sistema democrático de EEUU a estar al borde del abismo, podríamos despotricar contra el Presidente más histriónico de la historia de esa nación, pero quizá sería demasiado ambicioso. En mi opinión, Trump es un síntoma, una consecuencia de una sociedad que ha perdido el norte. Por su visibilidad, es una referencia mundial cuando hablamos de líderes populistas, pero tenemos ejemplos de personajes similares por todo el globo.

Pero hoy vengo a hablar de **redes sociales** (sí, otra vez). En concreto de la importancia de su papel en las cada vez más polarizadas sociedades occidentales. El ejemplo de Trump y su guerra abierta con **Twitter** viene de lejos. Ya hace unos meses, el Sr. **Naranja** entraba en cólera por una nota al pie en uno de sus mensajes que indicaba que el contenido de ese mensaje podía contener falsedades. El Día de Reyes, el asunto llegó más lejos. Tras tres tweets desafortunadísimos e irresponsables en esos momentos de tensión por parte de Trump, la red social bloqueaba su cuenta durante 12 horas. **Facebook** e **Instagram**, anunciaban a su vez una suspensión permanente de las cuentas del Presidente.

En el mundo en que vivimos, ese gesto por parte de los responsables de las redes sociales, puede ser interpretado de muchas maneras. Los más bisoños quizá aplaudan la decisión, por la intención de las empresas de proteger a la gente de **fake news** y de personajes que intentan polarizar a la sociedad. Otros, en cambio, se quejarán amargamente de la censura ejercida, insinuando que ese acto es un inicio al camino del fascismo, haciéndose adalides de la defensa de la libertad de expresión. Como pueden ver, esa decisión no contribuirá a la despolarización de la sociedad, sino que la acentúa.

Mi opinión es más cínica todavía. Estas redes sociales, como he dicho en más de una ocasión, **son empresas privadas. No tienen ningún objetivo más que los beneficios económicos.** Ofrecen ruedas de prensa en las que, de manera ufana presumen de acercar a las personas y de facilitar la comunicación entre culturas. Pero a su vez permiten campañas para influir en resultados de elecciones. Con mucho dinero de por medio. Rediseñan sus algoritmos para beneficio del mejor postor. Una decisión como la tomada en el día de



Reyes es una grandísima campaña publicitaria de valor incalculable. Han silenciado a un energúmeno. Son los defensores de la libertad y de la democracia. Permítanme una sonrisa.

Pero, ¿cómo hemos llegado a esta situación? La respuesta es de una claridad meridiana, bajo mi punto de vista. Los políticos lo han permitido. Y no me refiero a que hayan legislado para frenar o regular el sistema mediante el que funcionan las redes sociales, sino que se han integrado tanto en su ecosistema que lo necesitan para dejar sus mensajes más políticamente incorrectos. Lo que no se atreven a decir en una rueda de prensa. Han hecho de las redes sociales una herramienta básica para su trabajo. Trump enardece a las masas y las convoca para la manifestación del día 6 mediante un mensaje en Twitter.

Se dirige a los manifestantes mediante un mensaje de vídeo publicado en Twitter. Y concede la victoria a Biden en un vídeo en esa misma red social una vez ha pasado el plazo de bloqueo de su cuenta.

Pero los ecos cruzan el charco. Nuestros políticos utilizan ese mismo medio para dar sus opiniones al respecto. Algunas mesuradas, pero la mayoría absolutamente irresponsables y sectarias. No quiero dar nombres como el de García Egea, Echenique o Abascal, pero entiendo que poner como ejemplo de las consecuencias de la crispación lo que ha pasado en el Capitolio, al tiempo que atacas al que piensa diferente, es no haber comprendido la lección. O quizá mi cabeza es muy simple y no da para más.

En otros tiempos, un mensaje institucional importante, se retransmitía por todas

las cadenas generalistas. Ya fueran del Jefe del Estado, del Presidente, del líder de la oposición o del secretario general de un sindicato. Los periodistas hacían preguntas. El mensaje llegaba a todo el mundo. Hoy, cuando los políticos hacen determinados gestos, los hacen para el que tiene redes sociales. Y son los medios de comunicación los que tienen que bucear en éstas para presentar a la parte de la sociedad "no conectada" lo que está pasando en su país.

Recientemente, Twitter ha implementado una posibilidad. La de que puedas escoger quien puede responder a un mensaje. Muchos políticos en este país ya se han apuntado a este sistema, inspirado en el famoso plasma de M. Rajoy. Lanzo mi mensaje, sin esperar ni necesitar respuesta de la otra parte. No me importa. Lo único que me importa es lanzar mis soflamas al aire. No se admiten preguntas. Y aquí entran las famosas cámaras de eco de las que he hablado en más de una ocasión. Se amplifica el mensaje hacia los que están de acuerdo, que difunden el mismo y se excluye a los que no están de acuerdo y tampoco tienen derecho de réplica.

Y esta es la manipulación a la que estamos sometidos. El mismo Día de Reyes, antes de que el vicepresidente Mike Pence dijera algo en público en contra de Trump, al que ha apoyado durante estos cuatro años, lo que trascendió a los medios como gesto es que había dejado de seguirlo en Twitter. **Ese es el poder que le han dado las clases políticas a estas empresas.**

Otro ejemplo es el mensaje que habrán recibido recientemente al abrir **WhatsApp**. Nos informan que hemos de aceptar las nuevas condiciones, que implican compartir nombre, número de teléfono, dirección IP y ubicación con Facebook para mejorar los servicios que nos ofrecen, mejorar la experiencia de usuario y mostrarnos anuncios más relevantes. Si no aceptamos las condiciones, nos borrarán la cuenta. Para Europa, las normas de privacidad se suavizan un poco, pero las dejan bajo control de Whatsapp Irlanda, país que está bajo la lupa de la UE por su laxitud a la hora de cumplir y hacer cumplir la Ley Europea de Protección de Datos.

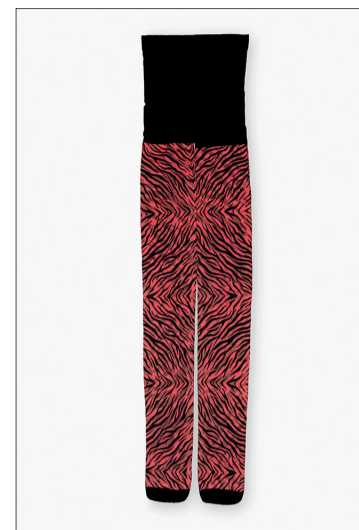
Nada que objetar, por mucho que nos pongamos dignos. Estamos utilizando los servicios de una empresa privada, que pone sus normas de uso para un servicio que no tiene coste monetario. El beneficio, como hemos dicho otras veces, lo sacan de nuestros datos, y la publicidad dirigida que se genera a partir de éstos.

Mientras tanto, podemos explorar otras opciones, como **Signal**, con una política de privacidad muchísimo más limpia, pero minoritaria, desgraciadamente. Optar por Signal a título individual sería aislarnos a nivel mensajería de quien nos rodea, estar fuera del orden social marcado por las redes sociales. Esclavitud moderna... ■

trends

La moda más divertida e inconformista de Sakki Love

TEXTO @anitaisix



Un “maravilloso terrible desastre”. Así definen los creadores de Sakki Love su marca de moda, que pese a evocar el japonés (saki=actual, de hace poco) y el inglés (love=amor), es de origen gallego. “Todo está fabricado en nuestras instalaciones en Vigo”, explican. “Llega el hilo, lo tejemos, cortamos el tejido, confeccionamos, estampamos...”. El ciclo de producción al completo, lo que hace que además sea una marca sostenible, generando una huella de CO2 muy reducida gracias a la proximidad de la producción, que reduce al mínimo la contaminación que producen las grandes importaciones”. Pero además, Sakki Love, que hace referencia “al ahora, el siempre, el momento;

a esa sensación de que el tiempo nos atraviesa, dando forma a nuestros recuerdos mientras se crea la sensación de que todo va a salir bien”, es ante todo una marca “divertida, valiente, inconformista y sociable”. Punto, camisetas, sudaderas, pantalones, faldas, vestidos, cazadoras, complementos... toda una colección de hombre y mujer en la que cada prenda está hecha “con todo nuestro cariño” en una fábrica abierta a la visita, porque como ellos mismos dicen, “estamos para que nos llamen, nos pregunten, nos pidan consejo; para resolver todas las dudas” y para acercar su moda a un consumidor que “cada vez que la vista se sienta orgulloso de pertenecer a la comunidad Sakki Love” ■





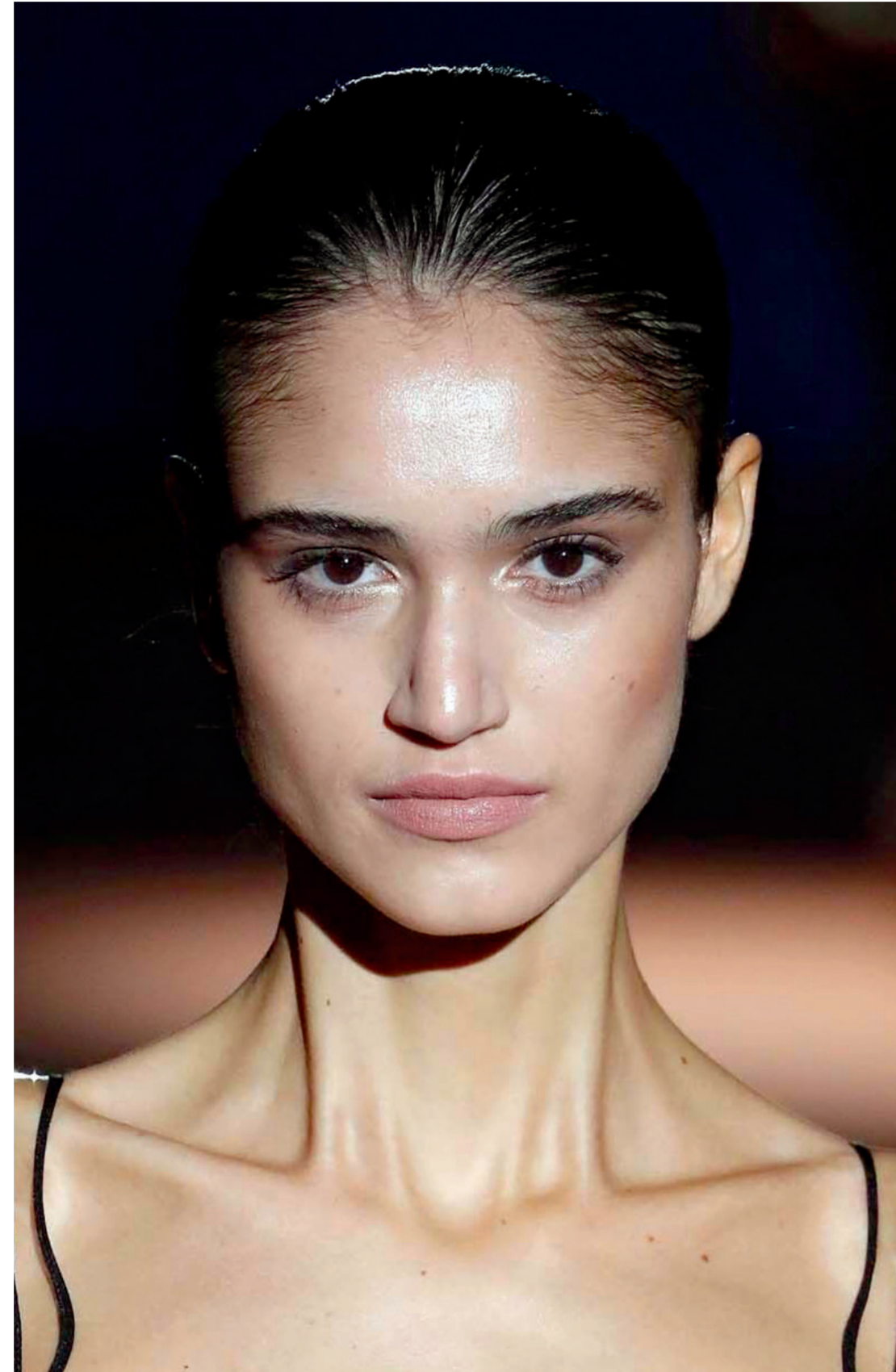
LET'S TALK TITTA

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

Nueva fuente: productos multiuso

Maquillaje día a día

Es cierto que después de un año tan caótico como el 2020 hemos aprendido mucho sobre la simplicidad y sobre cómo ahorrar tiempo y dinero. Y en la belleza no ha sido la excepción. El descubrimiento de productos eficaces y multidisciplinarios para un maquillaje diario, ha sido uno de los protagonistas en las listas tops del año pasado. Es por esto, que en este apartado repasaré con vosotros una lista de imprescindible para nuestro nuevo neceser 2021



Hidratación



Skin Food Rich Intensive Skin Care Face or body WELEDA 14,95€

Se trata de una crema de cuidado nutritivo esencial para la piel con su acción reparadora para un uso en rostro y cuerpo. Va perfecta para pieles muy secas, gracias a sus ingredientes a base de botánica medicinal. La alimentación intensiva para pieles hace que sea el producto perfecto para incluirlo en la preparación de la piel previa al maquillaje.

Prebase



High Adherence Silicone Primer THE ORDINARY 4,75€

Una prebase que brinda una textura ligera y asegura una fijación perfecta del maquillaje, basándose en las siliconas que actúan como un alisado reduciendo la apariencia de poros abiertos. También puede usarse como un serum hidratante cuando se prefiera ir a cara lavada para con un aspecto fresco.

Protección solar



Mineral Sun Care Compact UVA/UVB 30 CLARINS 24,99€

Nunca debemos olvidar la protección solar en cada momento de nuestro día, y es por eso que os recomiendo este producto que en su formato multiuso nos ofrece un polvo compacto a base de minerales para proporcionar al rostro un toque de color uniforme, desvelando una tez de aspecto suave y sedoso.

Producto destacado



Metallic Mysteries II Linda Halberg 56,00€

Como si de magia se tratase llega esta paleta vegana de cuatro sombras con acabados metalizados, que en mi criterio contiene unas tonalidades muy favorecedoras para todas las ocasiones. Está diseñada para usar en seco o mojado sobre el rostro (como sombra de ojos, blush, labial e iluminador), las cejas, el cuerpo y el cabello, y se pueden utilizar de forma individual o mezclados entre sí para lograr otras tonalidades. En fin, que puedes volverte loca descubriendo estos y otros usos que desees agregar.

Fijadores



Facial Spray: aloe, Herbs and Rose Water MARIO BADESCU 12,25€

Para nadie es un secreto que este es uno de mis productos favoritos y que lo utilizo en los maquillajes que realizo para las editoriales en las que trabajo. Porque además de tratarse de una bruma fijadora de maquillaje, promete y cumple hidratar y refrescar todo tipo de pieles durante y después del maquillaje. Su fórmula de extractos de hierbas es una de las razones por las que este producto ha captado mi atención y conseguido mi fidelidad como profesional, ya que estimula la respiración del rostro llevando maquillaje, y también funciona muy bien cuando deseamos simplemente hidratar una piel desnuda. Y como tip adicional, si tienes el pelo seco puedes usarla como una bruma hidratante ligera.

Cejas y pestañas



Great Lash Clear Transparent Máscara MAYBELLINE NY 6,95€

Es importante mantener unas cejas bajo control y al mismo tiempo fijar las pestañas con aspecto natural y nada apelmazado, y eso es justo lo que podremos lograr con esta máscara de textura transparente, que como él mismo indica no agrega color; solo peina, separa y fija, acondicionando la rebeldía de los pelos en estas zonas. Y puede ser utilizado por aquellos que usen lentillas sin tener que preocuparse por la irritación o la incomodidad.

Los #challenges preferidos de los 'tiktokers'

La pandemia nos ha traído meses de confinamiento y, consecuentemente, muchas horas de entretenimiento en casa, en las que las nuevas tecnologías han tenido un papel fundamental. El 2020 es un año de recuerdos virtuales, entre ellos muchos relacionados con Tik Tok, una aplicación que cuenta ya con más de 800 millones de usuarios de todo el mundo, y sus #challenges, un hashtag que actualmente cuenta con casi 111 billones de visualizaciones. Bailes, ejercicios, imitación de fotos de la infancia, recetas y retos imposibles convirtieron esta app creada hace cuatro años en la número 1 de entretenimiento en España, consiguiendo que en el mes de marzo, cuando se decretó el Estado de Alarma, hubiese 14 millones de descargas. Aún con la incertidumbre de saber qué sucederá este año, estos son algunos de los retos más virales del 2020, recopilados por la plataforma Qustodio



TEXTO Toni Martín

1. PlankChallenge. Después de un tiempo sin practicar actividad física, el reto de la plancha, consistente en mantenerse en plancha a la vez que se hacen movimientos rápidos de codos y piernas al ritmo de la canción de Maggie Linderman, *Pretty Girl*, se convirtió en uno de los más famosos, con 2,4 billones de visualizaciones.

2. PassTheBrush. Cuenta con 1,6 billones de visualizaciones y se trata de un reto que da pie a la colaboración y actuación de varias personas sin necesidad de estar en el mismo espacio. El vídeo comienza con una persona mostrando su look más natural, se pasa una brocha de maquillaje por la cara, cubre con ella la cámara y ¡boom! aparece con sus mejores galas. Acto seguido, lanza la brocha al siguiente participante, pudiendo crear un vídeo común con un mismo hilo conductor.

3. GetBusyChallenge. Es un reto de baile casi imposible con movimientos extremadamente rápidos al ritmo de *Get busy*, la popular canción del artista jamaicano Sean Paul. El *challenge* llegó a los 756 millones de vistas.

4. FlipTheSwitchChallenge. Un espejo, un teléfono móvil, dos personas y dos looks diferentes es todo lo necesario para este reto en el que los participantes, tras apagar y encender la luz, intercambian su ropa. Acumula más de 741 visualizaciones.

5. SimbaChallenge. Un reto que nos transporta a 1994, cuando *Rafiki*, de *El Rey León*, muestra al reino animal a su futuro rey, *Simba*. Pintándose el dedo con pintalabios de color rojo y posteriormente marcando la frente de alguno de los miembros de su familia, miles

de personas representaron este histórico momento Disney en Tik Tok, acumulando 571 millones de visualizaciones.

6. ImJustaKidChallenge. Con la canción de *I'm Just a Kid* de Simple Plan como banda sonora y más de 528 millones de vistas en la aplicación, miles de familias alrededor de todo el mundo se unieron para imitar sus fotografías de la infancia.

7. 10ToquesChallenge. El reto consistía en dar 10 toques seguidos con el pie a un rollo de papel como si se tratase de un futbolista. Cuenta con un total de 460 millones de visualizaciones.

8. EmojiChallenge. Los famosos emojis que intentan ilustrar de forma gráfica lo que sentimos pasaron a ser imitados por 172 mi-

llones de visualizaciones de personas que simulaban con la cara la consecución de emoticonos que aparecían en pantalla.

9. GestureChallenge. Mano a mano y todo al ritmo con *Y2k & Bbono\$ Lalala*, el usuario debe autograbarse con la cámara frontal y conseguir imitar los movimientos marcados en la pantalla. Hay numerosas versiones y acumula más de 73 millones y medio de vistas.

10. NananaChallenge. Protagonizado por la canción *Bonde R300* y *ZondZilla*, este reto de baile en pareja consiste en ponerse uno frente al otro y juntar el pie izquierdo con el del compañero, luego el pie derecho y después de espaldas. Lo han seguido cerca de 3 millones de personas ■