



**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

ING. MARIO ROBERTO NIETO LOVO

**RECTOR**

Msc. ANA MARÍA GLOWER DE ALVARADO

**VICERRECTORA ACADÉMICA**

EN PROCESO DE ELECCIÓN

**VICE RECTOR ADMINISTRATIVO**

DRA. ANA LETICIA ZAVALA DE AMAYA

**SECRETARIA GENERAL**

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

LIC. JOSÉ RAYMUNDO CALDERÓN MORÁN

**DECANO**

Msc. NORMA CECILIA BLANDÓN DE CASTRO

**VICEDECANA**

LIC. ALFONSO MEJÍA ROSALES

**SECRETARIO DE LA FACULTAD**

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

LIC. ROBERTO ANTONIO MAZA EMÉSTICA

**JEFE DEL DEPARTAMENTO**

Msc. YUPILSINCA ROSALES CASTRO

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

Msc. CARLOS ERNESTO DERAS CORTEZ

**DOCENTE DIRECTOR**

## **AGRADECIMIENTOS**

Son muchas las palabras que expresan mi gratitud por haber culminado este camino que inicié desde que decidí querer ser Periodista. Siempre soñé el día en que agradecería a Dios por este título y hoy puedo decir: ¡Gracias, Dios, a ti sea la Gloria!

### ***A mis padres.***

Les agradezco por haberme apoyado en todo momento, darme con amor mis estudios, por ser mi motivación para siempre seguir adelante y principalmente porque son mi pilar fundamental en todo lo que soy.

### ***A mis hermanas.***

Por darme su ejemplo, por ser mis hermanas mayores, ser constantes en todo lo que se proponen y siempre aconsejarme, por su amor, gracias.

### ***A mis amigos y amigas.***

Aquellos que son parte de mi vida, con las que terminé esta tesis, las que siguen siendo mis amigas de la U, la que fue y sigue siendo esa amiga incondicional en esta carrera, a todos, les agradezco sus palabras de ánimo, por estar ahí totalmente, por escucharme, alentarme y siempre querer lo mejor para mi.

### ***A mis maestros.***

A cada uno de los que marcó cada etapa de aprendizaje en mi carrera, por sus enseñanzas, por su tiempo dedicado y su deseo de transmitir lo mejor del periodismo.

A ustedes, solo puedo decir, GRACIAS.

**Ana Estela Pérez Zepeda.**

## **AGRADECIMIENTOS**

**Dios**, Gracias por guiarme y llenarme de fe para terminar con éxito mi carrera universitaria.

**Mami**, Elena Vásquez de Rochac quiero agradecerte infinitamente todo lo que has y sigues haciendo por mi; gracias por ser esa gran mujer que luchó y luchó para cosechar éxitos personales y académicos en mi vida, TE AMO!!!

**A mis hermano**, Luis Rochac Vásquez, sos mi hermano mayor que me cuidó desde pequeñita y lo seguís haciendo hasta el día de hoy, donde tu apoyo es incondicional y tu ejemplo de perseguir los sueños hasta alcanzarlos, me contagió para luchar por alcanzar los míos. **A mi hermana**, Hellen Rochac Vásquez, gracias por tu apoyo y por estar a mi lado apoyándome y dándome palabras de aliento en aquellos momentos en los que alguna vez me viste triste o frustrada por mis obligaciones académicas.

**A mi esposo**, Abner Elías Medrano, gracias por apoyarme incondicionalmente para lograr este triunfo que hoy es de los dos, te amo seco.

**A mis maestros**, Yupiltsinca Rosales y Alberto Araujo, no tengo como agradecerles tantas veces en las que me brindaron sus conocimientos y ayuda para mis trabajos en las que nada tenía que ver con ustedes y siempre, siempre estuvieron para ayudarme. Que Dios los bendiga siempre. **A mi asesor**, maestro Ernesto Deras, muchas gracias por la paciencia y por compartir tantos conocimientos en este proceso y en otras materias que tuve el honor de ser su alumna.

**A mis amigas**, que hoy son mis hermanas: Andrea, Anita, Cristal y Rocio gracias por apoyarme siempre.

A mi motor principal, **mi hija** Génesis, a ti dedico este triunfo, gracias por ser mi vida entera y este éxito es también tuyo, espero ser tu orgullo.

**Lucía Guadalupe Rochac Medrano.**

## **AGRADECIMIENTOS**

Al escribir esta página de agradecimientos vienen a mi mente una serie de recuerdos y emociones encontradas, pues creo que ninguna de las personas al iniciar una carrera universitaria se pone a pensar en el momento en que culminará su sueño.

Quiero iniciar agradeciendo a Dios todo poderoso por ayudarme y guiarme en mi camino, por estar conmigo en los momentos más difíciles de esta carrera de estudios que más de alguna vez sacó una lágrima expresando ya sea frustraciones o éxitos.

A mi madre de manera especial por su amor incondicional, por ser ese motor que siempre me impulsó a salir adelante y a reconocer que las mujeres somos capaces de lograr cualquier meta que nos propongamos, a ella, que con dificultades me dio la mano para iniciar este sueño le dedico no solo este logro si no todos aquellos que estén presentes en mi vida.

Así mismo, quiero agradecer a mi esposo quien ha permanecido a mi lado en este camino quien más de alguna vez me ha brindado consejos y palabras motivadoras para no desistir, recordando que no importa cuántas veces se cae sino cuantas veces nos levantamos.

A mi hermana y mi sobrina quienes son parte de mis alegrías y quienes me han demostrado que no importa si nos equivocamos, si no que de los errores se aprende.

Y para finalizar agradecer a mis queridas amigas y compañeras de este sueño: Lucía, Rocio, Ana y Cristal por estar en los momentos buenos y malos, por ser ese complemento que ayudo a ser más fácil esta carrera de estudios y quienes sin duda se han convertido a lo largo de este camino en parte de mi familia.

Solo me resta decir, gracias.

**Andrea Mauri Velasco de Chamagua.**

## ÍNDICE

<b>Introducción.....</b>	<b>viii-ix</b>
<b>Capítulo I: Planteamiento del problema</b>	
1.1 Planteamiento del problema.....	10-12
1.2 Formulación del problema.....	13
1.3 Objetivos Generales y Específicos.....	14
1.4 Justificación.....	15-16
1.5 Límites del estudio .....	17
<b>Capítulo II: Consideraciones conceptuales y metodológicas</b>	
2.1 Antecedentes.....	18-20
2.2 Aproximación Conceptual.....	21-26
2.3 Sistema de Conceptos.....	27-29
2.4 Carácter de la investigación.....	30-32
2.5 Muestra (Corpus de Análisis).....	33
2.6 Justificación de la muestra.....	34-35
2.7 Técnica.....	36-38
2.8 Elaboración del instrumento.....	39-41
2.9 Realización de prueba piloto.....	42
2.10 Aplicación de prueba piloto.....	43
a)- Cuadro de Análisis revista Mujeres.....	43-45
b)-Cuadro de Análisis revista Ella.....	46-47
c)- Análisis de cuadros prueba piloto.....	48

### **Capítulo III: Exposición de Resultados**

3.1 Cuadro de análisis Revista Mujeres Octubre 2012.....	49-80
3.2 Cuadro de análisis Revista Ella Octubre 2012.....	81-131
3.3 Análisis Revistas Octubre de 2012.....	132-135
3.4 Cuadro de análisis Revista Mujeres Noviembre 2012.....	136-198
3.5 Cuadro de análisis Revista Ella Noviembre 2012.....	199-220
3.6 Análisis Revistas Noviembre de 2012.....	221-225
3.7 Cuadro de análisis Revista Mujeres Diciembre 2012.....	226-252
3.8 Cuadro de análisis Revista Ella Diciembre 2012.....	253-274
3.9 Análisis Revistas Diciembre de 2012.....	275-278

### **Capítulo IV: Interpretación de datos**

4.1 Interpretación de datos.....	279-290
Conclusiones.....	291-292
Recomendaciones.....	293
Fuentes de consultas.....	294-299

Anexos

## INTRODUCCIÓN

Conocer el contenido de las revistas ELLA de La Prensa Gráfica y MUJERES de El Diario de Hoy, sobre la imagen que presentan de la mujer salvadoreña, es la motivación del presente estudio que se realizó de cada uno de los ejemplares que corresponden a las ediciones del mes de octubre, noviembre y diciembre de 2012.

*En el capítulo I* se realiza el planteamiento del objeto del estudio, presentando la importancia y la novedad de desarrollar un análisis comparativo a través de diferentes elementos de cada una de las revistas, que ayudarán a determinar si en los contenidos de las publicaciones se encuentran representadas cada mujer de El Salvador.

Además, se detalla la formulación del problema donde se establece la interrogante que se busca responder a partir de la investigación realizada.

Se establece un objetivo general y cuatro objetivos específicos que son trazados para lograr que la investigación tenga resultados efectivos.

La justificación de la investigación comprende la explicación sobre la importancia del porqué y el para qué se realizará dicho estudio.

Además, se presentan los límites del estudio, pretendiendo dar a conocer las limitantes que tuvo la investigación en espacio, tiempo y metodología.

*Como Capítulo II* se presenta las consideraciones conceptuales metodológicas, iniciando por los antecedentes; éstos ayudan a respaldar el proyecto, a través de estudios similares que han sido realizados en diferentes universidades del país y en universidades internacionales.

El siguiente apartado del segundo capítulo contiene la Aproximación Conceptual, donde se detallan las teorías que se toman como referencia para la comprobación de las



mismas en el fenómeno que se pretendió estudiar, para poder determinar la imagen de la mujer salvadoreña que presentan las dos revistas.

Además, se expone un sistema de conceptos con definiciones relacionadas al tema, y que a lo largo de la investigación se utilizarón en el análisis. Contiene la explicación de la metodología de la investigación, la muestra (corpus de análisis) y la técnica con la cual se realizó el trabajo.

Se encuentra también la elaboración del instrumento con el que se analizó la muestra para verificar la pertinencia de dicho método.

El Capítulo III muestra la metodología aplicada a cada revista; después de recoger los datos y ubicarlos en cada cuadro produjo referencias que sirvieron para un análisis breve de lo que se ha encontrado en el objeto de estudio.

Posterior a la metodología se encuentra El Capítulo IV, en el cual se procedió a realizar la interpretación de datos, que consiste en explicar los hallazgos relevantes que se encontraron en la investigación y sustentarlos con la aproximación conceptual, de esta manera se obtienen parte de las conclusiones del grupo investigador. Seguido de este capítulo se encuentran las conclusiones y recomendaciones de la investigación "Análisis comparativo de las revistas Ella de La Prensa Gráfica y Mujeres de El Diario de Hoy sobre la imagen que presenta de la mujer salvadoreña en el período de octubre a diciembre 2012". Como parte final se encuentran las fuentes consultadas para la elaboración de la investigación.

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL OBJETO DE ESTUDIO.

#### 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de comunicación<sup>1</sup>, es uno de los objetivos por los cuales diferentes sectores en pro de la mujer, han realizado diversos esfuerzos. Por ello, es importante que desde el Estado y sus gobernantes se aprueben leyes que frenen los abusos que se cometen contra la mujer.

En ese sentido, en noviembre del año 2010 la Asamblea Legislativa de El Salvador aprobó la “Ley especial integral para una vida libre de violencia para la mujer”, que entró en vigencia en enero de 2012; en el año 2011 se aprobó una segunda legislación: “Ley de igualdad, equidad y erradicación de la discriminación contra las mujeres”, entrando en vigencia en mayo de 2012.

Ambas leyes, están relacionadas con la forma de cómo los medios de comunicación deben dar tratamiento y difusión sobre las mujeres y su imagen en la publicidad. También, para realizar un cambio de las prácticas de los medios que superen la misoginia<sup>2</sup> y el sexismo<sup>3</sup>, que de manera consciente o inconsciente reflejan los medios y la publicidad.

---

<sup>1</sup> Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, desarrollada en Beijing, China en 1995.

<sup>2</sup> Conductas de odio, implícitas o explícitas, contra todo lo relacionado con lo femenino tales como rechazo, aversión y desprecio contra las mujeres.

<sup>3</sup> Toda discriminación que se fundamenta en la diferencia sexual que afecta toda relación entre seres humanos y abarca todas las dimensiones cotidianas de la vida privada o pública que define sentimientos, concepciones, actitudes y acciones.

El fenómeno de cómo los medios presentan la imagen de la mujer ha sido abordado por diferentes instituciones: la Asociación de Mujeres por la Dignidad y Justicia (DIGNAS), Organización de Mujeres Salvadoreñas por la Paz (ORMUSA) y el Centro de Estudios de Género de la Universidad de El Salvador (CEG-UES), velan por el cumplimiento de los derechos de la mujer en el ámbito político, social y cultural, pero además, son vigilantes de cómo los medios de comunicación masiva y la publicidad trata el tema de la mujer.

Por lo anterior, se vuelve importante y novedoso realizar un análisis comparativo de la revista ELLA de La Prensa Gráfica y MUJERES de El Diario de Hoy, para determinar por medio del análisis de contenido, cuál es la imagen que presentan de la mujer salvadoreña, pues si bien, existen estudios de parte de Las Dignas, ORMUSA y CEG-UES, de cómo los medios tratan el tema de la mujer, no existen estudios que determinen qué imagen presentan estas dos revistas sobre la mujer salvadoreña.

El estudio del contenido de las revistas se realizó a partir del análisis de la presentación de fotografías, infografías, publicidad, temas, contexto y promoción de marcas; con estos recursos se buscó determinar la imagen de la mujer y el rol que según las revistas debe desempeñar en la sociedad. Dentro del análisis de los recursos del contenido de las revistas ELLA de La Prensa Gráfica y MUJERES de El Diario de Hoy, se estudió si presentan una publicidad sexista<sup>4</sup> o no, y si a través de esto existe violación a los derechos de la mujer.

---

<sup>4</sup> Cualquier forma de publicidad que transmita valores, roles, estereotipos, actitudes, conductas femeninas y masculinas, lenguaje verbal y no verbal, que fomenten la discriminación, subordinación, violencia y la misoginia.

A través del análisis comparativo de las revistas “ELLA” de La Prensa Gráfica y “MUJERES” de El Diario de Hoy, se determinó el tipo de imagen de la mujer salvadoreña que presentan las revistas y se conoció si es o no una imagen que se apegue a la realidad, en donde las mujeres que representan el 52.7%<sup>5</sup> de la población de El Salvador, se encuentre representada sin ningún tipo de discriminación.

---

<sup>5</sup> Fuente: Dirección general de estadísticas y censo (DIGESTYC)

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.**

A través del análisis comparativo de las revistas ELLA de La Prensa Gráfica y MUJERES de El Diario de Hoy, se pretende responder a la siguiente interrogante:

¿Cuál es la imagen que presentan sobre la mujer salvadoreña, las revistas ELLA de La Prensa Gráfica y MUJERES de El Diario de Hoy?

### **1.3 OBJETIVOS.**

#### ***Objetivo General:***

- Determinar a través de un análisis comparativo de las revistas ELLA de La Prensa Gráfica y MUJERES de El Diario de Hoy la imagen que presentan de la mujer salvadoreña.

#### ***Objetivos Específicos:***

- Demostrar el uso que hacen con las fotografías e infografías las revistas ELLA de La Prensa Gráfica y MUJERES de El Diario de Hoy.
- Determinar si las revistas ELLA de La Prensa Gráfica y MUJERES de El Diario de Hoy, hacen uso de la publicidad sexista.
- Clasificar los temas que presentan a su público la revista ELLA de La Prensa Gráfica y MUJERES de El Diario de Hoy.
- Indicar si el contenido de la revista ELLA de La Prensa Gráfica y MUJERES de El Diario de Hoy, cumple con las leyes aprobadas en beneficio de la mujer salvadoreña.

## **1.4 JUSTIFICACIÓN.**

### *¿Por qué?*

Cabe mencionar que es importante que desde la academia o la universidad se estudien temas sobre la mujer, ya que debido a las de miles de mujeres que tienen acceso a la educación superior, es necesario que se realicen análisis de este tipo que promuevan la defensa de la dignidad de la mujer.

Esta investigación se realizó porque es necesario despejar el trasfondo que presentan los medios de comunicación, en este caso, las revistas para mujeres, sobre qué tipo de vida llevar, formas de vestir, actuar; todo lo que muestran dentro de los contenidos periodísticos, que según ellos son aceptados por la sociedad.

Se pretendió estudiar si de manera sutil incitan a las mujeres al uso de vestimentas que son de marcas prestigiosas y precios que no son alcanzables para la mayoría de mujeres en el país, y si de esta forma, contribuyen al consumismo, que según ellos llevará a las mujeres a la perfección.

La sociedad salvadoreña vive sesgada por diferentes tabús que impiden la liberación de la mujer, exigiendo que utilice diferentes formas de comportarse en la sociedad para ser aceptada, sin embargo esto debe romperse y borrar la ignorancia que aún existe en los temas de mujer que, hoy en día buscan abrir paso firme en el país.

### *¿Para qué?*

En El Salvador las mujeres representan el 52.7% de la población, de este porcentaje muchas féminas no conocen sus derechos y lo que necesitan para desarrollarse con dignidad en la sociedad.

Es por ello que con la investigación se buscó identificar lo que los medios de comunicación llaman “imagen de la mujer”, y se hizo a través de los recursos que utilizan para presentar cada una de sus ediciones.

Además, servirá para conocer si estas revistas de forma subliminal presentan en su contenido un determinado estereotipo de vida para las mujeres, comportamiento, formas de vestir, hablar y de relacionarse con los hombres.

Es vital que la sociedad salvadoreña tenga conocimiento de estos temas, ya que de allí nació la necesidad de que se realizara para esta investigación, que servirá para que desde la universidad se dé un aporte a las mujeres y que sea un complemento del trabajo que realizan otras instituciones como ONG's, instituciones gubernamentales y personas individuales, que impulsan leyes en defensa de los derechos de la mujer.

Con todo esto aún existe un arduo trabajo en el tema de género y es aquí donde investigaciones como la que se pretendió realizar contribuirán a la sociedad, pues se convertirán en aportes esenciales desde la Universidad, pues través de un estudio profundo se revelarán datos, sobre qué es lo que exigen estas revistas como la perfección de la mujer.



## **1.5 LIMITES DEL ESTUDIO.**

### ***Espacial.***

El espacio en el cual se desarrolló la investigación: Análisis comparativo de las revistas ELLA de La Prensa Gráfica y MUJERES de El Diario de Hoy sobre la imagen que presentan de la mujer salvadoreña, son los contenidos de las publicaciones de dichas revistas.

### ***Temporal.***

El periodo para realizar el análisis comparativo de las revistas ELLA de La Prensa Gráfica y MUJERES de El Diario de Hoy sobre la imagen que presentan de la mujer salvadoreña, es de octubre a diciembre del año 2012.

### ***Metodología.***

La investigación se realizó por medio de la metodología cualitativa, y se utilizó la técnica del análisis de contenido, para determinar cuál es la imagen de la mujer que presenta las revistas ELLA de La Prensa Gráfica y MUJERES de El Diario de Hoy.

El análisis de contenido puede complementarse con otra técnica y es por ello que el estudio de uno de los elementos del objeto de estudio, como son las fotografías de cada revista, se realizó por la lectura semántica.

En este estudio no se pudo utilizar la metodología cuantitativa, pues no se busca enumerar los elementos del objeto de estudio.

## CAPÍTULO II

### CONSIDERACIONES CONCEPTUALES Y METODOLÓGICAS.

#### 2.1 ANTECEDENTES.

Para el desarrollo de la investigación “ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS REVISTAS ELLA DE LA PRENSA GRÁFICA Y MUJERES DE EL DIARIO DE HOY SOBRE LA IMAGEN QUE PRESENTAN DE LA MUJER SALVADOREÑA EN EL PERÍODO DE OCTUBRE A DICIEMBRE 2012”, se buscó utilizar estudios realizados que sirvieran como antecedentes del objeto.

En primer lugar se acudió a diferentes bibliotecas de las principales universidades de San Salvador, para buscar en sus listados trabajos realizados durante los últimos años, y el resultado fue, que en su mayoría, no se encontró trabajos como tal, es decir, apegados a esta investigación.

En el Departamento de Periodismo de la Universidad de El Salvador (UES) se encontró la tesis: Caracterización de los Estereotipos que proyecta el Programa de Variedades “Grandiosas” de Telecorporación Salvadoreña”. (Velásquez, Juan Emilio: Agosto 2012).

Esta investigación presenta un abordaje de la temática de forma cualitativa, y tiene como principal objetivo caracterizar los estereotipos que proyecta a la audiencia. Además, la presentación y profundización del Paradigma Crítico, Dialéctico, regidor del análisis, y un sistema de conceptos con definiciones relacionadas al tema.

En la búsqueda de antecedentes se encontró la tesis: “El rol de la mujer salvadoreña reflejado en las novelas de las dos últimas décadas del siglo XX”, en la Universidad Francisco Gavidia (UFG). (Castellanos Pérez, María Marlene: 2008).

Esta investigación contiene un estudio de los papeles que a la mujer se le ha atribuido a través de la historia, desde las culturas antiguas hasta llegar al entorno cultural de nuestro espacio y momento. Además contiene teorías referidas a algunos aspectos sobre identidad de género, incluyendo teorización sobre literatura, sus géneros, sus componentes, enfocándose en las novelas y sus personajes femeninos.

En la Universidad Tecnológica de El Salvador se halló la tesis: “La incidencia de los programas de televisión sensacionalistas en la opinión pública salvadoreña, respecto a la imagen de la mujer”, (Chávez Pérez, Sandra Patricia: 2002).

El objetivo de esta investigación fue obtener la información necesaria que permitiera determinar el grado de incidencia de los programas sensacionalistas de la televisión en la opinión pública salvadoreña respecto a la imagen de la mujer y debido al contenido de la investigación se consideró que el tipo de estudio fuera descriptivo con modalidad deductiva.

Otra investigación realizada en la Universidad Tecnológica de El Salvador es la tesis: “La manipulación sutil del sensacionalismo en los medios de comunicación impresos en El Salvador y la utilización de la mujer como objeto sexual”. (López Quintanilla, Janeth Patricia: 1992).

Algunos temas que se abordaron fueron los siguientes: la autocracia comunicativa o la anarquía de los medios de comunicación amparados a la sombra de la Ley de Imprenta y la

Constitución y determinar la manipulación que realizan los medios de comunicación impresos en El Salvador.

Otro de los antecedentes encontrados en la Universidad Tecnológica de El Salvador, es el folleto: “Imagen de la mujer en la publicidad, análisis semiótico de 4 anuncios de TV”. (CDC: 2010).

Los temas de mujer también han sido objeto de investigación para las siguientes Organizaciones No Gubernamentales que se dedican específicamente al estudio del género: la Asociación de Mujeres por la Dignidad y Justicia (DIGNAS), Organización de Mujeres Salvadoreñas por la Paz (ORMUSA) y el Centro de Estudios de Género de la Universidad de El Salvador (CEG-UES), sin embargo no hay un estudio específico en el que se investigue la imagen de la mujer salvadoreña presentadas por revistas del país.

### ***Internacional:***

Uno de los estudios encontrados en el área internacional fue: “La Imagen de la mujer en la prensa entre 1910- 1915 Y 2000-2005, en la Universidad Complutense de Madrid”. (Herrero Faúndez, Rocío: 2009).

Dicha investigación tuvo por objetivo: conocer la imagen de la mujer en la prensa, concretamente entre dos diarios de ideología distinta e identificar las noticias publicadas sobre ella; analizar y comparar las funciones y roles que se le asignan en dos momentos de la historia, e indicar qué imagen y modelos de mujer se difunden.

## **2.2 APROXIMACIÓN CONCEPTUAL.**

La investigación se realizó a través del paradigma fenomenológico de Edmund Husserl, quien lo define como **un método para conocer la realidad de una manera objetiva no quedándose en mera explicación de los hechos, sino adentrándose en su propio núcleo constituyente, es decir, la esencia de las cosas.**

Este paradigma puede significar una novedad en la Academia, dada su escasa divulgación tanto en los medios impresos como en los digitales, sin embargo, en el caso que nos ocupa se considera una verdadera herramienta en todo lo que tiene que ver con hacer un verdadero acercamiento a la realidad, en la calidad de acercamiento que propone Husserl, a tal grado de **dar por valedero, única y exclusivamente lo que forma parte de la experiencia viviente.** De ahí la importancia de estar bien situados cuando se haga el planteamiento del tema que se esté desarrollando. Y lo es incluso, frente a las corrientes dominantes durante muchos siglos que engloban su conocimiento como algo subjetivo, como algo meramente perteneciente a la rama de la psicología, como a quienes creen que sólo es válido el conocimiento si se tienen las cosas en frente. **El valor y el criterio de la verdad vienen dado por el acercamiento que las cosas permiten como contemplación de la realidad.**

**La tarea fundamental de la fenomenología consiste en atenerse exclusivamente a lo dado, desprendiéndolo de todo ropaje superfluo o añadido que no le pertenece esencialmente.** Esto supone, suspender, poner entre paréntesis la cuestión de la existencia extra mental, la exterioridad que al decir de Husserl, es algo que acontece en la propia conciencia.

Según Husserl toda ciencia es construida por el sujeto a partir por el mundo percibido por él y para explicar dicho mundo y ningún otro. Es pura ilusión querer sustituir el solo mundo cierto, el de nuestra percepción cotidiana, por un mundo llamado en sí que, de hecho, está construido de pies a cabeza con los elementos del primero, es decir, no se puede tener una percepción de la realidad sin tomar en cuenta el contexto general de todas las mujeres que las hace pensar o percibir las informaciones de acuerdo a su situación. (Robberechts, 1968: 40)

El cuerpo humano no es una realidad física sino por abstracción. Su realidad primera es ser portador de significaciones, y es por cierto así como se percibe o según dice Husserl, como se comprende. Cada movimiento que se percibe en otro está preñado de otro sentido como por ejemplo: ir y venir, sentarse y levantarse, correr y bailar. Lo que es verdadero de los movimientos lo es de todos los objetos que el hombre trabaja o utiliza; vestidos, caminos, casa, iglesia, libro, coche, etc. Todas estas cosas son parlantes, esto se aplica al momento en que las mujeres tienen acceso a las revistas y le dan lectura, tienen una reacción sobre esta realidad, pues aunque la revista solo sea papel está enviando un mensaje que se percibe en apariencia y en el mensaje de sus contenidos.

Al estudio se le aplicó esta perspectiva teórica, pues se deseaba conocer cuál es la imagen de la mujer salvadoreña que presentan las revistas ELLA de La Prensa Gráfica y MUJERES de El Diario de Hoy, profundizando en su contenido y determinando cual es la que se apega más a la realidad de las féminas salvadoreñas. Este paradigma ayudó a analizar qué mensaje envían las revistas a las mujeres a través de fotografías, infografías, publicidad, temas, contexto y promoción de marcas, pues según Husserl, **la Fenomenología no se queda con la apariencia superflua**, sino que va más allá: se

encamina hasta llegar a validar lo opinable como algo que tiene su base en la experiencia directa, sabiendo que ningún acto o palabra está libre de intenciones. En este sentido, un texto, una foto, un comercial, un color, un tamaño, una calidad de papel, etc., **todo tiene una “intencionalidad”**.

Lo presentado en las revistas que son objeto del análisis, tienen una “intencionalidad”, que se dispone a descubrir ayudados por la metodología fenomenológica que se aplica en esta ocasión.

El análisis de la fotografía ayudó a percibir no solamente su estructura visual, sino también facilitó la interpretación, como si se tratara de un texto no escrito que ha de leerse, pues el lenguaje de la visión se completa con el lenguaje de la imagen. Cuando un observador nombra o comunica a otro lo que ve, realiza una lectura y un acto de comunicación. Las imágenes en la revistas se presentan como un conjunto de proposiciones implícitas que se complementan con la propia enciclopedia cognoscitiva del lector. (Vilches, 1993: 39 y 40)

El estudio de la publicidad se realizó a través de lectura denotativa, que consiste en la observación de los elementos significantes, y la lectura connotativa que refiere a las significaciones que puede sugerir el anuncio a las potenciales compradoras (lectoras de las revistas); esto llevó a la persuasión que utilizan las revistas. (Zecchetto M, 1986: 121-122).

Con lo anterior, las revistas en sus ediciones llevan a las lectoras a estar con lo que se sienten amadas y pensar en otra cosa, produciéndoles placer al momento de leer estas revistas que probablemente no estén apegadas a la realidad de las mujeres salvadoreñas, pues el lenguaje del poder capitalista no es del orden sistemático, sino más bien un

envenenamiento implacable, es una ideología en su esencia; el contenido de las revistas de mujeres se convierte en un vehículo que transporta un mensaje de una realidad que no está a su alcance, como ejemplo: la presentación de productos con marcas de alto poder adquisitivo. (Batres, 1977:41,49-50).

La Fenomenología es una teoría de tendencia crítica que no representa los estudios de la escuela de Birmingham ni Frankfurt, es una teoría interdisciplinaria, pues utiliza la Psicología y con ella busca estudiar los hechos con objetividad para construir una verdad de las cosas.

Según Edmund Husserl **la conciencia es huidiza (volátil), se dirige a las cosas sin posarse jamás y sin mostrarse ella misma, pero no oculta ni falsifica aquello que se le aparece, lo que hace es que al fenómeno lo desnuda de ropajes recolectando su verdadera esencia.** La esencia y la conciencia no son repelentes la una hacia la otra, más bien, por los diferentes modos de entender la vida y por las prácticas de las que se es responsable, es que aparecen como lejanas entre sí. Pero si se propone, **la esencia y la conciencia se entenderán como dos entes cercanos y que se interrelacionan: en eso consiste el verdadero conocimiento,** en que la esencia de las cosas, poco a poco penetran la conciencia y cuando eso sucede, es que se empieza la tarea del verdadero entender y la apropiación de la realidad dada.

Y esto permite analizar si las revistas le presentan a la mujer salvadoreña una realidad apegada a su contexto, condiciones económicas, físicas, laborales, políticas y culturales sin tratar de influenciar estereotipos que son inalcanzables para ellas.



Es aquí, donde se aplica a la investigación el enfoque de la comunicación, **Imperialismo cultural** (Escuela de Frankfurt), que según Walter Benjamín, se entiende como *toda forma de imposición ideológica desarrollada a través de los medios de comunicación y otras formas de producción cultural a fin de establecer los valores de una sociedad dominante en una determinada sociedad periférica o dependiente.*

El imperialismo cultural, se concentra en investigar de qué forma los medios de comunicación a través de sus publicaciones, en este caso las revistas ELLA de La Prensa Gráfica y MUJERES de El Diario de Hoy, están retomando modelos de vida de otros países de primer mundo que no se asemejan a la realidad de El Salvador, el cual es un país subdesarrollado. La calidad de vida de las mujeres salvadoreñas, es muy diferente a las mujeres de países desarrollados, en donde se tiene acceso para desarrollarse plenamente y tener poder adquisitivo para lograr una belleza integral, tanto interna como externa.

Se debe aclarar que fenomenología, no es parte de la escuela crítica, pero el enfoque de esta investigación, sí pertenece a los estudios de éstos que son de utilidad para obtener los resultados planteados de la investigación, pues son indagaciones que van más allá de lo que se presenta al público a través de los mensajes.

Cada publicación presentada por las revistas, tiene un propósito implícito que quiere decir algo y sólo se podrá comprender si se estudian o se analizan detenidamente los contenidos reflejados en las ediciones que se tomarán como objeto de estudio.

Husserl, propone el **método fenomenológico** o la fenomenología, que más que una doctrina totalitaria o un sistema filosófico concreto, **es una actitud crítica y radical para enfrentarse con las cosas, con la realidad fáctica que la experiencia nos otorga** y esto

sólo se puede realizar analizando los contenidos de las revistas ELLA de La Prensa Gráfica y MUJERES de El Diario de Hoy, y así, determinar qué imagen de la mujer salvadoreña están presentando y si es objetiva o no, con la realidad.

Se plantea que los fenómenos no se refieren a algo exterior, extra mental, no hay ningún noúmeno (cosa en sí) detrás del fenómeno y éste no es apariencia de ser, no es imagen o representación de algo distinto a su propio aparecer, tal como lo explica y desarrolla la Filosofía platónica, por ello es necesario analizar este tipo de revistas para determinar cuál es el objetivo, al presentar fotografías, infografías, publicidad, temas, contexto y promoción de marcas a las mujeres, a través de sus ediciones y si de esta manera incitan subjetivamente a diferentes estereotipos en la vida de la mujer.

La intención de realizar un estudio crítico a través del análisis de contenido a las revistas ELLA de La Prensa Gráfica y MUJERES de El Diario de Hoy, no busca desprestigiar estos medios de comunicación, sino más bien busca indicar, si en sus contenidos están aplicando la dignificación de los derechos de la mujer salvadoreña contemplados en la legislación de “Ley especial integral para una vida libre de violencia para la mujer” y “Ley de igualdad, equidad y erradicación de la discriminación contra las mujeres”, determinando la imagen que estas revistas consideran como la imagen de la mujer salvadoreña.

### **2.3 SISTEMA DE CONCEPTOS.**

La información que transmiten las revistas ELLA de La Prensa Gráfica y MUJERES de El Diario de Hoy, se enfoca en presentar a la mujer salvadoreña, diferentes temas, contenidos y publicidad, que llevan a crear en la mujer, una imagen que en muchas ocasiones no corresponde con la de las mujeres que presentan. **Imagen de la mujer:** es una figura o representación de una persona o cosa, que permite describirla de su aspecto o apariencia; a partir de esa representación, surgen técnicas enmarcadas en la fotografía, el arte, el diseño, el video u otras disciplinas, en este caso, se describe a la mujer.

En El Salvador, "La mujer, para el caso, es identificada con características de hogareña, sacrificada, afectiva, sumisa, etc. Ajustándola a la visión machista de la realidad", en general, esta es la imagen que se tiene de la mujer salvadoreña, pero en estas revistas, se da a conocer una imagen que está alejada de la realidad de cada mujer del país, donde se podría decir, viven en un mundo "color de rosa".

Las revistas de medios impresos, que van dirigidas a públicos del sector femenino, también confieren estereotipos, de los cuales, cada mujer realiza una interpretación de sí, para renovar sus convicciones y definir su identidad. **Estereotipo:** este es una idea o imagen que se acepta por una mayoría, como patrón o modelo de cualidades o de conducta.

Los medios de comunicación, en este caso las revistas impresas, presentan estereotipos de belleza muy altos, que son difíciles de alcanzar por las mujeres salvadoreñas; y en ese intento de ser parte de una sociedad que está determinada por lo que producen los medios, existen mujeres que sufren de traumas psicológicos, alimenticios, estrés, entre otros, que

son provocados solo por la motivación o afán de conseguir la belleza presentada en estas revistas.

El sexismo está presente en la publicidad, actualmente, el límite entre el sexo y el sexismo, se ha vuelto muy corto, ya que la imagen de la mujer, se ha convertido en un objeto sexual, a través del cual, las empresas van más allá de sus clientes potenciales, porque el sexo vende. **Publicidad Sexista:** vende productos e ideas, difunde con frecuencia las diferencias y la discriminación de género, ya sea del hombre o de la mujer, pero en su mayoría, afecta a la violencia machista sobre la mujer. Ya que se encarga de presentar a la mujer “como objeto para el placer del hombre”. En conclusión, transmite la imagen de la mujer como un ser subordinado al hombre, que puede ser dominada, ya sea por las buenas o por las malas.

La publicidad, al utilizar el cuerpo de la mujer como un objeto meramente sexual y al volverse tan discriminatoria, está ocasionando una diversidad de problemas en las mujeres de la sociedad, en su mayoría en las adolescentes; la anorexia, la bulimia y la hiperfagia nerviosa. La hiperfagia y la bulimia nerviosa son consideradas trastornos mentales porque las personas sienten que no controlan sus hábitos alimenticios y se sienten avergonzadas o en otros casos son discriminadas por su comportamiento.

**Discriminación:** ideología o comportamiento social que separa y considera inferiores a las personas por su raza, clase social, sexo, religión u otros motivos ideológicos, esta vez, se enfoca en la discriminación que reciben las personas al tener problemas por haberse dejado influenciar por los contenidos y la publicidad de las revistas destinadas para las mujeres.

Con los anuncios que se emiten, la publicidad origina diferentes clases de discriminación, ya que las imágenes prevalecen con un efecto muy poderoso y esto, se puede ver continuamente reflejado y reforzado en la vida cotidiana y en la sociedad en general. En El Salvador la mayoría de mujeres no poseen un alto grado de **Poder Adquisitivo**: la cantidad de bienes y servicios que puede ser comprados con una cantidad de dinero que perciben a través del salario como resultado de su trabajo, sin embargo, la realidad de las salvadoreñas las obliga a invertir su salario mínimo en compras de la canasta básica para sus hogares, limitándolas a tener el acceso a lo que las revistas presentan como lo ideal para una buena imagen.

## **2.4 CARÁCTER DE LA INVESTIGACIÓN.**

La metodología utilizada para investigar “Análisis comparativo de las revistas Ella de La Prensa gráfica y Mujeres de El Diario de Hoy sobre la imagen que presentan de la mujer salvadoreña en el período de octubre a diciembre 2012” es de carácter cualitativa.

El Método cualitativo implica interpretar las realidades y reflexionar acerca de las razones de un fenómeno, ordenando la subjetividad para entender la imagen de la mujer salvadoreña que presentan estas dos revistas.

Históricamente, la metodología cualitativa tiene su origen en el contexto de la Antropología Cultural, en el estudio de pequeños grupos humanos y tribus, descripción y análisis de culturas, comunidades, sus creencias y patrones de comportamiento.

En la aproximación histórica a la investigación cualitativa, los autores Denzin y Lincoln, la definen como un campo interdisciplinar, transdisciplinar y en ocasiones contradisciplinar. Atraviesa las Humanidades, las Ciencias Sociales y las Físicas.

Para Sandín Esteban, la investigación cualitativa es una actividad sistemática orientada a la profunda comprensión de fenómenos educativos y sociales, a la transformación de prácticas y escenarios socioeducativos, a la toma de decisiones y al descubrimiento y desarrollo de un cuerpo organizado de conocimientos.

Todos los escenarios y personas son dignos de estudio, he aquí el carácter científico, porque busca problematizar científicamente las realidades del entorno social de los individuos y a los individuos mismos. Por tanto, la imagen de la mujer salvadoreña que presentan las revistas Ella y Mujeres es importante como fenómeno sociocultural abordado por los medios de comunicación.

Valorando otras perspectivas del fenómeno e interpretándolo desde diferentes enfoques teóricos, para abarcar los varios aspectos de esta realidad, al estudiar el contenido de las revistas, no se busca cuantificar, sino que se hace una descripción y análisis profundo de la problemática en su contexto sociocultural, expresada a través de las revistas Ella de La Prensa Gráfica y Mujeres de El Diario de Hoy.

La imagen de la Mujer salvadoreña configura un escenario apropiado para ser abordado desde el método cualitativo, por ser una realidad latente y manifiesta en cada una de las ediciones de las revistas. La aplicación de este método, permitió descubrir a través de sus recursos (fotografías, infografías, publicidad, temas, contexto y promoción de marcas) la imagen de la mujer salvadoreña y el rol que según las revistas debe desempeñar en la sociedad; esto se da a través de un primer nivel que se acerca a la realidad para, en un segundo nivel, llevar a cabo una verdadera investigación con rigor y profundidad metodológica.

José I. Ruiz Olabuenaga, citando a Taylor y Bogdan, distingue o definen al método cualitativo de la siguiente manera:

- Los intereses de la investigación son claros, para el caso descubrir la imagen de la mujer salvadoreña que las revistas presentan y si estas tratan de establecer por medio de sus contenidos estereotipos o formas de actuar en las féminas.
- Los escenarios o las personas no son accesibles de otro modo, la investigación no se puede realizar de otra manera pues se quiere entender el fenómeno.
- El investigador tiene limitaciones de tiempo, y la investigación al realizarla con el método cualitativo establece períodos determinados para cumplir los objetivos.

- La investigación depende de una amplia gama de escenarios o personas, en este caso el estudio se complementa con la lectura semántica de las fotografías para entender mejor el fenómeno.

De esta manera, a través del método de investigación cualitativa, se interpretó los elementos del contenido de las revistas para definir cuál es la imagen de la mujer salvadoreña que estos dos medios, a través de sus revistas presentan; resultados que no serán otra cosa que la respuesta al planteamiento del orden epistemológico que básicamente adopta todo análisis cualitativo.



## **2.5 MUESTRA (CORPUS DE ANÁLISIS).**

Las Revistas Ella de La Prensa Gráfica y Mujeres de El Diario de Hoy, ediciones del mes de octubre, noviembre y diciembre de 2012, es decir, 3 revistas ELLA y 3 revistas MUJERES, haciendo un total de 6 ejemplares.

## **2.6 JUSTIFICACIÓN DE LA MUESTRA.**

Las revistas Ella de La Prensa Gráfica y Mujeres de El Diario de Hoy, son las revistas con temáticas de mujer más populares en El Salvador, considerándolas como las más conocidas en el ámbito nacional pues son parte de dos medios de comunicación masivos de prensa escrita en el país.

Ambas revistas son elaboradas por un grupo de edición y redactoras que son quienes establecen los contenidos que se presentan por mes, la periodicidad con la que se producen, también definen el público de lectoras a las que va dirigido, cómo deben de promover la publicidad a través de infografías y fotografías que presenten las diferentes marcas de artículos de uso para las mujeres.

Por ello, el grupo buscó investigar cuál es la imagen de la mujer que estos dos medios de comunicación a través de las revistas, presentan a sus lectoras, por medio de los contenidos establecidos y los diferentes elementos que están dentro de los ejemplares.

Por lo anterior, el grupo investigador tomó como muestra para la investigación los ejemplares de de ambas revistas de los meses de octubre, noviembre y diciembre del año 2012, ediciones que son equivalentes a seis revistas, tres de la revista Ella y tres de la revista Mujeres; con esta muestra se estaría realizando el análisis de contenido de la imagen de la mujer que estas revistas presentan.

Antes de determinar esta muestra se realizó un análisis previo de observación de la revistas, el cual estableció que usualmente los ejemplares de ambas mantienen el tipo de contenido, este no varía mucho por mes, por lo que facilita realizar el análisis revisando los

ejemplares de ambas revistas de tres meses, en donde se podrá determinar qué es lo que estos medios consideran la imagen ideal de la mujer salvadoreña.

Esta muestra se ha determinado debido a que las revistas son publicadas mensualmente, éstas van dirigidas para un público de clase media alta con temáticas diferentes sobre el rol de la mujer, publicidad de marcas, fotografías sobre la perfección de las mujeres, tips de belleza y consejos para encontrar la imagen perfecta.

Con la muestra establecida, el grupo investigador pudo descubrir qué es la imagen de la mujer para estos dos medios de comunicación, si presentan algún tipo de estereotipo de mujer, el tipo de infografía que se utiliza para explicar a sus lectoras cual es la imagen perfecta, si estos ejercen influencia en sus lectoras para comprar diferentes marcas de productos de mujeres y de vestuario, qué tipos de temáticas priorizan, así como los roles que le presentan a las féminas, en los cuales debe desarrollarse y como debe comportarse frente a la sociedad.

A través de esta muestra, se esperaba realizar el análisis de contenido que permitiera descubrir los diferentes objetivos establecidos por el grupo investigador lo que ayudó a dar a conocer cuáles son los mensajes que estas revistas envían a las mujeres, asimismo determinar si existe influencia por parte de estos medios de comunicación, donde establecen qué decisiones deben tomar las mujeres para desarrollarse y comportarse dentro de sus áreas de grupos de amistades, de trabajo o familiares con el fin de ser exitosas en la vida.

## **2.7 TÉCNICA.**

La técnica del análisis de contenido, es el método que se utilizó para analizar las revistas ELLA de La Prensa Gráfica y MUJERES de El Diario de Hoy, sobre la imagen que presentan de la mujer salvadoreña en el período de octubre a diciembre de 2012.

El análisis de contenido no es otra cosa que una técnica para leer e interpretar el contenido de toda clase de documentos y, más concretamente (aunque no exclusivamente) de los documentos escritos. (Ruiz Olabuénaga 182:1989).

A través de esta técnica se realizó una comparación de las dos revistas, con lo que se pretendió estudiar el contenido, en ello, el uso que éstas le dan a las fotografías e infografías en cada una de sus ediciones, descubrir si utilizan publicidad sexista, clasificar los temas tratados e indicar si el contenido cumple con las leyes aprobadas en beneficio de la mujer salvadoreña.

Del contenido de un texto se puede inferir información relativa a las características, personales o sociales del autor del mensaje, tales como su estatus social, nivel cultural, perfil ideológico... así como respecto al público (audiencia) objeto al cual va dirigido el escrito: estructura social, situación social... (Ruiz Olabuénaga 183:1989).

Por lo tanto, la utilización de esta técnica ayudó a conocer que en los textos de las revistas no siempre tienen un significado único, que el sentido que el autor le ha dado puede no coincidir con lo que percibe el lector, en este caso, las revistas a las cuales tienen acceso mujeres de diferentes clases sociales, a las cuales les puede o no, parecer el mensaje de forma adecuada a su estilo de vida.

El análisis de contenido se caracteriza por investigar el significado simbólico de los mensajes, los que no tienen un único significado, puesto que según Klaus Krippendorff, "los mensajes y las comunicaciones simbólicas tratan, en general, de fenómenos distintos de aquellos que son directamente observados".

La observación, el hablar, el leer, son métodos que son utilizados para realizar la recogida y obtención de la información de los textos, para después analizarlos y obtener un resultado de la información.

Según el análisis de contenido, el texto tiene dos tipos de lectura:

- Directa: Busca el contenido manifiesto.
- Soterrada: Busca el contenido latente.

La investigación se basó en una lectura como instrumento de recolección de información, la que se realizó de una forma sistemática y objetiva. Asimismo, se reforzó con una lectura semántica de uno de los objetos de estudio: las fotografías.

El análisis que se implementó no es de forma secuencial lineal, ya que todo análisis de carácter cualitativo, pretendió recabar y analizar la información de forma cíclica y circular, lo que permitió no sólo profundizar en la información, sino además, someter a múltiples lecturas, lo que llevó a mejorar los resultados en la investigación.

Los textos que se estudiaron tienden a presentar una imagen de la mujer que no representa el estilo de vida de una mujer salvadoreña. Con ello se pudo percibir un texto manifiesto, obvio, directo, que expresa el sentido que el autor pretende comunicar a su público.

En los textos de cada uno de los ejemplares de las revistas también se puede percibir un texto latente, oculto, indirecto, que está utilizando su contenido como un instrumento, a través del cual, puede expresar de forma oculta lo que el autor pretende transmitir.

Este análisis se trabajó juntamente con la técnica de carácter cualitativo, donde el texto se descompuso en categorías simples, que se utilizarán de forma que facilitará la interpretación de cada uno de los elementos, y de los cuales, a través de ellos se pudo determinar cuál es el sentido latente de los textos informativos dentro de cada uno de los ejemplares de las dos revistas.

## 2.8 ELABORACIÓN DEL INSTRUMENTO.

Nombre de revista:

Edición:

Medio:

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
1										
2										
3										
4										
5										

- El cuadro será por mes y por cada revista.

Estos instrumentos se utilizaron para analizar en cada página de las revistas Ella de la Prensa Gráfica y Mujeres de El Diario de Hoy, cuál es la imagen que presentan de la mujer salvadoreña. Un cuadro fue utilizado por mes o edición de cada revista.

Se dividió en 11 categorías:

1. **Nº Pág.:** se colocará el número de página que se analizará.
2. **Sección:** en la columna número 2, se mencionó la sección a la que pertenece esa página.
3. **Temas:** se detallarán los temas que presenta cada página.
4. **Contenido de género:** en la columna número 4, se determinó si los contenidos de los temas incluyen o no, la información relacionada con género.
5. **Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer:** se presentó con un Sí o un No, si los temas del contenido en esa página, violan las leyes que existen en el país a favor de la mujer.
6. **Tipos de fotografía:** se hizo una pequeña descripción de cada una de las fotografías que aparecen por página.
7. **Infografía:** se colocó una descripción de la infografía que cada página presenta, ya sean cuadros de porcentaje de preferencias de la mujer u otros.
8. **Publicidad sexista:** aquí se determinó Sí existe o No, la publicidad sexista, ya sean “mujeres semidesnudas” o publicidad denigrante para la mujer, donde la presentan como una mercancía.
9. **Marcas:** se colocó el nombre de las marcas que pautan en la revista o temas que utilizan para sugerir la compra de productos de estas.
10. **Productos/precios:** Se describirá el producto publicitario y el precio anunciado.



**11. Imagen que predomina:** se describió la imagen, el texto o la infografía, que predomina en la página analizada, un ejemplo puede ser, que la página contenía publicidad sexista, publicidad de temas de género o contenido de consumo.

## **2.9 REALIZACIÓN DE LA PRUEBA PILOTO.**

Se realizó la prueba piloto en dos de los ejemplares de las revistas Ella de La Prensa Gráfica y Mujeres de El Diario de Hoy, con el fin de conocer resultados preliminares en cada una de ellas, así como los aspectos que se presentan para poder determinar la imagen que presentan de la mujer salvadoreña.

Es importante mencionar que la prueba piloto fue de la página 1-10 de las ediciones de Diciembre del año 2012, tanto de la revista Ella de La Prensa Gráfica y Mujeres de El Diario de Hoy.

El objetivo de esta prueba piloto fue probar la estructura del cuadro de análisis y determinar que las categorías cumplen lo necesario para analizar la imagen que estas revistas dan a conocer de la mujer salvadoreña.

## 2.10 APLICACIÓN DE LA PRUEBA PILOTO.

### a) Cuadro 1:

Nombre de revista: **MUJERES**

Edición: **Diciembre 2012**

Medio: **El Diario de Hoy**

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
1	Portada	Contenido de la revista	No	No	Modelo elegante	No	No	No	No	Elegancia de la mujer
	Publicidad	Cremas	No	No	Modelo posando con apariencia joven	No	No	AVON Anew Ultimate75	Crema antiarrugas	La mujer y su rostro joven
	Publicidad	Cremas	No	No	Rostro de modelo	No	No	AVON Anew Ultimate75	Crema antiarrugas	Rostro de mujer joven
2	Sumario	Contenido de la revista	No	No	Mujer con vestido de cóctel	No	No	No	No	Mujer con vestido de cóctel posando en la calle
3	Publicidad	Maquillaje	No	No	Rostro de mujer maquillada	No	No	SIMÁN	STUDIO MAKE UP	Rostro de mujer usando maquillaje

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
4	Sumario	Contenido de la revista	No	No	Modelo elegante Nacimiento Pastel de fresas Comedor lujoso	No	No	Maquillaje ARTDECO	No	Comedor lujoso
5	Publicidad	Moda	No	No	Modelo caminando por la calle	No	No	Prisma Moda	Ropa a la moda	Modelo a la moda, caminando por la calle
6	De la Editora	¿Qué haría Jesús?	No	No	No	Estrella de Belén Cuadro de créditos	No	No	No	Texto del editorial
7	Publicidad	Compras navideñas en Centros Comerciales	No	No	Modelo con un regalo	No	No	GALERÍAS Jonathan Z Woman La SENZA OAKLEY GUESS THE LUX PERRY ELLIS	VARIOS	Modelo con regalo Logos de las marcas
8	Correo	101 salvadoreñas por el Mundo Sobre salud Ganó con REVLON	No	No	Mujeres ganadoras de premios	Recuadro con Mapamundi Portada de edición especial (anterior)	No	REVLON	No	Texto de la sección correos donde se muestra parte de las opiniones de las lectoras

<b>Nº Pág.</b>	<b>Sección</b>	<b>Temas</b>	<b>Contenido de género Sí/No</b>	<b>Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No</b>	<b>Tipo de Fotografías</b>	<b>Infografía Sí/No</b>	<b>Publicidad Sexista Sí/No</b>	<b>Marcas</b>	<b>Productos Precios</b>	<b>Imagen que predomina</b>
<b>9</b>	Publicidad	Maquillaje	No	No	Rostro de Kate Hudson	No	No	ALMAY	Maquillaje para piel sensible	Rostro de modelo reconocida Kate Hudson
<b>10</b>	Agenda	Datos relevantes del mes	Sí	No	Rostros de artistas	Relevantes a cada dato importante	No	No	No	Imágenes diversas de actividades durante el mes de diciembre

b) **Cuadro 2:**

Nombre de revista: **ELLA**  
 Edición: **Diciembre 2012**  
 Medio: **La Prensa Gráfica**

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
1	Portada	Contenido de la revista	No	No	Modelo con vestido de noche	No	No	No	No	Modelo de portada
2	Publicidad	Cremas	No	No	Modelo posando con apariencia joven	No	No	AVON Anew Ultimate75	Crema antiarrugas	La mujer y su rostro joven
3	Publicidad	Cremas	No	No	Rostro de modelo	No	No	AVON Anew Ultimate75	Crema antiarrugas	Rostro de mujer joven
4	Publicidad	Carteras para navidad	No	No	Rostro de modelo admirando las carteras	No	No	Mike Mike	Carteras para dama	Rostro de modelo Carteras para dama
5	Publicidad	Mujer que luce bonita	No	No	Modelo luciendo el concepto de la empresa	No	No	SIMÁN	No	Modelo posando

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
6	Contenido	Contenido en general de la revista	No	No	Modelos de pasarela Zapatos y accesorios	No	No	No	No	Modelos de pasarela
7	Publicidad	Cremas y perfume	No	No	No	Cremas, gel de ducha de baño y flores	No	Lóccitane	Cremas, gel de ducha de baño y flores \$12.00	Cremas, gel de ducha de baño y flores
8	Directorio	Grupo Editorial de la revista Cartas de suscriptores	No	No	No	Portada de edición especial (anterior)	No	No	No	Texto del grupo editorial de la revista ELLA
9	Publicidad	Ropa de marca	No	No	Dos mujeres posando con ropa de marca	No	No	Pierre Cardin	Ropa de marca	Modelos posando con la ropa
10	Ella Plus	Comentarios de lectoras a través de los diferentes medios en la web	No	No	Foto de modelo de la portada	No	No	No	No	Modelo de portada

El análisis que se realizó en esta prueba piloto es que no se encontró mucha diferencia entre una revista y la otra, en su estilo periodístico y en el tratamiento las publicaciones de cada tema presentado, así como en las imágenes que son presentadas en la portada, la publicidad, entre otras cosas.

La imagen de portada de ambas revistas denota elegancia en la modelo, la única diferencia es el vestuario, en la portada de la revista Mujeres, la modelo lleva una ropa más casual, pero la forma de vestir de la modelo de la revista Ella se presenta con un vestido para ir a un cóctel.

Uno de los aspectos más notorios que se presenta en estas dos ediciones, es que la publicidad de la página 2 y 3 de cada una de las revistas, corresponde a la marca AVON con el producto ANEW Ultimate y están ubicadas de igual forma en cada una de las páginas.

De las 10 páginas de cada edición se encontró, que estas dos revistas, presentan publicidad completa en 6 de sus páginas, dejando las demás para presentar el contenido general de la revista, la carta por parte del editor, el cuadro de créditos y comentarios de las lectoras.

En cuanto al uso de fotografías e infografías, las imágenes de la mujer son estéticas, en su mayoría modelos que hacen alusión al uso de productos de las marcas que se publican, o modelos vistiendo a la moda.

Las marcas de productos que presentan en estas dos revistas, en su mayoría hacen alusión a negocios o tiendas ubicadas en Centros Comerciales del país: Prisma Moda, Mike Mike, Almacenes Simán, Pierre Cardin, entre otros.



### CAPÍTULO III

#### EXPOSICIÓN DE RESULTADOS

3.1 Nombre de revista: **MUJERES**

Edición: **Octubre 2012**

Medio: **El Diario de Hoy**

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
1	Portada	Contenido de la revista	No	No	Modelo luciendo chaquetas para otoño	No	No	No	No	Modelo luciendo un estilo de otoño a la moda
	Publicidad	Fragancia	No	No	Modelo posando sexy y hombres detrás de ella	No	No	AVON VIVA By Fergie	Nueva fragancia femenina	La modelo con una pose sexy
	Publicidad	Fragancia	No	No	Modelo posando sexy y hombres detrás de ella	No	No	AVON VIVA By Fergie	Nueva fragancia femenina	La modelo con una pose sexy
2	Contenido	Artículos de la Revista	No	No	Modelos vestidas con ropa para otoño	Texto resaltado en cuadro rosa	No	MontBlanc Tilenar Moschino	No	Modelo luciendo nueva tendencia para otoño
3	Publicidad	Accesorios para dama	No	No	Modelo luciendo accesorios	No	No	Almacenes Simán	No	Modelo con accesorios plateados

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
4	Contenido	Artículos de la Revista	No	No	Rostro de modelo maquillada Rostro de niña Comida Anatomía de una mujer	No	No	Chanel Coco Canela Salvatore Ferragamo Anna Sui	No	Rostro de modelo maquillada según los expertos
5	Publicidad	Moda	No	No	Modelo a la moda	No	No	La SENZA Jonathan Z EQOOS GUESS PERRY ELLIS SPORTLINE OAKLEY REEBOK GALERÍAS	No	Modelo a la moda
6	De la editora / Directorio	Amor y un "gracias"	Cáncer de mama que ataca en su mayoría a las mujeres	No	No	Símbolo de lucha contra el cáncer de mama / Recuadro con directores de revista	No	No	No	Texto de mujeres que sufren cáncer de mama y son luchadoras

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
7	Publicidad	Fall 2012 Collection	No	No	Modelo dentro de un zapato	No	No	Naturalizer Park Avenue	No	Modelo dentro de un zapato
8	Correo	Comentarios de lectoras y ganadoras de premios de revista	No	No	Fotografías de lectoras y ganadoras	Texto resaltado en cuadro rosa	No	Wake Up ALMAY	No	Fotografías de lectoras y ganadoras de ediciones anteriores de revista MUJERES
9	Columnista invitada	Es cuestión de locura	No	No	Cristina López, columnista	Título de sección resaltado en recuadro	No	No	No	Texto de hombres locos que han transformado el mundo

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
10	Mujeres Web	Temas de la revista en la web	No	No	Fotos variadas de temas de revista en la web	No	No	No	No	Fotos variadas de temas de revista en la web
11	Publicidad	Jeans Levanta Pompis	No	No	Mujer modelando jeans	No	No	Pierre Cardín	Jeans	Modelo con Jeans
12	Agenda OCTUBRE	Temas de interés en el mes de octubre	No	No	Fotos variadas de temas de interés en el mes de octubre	Recuadros que resaltan los temas	No	El Diario de Hoy FUNDASAL AVON	No	Fotos variadas de temas de interés en el mes de octubre
13	Publicidad	Joyería para dama	No	No	Modelo luciendo joyería	No	No	SWAROVSKI CHAMILIA Ferrer-Igoa Joyas	No	Modelo luciendo joyería con cristales

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
14	Vitrina	Lo nuevo en perfumería	No	No	Estilos de fragancias	Texto resaltado en cuadro negro	No	Valentina Valentino Givenchy Chloé Edp	Fragancias	Estilos de fragancias de marcas reconocidas
15	Vitrina	Lo nuevo en perfumería	No	No	Estilos de fragancias	Texto resaltado en recuadros de colores	No	Special Ésika Far Away Avon Forest Victorinox Swiss Army CH Sport Carolina Herrera L'eau D'Issey Pour Homme Sport	Fragancias	Estilos de fragancias de marcas reconocidas
16	Color Block 2012	Uso de colores fuertes en el 2012	No	No	Productos de colores fuertes a la moda	Título de artículo resaltado en círculo amarillo	No	Prisma Moda	Blusas Pantalones Reloj Carteras Collares Anillos	Variedad de productos de colores fuertes que están a la moda en el 2012
17	Publicidad	Pasión por la moda	No	No	Pareja de modelos posando	No	No	Prisma Moda	No	Pareja de modelos posando en un jardín

<b>N° Pág.</b>	<b>Sección</b>	<b>Temas</b>	<b>Contenido de género Sí/No</b>	<b>Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No</b>	<b>Tipo de Fotografías</b>	<b>Infografía Sí/No</b>	<b>Publicidad Sexista Sí/No</b>	<b>Marcas</b>	<b>Productos Precios</b>	<b>Imagen que predomina</b>
<b>18</b>	Moda	Botas en la ciudad	No	No	Productos a la moda	No	No	No	Skinny Jeans Leggins Blazer Vestidos Florales	Productos a la moda que se pueden utilizar con botas
<b>19</b>	Publicidad	Nueva colección de botas	No	No	Modelos utilizando botas	No	No	ADOC	Botas	Modelos utilizando botas a la moda
<b>20</b>	Vitrina	Nuevos productos	No	No	Artículos de joyería Modelos con ropa a colores Nueva tienda de ropa	No	No	TOUS BENETTON Multiplaza	Pulseras Anillos Colgantes	Artículos de joyería de plata y cubierta de oro
<b>21</b>	Publicidad	Clínica Facial y Corporal	No	No	Instalaciones de la clínica	No	No	Línea y Figura	Maquillaje permanente Ultracavitación Radiofrecuencia Vacumterapia	Instalaciones de la clínica para poder relajarse

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
22	Vitrina	Tendencia: Chunkies	No	No	Zapatos de colores	No	No	Nine West	Zapatos para dama	Zapatos de colores con tendencia Chunkies
23	Publicidad	Fall 2012	No	No	Modelos caminando en la calle	No	No	Nine West Galerías La Gran Vía Sears Park Avenue Almacenes Simán	No	Modelos caminando en la calle con ropa y zapatos a la moda (Fall 2012)
24	Vitrina	Dots llegó para quedarse y Moda y comodidad	No	No	Tienda de ropa y productos deportivos Zapatos deportivos	No	No	Dots ST. Jack's Multiplaza JOMA Jaguar Sportic	Conjuntos Pijamas Camisetas Mochilas Peluches Disfraces Gorros Ropa Interior Zapatos Deportivos	Nueva tienda de ropa y productos para el público infantil

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
25	Publicidad	Nuevos tampones	No	No	Modelo en la playa	No	No	SABA	Tampones	Modelo disfrutando en la playa
26	Vitrina	Belleza y cuidado excepcional	No	No	Productos de belleza	No	No	Galerías L'Occitane Shellac Studio Makeup Tree Hut Almacenes Simán Xcla!m	Crema exfoliante Crema hidratante Maquillaje para uñas Maquillaje para rostro	Variedad de productos de belleza
27	Publicidad	Nuevo Dove Óleo Nutrición	No	No	Productos varios de la marca	No	No	DOVE	Shampoo Acondicionador	Productos de la nueva línea para el cuidado del cabello
28	Steve Madden	Uno de los más exitosos diseñadores de zapatos de moda	No	No	Steven Madden, diseñador de zapatos	Título de artículo resaltado en recuadro negro	No	Steve Madden	No	Steven Madden, diseñador de zapatos en diferentes facetas



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
29	Publicidad	Lo más trendy en carteras y bolsos	No	No	Bolsos de colores y zapatos	No	No	Steve Madden La Gran Vía	Carteras Bolsos Zapatos	Bolsos de colores y zapatos a la moda de temporada
30	Moda	Montblanc La belleza tiene muchos nombres	No	No	Pluma Mancuernas	No	No	MontBlanc	No	Texto: Historia de cómo surgió la marca MontBlanc
31	Moda	Montblanc La belleza tiene muchos nombres	No	No	Productos de la marca MontBlanc	No	No	MontBlanc	No	Texto: Historia de cómo surgió la marca MontBlanc

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
32	Moda	Tu look a rayas	No	No	Variedad de productos rayados	No	No	Prisma Moda	Bailarinas de colores \$24.99 Pañuelo de Chifón \$7.99 Bufanda \$7.99 Top Strapless \$7.99 Cartera de clutch \$19.99 Mini falda \$14.99 Mini con bolsillos \$16.99 Falda en línea \$11.99 Vestido en blanco y negro \$17.99 Vestido de corte a la cintura \$29.99	Variedad de productos diferentes versiones de rayas

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
33	Copia el look	Espíritu Retro	No	No	Modelo con estilo retro Ropa y productos retro	No	No	Park Avenue Pull and Bear Manifesto By Lou Nine West MNG Almacenes Simán	Aretes \$39 Blusa \$24.90 Collar \$40 Botines \$109 Bolso \$99 Cinturón \$39 Falda \$59.99 Fragancia \$130	Modelo con estilo retro inspirada en las décadas de los 60 y 70 Ropa y productos retro
34	Copia el look	Estética 70	No	No	Modelo con estilo retro Ropa y productos retro	No	No	Park Avenue Manifesto By Lou Nine West MNG Stradivarius	Suéter \$17.99 Bolso \$35.95 Falda \$39.95 Pulsera \$25 Brazaletes \$25 Zapatos \$119	Modelo con estilo retro para usar en otoño invierno 2012 Ropa y productos retro
35	Moda	Tendencias de otoño	No	No	Modelo vestida de colección para otoño Ropa y productos para usar en otoño	No	No	MANGO	Falda Blusa Zapatos Vestido Anillo Collar	Modelo vestida de colección para otoño con colores vibrantes

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
36	Al detalle	Auténticos Maxi Bolso	No	No	Bolsos de cuero	No	No	Adolfo Domínguez	Bolso Negro \$149	Bolsos auténticos de cuero
37	Al detalle	Auténticos Maxi Bolso	No	No	Bolsos de cuero	No	No	Adolfo Domínguez	Bolso de piel \$299	Bolsos auténticos de cuero
38	Moda	Únete a la fiesta de moda	No	No	Modelo usando pulseras Variedad de pulseras de colores	No	No	Manifesto Ferrer Igoa Park Avenue	Pulsera verde \$15 Pulseras con cierre \$22 Pulsera ajustable \$285 Pulsera en cuerda \$19 Pulsera con flor de oro \$385 Pulsera autoajustable \$29 Pulsera Majorica \$45	Variedad de diseños de pulseras de colores

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
39	Moda	Únete a la fiesta de moda	No	No	Variedad de pulseras de colores	No	No	Pull and Bear Ferrer Igoa Park Avenue Almacenes Simán Stradivarius Nine West TIMEX GUESS	Pulsera de cuero \$25 Pulsera de lazo \$819 Pulsera de plata \$129 Reloj \$165 Reloj \$89 Reloj \$65 Conjunto de pulseras \$39 Set de pulseras \$29	Variedad de pulseras de colores, última tendencia de accesorios
40	Moda	Rock Chic	No	No	Modelo con estilo chic Ropa y productos chic	No	No	Almacenes Simán MNG ZARA Ferrer Igoa Pull and Bear Steve Madden Park Avenue Nine West	Reloj \$65 Blusa \$59 Chaqueta \$79 Collar \$263 Pulsera \$290 Brazaletes \$39 Cinturón \$19.95 Bolso \$139 Sandalia \$69.99 Zapatillas \$99.99 Tacones \$159.99 Botines \$139 Zapatilla \$59	Modelo con estilo chic con ropa con detalles plateados y dorados Ropa y productos chic

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
41	Moda	En la dinámica militar	No	No	Modelo con estilo militar y productos militares	No	No	TOUS Rebecca MNG ZARA Ferrer Igoa Pull and Bear Steve Madden United Colors of Benetton Stradivarius	Aretes \$331 Anillo \$614 Brazaletes \$289 Chaqueta \$65.90 Chaqueta \$69.90 Pantalón \$45.90 Vestido \$59 Botines \$129.99 Botas \$199 Botines \$65.95 Bolso \$79.95 Falda \$39.90 Vestido \$49	Modelo con estilo militar con tonos marrones y tierras
42	Moda	Vino en la moda	No	No	Modelo con estilo de color vino y productos color vino	No	No	MNG ZARA Ferrer Igoa Pull and Bear United Colors of Benetton Stradivarius Adolfo Domínguez	Sombrero \$59.90 Blusa \$89 Cardigan \$52 Vestido \$229 Bolso \$189 Stilettos \$79.95 Plataforma \$49.90 Bolso XL \$79.95 Bolso \$29.90	Modelo con estilo de ropa de color vino

N° Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
43	Vitrina	Maxi bolsos	No	No	Modelos usando bolsos de colores	Texto resaltado en cuadro rosa	No	MIKE MIKE GO	Bolso fabricado \$34.90 Bolso cartapacio \$45 Diseño playero \$17 Cartera Cross Body \$17.90 Bolso Cross Body \$19.90	Modelos usando maxi bolsos de colores
44	Moda	Aprende a tu cuerpo	No	No	Modelos reconocidas	Título resaltado en recuadro amarillo	No	No	No	Modelos resaltando la forma de sus cuerpos
45	Moda	Aprende a tu cuerpo	No	No	Modelos reconocidas	Texto resaltado en recuadro amarillo	No	No	No	Modelos resaltando la forma de sus cuerpos
46	Moda	Aprende a tu cuerpo	No	No	Modelos reconocidas	Texto resaltado en recuadro amarillo	No	No	No	Modelos resaltando la forma de sus cuerpos

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
47	Moda	Aprende a tu cuerpo	No	No	Modelos reconocidas	Texto resaltado en recuadro amarillo	No	No	No	Modelos resaltando la forma de sus cuerpos
48	Moda	Historia de dos hermanas exitosas	No	No	Las hermanas con los productos que han creado	No	No	COCO CANELA	Zapatos para dama	Un pareja de hermanas con los productos que han creado
49	Moda	Historia de dos hermanas exitosas	No	No	Las hermanas con los productos que han creado	Texto resaltado en recuadros	No	COCO CANELA	Zapatos para dama	Un pareja de hermanas con los productos que han creado
50	Pasarela	Del clásico al militar	No	No	Modelos luciendo los diferentes estilos	No	No	No	No	Modelos luciendo tendencias clásicas y militares



<b>Nº Pág.</b>	<b>Sección</b>	<b>Temas</b>	<b>Contenido de género Sí/No</b>	<b>Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No</b>	<b>Tipo de Fotografías</b>	<b>Infografía Sí/No</b>	<b>Publicidad Sexista Sí/No</b>	<b>Marcas</b>	<b>Productos Precios</b>	<b>Imagen que predomina</b>
<b>51</b>	Pasarela	Del clásico al militar	No	No	Modelos luciendo los diferentes estilos	No	No	Burberry Prorsum Cacharel Iceberg Krizia Emporio Armani Mathew Williamson Diesel Black Gold Just Cavalli Jasper Conran	No	Modelos luciendo tendencias clásicas militares y
<b>52</b>	Pasarela	Gama de azules	No	No	Modelos luciendo los diferentes estilos azules de	No	No	Carlos Miele Badgley Mischka Cristiano Burani	No	Modelos luciendo tendencias azules
<b>53</b>	Pasarela	Gama de azules	No	No	Modelos luciendo los diferentes estilos azules de	No	No	Emporio Armani Gianfranco Ferre Oscar de la Renta Temperley London Stella Mccartney	No	Modelos luciendo tendencias azules

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
54	Pasarela	Colorida estampa	No	No	Modelos luciendo los diferentes estilos de colores	No	No	A-Lab Valentino Norma Luisa Temperley London Angelo Marani	No	Modelos luciendo tendencias colorida
55	Pasarela	Colorida estampa	No	No	Modelos luciendo los diferentes estilos de colores	No	No	Mathew Williamson Oscar de la Renta Alberta Ferreti Frankie Morello Ports1961 Basso&Brooke	No	Modelos luciendo tendencias colorida
56	Belleza	El primer aliado estratégico	No	No	Rostro de modelo	No	No	No	No	Rostro de modelo

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
57	Belleza	Hacedores de magia	No	No	Productos de belleza	No	No	M.A.C. LANCOME Studio Makeup L'Bel CLINIQUE Sanborns Almacenes Simán ALMAY	Transparent Finishing \$27 Smooder Base \$38.50 Fortified Skin \$25.50 Beauti Balm \$35.50 Moisture Infusion \$48 Soft Illusion \$25 Future Length \$24 Base tratante \$12.59 Illuminating Perfecting \$38 Eye & Lip \$14 Super City \$25 Perfec & Correct Primer \$16.25	Variedad de productos para rostro y ojos
58	Belleza	Dramáticos y Seductores	No	No	Maquillaje para los ojos	No	No	Estee Lauder M.A.C. Almacenes Simán	Pure Color \$55 Pure Color con tecnología \$23 Sombra en polvo \$24	Maquillaje para los ojos de colores intensos

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
59	Belleza	¿Fríos o cálidos?	No	No	Maquillaje para los ojos	Texto de columna en recuadro rosa	No	Lancôme Sears Xclai!m Estée Lauder Avon	Sombra \$5.95 Nudes-Glamour \$24 Delineador \$27 Rímel \$8.99 Roserales \$61.50	Maquillaje para los ojos de colores intensos
60	Especial	Luz y color	No	No	Productos cosméticos	Título resaltado en cuadro negro	No	Christian Dior Almacenes Simán Sears Chanel L'Bel M.A.C. Lancôme	Sombras \$66 Golden Jungle \$65 Sombra roja \$5.95 Expressive \$24 Ceramic Nail \$7.95 Tono coral \$27.10 Heavenly Creature \$24	Productos cosméticos de colores que iluminan
61	Especial	Para pieles más radiantes	No	No	Maquillista internacional, Jonathan Núñez Productos cosméticos	No	No	ALMAY Almacenes Simán Splendor Salón y Spa	Base Líquida Sombras y Primer Delineador e Iluminador Rubor e Iluminador	Texto sobre productos de maquillaje

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
62	Especial	El New Nude y los secretos de Dior	No	No	Modelo reconocida	No	No	Christian Dior Almacenes Simán	New Nude	Modelo reconocida mostrando su rostro
63	Especial / Publicidad	El New Nude y los secretos de Dior Academia de idiomas extranjeros	No	No	Productos de Dior Joven estudiante	No	No	Dior Academia Europea	No	Publicidad de Joven estudiante de la Academia Europea
64	Belleza	Por arte de magia	No	No	Rostro de modelo sonriente ante la cámara	Texto de columna en recuadro rosa	No	No	No	Rostro de modelo sonriente ante la cámara
65	Belleza	Los aliados perfectos	No	No	Rostro de modelo reconocida Productos de belleza para el rostro	Texto de columna en recuadro rosa	No	Chanel L'Oreal Covergirl & Olay Clinique Elizabeth Arden	No	Productos de belleza para lucir bonito rostro

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
66	Especial	Inspiración Pop	No	No	Maquillando el rostro de una modelo Productos de belleza para el rostro	No	No	ALMAY Almacenes Simán ArtDeco Sears CLINIQUE Dior Studio MakeuP	Sombras \$5.95 Blush \$10.95 Cuarteto de Sombras \$19 Base de Maquillaje \$45 Rubor \$12.90 Delineador de labios \$9.95 Delineador de ojos \$12.95	Rostro de modelo que están maquillando con colores llamativos
67	Especial	Un sí al gris	No	No	Rostro de modelo maquillada Productos de belleza para el rostro	No	No	Dior Lancôme Art Deco CLARINS Sears Covergirl Lancôme	Máscara de pestaña \$11.70 Delineador de ojos \$36 Sombras \$5.95 Labial \$14.75 Blush \$43 Y delineador \$14.50	Rostro de modelo maquillada
68	Especial	Juego de matices	No	No	Rostro de modelo maquillada Productos de belleza para el rostro	No	No	M-A-C ALMAY Almacenes Simán CLINIQUE Dior Lancôme	Gloss \$23 Trío de sombras \$10.80 Sombra \$24 Labial \$19 Base de Maquillaje \$52 Sombras \$61.50	Rostro de modelo maquillada

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
69	Especial	Pieles sin mancha alguna	No	No	Detalle de rostro de mujer	No	No	No	No	Énfasis en el rostro de una mujer que luce sin manchas
70	Especial	Pieles sin mancha alguna	No	No	Productos para el cuidado del rostro	Recomendaciones resaltadas en recuadro rosa	No	CLINIQUE L'BEL Almacenes Simán Sears L'Occitane	Even Better \$19.50 Exfoliante \$37.50 Crema Purifyng \$63.60 \$32	Variedad de productos para el cuidado del rostro
71	Enredos Femeninos	La Belleza ¡después de los 40 y un poquito más!	No	No	Claudia Daher, columnista	No	No	No	No	Texto: La Belleza ¡después de los 40 y un poquito más!
72	Perfiles	Tim Burton y su lado oscuro	No	No	Tim Burton, productor, director, escritor y artista	No	No	No	No	Rostro de Tim Burton
73	Perfiles	Tim Burton y su lado oscuro	No	No	Rostro de actor, Johnny Depp	No	No	No	No	Texto: Tim Burton y su lado oscuro

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
74	Perfiles	Tim Burton y su lado oscuro	No	No	Escenas de películas de Tim Burton	No	No	No	No	Texto: Tim Burton y su lado oscuro
75	Perfiles	Tim Burton y su lado oscuro	No	No	Filmografía de Tim Burton	No	No	No	No	Filmografía de Tim Burton
76	Informe	Una misión de amor	Reconocen labor humanitaria que realizan las mujeres	No	Ganadora de premio junto a sus alumnos	No	No	AVON	No	Ana Silvia Zepeda, ganadora del Premio Mujer Avon
77	Informe	Voces agradecidas	Reconocen labor humanitaria que realizan las mujeres	No	Mujeres ganadoras de premios	Texto en recuadro rosa	No	AVON	No	Ganadoras de Premio Mujer Avon en años anteriores
78	Informe	Un mal lento y progresivo	Cáncer cervical que ataca a las mujeres	No	No	Anatomía del cuerpo de una mujer	No	No	No	Anatomía del cuerpo de una mujer
79	Informe	Un mal lento y progresivo	Cáncer cervical que ataca a las mujeres	No	No	Texto resaltado en cuadro rosa Etapas del cáncer cervical	No	No	No	Etapas del cáncer cervical



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
80	Informe	Renacer después del cáncer	Cáncer de mama que ataca en su mayoría a las mujeres	No	Mujeres que vencieron el cáncer de mama	No	No	No	No	Mujeres que vencieron el cáncer de mama
81	Informe	Renacer después del cáncer	Cáncer de mama que ataca en su mayoría a las mujeres	No	Mujeres que vencieron el cáncer de mama	No	No	No	No	Mujeres que vencieron el cáncer de mama
82	Informe	Renacer después del cáncer	No	No	Mujeres que vencieron el cáncer de mama	Texto de columna en recuadro rosa	No	No	No	Mujeres que vencieron el cáncer de mama
83	Informe	Las estrellas de Academia Europea Internacional	No	No	Docente de Academia Europea Internacional	No	No	Academia Europea Internacional	Clases de idiomas	Docente de Academia Europea Internacional

<b>N° Pág.</b>	<b>Sección</b>	<b>Temas</b>	<b>Contenido de género Sí/No</b>	<b>Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No</b>	<b>Tipo de Fotografías</b>	<b>Infografía Sí/No</b>	<b>Publicidad Sexista Sí/No</b>	<b>Marcas</b>	<b>Productos Precios</b>	<b>Imagen que predomina</b>
<b>84</b>	Estilo	¡A celebrar!	No	No	Niñas celebrando	Texto de columna en recuadro rosa	No	Ups Hallmark Walmart Librería La Ceiba	No	Niñas celebrando muy felices
<b>85</b>	Estilo	Bocadillos divertidos	No	No	Bocadillos preparados	No	No	No	No	Bocadillos preparados y adornados para la fiesta
<b>86</b>	Estilo	Bocadillos divertidos	No	No	Bocadillos preparados	No	No	No	No	Bocadillos preparados y adornados para la fiesta
<b>87</b>	Estilo / Publicidad	Bocadillos divertidos / Tu propio negocio	No	No	Bocadillos preparados Mujeres viendo los productos	No	No	No	No	Bocadillos preparados y adornados para la fiesta
<b>88</b>	Estilo	Trabajando contra la plaga	No	No	Plantas	No	No	No	No	Diferentes ejemplares de plantas

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
89	Estilo / Publicidad	Trabajando contra la plaga / Sala de belleza	No	No	Plantas y flores	No	No	SOTHY'S Sala de Belleza	No	Variedad de flores y plantas
90	Cocina	Pan tostado básico en el disfrute	No	No	Plato de Crostini Siciliano	No	No	No	No	Plato de Crostini Siciliano
91	Cocina / Publicidad	Pan tostado básico en el disfrute	No	No	Bruschetta de Champiñones y Berenjena	No	No	LE CROISSANT	No	Plato de Bruschetta de Champiñones y Berenjena

N° Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
92	Cocina	Pan tostado básico en el disfrute / Disfruta con Fuze Té Verde	No	No	Bruschetta de Jamón Serrano	No	No	Hotel Real Intercontinental Fuze Tea	Té Verde	Plato de Bruschetta de Jamón Serrano
93	Libros	La magia de los cuentos	No	No	Portadas de libros	No	No	Librería La Ceiba Galerías	El mágico mundo de las princesas \$13.95 Cuentos con piratas \$9.95 Así eran los feroces dinosaurios cretácicos \$13.95 Construye tus cometas \$7.26	Portadas de libros de cuentos para niños
94	Libros	El bullying y cómo prevenirlo	No	No	Niña triste	No	No	Grupo Santillana	No	Rostro de niña triste

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
95	Libros	El bullying y cómo prevenirlo / Programa Alto al bullying	No	No	Portadas de libros	No	No	Grupo Santillana	Libros para prevenir el bullying	Portadas de libros para prevenir el bullying
96	Música	Un Zoé desenchufado	No	No	Agrupación Zoé	Texto en recuadro negro	No	No	No	Agrupación Zoé
97	Música / Cita con el arte	Nuevos álbumes de artistas / Diferentes eventos culturales en el mes	No	No	Portadas de álbumes	Títulos de eventos en recuadros de colores	No	CD PLANET METROCENTRO	No	Portadas de álbumes de artistas
98	R.S.V.P.	Bentton se reinventa	No	No	Personas que asistieron a inauguración de tienda	No	No	BENETTON Multiplaza	No	Personas que asistieron a inauguración de tienda

<b>N° Pág.</b>	<b>Sección</b>	<b>Temas</b>	<b>Contenido de género Sí/No</b>	<b>Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No</b>	<b>Tipo de Fotografías</b>	<b>Infografía Sí/No</b>	<b>Publicidad Sexista Sí/No</b>	<b>Marcas</b>	<b>Productos Precios</b>	<b>Imagen que predomina</b>
<b>99</b>	R.S.V.P.	Studio Makeup en Siman y Xcla!m	No	No	Personas que asistieron presentación de nueva línea de maquillaje	No	No	Studio Makeup Almacenes Siman Xcla!m	No	Personas que asistieron presentación de nueva línea de maquillaje
<b>100</b>	R.S.V.P.	Con sabor japonés / Fergie por tercer vez con Avon	No	No	Personas que asistieron a inauguración de tienda y presentación de nueva fragancia	Texto de columna en recuadro beige	No	AVON Restaurante KOI Plaza Futura	No	Personas que asistieron a inauguración de tienda y presentación de nueva fragancia
<b>101</b>	R.S.V.P. / Publicidad	Conquistando tierra nueva / Clínica Láser	No	No	Personas que asistieron a presentación de inauguración	No	No	Maya Guerrero Clínica Láser	No	Personas que asistieron a presentación de inauguración
<b>102</b>	Horóscopo	Octubre	No	No	Katy Perry	Titular en recuadro rosa	No	No	No	Katy Perry del signo Libra

103	Directorio	Contactos de diferentes tiendas	No	No	Modelo con chaqueta camuflaje da	Titular en recuadro rosa	No	<p>Adolfo Domínguez  Almacenes Simán  André Estilista  Banquetes Bebriz  Bershka  Cococanela  CD Planet  Diseñando Sueños  Dr. Roberto Gracias  Dr. Roberto Peña Chang  Eduardo Franco  Estilistas  Garabattos  Librería La Ceiba  Manifestó by Lou Escamilla  MNG  Mac Store  Motiva  My Sugar Planet  Nine West  Park Avenue  Prisma Moda  Pull and Bear  Steve Madden  Sears Stradivarius  Tous Trézza  Triana Vívero El Paraíso Vívero  Xochícali Xclalm  Zara</p>	No	Modelo con chaqueta camuflaje da
-----	------------	---------------------------------	----	----	----------------------------------	--------------------------	----	--	----	----------------------------------

<b>N° Pág.</b>	<b>Sección</b>	<b>Temas</b>	<b>Contenido de género Sí/No</b>	<b>Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No</b>	<b>Tipo de Fotografías</b>	<b>Infografía Sí/No</b>	<b>Publicidad Sexista Sí/No</b>	<b>Marcas</b>	<b>Productos Precios</b>	<b>Imagen que predomina</b>
<b>104</b>	Coctel	Diferentes temas de temporada	No	No	Modelos y accesorios de moda	Titulares resaltados en recuadros de colores	No	Gucci	Varios de temporada	Modelos y accesorios de moda
<b>105</b>	Coctel	Diferentes temas de temporada	No	No	Modelos y accesorios de moda	Titulares resaltados en recuadros de colores	No	Joy Kampia Kobi Levi	No	Modelos y accesorios de moda
<b>106</b>	Caprichos	Digno de tu belleza	No	No	Juego de gargantilla y aretes de plata	No	No	Joyería Giurella	Gargantilla Aretes	Juego de gargantilla y aretes de plata
<b>107</b>	Publicidad	Carteras de cuero	No	No	Modelo Carteras de cuero	No	No	MIKE MIKE GO	Carteras Bolsos	Modelo luciendo a la moda junto a las carteras
<b>108</b>	Publicidad	Unconventional Chic	No	No	Modelo con ropa de marca	No	No	LACOSTE	Ropa	Modelo con ropa de marca



3.2 Nombre de revista: **ELLA**

Edición: **Octubre 2012**

Medio: **La Prensa Gráfica**

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
1	Portada	Contenido de la revista	No	No	Modelo con vestido de novia	No	No	No	No	Modelo de portada
	Publicidad	Fragancia	No	No	Modelo posando sexy y hombres detrás de ella	No	No	AVON By Fergie VIVA	Nueva fragancia femenina	La modelo con una pose sexy
	Publicidad	Fragancia	No	No	Modelo posando sexy y hombres detrás de ella	No	No	AVON By Fergie VIVA	Nueva fragancia femenina	La modelo con una pose sexy
2	Publicidad	Carteras	No	No	Modelo con aspecto glamuroso	No	No	Mike Mike	Carteras para dama	Modelo Glamurosa Carteras para dama
3	Directorio	Grupo Editorial de la revista Cartas de suscripto	No	No	No	Portada de edición especial (anterior)	No	No	No	Texto
4	Publicidad	Club de Bodas	No	No	Momentos de boda	No	No	Siman	Ventas de \$1,600	Texto

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
5	Publicidad	Club de Bodas	No	No	Momentos de boda y modelo vestida de novia	No	No	Siman / Celiflor	Vale por \$50.00	Texto y fotografía de bodas
6	Publicidad	Boda del año	No	No	Modelo vestida de novia junto al área de recepción	No	No	Hotel Sheraton Presidente	No	Modelo en su recepción de bodas
7	Publicidad	Boda del año	No	No	Modelo vestida de novia junto al área de recepción	No	No	Hotel Sheraton Presidente	No	Modelo en su recepción de bodas
8	Publicidad	Certificados de Regalo de Bodas	No	No	Manos con anillos de bodas	No	No	La Curacao Bsquare Amanda's BioArte Elite Designs Galanio Studio	No	Manos con anillos de boda

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
9	Publicidad	Certificados de Regalo de Bodas	No	No	No	Imagen de La Curacao	No	La Curacao Mimi BomBom Las Gardenias Agencia de Viajes Escamilla Jorge Hernández	Montos acumulados desde \$1,000 a \$9,001 en adelante	Texto
10	Publicidad	Boda	No	No	Foto modelo vestida de novia	No	No	Hotel Real Intercontinental	No	Modelo vestida de novia
11	Publicidad	Boda	No	No	No	No	No	Hotel Real Intercontinental	No	Texto

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
12	Publicidad	Sandalias para dama	No	No	Mujer modelando zapatos	No	No	MD	Sandalias para dama	Modelo con zapatos de tacón
13	Publicidad	Sandalias para dama	No	No	Mujer modelando zapatos	No	No	MD	Sandalias para dama	Modelo con zapatos de tacón
14	Publicidad	Bodas	No	No	Rostro de modelo vestida de novia	Flores de fondo	No	Montsé BellaFesta Chez André Carlos Herrera Kalas Mimi Chelás Gournet Diprisa Escamilla	No	Rostro de novia
15	Publicidad	Vintage de Bodas	No	No	No	Jardín de Flores	No	Banco Agrícola Siman Vidals Real Intercontinental Suprema RAF entre otras marcas patrocinadoras	No	Texto

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
16	Contenido	Artículos de la Revista	No	No	Modelos vestidas de novia	No	No	No	Anillos y pastel de bodas	Novias
17	Contenido	Artículos de la Revista	No	No	Modelo vestida de novia / Niña cortejo	No	No	No	Tarjetas de boda Centros de Mesa	Novia Cortejo de honor
18	Ella Plus Boda	Comentarios de lectoras a través de los diferentes medios en la web	No	No	Foto de modelo de la portada	No	No	No	No	Modelo de portada
19	Ella Beauty	Peinado para boda	No	No	Modelo con peinado para boda	No	No	No	No	Modelo con peinado para boda

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
20	Ella Beauty	Productos para rostro	No	No	Productos para rostro	No	No	LANCOME BIOTHERM GIVENCHY CHRISTIAN BRETON VALENTINO	Productos para rostro \$33.50 \$151.00 \$33.50 \$73.00 \$120.00	Productos para rostro
21	Publicidad	Joyería para dama	No	No	Modelo con joyería	No	No	MAJORICA	Joyería para dama	Modelo posando con joyería
22	Ella Beauty	Tratamientos faciales y corporales	No	No	Mujer recibiendo un masaje facial	No	No	El Salón de Marlen Vidal´s Salón y Spa Urbano	Mascarillas faciales	Mujer recibiendo un masaje facial
23	Ella Beauty / Publicidad	Tratamientos faciales y corporales	No	No	No / Jóvenes estudiantes	No	No	Vidal´s Salón y Spa Urbano Amanda´s Salón y Day Spa / Academia Europea	Terapias para el cabello Exfoliación Corporal / Clases de Inglés y otros idiomas	Jóvenes estudiantes

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
24	Ella Beauty	Productos de belleza	No	No	Variedad de productos de belleza	No	No	AVON L'Bel L'Occitane Tienda Magie Almacenes Simán	Productos de belleza \$14.99 \$22.00 \$36.00 \$39.00 \$18.00 \$28.00 \$14.10 \$21.00 \$29.98 \$12.05	Productos de belleza
25	Publicidad	Maquillaje para rostro	No	No	Mujer de apariencia mayor	No	No	OLAY	Maquillaje para rostro	Modelo con rostro de apariencia mayor
26	Ella Beauty	Técnica para mantener una piel joven	No	No	Rostro de mujer joven	No	No	No	No	Rostro de mujer joven
27	Publicidad	Clínica Facial y Corporal	No	No	Modelo vestida de novia de la Salas de la clínica	No	No	Línea y Figura Clínica Facial y Corporal	Diversos servicios que ofrece la clínica	Modelo vestida de novia

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
28	Ella Beauty	Clima que afecta el peinado de la novia	No	No	No	Cuadro con recomendaciones	No	No	No	Texto
29	Ella Beauty / Publicidad	Clima que afecta el peinado de la novia / Anillos de boda	No	No	Modelo despeinada / Anillos	No	No	DANA y CALLENA	Anillos de boda	Modelo despeinada / Anillos de boda
30	Ella Beauty	Peinados de novia	No	No	Modelo con peinado	No	No	Mimi Novias Kalas Bridal y Boutique	Accesorios para el cabello	Peinado de novia
31	Publicidad	Máscara para pestañas	No	No	Rostro de modelo maquillada	No	No	MAX FACTOR	Máscara para pestañas	Rostro de modelo maquillada



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
32	Ella Beauty	Peinados de novia	No	No	Modelo con peinado	No	No	Mimi Novias Kalas Bridal y Boutique	Accesorios para el cabello	Peinado de novia
33	Publicidad	Zapatos	No	No	Modelos usando zapatos de la marca	No	No	NINE WEST GALERÍAS LA GRAN VÍA SEARS PARK AVENUE SIMAN	No	Jóvenes modelando los zapatos
34	Ella Beauty	Peinados de novia	No	No	Modelo con peinado	No	No	Weddings	Accesorios para el cabello	Peinado de novia
35	Publicidad	Zapatos	No	No	Modelo usando zapatos de la marca	Un árbol junto al zapato	No	Naturalizer	Zapatos	Modelo usando zapatos de la marca

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
36	Ella Beauty	Peinados de novia	No	No	Modelo con peinado	No	No	Mimi Novias Kalas Bridal y Boutique	Accesorios para el cabello	Peinado de novia
37	Publicidad	Próxima apertura de tienda	No	No	Modelo de la marca	No	No	GUESS	No	Modelo posando
38	Ella Beauty	Como planificar la agenda nupcial	No	No	Haciendo referencia a las actividades a realizar en la agenda	No	No	Amanda´s Salón y Day Spa	No	Actividades a realizar en la agenda como ejercicios, ir al salón de belleza
39	Ella Beauty / Publicidad	Como planificar la agenda nupcial / Joyería	No	No	Haciendo referencia a las actividades a realizar en la agenda / Anillos de boda	No	No	Amanda´s Salón y Day Spa / Casa de Oro	No	Modelos en el spa / Anillos de boda

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
40	Ella Beauty	Blanqueamiento Dental	No	No	Novia sonriendo	No	No	Orthocenter	Blanqueamiento dental de \$200.00 a \$500.00 y retoques de \$8.00 a \$10.00	Rostro de novia sonriendo
41	Publicidad	Jeans Levanta Pompis	No	No	Mujer modelando jeans	No	No	Pierre Cardin	Jeans	Modelo con Jeans
42	Ella Beauty	Dieta para lucir espectacular en la boda	No	No	Modelo vestida de novia corriendo	Cinta Métrica	No	No	No	Texto y Cinta Métrica
43	Ella Beauty	Dieta para lucir espectacular en la boda	No	No	Frutas y modelo comiendo una manzana	Cuadro de dieta	No	No		Cuadro de dieta

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
44	Ella Beauty	Productos de belleza para damas	No	No	Productos para dama	No	No	CLINIQUE ELIZABETH ARDEN L'Occitane Almacenes Simán Elite Brands Farmacia Camila y Virgen de Guadalupe	Productos de belleza para dama	Todos los productos
45	Publicidad	Gel Hidratante para el rostro	No	No	Rostro modelo de	Gel para el rostro	No	VICHY LABORATORIES Almacenes Sanborns Farmacias San Benito Virgen de Guadalupe Camila Uno	Gel hidratante para el rostro	Rostro modelo de
46	BODA / COACHING	Artículo sobre el amor duradero	No	No	Profesional que habla sobre el tema	No	No	No	No	Texto

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
47	ELLA / FASHION	Como ser una novia a la moda	No	No	Novia en un paisaje oscuro	No	No	No	No	Novia en paisaje oscuro
48	BODA / FASHION	Anillos para compromiso y boda	No	No	Anillos	No	No	DANA y CALLENA Ferrer-Igoa Joyería Saturno	Anillos de Compromiso y Boda \$659 \$1,911 \$585.40 \$499 \$534.29 \$429 \$1,995 \$5,995 \$965	Anillos de Compromiso y Boda
49	BODA / FASHION	Anillos para compromiso y boda	No	No	Anillos	No	No	DANA y CALLENA Ferrer-Igoa Joyería Saturno Casa de Oro	Anillos de Compromiso y Boda \$284.95 \$814.95 \$1,999.95 \$246.23 \$474.95 \$2,995 \$194.95 \$669 \$349 259.95 \$576.11	Anillos de Compromiso y Boda

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
50	BODA / FASHION	Anillos para compromiso y boda	No	No	Anillos	No	No	DANA y CALLENA Ferrer-Igoa Joyería Saturno Casa de Oro	Anillos de Compromiso y Boda \$1,995 \$2,995 \$279.95 \$5,995 \$5,795 \$6,995 \$1,919.95 \$189.95 \$2,595 \$3,995 \$194.95 \$255.53	Anillos de Compromiso y Boda
51	Publicidad	Lugares para celebrar la boda	No	No	Salones para recepción Plato de Comida Bouquet de Novia	No	No	Hotel Crowne Plaza	No	Fotos generales de boda
52	BODA / ACCESORIOS	Zapatos para el día de la boda	No	No	Zapatos para novia	No	No	Mimi Novias Kenneth Cole Kalas Bridal y Boutique Nine West	Zapatos para todos los gustos	Zapatos encima de cajas de regalos
53	Publicidad	Zapatos para novia	No	No	Novia quitándose los zapatos	No	No	Park Avenue Galerías La Gran Vía	No	Modelo vestida de novia quitándose los zapatos

<b>Nº Pág.</b>	<b>Sección</b>	<b>Temas</b>	<b>Contenido de género Sí/No</b>	<b>Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No</b>	<b>Tipo de Fotografías</b>	<b>Infografía Sí/No</b>	<b>Publicidad Sexista Sí/No</b>	<b>Marcas</b>	<b>Productos Precios</b>	<b>Imagen que predomina</b>
<b>54</b>	BODA / ACCESORIOS	Zapatos para el día de la boda	No	No	Zapatos para novia	No	No	Kalas Bridal y Boutique Nine West Naturalizer MD La Gran Vía Multiplaza	Zapatos para todos los gustos	Zapatos encima de cajas de regalos
<b>55</b>	Publicidad	Producto para el cuidado de la piel, cabello y uñas.	No	No	Novia con rostro reluciente Imagen del Producto	No	No	Perfectil VITABIOTICS	Tabletas para el cuidado de la piel, cabello y uñas.	Novia con rostro reluciente Imagen del Producto
<b>56</b>	BODA / MODA	Vestido y complementos para el día de Boda	No	No	Novia sentada en la banca de un parque	No	No	Kalas y Bridal Boutique Floristería Celiflor	Vestido Aretes Gargantilla Brazaletes Bouquet	Novia en el parque
<b>57</b>	BODA / MODA	Vestido y complementos para el día de Boda	No	No	Novia sentada en la banca de un parque	No	No	No	No	Novia en el parque
<b>58</b>	BODA / MODA	Vestido y complementos para el día de Boda	No	No	Novia posando en un jardín	No	No	Weddings	Vestido Tocado Brazaletes	Novia en un jardín

<b>Nº Pág.</b>	<b>Sección</b>	<b>Temas</b>	<b>Contenido de género Sí/No</b>	<b>Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No</b>	<b>Tipo de Fotografías</b>	<b>Infografía Sí/No</b>	<b>Publicidad Sexista Sí/No</b>	<b>Marcas</b>	<b>Productos Precios</b>	<b>Imagen que predomina</b>
<b>59</b>	BODA / MODA	Vestido y complementos para el día de Boda	No	No	Novia en un paisaje	No	No	Weddings Floristería Celiflor	Vestido largos Aretes Brazaletes Bouquet	Novia en un paisaje
<b>60</b>	BODA / MODA	Vestido y complementos para el día de Boda	No	No	Novia en un paisaje	No	No	Kalas y Bridal Boutique Floristería Celiflor	Vestido Tocado Bouquet	Novia en un paisaje
<b>61</b>	BODA / MODA	Vestido y complementos para el día de Boda	No	No	Novia en un paisaje	No	No	Weddings Kalas y Bridal Boutique Floristería Celiflor	Vestido Aretes Gargantilla Tocado Bouquet	Novia en un paisaje
<b>62</b>	BODA / MODA	Vestido y complementos para el día de Boda	No	No	Novia a la orilla de un lago	No	No	Weddings	Vestido Aretes Gargantilla	Novia a la orilla de un lago
<b>63</b>	BODA / MODA	Vestido y complementos para el día de Boda	No	No	Novia a la orilla de un lago	No	No	Kalas y Bridal Boutique	Vestido Tocado Aretes Cadena Brazaletes	Novia a la orilla de un lago



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
64	BODA / MODA	Vestido y complementos para el día de Boda	No	No	Novias posando en un jardín	No	No	Kalas y Bridal Boutique	Vestido Peineta Aretes Brazaletes	Novia posando en un jardín
65	BODA / MODA	Vestido y complementos para el día de Boda	No	No	Novia pasillo en	No	No	Kalas y Bridal Boutique Floristería Celiflor	Vestido Aretes Gargantilla Brazaletes Bouquet	Novia pasillo en
66	BODA / MODA	Vestido y complementos para el día de Boda	No	No	Novia pasillo en	No	No	Weddings Kalas y Bridal Boutique Amanda's Salón y Day Spa Multiplaza	Vestido Aretes Brazaletes	Novia pasillo en
67	Publicidad	Moda	No	No	Modelo a la moda	No	No	La SENZA Jonathan Z EQUOS GUESS PERRY ELLIS SPORTLINE OAKLEY REEBOK GALERÍAS	No	Modelo a la moda

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
68	BODA / ACCESORIOS NOVIO	Accesorios para caballeros	No	No	Accesorios para caballero	No	No	Casa de Oro Montecarlo Emociones para vivir	Reloj Mancuernillas Traje Zapatos Boutonniere	Accesorios para caballero
69	BODA / ACCESORIOS NOVIO / Publicidad	Accesorios para caballeros / Lugar para recepciones de boda	No	No	Novio / Novia a la orilla de la playa	No	No	Casa de Oro Montecarlo Emociones para vivir / Los Farallones	Resort de Playa	Novio / Novia a la orilla de la playa
70	BODA / FASHION	Artículo sobre lencería	No	No	Conjunto de lencería para novia	No	No	Le Gemme Lovable Multiplaza	Hilo Corsé Liga Blanca \$8.10 \$46.20	Conjunto de lencería para novia
71	Publicidad	Pañuelos suaves	No	No	Pañuelos dentro de una cartera	No	No	KLEENEX	Pañuelos suaves	Pañuelos dentro de una cartera
72	BODA / FASHION	Opciones de vestidos y accesorios para novia	No	No	Modelo vestida de novia	No	No	Almacén Victoria Giurella Floristería Celiflor Mimi Novias	Vestido Aretes Bouquet Tiara	Modelo vestida de novia

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
73	BODA / FASHION	Opciones de vestidos y accesorios para novia	No	No	Vestido y accesorios para la novia	No	No	Almacén Victoria Giurella Floristería Tropicalia Mimi Novias MD Tarjetas Triana	Vestido Aretes Gargantilla Tarjetas Zapatos Tocado Bouquet	Vestido y accesorios para la novia
74	BODA / FASHION	Opciones de vestidos y accesorios para novia	No	No	Modelo vestida de novia	No	No	Almacén Victoria Giurella Floristería Tropicalia	Vestido Aretes Bouquet Tocado Brazaletes	Modelo vestida de novia
75	BODA / FASHION / Publicidad	Opciones de vestidos y accesorios para novia / Cakes para boda	No	No	Accesorios para la novia / Pareja de novios junto al cake	No	No	Almacén Victoria Giurella Floristería Tropicalia Mimi Novias MD Tarjetas Triana / Mister Cakes	Aretes Pulsera Tarjetas Zapatos Bouquet	Accesorios para la novia / Pareja de novios junto al cake
76	BODA / FASHION	Opciones de vestidos y accesorios para novia	No	No	Modelo vestida de novia	No	No	Almacén Victoria Giurella Floristería Tropicalia	Vestido Aretes Bouquet Corona Pulsera	Modelo vestida de novia

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
77	BODA / FASHION / Publicidad	Opciones de vestidos y accesorios para novia / Ropa para novios	No	No	Accesorios para la novia / Pareja de novios besándose	No	No	Floristería Tamira Giurella MD Tarjetas Triana / MONTECARLO	Aretes Dije Tarjetas Zapatos Bouquet	Accesorios para la novia / Pareja de novios besándose
78	BODA / FASHION	Estilos de Bouquet	No	No	Bouquet con estilo	No	No	No	Bouquet	Bouquet con estilo
79	BODA / FASHION / Publicidad	Estilos de Bouquet / Studio de Arte para niños	No	No	Bouquet con estilo	Pincel y colores de pintura	No	Montsé Floristería / Arte Niños Studio	Bouquet / Clases de Arte	Bouquet con estilo / Pincel y colores de pintura
80	BODA / FASHION	Estilos de Bouquet	No	No	Bouquet con estilo	No	No	No	Bouquet	Bouquet con estilo
81	BODA / FASHION	Estilos de Bouquet	No	No	Bouquets con estilo	No	No	Floristería Celiflor	Bouquets	Bouquets con estilo
82	Publicidad	Spa y Salón	No	No	Salas de Spa y Salón	No	No	SENTO FOREVER	Paquetes de Spa	Salas de Spa y Salón

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
83	BODA / FASHION / Publicidad	Estilos de Bouquet / Fotografías de Studio	No	No	Bouquet con estilo / Novia	Campanas y flores	No	Floristería Tropicalia / RAF	Bouquet / Paquetes de Fotografías	Bouquet con estilo / Novia
84	BODA / FASHION	Estilos de Bouquet	No	No	Bouquets con estilo	No	No	Floristería Celiflor Montsé Floristería	Bouquets	Bouquets con estilo
85	Publicidad	Productos de supermercado	No	No	Parejas de novios	No	No	La Despensa de Don Juan	No	Parejas de novios
86	BODA / ACCESORIOS	Zapatos y carteras para la fiesta	No	No	Zapatos y carteras	No	No	Mike Mike Naturalizer Guess Kenneth Cole Multiplaza	Zapatos Carteras \$24.90 \$99 \$156 \$31.90 \$23.90 \$89 \$59 \$95	Zapatos y carteras
87	BODA / DECORACIÓN	Especial de Vintage	No	No	Marco Vintage	No	No	No	No	Marco Vintage
88	BODA / VINTAGE	Decoración Vintage	No	No	Mueble, bouquet, carro nupcial	No	No	No	Mueble, bouquet, carro nupcial	Texto

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
89	BODA / VINTAGE / Publicidad	Vestido ideal para la novia / Muebles / Vinyles	No	No	Novia Lámpara Muebles Vinyles	No	No	Angel's Display PEGA2	Muebles Vinyles	Publicidad
90	BODA / VINTAGE	Flores y Centros de Mesa	No	No	Flores y Centros de Mesa	No	No	No	No	Flores y Centros de Mesa
91	Publicidad	Paquetes de caja de cerveza	No	No	Botella de cerveza	No	No	Suprema ILC	Paquetes de caja de cerveza	Botella de cerveza
92	BODA / VINTAGE	Artículos decorativos Música Pastel y Postres	No	No	Artículos decorativos Música Pastel y Postres	No	No	No	No	Artículos decorativos Música Pastel y Postres
93	Publicidad	Nueva Crema humectante para el rostro	No	No	Rostro de modelo	No	No	POND'S	Cremas	Rostro de modelo
94	BODA / VINTAGE	Accesorios para cabello	No	No	Rostro de novia con accesorios	No	No	Mimi Novias	Tocado Aretes	Rostro de novia con accesorios

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
95	BODA / VINTAGE	Accesorios para cabello	No	No	Rostro de novia con accesorios	No	No	Mimi Novias	Tocado Aretes	Rostro de novia con accesorios
96	BODA / VINTAGE	Accesorios para cabello	No	No	Rostro de novia con accesorios	No	No	Weddings	Tocado Aretes	Rostro de novia con accesorios
97	Publicidad	Productos para cabello	No	No	Modelo con cabello cuidado Productos para el cabello	No	No	Loquay DIETCO CIMBERTON	Productos para cabello	Modelo con cabello cuidado Productos para el cabello
98	BODA / VINTAGE	Accesorios para cabello	No	No	Rostro de novia con accesorios	No	No	Weddings	Tocado	Rostro de novia con accesorios
99	Publicidad	Crema humectante para el rostro	No	No	Rostros de modelos	No	No	NIVEA Q10	Cremas	Rostros de modelos
100	BODA / PASTELES	Pasteles para boda	No	No	Pastel decorado	No	No	Florence	Pastel decorado	Pastel decorado

<b>Nº Pág.</b>	<b>Sección</b>	<b>Temas</b>	<b>Contenido de género Sí/No</b>	<b>Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No</b>	<b>Tipo de Fotografías</b>	<b>Infografía Sí/No</b>	<b>Publicidad Sexista Sí/No</b>	<b>Marcas</b>	<b>Productos Precios</b>	<b>Imagen que predomina</b>
<b>101</b>	BODA / PASTELES / Publicidad	Pasteles para boda / Recuerdos exclusivos	No	No	Pastel decorado Recuerdos de boda	No	No	Sweet´s El Palacio de los Postres UNIKE	Pastel decorado	Pastel decorado
<b>102</b>	BODA / PASTELES	Pasteles para boda	No	No	Pastel decorado	No	No	Sugarts	Pastel decorado	Pastel decorado
<b>103</b>	Publicidad	Pastel para bodas	No	No	Porción de pastel	No	No	El Rosario	Panadería y pastelería	Porción de pastel
<b>104</b>	BODA / PASTELES	Pasteles para boda	No	No	Pastel decorado	No	No	Chez André	Pastel decorado	Pastel decorado
<b>105</b>	Publicidad	Lugares para celebrar la boda	No	No	Parejas de novios	No	No	CAJAMARCA	No	Parejas de novios
<b>106</b>	BODA / PASTELES	Pasteles para boda	No	No	Pastel decorado	No	No	El Rosario	Pastel decorado	Pastel decorado
<b>107</b>	Publicidad	Lugares para celebrar la boda	No	No	Salas de Recepciones	No	No	Hotel Sahara	No	Salas de Recepciones



<b>Nº Pág.</b>	<b>Sección</b>	<b>Temas</b>	<b>Contenido de género Sí/No</b>	<b>Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No</b>	<b>Tipo de Fotografías</b>	<b>Infografía Sí/No</b>	<b>Publicidad Sexista Sí/No</b>	<b>Marcas</b>	<b>Productos Precios</b>	<b>Imagen que predomina</b>
<b>108</b>	BODA / MODA	Vestido y complementos para el día de Boda	No	No	Novia posando	No	No	Mimi Boutique y Novias Floristería Tropicalia	Vestido Aretes Tocado Bouquet	Novia posando
<b>109</b>	BODA / MODA	Vestido y complementos para el día de Boda	No	No	Novia posando	No	No	Mimi Boutique y Novias Floristería Tropicalia	Vestido Aretes Tocado Bouquet	Novia posando
<b>110</b>	BODA / MODA	Vestido y complementos para el día de Boda	No	No	Novia posando	No	No	Mimi Boutique y Novias Floristería Tropicalia	Vestido Aretes Bouquet	Novia posando
<b>111</b>	BODA / MODA	Vestido y complementos para el día de Boda	No	No	Novia posando	No	No	Weddings Floristería Tropicalia	Vestido Diadema Ramillete	Novia posando
<b>112</b>	BODA / MODA	Vestido y complementos para el día de Boda	No	No	Novia posando	No	No	Mimi Boutique y Novias Weddings Floristería Tropicalia	Vestido Aretes Bouquet	Novia posando

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
113	BODA / MODA	Vestido y complementos para el día de Boda	No	No	Novia posando	No	No	Mimi Boutique y Novias Weddings Floristería Tropicalia	Vestido Aretes Bouquet	Novia posando
114	BODA / MODA	Vestido y complementos para el día de Boda	No	No	Novia posando	No	No	Mimi Boutique y Novias Weddings Floristería	Vestido Aretes Velo	Novia posando
115	Publicidad	Créditos Personales	No	No	Pareja de novios	No	No	Banco Agrícola	Créditos Personales	Pareja de novios
116	BODA / ACCESORIOS	Accesorios para el día de la boda	No	No	Accesorios de joyería	No	No	MAJORICA	Aretes Cadena Pulsera Gargantilla \$126 \$197 \$155 \$314 \$165 \$158 \$149 \$212 \$314	Accesorios de joyería
117	VIVIENDA / HOGAR	Proyectos Habitacionales	No	No	Novios felices	No	No	No	No	Novios felices
118	BODA / PRIMERA COMPRA	Proyectos Habitacionales	No	No	Residencial y Habitación	No	No	Residencial Veranda	Viviendas	Residencial y Habitación

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
119	Publicidad	Proyectos Habitacionales	No	No	Casa Club de Residencial	Rosas Blancas	No	Desarrollos Veranda Avance Ingenieros	Viviendas	Casa Club de Residencial
120	BODA / PRIMERA S COMPRA S	Proyectos Habitacionales	No	No	Residencial y Habitación	No	No	Residencial Santa Rosa	Viviendas	Residencial y Habitación
121	Publicidad	Proyectos Habitacionales	No	No	Momentos felices de familia	No	No	Santa Rosa Bolívar	Viviendas	Momentos felices de familia
122	BODA / PRIMERA S COMPRA S	Artículos para hogar	No	No	Variedad de artículos para hogar	No	No	Casa Casa	No	Variedad de artículos para hogar
123	Publicidad	Accesorios para Cocina	No	No	Pareja destapando una botella de vino Artículos para cocina	No	No	Casa Cocina	No	Pareja destapando una botella de vino Artículos para cocina
124	BODA / PRIMERA S COMPRA S	Artículos para hogar	No	No	Variedad de artículos para hogar	No	No	Vidrí	Cafetera Licuadora Juego de Cubiertos Florero Extractor de Jugos Horno Tostador \$27 \$95 \$28 \$6.50 \$15.50 \$59	Variedad de artículos para hogar

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
125	Publicidad	Accesorios para hogar	No	No	Novios abrazados	No	No	Vidrí Chez André Perfect Shot Juan Jorge Montsé Los 2 Sauces My Sugar Planet Textiles Exclusivos ELITE Sabrossísimo Weddings Metrovictoria	No	Novios abrazados
126	BODA / PRIMERA COMPRA S	Tiendas MAX a la Vanguardia	No	No	Fachada de Tienda MAX	No	No	Tiendas MAX Faberware Cuisinart Black&Decker Oster Panasonic Samsung LG Whirpool	No	Fachada de Tienda MAX
127	Publicidad	Tiendas MAX	No	No	Productos electrodomésticos	No	No	Tiendas MAX Whirpool	Secadora Lavadora Cocina Refrigeradora \$349 \$749 \$669 \$1,199	Productos electrodomésticos

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
128	BODA / PRIMERA S COMPRAS	Productos para el hogar	No	No	Productos para el hogar	No	No	OMNISPORT Black&Decker	No	Productos para el hogar
129	Publicidad	Productos electrodomésticos	No	No	Pareja en la cocina Productos electrodomésticos	No	No	OMNISPORT Black&Decker	Olla arrocera Extractor de jugos Horno Tostador Olla de Presión Licuadora Parrilla Eléctrica Sartén Eléctrico Plancha Cafetera Procesador de Alimentos	Pareja en la cocina Productos electrodomésticos
130	BODA / PRIMERA S COMPRAS	Pinturas para el 2013	No	No	Fachada de casa	No	No	Sherwin Williams	No	Fachada de casa
131	Publicidad	Tendencias de color	No	No	Botes pintura de	Tipos de colores	No	Sherwin Williams	No	Botes pintura de

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
132	BODA / PRIMERA S COMPRAS	Productos para el hogar	No	No	Productos para el hogar	No	No	Tienda Morena Black&Decker Oster Windmare LG Elite	No	Productos para el hogar
133	Publicidad	Productos para el hogar	No	No	Pareja novios de	Sí	No	Tienda Morena Dreams Flowers and Gifts BOGA Neto Flores Photo Dhdreams Panadería La Teclaña	No	Pareja novios de
134	BODA / PRIMERA S COMPRAS	EXPO BODA 2012	No	No	Pareja novios de	No	No	B'square Rental Galiano Studio Amanda's Salón Mimi Boutique Panasonic Whirlpool Escamilla Elite Designs Las Gardenias Jorge Hernández Flores Design Pastelería Bom Bom La Curacao	No	Pareja novios de

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
135	BODA / PRIMERA S COMPRAS	Consejos para un hogar eficiente	No	No	Regleta de energía con billetes	No	No	No	No	Regleta de energía con billetes
136	BODA / BUY IT SIMÁN	Cristalería para soñar despiertos...	No	No	Productos de cristalería	Recuadros con texto resaltado	No	Almacenes Simán	Puesto de Vajilla \$174 Copa Coctel \$20 Portarretrato \$45 Dúo de Copas \$49	Cristalería para hacer sueños realidad
137	BODA / BUY IT SIMÁN	Cristalería para soñar despiertos...	No	No	Productos de cristalería	Recuadros con texto resaltado	No	Almacenes Simán	Dúo de copas \$65 Set de espátula y cuchillo \$69 Set de cuchillo y espátula \$50 Portarretrato \$60 Dúo de copas \$47 Portarretrato \$35 Set de espátula con cuchillo \$35 Dúo de candeleros \$35	Cristalería para hacer sueños realidad

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
138	ELLA	Evento de Bodas para novias	No	No	Modelos platicando	Círculo resaltando texto	No	Hotel Real Intercontinental Chez André El Rosario Sweet´s Banco Agrícola Suprema MD Tiendas Max Amanda´s Salón Kalas Diprisa Mimi Novias Bella Festa Sento Chelas Montsé RAF Carlos Herrera Agencia Escamilla La Panetiere Delibanquetes Jazz Bambúes Grupo Eme	No	Novias emocionadas por lo que platican
139	Publicidad	Telas de Decoración	No	No	Muebles de Hogar	No	No	DECOR EURO design FR ONE Sunbrella KA International	No	Muebles llamativos de hogar



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
140	BODA / SALUD	Nuevas tendencias en salud	No	No	Plato de fresas con Yogurt	Recuadro con texto resaltado	No	Dos Pinos	Yogurt Biobalance de sabores	Texto: Nuevas tendencias de salud, yogurt biobalance.
141	Publicidad	Nuevos sabores de Yogurt Biobalance	No	No	Presentación de Yogurt Biobalance	Diferentes frutas al pie de página	No	Dos Pinos	Yogurt Biobalance de sabores	Presentación de Yogurt Biobalance que ofrece una sana digestión
142	BODA / MODA	Novia de época y accesorios	No	No	Modelo con vestido de novia	No	No	No	No	Modelo posando en una casa antigua
143	BODA / MODA	Novia de época y accesorios	No	No	Modelo con vestido de novia	No	No	Mimi Novias Kalas Bridal y Boutique Dana y Callena Floristería Celiflor	Vestido Aretes largos Bouquet	Modelo posando en una casa antigua
144	BODA / MODA	Novia de época y accesorios	No	No	Modelo con vestido de novia	No	No	Kalas Bridal y Boutique Dana y Callena Floristería Celiflor	Vestido Aretes largos Bouquet	Modelo posando en una casa antigua

<b>Nº Pág.</b>	<b>Sección</b>	<b>Temas</b>	<b>Contenido de género Sí/No</b>	<b>Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No</b>	<b>Tipo de Fotografías</b>	<b>Infografía Sí/No</b>	<b>Publicidad Sexista Sí/No</b>	<b>Marcas</b>	<b>Productos Precios</b>	<b>Imagen que predomina</b>
<b>145</b>	BODA / MODA	Novia de época y accesorios	No	No	Modelo con vestido de novia	No	No	Kalas Bridal y Boutique Dana y Callena Floristería Celiflor	Vestido Tocado Aretes largos Bouquet	Modelo posando en una casa antigua
<b>146</b>	BODA / MODA	Novia de época y accesorios	No	No	Modelo con vestido de novia	No	No	Ivy Brides Trézza	Vestido Pulsera Aretes	Modelo posando en una casa antigua
<b>147</b>	BODA / MODA	Novia de época y accesorios	No	No	Modelo con vestido de novia	No	No	Mimi Novias Trézza	Vestido Tocado Aretes Pulseras	Modelo posando en una casa antigua
<b>148</b>	BODA / MODA	Novia de época y accesorios	No	No	Modelo con vestido de novia	No	No	Ivy Brides Trézza Floristería Tamira	Vestido Aretes Pulseras Bouquet	Modelo posando en una casa antigua
<b>149</b>	BODA / MODA	Novia de época y accesorios	No	No	Modelo con vestido de novia	No	No	Mimi Novias Trézza	Vestido Tocado Aretes Pulsera	Modelo posando en una casa antigua
<b>150</b>	BODA / MODA	Novia de época y accesorios	No	No	Modelo con vestido de novia	No	No	Ivy Brides Kalas Bridal y Boutique Dana y Callena Trézza	Vestido Tocado Aretes Pulsera	Modelo posando en una casa antigua

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
151	DECORACIÓN	Glamour y Distinción en la decoración	No	No	Decoración en general de una boda	No	No	No	No	Mesa de recepción decorada de forma elegante y distinguida
152	BODA / RECEPCIÓN	Tips para organizar una boda íntima	No	No	Novios en la recepción de boda	No	No	No	No	Texto: 6 tips importantes para organizar una boda íntima con las personas más cercanas
153	Publicidad	Mesa de regalos en el almacén de prestigio	No	No	Novios felices	Cuadro de beneficios de la mesa de regalos	No	SEARS	Mesa de regalos	Novios felices abrazados
154	BODA / RECEPCIÓN	Tips para realizar la lista de invitados	No	No	Novios armando una lista	Cuadro naranja resaltando unos tips	No	No	No	Novios armando una lista de invitados para la boda
155	BODA / RECEPCIÓN / Publicidad	Una boda única y original Banquetes Gourmet	No	No	Rostro de Wedding Planner	Recuadro naranja resaltando texto	No	Chela's Gourmet	Banquetes	Texto: Organización de la boda única y original

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
156	BODA / RECEPCIÓN	Como evitar los errores más comunes al planificar una boda	No	No	Copas, bouquet, anillos	Cuadro aqua resaltando unos tips	No	No	No	Copas, bouquet, anillos representando la planificación de la boda
157	Publicidad	Momentos inolvidables al celebrar la recepción de la boda	No	No	Novios celebrando la boda	No	No	Ruth´s Chris Steak House	No	Novios celebrando la con champán en un lugar de prestigio
158	BODA / RECEPCIÓN	Estilos modernos de invitaciones para boda	No	No	Diseños de tarjetas	No	No	Elite Designs Impresos Realce	Tarjetas de invitación	Diseños exclusivos de tarjetas en diferentes tendencias
159	BODA / RECEPCIÓN / Publicidad	Estilos modernos de invitaciones para boda	No	No	Diseños de tarjetas	No	No	Elite Designs Impresos Realce	Tarjetas de invitación	Diseños exclusivos de tarjetas en diferentes tendencias
160	BODA / PLANIFICACIÓN	10 puntos que se deben cumplir el día de la boda	No	No	Novia viéndose en el espejo	Recuadro naranja resaltando texto	No	No	No	Novia lista para la boda viéndose en el espejo

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
161	Publicidad	Neuronutriente que favorece el desarrollo mental	No	No	Doctor ofreciendo el nutriente	No	No	Enfagrow	Neuronutriente Enfagrow	Doctor ofreciendo el nutriente y comparando la cantidad de Enfagrow que al tomar beneficia al desarrollo mental
162	BODA / RECEPCIÓN	Evitar los gastos imprevistos el día de la boda	No	No	Mesas de lugar de recepción	No	No	No	No	Texto: Tomar en cuenta todos los imprevistos para no hacer gastos que no estaban planeados
163	Publicidad	2a Carrera-Caminata por la Cura del Cáncer de Mama	No	No	Productos cereal	Silueta de mujer corriendo	No	Fitness Walmart Fundación Educando Vidas	No	Silueta de mujer corriendo en la ciudad por una buena causa
164	BODA / RECEPCIÓN	El banquete ideal	No	No	Mesa con banquete servido	No	No	Delibanquetes	Banquetes para boda	Mesa con menú especial para el día de la boda

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
165	Publicidad	Receta de la Sopa de Chipilín	No	No	Mujer mostrando el sobre de la sopa de chipilín	No	No	Maggi	Sopa de Chipilín	Sopa Criolla con Arroz y Chipilín
166	BODA / RECEPCIÓN	Lo indispensable para hacer el presupuesto floral	No	No	Centro de mesa con flores blancas	No	No	Floristería Celiflor Floristería Tropicalia	No	Centro de mesa como un agradable decorado de flores blancas
167	Publicidad	Hospital #1 en Florida	No	No	No	Beneficios de hospital en recuadro verde	No	Baptist health South Hospital	No	Beneficios de hospitales de Florida
168	BODA / RECEPCIÓN	Arreglos de mesa, el centro de las miradas	No	No	Mesas de lugar de recepción con arreglos de mesa	Resalte de detalles de centros de mesa	No	D Gala Casa Leblon	Bajomantel Cubremantel Velas Portaplatos	Decoración de mesas con centros de mesa llamativos
169	BODA / RECEPCIÓN	Arreglos de mesa, el centro de las miradas	No	No	Mesas de lugar de recepción con arreglos de mesa	Resalte de detalles de centros de mesa	No	D Gala Casa Leblon	Sillas Tiffani Árboles blancos	Decoración de mesas con centros de mesa llamativos

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
170	BODA / RECEPCIÓN	Arreglos de mesa, el centro de las miradas	No	No	Centros de mesa a base de flores	Resalte de detalles de centros de mesa	No	Casa Leblon Floristería Celiflor	Centros de mesa	Centros de mesa a base de flores naturales de colores
171	BODA / RECEPCIÓN	Arreglos de mesa, el centro de las miradas	No	No	Centros de mesa a base de flores	No	No	Casa Leblon Floristería Celiflor D Gala	Centros de mesa	Centros de mesa a base de flores naturales de colores
172	BODA / RECEPCIÓN	Princesitas de la corte	No	No	Damitas agarradas de la mano en el campo	No	No	Damitas	Vestido \$75 Peineta \$5 Vestido \$70 Medias \$5 Zapatos \$29 Vincha \$10	Damitas agarradas de la mano en el campo
173	BODA / RECEPCIÓN	Princesitas de la corte	No	No	Damitas agarradas de la mano en el campo	No	No	Damitas	No	Damitas agarradas de la mano en el campo
174	BODA / RECEPCIÓN	Princesitas de la corte	No	No	Damita posando	No	No	Loló Damitas Floristería Tropicalia	Vestido \$70 Peineta \$5 Zapatos \$29 Bolita de flores	Damita en un pasillo lista para la boda

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
175	BODA / RECEPCIÓN	Princesitas de la corte	No	No	Damitas posando	No	No	Damitas MD Mimi Boutiques y Novias Floristería Tropicalia	Vestido \$60 Gancho \$1 Zapatos \$17.99 Vestido \$60 Gancho \$35 Tallerinas \$15 Canastita de Flores	Damitas posando bien felices
176	BODA / RECEPCIÓN	Princesitas de la corte	No	No	Damitas posando	No	No	Damitas MD Mimi Boutiques y Novias Floristería Tropicalia Monograma's	Vestido \$65 Zapatos \$29 Vestido \$70 Medias \$5 Zapatos \$17.99 Coronitas Vestido \$95 Peineta \$45 Bolitas de rosa \$22	Damitas posando bien felices
177	BODA / RECEPCIÓN	Princesitas de la corte	No	No	Damita posando	No	No	Mimi Boutiques y Novias Monograma's	Vestido \$95 Diadema \$16 Diseño de canasta \$22	Damita lista para la boda



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
178	BODA / RECEPCIÓN	Princesitas de la corte	No	No	Damitas posando	No	No	Damitas MD Mimi Boutiques y Novias Floristería Tropicalia	Vestido \$75 Diadema \$18 Bouquet Vestido \$85 Peineta \$35 \$19.99 Canastita Forrada	Damitas posando bien felices
179	Publicidad	Totto Loco – Ofertas	No	No	No	Logo de Totto con viñetas de descuento	No	Totto	Mochilas Ropa Accesorios	Logo de Totto al centro con viñetas de colores de descuento
180	BODA / RECEPCIÓN	Princesitas de la corte	No	No	Damita posando	No	No	Loló Damitas Floristería Tropicalia	Vestido \$65 Diadema \$5 Zapatos \$29 Bouquet	Damita lista para la boda
181	Publicidad	La Madrina de tu Boda	No	No	Rostro de novia con accesorios	Nombre de revista resaltado en recuadro rosado	No	Carlos Herrera Amanda's KALAS Chez André Hotel Sheraton Presidente Pako Castillo Pilates Studio Belen Esquivel	Certificado de belleza \$500 Certificado de servicios \$500	Rostro de rostro de modelo vestida de novia

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
182	BODA / PROGRAMA DE MUJER A MUJER	Elige el vestido de acuerdo a tu figura	No	Llaman a un tipo de cuerpo "La Perfección"	Modelo con vestido de novia	No	No	No	No	Dorso de la mujer resaltando su cintura delgada
183	BODA / PROGRAMA DE MUJER A MUJER / Publicidad	Elige el vestido de acuerdo a tu figura / Maquillaje permanente	No	No	Rostro de mujer joven	No	No	Amanda's	No	Rostro de mujer donde se resalta los puntos en los que se aplica el maquillaje permanente
184	BODA / DESTINOS	Un viaje hacia el romance	No	No	Paisaje en los Alpes Austríacos	Texto resaltado en recuadros y círculos	No	No	No	Lugar donde se puede visitar para la luna de miel
185	BODA / DESTINOS / Publicidad	Un viaje hacia el romance	No	No	Ciudades para visitar / Momentos inolvidables de una boda	No	No	Colegio Médico de El Salvador	No	Ciudades para visitar en una romántica luna de miel en Austria, República Dominicana y Costa Rica

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
186	BODA / DESTINOS	Islas de romance	No	No	Museo histórico	Texto resaltado en un círculo	No	No	No	Museo histórico en República Dominicana
187	BODA / DESTINOS / Publicidad	Islas de romance / Nuevos Tampones	No	No	Playas	Tips resaltados en recuadro	No	SABA	Tampones	Paradisiacas playas de República Dominicana
188	BODA / DESTINOS	Islas de romance	No	No	Diferentes paisajes	Tips resaltados en recuadro	No	No	No	Diferentes paisajes y lugares que se pueden visitar en una luna de miel en Costa Rica
189	BODA / DESTINOS / Publicidad	Islas de romance / Papel Higiénico	No	No	Diferentes paisajes / Rostro de niña abrazando un peluche	No	No	Nevax	No	Rostro de niña muy feliz abrazando un peluche
190	BODA / RECEPCIÓN	Boda Markesino Duarte	No	No	Fotos de recepción de la boda	No	No	No	No	Sesión de fotografías de Boda Markesino Duarte

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
191	BODA / RECEPCIÓN / Publicidad	Boda Markesino Duarte / Clínica Laser	No	No	Fotos de recepción de la boda / Piernas de mujer	No	No	Clínica Laser Dr. Omar Antonio Callejas Sandoval	No	Sesión de fotografías de Boda Markesino Duarte
192	BODA / RECEPCIÓN	Boda Iaciern Montanera	No	No	Fotos de recepción de la boda	No	No	No	No	Sesión de fotografías de Boda Iaciern Montanera
193	BODA / RECEPCIÓN / Publicidad	Boda Iaciern Montanera / Joyería	No	No	Fotos de recepción de la boda /Collar de piedras	No	No	Piedraluna	No	Sesión de fotografías de Boda Iaciern Montanera
194	BODA / RECEPCIÓN	Boda Arteaga Orellana	No	No	Fotos de recepción de la boda	No	No	No	No	Sesión de fotografías de Boda Arteaga Orellana
195	BODA / RECEPCIÓN / Publicidad	Boda Arteaga Orellana / El arte de cocinar	No	No	Fotos de recepción de la boda / Utensilios de cocina	No	No	Exclusive	No	Sesión de fotografías de Boda Arteaga Orellana

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
196	BODA / RECEPCIÓN	Boda Aguilar Miranda	No	No	Fotos de recepción de la boda	No	No	No	No	Sesión de fotografías de Boda Aguilar Miranda
197	BODA / RECEPCIÓN / Publicidad	Boda Arteaga Orellana / Crea tu propio negocio	No	No	Fotos de recepción de la boda / Mujer emprendedora	No	No	Vogue	No	Sesión de fotografías de Boda Arteaga Orellana
198	BODA / LA RECETA DEL CHEF	La esencia de la gastronomía	No	No	Chef preparando una receta	Título de columna resaltado en un círculo	No	No	No	Chef de programa de televisión preparando una receta junto a una modelo
199	BODA / LA RECETA DEL CHEF / Publicidad	La esencia de la gastronomía / Arroz	No	No	Chef preparando una receta	Texto resaltado en cuadro naranja / Caricatura de un arroz	No	Arroz y Salud ASALBAR US Rice Products	No	Chef preparando una receta junto a un invitado del programa
200	CONSEJOS	Construye un buen matrimonio	No	No	Pareja esposos de	Tema resaltado en cuadro negro	No	No	No	Pareja esposos abrazados de

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
201	CONSEJOS	Nuevos esposos aliados en el equilibrio	No	No	Redactoras	Nombres de redactoras resaltados en recuadros de colores	No	No	No	Nombres de redactoras resaltados en recuadros de colores
202	BODAS / TRES PARA LAS SEIS	La indiferencia, un mal que nos acompaña	No	No	Conductora Griselda Rodríguez	Texto resaltado en círculo rosado	No	No	No	Griselda Rodríguez, Conductora de programa radial "Tres para las seis"
203	UNIVERSO / ELLA	Consejos	No	No	Fotografías varias	Texto resaltado en recuadro rojo	No	No	No	Fotografías varias
204	NEWS	Otoño llegó a Mango	No	No	Modelos con ropa de Mango	No	No	MANGO	No	Modelo en la pasarela de presentación de Moda Otoño
205	NEWS	Grupo Dutriz se une a FIPP	No	No	Revistas de Grupo Dutriz	No	No	Grupo Dutriz FIPP	No	Revistas de Grupo Dutriz formando un círculo

<b>Nº Pág.</b>	<b>Sección</b>	<b>Temas</b>	<b>Contenido de género Sí/No</b>	<b>Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No</b>	<b>Tipo de Fotografías</b>	<b>Infografía Sí/No</b>	<b>Publicidad Sexista Sí/No</b>	<b>Marcas</b>	<b>Productos Precios</b>	<b>Imagen que predomina</b>
<b>206</b>	NEWS	Benneton: Full of Colors / Avon / Victorinox Swiss Army	No	No	Presentación de nuevos productos	Texto resaltado en recuadros de colores	No	Benneton Avon Suiza Victorinox Army	Ropa Fragancia Fragancia	Personas realizando presentación de nuevos productos
<b>207</b>	NEWS	Tacones Setenteros	No	No	Estilos de zapatos	No	No	Nine West	Chunky heels	Estilos de zapatos de colores
<b>208</b>	NEWS	Notas de varias marcas	No	No	Presentación de nuevos productos	Texto resaltado en recuadros de colores	No	Piedraluna Avon ELLA	No	Personas realizando presentación de nuevos productos
<b>209</b>	NEWS	Experimenta el mundo del maquillaje	No	No	Presentación de nuevos productos	No	No	Almacenes Simán Tiendas Xcla!m	Studio Makeup	Personas realizando presentación de nuevos productos
<b>210</b>	NEWS	Notas de varias marcas	No	No	Presentación de nuevos productos	Texto resaltado en recuadros de colores	No	Dior Circo Almacenes Simán La Gran Vía Laboratorios Vichy	No	Personas realizando presentación de nuevos productos

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
211	NEWS	Perfectrial Exitoso	No	No	Mujeres en evento	No	No	Perfectil VITABIOTICS	No	Mujeres en evento Perfectil
212	NEWS	Sesión de fotos / Innovación y calidad en Hotel Sahara	No	No	Sesión de fotos / Recepción de boda	No	No	Le Fotos Hotel Sahara	No	Sesión de fotos / Recepción de boda
213	PUNTO DE COMPRAS	Diferentes productos	No	No	Variadas de productos y servicios	No	No	Cakes Nataly La Estancia de Malena Escamilla Damitas Omnivisión Monograma's	No	Variadas de productos y servicios
214	NEWS	Max Factor Innova	No	No	Maquillista Internacional, Carlos Cuesta	No	No	MAX FACTOR	Elixir Foundation	Maquillista Internacional, Carlos Cuesta
215	PUNTO DE COMPRAS	Diferentes productos	No	No	Variadas de productos y servicios	No	No	Producciones V Am Dinterior Casa Oriente Delibanquetes Clínica de Cirugía Plástica	No	Variadas de productos y servicios



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
216	NEWS	Nuevos productos	No	No	Varias nuevos productos de	Texto resaltado en círculo naranja	No	La SENZA GALERÍAS Mister Cakes	No	Varias nuevos productos de
217	PUNTO DE COMPRAS	Diferentes productos	No	No	Variadas de productos y servicios	No	No	Millefiori Joyería Los Bambúes Clínica Dermalaser Grupo Ciber To GO Invitations	No	Variadas de productos y servicios
218	BODA / BEAUTY	Rejuvenece tu cabello	No	No	Productos para el cabello	No	No	Ybera Adricsa	No	Productos Bottox Capilar para el cabello
219	PUNTO DE COMPRAS	Diferentes productos	No	No	Variadas de productos y servicios	No	No	Banquetes Delicatesser Bites Bakery SATURNO Huellas Lover's	No	Variadas de productos y servicios
220	NEWS	Nuevos productos	No	No	Varias nuevos productos de	Texto resaltado en círculo celeste	No	Panadería y pastelería El Rosario Cy'Zone	No	Varias nuevos productos de

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
221	PUNTO DE COMPRAS	Diferentes productos	No	No	Variadas de productos y servicios	No	No	Sosa-Guevara Toldos Blancos YAZZ FootCenter Chocolate Luxury	No	Variadas de productos y servicios
222	NEWS	Momentos Sommelier	No	No	Mujeres brindando	No	No	Sommelier Suprema	Cerveza Sommelier	Mujeres brindando con cerveza Sommelier Suprema
223	PUNTO DE COMPRAS	Diferentes productos	No	No	Variadas de productos y servicios	No	No	Clínica de Nutrición Integral Clínica de Monjas Blancas Diprisa Willie Williams K-Sche Chumelito	No	Variadas de productos y servicios
224	NEWS	Nuevos productos	No	No	Varias de nuevos productos	No	No	Grupo Ciber Kleenex Dermosedá	No	Varias de nuevos productos

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
225	PUNTO DE COMPRAS	Diferentes productos	No	No	Variadas de productos y servicios	No	No	LSC Santa Leticia 220 Voltio Sugary y Salty Karaoke Fiesta Alquiler de Autos Antiguos KALAS	No	Variadas de productos y servicios
226	BODA / NEW	Vuelos de Esperanza	No	No	Comisión	No	No	Hospital de Ojos Orbis L'occitane	No	Comisión dando bienvenida al avión de Orbis
227	Publicidad	Expresión el día de la boda	No	No	Novia feliz el día de su boda	No	No	PACÍFICO	No	Novia feliz el día de su boda
228	Publicidad	Productos para la piel	No	No	Rostro de mujer joven	No	No	Elizabeth Arden	Visible Difference	Rostro de mujer joven que utiliza Visible Difference

### 3.3 Análisis Revistas, mes Octubre 2012.

La revista Mujeres de El Diario de Hoy en su suplemento Número 119 en su año 10 que corresponde al mes de octubre del año 2012, contiene secciones como Vitrina, Belleza, Moda, Copiaelook, Al detalle, Especial, Perfiles, Informe, Estilos, Coctel, Cocina, Libros, Música, R.S.V.P. y Caprichos. En cada uno de ellos tratan temas de moda, tendencias de ropa y accesorios en el otoño.

Como tendencia del otoño se presentan estilos Rock, Chic y Militar, entre ellos el uso de chaquetas para esta época del año (octubre). Se encuentran dentro de la revista la publicidad de marcas reconocidas de productos y almacenes prestigiosos del país.

La Prensa Gráfica en el suplemento Número 141, año 25 de su revista ELLA de octubre del año 2012, contiene: Boda/Beauty, Ella/Fashion, Boda/Accesorios, Boda/Primeras Compras, Boda/Coaching, Boda/Programa de Mujer a Mujer, Boda/Destinos, Boda/Recepción, News, como secciones de la edición del mes que corresponde a un especial de Boda.

Ambas revistas del mes de octubre poseen una portada diferente que muestra el contenido de enganche para que cada lectora tenga una idea del contenido, contrario a ello, ambos ejemplares coinciden en que su publicidad después de la portada es de la marca Avon, promoviendo la nueva fragancia VIVA by Fergie.

En las primeras páginas del interior de las revistas se encuentra el Directorio, en la revista Mujeres corresponde a la página 6 y la revista Ella a la página 3; el Contenido que tratará cada una de ellas, en la revista Mujeres está en la página 2, y en la página 16 en la revista Ella.

Los temas del contenido de los ejemplares, en el caso de la revista Mujeres, se abordan desde una perspectiva de la época de otoño, es decir que muestran o sugieren a través de

Tips en las secciones, el look adecuado en vestidos, pantalones, leggins, jeans, chaquetas de cuero, botas, boleros, carteras y otros accesorios complementarios, que son los adecuados para vestir en la temporada de otoño.

También muestra cuidados para la mujer utilizando productos de belleza, sean estos para las manos, los pies, el rostro y el cuerpo en general. Asimismo dan una lectura breve de cómo la mujer puede conocer a cuál de los cuatro tipos de cuerpo universales corresponde su figura, esto para resaltar sus atributos y disimular lo que menos le favorece de su cuerpo.

Esta misma revista presenta motivación para la superación de cada mujer, a través de un artículo de una pareja de hermanas emprendedoras, que poseen un negocio de sandalias de cuero, colores y estampados naturales confeccionados de manera artesanal por manos salvadoreñas.

Otro de los temas tratados dentro de la revista son los consejos de maquillajes adecuados para la temporada y el cuidado del rostro de las mujeres, entre ellos el uso de Primer, Bases de maquillaje, Base Pro afina la piel, Máscara de Pestañas, Soft Ilusion Face Primer, Sombras, Lápiz de labios, Esmaltes de uñas, Rubores, Polvos, Delineadores.

Las marcas CLINIQUE, L'Bel y ArtDeco, se promueven como las principales aliadas del cuidado de la piel de la mujer.

Se presenta un informe sobre la enfermedad del Siglo XXI, el cáncer cervical: Qué es, Cómo se desarrolla y Cómo prevenirlo a través de un control ginecológico. En el mismo informe se da a conocer el caso de mujeres que han renacido después de la lucha contra el cáncer.

Como últimos temas que desarrolla la revista están: Manera de celebrar una fiesta infantil, como atacar contra la plaga en las plantas, recomendaciones de cómo preparar

recetas del arte culinario, opciones de lectura infantil y educativa para prevenir el bullying, música sobre el grupo mexicana Zoé, eventos y aperturas que realizan diversas marcas, el horóscopo del mes, una variedad de datos curiosos de moda a nivel mundial y finaliza con accesorios.

En la revista Ella, como suplemento del mes de octubre su tema es “Novias de Ensueño”, por lo tanto todas las secciones abordadas están enfocadas en cómo preparar una boda perfecta, siguiendo los consejos y recomendaciones que se brindan desde el cuidado de la piel, dieta antes de la boda.

Entre otros temas que se presentan se encuentran: joyas para el compromiso, el vestido de novia, el pastel de bodas, opciones de viviendas, accesorios y electrodomésticos para el hogar y consejos para evitar imprevistos el día de la boda, lugares para visitar en la luna de miel, peinados, maquillaje y zapatos para la novia y el novio.

En ambas revistas no se encuentran temas de género, violatoria a los artículos de leyes especiales en favor de la mujer, ni publicidad sexista.

Las fotografías que se presentan son de modelos vistiendo a la moda de otoño, en el caso de la revista Mujeres, y en la revista Ella, son fotografías de modelos que están vestidas para la ocasión de boda.

Toda la infografía utilizada en la revista son recuadros de colores que resaltan en primer lugar los títulos de los temas, tips, consejos y toda la información de cada uno de los productos.

Dentro del contenido de cada una de estas revistas existe publicidad de anunciantes de reconocidas marcas como: Almacenes Simán, Centro Comercial Galerías, Park Avenue, Pierre Cardin, Chamillia, Prisma Moda, ADOC, Clínica Línea y Figura, Nine West, Saba, Dove, Steve Madden, Academia Europea, AVON, Vogue, Le Croissant, Fuze Tea, La

Constancia, Mike Mike, Lacoste, MD, Ferrer Igoa, Olay, Max Factor, Naturalizer, Guess, Casa de Oro, Vichy, Crowne Plaza, Perfectil, Sheraton Presidente, El Rosario Avance Ingenieros, Bólvivar, Vidrí, Tiendas Max, Sherwin Williams, Tienda Morena, Tiendas Mango, El Pacífico, entre otras.

Se presentan productos de cada una de las marcas anteriores, que van desde zapatos, ropa, carteras, bolsos, accesorios, casas, viajes, maquillaje, libros, joyería, electrodomésticos, artículos para el hogar.

Se ofrecen servicios como masajes relajantes, tratamientos de belleza, pastelería, opciones para obtener una casa, créditos hipotecarios, hotelería.

Los precios que se encuentran en cada una de las revistas en el caso de la revista Mujeres, van desde \$7.29 hasta \$819 en ropa y accesorios. La revista Ella presenta precios en un rango de \$5 hasta la compra de un vestido de novia por \$1,999.95.

Las imágenes que predominan en cada uno de los ejemplares de estas revistas, resaltan cada sección, es decir, mujeres vistiendo a la moda, accesorios, ropa, mujeres vestidas acorde a cada ocasión en el caso de una boda, así como imágenes representativas de cada uno de los temas.

3.4 Nombre de revista: **MUJERES**

Edición: **Noviembre 2012**

Medio: **El Diario de Hoy**

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
1	Portada	Especial de Diez Años	No	No	Fotografías de rostro de mujer joven	No	No	No	No	Imagen de mujer seria y elegante
2	Información sobre temas de la revista	Encanto Femenino, complementos, rostros de la moda	No	No	Fotografía de mujer joven posando ropa elegante	No	No	No	No	Información para vestir a la moda de forma seria y moderna
3	Publicidad	Crema para rejuvenecer	No	No	Fotografía rostro de mujer rejuvenecido	No	No	AVON ANEW ULTIMATE	Crema antiarrugas	Mujer promoviendo producto para verse más joven y bella
4	Publicidad	Crema para rejuvenecer	No	No	Fotografía rostro de mujer rejuvenecido	No	No	AVON ANEW ULTIMATE	Crema antiarrugas	Mujer promoviendo producto para verse más joven y bella



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
5	Información sobre temas de la revista	Temas a encontrar en la revista	No	No	Fotografía de una mujer joven delgada luciendo vestido	No	No	No	No	Información sobre temas a encontrar dentro de la revista
6	Editorial	Sabiduría estilo de vida	No	No	Texto explicando la evolución de la mujer y su participación en diferentes actividades	No	No	No	No	Información de la importancia del rol de la mujer en la vida diaria
7	Publicidad	Promoción evento Fashion Week	No	No	Fotografía de hombre y mujer modelando ropa elegante	No	No	Siman	Ropa	Promoción de la moda para otoño-invierno
8	Correo	Preguntas y comentarios de lectoras	No	No	Imagen de mujeres leyendo revista	No	No	No	No	Comentarios sobre la preferencia de las lectoras y sus puntos de vista sobre temas

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
9	Publicidad	Ropa, carteras y accesorios	No	No	Fotografía de mujer joven modelando vestido y cartera	No	No	Prima Moda	Ropa, carteras, accesorios, zapatos	Mujer promoviendo los productos que se pueden encontrar en Prisma Moda
10	Agenda	Calendario sobre eventos y cumpleaños de artistas	No	No	Colachi de fotografías	No	No	No	No	Fechas de eventos a realizarse vinculados con la farándula
11	Publicidad	Tiendas de ropa	No	No	Fotografía de mujer modelando ropa elegante	No	No	Galerías	Tiendas de ropa, carteras, accesorios, zapatos	Promoción de centro comercial
12	Columnista invitada	Consciente de la niña y la mujer	No	No	Texto analizando la discriminación hacia la mujer	No	No	No	No	Información sobre los retos que la mujeres enfrentan en los diferentes roles que desempeñan

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
13	Publicidad	Producto anti-edad	No	No	Fotografía de mujer con rostro rejuvenecido	No	No	Olay	Crema antiarrugas	Promoción de crema rejuvenecedora de piel
14	Mujeres Web	Informaciones sobre de sorteos y aplicaciones en la web	No	No	Fotografía de tienda de ropa	Infografía con información de tienda de ropa	No	Mango	Ropa, carteras, accesorios, zapatos	Información de tiendas y eventos que se pueden encontrar en la web
15	Publicidad	Maquillaje	No	No	Fotografía de producto	No	No	Cover Girl & Olay	Maquillaje	Promoción de base de maquillaje para el rostro
16	Información sobre productos	Perfumería y cremas	No	No	Fotografía de hombre mostrando perfume	No	No	Calvin Klein, Elizabeth Arden, Kokorico	Cremas, perfumes	Información sobre marcas y productos

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
17	Información sobre productos	cremas para la piel y maquillaje	No	No	fotografías de productos	Cuadros donde se resalta texto sobre información de productos	No	CHANEL, MAC	Cremas para el rostro, maquillaje	Información sobre marcas y productos
18	Publicidad	Tratamiento para la piel, cabello y unas	No	No	Fotografía de rostro de mujer rejuvenecida	No	No	GRIIN	Colágeno para rejuvenecer	Promoción de producto rejuvenecedor
19	Publicidad	Tratamiento para la piel, cabello y unas	No	No	Fotografía de producto	Recuadros mostrando los beneficios del producto	No	GRIIN	Colágeno para rejuvenecer	Promoción de producto rejuvenecedor
20	Publicidad	Maquillaje	No	No	Fotografía de rostro de mujer maquillada naturalmente	No	No	REVLON	Base Maquillaje	Promoción de maquillaje de larga duración

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
21	Publicidad	Maquillaje	No	No	Fotografía de productos	No	No	REVLON	Base Maquillaje	Promoción de maquillaje de larga duración
22	Publicidad	Proyecto habitacional	No	No	Fotografía de niño jugando	Recuadro explicando ubicación del proyecto	No	Santa Rosa	Casas	Promoción de proyecto habitacional
23	Publicidad	Proyecto habitacional	No	No	Fotografía de Mama con niño frente a una casa de clase media	Recuadro destacando los beneficios de vivir en el lugar	No	Santa Rosa	Casas	Promoción de proyecto habitacional
24	Publicidad	Bebida Alcohólica	No	No	Fotografía de envase con contenido de bebida alcohólica	Infografía de copa con bebida	No	SUPREMA, La Constancia	Cerveza	Promoción de bebida alcohólica

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
25	Publicidad	Bebida Alcohólica	No	No	No	Infografía con nombre de la bebida e información de su elaboración	No	SUPREMA, La Constancia	Cerveza	Promoción de bebida alcohólica
26	Publicidad	Zapatos, ropa	No	No	Fotografía de zapato	Nombre de la marca	No	LACOSTE	Zapatos	Promoción de ropa y zapatos LACOSTE
27	Publicidad	Zapatos, ropa	No	No	Fotografía de modelo posando ropa a la moda	Nombre de la marca	No	LACOSTE	Ropa	Promoción de ropa y zapatos LACOSTE
28	Vitrina	Una huella imborrable, perfumería	No	No	Fotografía de caja de perfume y perfume	Imagen de bailarina	No	GUERLAIN	Perfume	Promoción de nuevo perfume con empaque de lujo

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
29	Publicidad	Zapatos	No	No	Fotografía de modelo sosteniendo un zapato	Nombre de la marca	No	NATURALI ZER	Zapatos	Promoción de zapatos para mujer
30	Vitrina	Beneficios de usar maquillaje	No	No	Fotografía de modelo con maquillaje	información en recuadro para obtener maquillaje gratis	No	REVLON	Maquillaje	Información sobre los beneficios de utilizar la marca REVLON
31	Publicidad	Joyería	No	No	Fotografía de modelo portando joyería	Recuadro con nombre de la marca	No	MAJORICA	Joyería	Promoción de joyería
32	Publicidad	Información de sorteo para lectoras	No	No	No	Recuadro de información del sorteo	No	El Diario de Hoy	No	Promoción de sorteo e información para participar

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
33	Publicidad	Información de sorteo para lectoras	No	No	No	Recuadro con imagen de revista	No	El Diario de Hoy	No	Promoción de sorteo e información para participar
34	Copia el look	Zapatos, ropa, accesorios y como combinar estos	No	No	Fotografía de modelo vistiendo ropa de moda	No	No	Bershka, Mango, Zara, Stradivarius	Jeans \$59.95, Camis a \$59, Collar \$89, cartera \$139, brazaletes \$15.95	Información de cómo vestir y combinar ropa, accesorios como la modelo Valeria Sestic
35	Publicidad	Ropa	No	No	Fotografía de mujer delgada modelando ropa	No	No	Pierre cardin	Ropa	Promoción de ropa Pierre cardin
36	Vitrina	Opciones para regalar en navidad	No	No	No	Recuadros con imagen de revistas	No	L'BEL, ESIKA	Compra de productos por catalogo	Promoción de productos de catalogo



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
37	Publicidad	Joyería	No	No	fotografía de joyería	Recuadro con nombre de la marca y lugar donde poder comprarla	No	DANA & GALENA	Joyería	Promoción de joyería y donde comprarla
38	Moda	Estilo de gala	No	No	Fotografía de ropa y zapatos	No	No	ADOC	Ropa y zapatos	Información de combinaciones de ropa y calzado para una fiesta de gala
39	Publicidad	Zapatos	No	No	Fotografía de piernas modelo	Recuadro con nombre de la marca	No	ADOC	Zapatos	Promoción de zapatos ADOC
40	Vitrina	Joyería y relojería	No	No	Fotografía de joyería y relojes	Recuadros con información de productos	No	Casa de Oro y Word Time	Anillo \$1,15929.95, Aretes \$1,159.95, Dije \$429.00, reloj \$1,195.00	Promoción de Joyería y Relojería

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
41	Publicidad	Ropa, zapatos y accesorios	No	No	Fotografía de modelo posando ropa a la moda	No	No	Adolfo Domínguez	Ropa, zapatos y accesorios	Promoción de diseñador Adolfo Domínguez
42	Vitrina	Diseños juveniles y modernos	No	No	Fotografía de productos	Recuadros con imágenes de productos	No	Go, ADIDAS	Carteras, zapatos y accesorios	Promoción de marcas y sus nuevos productos
43	Publicidad	Centro Comercial	No	No	Fotografía de jóvenes brindando	Recuadro con información	No	Plaza Futura	bares, restaurantes y tiendas	Promoción de centro comercial
44	Moda	Ropa, zapatos y accesorios	No	No	Fotografía de ropa y zapatos	Recuadro con información de marca	No	CAT	Ropa, zapatos y accesorios	Promoción de marca CAT e información de sus orígenes

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
45	Publicidad	Ropa, zapatos y accesorios	No	No	Fotografía de modelo vistiendo ropa CAT	Recuadro con nombre de la marca	No	CAT	Ropa, zapatos y accesorios	Promoción de la marca CAT
46	Vitrina	Información de ropa de diseñador	No	No	Fotografía de modelo vistiendo ropa de diseñador	Recuadro promoviendo publicidad	No	Adolfo Domínguez, Exclusive	Ropa y Joyería	Promoción de ropa de Diseñador Adolfo Domínguez
47	Publicidad	Spray para cabello	No	No	Fotografía modelando cabello sedoso y suave	Recuadro con nombre de marca e información	No	SUAVE	Spray	Promoción de tratamiento para cabello maltratado
48	Moda	Zapatos, Ultra comodidad	No	No	Fotografías de zapatos	No	No	Hush Puppies	Zapatos	Promoción de la comodidad de usar zapatos Hush Puppies

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
49	Publicidad	Zapatos	No	No	Fotografía de piernas de modelo mostrando zapatillas	Recuadro de nombre de la marca	No	Hush Puppies	Zapatos	Promoción de zapatos Hush Puppies
50	Publicidad	Zapatos	No	No	Fotografía de pies modelando zapatos	Recuadro con nombre y datos de la marca	No	STEVE MADDEN	Zapatos	Promoción de zapatos Steve Madden
51	Publicidad	Zapatos	No	No	Fotografías de zapatos de mujer	Recuadros con información de zapatos	No	STEVE MADDEN	Zapatos	Promoción de zapatos Steve Madden
52	Moda	Momentos Especiales	No	No	Fotografías de vestidos, zapatos y accesorios elegantes	Recuadros con precios de productos	No	Pierre Dumas, Kennet Cole, Prisma Moda	Vestidos \$69.99, zapatos \$30.00 y accesorios \$19.99	Promoción de vestidos de noche, zapatos y accesorios y el lugar donde poder comprarlos

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
53	Publicidad	Tratamientos de belleza	No	Art.9 de LEPVLV	Fotografías de rostros de mujeres	Informaciones de tratamientos	No	Línea y figura	Terapias de belleza y bajar de peso	Promoción de terapias para belleza y bajar de peso
54	Vitrina	Como usar botas	No	No	Fotografías de mujeres modelando botas	No	No	NINE WEST	Botas	Tips para cómo utilizar los diferentes estilos de botas
55	Publicidad	Zapatos, carteras y accesorios	No	No	Fotografías de modelos vistiendo a la moda	Recuadro con nombre de la marca	No	NINE WEST	Zapatos, carteras y accesorios	Promoción de zapatos NINE WEST
56	Vive la moda	Zapatos, carteras, blusas y faldas	No	No	Fotografías de ropa, zapatos y accesorios	Recuadro con información de materiales de ropa	No	Stradivarius, Bershka	Ropa, zapatos, carteras y accesorios	Información de estilos a la moda y donde poder comprarlos

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
57	Publicidad	Centro Comercial	No	No	Fotografía de mujer vestida formalmente	Recuadros con información del centro comercial y nombre	No	Plaza Mundo	Tiendas de ropa, carteras, accesorios, zapatos	Promoción de Centro comercial
58	Pasarela	El Otoño según amanecemos SIMAN	No	No	Fotografía de ropa	Recuadro de información de productos	No	SIMAN	Vestidos	Promoción de ropa de almacenes SIMAN
59	Publicidad	Artículos para el hogar	No	No	Pareja pintando su casa	No	No	Whirlpool	cocinas, lavadoras, refrigeradoras, hornos y secadoras	Promoción de tienda de artículos para el hogar
60	El Salvador Fashion Week 2012	Promoción de evento sobre moda	No	No	Modelos posando con ropa de diseñador	Recuadro de información del evento	No	No	Ropa de diseñador	Promoción de evento modas

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
61	Publicidad	Crema para mujeres	No	No	Fotografía de doctora mostrando crema	Recuadro de nombre de la marca	No	LACTACYD	Crema íntima	Promoción de crema íntima para mujeres
62	Pasarela	Encanto Femenino	No	No	Fotografías de modelos vistiendo a la moda	No	No	No	No	Información de Diseños para temporada de Otoño
63	Pasarela	Encanto Femenino	No	No	Fotografías de modelos vistiendo a la moda	No	No	No	No	Información de Diseños para temporada de Otoño
64	Pasarela	Pieles vuelos y tejidos	No	No	Fotografías de modelos vistiendo a la moda	No	No	No	No	Información de Diseños para temporada de Otoño

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
65	Pasarela	Pieles vuelos y tejidos	No	No	Fotografías de modelos vistiendo a la moda	No	No	No	No	Información de Diseños para temporada de Otoño
66	Al detalle	Bolso Icónico	No	No	Fotografía de bolso color Rosa	No	No	TOUS	Bolso \$679.00	Promoción de bolso marca TOUS
67	Publicidad	Producto para el cuidado de la piel, cabello y Unas	No	No	Fotografía de rostro de mujer joven	Recuadro con nombre de la marca y caja del producto	No	Perfectil	Pastillas para la belleza de la mujer	Producto para mejorar la imagen de la mujer
68	Moda	El New Look Poder Femenino	No	No	Fotografía de modelo posando vestido de diseñador	Información de la vestimenta	No	No	Ropa	Promoción de nuevos looks para la mujer



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
69	Moda	El New Look Poder Femenino	No	No	No	Nombre de la temporada	No	No	No	Promoción de nuevos looks para mujeres
70	Moda	El New Look Poder Femenino	No	No	Imagen de mujer cocinando y vistiendo ropa a la moda	No	No	theP, Stradivarius, Pull & Bear	Blusa \$195, Brazaletes \$19.95, Collar \$19.95	Promoción de nuevos looks para mujeres
71	Moda	El New Look Poder Femenino	No	No	Imagen de mujer hablando por teléfono	No	No	MANGO, United Colors of Benetton, Stradivarius	Vestido \$79, botines \$119, Leggings \$18.90, Collar \$19.95	Promoción de nuevos looks para mujeres
72	Moda	El New Look Poder Femenino	No	No	Imagen de mujer modelando vestido	No	No	theP, MANGO	Vestido \$350, Brazaletes \$17	Promoción de nuevos looks para mujeres

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
73	Moda	El New Look Poder Femenino	No	No	Mujer modelando ropa se sastre	No	No	MANGO, Adolfo Domínguez, Bershka	Abrigo \$79, Suéter \$169, pantalón \$159, gargantilla \$17.95	Promoción de nuevos look para mujeres
74	Moda	El New Look Poder Femenino	No	No	Mujer modelando abrigo	No	No	United Colors of Benetton, Nine West, MANGO, SIMAN	Abrigo \$199, Leggings \$18.90, Botines \$159.99, Cartera \$ 35	Promoción de nuevos look para mujeres
75	Moda	El New Look Poder Femenino	No	No	Mujer modelando vestido formal y moderno	No	No	MANGO, Pull & Bear, Stradivarius, Steve Madden	Vestido \$269, Medias de encaje \$17.95, Zapatos \$99	Promoción de nuevos look para mujeres
76	Moda	El New Look Poder Femenino	No	Art. 8 de LEPVLN	Mujer modelando ropa semidesnuda	No	SI	Adolfo Domínguez, Stradivarius, SIMAN	Chaqueta \$279, Zapatos \$119.99	Promoción de nuevos look para mujeres

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
77	Moda	El New Look Poder Femenino	No	No	Mujer posando frente a un espejo	No	No	Bershka, SIMAN	Vestido \$45.95, Collar \$19.99	Promoción de nuevo look para mujeres
78	Moda	El New Look Poder Femenino	No	No	Mujer caminando con carretilla de compras	No	No	United Colors of Benetton, Adolfo Dominguez, Bershka	Vestido \$84.90, Botines \$250.00	Promoción de nuevo look para mujeres
79	Moda	El New Look Poder Femenino	No	No	Mujer caminando con carretilla de compras	No	No	MANGO, Stradivarius, SIMAN, Bershka	Blazer \$119, pantalón \$52, Blusa \$39.95, SIMAN \$89.95	Promoción de nuevo look para mujeres
80	Moda	El New Look Poder Femenino	No	No	Mujer modelando ropa de diseñador	No	No	Pull & Bear, Bershka, Steve Madden, Stradivarius, SIMAN, Adolfo Dominguez	blusa \$39.95, Plataformas \$129.99, Gargantilla \$59	Promoción de nuevo look para mujeres

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
81	Moda	El New Look Poder Femenino	No	No	Mujer modelando traje de sastre	No	No	theP, MANGO, Adolfo Domínguez, Steve Madden, Bershka, SIMAN	Chaqueta \$308, blusa \$69, pantalón \$139, Zapatos \$159.99,	Promoción de nuevo look para mujeres
82	Especial	Nuestra modelo de portada	No	No	fotografía de modelo	No	No	No	No	Fotografía de la modelo Jenya Papirovska
83	Especial	Nuestra modelo de portada	No	No	Texto sobre experiencia de modelo de nacionalidad Rusa en El Salvador	No	No	No	No	Relato sobre las vivencias de una modelo extranjera
84	Moda	Complementos Tentadores	No	No	Fotografías de collares	Fotografía de modelo	No	ZARA	Collares \$19.95, \$29.95, \$25.95	Consejos para las mujeres que tipo de complementos utilizar con el vestuario

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
85	Moda	Complementos Tentadores	No	No	Fotografías de collares	Diversas imágenes de anillos	No	Pull & Bear, TREZZA, KAPRICHIO,	Collares \$27.90, \$21.90, \$30	Consejos para las mujeres que tipo de complementos utilizar con el vestuario
86	Moda	Complementos Tentadores	No	No	Fotografías de cinturones	Imagen de modelo mostrando cinturón	No	MANGO, ZARA	Cinturones \$59, \$72, \$39.95	Consejos para las mujeres que tipo de complementos utilizar con el vestuario
87	Publicidad	Papel Higiénico	No	No	fotografía de un perro sobre papel higiénico	Recuadro con nombre de la marca y beneficios del producto	No	SCOTT	Papel Higiénico	Promoción de papel más fuerte y resistente
88	Moda	Complementos Tentadores	No	No	Fotografía de modelo modelando bolso	Recuadros con precios e información de bolsos	No	ZARA, TREZZA, PULL & BEAR	Bolsos	Consejos para las mujeres que tipo de complementos utilizar con el vestuario

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
89	Publicidad	Educación	No	No	Fotografía de joven estudiante	Imágenes con nombres de las carreras	No	UFG	Educación	Información para Educación Superior
90	Las Top de Hoy	Datos sobre modelos famosas	No	No	Rostro de modelo	No	No	No	No	Imagen de modelo famosa
91	Las Top de Hoy	Datos sobre modelos famosas	No	No	Rostros de modelos	No	No	CHANEL, VERSACE, VOGUE	Revistas	Información de trabajos de modelos en marcas internacionales
92	Las Top de Hoy	Datos sobre modelos famosas	No	No	Fotografías de modelos famosas	Recuadros con información	No	VOGUE	Revistas	Información de trabajos de modelos en marcas internacionales

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
93	Las Top de Hoy	Datos sobre modelos famosas	No	No	Fotografías de modelos famosas	Recuadros con información	No	VOGUE, CK, GUCCI	Revistas	Información de trabajos de modelos en marcas internacionales
94	Las Top de Hoy	Datos sobre modelos famosas	No	No	Fotografías de modelos famosas	Recuadros con información	No	VOGUE	Revistas	Información de trabajos de modelos en marcas internacionales
95	Las Top de Hoy	Datos sobre modelos famosas	No	No	Fotografías de modelos famosas	Recuadros con información	No	VOGUE, ELLE	Revistas	Información de trabajos de modelos en marcas internacionales
96	Las Top de Hoy	Datos sobre modelos famosas	No	No	Fotografías de modelos famosas	Recuadros con información	No	VOGUE	Revistas	Información de trabajos de modelos en marcas internacionales

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
97	Publicidad	Licores	No	No	Fotografías de botellas de Vino y licor	Recuadro con nombre de la marca	No	Tres Plumas, Vinos Vina San Esteban	Vinos y licor	Promoción de bebidas alcohólicas
98	Pasarela	Dejà vu	No	No	Fotografías de modelos caminando sobre pasarela	No	No	No	No	Información sobre pasarela de moda realizada por jóvenes universitarios
99	Pasarela	déjà vu	No	No	Fotografías de modelos caminando sobre pasarela	No	No	No	No	Información sobre pasarela de moda realizada por jóvenes universitarios
100	De etiqueta	La etiqueta del conductor	No	No	No	No	No	No	No	Consejos para conducir bien



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
101	Publicidad	Cremas para Anti-edad	No	No	Fotografías de cremas	Recuadros con información de beneficios de la crema	No	IDRAET	Cremas y tratamientos para rejuvenecer la piel	Promoción de cremas Anti-edad
102	Belleza	El top de la estética	No	No	Fotografía de mujer recibiendo masaje	Recuadros con texto	No	Sento Luxury Salón & SPA	Tratamiento de belleza	Promoción y consejos de tratamiento de belleza para el cuerpo
103	Belleza	Esmaltes de una	No	No	Fotografías de frascos de esmaltes	Recuadro con nombre de la marca	No	Sally Hansen	Pintura de una	Promoción de esmaltes para unas
104	Belleza	Radiofrecuencia	No	No	Fotografía de medico con aparato que realiza radiofrecuencias	No	No	No	No	Información sobre los beneficios de tratamiento de radiofrecuencias

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
105	Publicidad	Sillas de auto para bebés	No	No	Fotografía de bebé sentado en silla de auto	Recuadro con consejos de protección para niños	No	bebe Mundo	Sillas de auto para bebés	Promoción de sillas de auto para bebé y consejos para utilizarlas
106	Belleza	Mascaras para pestañas	No	No	Fotografía de modelo mostrando pestañas largas y abundantes	Recuadros con imágenes de mascarillas de pestañas	No	Max Factor	maquillaje para las pestañas de mujeres	Promoción de nueva máscara de pestañas
107	Belleza	shampoos para el cabello y maquillaje	No	No	Fotografías de productos de belleza	Recuadro con rostro de mujer	No	Sedal, REVLON	Shampoos para el cabello, maquillaje	Promoción de productos de belleza
108	Belleza	Maquillaje	No	No	Fotografía de modelo mostrando maquillaje elegante	imágenes varias de maquillaje	No	ARTDECO	Maquillaje	Promoción y tips de maquillaje para el verano

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
109	Publicidad	Ferretería	No	No	Fotografía de árbol navideño	Nombre de la marca	No	VIDRI	Ferretería	Promoción de ferretería
110	Belleza	Experiencia en cuidado facial	No	No	Fotografías de cremas	No	No	Olay	Cremas para el rostro	Promoción e información para utilizar cremas para el rostro
111	Publicidad	Tratamiento de belleza	No	No	Fotografía de mujer mostrando rostro	Recuadros con información	No	pevonia facial	Tratamiento de belleza	Promoción de tratamiento de belleza
112	10 años	Especial de aniversario de la revista	No	No	Fotografías de revistas	No	No	No	No	Historia del nacimiento de la revista y su trayectoria

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
113	10 años	Especial aniversario de la revista	No	No	fotografías de presentadoras de televisión salvadoreñas	Recuadro con imágenes de gente leyendo la revista	No	El Diario de Hoy	Revista	Historia del nacimiento de la revista y su trayectoria
114	10 años	Especial aniversario de la revista	No	No	Fotografías de modelos	No	No	No	No	Historia del nacimiento de la revista y su trayectoria
115	Publicidad	Academia de cosmetología	No	No	Fotografía de joven cortando cabello	No	No	BELLEZA	Clases de cosmetología	Promoción de academia de cosmetología
116	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	No	Imagen de mapa mundi	No	No	No	Información de mujeres que han triunfado fuera de El Salvador

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
117	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Roxana Coto	No	No	No	No	Historia de salvadoreña que ha triunfado en Puerto Plata, República Dominicana
118	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Doris Mendigar	No	No	No	No	Historia de salvadoreña que ha triunfado en Nicosia, Chipre
119	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Paula Verplancke	No	No	No	No	Historia de salvadoreña que ha triunfado en Alaska, Estados Unidos
120	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Zulma Sandoval	No	No	No	No	Historia de salvadoreña que ha triunfado en Seúl, Corea del Sur

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
121	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Adriana Caruso	No	No	No	No	Historia de salvadoreña que ha triunfado en Copenhague Dinamarca
122	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Diana Farrar	No	No	No	No	Historia de salvadoreña que ha triunfado en Qatar
123	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Carla Avilés y María Elena Sakurai	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Brasil y Japón
124	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Wendy Cuschieri	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en La Valeta, Malta

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
125	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Patricia Chica	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Canadá
126	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Lorena de Flores y Liliana Discua-Peeters	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Portugal y Holanda
127	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Evelyn Burri	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Beirut, Líbano
128	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Sarah Sternfels	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Toronto, Canadá

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
129	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Ana Hernández y Carolina Rivas	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Chile e Italia
130	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Marta Barrachina	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Francia
131	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Sandra Stirniman	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Dubái
132	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Mayra Navarrete	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en India



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
133	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Marisol Salinas	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Paraguay
134	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Norma Jiménez de Livne	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Israel
135	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografías de Alice Escalante	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Suiza
136	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Irene Zamora	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado por Tokio, Japón

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
137	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Fátima Duran	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado por Paris, Francia
138	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Vicky Reyes	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado por el mundo Mozambique
139	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Edith Vega	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado por Estados Unidos
140	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Glenda Gaby	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado por Madrid España

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
141	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Rhina López Sidwell	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Cardiff, Gales
142	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Cecilia Hernández	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Camboya
143	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Dolores de Vaquerano	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Trinidad y Tobago
144	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Isabel Quinteros	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Argentina

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
145	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Anna Walter	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Hong Kong
146	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Maya Guerrero	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Barcelona, España
147	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Francesca Miranda	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Barranquilla, Colombia
148	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Elsa Cornejo	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Australia

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
149	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Alexandra Alfaro	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Panamá
150	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Janelie Sandoval	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Cuba
151	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Maura Mendoza	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que ha triunfado en Boston, Estados Unidos
152	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Verónica Guadron	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Budapest, Hungría

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
153	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Ana María Melhado	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Congo
154	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Rosa Schirkcks-Parker	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Suiza
155	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Amanda Guzmán	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado Lima, Perú
156	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Mariel Monge	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Sidney, Australia

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
157	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Denise Kohler	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en St. Francois, Guadalupe
158	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Andrea de Ardón	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Karakol, Kirguistan
159	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Nataly Molina	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Chennai, India
160	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Doris Situma	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Nairobi, Kenia

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
161	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Ana Cecilia Pinto	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Guatemala
162	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Ana Beatriz Amaya	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Londres, Inglaterra
163	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Roxana Zuniga	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado Abu Dhabi, Emiratos Árabes
164	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Sylvia Orellana-Kemp	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Holanda



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
165	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Rosa América Hernández	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en El Cairo, Egipto
166	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía Ale Muñoz	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Playa Guiones, Costa Rica
167	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Nadia Quintanilla	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Ámsterdam, Holanda
168	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Evangelina Sol	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Managua, Nicaragua

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
169	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Margarita Chiquillo	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Doha, Qatar
170	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía Melissa Mikec	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Belgrado, Serbia
171	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Adriana Díaz del Pinal	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Shanghai, China
172	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Elsy Handal	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Cochabamba, Bolivia

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
173	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Julia Umaña	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en México
174	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Raquel Isabel Díaz	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Islandia
175	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Nora Palacios	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Husum, Dinamarca
176	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Ana Clayton	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en el Hawái, Estados Unidos

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
177	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Beatriz Ramírez	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Estocolmo, Suecia
178	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Jessica Firer	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Ciudad del Cabo, Sudáfrica
179	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Martha Gómez	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Quito, Ecuador
180	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Ericka Chang	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Taipei, Taiwán

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
181	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Liliana Canjura	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Pori, Finlandia
182	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Hilda Velásquez	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Shanghái, China
183	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Roxana Curtis	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Londres, Inglaterra
184	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Lilian Armijo	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Bangkok, Tailandia

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
185	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Karen Rivera	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Mandal, Noruega
186	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Tammy García	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en San Juan, Puerto Rico
187	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Linda Bottari	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Tomohon, Indonesia
188	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de de Joselyn Ibarra	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Auckland, Nueva Zelanda

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
189	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Cristina Palomo	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en San Francisco, Estados Unidos
190	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Iris Arévalo	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Oyala, Guinea Ecuatorial
191	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Virginia Rivas	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Niamey, Níger
192	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Anahi Contreras-Denton	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Tamarindo, Costa Rica

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
193	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Silvia Gutiérrez	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Viena, Austria
194	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Patricia Linares	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Kampala, Uganda
195	101 Salvadoreñas por el mundo	Mujeres salvadoreñas que han triunfado en el extranjero	No	No	Fotografía de Marcela Aparicio	No	No	No	No	Historia de salvadoreñas que han triunfado en Willemstad, Curacao
196	Publicidad	Panales para bebés	No	No	Fotografía de bebé mostrando un pañal desechable	Recuadro con pasos a seguir para utilizar pañal	No	Huggies	Panales desechables	Promoción de pañales para bebés



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
197	Especial	A la vista publica	No	No	Fotografía de modelo posando un vestido de noche	No	No	Mimi Boutique & Novias	Vestido \$490, Aretes \$18, Pulsera \$42	Promoción de vestidos de noche
198	Especial	A la vista publica	No	No	Fotografía de modelo posando un vestido de noche	No	No	Adolfo Domínguez	Vestido \$849	Promoción de vestidos de noche
199	Especial	A la vista publica	No	No	Fotografía de modelo posando un vestido de noche	No	No	Mimi Boutique & Novias	Vestido \$580	Promoción de vestidos de noche
200	Especial	A la vista publica	No	No	Fotografía de modelo posando un vestido de noche	No	No	Koko Boutique	Vestido \$129.99	Promoción de vestidos de noche

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
201	Especial	A la vista publica	No	No	Fotografía de modelo posando un vestido de noche	No	No	Francesca Miranda	Vestido \$800	Promoción de vestidos de noche
202	Especial	A la vista publica	No	No	Fotografía de modelo posando un vestido de noche	No	No	Koko Boutique	Vestido \$159.99	Promoción de vestidos de noche
203	Especial	A la vista publica	No	No	Fotografía de modelo posando un vestido de noche	No	No	Koko Boutique	Vestido \$159.99	Promoción de vestidos de noche
204	Especial	A la vista publica	No	No	Fotografía de modelo posando un vestido de noche	No	No	Francesca Miranda	Vestido \$725	Promoción de vestidos de noche

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
205	Perfiles	De rebelde a fashionista	No	No	Fotografía de la artista Kelly Osburne	No	No	No	No	Imagen de la artista Kelly Osburne
206	Perfiles	De rebelde a fashionista	No	No	Fotografías de la artista Kelly Osburne y sus cambios de looks	No	No	No	No	Detalles sobre los cambios de imagen de Kelly Osburne y cuál de ellos la ha llevado al éxito
207	Perfiles	De rebelde a fashionista	No	No	Fotografías de la artista Kelly Osburne y su familia	No	No	No	No	Detalles sobre los cambios de imagen de Kelly Osburne y cuál de ellos la ha llevado al éxito
208	Perfiles	De rebelde a fashionista	No	No	Fotografías de la artista Kelly Osburne con amistades y cambios de look	No	No	No	No	Detalles sobre los cambios de imagen de Kelly Osburne y cuál de ellos la ha llevado al éxito

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
209	Salud	A propósito de ellos	No	No	Fotografía de familia	No	No	No	No	Datos sobre el cáncer de próstata y los cuidados que deben tenerse ante esta enfermedad
210	Salud	A propósito de ellos	No	No	No	Imágenes de partes de la próstata	No	No	No	Datos sobre el cáncer de próstata y los cuidados que deben tenerse ante esta enfermedad
211	Salud	A propósito de ellos	No	No	Fotografías de actores y personas emblemáticas que han sufrido de cáncer de próstata	Imagen de nueva tecnología para tratar el cáncer de próstata	No	No	No	Datos sobre el cáncer de próstata y los cuidados que deben tenerse ante esta enfermedad

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
212	Salud	Amor más seguridad	No	No	Fotografías de sillitas para bebés	Recuadro con información	No	bebe Mundo	Sillas de auto para bebés	Información y promoción de las sillas de auto para bebés
213	Salud	El desayuno espera	No	No	Fotografía de un niño desayunando	No	No	No	No	Datos sobre la importancia de hacer el desayuno
214	Salud/ Publicidad	El desayuno espera	No	No	Fotografía de un desayuno	No	No	Vogue	Venta de productos por revistas	Datos sobre la importancia de hacer el desayuno / y promoción de hacer negocio a través de la venta de productos en revistas
215	Salud	Riesgo de altura	No	No	fotografía de zapatos altos	No	No	No	No	Datos sobre el riesgo de utilizar zapatos altos

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
216	Salud	Riesgo de altura	No	No	No	Imágenes de los huesos de los pies	No	No	No	Datos sobre el riesgo de utilizar zapatos altos
217	tus hijos	Lo que ellos ven	No	No	Fotografía de niños jugando videojuegos	No	No	No	No	Información sobre el comportamiento de los niños debido a lo que ven en televisión
218	tus hijos	Lo que ellos ven	No	No	No	Recuadros con información	No	No	No	Información sobre el comportamiento de los niños debido a lo que ven en televisión
219	cocina	Manjares en Yogur	No	No	Fotografía de platillo realizado con yogur	No	No	No	No	Datos sobre recetas de cocina

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
220	cocina	Manjares en Yogur	No	No	Fotografías de postres	No	No	Larrosa	Sala de recepciones	Datos sobre recetas de cocina
221	estilo	Eventos personalizados	No	No	fotografías sobre diseños para eventos en hotel	No	No	Hotel Crowne Plaza	Servicios de catering	Información sobre diseños para eventos especiales
222	estilo / Publicidad	Eventos personalizados	No	No	fotografías sobre diseños para eventos en hotel	No	No	Hotel Crowne Plaza, Academia Europea	Servicios de catering, clases de idiomas	Información sobre diseños para eventos especiales, y promoción de clases de ingles
223	estilo	Enredos femeninos	No	No	Fotografía de escritora del artículo	No	No	No	No	Datos sobre la actitud de las mujeres que pasan de los 40 años

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
224	estilos	estilo y calidad en tu hogar	No	No	Fotografías de cerámica en el hogar	No	No	L' Expression	Diseños de inodoros europeos para el hogar	Promoción de inodoros con estilo para el hogar
225	informe	consume energía con responsabilidad	No	No	Fotografía de mujer cambiando focos	No	No	No	No	Importancia sobre el ahorro de la energía
226	informe / publicidad	consume energía con responsabilidad	No	No	No	Recuadros con información	No	Toldos Blancos, Le croissant	Canopies, Chocolates	Importancia sobre el ahorro de la energía
227	libros	Diviértanse con las manualidades	No	No	No	Recuadros con imágenes de libros	No	Librería la Ceiba	Libros	Importancia de la lectura sobre manualidades



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
228	cine / publicidad	Amanecer II	No	Art. 8 de LEPVLN	Fotografía de actores y de fotografía modelo semidesnuda	Recuadro con imagen de la película Amanecer II	Si	Lovable, Corpoesthetic	Lencería para mujer, servicios de masajes y estética	Información sobre película y promoción de lencería de mujer exhibiendo cuerpo desnudo de mujer
229	música	Bose y su Papito	No	No	Fotografía del artista Miguel Bose	No	No	Warner	Productora de discos	Datos sobre la nueva producción del cantante Miguel Bose
230	música / publicidad	Datos sobre discos nuevos	No	No	Fotografías de discos	No	No	Rikeli, Chocolate Luxury	Catalogo de zapatos, spa y salón de belleza	Datos sobre música nueva y promoción de productos y servicios de belleza
231	R.S.V.P	Ejemplo de belleza y vida	No	No	Fotografía de mujeres modelando	No	No	No	No	Información sobre mujeres que han vencido el cáncer de seno y mantienen su belleza

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
232	R.S.V.P / Publicidad	Ejemplo de belleza y vida	No	No	Fotografías de mujeres modelando	No	No	Gati	Comida para gatos	Información sobre mujeres que han vencido el cáncer de seno y mantienen su belleza, promoción de marca de alimentos para gatos que apoya a las mujeres con cáncer
233	R.S.V.P	Ejemplo de belleza y vida	No	No	Fotografías de mujeres modelando	No	No	No	No	Información sobre mujeres que han vencido el cáncer de seno y mantienen su belleza
234	Cita con el arte / publicidad	Cartelera de actividades culturales	No	No	Fotografía de rostros de mujer y cuello modelando perlas	Recuadros con información	No	Juan Carlos Tobar	Perlas y joyería	Información sobre actividades artísticas culturales, promoción de joyería

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
235	R.S.V.P	Premio a la mejor fotografía	No	No	Fotografía de concursantes de fotografías	No	No	Secretaria de la cultura e la presidencia y Fundación María Escalón de Núñez	Certamen de Fotografía	Información sobre certamen de fotografía
236	Publicidad	Esencias de la época	No	No	Fotografías de desinfectantes con aroma	No	No	Genial	Desinfectante	Promoción sobre desinfectantes
237	R.S.V.P	Nueva Tarjeta	No	No	Fotografías de personalidades salvadoreñas	No	No	SIMAN	Nueva tarjeta credisiman	Promoción de la nueva tarjeta de almacenes siman
238	R.S.V.P	Mujeres de Otoño	No	No	Fotografías de mujeres en evento de moda	No	No	Adolfo Domínguez	Diseñador de modas	Promoción de nuevos estilos de ropa de Adolfo Domínguez

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
239	R.S.V.P	Pull and Bear se expande	No	No	Fotografía de personas posando en evento	No	No	Pull and Bear	Ropa, Zapatos y accesorios	Promoción de nueva tienda de Pull and Bear
240	Publicidad	paquetes de playa, sala de recepciones, diseños para bodas	No	No	No	Recuadros con imágenes e información	No	Rancho estero y mar, Novo, Monogramas. Estancia de Malena	Paquetes de vacaciones, ropa, sala de recepciones	Promoción de paquetes de playa, recepciones y diseños de vestidos para bodas
241	Horóscopo	información de horóscopo zodiaco por cada mes	No	No	No	Recuadros con cada horóscopo por mes	No	No	No	Información de signos zodiacales
242	Directorio	Información y teléfonos de tiendas	No	No	No	Recuadros con datos de tiendas	No	Adolfo Domínguez, Bershka, Francesca Miranda, koko boutique	Ropa, zapatos, diseños	Información y promoción de tiendas donde comprar

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
243	Coctel	Las chicas de Louis Buitrón	No	No	Fotografías de modelos caminando en pasarela	Imágenes de artistas que se hicieron presentes al evento	No	Louis Buitrón	Ropa, carteras, zapatos y accesorios	Información de evento de modas de diseñadores internacionales
244	Coctel	Información sobre moda	No	No	Fotografías de modelos	Recuadros con información	No	Gucci	Ropa, zapatos, accesorios	Información sobre moda y marcas internacionales
245	caprichos	Perfumería	No	No	Fotografía de perfume	No	No	Mar Jacobs	Perfumería	Promoción de nuevo perfume para mujer
246	Publicidad	Carteras y accesorios	No	No	Fotografías de carteras	Recuadro con nombre de la marca	No	Mike Mike	Carteras y accesorios	Promoción de carteras Mike Mike

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
247	Contraportada	Zapatos y accesorios	No	Art. 8 de LEPVLN	Fotografía de modelo exhibiendo piernas para modelar zapatos	No	No	MD	Zapatos y accesorios	Promoción de marca MD

3.5 Nombre de revista: **ELLA**  
 Edición: **Noviembre 2012**  
 Medio: **La Prensa Gráfica**

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
1	Portada	Contenido de la revista	No	No	Modelo mostrando listón en solidaridad de la mujeres con cáncer	No	No	No	No	Modelo de portada
2	Publicidad	Cremas	No	No	Modelo posando con apariencia joven	No	No	AVON Anew Ultimate75	Crema antiarrugas	La mujer y su rostro joven
3	Publicidad	Cremas	No	No	Modelo con apariencia joven	No	No	AVON Anew Ultimate75	Crema antiarrugas	La mujer y su rostro joven
4	Publicidad	Carteras	No	No	Jóvenes graduándose	No	No	Mike Mike	carteras, billeteras y cinchos	Dos jóvenes con trajes de graduación
5	Publicidad	Ropa	No	No	Dos jóvenes con vestimenta elegante	No	No	Siman	Ropa y promoción de tarjeta credisiman	Dos jóvenes con ropa elegante
6	Contenido Revista	Tonos de maquillaje, lucha contra el cáncer, como estar lista para una fiesta de graduación	No	No	Rostros de Mujeres	No	No	No	No	Fotografías de mujeres

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
7	Publicidad	Ropa	No	No	Mujer con vestido a la moda	No	No	Prisma Moda	Ropa y carteras	Fotografía de mujer utilizando ropa a la moda
8	Directorio	Nombres de realizadores de la revista	No	No	Nombres de realizadores de la revista y como obtener información de la revista	No	No	Grupo Dutriz	No	Nombres de realizadores y grupo director de la revista
9	Publicidad	Ropa	No	No	Mujer con vestimenta ejecutiva	No	No	Pierre Cardin	Ropa	Mujer modelando ropa ejecutiva
10	Ella Plus/ Edición especial	La vida en Rosa	No	No	Fotografía de mujer vistiendo blusa rosada en apoyo a la lucha contra el cáncer	No	No	No	No	Mujer promoviendo campaña en contra del cáncer
11	Ella BEAUTY	Coordinados de Temporada	No	No	Rostro de mujer con maquillaje de noche	No	No	No	No	Rostro de modelo maquillada para fiesta



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
12	BEAUTY	Tips para mascarillas y tipos de piel	No	No	Fotografía de productos naturales	No	No	No	Semillas, aceites y cremas	Imagen con los que se pueden realizar mascarillas
13	Publicidad	Ropa, zapatos, carteras y accesorios	No	No	Mujeres caminando con ropa a la moda	No	No	NINE WEST	Ropa, zapatos, carteras y accesorios	Modelos vistiendo ropa a la moda y modernas
14	BEAUTY MAKEUP	Binomio Tendry	No	No	fotografía de mujer maquillada	No	No	No	No	Modelo promoviendo maquillaje
15	BEAUTY MAKEUP	Tips para maquillaje de manos	No	No	Fotografía de manos con esmalte de unas	No	No	Girl About Town	Esmaltes	Manos maquilladas con esmalte que puede comprarse en tiendas Siman
16	BEAUTY	Tips de maquillaje de labios	No	No	Fotografía de labios de mujer	No	No	Siman	Labial	Labios maquillados con labial que se puede comprar en tiendas Siman

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
17	Publicidad	Ropa	No	No	Fotografías con mujeres vistiendo moderno	No	No	GUESS	Ropa	Mujeres vistiendo ropa de moderna
18	BEAUTY SKIN	Una piel sin imperfecciones	No	No	Fotografías de mujer con rostro limpio	No	No	No	No	Mujer mostrando rostro limpio y reluciente
19	Publicidad	Belleza y adelgazamiento	No	Art.9 de LEPVLV	fotografías de local donde la mujer recibe tratamientos de belleza	No	No	Línea y Figura	Terapias de belleza	fotografía de lugar donde las mujeres pueden cambiar su imagen
20	STYLE & LIVING	Botox Capilar	No	No	Mujer planchándose el cabello	No	No	No	Botox	Mujer cuidando su cabello
21	STYLE & LIVING Y PUBLIBIDAD	Botox Capilar	No	No	Texto	No	No	Academia Europea	Idiomas	Imagen de publicidad academia de idiomas
22	BEAUTY NOVEDADES	Promoción de productos	No	No	fotografías de productos	No	No	CHANEL, MAX FACTOR, AVON ANEW	perfumes, cremas y maquillaje	Imágenes de productos que se pueden utilizar para lucir más bella

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
23	Sección especial	Especial del de Cáncer mama	No	No	Listón color rosa	No	No	No	No	Texto de testimonios de mujeres que sufrieron la enfermedad del cáncer
24	Especial SALUD	La vida después de la mastectomía	No	No	Un sostén color rosa	No	No	No	No	Texto de efectos tras las mujeres pasar por una operación de mastectomía
25	Especial SALUD	La vida después de la mastectomía	No	No	Listón color rosa	No	No	No	No	Datos sobre el cáncer de mama
26	Especial SALUD	La vida después de la mastectomía	No	No	Texto	No	No	No	No	Testimonio de sobreviviente de cáncer
27	Publicidad	Fertilización en Vitro	No	No	Fotografía de pareja de esposos	No	No	Clínica Santamaría	Fertilización en Vitro	Pareja de casados
28	Especial Caminata	Lucha contra el cáncer de mama	No	No	Fotografía de mujer caminando	No	No	No	No	Consejos de lucha contra el cáncer y la perseverancia

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
29	Publicidad	Zapatos	No	No	Fotografías de jugadores de fútbol	No	No	SPORTLINE	zapatos y pelotas	Piernas de jugadores de fútbol
30	Especial Caminata	Lucha contra el cáncer de mama	No	No	Texto y fotografías de mujeres	No	No	No	No	Mujeres participantes de actividades contra el cáncer de mama
31	Publicidad	Piel, cabello y Unas	No	No	Fotografía de pastillas y con mujer apariencia joven	No	No	Perfectil	Pastillas, medicina	Capsulas rejuvenecedoras
32	Especial Realidad vs Mitos	Verdades y mentiras sobre el cáncer de mama	No	No	Texto	No	No	No	No	Texto sobre verdades y mentiras sobre la enfermedad del cáncer
33	Especial CANCER	Festival Prevenir es Vivir	No	No	Mujeres corriendo	No	No	Hospital de la mujer	No	Mujeres apoyando campana en lucha contra el cáncer

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
34	Especial a FONDO	Lucha contra el cáncer de mama	No	No	Fotografía de manos entrelazadas	No	No	No	No	Testimonios de gente que ayuda a personas con cáncer
35	Especial a FONDO	Lucha contra el cáncer de mama	No	No	Fotografía de persona ayudando a mujer con cáncer	No	No	No	No	Explicaciones de fundaciones u organizaciones que ayudan a gente con cáncer
36	Especial a FONDO	Lucha contra el cáncer de mama	No	No	Fotografía de mujeres con cáncer de mama trabajando en talleres de terapia ocupacional	No	No	No	No	Nombres de organizaciones que ayudan a mujeres con cáncer y sus tipos de terapias
37	Especial a FONDO y Publicidad	Lucha contra el cáncer de mama	No	No	Fotografía de persona con cáncer trabajando en terapia ocupacional y Publicidad de cremas íntimas para mujer	No	No	Lactacyd	Crema Intima	Texto de terapias ocupacionales para mujeres con cáncer y promoción de cremas para higiene íntima

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
38	STYLE & LIVING	La familia que puede hacer cuando hay un familiar con cáncer	No	No	Fotografía de una conductora de televisión que da consejos del tema	No	No	No	No	Consejos para la familia que tiene algún familiar con cáncer y como ayudarlos
39	Publicidad	Crema para bebes	No	No	Madre junto a bebe	No	No	Infaderm	Crema para bebes	Cuidados del bebe por parte de las madres
40	Especial FASHION	La Vie en Rosa como vestir solidaridad con personas que padecen cáncer	No	No	Texto sobre que ropa utilizar precios y marcas	No	No	Mango, Adolfo Domínguez, Park Avenue, Trezza	Blusa \$47, Falda \$159, Cartera\$89, Brazalete \$20.90	Qué tipo de ropa utilizar para apoyar la campaña en contra del cáncer y donde comprarlos
41	Especial FASHION	La Vie en Rosa como vestir solidaridad con personas que padecen cáncer	No	No	Imagen de mujer utilizando ropa elegante y en tono a campana contra el cáncer	No	No	Mango, Adolfo Domínguez, Park Avenue, Trezza	Blusa \$47, Falda \$159, Cartera\$89, Brazalete \$20.90	Mujer modelando como verse para apoyar la campaña contra el cáncer de manera elegante

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
42	Especial FASHION	La Vie en Rosa como vestir solidaridad con personas que padecen cáncer	No	No	Imagen de mujer utilizando ropa elegante y en tono a campana contra el cáncer	No	No	Fabios, Trezza, Park Avenue	Blusa \$29, Falda \$36, Set de aros color dorado \$149, Sandalias \$109	Mujer modelando como verse para apoyar la campaña contra el cáncer de manera elegante
43	Especial FASHION	La Vie en Rosa como vestir solidaridad con personas que padecen cáncer	No	No	Imagen de mujer utilizando ropa elegante y en tono a campana contra el cáncer	No	No	Mango, Park Avenue, Trezza	Vestido \$59, Cinturón \$29, Sandalias \$109, aretes \$10.90	Mujer modelando como verse para apoyar la campaña contra el cáncer de manera elegante
44	Especial FASHION	La Vie en Rosa como vestir solidaridad con personas que padecen cáncer	No	No	Imagen de mujer utilizando ropa elegante y en tono a campana contra el cáncer	No	No	Mimi Boutique, Trezza, Park Avenue	Vestido \$225, Aretes \$14.90, Pulsera \$19.90, Sandalias \$129.99	Mujer modelando como verse para apoyar la campaña contra el cáncer de manera elegante

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
45	Especial FASHION	La Vie en Rosa como vestir solidaridad con personas que padecen cáncer	No	No	Imagen de mujer utilizando ropa elegante y en tono a campana contra el cáncer	No	No	April Store, Mango, Trezza Park Avenue	Blusa \$15, Short \$47, Aretes \$17.99, Pulsera \$11.90 Zapatos \$119.99	Mujer modelando como verse para apoyar la campaña contra el cáncer de manera elegante
46	Especial FASHION	La Vie en Rosa como vestir solidaridad con personas que padecen cáncer	No	No	Imagen de mujer utilizando ropa elegante y en tono a campana contra el cáncer	No	No	Fabios, Trezza, Park Avenue	Blusa \$39, Short \$28, aretes \$7.90, Sandalias \$109.99	Mujer modelando como verse para apoyar la campaña contra el cáncer de manera elegante
47	Publicidad	Perfumería	No	No	Imagen de mujer mostrando un perfume	No	No	Marc Jacobs	Perfume	Mujer mostrando que tipo de perfume utilizar para ser moderna y joven



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
48	NEW ELLA BODA	Evento para novias	No	No	Imágenes de mujeres con vestidos de novias e imágenes del evento	No	No	No	Vestidos de novia y accesorios de belleza	Que utilizar para tener un boda de lujo y magia
49	FASHION	Tendencias, look de diva, accesorios, moda	No	No	Fotografía de un zapato moderno	No	No	No	Zapato	Qué tipo de moda debe utilizarse para la temporada
50	FASHION	Entrerayas	No	No	Fotografía de ropa, zapatos, carteras de rayas	No	No	Prisma Moda	Tallerinas \$24.99, Blazer \$29.99, cartera \$24.99, Blusa \$11.99, cinturón \$7.99	Qué tipo de ropa utilizar para estar acorde a la temporada de moda en rayas
51	Publicidad	Cuidado de la piel, cabello y unas	No	No	Mujer mostrando un rostro joven	No	No	Griin	Medicina para protección antiarrugas, cabello saludable, Unas fuertes	La necesidad de verse mejor y como mejorar la imagen

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
52	FASHION	Como lucir como la artista Taylor Swift	No	No	Fotografía de artista y ropa que puede utilizarse para verse como ella	No	No	Prisma Moda	Aretes \$7.99, chaqueta \$39.99, anillo \$1.99, pantalón \$24.99, cartera \$39.99, blusa \$22.99, Sandalias \$39.99	Que ropa utilizar para lucir como una artista y a la moda
53	Publicidad	Academia de alta cocina	No	No	Fotografía de un plato con comida	No	No	Le Bouquet	Clases de cocina	Donde tomar clases para aprender clases de cocina
54	FASHION	Diseños Atrevidos	No	No	Fotografía de ropa, zapatos, carteras con estampados animal	No	No	GUESS	Blusa \$109, Cinturón \$89, Zapatos \$156, Jeans \$162, Cartera \$176	Que ropa utilizar y donde compararla para andar con la moda de temporada de estampado animal
55	Publicidad	Tratamiento para el cabello	No	No	Imagen de mujer con cabello suave y sedoso	No	No	SUAVE	Crema para cabello	Que producto utilizar para tener un cabello hermoso

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
56	FASHION	Bolsos y zapatos de moda para el otoño	No	No	Imágenes de zapatos y bolsos	No	No	MD, NINE WEST, Park Avenue	Bolso \$28.99, cartera \$59, Cartera \$59, bolso \$59, zapatos \$119, sandalias \$125, Sandalias \$129	Qué tipo de carteras o bolsos y zapatos utilizar para la llegada del otoño
57	Publicidad	Seguros médicos en el extranjero	No	No	Texto explicando la importancia de tener atención médica en Miami	No	No	Baptist Health South Florida	Seguros médicos	Como cuidar de la salud recibiendo atención médica de calidad y en el extranjero
58	PROM SPECIAL	Como utilizar el cabello para una graduación	No	No	Imagen de joven posando un peinado para graduación	No	No	Mimi Boutique	aretes y prendedor para el cabello	Como lucir bella para una fiesta de graduación
59	PROM SPECIAL	Como utilizar el cabello para una graduación	No	No	Imagen de joven posando con peinado y maquillaje para una fiesta de graduación	No	No	Mimi Boutique	aretes y prendedor para el cabello	Como lucir bella para una fiesta de graduación

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
60	PROM SPECIAL	Como utilizar el cabello para una graduación	No	No	Imagen de joven posando peinado, maquillaje y vestido para una fiesta de graduación	No	No	Mimi Boutique & Novias, Salón de Marlen	aretes y vestido	Como lucir bella para una fiesta de graduación
61	Publicidad	Premios lucir hermosa en graduación	No	No	Imagen de dos jóvenes delgadas listas para una fiesta de graduación	No	No	Ella, Botticelli, Grupo Dutriz	Paquetes de cambio de imagen	Premios para que las jóvenes luzcan hermosas en su día de graduación
62	PROM SPECIAL	Ropa para utilizar en fiesta de graduación	No	No	Imágenes de ropa, zapatos, cartera y accesorios	No	No	Siman	Vestido \$59, Collar y aretes \$12, Zapatos \$119.99, cartera \$15, pulsera \$9	Qué tipo de ropa utilizar para una fiesta de graduación y donde comprarla
63	PROM SPECIAL	Cartera, zapatos y accesorios para una fiesta de graduación	No	No	Imágenes de zapatos, carteras y accesorios, fotografía de joven delgada lista para una fiesta	No	No	Siman y Madden Girl	Cadena \$15, cartera \$15, zapatos \$59.99, pulsera \$29	Qué tipo de zapatos y accesorios llevar a una fiesta de graduación sin dejar de estar a la moda

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
64	PROM SPECIAL	Lets Party	No	No	Fotografía de joven delgada vestida para una fiesta de graduación	No	No	Mimi Boutique	Vestido	Qué tipo de vestido utilizar para una fiesta de graduación
65	PROM SPECIAL	Lets Party	No	No	Fotografía de joven delgada vestida para una fiesta de graduación	No	No	Mimi Boutique y Nine West	Vestido y zapatos	Como combinar vestido con zapatos para una fiesta de graduación
66	PROM SPECIAL	Lets Party	No	No	Joven delgada modelando un vestido para graduación	No	No	Mimi Boutique	Vestido	Qué tipo de vestido utilizar para una fiesta de graduación
67	PROM SPECIAL	Lets Party	No	No	Joven delgada modelando un vestido para graduación	No	No	Mimi Boutique y Trezza	Vestido y accesorios	Como combinar vestido y accesorios para una fiesta de graduación

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
68	PROM SPECIAL	Lets Party	No	No	Joven delgada modelando un vestido para graduación	No	No	Adolfo Domínguez y Trezza	Vestido y aretes	Cómo combinar vestido y accesorios para una fiesta de graduación
69	PROM SPECIAL y Publicidad	Recepción y Joyería	No	No	Imagen de fiesta de graduación y fotografías de mujer luciendo joyería	No	No	Exclusive	Joyería	Información sobre pasos para preparar una fiesta de graduación y tipo de joyería que se debe utilizar para una fiesta
70	STYLE & LIVING	Perdonar para curar el corazón	No	No	Texto con consejos para superar rencores y aprender a perdonar	No	No	No	No	Consejería para autotrascender y saber perdonar
71	STYLE & LIVING	Perfil, Stylelist, sazones, columnistas, New	No	No	Imagen de comida gourmet	No	No	No	Comida Gourmet	Información para cocinar recetas gourmet y conocer sobre arte

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
72	STYLE & LIVING	Perfil de la artista Mirna Serpas	SI	No	Biografía de una artista y la importancia de ser mujer y ayudar a otras mujeres	No	No	Arte y Bordado Mirna Serpas	Cuadros elaborados don bordado	Conocer sobre la vida de mujeres que han luchado y perseverado con esfuerzos ayudando a otras mujeres a crecer
73	STYLE & LIVING	Perfil de la artista Mirna Serpas	SI	No	Biografía de una artista y la importancia de ser mujer y ayudar a otras mujeres	No	No	Arte y Bordado Mirna Serpas	Cuadros elaborados don bordado	Conocer sobre la vida de mujeres que han luchado y perseverado con esfuerzos ayudando a otras mujeres a crecer
74	STYLIST	Películas, música, Toques y mas	No	No	Información sobre la farándula, fotografías de artistas y sugerencias de música	No	No	No	No	Información sobre la farándula y la música que está de moda

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
75	STYLIST	Películas, libros y farándula	No	No	Fotografías de artistas y portadas de libros nuevos	No	No	No	Libros	Información de publicación de nuevos libros y noticias de famosos
76	STYLE & LIVING	Sabor gourmet	No	No	Fotografía de comida gourmet	No	No	No	Comida Gourmet	Recetas para preparar comida gourmet
77	STYLE & LIVING	Sabor gourmet	No	No	Fotografías de comida gourmet	No	No	No	Comida Gourmet	Recetas para preparar comida gourmet
78	STYLE & LIVING	Consejos para mantener la paz en tiempos difíciles	No	No	Fotografías de mujeres con cáncer y mujeres que opinan sobre el tema	No	No	No	No	Consejos para mantener la paz y tranquilidad en momentos difíciles



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
79	STYLE & LIVING	Consejos para mantener la paz en tiempos difíciles	No	No	Fotografías de mujeres que opinan sobre el tema	No	No	No	No	Consejos para mantener la paz y tranquilidad en momentos difíciles
80	STYLE & LIVING	Ciudad de Oportunidades	SI	No	Fotografía de Inauguración de Ciudad Mujer y foto de Primera Dama de la República	No	No	No	No	Información sobre la apertura de ciudad mujer y los talleres que se impartirán para la capacitación a mujeres
81	STYLE & LIVING	Ciudad de Oportunidades y Publicidad	SI	No	Fotografía de mujeres que asistieron a la inauguración de Ciudad Mujer y fotografía de mujer promoviendo los productos de venta por catalogo	No	No	VOGUE	Perfumería y cremas	Información sobre la apertura de ciudad mujer y los talleres que se impartirán para la capacitación a mujeres y la importancia de iniciar un negocio propio a través de la venta de productos por catalogo

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
82	STYLE & LIVING	Recetas de cocina	No	No	Fotografía del Chef Juan Salomón Miguel	No	No	No	No	Información sobre recetas de cocina y experiencias del Chef Juan Salomón Miguel
83	STUYLE & LIVING	Como Utilizar tus botas	No	No	Fotografías de zapatos	No	No	NINE WEST	Zapatos	Tips para cómo utilizar las botas y en qué lugar poder comprarlas
84	NEWS	Información de que zapatos utilizar para otoño-invierno y las promociones de graduación	No	No	Fotografías de zapatos y fotografía de tienda de ropa Montecarlo	No	No	Naturalizar y Montecarlo	Ropa y zapatos	Que zapatos utilizar en la temporada de otoño-invierno así como sonde encontrar promociones para comprar ropa para graduación
85	NEWS	Información sobre cremas para la piel	No	No	Fotografía de cremas para la piel y antiarrugas	No	No	Olay	Cremas para la piel	Información de la importancia sobre utilizar cremas para el cuidado de la piel

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
86	NEWS	Noticias sobre eventos de cuidados para el cabello y campana en lucha contra el cáncer	No	No	Fotografías de eventos	No	No	Aromi di Firenze y Estee Lauder	Productos para el cabello	Información sobre eventos para el cuidado de la mujer
87	NEWS	Un evento a lo CROWNE PLAZA	No	No	Fotografía de una mesa arreglada para un evento	No	No	Hotel CROWNE PLAZA	Recepciones	Información sobre qué lugar es el perfecto para realizar un fiesta o evento con clase
88	NEWS	Información sobre eventos para mujeres	No	No	Fotografías de eventos	No	No	ALMAY, Tienda Morena, Torre Futura	Cremas, maquillaje, utensilios para el hogar	Información sobre eventos promoviendo productos para el consumo de la mujer
89	NEWS	Información sobre productos y clínicas de ayuda para la salud de la mujer	No	Art.9 de LEPVLV	Fotografías de productos para ejercitarse y anuncios sobre clínicas para adelgazar, depilación, para tener unas piernas perfectas	No	No	Sportline, Clínica Dermalaser, Clínica Laser, Clínica de Nutrición Integral	Terapias para tener el cuerpo perfecto	Anuncios sobre clínicas para ayudar a tener un cuerpo perfecto y delgado

<b>Nº Pág.</b>	<b>Sección</b>	<b>Temas</b>	<b>Contenido de género Sí/No</b>	<b>Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No</b>	<b>Tipo de Fotografías</b>	<b>Infografía Sí/No</b>	<b>Publicidad Sexista Sí/No</b>	<b>Marcas</b>	<b>Productos Precios</b>	<b>Imagen que predomina</b>
<b>90</b>	NEWS	Academia de alta cocina y Productos para rejuvenecer	No	No	Fotografía de estudiantes de cocina y mujer promoviendo el uso de productos para rejuvenecer	No	No	Le Bouquet, GRIIN	Clases de cocina y pastillas para rejuvenecer	Información sobre academia de cocina y tratamiento para tener una piel joven
<b>91</b>	Publicidad	Venta de libros para niñas	No	No	Fotografía con libros de caricaturas de Disney	No	No	Disney, La Prensa Grafica	Libros + Mochila \$6.00	Información sobre la venta de libros con stickers para niñas y donde adquirirlos
<b>92</b>	Contraportada de la revista	Publicidad	No	No	Fotografía de mujer delgada luciendo look a la moda	No	No	MD	Zapatos	Mujer acorde a la moda

### 3.6 Análisis Revista, Noviembre 2012.

La revista Mujeres de El Diario de Hoy que corresponde al mes de Noviembre del año 2012, contiene secciones como Editorial, Corre, Agenda, Mujeres Web, Vitrina, Copia el look, Moda, Vive la moda, Pasarela, Al detalle, Las top de hoy, Etiqueta, Belleza, Perfiles, Salud, Tus hijos, Cocina, Estilos, Libros, Cine, R. S.V.P, Coctel y caprichos.

Además de estas secciones contiene en su publicación un suplemento especial en referencia al decimo aniversario de la revista donde presenta una serie de biografías de 101 mujeres que han triunfado en el extranjero.

Entre las tendencias que presenta la revista es el vestuario que debe utilizarse para las fechas de celebración de la navidad como una serie de vestidos elegantes donde se muestran sus precios, marcas y tiendas donde poder encontrarlos.

En el interior de la revista se observa la presentación de la publicidad de diferentes marcas, tiendas y almacenes de prestigio en el país, además muestran consejos de moda brindando sugerencias sobre qué pueden utilizar las mujeres para estar acorde a las últimas tendencias.

Así mismo la revista Ella, publicada por La Prensa Grafica, correspondiente al mes de Noviembre del 2012, contiene las siguientes secciones Ella Plus, Ella Beauty, Beauty Make Up, Beauty Skin, Style & Living, Beauty Novedades, Especiales, New Ella Boda, Prom Especial, Stylist y News.

Dentro del contenido de la revista podemos encontrar una serie de secciones y suplementos dedicados a la Lucha Contra el Cáncer en donde presentan información sobre

la enfermedad, formas de diagnosticar y tratamientos, instituciones que ayudan a personas con cáncer así como realidades y mitos sobre la enfermedad.

Al igual que la revista Mujeres, la revista Ella presenta en su publicación tendencias de moda para la época de diciembre el tipo de ropa que se debe utilizar mostrando el lugar donde puede adquirirse y sus precios.

Así mismo, se encuentra dentro de la revista publicidad sobre marcas nacionales e internacionales y dónde se pueden encontrar estas ya sea en tiendas o almacenes de prestigio en el país.

Las revistas contienen portadas diferentes, una presenta la promoción de la celebración de su décimo aniversario, mientras la otra presenta una muestra de solidaridad hacia las mujeres que padecen la enfermedad del cáncer, sin embargo ambas coinciden en tener publicidad después de la portada y en la contraportada de éstas promocionan la misma marca MD.

En las dos revistas las primeras páginas son para promover su editorial o informaciones de estas, así mismo, presentan de manera breve los contenidos a tratar, también ambas hacen referencias a productos novedosos y a la promoción de sus marcas.

Las revistas coinciden también en brindar consejos de belleza para las mujeres, por ejemplo: la revista Ella en sus primeras secciones hace alusión a consejos de maquillaje, cuidados de la piel y cuerpo, novedades de la belleza, de forma similar lo hace la revista mujeres que también trata temas de moda, copiar el look de artistas, pasarela, las top de hoy en día y belleza, lo que refleja que ambas buscan brindar a las lectoras consejos sobre la apariencia física.

Otra coincidencia es que en las dos revistas los temas de salud tratan e informan sobre la enfermedad del cáncer, sin embargo la revista Ella presenta secciones especiales para sus lectoras desde lo que es la enfermedad hasta cómo vivir con ella, mientras la revista Mujeres lo explica de manera general enfocado en hombres y mujeres.

La revista Mujeres debido a que en esta edición celebraba los diez años de publicación presenta un suplemento especial sobre la historias de vida de 101 Salvadoreñas, quienes han triunfado por el mundo ya sea como profesionales o amas de casa, donde cada una de ellas expresa las vivencias, retos y logros obtenidos fuera de su país.

Cabe destacar que ambas revistas presentan consejos sobre la moda, qué tipo de ropa utilizar para la temporada de diciembre desde el maquillaje hasta los accesorios a utilizar.

Entre la publicidad presentada por las revistas Ella y Mujeres, ambas coinciden con los productos que presentan, que van desde maquillajes, ropa, zapatos, carteras, accesorios, cremas y tratamientos para rejuvenecer, hasta la utilización de productos naturales para cuidados del cuerpo y la piel.

Hay que mencionar que las marcas de los productos que se presentan son constantemente publicitadas por ambas revistas, ya que se pueden encontrar páginas completas de publicidad hasta informaciones de donde comprarlas, entre las marcas que se presentan están: Centro Comercial Galerías, Torre Futura, Park Avenue, MANGO, ADOC, Pierre Cardin, CHANEL, Marc Jacobs, Adolfo Domínguez, Clínica Línea y Figura, Steve Maden, Nine West, Prisma Moda, SIMAN, AVON, Max Factor, Pull and Bear, Mike Mike, La Constancia, Academia Europea, Naturalizer, Vogue, Olay, Lacoste, Guess, Casa de Oro, Saba, Mimi Boutique & Novias, Revlon, TREZZA, Juan Carlos Tobar Joyería, Hotel

Crowne Plaza, Tienda Morena, Le croissant, Librería la Ceiba, Tiendas Max, entre otras que son promocionadas como sugerencias para las lectoras.

Cabe destacar que las dos revistas, tanto Ella de la Prensa Grafica como Mujeres de El Diario de Hoy, presentan publicidad para mejorar la apariencia del cuerpo, ya sea para arreglos estéticos o para bajar de peso.

La revista Mujeres, a diferencia de la revista Ella, presenta en esta edición secciones sobre la música que está de moda en la temporada, los nuevos CD`s y dónde poder comprarlos, así como una sección sobre la lectura de libros de manualidades donde muestran también dónde adquirirlos, también una edición especial donde presentan fotografías con personalidades de la televisión y los medios de comunicación salvadoreña participando en aperturas o promociones de nuevas tiendas y marcas en el país.

Otra similitud es que en ambas revistas se encuentran sugerencias de productos y precios por ejemplo: en la revista Ella los precios van desde \$7.99 a \$229.00, dando alternativas de productos que son de bajo costo para aquellas mujeres que no tienen mucho poder adquisitivo, así como para aquellas que si pueden comprar un producto de marca.

En la revista Mujeres se presentan precios de productos que van desde \$17 a \$1,159.99 al igual que la revista Ella da sugerencias de productos de bajo y alto costo para mujeres de diferentes status económicos.

Entre las imágenes que predominan en la publicación de las dos revistas son mujeres de aspecto delgado, vestidas a la moda, utilizando ropas elegantes y de marca. En la revista Ella no se presenta ninguna imagen publicitaria de contenido sexista, sin embargo en la



revista Mujeres se encontraron dos imágenes de mujeres semidesnudas para promocionar marcas de ropa.

3.7 Nombre de revista: **MUJERES**

Edición: **Diciembre 2012**

Medio: **El Diario de Hoy**

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
1	Portada	Contenido de la revista	No	No	Modelo elegante	No	No	No	No	Elegancia de la mujer
	Publicidad	Cremas	No	No	Modelo posando con apariencia joven	No	No	AVON Anew Ultimate75	Crema antiarrugas	La mujer y su rostro joven
	Publicidad	Cremas	No	No	Rostro de modelo	No	No	AVON Anew Ultimate75	Crema antiarrugas	Rostro de mujer joven
2	Sumario	Contenido de la revista	No	No	Mujer con vestido de cóctel	No	No	No	No	Mujer con vestido de cóctel posando en la calle
3	Publicidad	Maquillaje	No	No	Rostro de mujer maquillada	No	No	SIMÁN	STUDIO MAKE UP	Rostro de mujer usando maquillaje
4	Sumario	Contenido de la revista	No	No	Modelo elegante Nacimiento Pastel de fresas Comedor lujoso	No	No	Maquillaje ARTDECO	No	Comedor lujoso

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
5	Publicidad	Moda	No	No	Modelo caminando por la calle	No	No	Prisma Moda	Ropa a la moda	Modelo a la moda, caminando por la calle
6	De la Editora	¿Qué haría Jesús?	No	No	No	Estrella de Belén Cuadro de créditos	No	No	No	Texto del editorial
7	Publicidad	Compras navideñas en Centros Comerciales	No	No	Modelo con un regalo	No	No	GALERÍAS Jonathan Z Woman La SENZA OAKLEY GUESS THE LUX PERRY ELLIS	VARIOS	Modelo con regalo Logos de las marcas
8	Correo	101 salvadoreñas por el Mundo Sobre salud Ganó con REVLON	No	No	Mujeres ganadoras de premios	Recuadro con Mapamundi Portada de edición especial (anterior)	No	REVLON	No	Texto de correos
9	Publicidad	Maquillaje	No	No	Rostro de Kate Hudson	No	No	ALMAY	Maquillaje para piel sensible	Rostro de modelo reconocida Kate Hudson

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
10	Agenda	No	NO	No	Rostros de artistas	Relevantes a cada dato importante	No	No	No	En general
11	Publicidad	Max Factor	No	No	Rostro de mujer maquillada	No	No	Max Factor	No	Promoción de productos Max Factor, el maquillaje de los maquilladores
12	Vitrina	Diferentes productos de mujer (maquillajes y crema)	No	No	Productos mascara, cremas y base de maquillaje	Recuadro con información	No	Givenchy, L'Occitane y Covergirl Olay	No	Nuevos productos para el arreglo y el cuidado de las mujeres
13	Vitrina	Diferentes productos de mujer (Perfumería y crema)	No	No	Perfumes de mujer y crema	Recuadros con información	No	Anew de Avon, Lancome	No	Innovación en perfumería y la nueva tecnología de New Avon en cremas
14	Vitrina	Diferentes productos de mujer	No	No	Artículos de mujer	Recuadros con información	No	Vinchy, Kimmidoll y Avon	No	Promoción de productos de uso femenino
15	Publicidad	Productos CoverGirl	No	No	No	Productos CoverGirl	No	Cover Girl	Mascara de ojos	Publicidad de Cover Girl

N° Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
16	Vitrina	Exclusividad en joyerías	No	No	Joyas	Recuadros con información	No	Colección Bristols y Tacori	Joyería de fiesta	Exclusividad en Joyería de fiesta
17	Publicidad	Zapatos de mujer	No	No	Zapatos y mujer caminando	Múltiples mujeres caminando	No	Park Avenue	Zapatos naturalizer	La comodidad y elegancia de la mujer en zapatos sin tacón
18	Vitrina	Bisutería y perfumes	No	No	Accesorios en bisutería y opciones en fragancias	Información de los productos	No	Fragancias de Jesús del Pozo, Halloween Man y Fendi	Relojes \$285.00 , Argollas \$13.95, Aretes \$18.95 y pulseras \$44.95	Diferentes accesorios en bisutería fina que forman parte del día a día de la mujer
19	Publicidad	Gel de luchas de flores	No	No	Gel de luchas	No	No	L'Occitane	Gel de luchas	Publicidad de L'Occitane
20	Copiaellook	Nueva colección Italiana en ropa	No	No	Mujer posando prendas de colección	No	No	Mng, Almacenes siman y Zara	Blusa \$79, Jeans \$59, collar \$25 y bolso \$79.95	Faldas, blusas y vestidos que son parte de firma Italiana como nueva colección que dan elegancia, feminidad y lujo

N° Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
21	Publicidad	Productos Vichy	No	No	Parte del rostro de mujer	No	No	Vichy	Tónico antiarrugas	El sueño de una piel ideal
22	Moda	Colección de invierno	No	No	Mujeres modelando	Información de los productos	No	Naturalizer	Zapatos \$130, \$125 y \$109	Uso de zapatos de moda para la mujer
23	Publicidad	Joyeros	No	No	Mujer mostrando joyeros	No	No	Tous	Joyeros	Diferentes opciones y colores en joyeros
24	Moda	Nueva marca en ropa	No	No	Ropa, carteras y accesorios	No	No	Jonathan Z	Ropa, carteras y accesorios	Una nueva opción en centro comercial galerías para la compra de ropa y accesorios de marca
25	Publicidad	Ropa Pierre Cardin	No	No	Mujeres posando ropa de marca Pierre Cardin	No	No	Pierre Cardin	Pantalones y camisas	Productos Pierre Cardin

N° Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
26	Moda	Brad Pitt y su papel para chanel	No	No	Brad Pitt y de perfumes Chanel	No	No	Chanel	Perfumes	El papel de Brad Pitt en las grabaciones del comercial de la fragancia Chanel No 5
27	Moda	Brad Pitt y su papel para chanel	No	No	Brad Pitt y de perfumes Chanel	No	No	Chanel	Perfumes	El papel de Brad Pitt en las grabaciones del comercial de la fragancia Chanel No 5
28	Moda	Moda en zapatos	No	No	Zapatos	Recuadros con información	No	Naturalizer	Zapatos	Estilo
29	Publicidad	Santa Rosa, lugar donde vivir en Santa Tecla	No	No	Madre e hijas disfrutando del lugar	Recuadro con información de proyecto habitacional	No	Santa Rosa	Proyecto Habitacional	Motivar a las mujeres a conocer Santa Rosa como opción para vivir en Santa Tecla

N° Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
30	Moda	Colección Neón	No	No	Ropa de mujeres	Recuadro con información	No	Adoc	Zapatos y Ropa	Opciones de vestimenta para lucirlos con zapatos Neón
31	Publicidad	Zapatos	No	No	Foto de mujer y niña con zapatos ADOC y regalos	No	No	ADOC	Zapatos marca ADOC	Zapatos marca ADOC como opción de regalo en navidad
32	Moda	Print Animal	No	No	Ropa, carteras, zapatos y accesorios	Recuadros con información	No	Almacenes Zara y Mango	Bufanda de estampado animal \$14.95, Bolso texturizado \$279, pantalón \$39.95 y aretes \$24.00	Look de ropa, zapatos y accesorios con estampados de animal
33	Moda	Print Animal	No	No	Ropa, carteras, zapatos y accesorios	Recuadros con información	No	Almacenes Zara y Mango	Falda \$79.95, Blusa \$49, Bolso de mano \$99	Look de ropa, zapatos y accesorios con estampados de animal



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
34	Moda	Print Animal	No	No	Ropa, carteras, zapatos y accesorios	Recuadros con información	No	Almacenes Mango y	Gafas de sol \$32, Sandalias de tacón \$85 y suéter \$229	Look de ropa, zapatos y accesorios con estampados de animal
35	Publicidad	Zapatos de niños	No	No	Zapatos de niños y niñas	Representación de niño y niña	No	Kids Hush Puppies	No	Opción de compra para zapatos de niños y niñas
36	Moda	Print Animal	No	No	Ropa, carteras, zapatos y accesorios	Recuadros con información	No	Almacenes Mango y ropa de Adolfo Domínguez	Vestido \$19.95, Collar dorado \$49, bolso de cuero \$219	Look de ropa, zapatos y accesorios con estampados de animal
37	Publicidad	Tacones de aguja, Studs y pumps	No	No	Tacones de Agujas	Información de los productos	No	Steve Madden	Studs, Pumps y Tacones de agujas	Zapatos para fiestas que están de temporada 2012
38	Moda	Negro siempre para	No	No	Mujeres vistiendo diferentes vestidos color negro	Nombre de cada diseñador	No	No	Vestidos color negro	El vestido negro que no puede faltar en el closet de una mujer

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
39	Moda	Negro para siempre	No	No	Mujeres vistiendo diferentes vestidos color negro	Nombre de cada diseñador	No	No	Vestidos color negro	El vestido negro que no puede faltar en el closet de una mujer
40	Moda	Calzado con toque de color o metal	No	No	Vestidos y botines	Información de los productos	No	Almacenes Siman y Bershka	Vestidos, Botines \$69.95, Zapatos \$99	Estilo vanguardistas que no impide combinar color o metal
41	Publicidad	Clínica Línea y Figura	Si	Art. 9 (LEPVLV)	Colash de fotografías de los servicios de la clínica	Recuadros con los servicios de clínica	No	Clínica Línea y Figura	\$99.00 masajes + 20 vendas frías	Tratamientos para mantener una buena figura
42	Moda	Diseños de vestidos en color negro	No	No	Vestidos y accesorios	Información de los productos	No	Mimi Boutique	Vestidos y accesorios	Vestidos negro como atuendo conservador
43	Publicidad	Reloj de mujer	No	No	Reloj de mujer	No	No	Mulco	Reloj	Reloj marca Mulco
44	Moda	Mezcla de tendencias	No	No	Ropa, zapatos y accesorios	Información de los productos	No	Almacenes Prisma Moda	Blusa \$19.99, Zapatos \$33.99, Zapatos \$33.99, pulseras \$5.99	Colores y estilo de ropa, zapatos y accesorios de tendencia de temporada navideña 2012

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
45	Publicidad	Nine West fall 2012. Ropa, cartera y accesorios	No	No	3 mujeres en un plano amplio que se encuentran sentadas	No	No	Nine West	Tiendas Nine West	Promoción de productos Nine West
46	Enredos Femeninos	Buscando la felicidad	No	No	Fotografía de escritora de artículo, Claudia Daher	No	No	No	No	Texto del artículo, buscando la felicidad
47	Publicidad	Perfumes y cristales	No	No	Fotografía de Titos Perfumes y cristales	No	No	Titos perfumes y cristales	Perfumes y cristales	Celebración del primer aniversario de Titos perfumes y cristales
48	De etiqueta y publicidad Stanhome	Publicidad y texto de consejo para las personas que están por casarse	No	No	Fotografía de la editora, Carolina Casanova	No	No	Stanhome	Productos de belleza y del hogar	Nuevos productos en SthanHome
49	Publicidad	Tienda Morena	No	No	Artículos de hogar	No	Si	Tienda Morena	Artículos de hogar	Artículos del hogar que están a la venta en tienda Morena

N° Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
50	Moda	Tendencia de Villanas (moda agresiva) y princesas (Candidez y Sensualidad)	No	No	No	Entradilla	No	No	Ropa a la moda	Tema de la sección basado en el encanto y la fantasía de las divas de los cuentos de Hadas
51	Moda	Tendencia princesa	No	No	Modelo con ropa de tendencia	Información de ropa	No	MNG y diseños de Adolfo Domínguez	Falda en satín \$75, Blusa confeccionada \$52, Pulsera \$27 y anillo \$24	Modelo vestida con look de princesa
52	Moda	Tendencia Agresiva	No	No	Modelo con ropa de tendencia	Entradilla	No	No	No	Modelo con look agresivo
53	Moda	Tendencia Agresiva	No	No	Modelo con ropa de tendencia	Recuadro con información del producto	No	Bershka y MNG	Vestido negro de tirantes \$45.95, Aretes largos \$10.95 y chaquetas \$79	Modelo con look agresivo y retomando el personaje malo de los cuentos de hada

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
54	Moda	Tendencia de Candidez	No	No	Modelo posando ropa sencilla	Entradilla e información de ropa	No	Nine West	Blusa \$45, falta \$39.95 y zapatos \$129 y anillo con piedra amatista \$85	Look fresco para lucirlo en la playa, retomando a la princesa Ariel
55	Moda	Tendencia Agresiva	No	Nno	Modelo posando ropa de tendencia	Entradilla e información de ropa	No	MNG, Nine West y Almacenes Siman	Abrigo en lana \$79, cartera de mano \$59, zapatos de plataformas \$83.99	Modelo con look agresivo y retomando el personaje de caperucita roja.
56	Moda	Tendencia Frescura	No	No	Modelo posando ropa con colores fresco y de época	Entradillas y recuadros con información de ropa	No	MNG y Nine West	Chaqueta \$59, Blusa \$75 y aretes \$29	Look fresco de tendencia inspirado en el cuento de blanca nieves
57	Moda	Tendencia Agresiva (Animal Print)	No	No	Modelo posando ropa con tendencia agresiva	Entradillas y recuadros con información de ropa	No	Fabio's, MNG, Bershka y estilos de Adolfo Domínguez	Blusa \$38, Pantalón 59, Cinturón \$47, Anillo \$85 y Zapatos \$159.99	Modelo elegante con tendencia de Animal Print que a la vez muestra un look agresivo

N° Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
58	Moda	Continuación de sección	No	No	No	Recuadro con información y entradilla	No	Diseños de Adolfo Domínguez	Blusa \$29.95, Pantalón \$55, Pulsera \$39	Texto de entradilla
59	Moda	Tendencia Elegante	No	No	Mujer elegante	No	No	No	No	Mujer elegante en un estilo casual de princesa
60	Moda	Tendencia de campo	No	No	Mujer elegante vestida para ocasión de campo	Entradillas y recuadros con créditos	No	No	No	Mujer elegante vestida con tendencia para viaje de campo
61	Moda		No	No	Mujer elegante vestida para ocasión de campo	Entradillas y recuadros con créditos	No	No	No	Mujer elegante vestida con tendencia para viaje de campo
62	Moda	Ropa de moda	No	No	Mujer elegante con ropa de tendencia	Recuadro con información de ropa	No	Ropa Adolfo Domínguez, Almacenes Siman y mimi Boutique & Novias	Vestido \$379, Cartera \$89, Aretes \$6.00	Mujer elegante

N° Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
63	Moda	Tendencia de moda para final del año 2012, piezas modernas con lentejuelas	No	No	Mujer vestida con ropa de tendencia de fin de año	Tema, Recuadro con información	No	No	No	Mujer elegante con ropa de tendencia de final de año 2013
64	Moda	Tendencia de moda para final del año 2012, piezas modernas con lentejuelas	No	No	Mujer posando prendas de lentejuelas	Recuadro con información de ropa	No	MNG y Almacenes Siman	Chaqueta \$119, cinturón \$59, pantalón \$79, sandalias Jessica Simpson \$109 y anillo \$9	Mujer elegante con ropa de tendencia de final de año 2013
65	Moda	Tendencia de moda para final del año 2012, piezas modernas con lentejuelas	No	No	Mujer posando prendas de lentejuelas	Recuadro con información de ropa	No	Almacenes Siman	Vestido \$69, Anillo \$9 y Pulsera \$22	Mujer elegante con ropa de tendencia de final de año 2013
66	Moda	Tendencia de moda para final del año 2012, piezas modernas con lentejuelas	No	No	Modelo posando vestido de lentejuela	No	No	No	No	Mujer elegante con ropa de tendencia de final de año 2013

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
67	Moda	Tendencia de moda para final del año 2012, piezas modernas con lentejuelas	No	No	Fondo de locación	Entradillas, Recuadro con información de ropa	No	Mimi Boutique & Novias y Almacenes Sima	Vestido con diseño de tubo \$450 y tacón de aguja \$39	Texto de entrada que refiere al diseño de lentejuelas
68	Moda	Tendencia de moda para final del año 2012, piezas modernas con lentejuelas	No	No	Modelo posando ropa de tendencia	Recuadro con información	No	Diseños de Adolfo Domínguez y MNG	Chaqueta con tejido de hilo de plata \$179, Falda \$169 y Bufanda \$32	Mujer elegante con ropa de tendencia de final de año 2013
69	Moda	Tendencia de moda para final del año 2012, piezas modernas con lentejuelas	No	No	Rostro de mujer con maquillaje acorde a la temporada	No	No	No	No	Rostro de mujer
70	Moda	Tendencia de moda para final del año 2012, piezas modernas con lentejuelas	No	No	Mujer elegante vestida con un traje rojo de temporada	Recuadro con información de ropa	No	MGN y almacenes Siman	Vestido \$39, Cinturón \$49, Collar \$29 y Plataformas \$98	Elegancia de mujer vestida con ropa de temporada de fin de año



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
71	Moda	Tendencia de moda para final del año 2012, piezas modernas con lentejuelas	No	No	Modelo con ropa de tendencia, elegante	Recuadro con información de ropa	No	Mimi Boutique & Novias y MNG	Vestido \$450, Cubierto de lentejuelas \$59, Aretes \$39 y Brazaletes \$27	Elegancia de mujer vestida con ropa de temporada de fin de año
72	Belleza	Maquillaje Retro	No	No	Diferentes maquillajes	Titular y recuadros con información de productos	No	Almay y L'Bel	Sombras \$17, Labial \$27.10, delineador de ceja \$12 y blush \$22	Opciones de maquillaje para crear un tono retro y elegante en el rostro
73	Belleza	Maquillaje Retro	No	No	Diferentes maquillajes	Recuadro con información de productos	No	M.A.C	Lápiz de labio \$17, Delineador \$19 y sombras \$19	Opciones de maquillaje para crear un tono retro y elegante en el rostro
74	Belleza	Maquillaje Retro		No	Diferentes maquillajes	Recuadro con información de productos	No	Rouge Nude, M.A.C y Dior	Base \$49.50, delineador de ojos \$27 y Sombras \$66	Opciones de maquillaje para crear un tono retro y elegante en el rostro

<b>N° Pág.</b>	<b>Sección</b>	<b>Temas</b>	<b>Contenido de género Sí/No</b>	<b>Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No</b>	<b>Tipo de Fotografías</b>	<b>Infografía Sí/No</b>	<b>Publicidad Sexista Sí/No</b>	<b>Marcas</b>	<b>Productos Precios</b>	<b>Imagen que predomina</b>
<b>75</b>	Publicidad	Whirlpool	No	No	Hombre ofreciendo aparatos electrónicos	No	No	Whirlpool	Lavadoras, Refrigeradora, Cocinas y secadoras	Promoción de productos Whirlpool
<b>76</b>	Belleza	Maquillaje sensual con adaptación del ojo ahumado con el discreto brillo	No	No	Mujer con rostro maquillado con estilo de tendencia y fotografías diferentes productos de belleza	No	No	Artdeco	Sombras	Elegancia en la tendencia de ojos ahumados con la utilización del brillo
<b>77</b>	Belleza y publicidad	Cuidado de cabello	No	No	Utilización de láser en el cabello	No	No	No	Láser que actúa con rapidez la fibra capilar	Descripción de qué es y cómo se utiliza el láser capilar
<b>78</b>	Belleza	Áreas de descanso y belleza	No	No	Fotos de parte de Hotel Hilton Princess	No	No	Hotel Hilton Princess	Productos de cuidado de la piel	Ciaqua como centro de atención para el cuidado de la piel
<b>79</b>	Publicidad	Crema dental antisensibilidad	No	No	Crema dental	No	No	Sensodyne	Crema dental	Solución para reducir la sensibilidad dental

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
80	Publicidad	Cuidado de piel y cremas en fragancias	No	No	Mujeres con rostro bello	No	No	Shin Hair y Nails y Vogue	Cremas de rostro y cremas perfumadas	Solución a problemas de cutis y diferentes aromas en cremas para piel
81	Publicidad	Maquillajes	No	No	Mujer que luce un rostro bello	No	No	Artdeco	Maquillaje	Diferentes productos de Artdeco en maquillajes
82	Especial	Protagonistas 2012	No	No	No	Titular y entrada	No	No	No	Nombre de la sección y el nombre del especial
83	Especial	Protagonistas 2012	No	No	Evelyn García	Recuadro con información de Evelyn García	No	No	No	Evelyn García como protagonista del año 2012 como la tercera mejor del continente americano en los Juegos Olímpicos Londres 2012

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
84	Especial	Protagonistas 2012	No	No	Julian Assange, Jeremy Renner y Park Jae	Recuadro con información de Assange, Renner y Park Jae	No	No	No	Información de Julian Assange, Jeremy Renner y Park Jae como protagonistas del año 2012
85	Especial	Protagonistas 2012	No	No	Lorena Rojas	Información de Lorena Rojas como una mujer influyente del año 2012	No	No	No	Lorena Rojas como mujer influyente del año 2012 después de vencer el cáncer y de vencer el proceso de mastectomía
86	Especial	Protagonistas 2012	No	No	Hugo Chávez, Vicente Fernández y Sofía Vergara	Información de Hugo Chávez, Vicente Fernández y Sofía Vergara	No	No	No	Información de Chávez, Fernández y Sofía Vergara como protagonistas del año 2012

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
87	Especial	Protagonistas 2012	No	No	George Lucas y Selena Gómez	Información de George Lucas y Selene Gómez	No	No	No	George Lucas y Selena Gómez protagonistas del año 2012
88	Especial	Protagonistas 2012	No	No	Oscar Pistorius, Norman Quijano y Rey Juan Carlos	Información de Qujiano, Pistorius y Rey Juan Carlos	No	No	No	Información de protagonistas del año 2012: Quijano, Pistorius y Rey Juan Carlos
89	Especial	Protagonistas 2012	No	No	Gabrielle Douglas, Zara Hernández y Whitney Houston	Información de protagonistas 2012	No	No	No	Gabrielle Douglas, Zara Hernández y Whitney Houston, protagonistas del año 2012
90	Especial	Protagonistas 2012	No	No	Usain Bolt y María Isabel Rodríguez	Información de protagonistas 2012	No	No	No	Información del Usain Bolt y María Isabel Rodríguez, protagonistas del año 2012

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
91	Especial	Protagonistas 2012	No	No	Angélica Rivera y José Ángel Quirós	Información de protagonistas 2012	No	No	No	Información del por qué son protagonistas del año 2012
92	Perfiles	Perfil de Josefina Álvarez	No	No	No	Titular y entrada	No	No	No	Información sobre Josefina Álvarez, argentina de 33 años. Columnista de revista Mujeres
93	Perfiles	Perfil de Josefina Álvarez	No	No	Josefina Álvarez	No	No	No	No	Fotografía de Josefina Álvarez
94	Perfiles	Perfil de Josefina Álvarez	No	No	Accesorios de uso de Josefina Álvarez	No	No	No	No	Información sobre Josefina Álvarez, argentina de 33 años. Columnista de revista Mujeres

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
95	Beauty Tips y publicidad	Tips de maquillaje y de publicidad de Academia Europea		No	Fotografía de asesor de maquillaje profesional	Recuadro con información de tips	No	Max Factor	Maquillaje	Consejos de maquillaje y servicios de Academia Europea
96	Estilo	Organización y vanguardia de las tendencias	No	No	Novia en belén	Titular y entrada	No	No	No	Información de Belén Esquivel como organizadora de tendencias vanguardistas en boda
97	Estilo	Organización y vanguardia de las tendencias	No	No	Fotografías de diferentes profesionales para la organización de eventos	Recuadros con información de los profesionales en organización de bodas	No	No	No	Información de profesionales en organización de bodas

N° Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
98	Tienda de Diseño	PIPA. Unión de diseño y la ilustración en productos de telas y estampados	No	No	Diferentes accesorios en ilustración Pipa	Productos con estampados Pipa	No	The Carrot Concept	Cojines, Manta, Serigrafía en tela, collar y murales en mantas	Innovación en telas y otros accesorios con estampado moderno
99	Comida	Opciones de toque Francés	No	No	Fotografía de los tres postres mejores para fiesta navideña	No	No	Restaurante y pastelería Le Croissant	No	Delicias que acompañan la época navideña
100	Estilo	Arreglo de mesa para cena navideña	No	No	Mesa decorada elegante	Recuadros con información de lo básico en la decoración de la mesa	No	No	Porcelana china, platos, cubiertos, velas entre otros	Sugerencias de cómo decorar la mesa para la cena de navidad
101	Estilo	Arreglo de mesa para cena navideña	No	No	Mesa decorada elegante	Recuadros con información de lo básico en la decoración de la mesa	No	No	Porcelana china, platos, cubiertos, velas entre otros	Sugerencias de cómo decorar la mesa para la cena de navidad



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
102	Estilo	Colocación del nacimiento y decoración de casa	No	No	Casas arregladas con diferentes temáticas	No	No	No	Servicios de decoración a domicilio	Sugerencias para el arreglo de casa en navidad
103	Estilo	Colocación del nacimiento y decoración de casa	No	No	Nacimientos en porcelana	Recuadro con la información de cada producto	No	Pórtico Real, Sabores, Vidrio y BeModa	Nacimiento en resina \$40.50, Rey Herodes \$32, Niño Jesús \$12.85	Opciones de imágenes para decorar el nacimiento
104	Vitrina	Hotel Hilton Princess	No	No	Hotel Hilton	No	No	Hotel Hilton Princess	Servicio de hotel	Información de Hotel Hilton Princess, una opción para celebrar cualquier evento
105	Cocina	Guarniciones Navideñas	No	No	Fotografía de comida Guarniciones Navideñas	No	No	El Señor Tenedor	No	Cómo preparar Guarniciones Navideñas
106	Cocina	Ensalada de lechuga con aderezo/ Vegetales a la plancha	No	No	Fotografía de comida	No	No	No	No	Procedimientos para elaboración de ensalada y vegetales

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
107	Cocina	Fraisier de Chocolate	No	No	Fotografía de comida	No	No	No	No	Procedimientos para preparar Fraisier de chocolate
108	R.S.V.P	Apertura de nueva tienda de MANGO	No	No	Fotografías de apertura	Recuadros con nombres de asistentes a la apertura	No	Mango	Ropa y accesorios	Apertura de tienda Mango
109	R.S.V.P	Nueva imagen de PAYLESS	No	No	Fotografías de la jornada	Recuadros con nombres de asistentes	No	Payless	Zapatos	Remodelación de tiendas Peyless
110	R.S.V.P	Desfile Adolfo Domínguez	No	No	Asistentes al evento	Información de asistentes	No	Diseños Adolfo Domínguez	Ropa	Desfile Adolfo Domínguez en su colección otoño invierno 2012
111	R.S.V.P	Desfile Adolfo Domínguez	No	No	Asistentes al evento	Información de asistentes	No	Diseños Adolfo Domínguez	Ropa	Desfile Adolfo Domínguez en su colección otoño invierno 2012
112	R.S.V.P	Titos perfumes y cristales	No	No	Asistentes al evento	Información de asistentes	No	Titos perfumes y cristales	Perfumes y cristales	Aniversario de Titos perfumes

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
113	R.S.V.P	Tin Marin y el trabajo con los niños	No	No	Asistentes al evento	Información de asistentes	No	Clínica Láser	Museo infantil y Tratamiento para várices	Exposición de recorrido explicativo del museo
114	R.S.V.P	Chica CYZONE	No	No	Finalistas a chica CYZONE	No	No	CYZONE	Productos de belleza	Finalistas para chica CYZONE
115	R.S.V.P	Moda según SIMA	No	No	Asistentes al evento	No	No	Almacenes Siman	Ropa, carteras y accesorios	Moda desde la perspectiva de almacenes Siman
116	Libros	Libros vendidos más en diciembre de 2012	No	No	Libros	No	No	Librería La Casita	Libros	Tipo de lectura que cobro gran demanda entre los lectores salvadoreños
117	Cita con el arte	Información de festivales, conciertos y exposiciones	No	No	No	Publicidad de Modernos Relojos	No	Exclusive	Relojos	Publicidad de Relojos
118	Horóscopo	Horóscopo	No	No	Kate Holmes	Información de cada signo Zodiacal	No	No	No	Lectura del horóscopo

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
119	Directorio	Teléfonos y direcciones de tiendas de ropa	No	No	Mujer vestida con tendencia de princesa	Información de tiendas y otros	No	Adolfo Domínguez, Almacenes Siman, El señor tenedor, Ferrer Igoa, Kapricho, Mimi Boutique, Nine West, Zara etc.	Ropa, carteras y accesorios	Directorio telefónico de tiendas con ropa, zapatos, y accesorios para mujer
120	Coctel	Información breve de modas a nivel internacional	No	No	Diversas actividades o celebraciones	Recuadros con información de eventos	No	No	No	Curiosidades de la moda a nivel mundial
121	Coctel	Información breve de modas a nivel internacional	No	No	Diversas actividades o celebraciones		No	No	No	Curiosidades de la moda a nivel mundial
122	Caprichos	Combinación de cartera con zapatos	No	No	Zapato y cartera	Información de productos	No	Nine West y plataformas de Franco Sarto	Bolso \$89 y Plataforma \$129	Combinación que no puede faltar en una mujer, zapatos y cartera
123	Publicidad	Mike Mike	No	No	Carteras	No	No	Mike Mike	Carteras de mujer	Productos Mike Mike como opción de regalos de navidad
124	Contraportada	Pollo Indio	No	No	Publicidad Pollo Indio	No	No	Pollo Indio	Pollo	Productos Pollo Indio

3.8 Nombre de revista: **ELLA**  
 Edición: **Diciembre 2012**  
 Medio: **La Prensa Gráfica**

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
1	Portada	Contenido de la revista	No	No	Modelo con vestido de noche	No	No	No	No	Modelo de portada
	Publicidad	Cremas	No	No	Modelo posando con apariencia joven	No	No	AVON Anew Ultimate75	Crema antiarrugas	La mujer y su rostro joven
	Publicidad	Cremas	No	No	Rostro de modelo	No	No	AVON Anew Ultimate75	Crema antiarrugas	Rostro de mujer joven
2	Publicidad	Carteras para navidad	No	No	Rostro de modelo admirando las carteras	No	No	Mike Mike	Carteras para dama	Rostro de modelo Carteras para dama
3	Publicidad	Mujer que luce bonita	No	No	Modelo luciendo el concepto de la empresa	No	No	SIMÁN	No	Modelo posando
4	Contenido	Contenido en general de la revista	No	No	Modelos de pasarela Zapatos y accesorios	No	No	No	No	Modelos de pasarela
5	Publicidad	Cremas y perfume	No	No	No	Cremas, gel de ducha de baño y flores	No	Lóccitane	Cremas, gel de ducha de baño y flores \$12.00	Cremas, gel de ducha de baño y flores

N° Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
6	Directorio	Grupo Editorial de la revista de Cartas de suscripto	No	No	No	Portada edición especial (anterior)	No	No	No	Texto del directorio
7	Publicidad	Ropa de marca	No	No	Dos mujeres posando con ropa de marca	No	No	Pierre cardin	Ropa de marca	Modelos posando con la ropa
8	Ella Plus	Comentarios de lectoras a través de los diferentes medios en la web	No	No	Foto de modelo de la portada	No	No	No	No	Modelo de portada
9	Ella Beauty	Sección que comparte tips de maquillaje para fiestas navideñas	No	No	Foto en primer plano de rostro de mujer	No	No	No	No	Rostro de mujer en primer plano
10	Beauty/ Tips	Fusión de color en tu mirada y peinados para rato	No	No	Rostros de mujer y maquillajes	Recuadros con información de colores	No	Las ProLongwear Eyeshadow del MAC y Almacenes Siman	Maquillaje \$24.00	Colores de maquillaje que concede el glamour para la temporada navideña

N° Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
11	Publicidad	Nine West fall 2012. Ropa, cartera y accesorios	No	No	3 mujeres en un plano amplio que se encuentran sentadas	No	No	Nine West	Tiendas Nine West	Promoción de productos Nine West
12	Beauty/ Make up	Opciones de maquillaje	No	No	Diferentes maquillajes (polvos, sombras, delineador, base, rímel y lips gloss)	Recuadros con información de cada uno de los maquillajes	No	Rubor Almay Max Factor L·Oreal y Almacenes Siman	Maquillajes \$10.95, \$7.50, \$27.00, \$20.00, \$12.90, \$9 y \$13.75	Utilización de productos de belleza para realzar belleza
13	Publicidad	Zapatos deportivos	No	No	Zapato deportivo	Desierto y almohadas	No	Aasics y Sportline América	Zapatos	Amortiguación de un buen zapato deportivo
14	Beauty/Tips	Consejo de nutrición, Tips de esmaltes de uñas Tintes y cortes de cabello	No	No	Foto de nutricionista, de esmaltes de uñas y enseñando mujer a hacer el cabello	Recuadro con información nutricional y de esmaltes de uñas	No	Revlon Amarello salón spa	No	Motivación a una buena alimentación y el uso de esmaltes de uñas y tintes que están acordes a la temporada navideña

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
15	Publicidad	Guess. Ropa	Si	Art.8 (LEPVLV)	Mujer semidesnuda mostrando productos	No	Si	Guess	Zapatos y bolso Guess	Mujer promoviendo de manera semidesnuda cartera y zapatos de marca Guess
16	Beauty/ Body	Liposucción sin cirugía	Si	Art. 8 y 9 (LEPVLV)	Mujer mostrando abdomen	Muestra liposucción en pompis	Si	Clínica Línea y Figura	Liposucción sin cirugía	Poseer una figura sin imperfecciones
17	Publicidad	Clínica Línea y Figura	Si	Art. 9 (LEPVLV)	Colash de fotografías de los servicios de la clínica	Recuadros con los servicios de clínica	No	Clínica Línea y Figura	\$99.00 masajes + 20 vendas frías	Tratamientos para mantener una buena figura
18	Beauty/ Novedades	Productos nuevos en el mercado	No	No	Diferentes productos fragancias, rímel, cremas, bases liquidas	Recuadros con información de los productos	No	Covergirl y olay han, Lavande, L'Occitane, Calvin Klein	Bases, fragancias, rímel	Obtención de diferentes productos de marcas
19	Publicidad	Joyas Ferrer-Igoa	No	No	Una copa con joyas dentro	No	No	Ferrer- Igoa	Joyas	Promoción de la marca Ferrer-Igoa
20	Beauty/ Novedades	Productos nuevos en el mercado	No	No	Diferentes productos fragancias, rímel y gel para hidratación	Recuadros con información de los productos	No	Marc Jacobs, L'Occitane, Revlon y almacenes Siman	Ropa	Estar a la vanguardia con la compra de las novedades del mercado



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
21	Publicidad	Wear Your Voice, New York	No	No	Una pareja vistiendo ropa negra de marca	No	No	Wear Your Voice	Ropa y zapatos	Uso de ropa y zapatos marca Wear Your Voice
22	Beauty/ De mujer a mujer	Tips para lucir un rostro radiante en navidad	No	No	Mujer luciendo rostro hidratado	No	No	No	No	Consejos para mantener un rostro resplandeciente y terso
23	Beauty/ De mujer a mujer y Publicidad	Complemento del artículo Tips para lucir radiante y Publicidad Academia Europea	No	No	No	Si	No	No	Clínica Poison Nail y Beauty y Academia Europea	Realizar curso en Academia Europea para aprender otro idioma
24	Finanzas	Consejos para salir a flote con las cuentas en navidad	No	No	No	Moneda flotando en agua	No	No	No	Consejos financieros para las fiestas navideñas
25	Publicidad	Ropa interior de mujer Lovable	Si	Art. 8 (LEPVLV)	Mujer vestida únicamente con ropa interior	No	Si	Lovable	Ropa interior	Utilización de ropa interior marca Lovable

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
26	Beauty/ A fondo	Tema de artículo "Vive la esencia de la navidad"	No	No	No	Figura de un pesebre	No	No	No	Recordar la esencia de la navidad desde el punto de vista religioso
27	Beauty/ A fondo y Publicidad	Complemento de artículo "Vive la esencia de la navidad"	No	No	No	No	No	Skin-RT	Productos para piel	Cuido de la piel
28	Beauty/ A fondo y Publicidad	Complemento de artículo "Vive la esencia de la navidad"	No	No	Niño tocando un regalo y viendo un árbol de navidad	No	No	No	No	La inocencia de un niño observando un árbol de navidad y obteniendo un regalo
29	Publicidad	Pizza Hut	No	No	Dos mujeres sonriendo	No	No	Pizza Hut	Pizza Hut	Publicidad de Pizza Hut que en navidad significa compartir
30	Beauty/ A fondo y Publicidad	Complemento de artículo "Vive la esencia de la navidad"	No	No	Familia cenando en navidad	Recuadro con 5 valores de la época navideña	No	No	No	El texto del artículo que motiva a valorar la época navideña

N° Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
31	Ella Fashion	Temas de la sección	No	No	No	Cartera de moda	No	No	No	Accesorios que están brillando para navidad
32	Ella Fashion8/ Look de diva	Accesorios de moda	No	No	Mujer parada vestida de manera elegante y a la moda	Accesorios	No	Almacenes Sears	Precios de accesorios que van desde \$9.50 a \$99.99	Compra de accesorios de moda
33	Publicidad	Shampoo	No	No	No	Shampoo	No	FirenZe	Shampoo-Conditioner	Artículo para el cuidado de cabello de la mujer
34	Fashion/ Tendencias	Colección GOLD	No	No	Mujer pasarela en	Ropa, Zapatos y accesorios	No	Colección del diseñador italiano Roberto Cavalli	Ropa, zapatos y accesorios de \$32 a \$139	Colección del diseñador italiano Roberto Cavalli
35	Publicidad	Trajes para ejercicios de natación	No	No	Mujer deportista	No	No	Speedo	Trajes para ejercicios de natación	Motivar a la mujer a realizar el ejercicio de la natación para estar en una figura y cuerpo delgado

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
36	Fashion/ Accesorios	Zapatos básicos para la temporada navideña	No	No	Zapatos de damas	Recuadros con información de zapatos de temporada	No	Nine West y MD	Zapatos	Variedad de zapatos de dama para la temporada navideña
37	Fashion/ Accesorios	Carteras de noches	No	No	Variedad de carteras de noches	Recuadro con información de cartera de noche para damas	No	Mike Mike y Nine West	Carteras de noches	Carteras de noche que pueden ser utilizadas por las mujeres como complemento de temporada
38	Fashion/ Buy it	Nueva colección de Guess "Black and White"	No	No	No	Ropa, Cartera y Lentes	No	Guess	De \$96 a \$176	La nueva colección de la marca Guess en color negro y blanco para ropa, carteras y accesorios
39	Publicidad	Productos Revlon	No	No	Mujer mostrando rostro maquillado	Maquillaje	No	Revlon	Maquillaje Revlon	Utilizar producto Revlon en los maquillajes para lucir una textura sedosa en el rostro

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
40	Fashion/ Pasarela	Moda de París	No	No	Mujeres en pasarela modelando vestidos diferentes de ocasiones	Recuadros con información de cada uno de los vestidos de los modelos	No	No	Vestidos	La moda existente en París en la época de Navidad
41	Fashion/ Pasarela y publicidad	Complemento de moda de París y publicidad de Giurella	No	No	Mujeres en pasarela modelando vestidos diferentes de ocasiones y de mujer de publicidad mostrando una letra G	Recuadro	No	Giurella	Vestidos de pasarela	Complemento de la moda en París y publicidad de Giurella que hacen auténtica a la mujer
42	Fashion/ Buy it	Estilos de ropa, zapatos y accesorios juveniles	No	No	Variedad de ropa, zapatos y accesorios juveniles	Recuadros con precio y estilo de cada prenda	No	Kanneth Coley	Camisa, carteras, zapatos y accesorios	Presentan ropa y accesorios para jóvenes y los colores de temporada adecuados para Navidad
43	Publicidad	Cerveza	No	No	No	Cerveza	No	ILC	Cerveza Suprema	Cerveza Suprema

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
44	Fashion/ Figura Real	Vestidos para diferentes estilos de cuerpos de mujer	Si	Art. 8 (LEPVLV)	No	Vestidos	Si	No	Productos de Carlos Herrera Boutique	4 maneras diferentes de hacer destacar la figura de la mujer (de acuerdo al tipo de cuerpo que la mujer posea)
45	Publicidad	Perfumes y cristales	No	No	Fotografía de Titos Perfumes y cristales	No	No	Titos perfumes y cristales	Perfumes y cristales	Celebración del primer aniversario de Titos perfumes y cristales
46	Style & Living / Coaching	Artículo de aceptación propia	No	No	Fotografía de escritora	No	No	No	Sheila Morataya, Experta en coaching	Consejos para mantener una buena autoestima
47	Publicidad	Cuidado de piel	No	No	Mujer mostrando rostro	Caja de tabletas de perfectil	No	Perfectil	Tableta para el cuidado de piel, cabello y uñas	Publicidad de tableta para el cuidado de piel, cabello y uñas
48	Olidas/ Fashion	Tendencia de ropa para la temporada navideña	No	No	No	No	No	No	No	Portado de sección

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
49	Olidas/ Fashion	Vestido de tendencia navideña	No	No	Modelo mostrando vestido, cartera y accesorios de temporada	Pie de foto	No	Mimi boutique y park avenue	Vestido, aretes y carteras	Vestido color blanco hecho en pedrería y cristales, como tendencia de última moda
50	Olidas/ Fashion	Vestido de tendencia navideña	No	No	Mujer modelando vestido de noche	Pie de foto	No	Mimi boutique y park avenue	Vestido, aretes y zapatos	Vestido en color negro con detalle en pedrería en color plata y plumas, como tendencia de última moda
51	Olidas/ Fashion	Vestido de tendencia navideña	No	No	Mujer modelando vestido de noche	Pie de foto	No	Kalas Brida-Boutique	Vestido, aretes y carteras	Vestido de una manga de lentejuelas blancas y doradas, última moda
52	Olidas/ Fashion	Vestido de tendencia navideña	No	No	Mujer modelando vestido de noche	Pie de foto	No	Mimi boutique y park avenue	Vestido, aretes y carteras	Vestido de noche como tendencia de última moda
53	Olidas/ Fashion	Vestido de tendencia navideña	No	No	Mujer modelando vestido de noche	Pie de foto	No	Kalas Brida-Boutique	Vestido y aretes	Vestido de noche como tendencia de última moda

N° Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
54	Olidas/ Fashion	Vestido de tendencia navideña	No	No	Mujer modelando vestido de noche	Pie de foto	No	Kalas	Vestido y aretes	Vestido de noche como tendencia de última moda
55	Olidas/ Fashion	Vestido de tendencia navideña	No	No	Mujer modelando vestido de noche	Pie de foto	No	Mimi boutique y park avenue	Vestido y aretes	Vestido de noche como tendencia de última moda
56	Fashion/ Accesorios	Accesorios exclusivos	No	No	Collares	Recuadro con información y precios de collares	No	Pitas y nudos, San Benito	Collares \$59.75, \$122.00, \$45, y \$240.00	Complemento de elegancia con collares exclusivos
57	Publicidad	Leche	No	No	Fotos de diferente botes de leches	No	No	Salud	Leches	Publicidad de leche Salud
58	Fashion/ Accesorios	Accesorios	No	No	Foto de ropa y accesorios	Recuadros con información de accesorios	No	Almacenes Simán	Zapatos, Ropa, Aretes y accesorios	Look 2013 para que la mujer este a punta con la moda en las fiesta de fin de año de 2012



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
59	Fashion/ Accesorios	Accesorios	No	No	Ropa, carteras, accesorios y ipad touch	Recuadros con información de accesorios	No	Almacenes Simán	Camisa \$65, cartera \$79, Brazaletes \$17.50, Zapatos \$79 y ipad touch \$449	Obtener elementos básicos para la temporada 2013
60	Fashion/ Regalos para él	Corbatas para hombres	Si	Art. 8 y 9 (LEPVLV)	Corbatas de hombres	No	Si	Kenneth Cole	Kenneth Cole \$39 y \$49	Corbatas como accesorios que permiten acentuar al hombre carácter y estilo al vestir
61	Publicidad	Zapatos para jugar futbol	No	No	Zapatos para jugar futbol	No	No	Sportline América	Swiss Sport Corp	Publicidad de Sportline América
62	Fashion/ Regalos para él	Reloj para hombre	Si	Art.8 y 9 (LEPVLV)	Reloj	No	Si	Hamilton	Reloj Hamilton \$1,295, reloj en agujas de oro \$2,190.00	Cuatro opciones de reloj para hombres que son el accesorio que les da un sello personal
63	Publicidad	Salud Cardíaca y vascular	No	No	Doctor	No	No	Baptist Health International	Salud cardíaca y vascular	Información sobre salud cardíaca y vascular

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
64	Fashion/ Regalos para él	Cinchos y billeteras	No	No	Cinchos y billeteras	Recuadros con información de cinchos y billeteras	No	Mike Mike y Kenneth Cole	Cincho \$15.90, Funda ipad \$59 y billetera \$42	Accesorios que hombres modernos utilizan para estar a la moda con su imagen
65	Publicidad	Lavadoras	No	No	Un hombre mostrando lavadoras	No	Si	Whirlpool	Lavadoras	Hombre ofreciendo lavadoras para simplificar la vida de la mujer
66	Fashion/ Regalos para él	Fragancias	Si	Art. 8 y 9 (LEPVLV)	Fragancias de hombres	Recuadros con información de fragancias	Si	Chrome, Zippo y Hallow	Chrome Summer \$55.60, Vetyver Eau \$52.50, Zippo \$ 58	Fragancias que se encargan de transmitir a través del aroma el estilo del hombre
67	Publicidad	Variedades Génesis	No	No	Diferentes accesorios almacenes Génesis	Recuadros con información	No	Almacenes Variedades Génesis	Almacenes de variedades	Publicidad de almacenes Génesis
68	Fashion/ Tres para las seis	Consejo de autoestima	No	No	Fotografía de escritora de artículo	Circulo que muestra la información de un programa de radio	No	No	No	Lectura sobre la autoestima como desarrollo a cómo enfrentar la vida

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
69	Style & Living / Sazones	Portada de sección de cocina	No	No	Plato de comida	No	No	No	Comida	Portada de sección de arte culinario
70	Style & Living/ Personaje	Complemento del artículo del historial cinematográfico del actor Daniel Craig	No	No	Fotos de Daniel Craig	Circulo que muestra información de actor	No	Hollywood	Películas grabadas por Daniel Craig	Información bibliografía de Daniel Craig como actor de cine
71	Style & Living/ Personaje	Historial cinematográfico del actor Daniel Craig	No	No	Fotos de Daniel Craig	Circulo que muestra información de actor	No	Hollywood	Películas grabadas por Daniel Craig	Información bibliografía de Daniel Craig como actor de cine
72	Style & Living/ Personaje	Historial cinematográfico del actor Daniel Craig	No	No	Fotos de Daniel Craig	Circulo que muestra información de actor	No	Hollywood	Películas grabadas por Daniel Craig	Información bibliografía de Daniel Craig como actor de cine
73	Publicidad	Reducción de peso	Si	Art. 8 y 9 (LEPVLV)	Fotografías de clínica Lain	Información de los servicios de Lain	Si	Clínica LAIN	Servicios para adelgazar	Utilizar los servicios de clínica LAIN para mejorar la imagen a través de mantener un cuerpo delgado

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
74	Agenda ELLA	Actividades culturales para diciembre de 2012	No	No	Actividades culturales	Información de las actividades	No	No	Conciertos, Teatro y cine	Actividades que se pueden disfrutar en el mes de diciembre de 2012
75	Publicidad	Tienda Morena	No	No	Artículos de hogar	No	Si	Tienda Morena	Artículos de hogar	Artículos del hogar que están a la venta en tienda Morena
76	Ella Stvlelist	Variedades	No	No	No	Información de película, artistas y música	No	No	No	Información de conciertos de fin de año y de películas del año 2013
77	Ella Stvlelist	Complemento de sección y publicidad de Avon	No	No	Rostro de mujer	Información de variedades	No	Avon	Fragancias	Promoción del sorteo de la revista Ella y Avon
78	Style/ Tecnología	Productos tecnológicos para el año 2013	No	No	Últimas novedades en computadoras	No	No	Apple tv, Tablets, Ipad y Padphone	Computadoras de última tecnología	El fin de año presenta los productos nuevos para el año 2013 que estarán disponibles en las tiendas de El Salvador

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
79	Style/ Decotrend	Lámparas para decorar el hogar	No	No	Variedad de lámparas	No	No	Almacenes Simán	Lámparas \$120, \$129 y \$52	Diferentes estilo de lámparas que ayudan a dar calidez en diferentes áreas del hogar
80	Style & Living/ New	Entrevista con una mujer empresaria	No	No	Foto de Nell Merlino, presidenta de Count Me In	No	No	No	No	Entrevista que da a conocer la historia de cómo Nell se supero y busca que su ejemplo sirva para motivar a las mujeres a hacer negocios
81	Style & Living/ New	Complemento de entrevista con una empresaria	No	No	Nell Merlino dando conferencia	Recuadro con opiniones de el testimonio de Nell Merlino	No	No	No	Entrevista que da a conocer la historia de cómo Nell se supero y busca que su ejemplo sirva para motivar a las mujeres a hacer negocios

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
82	Style & Living/ New	Complemento de entrevista con una empresaria	No	No	Fotografía de Nell Merlino	No	No	No	No	Entrevista que da a conocer la historia de cómo Nell se supero y busca que su ejemplo sirva para motivar a las mujeres a hacer negocios
83	Style & Living/ New	Lucha contra el cáncer y publicidad	No	No	Mujeres caminando y de publicidad Ruth y Chris	No	No	Avon	No	Solidaridad de las mujeres con otras que sufren la enfermedad del cáncer en el seno
84	Style & Living/ New	Diferentes actividades para el nuevo año 2013	No	No	Rostro de mujeres	No	No	No	No	Pequeños artículos que hablan de propósitos y consejos para el nuevo año 2013
85	Style & Living/ New	Diferentes actividades para el nuevo año 2013	No	No	Rostro de mujeres	No	No	No	No	Pequeños artículos que hablan de propósitos y consejos para el nuevo año 2013

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
86	Style/ Living/ Sazones	Recetas de cocina	No	No	Platillo decorado	Circulo con información culinaria	No	Hotel Crowne Plaza	Comida	Forma de preparación del lomito de res con costra campesina sobre raviolis de queso y salsa de oporto para la navidad
87	Style/ Living/ Sazones	Recetas de y cocina publicidad	No	No	Platillo decorado	Recuadro que muestra información de producto	No	Asalbar	Comida	Forma de preparación del lomito de cerdo relleno de ciruela pasa, hongos y apio en salsa de Jamaica
88	Style/ Living/ Sazones	Recetas de cocina	No	No	Platillo decorado	Circulo que muestra tips para el platillo a degustar	No	Hotel Sheraton Presidente	Comida	Manera en la que se cocina y los ingredientes para una chuletas de cerdo en salsa de manzana
89	Style/ Living/ Sazones	Recetas de cocina	No	No	Platillo decorado	Recuadro que muestra información de producto	No	Hotel Sheraton Presidente	Comida	Medallones de pato en néctar de rosa de Jamaica como opción para la noche de navidad

N° Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
90	Boda/ La receta del chef	Información del chef Juan Salomón Miguel	No	No	Fotografías del chef Salomón	No	No	Restaurante el Caminito Chocos	Restaurante	El chef Juan Salomón Miguel
91	News	Últimas tendencias en moda y publicidad	No	No	Modelos en pasarela y botes de leches	No	No	Adolfo Domínguez y leche salud	Ropa y leches	Solidaridad de parte de José Domínguez en la lucha contra el cáncer y los productos de leche salud
92	News	Look de fiesta	No	No	Zapatos y carteras	No	No	Nine West	Zapatos y Carteras	Nine west como parte de la temporada para la celebración navideña
93	News	Más de moda y publicidad	No	No	Modelos en pasarela y de publicidad de Revlon	No	No	Almacenes Simán y Revlon	Ropa y maquillaje	Últimas tendencias en la moda para las mujeres, hombres y niños; maquillaje de larga duración para lucir un rostro perfecto



Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
94	News	Últimas tendencias en moda y publicidad	No	No	Modelo mostrando un cabello delicado	No	No	FirenZe	Shampoo y acondicionador para el cuidado del cabello	Cuidado del cabello para protegerlo y preservar el color de los tintes
95	News	Celebración de aniversario	No	No	Fotografías del evento	No	No	Titos perfumes y cristales	No	Las actividades que se realizaron con motivo de celebrar el 1er aniversario de la tienda Titos perfumes y cristales
96	News	Variedades	No	No	Ganadoras de concursos	No	No	Divisa, Diadora, Elizabeth Arden y Cyzone	Ropa deportiva, accesorios de mujer y fragancias	Información variada de las actividades que se realizan como: concursos y presentación de nuevos productos
97	Punto de compras	Publicidad	No	No	No	Diferentes anuncios y sus servicios	No	Clínicas para mejorar el cuerpo de la mujer	Clínica de radiología, Clínica Laser, Clínica Dermalaser	Anuncios que muestran a la mujer las diferentes opciones para mejorar su figura

Nº Pág.	Sección	Temas	Contenido de género Sí/No	Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer Sí/No	Tipo de Fotografías	Infografía Sí/No	Publicidad Sexista Sí/No	Marcas	Productos Precios	Imagen que predomina
98	News	Variedades	No	No	Fotografías de eventos	Recuadros con información	No	Revista Ella y Lóccitane	No	Diversas actividades que realiza la revista Ella junto a otras instituciones
99	Publicidad	Publicidad	No	No	Mujeres comprando	Información con varias tiendas de compras	No	Mango, Nine West, Sportline entre otros.	Ropa, zapatos y accesorios	Suscripción a la revista Ella y descuentos que obtendrá en 30 % en las tiendas que se promocionan en la revista
100	Publicidad	Publicidad	No	No	Foto de mujeres en fiesta de noche	No	No	Md	Zapatos	Con la compra de productos MD las mujeres están a la moda IN

### 3.9 Análisis, revista Diciembre.

La revista Mujeres de El Diario de Hoy que corresponde al mes de diciembre del año 2012, en su año 11, número 121 contiene secciones como: Editorial, Correo, Agenda, Vitrina, Copia el look, Moda, Enredos Femeninos, De Etiqueta, especial, perfiles, Beauty Tips, Estilo, Cocina, R. S.V.P, Libros, Cita con el Arte, Directorio, Coctel y caprichos.

Contiene en su publicación el especial "PROTAGONISTAS DEL AÑO 2012", destacan a 20 personas (mujeres y hombres) que sobresalieron a nivel nacional e internacional como portadores de cosas buenas y malas; entre ellos: Hugo Chávez, George Lucas, Lorena Rojas, Julian Assange, Angélica Rivera, etc.

Entre la moda en ropa y zapatos que presenta la revista están las tendencias: Animal Print, El negro como color infaltable en el armario, piezas con estilo en colores beige combinado con transparentes cargados con lentejuelas y la tendencia llamada: Villanas y princesa.

La edición también presenta recomendaciones de cómo preparar el atuendo navideño para el hogar, el nacimiento y la forma en la cual se debe decorar la mesa para la cena de noche buena.

Marcas de tiendas y almacenes de prestigio ofrecen cada uno de los productos que presenta las revistas como: Almacenes Siman, Prisma Moda, Centro Comercial Galerías, Productos Cover Girl, L'Occitane, Tous, Pierre Cardin, Adoc, Steve Madden, Nine West, Mulco, Tienda Morena, Mike Mike.

Otros como: Clínica Línea y Figura, Hotel Hilton Princess San Salvador, Librería La Casita y Centro habitacional Santa Rosa ofrecen sus servicios en productos relacionados con belleza corporal, descanso u ofreciendo literatura de moda entre los salvadoreños.

La revista Mujeres, a diferencia del ejemplar de La Prensa Grafica, en su contenido informa a sus lectoras del libro o los libros que más se están comprando por parte de la población salvadoreña; también brinda una cartelera de eventos culturales para que cada mujer que se informe por medio de estas revistas pueda asistir.

La revista Ella, publicada por La Prensa Grafica, correspondiente al mes de Diciembre del 2012, contiene: Ella Plus, Ella/Tipos, Beauty/ Make Up, Beauty/ Body, Beauty/ Novedades, Beauty/ De Mujer a Mujer, Finanzas/ Presupuesto, Beauty/ A fondo, Ella/Fashion, Fashion/ Look de Diva, Fashion/ Tendencias, Fashion/ Accesorios, Buy it, Fashion/Pasarela, Fashion/ Figura Real, Style & Living, Olidas/ Fashion, Personaje, Stvlelist, New, Sazones, Tecno, Decotrend y News, secciones que muestran lo relacionado en moda y otros de temas de mujer.

Sin embargo esta revista contiene una sección para caballeros "Regalo Para Él" en las cuales existen algunos titulares o texto en los cuales se muestra contenido de género en una clara referencia de colocar al hombre en una posición mayor a la mujer a través de un atributo. Violentando de esta manera el artículo No. 8 y 9 de la "Ley especial para una vida libre de violencia".

También existe la presencia de publicidad sexista en marcas como: Guess, Lovable, Almacenes Morena y Clínica Línea que a su vez violan los mismos artículos de la referida ley en prevención contra la violencia hacia la mujer.

Dentro del contenido de la revista se encuentran secciones y suplementos dedicados a los tipos de tendencia de navidad; ropa, accesorios, carteras, zapatos y maquillaje: Casual, Lentejuelas, Black and White y Rojo Pasión.

Se presentan los siguientes artículos: Cómo eliminar grasa, Tips de cómo lucir un rostro radiante en navidad, consejo financiero, la verdadera esencia de navidad, Tema de autoestima, ejemplos de mujeres emprendedoras y temas cortos en solidaridad con la lucha del cáncer,

Las revistas contienen fotografías diferentes sin embargo ambas destacan la belleza de la mujer en la temporada navideña o de Noche Buena. Comparten al interior de su portada la publicidad de la marca Avon Anew Ultimate.

Las marcas de los productos que se presentan por ambas revistas Son: Centro Comercial Galerías, Torre Futura, Park Avenue, MANGO, ADOC, Pierre Cardin, CHANEL, Marc Jacobs, Adolfo Domínguez, Clínica Línea y Figura, Steve Maden, Nine West, Prisma Moda, SIMAN, AVON, Max Factor, Pull and Bear, Mike Mike, La Constancia, Academia Europea, Naturalizer, Vogue, Olay, Lacoste, Guess, Casa de Oro, Saba, Mimi Boutique & Novias, Revlon, TREZZA, Juan Carlos Tobar Joyería, Hotel Crowne Plaza, Tienda Morena, Le croissant, Librería la Ceiba, Tiendas Max, entre otras que son promocionadas como sugerencias para las lectoras.

Los precios de los productos en las revistas van desde \$9.99 a \$450.00, y otros desde \$150 hasta \$2,190.00; Cada producto que se muestra en las revistas contiene a través de un recuadro la información de dónde se puede adquirir dicho artículo y por medio de la utilización de esta infografía que las mujeres quedan más informadas de los productos que

la revista ofrece sean estos para el cuidado de piel, accesorios de belleza, maquillajes, ropa, zapatos, carteras y accesorios.

La infografía en ambas revistas se utiliza para dar más vistosidad a las secciones, titulares y entradillas, esto como efecto de gancho y generar el interés del público, en este caso las mujeres, para motivar a la lectura completa de las ediciones de cada una de los medios de comunicación.

Las imágenes que predominan en las revistas son mujeres vestidas a la moda con ropas finas que las hacen lucir elegantes y bellas. Atuendos ligados a la temporada navideña sea esta Print Animal, Utilización del color negro o aquellos más finos que poseen transparencia y resaltan con lentejuelas.

En las imágenes dominantes aparece la publicidad de cada uno de los clientes de los ejemplares de La Prensa Gráfica y El Diario de Hoy ofreciendo productos y servicios de marcas.

## CAPÍTULO IV

### **4.1 INTERPRETACIÓN DE DATOS.**

En el análisis comparativo de las Revistas ELLA de La Prensa Gráfica y MUJERES de El Diario de Hoy sobre la imagen que presentan de la mujer salvadoreña en el período de octubre a diciembre 2012, se encontró que:

*Las fotografías* que presentan en cada una de sus ediciones es, en su mayoría, para la publicidad de productos o servicios que son parte del segmento de anunciantes enfocados a la mujer salvadoreña, ofreciendo una gama de artículos, entre ellos: ropa de marcas prestigiosas, maquillaje para uso profesional, zapatos, carteras, bolsos y accesorios que siempre van dirigidos a las tendencias establecidas como “modas” en su contenido.

Otro de los usos que se les da a las fotografías en estas revistas, es hacer referencia a las personas de las cuales se está escribiendo en los artículos o dando realce en los textos que, en general, son mujeres.

*La infografía* es un elemento que se utiliza como complemento para las fotografías, pues éstas brindan información de los productos o servicios que se mencionan en cada una de las revistas analizadas, dando precios, direcciones donde se pueden adquirir los productos, nombres de las marcas, teléfonos y descripciones en general de los artículos de compra. También la infografía es tomada como un recurso para dar protagonismo a los nombres de las secciones, temas o titulares de los artículos, entradillas en el texto y recuadros que destacan una información en particular.

*Publicidad Sexista:* a través del estudio comparativo de las revistas Ella y Mujeres, se determinó que en las ediciones de octubre y noviembre, no existe el uso de publicidad

sexista, sin embargo en el ejemplar de la revista Ella del mes de diciembre, sí se encuentra publicidad sexista que utiliza la imagen de la mujer para vender productos de ropa interior, mostrando a la mujer como un objeto de seducción al usar ropa interior de la marca Lovable.

Otra de las maneras de utilizar publicidad sexista en esta misma edición, es el artículo de la página 16, cuando se emplean adjetivos y frases que discriminan al género femenino por poseer un cuerpo diferente al llamado “cuerpo perfecto”, por ser “delgado”. En este caso, también acompañan el artículo con una fotografía donde la modelo delgada muestra parte de su abdomen simulando exceso de grasa y que debe eliminarlo sin esfuerzo a través del método de liposucción sin cirugía. Esta fotografía es muestra que la publicidad sexista induce a las adolescentes mujeres a la anorexia, bulimia y otros trastornos mentales que se derivan por sentirse avergonzadas al no entrar en el estándar del cuerpo que toda mujer sueña tener y ser delgada.

La publicidad sexista continúa en la página 60, 62 y 66 de esta edición, donde se muestra que la mujer está subordinada al hombre, ya que estos textos transmiten que el hombre al utilizar corbatas, reloj y fragancias, obtienen carácter y sello personal presentándolos como superiores al momento de utilizar estos elementos.

Temas:

Con relación a la clasificación de temas que se encontraron en ambas revistas se pueden generalizar en los siguientes:



MUJERES (Octubre) – En esta edición se presenta la tendencia de moda para otoño 2012 con el uso de chaquetas y ropa de uso en general. Asimismo se retoma el tema de la lucha contra el cáncer y se da protagonismo a mujeres que han logrado vencer esta enfermedad.

ELLA (Octubre) – La preparación de la boda perfecta, donde se incluyen temas desde cómo elegir el vestido ideal hasta el lugar donde se llevará a cabo la luna de miel.

MUJERES (Noviembre) – Dentro de esta edición se encuentra información sobre las tendencias para la navidad para vestirse de forma elegante así como un suplemento especial por el decimo aniversario de la revista en la cual presenta la biografía de 101 Salvadoreñas que han triunfado en el extranjero.

ELLA (Noviembre)– En el contenido de esta se encuentra información especial sobre la enfermedad del cáncer desde como diagnosticarla hasta como superarla, así mismo se presenta las tendencias para vestir a la moda con la finalidad de apoyar a las mujeres que padecen la enfermedad del cáncer y también se encuentra las tendencias a utilizar para una fiesta de graduación.

MUJERES (Diciembre) – Este ejemplar trata una variedad de tendencia de ropa, entre ellas el uso de los jeans con tonos blancos, la moda Animal Print y la tendencia que deriva de los cuentos de princesa. La edición presenta un especial de protagonistas que marcaron con lo bueno o lo malo el año 2012, entre ellos resalta, Julia Evelyn García, Julian Asange, Hugo Chávez, entre otros.

ELLA (Diciembre) – Esta revista da a conocer diferentes tendencias en ropa, zapatos, artículos, accesorios para las fiestas navideñas. Existen pequeños artículos que van enfocados al emprendedurismo de la mujer y a la lucha contra el cáncer.

Violatoria de artículos de leyes a favor de la mujer. La Prensa Gráfica y El Diario de Hoy en la mayoría de sus ediciones cumple con los artículos que se detallan en la ley: “Ley especial integral para una vida libre de violencia para la mujer” y “Ley de igualdad, equidad y erradicación de la discriminación contra las mujeres” en las cuales se hace referencia al mal uso que dan los medios de comunicación al presentar publicidad sexista, ya que esta es una forma de discriminación contra las féminas.

Con lo anterior podemos decir que, a través del planteamiento de Edmund Husserl, **el paradigma fenomenológico, estudia la ciencia como un fenómeno que no es una copia de lo real, si no, una construcción de signos que procura entrar en contacto con ella en algunos puntos a través de diferentes técnicas.** El fenómeno para el caso, es el contenido de las revistas que establece una realidad que debe verse de manera objetiva para lograr encontrar su esencia de lo que pretende comunicar a la sociedad. (Robberechts, 1968: 10)

**A través de la Fenomenología se puede determinar que todo tiene una apariencia superflua pero existe un mensaje detrás de todo ello que hace que las cosas o los mensajes sean entendidos con un objetivo distinto al que en apariencia se presenta.** Husserl, analizó detenidamente los numerosos factores que influyen sobre la visión más imparcial de las cosas, observa, como por ejemplo, que **nunca vemos una cosa por entero.** (Robberechts, 1968: 11)

Se puede decir que ambas revistas presentan un ideal de moda para las mujeres presentando, tips de formas de vestir y maquillaje, las últimas tendencias a utilizar de la moda, entre otras. Se encontrará que, a través de lo presentado, les envían a las mujeres una orientación de cómo comprar y vestirse para ser aceptada en la sociedad.

De la misma manera que un cubo no se percibe enteramente, -que varias caras están ocultas, mientras que otras las veo al sesgo como rombos o paralelogramos, aunque le dé la vuelta- nunca se verá, de una ojeada, sus seis caras, eso mismo ocurre con las realidades más complejas. En este caso, las revistas presentan sólo una descripción de aspectos sucesivos de una cosa: la imagen de la mujer. (Robberechts, 1968: 19)

Asimismo, cuando dentro del contenido de éstas se encuentran las marcas, precios y tiendas como una primera realidad, se puede decir que están promocionando un producto o que es parte de la publicidad. Sin embargo, en su trasfondo, lo que envían como mensaje es dónde las mujeres pueden adquirir estos productos y qué marcas consumir, porque según las revistas son las correctas para verse bien. Empleando los conceptos de la sociología burguesa, que son: abstractos, preciso y equívocos, pues las revistas se convierten en vehículos transmisores de mensajes que no van de acuerdo a una sociedad denominada “en vías de desarrollo”.

**Los modernos medios masivos en este caso, La Prensa Gráfica y El Diario de Hoy, son, ante todo, poderosas empresas privadas que a través de grandes capitales y con su tecnología sofisticada, emplean un mensaje de un personal altamente especializado, vinculándose estrechamente al sistema industrial y financiero del gran capital.** De esta manera se afirma que se utiliza a las mujeres como una técnica de persuasión, “ingeniería humana”, como consecuencia directa de la omnipresencia de la publicidad, ya que se produce la convencionalización de la mentira banal y cotidiana.

En el análisis de las revistas también se encontró parte de publicidad sexista donde la mujer es presentada como una especie de objeto sexual, es aquí donde también se aplica la

teoría de Husserl porque, de primera imagen, se muestra una mujer semidesnuda publicitando ropa íntima para mujeres, pero en el fondo no es la ropa la que atrae a las lectoras sino el cuerpo delgado que luce la ropa interior. Es allí donde se encuentra un mensaje de trasfondo que, primero, la mujer debe ser delgada para poder utilizar este tipo de ropa y luego se utiliza el cuerpo de la mujer para vender un producto. (El método de proyección de imágenes es aplicado aquí, con la presunta misión de informar: las imágenes son utilizadas para su captación inocente).

Asimismo, las revistas presentan una serie de imágenes de mujeres delgadas, elegantes, vestidas a la moda utilizando las mejores marcas, con maquillajes finos que las hacen lucir hermosas con poder adquisitivo, cuando la realidad de las mujeres salvadoreñas, es otra. Por el contrario, la realidad de las mujeres salvadoreñas es otra y a través de esas imágenes, las revistas definen un estereotipo de mujer para la sociedad y ese es el mensaje que envían a las lectoras: “si no luces de esta forma no estás a la moda”.

Otro estereotipo que salta en el contenido de las revistas, es el de una mujer bien vestida, que a través de sus atuendos, obtiene elegancia.

Según Husserl, **toda ciencia es construida por el sujeto a partir del mundo percibido por él y para explicar dicho mundo y ningún otro.** Es pura ilusión querer sustituir el sólo mundo cierto, el de nuestra percepción cotidiana, por un mundo llamado en sí que, de hecho, está construido de pies a cabeza con los elementos del primero, es decir, **no se puede tener una percepción de la realidad sin tomar en cuenta el contexto general.**

Las revistas a través de los contenidos influyen en la actitud de las mujeres salvadoreñas y en sus preferencias, qué es lo que debe utilizar para verse bien o cómo lucir aceptable

para la sociedad, sin embargo como lo establece Husserl, **todo es parte de un contexto que de primero establece una realidad pero en el fondo se encuentra otra que es construida a partir de una serie de elementos.**

Según Edmund Husserl, **la conciencia es huidiza, volátil**, se dirige a las cosas sin posarse jamás y sin mostrarse ella misma, pero no oculta ni falsifica aquello que se le aparece, lo que hace es que al fenómeno lo desnuda de ropajes recolectando su verdadera esencia.

Se determina que las revistas a través de sus fotografías, publicidad, temas, infografías, productos, marcas y precios engloban una especie de mensajes que van más allá de ser una simple lectura o consejería para las mujeres.

Sus mensajes van encaminados al consumismo de las féminas ya que desde el momento en que le presentan el producto, la marca, precio y la tienda, le están estableciendo a la persona un ideal de vestuario y el lugar donde poder adquirirlo, no es un simple consejo para verse bien sino que está determinando que **deben usar** las mujeres.

A través de la publicidad, si muestran mujeres delgadas y elegantes para promover o promocionar un producto no precisamente es el único mensaje, también hacen referencia lo que debe ser la imagen aceptable de una mujer para verse bonita o atraída por la sociedad.

Si lo adecuamos a los temas encontrados en el análisis de las revistas que en general tratan de salud y belleza, de primera imagen se encuentran consejos para que las mujeres lleven una salud sana, pero en el fondo también está la publicidad, porque al mismo tiempo que hablan de la belleza y la salud, están promocionando clínicas, medicinas para verse joven, tratamientos de rejuvenecimiento que engloban un doble mensaje para las lectoras.

Es por ello que sin duda queda claro el planteamiento de Edmund Husserl quien a través de la teoría de la Fenomenología establece que **todo tiene un mensaje superfluo y uno de trasfondo**, el cual se construye y se desglosa por medio de todo el contexto que nos rodea, porque cada objeto, imagen y acción tienen una serie de mensajes que podemos descifrar a través de la observación y el análisis.

Los hallazgos a la investigación “Análisis comparativo de las revistas Ella de La Prensa Gráfica y Mujeres de El Diario de Hoy, sobre la imagen que presentan de la mujer salvadoreña” se realizó a través del método de investigación cualitativa que ayuda a entender el comportamiento determinado de una realidad y el análisis de contenido que a través de la observación y de la lectura se realizó el requerimiento científico para establecer la siguiente información:

Los contenidos a nivel general de estas revistas son de poca lectura pues no muestran artículos que contengan información que alimente el conocimiento general y académico de las mujeres, se enfocan más en presentar productos como parte de una necesidad diaria de las féminas salvadoreñas, es así como presentan un contenido banal y fuera de la realidad diaria de cada mujer, donde el objetivo principal de éstas revistas, es el consumo de productos y servicios que cada una de las revistas ofrece.

Uno de los estilos de vida que promueven ambas revistas es utilizar productos o servicios de marcas prestigiosas. Se debe tener acceso a los costos que estos exigen y con ello le otorgan a cada mujer belleza, elegancia y un estatus en la sociedad.

Se destaca a la mujer elegante como un estereotipo que se presenta en cada una de las ediciones de estas revistas. A la mujer bella por ser delgada y lucir ropa que resalte su figura y corresponda a cada temporada de lo que se denomina como moda o tendencias.

El contenido de la revista Mujeres y Ella, va dirigido a las mujeres que se encuentran ubicadas socialmente y por el poder económico como clase alta, es decir, aquellas que mantienen un poder adquisitivo y que sin ningún inconveniente pueden comprar y usar prendas que van desde \$150 a \$1,250.

Los temas importantes: prevención del cáncer, cuidado de la piel, opciones de literatura, entre otros, que se dan a conocer en artículos como lectura para las mujeres son escasos y de poca profundización; más bien, el medio los utiliza como elementos de relleno o complemento en cada una de las secciones de los ejemplares, ya que no le dan realce a temas que pueden abonar al conocimiento de cada mujer.

Cada uno de los ejemplares gira en torno a un tema en específico, tal fue el caso del ejemplar de octubre de la revista ELLA de La Prensa Gráfica, que estuvo destinada como un especial a organizar la boda perfecta, siempre dejando de lado a la salvadoreña común, porque ésta no tiene las posibilidades de obtener en este caso, una boda de la magnitud que está planteada en el contenido de la revista. Similar caso se observa en la revista Mujeres del mes de noviembre, en la que su edición especial se basó en 101 mujeres salvadoreñas alrededor del mundo.

Estas revistas muestran una parte de lo que son las mujeres salvadoreñas, es decir la clase alta con poder económico y por lo tanto con poder adquisitivo, las que dejan a un lado el vivir cotidiano y la realidad a la que la mayoría de féminas se enfrenta día a día, mujeres

que trabajan arduamente largas jornadas para obtener un sueldo que en el país, apenas logra satisfacer las necesidades básicas y menos para tener acceso a compra de los productos y servicios que ofrecen las revistas.

El objetivo principal de estas revistas es promocionar marcas prestigiosas y conocidas en su mayoría a nivel nacional e internacional, las cuales no son alcanzables para las mujeres que representan el 52.7% de la población salvadoreña, ya que en muchos casos, sus sueldos son mínimos para el gasto necesario del hogar, estudio, etc. Por lo tanto, la imagen que se presenta de la mujer salvadoreña en estas revistas, es una imagen sesgada y estereotipada, pues en el contenido se determinó a través del estudio de los elementos de análisis, que estos ejemplares, no desempeñan un papel que beneficie y muestre la imagen real y el rol que la mayoría de mujeres salvadoreñas desempeñan en el país.

Si bien es cierto que estas revistas en sus contenidos de los meses de octubre, noviembre y diciembre 2012, respetan la discriminación de la mujer en el uso de la publicidad sexista, equidad de género y trabaja por que sus contenidos no sobrepasen las leyes aprobadas a favor de la mujer. El uso de la publicidad envía un mensaje de distorsión lleno de banalidad y de un contexto diferente a la realidad.

Es por ello que como grupo se llega a la conclusión que dichas revistas tienen como objetivo principal la venta de productos y marcas, pues ese es el mensaje principal que se presenta disfrazado en la mayoría de los temas y contenido de las publicaciones, en apariencia son consejos de moda para las féminas pero, en el fondo, si se observa detenidamente se encontrará la intención del consumismo.



Además, si se hace referencia a la imagen que proyectan de la mujer, que es uno de los objetivos principales de esta investigación, se logra encontrar una imagen muy alejada a la realidad de la mayoría de las salvadoreñas, quienes no tienen el poder adquisitivo para obtener las marcas y los productos que presentan las revistas para lograr estar a la moda o acorde a las últimas tendencias para verse bien ante la sociedad.

Si se lee detenidamente a través de las imágenes, fotografías, infografías y hasta los mismos textos de las revistas, es evidente que lo que muestran como imagen de la mujer, está fuera del marco a lo que en El Salvador se ve en la vida diaria, pues cada una de las mujeres que aparecen en los contenidos de estas ediciones, son mujeres delgadas, elegantes, con maquillajes exagerados y exuberantes, portando las mejores marcas en zapatos y vestimentas, mujeres que son influyentes en la sociedad y que en algunos casos tienen relación con los medios de comunicación y la farándula del país. Es allí cuando se logra evidenciar la diferencia entre la realidad de las féminas que son expuestas para la promoción de una imagen de la mujer un tanto distorsionada con la vida cotidiana de las salvadoreñas.

Por ello, se puede determinar que la imagen que las revistas proyectan entre los meses de octubre y diciembre 2012, no coincide con la de las mujeres salvadoreñas pues ni se asimila en la perspectiva de la imagen, mucho menos en la del poder adquisitivo que éstas poseen.

Al mismo tiempo que se observa una imagen diferente de la mujer salvadoreña, queda claro que en primera apariencia las revistas llevan un mensaje a sus lectores de consejos

para la mujer, pero en el trasfondo de ese mensaje cuando se observa y analiza, queda evidenciado el propósito primordial que consiste en el consumismo.

Por lo tanto más que hacer honor a la imagen de miles de salvadoreñas que se ganan el sueldo día a día con el sudor de su trabajo, obligan a lucir una imagen que no está acorde con su realidad y mucho menos a lo que debe ser la presentación correcta para ser aceptadas en la sociedad.

## **CONCLUSIONES.**

- Como grupo concluimos que la imagen de la mujer salvadoreña que presentan las revistas MUJERES de El Diario de Hoy y ELLA de la Prensa Gráfica, no coincide con la realidad de las mujeres de nuestro país, estas muestran a las mujeres enfocadas en temas de belleza y moda, y por lo tanto crean un estereotipo banal fuera del contexto real que a diario vive el sector femenino.
- En este análisis se demuestra que el uso dado a las fotografías es para reflejar mujeres con cuerpos esbeltos, belleza física, vestidas a la moda y utilizando marcas prestigiosas donde queda evidenciada la intención que estas fotografías son publicadas con el fin de vender productos o servicios que llaman al consumismo de las mujeres salvadoreñas y que de esta manera adopten culturas que se alejan de la realidad en que viven.
- Este estudio también demuestra que las infografías son empleadas para resaltar y dar información breve de los productos y servicios que se promocionan como marcas prestigiosas o tendencias en ropa y accesorios que están a la moda.
- La investigación logró que se determinara que ambas revistas no utilizan de forma excesiva la publicidad sexista, sin embargo promueven la venta de ropa interior utilizando la imagen del cuerpo semidesnudo de una modelo, además existe el uso de adjetivos y frases que denigran la imagen de la mujer salvadoreña.
- A través del análisis comparativo de ambas revistas, los temas clasificados en su mayoría son: tendencias de moda en ropa, zapatos y accesorios, suplemento especial de mujeres salvadoreñas que han triunfado en el exterior, cómo realizar la boda perfecta y personajes más destacados del año 2012; y en una mínima cantidad presentan temas de salud, educación y artísticos.

- En algunos contenidos de las revistas se violan artículos 8 y 9 de la “Ley especial integral para una vida libre de violencia para la mujer” demostrando que aún existe la utilización del cuerpo de la mujer para vender un producto y colocando a la mujer en una posición inferior al hombre. Por otro lado, la “Ley de igualdad, equidad y erradicación de la discriminación contra las mujeres”, no sufre ninguna violación en el contenido de las revistas analizadas.

## **RECOMENDACIONES.**

- Recomendamos a las revistas MUJERES de El Diario de Hoy y ELLA de La Prensa Gráfica, que en su contenido deben de apegarse al objetivo primordial de informar y tratar temas de interés político, noticioso, económico y social apegados a la realidad que vive la mujer salvadoreña.
- Se recomienda utilizar imágenes de mujeres con cuerpos que no precisamente cumplan con los estándares de un cuerpo perfecto denominado “delgado” o de una figura “90-60-90”, si no que las fotografías presenten la figura del cuerpo de una mujer común.
- A estas revistas que su objetivo principal es enaltecer a las mujeres, se recomienda que no cometan el error de utilizar el cuerpo de la mujer para promover un producto o un servicio de marcas prestigiosas con la finalidad de vender, ya que la imagen de la mujer solo se está utilizando como una mercancía que genera ganancias a las grandes empresas.
- Se sugiere a ambas revistas, que en sus contenidos se incluyan temas culturales como: políticos, sociales y económicos, pues la mujer puede informarse y analizar temas relacionados en estas esferas de la vida social cotidiana.
- Como grupo llamamos al cumplimiento y respeto de las leyes: “Ley especial integral para una vida libre de violencia para la mujer” y “Ley de igualdad, equidad y erradicación de la discriminación contra las mujeres” para que de esta manera contribuyan a la reivindicación de los derechos de la mujer que siempre han sido violentados por un sistema culturalmente machista, donde la mujer ha sido utilizada como un objeto sexual y estigmatizada como el “sexo débil”.

## **Fuentes de Consultas**

### *Libros*

- Alonso, Ana Jorge, “Mujeres en los medios, mujeres de los medios”, Icaria Editorial, s.a. Ausiàs Marc, 16, 3º 2º / 08010 (Barcelona).
- Barthes Roland, “El placer del texto y lección inaugural de la cátedra de semiología lingüística del College de France pronunciada el 7 de enero de 1977”, Siglo veintiuno editores, S.A de C.V., 4ta edición, 1982.
- Dorfman A, Erhart V, Adorno T y Mattelart A, “Imperialismo y medios masivos de comunicación”, Ediciones Quinto Sol, S.A. Mexico 20 D.F.
- Husserl, Edmund, “Invitación a la fenomenología”, Ediciones Paidós I.C.E. de La Universidad Autónoma de Barcelona, 1992.
- Ruiz, José, “La Decodificación de la Vida Cotidiana”, Métodos de Investigación Cualitativa. Universidad de Deusto Bilbao, 1989.
- Robberechts Ludovic, “El pensamiento de Husserl”, Fondo de la cultura económica, 1968.
- Szilasi, Wilhelm, “Introducción a la Fenomenología de Husserl”. Amorrortu Ediciones, Buenos Aires, 1959.
- Van Dijk, Teun A, “La noticia como discurso”, Ediciones Paidos, 1ra Edición 1990.
- Vilches, Lorenzo, “Teoría de la Imagen Periodística”. Ediciones Paidós, 1993.
- Zecchetto M, Victoriano, “Comunicación y Actitud Crítica”. Ediciones Paulinas, 1986.

## *Diccionario*

- M.M Rosentaly y P.F. IUDIN, Diccionario Filosófico, Ediciones Tecoluct 1971.

## *Tesis*

- Chávez Pérez, Sandra Patricia y otros, “La incidencia de los programas de televisión sensacionalistas en la opinión pública salvadoreña, respecto a la imagen de la mujer”, 2002, Universidad Tecnológica de El Salvador.
- López Quintanilla, Janeth Patricia, “La manipulación sutil del sensacionalismo en los medios de comunicación impresos en El Salvador y la utilización de la mujer como objeto sexual”, 1992, Universidad Tecnológica de El Salvador.
- Martínez, Douglas y otros “Caracterización de los Estereotipos que proyecta el Programa de Variedades “Grandiosas” de Telecorporación Salvadoreña”, agosto 2012. Universidad de El Salvador.
- Mercadillo Rivera, Blanca Lidia y otros “El rol de la mujer salvadoreña reflejado en las novelas de las dos últimas décadas del siglo XX”, 2008, Universidad Francisco Gavidia (UFG).
- Sandin, Esteban, “Investigación Cualitativa de Educación, Fundamentos y Tradiciones”, 2006. Universidad de Los Andes Mérida, Venezuela.

### *Hemerográficas*

- Centro de la Defensa del Consumidor, “Imagen de la mujer en la publicidad, 2010”, Universidad Tecnológica de El Salvador.
- Martínez, Claudio, Director Revista “Mujeres” El Diario de Hoy, agosto 2012.
- Trillos, Gabriel, Director Editorial Revista “Ella” La Prensa Gráfica, agosto 2012.

### *Entrevistas*

- Gutiérrez, Dagoberto. Vicerrector Universidad Luterana. Radio Cadena Mi Gente. San Salvador, 09 de octubre de 2012.
- Merino Osorio, Juan Mauricio. Licenciado en Filosofía. Radio Cadena Mi Gente. San Salvador, 16 de octubre de 2012.

### *Sitios Web*

- Arenas Carillo, Rocio (2006), “Introducción a la Fenomenología”, en Blog NoeMagico, en <http://noemagico.blogia.com/2006/033001-introduccion-a-la-fenomenologia.php>.
- Castaño, John (2002), “Análisis de Contenido”, en Slideshare, en <http://www.angelfire.com/tv2/tesis/Analisisdecontenido.htm>.
- Castaño, John (2002) “Investigación cualitativa”, en Slideshare, en <http://www.angelfire.com/tv2/tesis/Analisisdecontenido.htm>.



- De la Cortina Motemayor, Elena Diez, “Semblanza Filosófica”, en Proyecto educativo Cibernous del CNICE, en <http://cibernous.com/autores/husserl/teoria/husserl.html>.
- DIGNAS (2006), “Estudios e investigaciones sobre la violencia de la mujer”, en Asociación de Mujeres por la Dignidad y La Vida, en <http://www.lasdignas.org/estudios-investigaciones.php?var=2>.
- Fernández, Sergio (1997), “Fenomenología de Husserl: Aprender a ver”, en Revista de los Alumnos de Filosofía de La Universidad de Valladolid, en <http://www.fyl.uva.es/~wfilosof/gargola/1997/sergio.htm>.
- Fundación Wikimedia (2013), “La investigación Cualitativa”, en Wikipedia, en [http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n\\_cualitativa](http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_cualitativa).
- Herrero Faúdez, Rocio (2010), “La Imagen De La Mujer En La Prensa Entre 1910-1915 Y 2000-2005: Estudio Comparado”, en Biblioteca Universidad Complutense, en <http://eprints.ucm.es/11025/>.
- IUDOP-UCA (2000), “La situación de la mujer en El Salvador”, en Instituto de Opinión Publica de La Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, en <http://www.uca.edu.sv/publica/iudop/Web/2000/boletin2/boI200.htm>.
- Krippendorff, Klaus (1990), “Metodología de análisis de contenido”, en Tematika.com, en [http://www.tematika.com/libros/humanidades--2/comunicacion\\_\\_\\_periodismo--6/semiologia--3/metodologia\\_de\\_analisis\\_de\\_contenido--23988.htm](http://www.tematika.com/libros/humanidades--2/comunicacion___periodismo--6/semiologia--3/metodologia_de_analisis_de_contenido--23988.htm).

- López, Rocio y otros (2011), “Paradigma Interpretativo”, en Blog Paradigma Interpretativo, en <http://paradigmainterpretativo.blogspot.com/>.
- López, Rocio y otros (2011), “Autores más importantes del paradigma interpretativo”, en Blog Paradigma Interpretativo, en <http://paradigmainterpretativo.blogspot.com/2011/03/autores-mas-importantes-del-p.html>.
- Martí Baro, Ignacio (1996), “El pensamiento sobre la mujer en la obra de Ignacio Martín-Baró”, en Revista Eca No 577-578, en <http://www.uca.edu.sv/publica/eca/577com3.html>.
- Orellana, Gloria Silvia (2012), “Medios de Comunicación no pasan filtro del lenguaje inclusivo”, en Diario CoLatino, en <http://www.diariocolatino.com/es/20120725/nacionales/105945/Medios-de%20comunicaci%C3%B3n--no-pasan-el-filtro-del-lenguaje-inclusivo.htm>.
- Roncallo, Andrea, “Análisis de Contenido”, en Slideshare, en <http://www.slideshare.net/andrearoncallo/analisis-de-contenido-7824013>.
- Urbina, Yanery (2010), “Paradigma Interpretativo”, en Foro Socialización, en <http://investigacionunesr.foroactivo.com/t25-paradigma-interpretativo>.
- Vaquerano, Vilma (2011), “Nuevas leyes promueven periodismo con equidad de género en El Salvador”, en Organización de mujeres Salvadoreñas (ORMUSA), en <http://observatoriodeviolencia.ormusa.org/violenciaymedios.php>.

- Vaquerano, Vilma (2008), “Pornografía y publicidad sexista: Manifestaciones de violencia contra las mujeres”, en Centro de Estudios de Géneros de La Universidad de El Salvador (CEG-UES), en [http://genero.ues.edu.sv/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=40&Itemid=63](http://genero.ues.edu.sv/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=40&Itemid=63).

# ANEXOS

\$1.60 • OCTUBRE 2012  
REVISTA MENSUAL GRATIS PARA SUSCRIPTORES

AÑO 10 • NÚMERO 119

# mujeres

EL DIARIO DE HOY

## TENDENCIAS

ESTILOS ROCK  
CHIC Y MILITAR...  
Y MUCHOS  
ACCESORIOS

## LUCHA CONTRA EL CÁNCER

MUJERES QUE  
VENCIERON  
EL MIEDO

*Primer*  
LO MÁS IN PARA UN  
MAQUILLAJE PERFECTO

# CHAQUETAS

UN PLUS DE OTOÑO PARA TODO EL AÑO



Vive con tus propias reglas.

  
**VIVA**  
*by Fergie*

Nueva fragancia femenina  
exclusiva de AVON.





AVON

Llama a una Consejera Avon  
o al 2241 5000

[WWW.AVONCENTROAMERICA.COM](http://WWW.AVONCENTROAMERICA.COM)

# OCTUBRE \* 12

MUJERES • AÑO 10 • NÚMERO 119

## Firma con estrella

MontBlanc impacta con la exquisitez de sus creaciones, sean plumas o fragancias.

30

## Lo que usaremos

TLlenar tu muñeca de pulseras, llevar el tono vino o vestir con camuflaje es lo de hoy. No olvides las tachas.

38

## A tono con tu cuerpo

Sácale provecho a tus atributos conociendo bien tus formas.

44

## El otoño y sus "detalles"

Seleccionamos a Moschino como una firma que engloba las tendencias de otoño: estampados, color, encajes y aires masculinos... Desde diferentes pasarelas te traemos lo mejor.

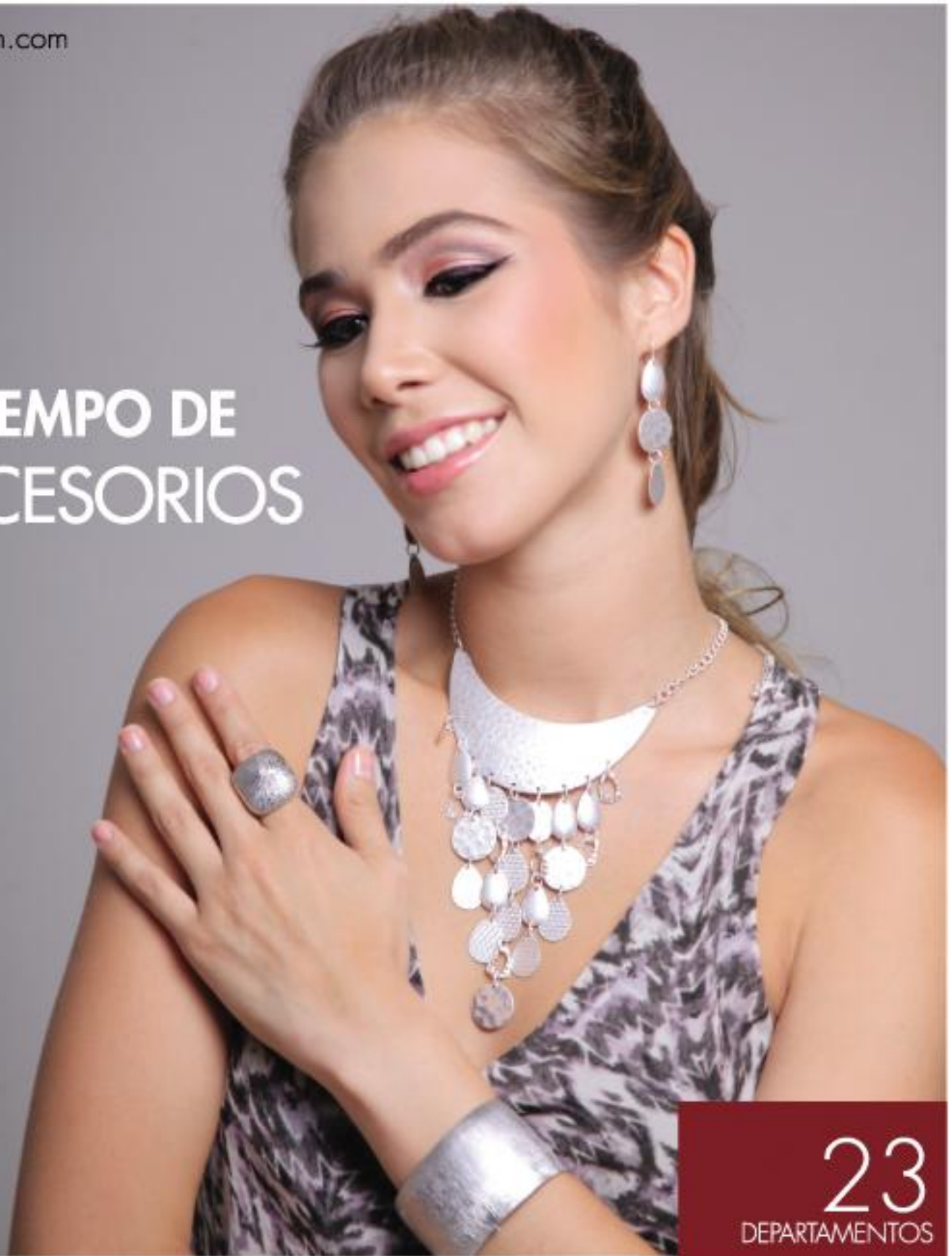
50





siman.com

# ES TIEMPO DE ACCESORIOS



Accesorios desde **\$7.50.-**

 **CON CREDISIMAN  
SIEMPRE TIENES MÁS**

Atención al Cliente: 2298-3777

23

DEPARTAMENTOS

**S I M A N**

ES TIEMPO DE VIVIR



# 90

## Las tostadas derriten

Nada como un buen pan tostado con delicadas preparaciones que las vuelvan de alta cocina.



# 94



# 78

### CHICAS EMPRENDEDORAS

Coco Canela es una empresa liderada por dos jóvenes que tuvieron una visión y la pusieron en marcha.

48

### EL BOOM DEL PRIMER

Es el nuevo truco de los expertos maquilladores. Las firmas más importantes ya lo tienen.

56

### PALETA DE COLORES

Lo que sí te gusta y lo que podrías probar. Anímate con los nuevos tonos de temporada.

58

### MAQUILLAJE ANTIEDAD

Toma notas de los trucos que puedes aprender de los expertos. Ellos te dicen como lucir más joven.

64

### EL BRILLANTE BURTON

Introvertido, exéntrico, un genio del cine cuya especialidad es la vida después de la muerte... a su estilo.

72

### MUJERES EN LA LUCHA

Marcella Carrillo y su equipo de voluntarias cuentan como lucharon y vencieron el cáncer.

80

### NIÑOS DE FIESTA

Un cumpleaños o la simple excusa de celebrar a la niñez... Siempre es motivo de celebración.

84

### A PREVENIR EL BULLYING

A través de la lectura se puede ayudar a prevenir este flagelo de niños y adolescentes.

94

# Maquillaje según...

Chanel,  
Salvatore  
Ferragamo  
Anna Sui.

# 66



# MODA

*se vive aquí!*

**EN GALERIAS  
SEGUIMOS  
MARCANDO  
TENDENCIAS**

MUY PRONTO, TE DAREMOS  
**NUEVAS  
OPCIONES**  
PARA QUE SIEMPRE ESTÉS  
**A LA MODA!**



*Jonathan Z*  
WOMAN

EQUUS  
LIFESTYLE



PERRY ELLIS

**SPORTLINE**  
AMERICA

**OAKLEY**

Reebok



**GALERIAS**  
*Vive la Moda!*



de la editora



# Amor y un “gracias”

MI LABOR EN LA REVISTA ME HA DADO LA OPORTUNIDAD DE CONOCER MUJERES EXCEPCIONALES... PARA ESTA EDICIÓN LA ENSEÑANZA FUE VITAL E IMPERECEDERA.

❖ **“SUFRE DE CÁNCER INVASIVO EN UNA MAMA”... ES UNA NOTICIA QUE DERRUMBA A CUALQUIERA, A LA MÁS FUERTE.** Así fueron diagnosticadas cuatro mujeres que conocí recién y que con palabras sencillas me contaron cómo sufrieron, aceptaron su situación y se levantaron con la ayuda de Dios y de sus familias. Ese es, lastimosamente, un diagnóstico que se da con más frecuencia y en mujeres cada vez más jóvenes. Nadie está exento de este mal que por muchos años fue visto como el final de todo.

Estas mujeres con sus testimonios no solo me dicen “cáncer no es muerte”, sino “cáncer es una oportunidad”. Algunas lo ven así. Para ellas la enfermedad les hizo dar un giro a sus vidas: aquello que “quizá” no valoraban lo suficiente cobró vital importancia, su fe creció y su amor en Dios se transformó para ahora ser testimonio de que se puede luchar y vencer.

Se transformó en caridad, esa que brota de quienes experimentaron el dolor y se conducen por aquellos que ahora lo viven. “Ayudaos mutuamente a llevar vuestras cargas, y así cumpliréis la ley de Cristo” (Gál. 6, 2). “No es fácil volver al hospital donde se vivieron momentos tan duros”, me dicen, cuando explican su acompañamiento a pacientes recién diagnosticados con cáncer, que apenas empiezan el calvario del tratamiento. Pero están claras en que el agradecimiento por la vida no debe cesar. Todas manifestaron el amor que sus familiares les brindaron, nadie las abandonó, por eso no dudan en poner su corazón, su tiempo y esfuerzos al servicio de quienes sí deben afrontar solos los momentos más difíciles y se sienten caídos. “Yo tuve ángeles, ahora puedo ser uno para alguien que lo necesite”.

Triste fue conocer cómo muchos pacientes no corren con la misma suerte... aquello de “en la salud y en la enfermedad” suena muy bonito, pero no todos cumplen. A eso hay que sumar la pobreza: muchos pacientes apenas tienen para el transporte público y reciben quimioterapias en un dudoso estado de nutrición que vuelve las secuelas más insoportables.

La prevención choca con la pobreza y la ignorancia. Estas mujeres fueron detectadas a tiempo y es así como tuvieron más oportunidades. Ahora saben más, la experiencia que guardan en sus corazones no se borra y les permite que en lugar de ser una historia de derrota es una de optimismo, de perseverancia y de caridad. Educar, servir, amar es su labor, una que todos los salvadoreños —hombres y mujeres— debiéramos adoptar como propia. Hoy por ti, mañana por mí. Hay mucho por hacer...

*Karen Forner*

EDITORIAL  
ALTAMIRANO MADRIZ, S.A.

Lic. Fabrice Altamirano  
DIRECTOR EJECUTIVO  
REVISTA MUJERES

Claudio Martínez  
DIRECTOR DE REVISTAS

Karen Forner  
EDITORIA

Nama Ramírez  
DIRECTORA DE ARTE

Janny de Cerna  
EDITORIA GRÁFICA

Fausto Cordero del Sol  
COORDINADORA EDITORIAL

Avaro Cuellar  
COORDINADOR GRÁFICO

Nelson Dueñas  
EDITOR FOTOGRAFICO  
Angélica Avendaño, Lisette Abrego  
y Xiomara Alfaro.

PERIODISTAS

Alida Dubón, Marlon Dehna,  
Tizza Mendez, Iris Martínez  
y Karina Campos.

DESIGN

César Avilés, Miguel Villalba, Lisette  
Montarrosa y René Esteban.

FOTOGRAFIA

Jorge Castillo  
Karina Campos

INFOGRAFIA E ILUSTRACIONES

Miguel Benavides  
TRATAMIENTO DIGITAL

José Luis Ordoño  
Mauricio Guardado  
PRODUCCIÓN

ALBACROME  
www.albacrome.com  
IMPRESIÓN

COMERCIALIZACIÓN

luz@opinion@elordendehoy.com  
TELÉFONO: 2231-7876

MUJERES

Es una revista de Editorial  
Altamirano Madriz, S.A. El Derecho de  
Hoy. Derechos Reservados. Prohibida  
su reproducción total o parcial sin  
autorización de su titular.

SUGERENCIAS O COMENTARIOS  
mujeres@elordendehoy.com

Este revista es una producción de  
Distribuidora Editorial S.A. de C.V.  
Impreso en Albacrome  
Grupo Editorial Altamirano  
teléfono (503) 2536-7969.

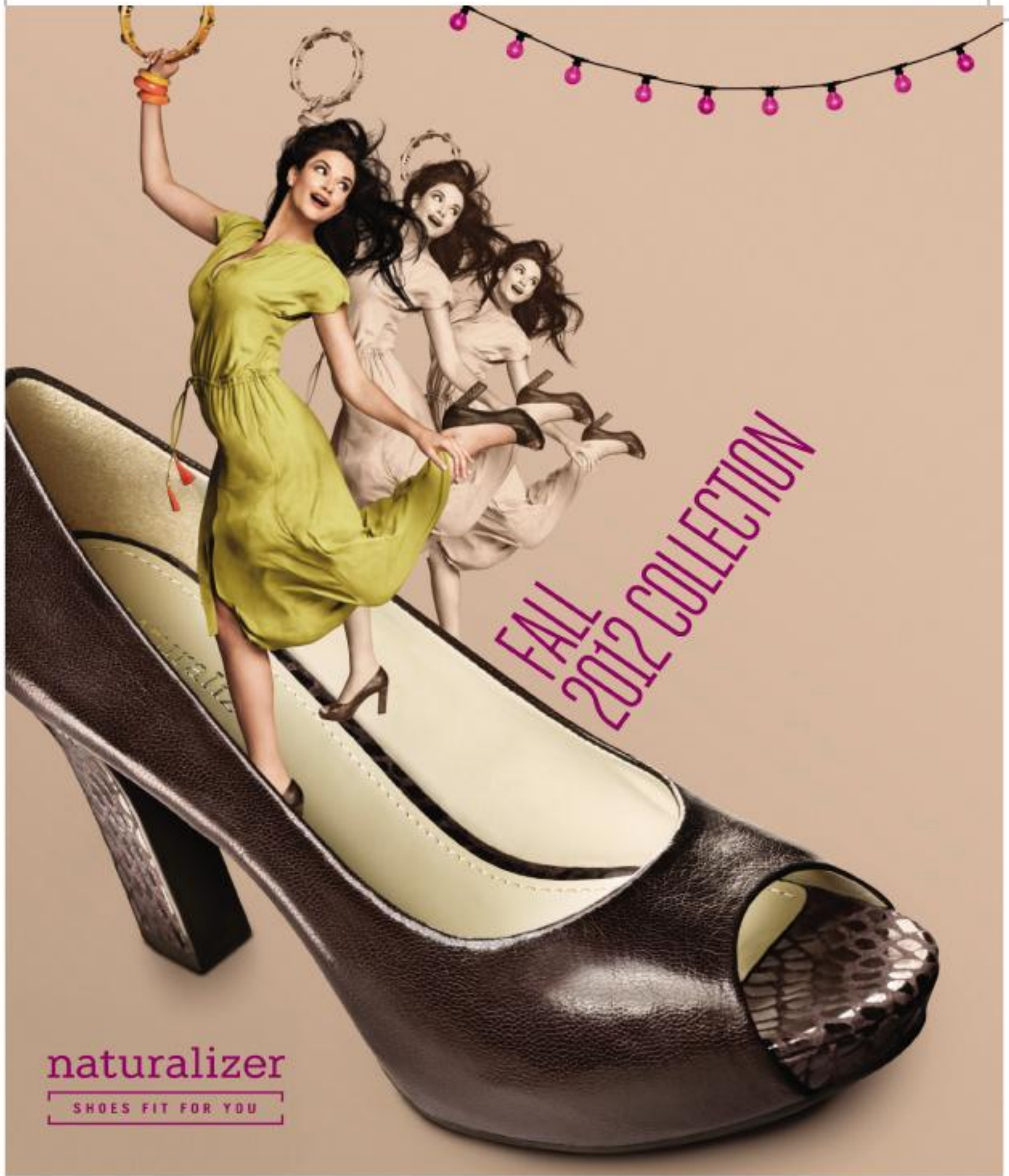
SÍGUENOS EN



www.facebook.com/m.josebelveder

Mujeres\_ES





naturalizer

SHOES FIT FOR YOU

**Park Avenue**  
*a fashion statement*

EL SALVADOR C.C. GALERIAS • LA GRAN VIA

correo



## Ganaron con Wake Up

Busca tu nombre en el listado de quienes ganaron uno de los nuevos blush de ALMAY de la línea WAKE UP más un collar de la firma. ¡Felicidades!

- SONIA MARINA VILLACORTA DE HERNÁNDEZ.
- MARCELA FERREIRO.
- PATRICIA ÁBREGO RIVERA.
- KARLA E. GRANDE ACEVEDO.
- EVELYN MARIELENA URRUTIA.
- DAYSI CALLEJAS ROSALES.
- ANA MARIELOS FLORES ESCOBAR.
- LUZ BETSABÉ ACEVEDO ALVAREZ.
- ANA CAROLINA GRIJALVA G.
- ANA GUADALUPE HERNÁNDEZ LÓPEZ.

## NUESTRAS GANADORAS...



## LAREVISTA VIAJERA

*Georgetown, Guyana.*

*Bernardine lee nuestra revista en la capital del país sudamericano.*

## NOS INTERESAS.

Lo que te desconcierta, lo que amas, los problemas que te afectan y tus recomendaciones, comentarios y experiencias acerca de *Mujeres* son importantes para nosotros.

**ENVÍA TUS CARTAS A:** [mujeres@elsalvador.com](mailto:mujeres@elsalvador.com) o a la siguiente dirección: 11 Calle Oriente #271, San Salvador. Nos reservamos el derecho de publicación y edición.

## EDICIÓN NOVIAS

"Los felicito por esa selección tan bonita de vestidos de novias, cada vez es más excelente. Simplemente "copiaré" el buqué de la portada... es precioso".

**FÁTIMA FLAMENCOR.**

"La producción en Sento muy bonita. Los felicito, los diseños muy bonitos, en especial el tono bronce de Guishem".

**CLAUDIA ALARCÓN S.**

"Disfruté mucho el tema de la planificación natural. Y estoy de acuerdo en que esa labor no debe recaer solo en la mujer. Ambos deben estar conscientes de su importancia y me parece bien la natural porque he escuchado sobre muchas contraindicaciones y malas experiencias. Tengo mis reservas pues imagino que ha de exigir más esfuerzo pero vale la pena aprender, por salud y por todo".

**PAMELA RODRIGUEZ**



## LA CAMISETA

"Me gustó mucho el tema de los look con camiseta blanca. La verdad siempre me han gustado pero no se ocurrían esas mezclas... ¡los felicito!".

**YANIRA MENÉNDEZ**



Columnista  
invitada



# ES CUESTIÓN DE LOCURA

❖ ES MUY COMÚN ENCONTRARSE CON OPTIMISTAS FRASES PREFABRICADAS DICHIENDO QUE LOS JÓVENES HAREMOS MEJOR LAS COSAS QUE LA GENERACIÓN ANTERIOR o que los jóvenes vamos a cambiar el mundo. Y sin embargo no es cierto: la juventud, al final del día, no es más que la etapa biológica entre la infancia y la adultez.

Es imposible negar que vivimos en un mundo lleno de problemas. En la región que se vea podemos encontrar corrupción, hambre, pobreza y guerras. Y con este mundo emproblecado se nos repite hasta el cansancio que "los jóvenes somos el futuro". Si al pánico que puede sentir cualquier joven sobre la carga de responsabilidad que las generaciones anteriores quieren echar sobre nuestros hombros le agregamos la noción inicial de que solo por ser jóvenes no necesariamente vamos a cambiar al mundo podríamos llegar a concluir de que el futuro de nuestro planeta está lejos de ser optimista. Y sin embargo, ¡hay solución!

El mérito no está en ser joven, sino más bien en ser un joven preparado. Si bien nadie escogió ser joven, la responsabilidad individual de prepararnos es una elección libre que no pasa por accidente. Implica quitarnos el rótulo de jóvenes y colocarnos uno de líderes: una persona que logra transformaciones y que encontrándose con un panorama A lo convierte en un mejor panorama B.

Hay incontables ejemplos de personas que han logrado transformaciones. Si nos vamos a Palo Alto, California, tenemos a Steve Jobs; en la Génova del siglo 15 a Cristóbal Colón. Más adelante del tiempo, en la soleada Atlanta, a Martin Luther King Jr. Y en Calcuta a una Madre Teresa.

Los mundos en que ellos vivían eran sumamente diferentes entre sí y al mundo que tenemos ahora, los problemas que enfrentaban eran distintos y ni siquiera hablaban el mismo idioma. La coincidencia entre ellos es que ¡todos estaban locos! Steve Jobs renunció

Por Cristina López

"EL HOMBRE RAZONABLE SE ADAPTA AL MUNDO. EL LOCO PERSISTE EN TRATAR DE ADAPTAR AL MUNDO A SÍ MISMO". LA INVITACIÓN DE UNA LOCA A QUE CAMBIEMOS EL MUNDO.

a tener un título universitario para fundar una compañía multimillonaria; Colón emprendió la locura de explorar los mares; Luther King tenía un sueño y con él cambió las condiciones de vida de los afroamericanos. Y quizá la más loca fue Madre Teresa, que sin un centavo en la bolsa ha sido una de las personas que más han combatido la pobreza.

George Bernard Shaw lo dijo mejor que yo: "El hombre razonable se adapta al mundo. El loco persiste en tratar de adaptar al mundo a sí mismo. Por lo tanto, todo progreso depende de los hombres locos".

Antes dije que liderazgo era lograr transformaciones y podemos ver que lograr transformaciones depende de los locos, los poco razonables. Sin embargo, la locura por sí sola conduce al manicomio, de allí la importancia de la preparación: esta puede encontrarse a la vuelta de la esquina gracias a la tecnología. La receta, por lo tanto, para ser un líder agente de cambio es unir la locura, pasión y sueños con una preparación en ideas y principios.

A lo anterior debe seguir:

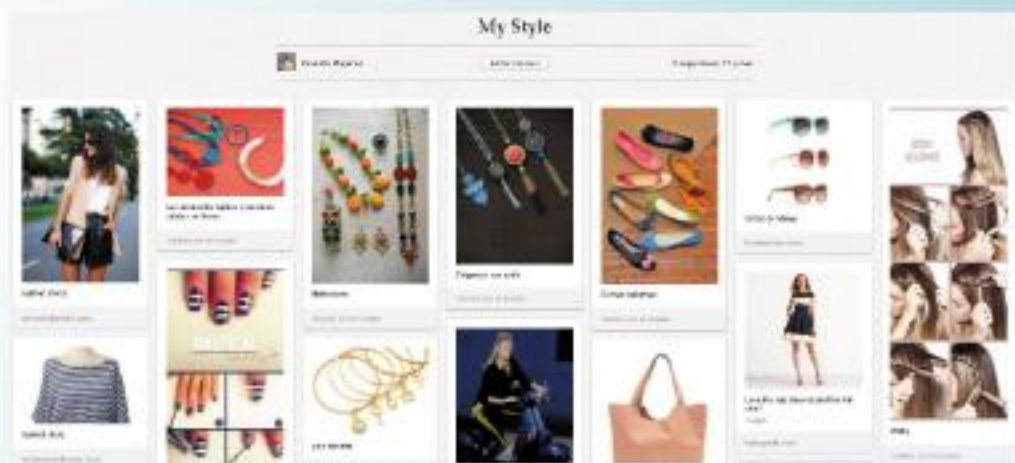
- 1) Actuar rápido, porque la vida es un recurso limitado, se termina.
- 2) Ser líder puede dar miedo. Pero el miedo solo es incertidumbre y se disuelve sabiendo más, con preparación y formación.
- 3) Nunca se puede estar suficientemente preparado. La receta para una buena preparación es investigar, leer, preguntar y repetir los anteriores pasos indefinidamente.
- 4) Consistencia. La defensa de tus principios no se toma vacaciones. Todos los días estamos llamados a ser personas coherentes con lo que pensamos.

LICENCIADA EN DERECHO, EMBAJADORA DE ONE YOUNG WORLD, EXPOSITORA DE TEDXYOUTH Y ESTUDIANTE DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE GEORGETOWN UNIV.

# mujeres

[www.muiereselsalvador.com](http://www.muiereselsalvador.com)

My web



## Trucos de belleza naturales

Les compartimos los mejores consejos de belleza que nos enviaron a nuestro sitio web. Aquellos que sus abuelitas les heredaron utilizando hierbas, plantas, frutas... Toma nota si quieres eliminar las ojeras, disminuir la celulitis, lucir una piel sin manchas y más joven, evitar la caída del cabello o fortalecer tus uñas.

## En nuestro sitio



¿ESTÁS EN PINTEREST? ¡TAMBIÉN NOSOTROS! ENCUENTRANDOS COMO **REVISTAMUJERES**

SÍGUENOS EN  
[www.facebook.com/muiereselsalvador](http://www.facebook.com/muiereselsalvador)



Mujeres\_ES



## 25 accesorios trendy para la temporada

De las pasarelas de las Fashion Week de Madrid y New York seleccionamos los 25 mejores accesorios que los grandes diseñadores proponen para el 2013. Encuentra en nuestra galería bolsos, zapatos, collares, brazaletes y gafas.



Nueva Colección  
Jeans de colores  
Levanta Pompis



**pierre cardin**<sup>®</sup>  
JEANS



# Agenda OCTUBRE

DOMINGO

LUNES

MARTES

MIÉRCOLES

JUEVES

VIERNES

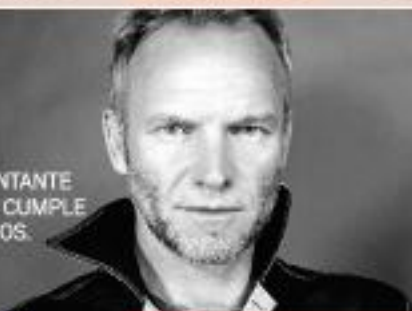
SÁBADO



**1** Día Internacional de las personas mayores.  
Día del niño.



**2** EL CANTANTE STING CUMPLE 60 AÑOS.

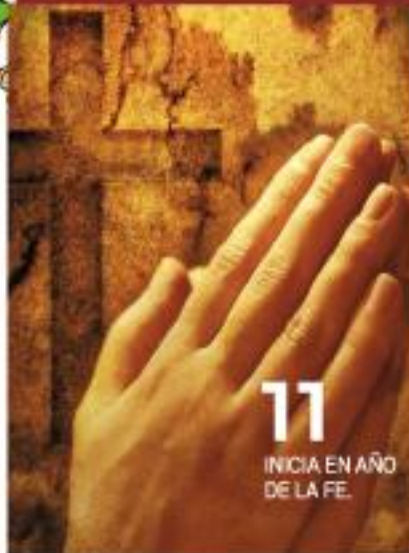


**5** KATE WINSLET LLEGA A SUS 36 AÑOS.

Cena benéfica de FUNDASAL con los Hermanos Flores.



**10** DÍA MUNDIAL DE LA SALUD MENTAL.



El Museo Tin Marín cumple 12 años.



**12**

Día de la raza.

JUEGO OFICIAL ENTRE LA SELECCIÓN DE FÚTBOL DE EL SALVADOR CON COSTA RICA.



**11** INICIA EN AÑO DE LA FE.

**19**

DÍA INTERNACIONAL CONTRA EL CÁNCER DE MAMA.

Romeo Santos se presenta en el Jorge Mágico González



**28**

CAMINATA AVON CONTRA EL CÁNCER DE MAMA EN SANTA ELENA.

Carrera de competencia "Juntos por la cura" en Walmart Las Cascadas.

**26**

Caifanes en Guatemala





THE NEW  
**SWAROVSKI**  
COLLECTION

Continuará 

Diseños clásicos con una actualización moderna.  
Esta es la nueva colección SWAROVSKI.  
Treinta hermosos diseños con cristales Swarovski Elements,  
partiendo del color y la brillantez.



**CHAMILIA**  
YOUR LIFE. YOUR STYLE.

Centro Comercial El Paseo  
Col. Escalón  
Tel.: 2275-6178

**FIF**  
Ferrer-Igoa  
Igoa

Centro Comercial Plaza Madero  
Santa Elena  
Tel.: 2246-4983

© 2011 Chamilia, LLC. All rights reserved.  
MADE WITH SWAROVSKI ELEMENTS. SWAROVSKI is a registered trademark.

Búscanos en:



[www.facebook.com/ferrerigoa](http://www.facebook.com/ferrerigoa)

Tel.: 2264-0323

*vitrina*

# Valentina de Valentino

EN UN HÍPER FEMENINO EMPAQUE Y ENVASE LA CASA DE MODAS FRANCESA LANZA SU VALENTINA, UNA CREACIÓN DE OLIVIER CRESP Y ALBERTO MORILLAS QUE EVOKA A UNA MUJER SENSUAL QUE ESCAPA DE LOS CONVENCIONALISMOS. UNA HEREDERA MODERNA Y CARISMÁTICA. ENTRE SUS NOTAS SE DESTACAN LA BERGAMOTA DE CALABRIA, TRUFAS BLANCAS DE ALBA, UNA ESTELA DE JAZMIN, FLOR DE NARANJO DE AMALFI Y NARDO CON LA ALEGRÍA CHISPEANTE DE LA FRESA SILVESTRE, DE FONDO, CEDRO Y ÁMBAR.

LA CAMPAÑA PUBLICITARIA FUE REALIZADA EN LAS CALLES DE ROMA POR DAVID SIMS Y EL FILM FUE DIRIGIDO POR JOHAN RENCK. LA MODELO ES LA MUJER NATURAL DANESA FREJA BEHA. CHECA EL MAKING OF DEL SPOT DE VALENTINA:

[HTTP://YOUTU.BE/RM1CS21XR\\_M](http://youtu.be/RM1CS21XR_M)



## TOTAL INTENSIDAD

GIVENCHY RECORRE A LA MODELO MARIACARLA BOSCONO PARA DARLE VIDA A ESA MUJER AGRESIVA Y SENSUAL, DE CARÁCTER MÁS MODERNO QUE REPRESENTARA **DAHLIA NOIR**, SU MÁS RECIENTE PRAGANCIA. ES EL PRIMERO PARA RICCARDO TISCI, DIRECTOR CREATIVO DE LA FIRMA. ESTÁ INSPIRADO EN LA DALIA, UNA FLOR SENSUAL PERO SIN AROMA Y VIENE EN AGUA DE PERFUME Y DE TOCADOR. UN FRASCO MINIMALISTA ENDIERRA NOTAS DE MANDARINA, PIMIENTA ROSA, RACHILÍ, IRIS Y MIMOSA. LUEGO DESPRENDE SUS NOTAS AMADERADAS, DE VAINILLA, HABA TONKA Y SÁNDALO.

## ESTILO *vintage*

**CHLOÉ** EDP ES UN PERFUME DE ESPÍRITU JOVEN CON NOTAS DEL PASADO, COMBINA CLASICISMO CHIC Y JUVENTUD. EL FRASCO TIENE UN DISEÑO ACANALADO CON UNA LAZA COMO DETALLE. ES FLORAL ORIENTAL CON NOTAS ESPECIALES DE PEONÍA, FRESIA Y LICI; EL CORAZÓN DE MUGUETE, MAGNOLIA Y ROSA SE FUNDE EN NOTAS EMPOLVADAS, CEDRO, ALMIZCLE Y ÁMBAR.





**SPECIAL** de Ésika es una elegante fragancia, floral e inolvidable. En ella se despliegan las gardenias con un toque de maderas en un delicado acento frutal. Consulta en el 800-37452-000.

## De catálogo

Far Away es una fragancia emblemática de AVON, ahora viene en su versión **Exotic**, siempre caracterizada por ser oriental especiada. Combina notas de mango, mandarina y especias chai con el corazón rosa del azafrán, leche de coco y jazmín en una base de pachulí, ámbar, almizcle y sándalo. Está disponible como agua de perfume en 50 ml. Consulta a tu consejera Avon.



## COSA DE HOMBRES

EL DEPORTE, LA BÚSQUEDA INCESANTE DE LA ADRENALINA, LA VIDA AL AIRE LIBRE... LA FRAGANCIAS MASCULINAS BUSCAN EVOCAR ESAS SENSACIONES FAVORITAS PARA ELLOS. ASÍ NACEN ESTAS TRES DELICIAS. **FOREST** DE VICTORINOX SWISS ARMY UN AGUA DE TOCADOR ULTRA MASCULINA QUE REFLEJA LOS CONTRASTES DE UN BOSQUE: CALIDEZ Y FRESCURA, LUZ Y SOMBRA, SUAVIDAD E INTENSIDAD. ES UNA MEZCLA DE CIPRÉS, PINO DE LOS ALPES Y CEDRO, CON NOTAS DE ENEBRO Y NUEZ MOSCADA CON LAS REFRESCANTE LIGEREZA DE LA SALVIA Y LA VIOLETA. VIENE EN PRESENTACIÓN DE 100 ML. Y LO ENCUENTRAS EN LOS PRINCIPALES ALMACENES.



## CH SPORT CAROLINA HERRERA

En un frasco recubierto con tela de algodón a rayas llega una fragancia de espíritu joven y deportivo. Sus notas de salida son estimulantes: bergamota, pomelo y salvia. Su corazón es ardiente con especias aromáticas como la pimienta de Sichuan y el enebro más una base de sándalo, vetiver y musgo de roble. Es un agua de tocador disponible en 50 y 100 ml. **BÚSCALO EN PERFUMERÍAS MAGIE, ALMACENES SIMAN Y XCLAIM!**

## L'eau D'Issey POUR HOMME SPORT

EN UN FRASCO Y EMPAQUE QUE EVOCA LAS GAFAS DE ESQUIAR O EL VOLANTE DE LA FÓRMULA 1, DISEÑADO POR EL ARQUITECTO RENATO MONTAGNER, JACQUES CAVALIER CREÓ UN COCTEL TÓNICO DE CÍTRICOS DE POMELO Y BERGAMOTA CON UN CORAZÓN DE NUEZ MOSCADA, DE FRESCURA LIGERA Y ENVOLVENTE. EN EL FONDO SE DESTACA EL VETIVER POR SU ELEGANCIA Y CARÁCTER. **BÚSCALO EN SEARS.**



# COLOR BLOCK 2012

COLOR BLOCK SE REFIERE AL USO DE COLORES FUERTES, LLAMATIVOS Y VIBRANTES EN EL VESTIR QUE LLENAN EL AMBIENTE DE UNA INTENSA SENSACIÓN DE ALEGRÍA EN EL VIVIR

TENDENCIA:  
**COLOR BLOCK  
PRISMA MODA  
2012**

Puedes optar por combinar todos los colores sin límites para la imaginación, cualquier mezcla es ahora aceptada. Se adapta a mujeres audaces capaces de lucir piezas de colores extravagantes, no sólo para ocasiones casuales sino también para eventos especiales. El secreto está en combinar cualquier color con tonos neutros como blanco y el negro.

Si eres más sobria y no quieres utilizar el color en ropa puedes optar por bases neutras y divertirte con el color en los accesorios, zapatos, carteras, cinchos, pañuelos, paraguas, así como en el maquillaje y uñas.

Recuerda que el tipo de ropa siempre va a variar dependiendo de tu figura, respetar tu propio estilo, tus necesidades, tu ambiente, tu trabajo, para así crear acertadamente tu imagen llena de color y alegría. Lo importante es lo que sientas en tu corazón que te agrade y eso se reflejará en el exterior.

Sabías los que predijeron que el color renacería con toda la fuerza en el vestir porque la viveza y el carácter que le imprimen los estilos a todo color nos hace únicos, exquisitos como la belleza de las flores, el agua, el cielo y todo en la naturaleza...No olvides eres única, bella y especial.



LO ÚNICO QUE TE VA COSTAR ES ELEGIR

Encuétralos en todos los Almacenes Prisma Moda  
COLOR BLOCK 2012: Por Cárstina Alcalá, Fotos: Alejandro Alvarón, Diseñador Gráfico Blán Jiménez

Pasión por la  
**MODA**

Estilos y colores pueden variar por sucursal

Encuétranos en  
o visítanos en [www.prismamoda.com](http://www.prismamoda.com)



Plaza Mundo  
Soyapango

Plaza Merliot  
Santa Tecla

Plaza Prisma  
Santa Ana

Metrocentro  
San Salvador

Metrocentro  
Sonsonate

Plaza Viva  
San Miguel

Unicentro  
Metrópolis

Unicentro  
Ibarrés







ADOC  
PRESENTA  
NUEVA COLECCIÓN

Abre la App Revive: enfoca toda la página y descubre toda la colección.



# EL MUNDO DE LAS BOTAS



EXHIBIÉNDOSE EN TU TIENDA ADOC FAVORITA

*vitrina*



Esta pulsera está compuesta por eslabones de cuarzo blanco, rodinita, ojo de tigre, calcedonia azul, aventurina verde y honey stone.

# Atemporal



LA COLECCIÓN DUNA DE TQUS PUEDE CONQUISTARTE POR SU SENCILLEZ... EVOCA -Y ESTÁ INSPIRADA- EN LAS ONDULACIONES DEL DESIERTO Y EN LAS FINAS CAPAS DE ARENA QUE LAS FORMAN. ENGLOBALA LA FUERZA DEL CONTINENTE AFRICANO EN COLGANTES Y ESLABONES DE COLORES SUTILES, ASÍ COMO MATERIALES NATURALES Y TEXTURAS MATE. DUNA ES ORGÁNICA, SALVAJE Y VITAL. BÚSCALA EN PLATA DE LEY Y EN ACABADO "VERMEIL". ES DECIR, EN PLATA DE LEY CON CUBIERTA DE ORO.

DISPONIBLES EN TIENDA TQUS EL PASO Y MULTIPLAZA.



## LA NUEVA TIENDA BENETTON

Si aún no la has visitado, es tiempo de hacerlo. Ahora con colecciones más completas, en pleno otoño, dispones de más variedad y amplios espacios en 420 metros cuadrados. Las líneas para mujer, hombre, niños y Undercolors ya están disponibles con la calidad que siempre ha caracterizado a United Colors of Benetton, una firma italiana de gran prestigio internacional. La temporada de otoño está inspirada en el lenguaje universal del corte sacre, con más colorido y nuevos tejidos. La sección infantil - por su diseño - permite a los chicos dar rienda suelta a su creatividad, están disponibles las colecciones New Born (0 a 12 meses), Toddlers (9 meses a 5 años) y Kids (de 6 a 12 años). La tienda está ubicada en el Nivel 1 de Multiplaza.





# Línea y Figura

Clínica Facial y Corporal  
20 años de experiencia

## Maquillaje Permanente:

Cejas, ojos y labios

## Ultracavitación:

Liposucción sin cirugía

## Radiofrecuencia:

Derretidor de grasa

## Tratamientos Faciales:

Manchas, Acné y Arrugas.

## Vacumterapia:

Succionador de grasa

## Microdermoabrasiones

(obténcutis nuevo)

## Mesoterapia Corporal y Oral

### Ácido Hialurónico

(Elimina líneas de expresión)

Masajes Reductivos,  
vendas frías y calientes

## Depilación Láser IPL y con cera

Tratamiento láser para  
manchas y varices

Parafango y Gimnasia Pasiva

Exfoliaciones y Envolturas corporales: vinoterapia y chocoterapia

Rizado y Extensión de pestañas (adheridas 1x1)

Masajes Relajantes y Linfáticos, a 4 manos, con bambú y esfera china

Bronceado (spray tanning)

Piedras Calientes y Ayurveda

Reafirmante de Glúteo y Busto

Sauna Seco y Vapor

**Consulta con nutricionista gratis**



### SUCURSAL MASFERRER

99 Av. Nte. y 3a. Calle Poniente No. 5011, Col. Escalón, 50 Mts. hacia abajo de la entrada de Emergencias del Hospital Diagnóstico.  
Tels. 2263-6430, 2263-6437

### NUEVA SUCURSAL SAN BENITO

Colonia San Benito, Calle Loma Linda # 210, frente de Scotia Seguros.  
Tels. 2223-1886, 2223-1845

[www.clinicalineayfigura.com](http://www.clinicalineayfigura.com) • [contacto@clinicalineayfigura.com](mailto:contacto@clinicalineayfigura.com)

Sigue nuestras promociones en:  

vitrina

# Tendencia: CHUNKIES



LOS TACONES SETENTEROS O LOS LLAMADOS "CHUNKY HEELS" PISAN CON FUERZA ESTA TEMPORADA. SON AQUELLOS ESTILOS QUE TIENEN UN TACÓN ANCHO Y SE ACOMPAÑAN DE UNA PLATAFORMA.



Para esta temporada y posiblemente muchas más, los diseñadores proponen este tipo de calzado que eleva la figura y estiliza las piernas; manera ideal de no renunciar a los tacones ni a la comodidad. No sólo son más cómodos debido a su grosor, sino porque también dan mayor soporte, gracias a su plataforma que a la vez aporta ese toque de informalidad, un tanto rústico y muy atractivo.

Tacones anchos y altísimos, de madera, cuero, piel, tonos vibrantes, estampados, gamuza y brillo son algunas de las propuestas más agresivas para esta temporada, en estilos como: mary-jane, abotinado, peep-toe y sandalias.

#### AHORA, ¿CÓMO LLEVAR CHUNKY HEELS?

Este calzado queda espléndido con pantalones skinny que corten al tobillo, leggings o con clásicos pantalones rectos.

Ideales para usar durante el día y también por la noche dependiendo de la combinación que utilices en ropa y accesorios.

Aprovecha la fiebre por otro de los estilos más cómodos de la moda y descubre los mejores estilos en las tiendas Nine West.





# NINE WEST

Fall 2012

TIENDAS NINE WEST GALERÍAS - LA GRAN VÍA - ZONA ROSA  
DISTRIBUIDORES EXCLUSIVOS: SEARS, PARK AVENUE Y SIMÁN  
visítanos en [www.ninewestca.com](http://www.ninewestca.com) o síguenos en [www.facebook/Club9](http://www.facebook/Club9)

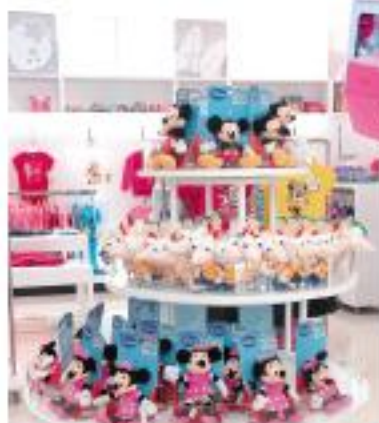
vitrina

# DOTS LLEGÓ PARA QUEDARSE

INDUSTRIAS ST. JACK 'S CONTINÚA INNOVANDO Y MARCANDO EL PASO EN EL MERCADO. ESTA VEZ SORPRENDE CON DOTS, UN CONCEPTO DIRIGIDO AL PÚBLICO INFANTIL QUE ADORA LOS DIBUJOS ANIMADOS.

La nueva tienda Dots by St. Jack 's, empresa fundada en 1974, se ubica en el primer nivel de Multiplaza, y con ella esperan complacer los gustos más exigentes del público local, ofreciendo productos con diseños diferentes y de alta calidad.

Además de conjuntos, pijamas, blusas y camisetas estampados o decorados con la imagen de caricaturas como Mickey y Minnie Mouse, Hello Kitty, Chica Fresa, Spiderman y Cars, en Dots encontrarás mochilas, peluches, disfrases, gorros y ropa interior. El local, primero en el país, ha sido ambientado con castillos e imágenes de personajes animados y cuenta con un espacio para que los clientes "pequeños" descansen sobre cojines mientras ven la TV.



**ADEMÁS DE ROPA,** en la tienda hay una gran variedad de accesorios y juguetes.



## MODA Y COMODIDAD

**Las líneas de walking femeninas toman protagonismo. Ahora comprar tus zapatos deportivos es más fácil dada su especialización.**

La firma JOMA tiene las versiones JIAN I fabricadas con materiales que se adaptan al tobillo, aumentando la protección en el impacto y facilitando la flexibilidad y adaptación al movimiento. Respecto al corte, su diseño es más colorido y con combinaciones mucho más atrayentes.

La versión Soft se destaca por la utilización de colores femeninos en combinación. Con suela flexible y ligera. El modelo de la línea walking es SOFT LADY: la zapatilla correcta para mujeres que necesitan alta durabilidad y sentir el pie cómodo. Su capacidad de flexión es excelente gracias a la ligereza y diseño en líneas de la suela, y las características del corte a través de las rajillas de nylon y estructura de microfibras ultra-light.

Running Titanium XII son ideales para mujeres de gran actividad física, viene con diseño moderno en combinación de colores. Están fabricados con alta amortiguación para favorecer al impulso y larga durabilidad. El caucho es de alta calidad en sus componentes. Los puedes encontrar en tiendas Jaguar Sport y distribuidores de prestigio.

disfruta con  
**ESTILO**  
TODO MOMENTO



nuevos  
**tampones**

SABA  
ESTILOS

TAMPONES  
LARGOS,  
FÁCILES DE  
APLICAR.



MUJERES  
MÁS SEGURAS 

## vitrina

Por Xiomara Alfaro.  
Fotografías: Miguel Villalta.

# Belleza y cuidado excepcional

GALERÍAS ES MÁS QUE MODA, AHÍ TAMBIÉN ENCUENTRAS LAS MARCAS MÁS EXCLUSIVAS EN MAQUILLAJE, PRODUCTOS PARA EL CUERPO Y CUIDADO DE LA PIEL. ESCOGE TU FAVORITO.

### Piel de seda

L'Oréal Paris dispone de toda una línea que hidrata y revitaliza la piel, elaborada a base de angélica ecológica. Este tratamiento de textura fresca y acuosa dispone de exfoliante, tónico, mascarilla, hidratante, espuma limpiadora y rocío refrescante.



### Manos de envidia

Shellac es lo último en maquillaje para las uñas. Esta técnica de color te hará lucir una manicura impecable hasta por tres semanas. Disponible en variedad de colores en Foot Clinic.



### Tratamiento refrescante

De la línea Tise Hut. Exfoliante, loción y splash hidratante a base de manteca de karité. Con fragancias deliciosas de Cocolima, Brazilian nut y Hawaiian kukui. Disponible en tiendas Xclalm.



### Maquillaje de diva

Luce los colores de la colección de Studio Makeup. Perfecting Finish Foundation, de cobertura ligera; Eyeshadow Quad, úsalo individual, en dúo, trío o elige el cuarteto para un acabado ahumado; Eye & Lip Primer y brochas para rubor, ojos y cejas y pestañas. Esta línea de maquillaje se encuentra en Almacenes Siman y Xclalm.





El cabello seco  
necesita mucho más que  
una simple hidratación.

Por eso el  
**NUEVO** Dove Óleo Nutrición,  
enriquecido con  
nutri-óleos sin peso,  
devuelve

100% de  
la suavidad y  
controla el frizz\*.

Comprueba el poder  
de los aceites nutritivos y dile  
adiós a tu cabello seco.

**Ama tu cabello.**

**Dove**

nutritive therapy



Síguenos en:

[www.facebook.com/dove](http://www.facebook.com/dove)

\*Con el uso de shampoo y acondicionador Dove Óleo Nutrición comparado con shampoo sin agentes acondicionadores.

# STEVE MADDEN



## STEVE MADDEN ES UNO DE LOS MÁS EXITOSOS DISEÑADORES DE ZAPATOS DE MODA DEL SIGLO 21

En 1990, comenzó a crear y a fabricar sus zapatos en su atelier en Queens, Nueva York. Con su experiencia en el mundo del calzado y sus creaciones únicas formó su propia empresa. Un año después, Steve Madden redefinió e introdujo una nueva versión de los zapatos con plataformas, que se convirtieron en uno de los sucesos más importantes de los 90's.



Steve Madden va más allá de los esquemas establecidos con su estilo vanguardista que combina de forma espectacular todo lo vibrante, joven, actual, moderno, sofisticado e irreverente en sus creaciones, con un espíritu urbano inspirado en las grandes ciudades como Nueva York.

Algunas de sus propuestas de temporada sugieren estilos muy llamativos en pumps. Resalta tu outfit combinándolo con cualquiera de estas opciones que darán otro giro a tu look.

# Let's get MADD!

▲ DUBLIN



▲ PATMOS



▲ GRANADA



▲ BELIZE



## LO MÁS TRENDY EN CARTERAS Y BOLSOS TE TRAE STEVE MADDEN EN ESTA TEMPORADA ¡IMPOSIBLE RESISTIRNOS!

Puedes optar por el auténtico bolso color block PATMOS o colores sólidos con textura como el estilo GRANADA o DUBLIN con sus agarraderas largas, ¡super espaciosos! Combínalo con tus skinny jeans color pastel y una blusa oversized.

Si tu estilo es más audaz, Steve Madden también tiene algo pensado para ti. BELIZE tiene ese toque de animal print que todas necesitamos para transformar nuestros looks normales en algo ¡completamente wild!

Combínalo con tonos nude para un toque elegante, con nuestra propuesta especial: Los ALLY-L y BEAUTEY.

• Visítanos en tiendas Steve Madden y descubre estas tendencias.

# Montblanc

## La belleza tiene muchos nombres

HACE MÁS DE CIENTO AÑOS, UN GRUPO DE CABALLEROS IMPRESIONADOS POR LOS ADELANTOS TECNOLÓGICOS, ESPECÍFICAMENTE CON LA RECIÉN INVENTADA ESTILOGRÁFICA, DECIDIERON PONER EN MARCHA UNA GRAN INDUSTRIA



### Por Karen Finnes

Fue por 1906 que August Eberstein, Alfred Nehemias y Claus-Johannes Voss, iniciaron los planes para lo que sería una de las firmas de lujo más importantes a nivel mundial. Los primeros ya tenían un taller, conocían de la estilografía y querían introducirlas a Berlín. Como requerían dinero, incluyeron como socios a Max Koch y Johannes Voss.

La compañía se llamó Simple Filler Pen Company y su primera creación fueron las plumas fuente "Rouge et Noir", rojo y negro con plumín de oro de 14 quilates y un agujero de respiración con forma de corazón.

Posteriormente, en 1910, surgió la "Montblanc", estilográfica negra con una estrella de seis puntas romas en tono blanco. Su nombre surgió en una partida de cartas "¿porqué no llamarla Mont Blanc? Al fin y al cabo es negra por fuera, blanca arriba y la más grande entre sus equivalentes".

Johannes Voss y Max Koch tenían que invertir 50,000 marcos cada uno. Este último nunca realizó su aporte por lo que incluyeron a un nuevo inversor, Christian Lausen. El éxito de la estilografía se trasladó a Berlín, Leipzig, Breslau, Hannover y Bremen. Además de las fuentes, las tiendas ofrecían papel para escribir, tinta y lápices mecánicos con la estrella blanca.

La primera sucursal internacional de la marca fue abierta por Nehemias en París y luego Johannes Voss montó otra en Barcelona. La desgracia acació con la muer-

te repentina de Nehemias en París, pero su principal aporte permanece como norma de la compañía "nunca se tenía que vender plumas baratas, se tenía que mantener la más alta calidad".

Con la "Meisterstück" y su número 4810 Montblanc llegó a la cima en 1924. Simboliza la altura de la montaña de ese nombre en los Alpes de Saboya, de diseño atemporal y fascinante con promesa de garantía de por vida. Un objeto de culto que ha ganado su lugar en el Museo de Nueva York de Arte Moderno.

### UNA FAMILIA DE LUJO

El máximo representante será siempre el Meisterstück 149. En 1983 se lanzó la colección Meisterstück Solitaire, una versión de metales preciosos en oro macizo, plata o plata chapada en oro. En 1974, Roger Moore utilizó el Solid Gold 149 en la película de James Bond "El hombre del petro de oro" para dispararle a Christopher Lee. Pero la pluma suprema es la Meisterstück Solitaire Royal: \$125,000 decorada con 4,810 diamantes en pavé.

Además de los instrumentos de escritura Meisterstück, la firma ha estado produciendo desde 1992 ediciones limitadas dedicados a famosos mecenas de arte, escritores o músicos. En cada edición sólo se fabrican 4,810 piezas que se convierten en artículos codiciados por los coleccionistas. Alrededor de las estilografías, la firma ha creado un mundo lujoso de perfección de líneas y diseño. Accesorios de cuero hechos



a mano (desde 1935), gafas para el sol, joyería y exclusivos relojes suizos.

"High Touch" es el lema de Montblanc, pues sus productos están confeccionados a mano de forma artesanal. La firma es representada en 260 tiendas y más de 9 mil puntos de venta en 70 países.

#### LO BELLO EN ELAIRE

El mundo de la fragancias Montblanc es absolutamente abrumador. Con una ausencia de varios años en el mercado salvadoreño, recién llega en exclusiva a La Riviera en La Gran Vía. Actualmente Legend es lo más reciente con que llega la casa de diseño, la primera fragancia masculina luego del paso de Procter&Gamble a su nuevo dueño Inter Parfums. Su nombre y diseño tiene que ver con la lapicera Meisterstück de 1924. Es una fragancia clásica categoría aromática-

helecho con notas de bergamota, piña, lavanda y verbena exótica, mezclados con haba tonka, musgo de roble, jazmín y sándalo. El inglés Simon Clark fue elegido para representar esta creación, un hombre fuerte, sencillo y elegante.

Entre sus predecesoras masculinas están Presence (2001) una fragancia oriental con notas de cardamomo, jengibre, canela y un corazón exuberante de salvia esclárea, manzana y heliotropo. De fondo, haba tonka, ámbar, sándalo y almizcle.

Starwalker (2005) un maderoso especiado con notas de bergamota, mandarina, bambú y un corazón de jengibre, nuez moscada y madera de elemi; y Exceptionnel (2008) que se despliega con notas de café, mandarina y lavanda wafts, tiene un corazón de salvia, menta y jengibre y un fondo de pachulí, ámbar y almizcle.

Entre las femeninas se destacan Femme (2006), una fragancia refinada, fresca y de un dulzor delicioso.

Sus notas de salida son de bergamota, cardamomo, canela, piña y el corazón de lujosas flores como rosa turca, jazmín, azahar y heliotropo. Singulares son las notas de fondo: frambuesa, chocolate, durazno, ámbar, pachulí y almizcle.

Por otro lado, Femme Individuelle es luminosa y encantadora, una creación oriental floral de notas frutales. El perfumista Michel Almairac combinó suavidad con notas picantes. Se despliega con notas frutales de bayas rosas y grosella, y le sigue un buqué de rosa, flor de loto y espino blanco. De fondo, almizcle, vainilla, pachulí y ámbar.



moda



Esabinas de colores con lazo (\$24.99).



Pañuelo de chifón en tonos cálidos (\$7.99).



Bufoada tradicional con acabado de flecos (\$7.99).



Cartera de clutch de tejido natural (\$19.99).

Blusa en diseño peplum (\$21.99).



Top strapless corte impario con detalle floral (\$7.99).

EN VERSIÓN GRUESA O FINA, HORIZONTAL, VERTICAL O DIAGONAL... LAS RAYAS SIGUEN PRESENTES. EN PRISMA MODA HAY DE TODO PARA LUCIRLAS.

# Tu look a rayas

Por Angélica Avendaño/ Fotografías René Estrada/  
Foto principal Roberto Torreta



Mini falda de algodón de rayas gruesas (\$14.99).



Mini con bolsillos laterales (\$16.99).



Falda en líneas diagonales con cintura (\$11.99).



Vestido de corte a la cintura en juego de rayas con zipper al frente (\$29.99).



Vestido en blanco y negro con cintura ceñida y tirantes gruesos (\$17.99).

*copiaelook*

# Espíritu retro

Aretes de media luna texturizado con cristales (\$39) de Park Avenue.



EN SU SEGUNDA COLECCIÓN PRE-FALL 2012 PARA CHLOÉ, CLARE WAIGHT KELLER SE INSPIRA EN LAS DÉCADAS DE LOS 60 Y 70. FALDAS PLISADAS, LISAS Y ESTAMPADAS A LA RODILLA FUERON PIEZAS CENTRALES DE LA COLECCIÓN

*Por Angélica Avendaño/Fotografías César Arlés*



Blusa con bolsillos y apliques en el cuello (\$24.90) de Pull and Bear.



Falda de dos tiempos en encaje ligero con detalles metalizados (\$59.99) de Manifesto By Lou.



Collar de dijes planos metálicos con aretes (\$40) de Manifesto By Lou.



Cinturón delgado con tachuelas (\$39) de MNG.



Botines de plataforma y tacón de aguja en color nude (\$109) de Nine West.



Bolso Miel Blanco estilo bandolera con asa larga de cadena (\$99) de Park Avenue.



Love, Chloé, fragancia empolvada con notas de iris, azúcar, jengibre y lila. El heliotropo y las notas de vainilla, almizcle, pimienta rosa y almendras la hacen elegante (\$130). De Almacenes Siman.



Se imponen las faldas ceñidas al cuerpo que forman una silueta perfecta.

*copiaelook*

LA FIRMA DE LOS GEMELOS CATTEN, DSQUARED2, SACA PROVECHO DEL LOOK RETRO PARA LAS TENDENCIAS OTOÑO INVIERNO 2012 CON PRENDAS SÚPER FEMENINAS LLENAS DE SENSUALIDAD Y GLAMUR

# Estética 70

Por Angélica Acendaño  
Fotografías César Azóles



Suéter de escote redondo y manga larga (\$17.99) de MNG



Brazalete de metal con cadenas (\$25).



Pulsara en dorado y plata (\$25).



Bolso Stradivarius con dos cinchas (\$35.95).

Falda stretch estilo recto confeccionada en satén color agua (\$39.95). Las tres de Manifesto By Lou.



Zapatos Marc Fisher de punta con plataforma y tacón en estampado de serpiente (\$119) de Park Avenue.





moda



## TENDENCIAS DE OTOÑO

LA TIENDA ESPAÑOLA MANGO PRESENTÓ SU NUEVA COLECCIÓN OTOÑO, LA CUAL VIENE MARCADA CON COLORES VIBRANTES COMO EL AZUL, VERDES MILITARES Y EL "ANIMAL PRINT".

*Por Angélica Avendaño.*

El estilo militar, donde prevalece el color caqui, se usará mucho con botines de piel combinados con accesorios en dorado. Charreteras, ribetes en tonos contrastantes y botones con motivos militares, todo en una paleta de color donde las diferentes tonalidades de caquis se convierten en los neutros de la temporada.

El estampado animal, en especial de piel de leopardo, viene en vestidos, faldas largas, cinturones, blusas, bolsos y accesorios.

El volumen cobra especial importancia esta temporada, los pantalones se vuelven maxi y los abrigos siguen una línea

masculina con un volumen "cocoon". La detalle de la colección: las mangas jamón.

### MASCULINO Y FEMENINO

La temporada otoño presentará americanas estilo masculino, algunas de ellas bicolors o adornadas con accesorios dorados. Eso contrasta con la figura "peplum", insinuante y femenino volante que se ajusta a la cintura de las faldas y vestidos. El color, será el Azul Klein, vibrante para el otoño y lo encontrarás en blusas fluidas y vestidos, los jersey quedan inundados por el este azul profundo. Y el Pink Rock, una combinación de chaqueta rosa con pantalones negros y accesorios en dorado, las cuales pueden ser pulseras, anillos o cinturones.

*al detalle*

# Auténticos MAXI BOLSOS

DESTACARSE NO ES COMPLICADO SI TE DECIDES POR LOS BOLSOS DE ADOLFO DOMÍNGUEZ, QUE SE CARACTERIZAN POR SER LOS COMPLEMENTOS ESTRELLA DE LA MARCA

*Por Angélica Avendaño  
Fotografías: César Acilés.*



## DIMENSIONES PERFECTAS

Materiales y forma: Maxi bolso de la línea U, de aspecto vintage con efecto anugado, de forma rectangular y detalles metalizados en dorado. De asa larga y corta con cierre de zipper. En el interior está forado en tela con depósitos pequeños. En la parte delantera lleva un zipper y un broche que define la identidad de la marca.

**PRECIO:** \$149.  
**MEDIDAS:** 35 x 23 x 13 centímetros.

## ELEGANTE Y NATURAL

Materiales y forma: Elegante bolso de piel bovina 100 % ligesamente granada de doble asa corta y larga. Lleva dos pliegues alrededor. Su interior está forrado en tela con detalles de cuero en los bolsillos.

**PRECIO:** \$299.

**MEDIDAS:** 38 x 24 x 8.5  
centímetros.



## Para quienes:

Para mujeres cosmopolitas y seguras, integradas al mundo productivo y con gusto natural por la moda.

Tienda: Adolfo Domínguez.

# ÚNETE A LA FIESTA

PONTE A TONO CON LAS ÚLTIMAS PROPUESTAS DE LAS PASARELAS Y FASHIONISTAS ALREDEDOR DEL MUNDO. ELIGE PIEZAS CLAVES Y HAZLAS TUYAS. CONOCE CUATRO EXCITANTES ALTERNATIVAS.

*Por Paola Cardenal Sol.  
Fotografías por René Estrada.*

Sin miedo a mezclar, hazlo siguiendo el concepto de Parfois, una espectacular firma portuguesa.



En verde limón, pulsera de trenza con cadenas doradas (\$15) de Manifesto.



En naranja y celeste con cierre dorado y cristales (\$22) cada una.



Y pulsera ajustable de cuerda con cristales (\$29), los dos diseños de Park Avenue.



Pulsera ajustable con acentos de oro blanco de 14K (\$285).

En cuerda ajustable con cruz plateada (\$19). De Park Avenue.



Pulsera con flor de oro de 14K (\$385). Ambos de Ferrer Igoa.



Pulsera Majorica elástica con perlas cu bivadadas (\$45). De Ferrer Igoa.

# DE MODA

moda



Pulsera de cuero café dije de corazón central, piedras y cadenas doradas (\$25) de Park Avenue.



Pulsera Chamilia, con dices de murano, en plata con detalles de cristal. De Ferrer Igoa.



Set de pulseras metálicas en negro, blanco y dorado \$29 de Stradivarius.

Juego de pulseras de madera, en bronce y borlas de tela (\$16.90) de Pull and Bear.



Pulsera de lazo en oro chocolate y amarillo (\$819)

## Boom de accesorios

"Más es más" decía Iris Apfel, a quien la bloguera Leandra Medine escuchó para apoderarse de la frase "Arm Party" y empezar todo un movimiento. Mezclar pulseras de todo tipo y colores con relojes XL o estampados es de lo más in, puedes hacerlo con collares, anillos y aretes. ¿La última tendencia en esta fiestas de accesorios? Todo lo tribal, telas, cueros y tonalidades de piedras naturales, elige estampados animales y acertarás sin duda.



Conjunto colorido de pulseras delgadas en turquesa, salmón y blanco (\$39) de Park Avenue.



Pulsera de plata con baño de oro rosa y circones (\$129). Ambas de Ferrer Igoa.



Reloj GUESS de doble vuelta con estampado de culebra (\$165), todos de Almacenes Siman.



Reloj TIMEX de brazaleta blanco y borde dorado (\$89).

Con estampado animal, reloj cuadrado Nine West (\$65).





Balmain se ha apoderado de los acentos metálicos.

Reloj Nine West con tachas y brazalete de cuero negro (\$65) de Almacenes Siman.



Blusa blanca clásica de botones con tachas en el cuello (\$59).



Chaqueta tipo motociclista en cuero con aplicaciones doradas (\$79) ambas de MNG.



Brazalete plateado tipo cuff con piedras negras (\$39) de Park Avenue.



Pulsera de plata con imán (\$290).



Collar Fiebecos con dije de gota en tonos dorado y plata (\$253) ambos de Fener Igoa.



**Rock Chic**  
 Las tachas y remaches son el toque final para tu guardarropa de temporada, eleva tus prendas básicas introduciendo accesorios con mucho estilo y estos detalles en plateado y dorado o arriégate para triunfar con prendas ultra femeninas adornadas con tachuelas. En blusas, faldas, pantalones, bolsos y zapatos, agrégales a tu guardarropa como quieras.



Cinturón rojo fino con detalles dorados (\$19.95) de ZARA.

Botines de puntera fina en crema con remaches dorados (\$139).



Bolso bandolero en estampado animal, cuero negro y tachas doradas (\$139) ambos de ZARA.

Zapatilla en fucsia y beige (\$99.99).



Zapatilla tipo loafer en negro con remaches plateados (\$59) de Pull and Bear.



Tacones con plataforma y punta cubierta de tachas (\$159.99).



Sandala con correa al tobillo y detalles dorados (\$69.99).

Zapatillas en estampado animal con puntera dorada (\$99.99) todos de Steve Madden.





Aretes con lámina de marfil y baño de oro de 18K Rebecca (\$331).

Brazalete de acero TIOUS en estampado animal (\$289).



Anillo de la firma italiana Rebecca (\$614). Todos de Ferrer Igoa.

Bolsa de sobre en dos tonos con cierre metálico (\$79.95) de ZARA.



Del lookbook más reciente de Stradivarius.

Chaqueta tipo Anorak con mangas de cuero (\$65.90).



Vestido de rombos en verde y negro (\$59).

Chaqueta en estampado de camuflaje (\$69.90) de Pull and Bear.



Pantalón pitillo (\$45.90) de Pull and Bear.



Minifalda en verde musgo con cierre expuestas (\$39.90).



Y en estampado de corte asimétrico, vestido con faja a la cadera (\$49) ambos de MNG.

Botines de gamuza con cuña (\$65.95) de Pull and Bear.



Botas altas en cuero y gamuza (\$199) de United Colors of Benetton.



Botines de cintas con punta redonda y tacón de madera (\$129.99) de Steve Madden.



## En la dinámica militar

Feminizando lo masculino, esta tendencia es la favorita de las famosas. El camuflaje ya no sirve para esconderse sino para atraer miradas, los tonos marrones y tierras también serán grandes aliados, el favorito es el verde musgo. No temas introducir acentos en cuero y metálicos.



ELIZABETH AND JAMES

Sombrero en ocre, gris y crema (\$59.90) de United Colors of Benetton.



Blusa de cuello redondo (\$89).



Sombrero de ala ancha con cuerda negra (\$49) de Park Avenue.



Cardigan de botones con cuello redondo (\$52) de MNG.

Vestido en estampado y fruncido a la cintura (\$229).



## Vino en la moda

Lo vimos en casi todas las pasarelas y ya ha invadido las tiendas. Este rojo intenso y profundo es el color de la temporada: el burdeos emana elegancia. Agrega interés con accesorios y elige prendas en esta tonalidad, lo puedes encontrar en estampados también.

Bolso de mano en cuero rojo y café con detalles metálicos (\$189), los tres de Adolfo Domínguez.



Silletas de gamuza con puntera fina metálica (\$79.95).



Plataforma de gamuza (\$49.90) de Stradivarius.

Y bolso XL bicolor con correa ajustable en cuero (\$79.95), ambos de ZARA.



Bolso tipo sobre en imitación de piel y piezas doradas (\$29.90) de Pull and Bear.

Salvatore Ferragamo con suaves texturas y cortes clásicos.





# Maxi bolsos

## Un favorito de las chicas

SIEMPRE ES VITAL CONTAR CON UN BUEN BOLSO VESTIDOR QUE VAYA BIEN CON UN JEANS O CON UNA FALDA FORMAL.

Las famosas son presa de la moda "bolso grande". Y es que "uno nunca sabe cuando pueda necesitar más espacio". Los acabados en forma de ataché, de maletín de doctor, estilo hobo, en los colores que se pueda imaginar siempre consiguen adeptas en las tiendas. MIKE MIKE tiene dos modelos vanguardistas que seguro irán muy bien a tu día a día.



La sensual y voluptuosa Lana del Rey viste muy clásica, y la top Karolina Kurkova muy al estilo militar lleva su bolso en acabados mates y brillantes.



Bolso fabricado en semi-cuero muy suave al tacto y de gran capacidad, con detalles cromados (\$ 34.90).



Bolso cartapacio super útil con compartimento para laptop, fabricado en semicuero resistente, con tirante ajustable y hombro antideslizante (\$45).



*vitrina*

Cartera Cross Body con novedoso forro cromado al frente en tono púrpura (\$ 17.90).



Bolso Cross Body con detalle engastado en forma de flores (\$19.90).



Diseño de estilo playero, ultra liviano y resistente a la lluvia, también Cross Body (\$17).



### MÁS O MENOS FORMALES

Las bandoleras pueden ser tan serias o divertidas como prefieras. La forma de llevarse denota libertad, accesibilidad y buena onda, aunque sea con cristales y lo lleves con un vestido de noche.

## moda

Por Paola Cardenal Sol.

Aunque cada mujer es diferente y sus medidas puedan variar, existen cuatro tipos de cuerpo universales. Conocer el tuyo te ayudará a resaltar tus atributos y disimular lo menos favorecedor. La clave es crear un balance que ayude a estilizar y realzar tu look y además tu confianza.



### EQUILIBRIO: RELOJ DE ARENA

"Cintura definida y curvas equilibradas tanto arriba como abajo" así lo define The Image Maker Inc. Este tipo de cuerpo será fácil de identificar por el balance entre hombros y caderas, además la curva natural de la cintura que es pronunciada. Esta figura es la considerada más ideal por sus proporciones en comparación a las demás. ¡Siéntete orgullosa!

#### Se recomienda:

La cintura definida es tu mejor atributo, experimenta con prendas entalladas y realza esas curvas naturales. Las telas ligeras y prendas de un solo color o estampado ayudarán a estilizar y alargar. Domina tus curvas enfocándote en los cortes indicados: escotes corazón, en V y ligeramente abiertos ayudarán a restar peso, pantalones rectos o con un poco de campana son tu mejor opción. Mantente alejada de los famosos "skinny" si tienes curvas muy pronunciadas.

Una opción perfecta para alargar tu silueta son los vestidos envolventes, faldas rectas o en A. Los cinturones a la cintura deberían ser de grosor medio y en colores parecidos a la prenda que llevas debajo, uno muy ancho y oscuro demanda demasiado protagonismo y uno muy delgado resaltará demasiado el busto y caderas. Los zapatos altos ayudarán a estilizar las piernas y formar ángulos más favorecedores.

Katy Perry y  
Jessica Biel



# A tono con tus formas

NO IMPORTA TU ESTATURA O LA TALLA QUE USES, APRENDE A CONOCER TU CUERPO Y TOMA CONTROL DE TUS CURVAS PARA SACARLES PROVECHO. ¡SIN DUDA LUCIRÁS ESPECTACULAR!



## TRIÁNGULO FEMENINO

En este caso no existe un balance, sino una diferencia entre hombros que son más pequeños y caderas más voluminosas. "Esto no se limita a personas delgadas, los tipos de cuerpos dependen más de la estructura ósea que del peso", explica el libro *Análisis de Estilo Personal*. Esta estructura es muy común en la mujer latinoamericana y en los grupos árabes.

### Se recomienda:

Busca dar protagonismo a la parte superior del cuerpo utilizando colores más claros arriba, cuellos más cerrados y prendas con detalles y aplicaciones en los hombros y escote.

Los estampados, las rayas horizontales, blusas con zipper expuesto, cuellos y mangas anchas son la opción acertada. Las bufandas y pañuelos son otra excelente elección.

Elimina los pantalones con detalles en la cadera y agrega, en colores oscuros, faldas con una leve campana y pantalones rectos o anchos.

La silueta más recomendable en estas prendas y en vestidos debe ir entallada hasta las caderas y luego separarse del cuerpo creando una línea recta desde ese punto. Mantén los accesorios más llamativos en la parte superior del cuerpo, los collares y aretes grandes ayudarán a desviar la atención y centrarla en el rostro.

*Existen también tipos de cuerpos secundarios que combinan algunos atributos de los cuatro tipos principales, mantén la mente abierta a encontrar algunas diferencias y ajustar estos consejos, tanto a tus tallas como a tu estilo personal.*

Rihanna y  
Jennifer López





moda

## TRIÁNGULO INVERTIDO

Es común en personas con bustos más grandes, pero no excluye a las de bustos pequeños, especialmente si estas practican deportes como la natación y la gimnasia que desarrollan más la musculatura de los hombros y espalda alta. Este tipo podrás identificarlo por el desbalance entre hombros más anchos y caderas más pequeñas.

### Se recomienda:

Busca desviar la mirada hacia abajo dando mayor protagonismo a tus caderas. Las faldas con volumen o textura, pantalones de pierna ancha y las chaquetas entalladas serán tus mejores aliados.

Encuentra piezas estampadas o en colores claros o llamativos para usar en pantalones y faldas. Deja las líneas verticales para los tops. Además opta por blusas delicadas en telas ligeras, de un solo color y veta las rayas horizontales. Recuerda optar por tirantes más gruesos y elimina los escotes strapless, los cuellos en V son la mejor opción. Elimina por completo chaquetas con hombreras o demasiado estructuradas.

Los cinturones a la cintura ayudarán a crear una curva más definida, los vestidos en línea A también te van bien. Busca chaquetas, suéteres y blusas que lleguen a tus caderas, esto ayuda a alargar el torso. Opta por resaltar tu parte baja con zapatos llamativos en colores, estampados o aplicaciones metálicas. Una solución sencilla para el día a día es buscar prendas oscuras para usar arriba y dejar las prendas más claras abajo.

Recuerda que cada mujer es diferente, debes también tomar en consideración tu estatura, así como las proporciones entre el largo de torso y piernas para armar tu look perfecto con mayor éxito.



Angelina Jolie y  
Renee Zellweger

*"Unos elegantes zapatos de tacón son una prenda que nunca debe faltar en el armario de una mujer con estilo. Alargan y agregan sofisticación de manera instantánea".*

Joyce Kudsen, asesora de imagen internacional.



Cameron Diaz y  
Eva Longoria

## FIGURA ATLÉTICA

En este caso sí existe un balance entre hombros y caderas, pueden ir desde muy anchas hasta muy pequeña, el detalle importante es reconocer la falta de una curva natural de cintura, puede que en algunos casos la curva sea muy pequeña.



### Se recomienda:

Busca definir la cintura y agregar dimensión a tu cuerpo. Logra esto con piezas separadas que ayuden a "romper" la silueta y enfocar la vista en áreas específicas. No temas a experimentar con texturas y estampados siempre cuidando las dimensiones de tu cuerpo. Los cinturones o prendas que acentúan la cintura serán tus mejores aliados. Si eres baja de estatura opta por detalles más finos. Los collares largos y con detalles llamativos ayudarán a balancear la parte superior, así como las blusas con volos en el escote, las mangas o detalles como moños y pliegues.

Agrega volumen sin verte más gruesa en la parte baja del cuerpo con estampados y pantalones campana o faldas estilo tulipán. Otra alternativa es buscar prendas con detalles en las caderas, costuras o decolorado. Recuerda que definir la cintura es lo más importante, busca blusas y chaquetas que te ayuden a hacerlo, los vestidos entallados con detalles y faldas rectas o en A son una excelente opción.

### ¡CONSEJOS EXTRA QUE FAVORECEN A TODAS!

- La base de cualquier guardarropa con estilo es la ropa interior adecuada, encuentra la talla ideal que te levante y cubra lo suficiente.
- No temas a las fajas y a las medias para ayudarte a suavizar líneas. Te salvarán de cualquier vestido revelador.
- Aprovecha las tendencias "peplum" y con paneles a los lados, ayudan a crear curvas, mostrar tu cintura y estilizarla.

- Opta por zapatos con algún tipo de tacón, aunque sea pequeño, ayudará a alargar las piernas. En especial si son en un tono parecido a tu piel.
- Busca un buen sastre, es preferible que alteres tus prendas a tu talla exacta a que compres piezas muy pequeñas que te acorten la figura o marquen donde no es ideal.

# Un dúo *imparable*

LA HISTORIA DE JULIE Y KRYSSIA DEMUESTRA DE QUE PARA SER EXITOSAS HAY QUE TENER BUENAS IDEAS Y SACARLE MÁXIMO PROVECHO A LOS RECURSOS. SU PROYECTO DE NEGOCIOS SE FUNDAMENTA EN LA FÁBULA "LA SOPA DE PIEDRAS".



**“Somos una empresa que trabaja con transparencia. Nuestras sandalias son diseños exclusivos elaborados por artesanos salvadoreños”.**

*Por: Lissette Ábrego Arias.  
Fotos: Julio César Avilés.*

Cada día son más las mujeres que se incorporan al mundo de los negocios, aportando ideas novedosas y muy competitivas. Ese es el caso de las hermanas Quintanilla Patiño, creadoras de COCO CANELA® *infinite love of fashion*, una microempresa que en la actualidad ofrece dos líneas de producción: bronceadores y calzado.

Julie, diseñadora gráfica, y Kryssia, mercadóloga, relatan que siempre quisieron trabajar juntas, y aunque estudiaron carreras distintas encontraron la manera de fusionar su talento como creativas y empresarias en una misma firma.

Detallan que el negocio inició el año pasado, tras el viaje de sus padres a la isla San Andrés, Colombia, donde participaron del proceso de extracción del aceite de coco, usado por los lugareños para cocinar sus alimentos y como bronceador natural. Al retornar al país decidieron poner en práctica lo aprendido junto a su familia y luego de un largo proceso artesanal obtuvieron un aceite de coco virgen de alta calidad, el cual combinaron con canela y dieron origen a un bronceador de acción reestructurante



que proporciona un dorado intenso e incomparable en la piel.

Julie explica que el nombre del proyecto surgió de unir algo muy propio de El Salvador, el coco, una fruta que se reproduce fácilmente en la costa por nuestro clima tropical, y la canela, una especie de color similar al tono de piel de la mayoría de latinos y salvadoreños.

Afirman que como en todo pequeño negocio, el producto se ha ido posicionando poco a poco en el mercado gracias a la ayuda de la familia y amigos. Esto les permitió que en abril de este año pudiesen registrar la marca.

## UN POCO MÁS

Pero el sueño no se detuvo allí, pues por ser mujeres jóvenes que gustan vestir a la moda y diseñar lo que usan, tomaron la decisión de crear Fresno®, una subdivisión de Coco Canela, que se enfoca en la fabricación y venta de calzado para mujeres y hombres. Dicen que la razón fundamental de confeccionar zapatos es que cuando asistían a reuniones se encontraban con la desagradable sorpresa que la mayoría de chicas de su edad lucía un diseño similar, que los modelos no eran cómodos y se deterioraban rápido.

Como anécdota, Julie recuerda que recorrió varias tiendas buscando los zapatos soñados para su boda, pero no los encontró. Así,

## JULIE

Tiene 27 años y es licenciada en Diseño Gráfico de la Universidad Don Bosco. Es diseñadora gráfica freelance e imparte clases de fotografía y comunicación visual gráfica en la Universidad Francisco Gavidia.



## KRYSSIA

Tiene 25 años y es graduada en Mercadotecnia de la Universidad Doctor José Matías Delgado. En la actualidad es asesora de marca para una publicidad.

luego de unos meses de trabajar en el bronceador y que éste saliera al mercado decidieron emprender el nuevo proyecto. Para ello contaban con un capital de 50 dólares.

Recuerdan que en la web encontraron la plataforma Finanzas Alternativas, que da apoyo a emprendedores y proyectos innovadores, y que después de contactarlos, éstos los llevaron con artesanos, maestros zapateros que carecían de empleo, para que les confeccionarán el primer par de sandalias para dama, un diseño de flats romanas a las que denominaron Azul.

Añaden que el proceso ha sido de prueba y error, porque para elaborar un diseño y sacarlo al mercado realizan varios prototipos. "Cada vez que se va a sacar un nuevo modelo lo probamos porque queremos saber los pro y contra. Siempre encontramos algo que mejorarle y hasta que nos sentimos satisfechas los incluimos en la colección", dice Kryssia. "Queremos que se vean bonitos, que sean ergonómicos y funcionales, porque de nada te sirve que se vean bonitos si te va a molestar el pie, si te va doler", acota Julie. En enero sacaron las primeras sandalias y desde entonces han ido creciendo, la familia se ha involucrado por completo en el proyecto y ha asumido un rol.

Julie se encarga de hacer los diseños de calzado y publicidad, mantener el contacto con los zapateros, conseguir los materiales y proveérselos. Hace las fotos que retroalimentarán su muestrario y prueba cada demo que se hace. Su esposo, Guillermo le apoya con recursos humanos y el plan de desarrollo de la microempresa; mientras Kryssia ve la parte de publi-



**“Nos parece una experiencia apasionante. No vamos a descansar hasta que el mundo vea lo que hacemos”.**

cidad, relación con clientes, pedidos y mantenimiento de espacios en las redes sociales que ha sido su único medio de publicidad.

Sostienen que un factor importante que las llevo a realizar sus primeras ventas y que hace que cada día sumen más clientes es lo que se conoce como boca en boca. "El proyecto es como un árbol, al que le han salido ramas (compradores) que nos buscan para comprar nuestros diseños y hacer crecer la empresa", agrega Julie.

Ahora tienen 30 modelos que se pueden adquirir a través de Facebook o en las tiendas Chunchitos&Siniestra (tienda de diseño de San Salvador) y Xaltenco (en la playa El Tunco, de La Libertad).

## EMPRESA EN EXPANSIÓN

A raíz de las exigencias de sus clientes se expandieron a la confección de bolsos. Pero, debido a la demanda de calzado (pues han triplicado su producción mensual) y a que en su equipo no contaban con un marroquinería paralizaron temporalmente la producción, aunque esperan retomarla en los próximos meses pues están en proceso de contratación de cuatro personas, entre ellas un experto en el oficio. Con ello sumarán 14 en el proyecto.

"Todos somos un equipo, somos emprendedores, merecemos el mismo trato y si uno cae, todos caen. Nadie es empleado de nadie, somos un equipo que trabaja por un bien común: sacar adelante la microempresa de la cual todos nos beneficiamos", agrega Julie.

Entre sus retos está el seguir conociendo, por medio de las redes sociales, los gustos de sus clientes, ampliar y mejorar la gama de productos exclusivos y de alta calidad, tener su propio local de ventas y proporcionar empleo a más personas, entre ellos a los que se dedican a la elaboración de bisutería. A la fecha han enviado pedidos de bronceadores y calzado a Centroamérica, Estados Unidos y Australia.

Como contactarlas: Teléfono: 7970-2752; Email: cocoonela@bronceador@gmail.com Twitter: @Coco\_Canela Facebook: CocoCanela



## DETALLES IMPORTANTES

Las materias primas que utilizan son cuero, telas de colores y con estampados cien por ciento naturales, confeccionados de manera artesanal por manos salvadoreñas.

Las sandalias están disponibles en tallas de la 4 a la 10; mientras que las plataformas y tacones van de la talla 4 a la 9. Además confeccionan tallas especiales y hacen réplicas.

pasarela



LAS CHAQUETAS SON UN BÁSICO DE ESTA TEMPORADA. AUNQUE PERSISTEN LAS DE TRAJES SASTRE. BÁRBARA BUI, POR EJEMPLO, LES SACA PROVECHO CON VERSIONES MUY ESPECIALES.

# DEL CLÁSICO AL MILITAR

*Por Karen Flores*

París fue el escenario para que Bárbara Bui se luciera con sus tonos verde musgo y pantalones de raso. Aunque en principio los tonos son neutros las texturas hablan por sí mismas y la diseñadora incluyó sensuales pieles y estampados de animal con flores y dragones asiáticos.

Los acabados acolchados son una joya de vestuario por su diseño y los cinturones con acentos dorados contribuyen a un look holgado pero elegante, muy inspirado en la moda masculina.







BURBERRY  
PRORSUM



CACHAREL



ICEBERG



MATTHEW  
WILLIAMSON

SON UN BÁSICO DE LA TEMPORADA. SENCILLAS O MUY ELABORADAS COMPLEMENTAN CUALQUIER LOOK.



EMPORIO  
ARMANI



KRIZIA

UNA CLÁSICA SOBRE UN JEANS AJUSTADO LUCE PERFECTA. SOLO CUIDA DE LLEVAR UN BOLSO Y ACCESORIOS INTERESANTES.



DIESEL  
BLACK GOLD



JUST CAVALLI



JASPER  
CONRAN



CARLOS MIELE



CARLOS MIELE



BADGLEY MISCHKA



CRISTIANO BURANI

# Gama de azules

EL OTOÑO PERMITE EXPLOSIONES DE COLOR, ESTRIDENTES SI SE QUIERE. EL AZUL KLEIN Y SUS VARIANTES, PERMITEN DESTACARSE ENTRE LA MULTITUD.



EMPORIO ARMANI

GIANFRANCO FERRE

OSCAR DE LA RENTA

TEMPERLEY LONDON

STELLA MCCARTNEY

# COLORIDA

## estampa

Por Karen Finnes



A-LAB



VALENTINO



NORMA LUISA



TEMPERLEY LONDON



ANGELO MARANI

EL OTOÑO NO SE NIEGA LOS ENCANTOS DEL ESTAMPADO. LAS SEDAS, TWEED Y OTROS MATERIALES SE LLENAN DE COLOR.

MATTHEW  
WILLIAMSON

PORTS1961

BASSO&BROOKE



OSCAR  
DE LA RENTA

FRANKIE  
MORELLO

MATTHEW  
WILLIAMSON

ALBERTA  
FERRETTI



*belleza*

# EL PRIMER: *aliado estratégico*

SE HA CONVERTIDO EN EL "BÁSICO" PARA LAS MUJERES QUE YA EXPERIMENTARON SUS BENEFICIOS. AUNQUE EXISTEN VARIOS TIPOS TODOS TIENEN EL MISMO FIN: PREPARAR, SUAVIZAR LA PIEL Y MANTENER EL MAQUILLAJE POR MÁS TIEMPO.

*Por Xiomara Alfaro*

Hace unos años surgió una nueva herramienta de maquillaje que ahora está cosechando más adeptos. Se trata del primer o prebase, cuya función es acondicionar la piel, hacerla lucir suave y con efecto de terciopelo.

Hay diferentes tipos, según sus componentes ayudan a matificar, disimular los poros y el exceso de grasa, y preparan la piel para el siguiente producto que se va a usar. "Los matificantes controlan el brillo, son libres de aceite, ideales para pieles grasas y con tendencia al acné", explica André Salas, maquillista y estilista profesional.

Algunos están formulados con siliconas, otros con ácido

salicílico, extractos de flores o frutas para disminuir las líneas de expresión y retexturizar la piel. También encuentras primers con color los cuales permiten neutralizar manchas provocadas por el sol y las ojeras.

La mayor parte de firmas incluyen en su línea estos productos. M.A.C, por ejemplo, cuenta con toda una gama Pre-Primer indicada para cada necesidad, desde sueros que hidratan a profundidad como el Moisture Infusion o Skin Brightening que neutralizan las manchas y otras pigmentaciones; básicos como Skin Smoother Base Visage y Face Protect, hasta iluminadores, preparadores para labios y para pestañas. También puedes elegir de Studio Makeup el Soft Illusion Face Primer, formulado para que la piel luzca suave, y Eye & Lip Primer, que intensifica el color y deja un acabado de larga duración.

Firmas como Clinique, Lancôme, Sephora, L'Bel, Christian Dior, Clarins y Smashbox, así como ARTDECO y Almay, también ofrecen entre sus colecciones primers de excelente calidad.

#### ¿CÓMO USARLO?

Son fáciles de aplicar. M.A.C te recomienda usar los sueros después de la limpieza facial y antes de la crema hidratante, los matificantes y preparadores aplicarlos de forma uniforme en todo el rostro antes de la base. Puedes aplicar varios a la vez, es decir, pones el suero, luego la prebase y continúas con el primer de pestañas y labios.

Muchos de estos no solo favorecen a un maquillaje de larga duración, también ofrecen vitaminas y componentes activos que estimulan el crecimiento en las pestañas, hidratan la piel, controlan los poros dilatados, el exceso de grasa y protegen del sol y los rayos UV.

## Hacedores de magia

Luzir impecables en el día a día, aun cuando uses un maquillaje ligero, es posible gracias a los primers. Te presentamos algunos:



Transparent Finishing Powder (\$27), Skin Smoother Base Visage (\$38.50) y Fortified Skin Enhancer, con spf 15, cuatro tonos disponibles: Neutralize, Refresh, Adjust y Illuminate (\$25.50 c/u).



La Base Pro afina la piel y difumina la luz minimizando las imperfecciones. Libre de aceites, de Lancôme.



Beauty Balm con FPS 35, hidrata ligeramente la piel y barra las líneas de expresión (\$35.50).



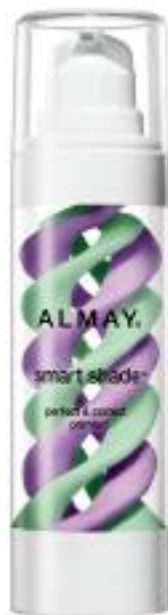
Moisture Infusion Sérum Hydratant, con vitaminas A, B y C. (\$48).



Future Length Lash Serum (\$24). Todos de M.A.C.



Soft Illusion Face Primer (\$25), de Studio Makeup.



Perfect & Correct Primer, suaviza y corrige el color en un solo paso (\$16.25) de Almay.



Super City Block, con alto nivel protector solar, ideal para todo tipo de piel. Úsalo solo o como un primer para el maquillaje (\$25).



Base Tratamiento Potenciadora para Pestañas, gracias a su tecnología Advance Net Complex resucita a manera de base y potencia el efecto de la mascara dejando un acabado con más volumen y largo (\$12.50), de L'Bel.



Illuminating Perfecting Primer, base preparadora de la piel. Controla la grasa y reduce el brillo (\$38), y Eye & Lip Primer, de Studio Makeup (\$14). Todos de Almacenes Siman.



belleza

# DRAMÁTICOS y seductores

LOS COLORES FRÍOS SON LOS FAVORITOS PARA EL INVIERNO, MIENTRAS QUE LOS CÁLIDOS AYUDAN A LOGRAR UN MAQUILLAJE TENUE Y MÁS ILUMINADO.

Por Xiomara Alfaro



Pure Color con cuatro acabados en un solo compacto, mate, satinado, iridiscente y metálico (\$55). Tono 10 Film Noir.

Pure Color con tecnología True Veil, Ivy Envy Satin (\$23), ambos de Estée Lauder. Disponibles en Almacenes Siman.

Heavenly Creature, la nueva colección de M.A.C. con minerales refinados, sombra en polvo que deja una aplicación muy natural y ligera. Water 72 (\$24).





Rosales des Delices de Lancôme, tono A80 (\$61.50).



De Color Mania, la inspiración de pasarela de Artdeco. Sombra en color morado intenso en acabado mate (\$5.95), de Sisars.



Nudes-Glamour & Glitz de Studio Makeup, paleta de color de efecto sedoso con pigmentos deslumbrantes. Incluye varios tonos además de un mini Eye&Lip Primer y brocha (\$24), de Xolalm.

El rímel y el delineador complementan el maquillaje de ojos. Elige una máscara que de volumen y alargue tus pestañas para un efecto más dramático como Super Extend Extreme (\$8.99) de Avon. Delinea con Automatic Eye Pencil Duo (\$27), de Estée Lauder.



## ¿Fríos o cálidos?

Elige según la ocasión y el color de tu piel. Lancôme, Christian Dior, L'BEL, Studio Makeup, Artdeco, Chanel y M.A.C muestran sus nuevas paletas de colores.

Las firmas de cosméticos cada vez ofrecen propuestas más seductoras, no solo por la belleza de sus colores si no también por la practicidad en las combinaciones. Estée Lauder por ejemplo incluye en su más reciente colección, Pure Color, cinco tonos en un solo compacto con diferentes acabados que van desde mate, satinado hasta iridiscente y metálico, estos también los puedes elegir en diseños individuales.

Studio Makeup, incluye en su nueva paleta de color tonos fríos y cálidos en una sola presentación. Mientras que Christian Dior se inspira en la esencia del "animal print" para crear su propuesta Golden Jungle.

Elige entre colores fríos y cálidos el que mejor vaya contigo. Para ocasiones especiales nada mejor que los fríos, son los más indicados para un look espectacular con efecto ahumado y dramático, grises, morados, fucsias, plateados, tonos vino, rosas y lila forman parte de esta gama. Van muy bien con pieles blancas aunque las morenas también pueden llevarlos sin complejos.

Por el contrario los colores cálidos, entre los que están los naranjas o terracotas, dorados, ocre y cafés favorecen las pieles trigueñas. La mejor forma de usarlos es manteniendo la armonía del maquillaje con colores de la misma gama y nunca mezclarlos. Todas las marcas de maquillaje incluyen en sus colecciones combinaciones que puedes usar de forma individual, en dúo o cuartetos.

especial

# Luz y color

TUS ALIADOS PARA LOGRAR UN MAQUILLAJE TENUE Y MÁS ILUMINADO.



Golden Jungle, de Christian Dior, inspirada en el animal print. Incluye brillo para labios. Golden Browns 001 (\$65), de Almacenes Siman.



Chanel le apuesta a un otoño elegante con su nueva colección LES essentiels (edición limitada). Incluye tonos rosas y beige clásicos, tono # 36 intuition (\$66). Ambos en Almacenes Siman.



Expressive XP de L. BEL, cuarteto de sombras para ojos máxima cobertura, tono Amazon festival (\$24).



Heavenly Creature, de M.A.C., su fórmula protege la piel de los párpados, mientras que su textura asegura mayor adherencia y duración del color, tono Earthly 72 (\$24).



Elige las tonalidades marrones y combina con labios intensos o uñas vestidas en colores fuertes como el número 14 de Cerámico Nail Lacquer (\$7.95), de Artdeco y Rouge in love, tono Coral 4 de Lancôme (\$27.10). Búscalos en Sears y Almacenes Siman respectivamente.



especial

# PARA PIELES MÁS radiantes

EL MAQUILLISTA INTERNACIONAL JONATHAN NÚÑEZ VISITÓ EL SALVADOR PARA DARTE TODA LA INFORMACIÓN SOBRE WAKE UP DE ALMAY.

Por Lissette Abrego

Durante su estadía participó en el Festival de Belleza de Almacenes Simán y aprovechó para compartir con las clientas, hacer demostraciones y dar tips que garantizarán que su maquillaje lucirá perfecto todo el día, como si se lo acabase de aplicar, con una sensación de humedad, confort e hidratación. Este profesional de la belleza dijo que una de las primeras cosas que toda mujer que gusta maquillarse debe tener en cuenta es usar maquillaje de una misma marca, porque al mezclar productos se corre el riesgo de alergias debido al choque químico de componentes. Además, que siempre se debe seguir una rutina de aplicación que implica tener la piel completamente limpia para luego proceder a aplicar la base Wake Up en el rostro, ya sea con ayuda de una brocha o con los dedos. Luego del corrector de ojeras se coloca el "primer", preparador para los ojos, que viene en el nuevo trio de sombras. La sombra más grande servirá como iluminador para todo el párpado; el tono mediano es para la parte móvil del párpado y el más pequeño para la cuenca del ojo. Después de aplicarlo se sigue con el nuevo delineador que es cremoso y fácil de deslizar, ahora trae un iluminador que perfectamente se puede aplicar



como parte del delineado, en el lagrimal o debajo de la ceja. Para evitar que el delineador se corra se debe usar un desmaquillante que no sea en aceite. Con respecto al blush indicó que el trabajo se volvió más fácil, pues la nueva brocha del rubor Wake Up viene en forma diagonal para que absorba lo necesario y después pueda aplicarlo exactamente en el lugar que desee, puede ser en la barbilla, pómulos o frente.



## LA NOVEDADES

### • BASE MINERAL EN POLVO SUELTO

Da un look radiante y natural. Está hecha con una fórmula encapsulada que brinda hidratación y contiene ingredientes que humectan la piel. Su fórmula es a base de pepino, aloe vera, minerales, té verde y filtro protector solar 13, lo que da una cobertura perfecta, de ligera a media. Esta se usará del pómulo y los laterales hacia adentro, dejando de último la zona T.

### • BASE LÍQUIDA

Esta formulada con agua que hidrata la piel hasta un 132 por ciento más en cada aplicación. Contiene extractos de pepino, minerales, aloe vera, té verde y cafeína, proporcionando una cobertura de ligera a media y factor de protección solar 20. Viene en siete tonos.

### • SOMBRAS Y PRIMER

El primer es un preparador para los ojos que ayuda a rellenar todos los signos de envejecimiento a través de su fórmula hidratante de aloe vera, pepino, té verde y cafeína. Se coloca con la yema del dedo anular o con el mismo aplicador, desde el extremo de afuera hacia el lagrimal para evitar que se compriman los signos de envejecimiento. Para completar el look se aplica un trio de sombras que garantizan un color intenso durante ocho horas, sin necesidad de retocarlas debido a las perlas iluminadoras y pigmentos de color que reavivan los ojos. Hay tres paletas de colores.

### • DELINEADOR E ILUMINADOR

Otro dos en uno, no es a prueba de agua, pero no se corre por la utilización previa de corrector y sombras.

### • RUBOR E ILUMINADOR

Su brocha es angulosa para facilitar su uso en las curvaturas necesarias tanto del rubor como del iluminador, lo que ayuda a perfilar, resaltar e iluminar. El movimiento de la brocha sobre el rostro debe ser de adentro hacia afuera, desliziéndola suavemente. Viene en tres tonos.

¡Ponte más BELLA!

Durante Octubre y Noviembre  
TODOS NUESTROS SERVICIOS rebajados al

50%  
(leer restricciones)

S P L E N D O R  
S A L Ó N & S P A

CITAS al (503) 2264-3514

Búscanos en [f](#) SplendorSalonAndSpa

\*Promoción válida hasta el 30 de Noviembre de 2013. Para hacer efectivo el descuento el cliente debe presentar el recibo de este anuncio y realizar su pago en efectivo. Aplica en un solo evento por persona. Para conocer más de nuestros servicios puede ingresar a nuestra página en Facebook o llamar al teléfono 2264-3514.



# El New Nude

Por Xiomara Alfaro

"Estoy encantado con El Salvador. Cada vez que vengo es un gusto conocer a su gente", dice el experto maquillista, quien visita por segunda ocasión el país, esta vez para presentar junto a almacenes Siman el "New Nude" de Christian Dior. Se trata de una nueva base de maquillaje que ahora se convierte en un look; trae consigo polvos compactos y toda una gama de 12 labiales que complementan el acabado "desnudo".

Nude es sinónimo de naturalidad y esa es la propuesta de Christian Dior para esta temporada: caras que parecen "lavadas" con un poco de color en los ojos, mejillas perfectamente esculpidas y labios carnosos.

En 2009, cuando se lanza la base de maquillaje Nude, Dior innova y se impone como creador de tendencia. Ahora inaugura "New Nude" que se torna más brillante y natural. Diorskin Nude deja la piel con un acabado ligeramente aterciopelado que aporta la dosis justa de corrección sin enmascarar los puntos del rostro y un brillo natural que favorece un resultado ideal de piel desnuda.

"Dior también ofrece diferentes herramientas para que apliques la misma base y obtengas un resultado más brillante y homogéneo", dice Aldo al referirse a la nueva gama de pinceles especialmente concebidos con este fin. Son cuatro nuevos pinceles destinados a las fórmulas Diorskin Nude, dos por textura, fluida o en polvo, con un doble acabado, más ligero y de mejor cobertura. Lo que los hace únicos es su gran número de fibras seleccionadas con cuidado y su meticulosa unión sin el riesgo del desprendimiento.

"En esta colección vienen polvos compactos en diferentes texturas, con brillos y bronceados. Viene además una nueva colección Rouge Nude para complementar el look", agrega el maquillista formado en Italia con 10 años de experiencia, de los cuales seis ha

## y los secretos de Dior

ALDO BERRETEAGA, EMBAJADOR DE CHRISTIAN DIOR, COMPARTIÓ LAS NOVEDADES DE LA MARCA, LAS SORPRESAS QUE SE VIENEN PARA EL 2013 Y UNO QUE OTRO TRUCO PARA LUCIR SIEMPRE BELLAS.

dedicado a capacitar y llevar lo más nuevo de Dior por toda Latinoamérica.

Otra de las novedades para esta temporada es la colección Golden Jungle, inspirada en el sofisticado gusto por el lujo del animal print. Tonos caquis, marrones, dorados, delineados audaces, miradas felinas que ponen de manifiesto la feminidad absoluta y la sofisticación al momento de poner color en los ojos.

#### TRUCOS DE MAQUILLAJE

Al preguntarle cuál es el secreto para un maquillaje perfecto, Aldo señala que la clave está en la base y la forma en la que aplicas cada uno de los productos.

Debes elegirla según tu tono de piel, "ni más claro ni más oscuro", explica. Por el contrario, el rubor tiene que lograr un maquillaje armonioso, para eso debes tomar en cuenta los tonos que usas en los ojos y en el que llevas en los labios.

Para el experto, el rubor es el arquitecto del rostro. "Si lo pones en ciertas zonas y en otras no le puedes dar un acabado mucho más natural a tu piel o un efecto dramático, volver tu rostro más anguloso y cambiarlo a la



forma que cada persona necesite", explica.

Aldo Berreteaga también aconseja usar la técnica del clarooscuro. Este último se aplica en aquellas zonas que quieras hundir y el brillo o la luminosidad en las que quieres resaltar; por ejemplo, si tienes el rostro redondo oculta los laterales poniendo el rubor abajo del pómulos. Si es más bien alargado necesita un toque sutil de color en el mentón. Aplícalo sobre el pómulos y lo llevas hasta las sienes.

#### TECNOLOGÍA DIOR

La nueva Diorskin Nude contiene activos 100% de origen natural y exclusivos pigmentos Nude Glow para un efecto más bello y radiante de la piel desnuda.

Para los ojos, el representante de Christian Dior recomienda poner dos o tres tonos de sombra color piel que marquen bien la mirada, pero de forma natural, aplica mucha máscara de pestañas y en los labios un poco más de intensidad para que sean el centro de atención.

"Rouge Nude viene con un poco más de pigmentación para marcar un punto focal", explica, mientras nos cuenta además acerca de su pasión por el color y la buena música.

Tres productos básicos para llevar en la cartera: un Rouge Dior labial, un polvo compacto Nude y una máscara de pestañas Diorshow New Look.



# Academia Europea



Otro idioma le puede abrir las puertas  
a futuros negocios

**INGLÉS** • Alemán • Francés • Italiano  
• Portugués • Español • Mandarín

• Clases en grupos • Clases privadas • Cursos corporativos • Traducciones

Certificada bajo norma de calidad

**ISO 9001:2008**

Búsquenos en    
[www.academiaseuropea.com](http://www.academiaseuropea.com)



**Santa Ana**  
22 Calle Pío, entre 44,  
3 de Av. Sur, San José  
2440-2545 y 2440-1887

**Santa Elena**  
145, Madre Solís,  
Calle Costas Blancas, No. 8  
2242-8844 y 2042-1019

**Puerto Montecristi**  
Local 5-2,  
"Autos. con. 5000-2000"  
2271-0058 y 2271-9375

**San José**  
18 Av. Nra. Sra. 429  
2262-4430 y 2262-4289  
2228-7777

**San Salvador**  
Paseo General Escalón No. 2204  
2221-4735 y 2221-4115

**San Miguel**  
Av. Roosevelt y calle Los Rincónes,  
centro comercial Plaza Jardín, local 1  
2201-8221 y 2201-7214

**San Pedro Sula**  
2271-2188

**Managua**  
2024-0405

**San Marcos**  
2461-6360

**San Vicente**  
2283-4728

**Alvarado**  
2415-4375

Guatemala • Honduras • Nicaragua • Costa Rica • República Dominicana



## belleza

### ROSTRO

Para Ricky Minn el secreto está en usar un maquillaje más sutil y elegante, con colores suaves y naturales que den un aspecto jugoso al cutis.

Nunca utilices una base más oscura que tu tono de piel, escoge un color más claro que el tono de tu rostro para pasar desapercibida y equilibrar la tonalidad de la dermis.

La base deberá ser fluida e hidratante.

Para disimular manchas e imperfecciones el corrector es un aliado vital, pero si se utiliza bien. Aplícalo en las áreas donde tengas problemillas y difumínalo hasta que se funda con el maquillaje.

Ten en cuenta que el corrector no se aplica sobre toda la ojera, sino que difumínalo hacia las sienes, siguiendo el hueso del pómulos, esto sube la expresión de los ojos de forma discreta. Pero cuidado con los tonos excesivamente claros, destacarían demasiado.

Dale un toque a tus mejillas con un rubor no demasiado cargado, que sean en la gama de colores que confieren un aspecto saludable: rosa, melocotón y cereza.

Reduce la papada aplicando una capa ligera de maquillaje o bronceador mate dos tonos más oscuros que tu piel, debajo de tu barbilla, cubriendo la papada, extiéndelo hacia tu cuello con ayuda de una brocha o esponja.

El cuello y el escote son la parte del cuerpo que más delatan la edad. Aplícate en esas zonas los mismos productos limpiadores, tonificantes e hidratantes que en el rostro.

Nunca olvides colocarte una capa de protector solar con factor mayor a 40.

Utiliza polvos faciales ligeros y aterciopelados, pero no abuses de él ya que el exceso puede fijarse en las líneas y arrugas enfatizándolas.

### OJOS

Busca hidratantes y cremas de ojos según tu edad y a partir de los 35 busca los antiarrugas o con efecto lifting que ayuden a fijar tu maquillaje. Con los años las cejas pierden cabello y color, defínelas suavemente con un lápiz de cejas o una sombra de un tono más claro que el de tu cabello para rellenar los huecos, luego traza una línea fina justo arriba de la cima del arco.

Las pestañas siempre deberán estar maquilladas, una buena idea es optar por tonos grises o castaños más suaves que el tradicional negro.

Ricky aconseja que si careces de pestañas, el uso de pestañas postizas pueden ser la solución, pero que no sean demasiado largas, el truco está en colocarlas de la mitad del ojo hacia afuera o sólo en las puntas para dar un efecto natural, luego aplicas la máscara de pestañas para unificarlas con las tuyas.

Las sombras con brillo marcan las arrugas, por ello opta por las que sean de tonalidad mate y en polvo, no en crema, explica el maquillador, se adhieren muy bien al párpado, se difuminan sin problemas y duran todo el día.

No uses delineador líquido, utiliza mejor sombras humedecidas o un trazo bien delicado con el lápiz.

# POR ARTE DE *magra*

¿QUIERES LUCIR RADIANTE Y ATRACTIVA A PESAR DE LOS AÑOS? SEGURO QUE SÍ. POR ESO CONSULTAMOS AL EXPERTO RICKY MINN, QUIEN COMPARTIÓ SUS SECRETOS PARA RESTAR VARIOS AÑOS A NUESTRA APARIENCIA



# Los aliados perfectos



Superbalm Moisturizing Gloss de Clinique con toque de color (\$16.50). De Elizabeth Arden, polvos compactos Flawless Finish (\$41). Ceramide Ultra Lift and Firm Makeup de Elizabeth Arden, base hidratante con ceramidas (\$51.05). Base Perfection Lumiere de CHANEL de larga duración (\$62). Base de maquillaje Covergirl & Olay Tone Rehab 2-in-1 combina hidratación y mejora el tono de la piel (\$10.25). Todos de Almacenes Simón.

Blush Subtil de Lancôme para unas mejillas suaves y naturales (\$50.50). De Perfumería Maggie.

L'Oréal Age Perfect Hydra-Nutrition Golden Balm Eye, tratamiento de calcio y aceites.

Sombras de ojos i mentadas unitarias de ArtDeco (\$5.95 c/u). Lápices delineadores de ojos a prueba de agua, Diorshow de Christian Dior (\$20.07) y de ArtDeco (\$9.95 c/u).

Covergirl Lash Blast 24H, máscara que da volumen y duración por 24 horas (\$11.70). Todo de Sanborns.

## LABIOS

Si tienes arrugas verticales en tus labios lo ideal, dice Mila, es usar colores bien claros y no delinear la boca con un color oscuro.

Con la edad los labios pierden pigmentos por lo que aconseja delinearlos con un lápiz suave en un tono natural, hace que se vean más jóvenes.

No utilices barras de labios oscuras, especialmente marrones, opta por brillos en tonos suaves.

Para reducir las líneas que van de la nariz a tu boca, aplica corrector un tono más claro que el de tu piel sobre la sombra debajo del pliegue, este truco reduce tu apariencia de una línea definida.

Los extremos de tus labios tienden a caer con la edad, para disminuir el efecto, aplica iluminador en los bordes, con ayuda de una brocha y corrector justo debajo de los bordes.



especial

# Inspiración pop

DESDE LAS PASARELAS DE MILÁN HASTA NUEVA YORK TE TRAEMOS LAS MEJORES TENDENCIAS DE MAQUILLAJE PARA LA TEMPORADA DE OTOÑO.

Por *Angélica Avendaño*

En Nueva York la diseñadora Anna Sui apostó por las sombras verdaderamente llamativas, profundas y eléctricas donde los ojos son los protagonistas con un azul klein y un punto original.

Para conseguir este look eléctrico los maquillistas del Mercedes Benz Fashion Week de Nueva York, proponen en primer lugar preparar la piel con una hidratante fluida o un suero y lograr que luzca saludable y satinada.

Después, usa una base de maquillaje liviana, translúcida que sea parecida a tu piel, distribúyela bien con tus manos o con una esponja hasta que se funda completamente en tu rostro. Puedes usar también una base con iluminación para dar un aspecto fresco. Luego de la base sella con polvos sueltos translúcidos.

Para delinear los ojos, utiliza sombras en crema o gel en azul eléctrico y aplícalo con un pincel delgado para ir dibujando y elevar los ojos en los vértices exteriores logrando un efecto felino en la mirada. Dibuja la línea en el nacimiento de las pestañas desde el interior hasta el exterior, más fino en el inicio para ir agrandando. Llena todo el párpado móvil y eleva en punta en el exterior del ojo, cierra el ojo y sigue el curso del mismo hasta terminar. Luego aplica máscara de pestañas y peina las cejas y rellena con sombras claras.

Las mejillas van sonrosadas. En cuanto a los labios, déjalos con un tono nude, utiliza un labial o un gloss en tono rosa.



Sombras unitarias mosaico colección Colormania (\$5.95)



Rubor mosaico ArtDeco (\$12.90) de Sears



Blush wake up de Almay (\$10.95)

ALMAY  
wake up.



De Clinique base de maquillaje stay-matte oil-free (\$45)

CLINIQUE  
stay-matte  
oil-free makeup

Cuarto de sombras Studio Makeup Spring Ring (\$19). Todos de Almacenes Siman.



Rouge Dior Nude (\$32)



Delineador de labios a prueba de agua de ArtDeco (\$9.95)

Delineador de ojos líquido de ArtDeco (\$12.95). Ambos de Sears.





especial

# Un sí al gris

En la colección otoño invierno 2012-2013 la firma de alta costura Chanel propuso un maquillaje de ojos ahumados en color gris. Consigue este maquillaje con los consejos de Eduardo Franco, quien recomienda utilizar una base fluida y sellar con polvos sueltos.

En los ojos, sugiere maquillarlos con una sombra color gris difuminada en todo el ojo hasta llegar debajo de las cejas y el lagrimal, luego delinear el párpado superior con un delineador negro formando una línea gruesa y en el inferior al ras de las pestañas, muy fino. En la parte de abajo delinea y une con la línea de arriba, al mismo tiempo aplica la misma sombra difuminada. Aplicate luego máscara de pestañas con efecto volumen.

En los labios opta por un color nude que acompaña muy bien el tono de la sombra. Las mejillas van al natural con un rubor rosa, el cual rejuvenece el rostro y suavizan los rasgos.



Máscara de pestaña Lashblast 24 horas de Covergirl (\$11.70). De Sears.



Delineador Artliner de Lancôme (\$36).

Sombras unitarias Artdeco (\$5.95)

De Art Deco sombras rosas (\$5.95) ambos de Sears



Sombras 3 Couleurs Smoky de Dior (\$52)



Labial mineral Art Deco (\$14.75)



De Clarins, Blush Prodiges (\$43), ambos de Almacenes Siman



Y delineador Long Lasting Liquid Eyeliner (\$14.50), ambos de Sears.

## especial

Salvatore Ferragamo propone para el otoño una apariencia sobria y elegante gracias al maquillaje y peinado. Para lograr este maquillaje el estilista André Salas nos dice cómo. Prepara la piel con un primer, corrector y base, este último deberá ser similar a tu tono de piel; sella con polvos sueltos para una cobertura más ligera.

Prepara los párpados con un primer y luego utiliza una sombra iluminadora por debajo de las cejas sin marcar, continúa con sombras en colores terracotas y difumina desde el párpado móvil hasta por debajo de la ceja sin matices, en el área del lagrimal utiliza una sombra gris clara y difumina para dar una apariencia más grande al ojo, finaliza con máscara de pestaña en color marrón.

En las mejillas utiliza un blush terracota oscuro y llévalo hasta las orejas. Por último maquilla los labios con un labial nude.

Para el cabello utiliza un gel de fijación mediana, recoge el cabello en una cola baja a la altura del cuello para lograr el efecto elegante y limpio.

Cuando tienes la cola terminada, divide el cabello en dos mechones gruesos y haz en cada uno una trenza. Toma la trenza finalizada con liga en las punta y llévalas hacia arriba siguiendo la línea y dando la sensación de crear un círculo.

Superfine  
liner de  
Clinique  
(\$10.50) de  
Almacenes  
Siman.



# Juegos de matices



De MAC C gloss  
Creme Sheen  
(\$23)

Trio de  
sombrias  
Almay  
(\$10.80)



Sombra mineralizada  
de MAC (\$24) Todo  
de Almacenes Siman.



Labial Chubby stick  
de Clinique (\$19)



Base de maquillaje Forever  
de Christian Dior (\$52) de  
Almacenes Siman.



especial

# PIELES SIN MANCHA ALGUNA

LA EXPOSICIÓN DIRECTA A LOS RAYOS DEL SOL SIN PROTECCIÓN, CAMBIOS HORMONALES, Y EL EMBARAZO SON FACTORES QUE CONTRIBUYEN A LA FORMACIÓN DE MANCHAS EN EL ROSTRO.

Por *Angélica Avendaño*

Todas las mujeres quieren lucir un rostro lozano y sin imperfecciones, pero de repente aparecen pequeñas manchas de color marrón o grisáceo en las mejillas, nariz, labios y en la frente. Esta condición llamada melasma puede mejorarse y hasta eliminarse con el tratamiento adecuado.

Se entiende por melasma a una hiperpigmentación de la piel, que no da ningún otro síntoma (ni dolor, ni picazón) pero que puede resultar muy molesta a nivel estético ya que afecta principalmente el rostro, lo cual puede alterar el autoestima. Para el dermatólogo Roberto Gracias, existen diversos factores que desarrollan el melasma, la causa más común es la excesiva exposición al sol, por lo general sin protección solar, lo cual conduce a que los melanocitos que son células que producen el color de la piel produzca más melamina de lo normal.

Exponerse al sol dice el doctor no solo implica estar debajo del sol, sino también a la exposición del sol a través de una ventana, puertas por las cuales entra el reflejo o resplandor del sol, lo que lleva a producir manchas, alergias y otros problemas relacionados al sol.

También surgen cuando hay cambios hormonales del estrógeno y la progesterona, frecuentes durante los embarazos, en mujeres que toman pastillas anticonceptivas o las que reciben terapias de reemplazo hormonal durante la menopausia, trastornos menstruales, trastornos de quistes en los ovarios e incluso cuando se padece de la tiroides.

También el uso de cosméticos y cremas que irritan la piel o que estimulan la producción de melamina. Y el tipo de piel, pues hay personas que pasan

expuestas al sol todo el día y no presentan ninguna mancha en su rostro.

## ¡NO MÁS MANCHAS!

Las manchas en el cutis, se clasifican en leves, moderadas y avanzadas. Cuando aparecen pecas o pequeñas manchitas se puede denominar un daño leve, mientras que si la piel se torna más gruesa y los vasos sanguíneos alrededor de la nariz se rompen, el daño es avanzado. Según el dermatólogo, entre más morena sea la piel, más propensa será a padecer melasma, sobre todo si se juntan los cambios hormonales y la exposición extrema al sol.

“La clave principal para tratarlas es buscar un dermatólogo que realice un estudio, evaluará el historial médico para determinar cuáles son los posibles factores relacionados a su melasma, y especificar cuál será el tratamiento”.

Lo primero y lo más importante, explica el médico, es evitar la exposición al sol y usar siempre protector solar que incluya pantalla solar, que deberá aplicarse diariamente y en repetidas ocasiones.

La aplicación de cremas (recetadas por el médico) a base de hidroquinona son muy efectivas. Este tipo de tratamiento es de mucho cuidado ya que dependiendo del porcentaje de hidroquinona puede generar irritación o quemadura, así que el médico determinará el porcentaje adecuado para cada paciente.

También se puede emplear una



combinación de cremas que contengan tretinoína (ácido retinoico), ácido kójico y ácido azelaico para aclarar el colorido del cutis. El uso de estas cremas durante mucho tiempo puede ocasionar irritación en la piel. Siempre es necesario atender cuidadosamente las instrucciones del médico.

#### OTROS TRATAMIENTOS

El peeling deberá realizarse bajo la observación de un dermatólogo por los cuidados que se tienen que tener y los posibles efectos secundarios. Consiste en una exfoliación de la piel en la que se usa sustancias químicas para eliminar las capas de células muertas o células que estén en la superficie de la piel que contengan pigmentos, al ir quitando esa capa superficial va ir desapareciendo cualquier imperfección.

La microdermoabrasión es otro de los tratamientos cosméticos que consiste en pulir la piel con la aplicación de diminutos granos para remover la superficie de células muertas de la piel. Con la microdermoabrasión no se eliminan las manchas sino que también favorece la disminución de las arrugas y cicatrices. El inconveniente de este tratamiento es su periodo de recuperación, que puede llegar a ser de varias semanas. En cambio la dermoabrasión es una técnica de reconstrucción que busca la regeneración natural del tejido y esta alcanza un nivel mucho más profundo de la epidermis permitiendo mejores resultados.

El melasma también puede tratarse con rayos láser para eliminar la pigmentación, pero este no resulta efectivo en todos los casos. En algunos hasta los empeora por lo que deben aplicarse con mucha precaución y siempre por un dermatólogo. Para el doctor, cualquiera que sea el tratamiento seleccionado, funcionan mientras se tenga paciencia, disciplina y constancia.

#### RECOMENDACIONES

- Ante cualquier tipo de mancha acude a un dermatólogo especializado para que evalúe si es estética o indica una enfermedad.
- Cumple las recomendaciones del médico.
- El uso del protector solar.
- Antes de dormir, nunca olvides lavar tu rostro con geles desmaquillantes. Haz lo mismo en las mañanas, pero esta vez ponte la crema hidratante que posean elementos de protección solar.

DOCTOR ROBERTO GRACIAS. DERMATÓLOGO Y CIRUJÍA COSMÉTICA DE LA PIEL. 1A. CALLE PTE. EDIFICIO A & M. LOCAL A-19. COLONIA ESCALÓN. TELÉFONO 2260-5491.

## CÓMBATELAS CON AYUDA EXTRA

De Clinique Even Better Concealer (\$19.50). Almacenes Simen.

Exfoliante Luminosidad Express L'Occitane (\$37.50).

CLINIQUE even better concealer

De L'Oréal Paris crema flor luminosa (\$63.60). Aporta luminosidad al rostro.

CRÈME FLEURS DE LUMIÈRE ALHULE ESSENTIELLE D'IMMORTELLE BIOLOGIQUE NIGHTING MOISTURE CREAM

L'BEL DERMO CLARITY

clarifying and moisturizing facial lotion with SPF 30  
loción facial aclaradora hidratante con FPS 30  
30 ml e (1 fl.oz.)

Derma Clarité de L'bel

ARTIDECO MINERALE Purifying Mineral Mask

Purifying Mineral Mask de ArtDeco, mascarilla (\$32) de Sears.



## ENREDOS FEMENINOS

# LA BELLEZA ¡DESPUÉS DE LOS 40 Y UN POQUITO MÁS!

*Por Claudia Daher*

**\* El poquito más no sé si es de la belleza o de los 40... ese es un secreto.** Siempre he defendido la inteligencia ante la belleza, no porque crea que soy muy bonita, comparada con una Miss Venezuela la cosa se pone cuesta arriba!

Como sabrán en mi país la industria de la belleza es algo serio y la competencia despiadada. Entonces se plantea uno de joven el típico dilema de ser apreciada por la inteligencia y no por el simple hecho de ser guapa, simpática y con atributos de aquellos que paran el tráfico a cualquier hora. Es algo quizás feminista pero siempre fue un pilar de mi vida.

El problema es que cuando se es joven y todo está donde se supone que debe estar, el dilema no es tal! Vas por la vida defendiendo la inteligencia ante todo. El verdadero problema empieza cuando uno llega a cierta edad y eso de envejecer con dignidad empieza a perder un poco el sentido. Durante nuestra juventud decretamos que seremos unas viejitas felices, orgullosas de nuestras arruguitas, que en realidad no son arrugas sino marcas de sabiduría que nos recordarán las experiencias vividas... y así nos damos un lavado cerebral de autoconvencimiento, que como digo dura mientras nos vemos lozanas frente al espejo.

Que tire la primera piedra quien después de llegar a los 40 y despertarse ante la realidad de que ya no se "ve" tan joven, aunque se sienta de 20, las líneas de expresión ya

no son tan líneas, sino que empiezan a ser surcos - exagerando un poco claro está- pero es que así nos las vemos todas las mañanas en el espejo, sobre todo recién levantadas... ¿Quién no se ve tentada a hacerse un retoque?

Cuando ya no nos tardamos en el baño distraídas bajo la ducha, pensando en qué nos vamos a poner o en qué le vamos a decir al jefe si nos regaña por llegar tarde... sino que el tiempo se nos va con las mil cremas que nos tenemos que aplicar.

Veamos: La hidratante, la vitamina C, el ácido glicólico, la de contorno de ojos, la de los labios...sin olvidar la del cuello y escote, la de la celulitis ¡Seguro saben muy bien de lo que hablo! Además hay que esperar a que sean absorbidas por la piel sino "no sirven", así nos lo dice la vendedora que nos dijo que teníamos la piel de 50 por todo el sol que habíamos tomado desde el momento en que nacimos.

Y es aquí donde eso de envejecer con dignidad empieza a perder el sentido ¡no les parece? ¿Será que si me opero? Uhhmmmm...¿y el botox? ¿Será que quedo como Melanie Griffith? La verdad yo todavía no tomo la decisión, me sigo debatiendo entre hacerme algo o dejar que la naturaleza siga su curso... Y tú ¡cuál es tu plan?

---

CONDUCTORA DEL PROGRAMA RADIAL "LEVA Y 3 AÑANES" POR LA  
LÁSER ESPAÑOL 90.1, MIÉRCOLES Y VIERNES A LAS 6:00 P.M. Y  
"MUJER EXPRESS", DE LUNES A VIERNES A LAS 11:30 A.M. POR  
CANAL 21.

*perfiles*



# Tim Burton y su lado oscuro

PRODUCTOR, DIRECTOR, ESCRITOR Y ARTISTA, SU ESTILO ES INCONFUNDIBLE Y SU CREATIVIDAD INFINITA. SE ACERCA EL ESTRENO DE "FRANKENWENIE" Y "EL CAZADOR DE VAMPIROS", UNA TEMÁTICA DE LA QUE ÉL ES UN CONOCEDOR.

Por Paola Cardenal Sol

Nació en Burbank, California en 1958 y el amor por el arte lo traía en las venas. Inspirado por Dr. Seuss, Edgar Allan Poe y los clásicos filmes de horror de Roger Corman, Burton empezó a crear desde los ochos años cuando produjo cortos escritos por él con una vieja cámara sin sonido en el patio trasero de su casa. Una de sus obras más antiguas es "La isla del doctor Agor" que firmó a sus 13. Siempre fue introvertido y desde muy pequeño mostraba su pasión por la pintura, ilustración y poesía, cosas que ahora lo han llevado tan lejos.

Estudió animación en el instituto de arte de California donde con el corto "El monstruo de apio y el pulpo rey" logró captar la atención de Walt Disney, quien le ofreció la oportunidad de internar como aprendiz en el estudio de animación. Allí como guionista gráfico participó en la creación de "El zorro y el sabueso" y "Tron". Mientras hacía sus prácticas en el estudio, Burton escribió y produjo "Vincent" un corto de seis minutos en blanco y negro con la colaboración de Vincent Price, su gran ídolo de infancia, de aquí nació su impulso por tomar su propio rumbo y desde entonces no ha cesado de cultivar éxitos.

#### ESTILO SIN IGUAL

Su siguiente corto Frankenweenie, el cual ha adaptado nuevamente, fue lanzado en 1984, una emotiva historia que tiñó de su estilo gótico capturó audiencias y la atención de productores y actores, desde entonces ha sido admirado por ser un verdadero visionario y como él mismo se define "una mezcla efectiva entre feliz y despreocupado y maniaco depresivo". Fue así como Paul Reubens, intérprete del personaje Pee Wee Herman, eligió a Burton para dirigir la película de sus aventuras. Con un presupuesto de \$8 millones Tim recaudó más de \$40 millones en taquillas, su momento había llegado y con el su tranquilidad.

Y es que Burton siempre había querido encontrar un desahúe para expresarse, una manera de saciar su espíritu de su necesidad de escapar: "Corro en dirección contraria a lo que es normal. Desde pequeño me enfermaba la conformidad y nunca quise ser categorizado", dijo en su entrevista con The Rolling Stone. Corta el aire con las manos, se tapa el rostro e incluso hala su cabello al hablar. "Dicen que de pequeño me gustaba alejarme, gateaba a la puerta y escapaba de casa antes de poder caminar. Tal vez intentaba huir de las opresiones de la sociedad o de una atmósfera en la que querían obligarme a encajar. Este sentimiento permanece en mí hasta el día de hoy". Intenta dar sentido a su infancia y a cuanto disfruta pasar tiempo a solas "y dormir", comparte. "La gente en Hollywood no duerme y no saben de lo que se pierden".

Burton recibió después otro gran proyecto, Beetle-

juice, una de sus obras de más orgullo y ganadora de un premio de la Academia. Además le concedió una posición como productor ejecutivo de la serie televisiva. Su habilidad de producir grandes éxitos con bajos presupuestos llamó la atención de grandes ejecutivos y en 1989 debutó con Batman, su primer película de gran presupuesto, otra obra en la que superó expectativas y ganó el premio de mejor dirección de arte. "Nunca fui un fan de los cómics, no entendía qué caja debía leer primero, tal vez era dislexia o quién sabe qué. Hasta que encontré The Killing Joke, el primer cómic del cual me he enamorado y por eso fue una gran influencia para adaptar la historia de Batman", confesó en uno



Johnny Depp interpretando a Edward. Burton expresó que era idéntico a lo que había imaginado.

de sus discursos.

Su siguiente obra es considerada de las mejores por muchos críticos, tal vez porque fue concebida enteramente por Tim. Edward Scissorhands, además tenía una sutil inspiración en su vida e infancia. "Edward es Tim y Suburbia es su pueblo natal. Es casi una autobiografía", expresó Johnny Depp, quien interpretó al personaje principal.

Esta fue la primera vez que trabajaron juntos, luego vino Ed Wood, Sleepy Hollow, Charlie and the chocolate factory, Corpse Bride, Sweeny Todd, Alice in Wonderland y la última, Dark Shadows. Burton es conocido por sus recurrentes colaboraciones, así como con Depp, ha trabajado en más de cinco producciones con el músico Danny Elfman y su novia y madre de sus hijos Billy y Nell, Helena Bonham Carter.

#### MAS OBRAS MAESTRAS

Luego vino Batman Regresa, película a la que accedió con la única condición de tener total control como director, logrando un éxito rotundo aún cuando le había dado una imagen más oscura y gótica y volcado la atención de la película a los villanos, seleccionados y transformados por él.

## perfiles

Escribió y produjo *The nightmare before Christmas* para Disney que fue dirigida por Henry Selick con quien colaboró luego para crear *James and the Giant Peach* obra que ayudó renovar el interés por la animación y motivó a Burton para sus siguientes proyectos. "Siempre he tenido dificultades para comunicarme, empecé a encontrar mi propio lenguaje a través del dibujo y no me importaba lo que la gente pensaba de mis ilustraciones. Luego encontré la animación, me enamoré" expresó.

Vino entonces en 1999 la aclamada *Sleepy Hollow*, situada en un oscuro mundo en el que Burton se sentía en casa. "Como eterno enemigo de la monotonía decidí retar mi comodidad, retar mi oscuridad y aceptar el proyecto *Planet of the Apes*", película que aseguró no era la versión renovada de la anterior.

*Big Fish*, una novela a la que se hizo justicia, tuvo cuatro nominaciones a Globo de Oro y otra de la Academia y es una de las favoritas de sus admiradores. Esta fue además su segunda colaboración con Helena quien al referirse a él en una reciente entrevista dijo "nadie nunca podrá entender a un genio, ni siquiera el mismo logra entenderse. Lo único que puedo asegurar es que es mi hermano, mi amante, mi amigo, mi tesoro". Después de rodar *Charlie and the Chocolate Factory*, Burton creó el personaje de Emily, rol principal en *The Corpse Bride* otra animación, para Bonham Carter.

En esta película de animación, Tim volvió a su estilo puro jugando con la irreconciliable mezcla de luz y oscuridad. Al preguntarle por qué jugaba con sentimientos de madurez en producciones para niños Burton expresó: "No pienso que existe una diferencia, niños, adolescentes y adultos, todos somos todo. Mis películas son para la persona que eres, la que fuiste y la que serás, que al final es siempre una misma cosa".

En 2007, *Sweeney Todd* no solo le concedió una nominación como mejor director en los Globos de Oro, sino le permitió ganar el título en los premios de la Academia y la Nacional Board of Review. Su siguiente aventura *Alice in Wonderland*, es la onceava película más taquillera en la historia del cine. Después de presentar *Dark Shadows*, exhibirá la última versión de su primer



corto *Frankenweenie*, la historia de un chico que desea revivir a su perro después de que fue arrollado por un coche, y *Abraham Lincoln: El Cazador de Vampiros*.

"Siempre he intentado elegir proyectos que me inspiren, personajes que hablen por sí solos, confundidos, misteriosos y frágiles porque así son más reales. Viajo entre la vida y la muerte, la depresión y la felicidad, lo claro y lo oscuro. La fantasía es mi realidad" explica el artista. "Y no me cansaré de viajar porque lo estático es mi peor pesadilla, sentirme atrapado en el momento me ha causado llegar al borde, pero siempre regreso porque la pasión sigue ahí." Prepárate para más.

“

LA GENTE NO SE DA CUENTA, POR LA NATURALEZA CARICATURESCA DE MIS PELÍCULAS, QUE LO ÚNICO QUE ME MANTIENE APASIONADO ES QUE LOS PERSONAJES SIGNIFICAN TANTO PARA MI. YO CREO EN ELLOS". TIM BURTON





Durante la filmación de Sweeney Todd, con Johnny y Helena.

SU FAMOSA FILMOGRAFÍA



Beetlejuice, 1988.



Batman Regresa, 1992



La pesadilla antes de Navidad, 1993



"Una aventura de proporciones míticas" 2003



Las aventuras de Coraline, 2009



Nueve en el apocalipsis, 2009.



Alicia en el país de las maravillas, 2010



Sombras tenebrosas, 2012



Frankenweenie desatado, 2012



Abraham Lincoln, el cazador de vampiros, 2012



"The Corpse Bride", con las voces principales por Depp y Bonham Carter, es una película que mezcla el mundo de los vivos y muertos, una temática recurrente en Burton. Lo hace de una manera romántica y a la vez divertida.

“AVON ES EL BRAZO QUE DIOS ESTÁ USANDO PARA BENDECIR A AQUELLOS QUE SERVIMOS”

# Una misión de amor

DURANTE 12 AÑOS AVON HA PREMIADO LA LABOR DE MUJERES Y ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO ENTREGADOS A LA LABOR SOCIAL HUMANITARIA. EN EL 2011 ANA SILVIA ZEPEDA, FUNDADORA Y DIRECTORA DE LA ESCUELA CRISTIANA PARA SORDOS FUE LA GANADORA



Por Xiomara Alfaro.  
Fotografías: Miguel Villalta.

Por 25 años esta mujer entusiasta y con una gran vocación de servicio ha entregado todo su esfuerzo a esta institución dedicada a la formación académica de niños con problemas auditivos. La Escuela Cristiana para Sordos atiende a menores de ambos

sexos desde estimulación temprana hasta sexto grado. Posteriormente los jóvenes se integran a instituciones de educación regular para continuar sus estudios de tercer ciclo, bachillerato y superior universitario, acompañados de un intérprete en el lenguaje de señas, quien también es capacitado en esta escuela. A la fecha son más de 50 niños los que reciben atención especia-

lizada. En el plantel de docentes también figuran exalumnos, tal es el caso de Fátima Abarca, ahora licenciada en Educación Parvularia, y Tania Marlen, estudiante de Técnico en Computación.

Haber obtenido el Premio Mujer Avon, dice Ana Silvia, ha significado una luz y una inyección económica para poder continuar ayudando a estos pequeños y sus familias, asegura.

El proyecto al cual asignaron los fondos es la reapertura de la oficina de coordinación del programa de integración de los alumnos a las escuelas regulares. Esto significa contratar un coordinador, equipar la oficina y capacitar a intérpretes que puedan acompañar a los niños en su proceso de integración educativa, social y laboral.

“Cuando fuimos notificados que habíamos ganado el concurso, no puedo describir la emoción que sentimos y la esperanza que embargó nuestros corazones, hubo lágrimas, muestras de agradecimiento a Dios por su provisión”, confiesa Ana Silvia durante el lanzamiento de la convocatoria del Premio Mujer Avon 2012.

A la fecha ya se ha iniciado el proyecto, en una primera etapa se han capacitado a 15 intérpretes en el lenguaje de señas. Para ello la Escuela contó con la experiencia de la capacitadora canadiense Larissa Gabriel, quien además se encargó de ela-

## VOCES AGRADECIDAS

### Guadalupe de Calles, Fundación Carisma

En 2008, el Premio Mujer Avon fue entregado a la doctora Guadalupe de Calles, presidenta de la Fundación Carisma, una entidad benéfica orientada a ayudar a los más necesitados a través de la Clínica Asistencial Corazón de María, Hogar CREA María Auxiliadora y Hogar CREA Femenino Guadalupe de Calles. Su misión es reeducar a jóvenes adictos a las drogas a través de un programa integral terapéutico que les permita recuperar los valores morales, espirituales, éticos y sociales.

Al hacerse acreedores del Premio Mujer Avon 2008, la Fundación logró ampliar la infraestructura del Hogar CREA María Auxiliadora. "Sin duda este premio contribuyó grandemente en los proyectos de la obra", dice Guadalupe de Calles, convencida de que programas como estos son los que hacen la diferencia en la sociedad.

Fundación Carisma fue creada en 1989, desde entonces atiende a centenares de jóvenes cada año quienes junto a sus familias reciben orientación.



### Marcela Carrillo, Fundación Edificando Vidas

"Fuimos motivados a participar porque teníamos el sueño de poseer un vehículo adaptado para transportar a los pacientes con cáncer desde su casa hacia los hospitales y viceversa, y creímos que Dios podría usar cualquier medio para proporcionarlo. Usé el premio MUJER AVON 2010, y estamos muy agradecidos por esto", comenta Marcela Carrillo, presidenta y directora ejecutiva de la Fundación Edificando Vidas.

La Fundación nace en el 2008 a raíz de la experiencia personal de Marcela con el cáncer. Esta busca llevar alivio emocional a personas que sufren este mal y a su grupo familiar.

"Debido a la necesidad que existe entre los pacientes oncológicos de ser atendidos, comprendidos y amados, un grupo de sobrevivientes de esta enfermedad decidimos ofrecer nuestra experiencia y testimonio para aliviar esta necesidad atendiendo, amando y sirviendo a los pacientes y a su grupo familiar", explica.

"El premio Mujer Avon es realmente una gran oportunidad para apoyar el trabajo de las organizaciones que se dedican a la labor social, por lo que toda mujer que dedique su vida a esto debiera participar por el bien de las organizaciones", concluye.

borar la currícula a desarrollar.

### UN CORAZÓN NOBLE

Sus compañeros de trabajo la definen como una mujer excepcional, con un enorme amor por los demás y de entrega incondicional. Ana Silvia Zepeda es licenciada en Educación Especial, después de hacer sus prácticas en diferentes instituciones de atención a personas con discapacidad, fue invitada en 1982 como colaboradora de un proyecto en la Escuela Evangélica para Sordos en Puerto Rico y es allí donde aprende nuevos métodos de enseñanza y el Lenguaje de Señas Americano.

En el afán de ofrecer una mejor atención y la oportunidad de brindar una formación integral a la población no oyente, en 1987 junto a un grupo de maestros y padres de familia, inaugura la Escuela Cristiana para Sordos, la cual para 1995 ya estaba graduando

do a la primera promoción del sexto grado.

La Escuela para padres de niños sordos, la Integración a escuelas regulares y la Academia de Lenguaje de Señas, esta última dirigida a toda la comunidad salvadoreña, son parte de los programas que han nacido en la mente y el corazón de Ana Silvia.

El deseo por hacer de estos niños personas con un futuro prometedor y las gestiones realizadas con diferentes instituciones que de forma altruista han brindado su apoyo, les ha permitido contar ahora con las instalaciones y recursos que necesitan para hacer su sueño realidad.

En 25 años han atendido a un promedio de 1,500 alumnos, muchos de estos niños que llegaron sin una palabra hablada ni signada, se encuentran ahora trabajando como compañeros de aquella mujer que inició esta obra.

"Incentivos como el Premio Mujer

Avon han contribuido a hacer la diferencia en la vida de los beneficiarios y sus familias, de cada una de las instituciones favorecidas, y la Escuela Cristina para Sordos no será la excepción ya que seremos testigos del beneficio y el impacto en las vidas de los niños sordos y sus familiares", agrega Ana Silvia en su intervención.

"Solo me resta decirles a aquellas mujeres que están sirviendo a otros y contribuyendo con sus proyectos hacer la diferencia en sus vidas, que tomen esta oportunidad participando en este concurso Mujer Avon 2012, pues vale la pena", concluye con la convicción de estar en el camino que Dios le ha mandado.

Si sabes de una mujer cuya labor humanitaria merezca un reconocimiento como el Premio Mujer AVON, checa las bases del concurso y promociónalo. Recuerda, el premio se otorga a la institución que dirige. Te proporcionamos el link en la página web de Revista Mujeres: <http://bit.ly/Pg7gQC>

informe

# UN MAL LENTO Y PROGRESIVO

DEL COMPROMISO DE TODA MUJER DE MANTENER UN CONTROL GINECOLÓGICO PERIÓDICO, REGULAR Y ORDENADO DEPENDE EL RIESGO DE PADECER ESTA ENFERMEDAD, LA CUAL UBICA A EL SALVADOR COMO EL PAÍS CON EL MAYOR ÍNDICE DE MORTALIDAD EN CENTRO AMÉRICA.

*Por Xiomara Alfaro*

Según la Organización Mundial de la Salud 768 salvadoreñas mueren al año a causa del cáncer de cérvix, una cifra alarmante considerando que, a diferencia de otros tipos de cáncer, se puede prevenir a partir de la detección y tratamiento temprano. Este organismo mundial también revela que en América Latina, se diagnostican cerca de 86,532 casos nuevos y fallecen cerca de 38,436 mujeres cada año.

Si revisamos las estadísticas a nivel mundial, cada dos minutos muere una mujer por cáncer cervical, y cada año se diagnostican 500 mil casos mientras que en el mismo periodo de tiempo más de 270 mil féminas mueren por esta causa. Con estos datos la OMS señala que el cáncer de cérvix es la segunda causa de muerte por enfermedades oncológicas entre las mujeres de todo el mundo.

"La prueba del papanicolau o citología periódica permite determinar de forma temprana la presencia del Virus del Papiloma Humano (VPH), agente causante de esta enfermedad", dice el doctor Roberto Peña, médico ginecólogo y miembro de la Asociación de Ginecología y Obstetricia de El Salvador. El VPH se transmite principalmente a través de las relaciones sexuales, agrega el especia-



lista, aclarando que no necesariamente debe haber coito, el contagio puede darse también solo con el contacto de piel a piel ya que el virus se encuentra en todo el área genital.

Otra característica del cáncer de cérvix es que es una enfermedad que se desarrolla por etapas, es lenta y progresiva. La prueba del Papanicolaou, la mejor alternativa para su detección, es un tamizaje que ayuda a determinar quienes tienen riesgos de desarrollarla. Si el especialista encuentra lesiones que indiquen la presencia del VPH se deben practicar pruebas confirmatorias que permitan establecer su estadio. De no tratarlas de forma temprana van apareciendo lesiones pre cancerosas en diferentes etapas hasta llegar a un cuadro de cáncer in situ, microinvasivo y la última fase invasivo.

Se estima que para llegar a este punto la evolución de la enfermedad tiene un promedio de ocho a diez años. "De la etapa de cáncer micro invasivo hacia atrás se cura como quitar una espinilla, un uñero o un lunar. Es importante señalar que estamos hablando de una enfermedad que crece de forma insidiosa, es decir, da tiempo", explica el doctor Peña.

#### ¿CÓMO SE DESARROLLA?

Tener una infección de VPH no significa cáncer, durante su vida sexual una mujer puede contagiarse muchas veces con el virus, no obstante, alrededor del 80 por ciento de estas infecciones se curan solas puesto que el sistema inmune se encarga de desarrollar mecanismos necesarios para deshacerse de él. El cáncer de cérvix es el resultado de una infección persistente o recurrente del virus hacia el cuello del útero. El examen del útero o prueba de citología está dirigido a todas las mujeres, que hayan o no iniciado su vida sexual.

Estudios epidemiológicos han demostrado que el grupo de edad con mayor riesgo son las mujeres entre 15 y 25 años, puesto que es donde frecuentemente hay mayor actividad sexual, sin embargo depende del comportamiento sexual de la mujer y no está ligado con la edad. La prueba del Papanicolaou debe practicarse por lo menos una vez al año excepto en condiciones especiales en las que el médico considere que debe practicarse con más frecuencia.

El inicio temprano de la actividad sexual, haber tenido múltiples parejas durante la vida, antecedentes de otras infecciones de contacto sexual, un sistema inmune deficiente y la predisposición genética figuran como factores de riesgo. Hábitos como el consumo de alcohol y tabaquismo, relacionados a un estilo de vida más liberal, una dieta baja en frutas y vegetales al igual que la obesidad, múltiples embarazos y bajos recursos económicos también podrían estar relacionados.

Cabe señalar que la prueba está disponible en todos

## TOMA NOTA

El ginecólogo explica que los tratamientos para el cáncer cérvico uterino se clasifican en Conservador y Definitivo, el primero conserva el útero, lo cual beneficia a aquellas mujeres que aún no han tenido hijos; el Definitivo amputa la matriz y se practica en etapas avanzadas.

"Llegar a este punto no solo resulta incómodo y doloroso para la paciente sino también caro para ella o el Estado, por eso insistimos en la concientización", dice el profesional.

Otra forma de prevención es la vacunación. Se vacuna a partir de los nueve años hasta los 46. Lo ideal es a temprana edad antes del inicio de la vida sexual, así el cuerpo tendrá los anticuerpos a la hora de exponerse al virus. Esta solo está disponible a nivel privado.

El cáncer de cérvix no presenta síntomas, cuando hay una molestia es porque ya se presenta una lesión ulcerada.

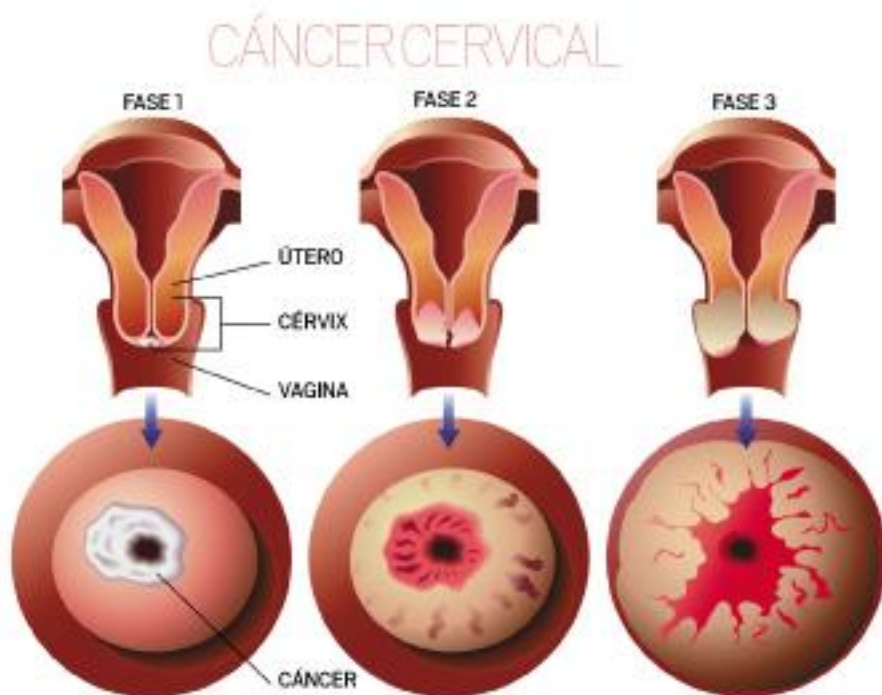
Todas aquellas mujeres que por alguna razón hayan perdido su matriz también deben someterse a la prueba, puesto que el VPH también puede producir cáncer de vagina, de vulva y de ano.

### "La primera causa de muerte por cáncer ginecológico en El Salvador es el del cuello del útero, y aclaro, este no es sinónimo de infidelidad".

DR. ROBERTO PEÑA CHANG,  
GINECÓLOGO.

los servicios de salud desde el sistema público y Seguro Social hasta clínicas y hospitales privados. Todo esfuerzo de prevención debe ir siempre acompañado del compromiso de toda mujer de mantener un control periódico regular y ordenado con su especialista en ginecología.

"El cáncer del cuello del útero y las lesiones precancerosas también causan impacto a nivel emocional y físico, por lo que junto con el tamizaje, un estilo de vida sano, la educación y concientización se puede reducir el riesgo de desarrollar esta enfermedad", señala el doctor, vocero la Asociación, la cual es miembro de la Federación Internacional de Ginecología y Obstetricia (FIGO).



EL CÁNCER DE CÉRVIX TIENE TRES FASES: in situ, microinvasivo e invasivo. Todas las lesiones preinvasivas hasta el cáncer microinvasivo se pueden curar con un tratamiento adecuado.



Lupita Gutiérrez, Patricia Escobedo, Marcela Camillo y Marta Mendoza de Salazar forman un gran equipo.

# Renacer después del cáncer

MUJERES  
SOBREVIVIENTES  
DE CÁNCER DE  
MAMA CUENTAN SU  
HISTORIA Y  
CONFIESAN QUE NO  
ES EL FINAL... ES EL  
COMIENZO DE UNA  
NUEVA VIDA.

*Por Angélica Acendaño*

"Soy la mujer más cicatrizada sobre tierra, pero cada cicatriz es una batalla ganada", afirma Sulma Ochoa. Sulma enfrentó el cáncer dos veces, la primera vez con su mamá cuando fue diagnóstica con cáncer de mama grado II y la

segunda cuando le detectaron a ella misma cáncer de mama grado III con metástasis. En medio del dolor, la ansiedad, la incertidumbre y la desesperación se aferró a la vida y a la promesa de Dios, dejó sus temores a un lado y continuó con su vida a pesar de que en su pecho estaba escrita la batalla que acaba de ganar.

Reconoce que fue duro sobrellevar la enfermedad se sometió a una sesión de quimioterapia, la cual no aguantó y recayó y fue allí cuando su médico decidió realizarle una mastectomía radical del seno izquierdo. "No ha sido fácil, sobre todo cuando te miras al espejo, pero he aprendido a amarme y aceptarme porque mi belleza es más que los senos, el cáncer cambió mi vida, me hizo una mujer más fuerte, más humilde, más llena de fe y doy gracias a Dios por una nueva oportunidad", comenta Ochoa.

#### VOLVIENDO A VIVIR

Karin Figueroa de 40 años solía trabajar de aeromoza cuando se descubrió una secreción en el pezón del seno izquierdo, visitó a su ginecólogo y le realizaron mamografías y ultrasonografías. A pesar de que todo aparentaba estar bien, le dolía mucho, fue allí cuando su médico le aconsejó cortar los conductos que estaban malos y dejar los buenos. Al entregarle la patología confirmaba la aparición del cáncer.

Se sometió a cirugías y a 30 sesiones de radioterapias. Dos años después le realizaron una evaluación en el otro seno y apareció un carcinoma que aunque era pequeño, decidió junto con su esposo

quitarse el pecho y se sometió a una reconstrucción de seno colocándose una prótesis.

"No ha sido fácil, yo lo acepté desde el primer momento, sigo siendo la misma, aún mejor porque tomo conciencia del prójimo, he crecido como mujer y como esposa", dice. Durante su tratamiento mantuvo la fe en todo momento y gracias al apoyo de su esposo, familiares y amigos sobrellevó la enfermedad y nunca se sintió sola.

Hoy mantiene una vida más tranquila, cuidando su alimentación, practicando ejercicios y realizando sus chequeos cada seis meses. "Estoy viva, sigo luchando contra ese fantasma que me acompañará el resto de mi vida, pero no le tengo miedo, doy gracias a Dios porque aunque no ha sido fácil es una experiencia de vida en donde volví a nacer".

#### AMAR Y SERVIR

Marcella Carillo sufrió cáncer de ovario grado 4B en 2007, le pronosticaron una semana de vida. Fue sometida a dos operaciones y a 18 sesiones de quimioterapia durante un año. En medio de su tratamiento Dios hizo un llamado a su corazón para servirle a él a través de los pacientes con cáncer. "Hice mi trata-

miento en el Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS) y allí me di cuenta de las necesidades afectivas que tienen los pacientes, muchos de ellos llegan y son abandonados por sus familiares, fue entonces que tuve la oportunidad de servir a Dios dando apoyo en esas camas donde hay lagrimas, muerte, dolor y soledad", dice.

Es así como surge la Fundación Edificando Vidas, que comenzó como un ministerio en la iglesia donde asistía Carillo. "A medida que las personas que acompañábamos se fueron sanando, ellas se fueron sumando al esfuerzo de amar a otros pacientes con cualquier tipo de cáncer". Ahora son una organización legalmente establecida que trabaja por medio de redes de apoyo para pacientes oncológicos a través de una red de voluntariado, denominados "Ángeles en tu lucha".

Estos acompañan a cada paciente brindando apoyo emocional y psicológico, espiritual, nutricional, consejería sobre diagnóstico, el pre, durante y post tratamiento, charlas educativas a pacientes, sobrevivientes, familiares y amigos, servicio de transporte, oración e intercesión, canasta de bendición, actividades solidarias y seguimiento a pacientes.

Una de las acciones de Ángeles en tu lucha es la fabricación de gorros y bufandas para bendecir a otras mujeres. Las mismas pacientes son las encargadas de tejer y lo donan a mujeres y niños. Asimismo elaboran pelucas naturales con la recolección de cabello y hacen campañas de donación de pelucas sintéticas y prótesis mamarias.

El tema de educación es importante para la fundación, para ello poseen una alianza con el Centro Internacional contra el Cáncer, en el cual brindan charlas a familias y pacientes. Allí tratan temas como sexualidad y cáncer, nutrición y cáncer, resolución de conflictos, cómo manejar mi diagnóstico, cómo se les dice a los niños que tengo cáncer, y cómo superar la pérdida de un ser querido.

También tienen alianzas con empresas a donde brindan charlas y enseñan a hacerse el autoexamen de mama, el autoexamen de testículos, signos y síntomas de



Sulma Ochoa y Karin Figueroa.



Marta Mendoza

cáncer gástrico, pulmonares, etc.

El cuerpo voluntario que posee la fundación es de 70 personas que trabajan ad honorem y atienden alrededor de unas 360 familias donde hay un paciente con cáncer.

**A PESAR DE MI CICATRIZ SOY FELIZ**

Marta Mendoza es también sobreviviente de cáncer de mama. En 2010 fue diagnosticada, le practicaron una mastectomía que cambió su vida por completo. Al principio de su enfermedad se sintió morir, pues le preocupaban sus hijos de 4 y 2 años de edad. Pero a pesar de todo pronóstico poco favorecedor, confió en Dios y salió adelante con el apoyo incondicional de su esposo y familia.

Su vida ha cambiado radicalmente, vive el día a día sin las preocupaciones cotidianas de la vida, pues sabe que sus prioridades son otras y mucho más importante que estar en el afán de trabajar y conseguir cosas materiales. "Creo que Dios permitió esta enfermedad para darme una oportunidad para cambiar, para ser mejor como mujer, madre, esposa y trabajadora y sobre todo para valorar lo que tengo y amar más a Dios", enfatiza.

Marta entiende que el cáncer no es sinónimo de muerte, al contrario, es una

oportunidad de vivir y hacer mejor las cosas. Sigue su vida normal como odontóloga pero ya no con el afán de trabajar, reconoce que de nada sirve estresarse cuando a veces el mismo estrés es quien provoca una enfermedad.

**"SOY LA CREACIÓN PERFECTA DE DIOS"**

Octubre es el mes dedicado a promover la conciencia sobre el cáncer de seno y para darle mayor realce a esta lucha la Fundación Edificando Vidas realizará una gran gala de Arte, Moda y Cáncer 2012, la cual tiene como objetivo mostrar que las mujeres siguen siendo bellas con seno o sin ellos, "Soy la creación perfecta de Dios".

"El mensaje principal de este evento es la prevención, enseñarle a la población con cáncer y a las que nunca han tenido, a que se cuiden, a que se realicen el auto examen, a que conozcan su cuerpo e identifiquen los síntomas y si notan algo anormal acudan al médico", dice Carrillo. En la gran gala, 12 mujeres valientes, sobrevivientes y voluntarias de la fundación mostrarán a la población que la prevención es la mejor herramienta para la lucha contra el cáncer.

Patricia Bautista tiene 51 años y en el ISSS, por medio del programa de climaterio, le mandaron a realizar una mamografía que confirmó cáncer. Le practicaron la mastectomía pero no requirió quimioterapia. Por una vecina llegó a las puertas de Edificando Vidas "uno piensa que va a morir cuando le dan la noticia, pero al llegar a la fundación, al saber más, me sentí apoyada". Bautista hace énfasis en que su hijo, quien ya tiene 33 años, fue de especial apoyo para ella, toda su familia en general le tendió la mano. Ahora cuando ella asiste al ISSS se encuentra con personas en iguales circunstancias, "es tan importante la compañía" dice. Incluso se comunica con varias pacientes que estuvieron con ella ingresadas. Poco a poco Bautista está volviendo a su vida pero de una manera más proactiva pues ahora forma parte del voluntariado de la fundación en el Hospital Divina Providencia. "He recibido capacitación, sé que algunos pacientes están más necesitados que otros, mis expectativas son buenas y sé también que será muy fuerte para mí volver a pasar por eso. Lo hago en agradecimiento a Dios, el solo privarme de la quimioterapia fue una bendición".



Si quieres conocer más historias inspiradoras visita: [www.mujereselsalvador.com](http://www.mujereselsalvador.com)

**INFORMACIÓN**

Fundación Edificando Vidas. Teléfono 2513-6410. [edificandovidas-elsalvador.net/](http://edificandovidas-elsalvador.net/)  
 Facebook: FUNDACION EDIFICANDO VIDAS/ [twitter@edificandovidas/](https://twitter.com/edificandovidas/) [info@edificando-elsalvador.net](mailto:info@edificando-elsalvador.net)



# Las estrellas de Academia Europea Internacional

HACE MÁS DE 42 AÑOS  
NACE ACADEMIA EUROPEA  
EN PRINCIPIO PARA  
ENSEÑARLE A LOS  
MIEMBROS DEL CUERPO  
DE PAZ EL APRENDIZAJE  
PROFESIONAL DE UN  
IDIOMA EN POCO TIEMPO.

Academia Europea imparte todas sus clases con el sistema de enseñanza IALS® desarrollado por su fundador el licenciado Ricardo Wauthion y desde entonces este sistema ha sido un éxito en todas partes del mundo donde se enseña. Hasta la fecha tiene más de 60 mil alumnos graduados en los idiomas inglés, francés, holandés, alemán, español, portugués y mandarín.

Pero ¿en qué consiste el sistema IALS? Es un sistema interactivo de educación que hace del estudiante el centro de la acción, como si este estuviera en una obra de teatro y deba interactuar un papel, pero con temas específicos a desarrollar en la clase. Estas actividades son repetitivas, individuales o grupales y permite al alumno desarrollar un buen acento.

Para que el sistema sea eficaz, los profesores se rotan diariamente, de manera que el alumno pueda educar su oído a diferentes acentos y pronunciaciones, logrando en los estudiantes mayor fluidez y un excelente acento al finalizar cada programa.

El sistema IALS está diseñado para garantizar que el estudiante logre aprender lo básico de inglés, francés, holandés, alemán, español, portugués y mandarín en tan solo cuatro meses.

## EL RESPALDO DE ACADEMIA EUROPEA

Además de los 60 mil alumnos graduados en diferentes niveles de aprendizaje, satisfechos del proceso y que lo recomiendan, sin lugar a duda la certificación de su enseñanza bajo la norma de calidad ISO 9001-2008 es un logro excepcional. En todos y cada uno de los procesos, la certificación garantiza calidad internacional tanto en la enseñanza como en el servicio.

Un equipo docente de primer nivel que imparte sus clases con mística y vocación, fortaleciendo día a día el liderazgo en la enseñanza de idiomas, tiene que ver con los 42 años de experiencia a nivel mundial en Academias en Guatemala, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y República Dominicana entre otras.

## MÁS CERCA DE SUS ESTUDIANTES

Academia Europea reconoce las necesidades de los estudiantes y por ello en el transcurso de su historia ha buscado un acercamiento a ellos, a fin de ser más accesibles. Actualmente, la Academia cuenta con sucursales en los principales puntos de la capital cubriendo zonas metropolitanas como colonia Escalón, Santa Elena, Salvador del Mundo, Juan Pablo II y Plaza Mundo. También cubre el interior del país en San Vicente, Santa Ana, Sonsonate, Ahuachapán, San Miguel y Usulután.



Por el perfil de los estudiantes, y conociendo que tienen obligaciones profesionales, universitarias u hogareñas, Academia Europea cuenta con variedad de horarios de clase que permiten a los interesados escoger el que mejor se adecúe a su agenda.

También imparte clases privadas y semi privadas, las cuales se imparten en el lugar que el estudiante prefiera, a la hora que elija y los días de su conveniencia.

Para mayor información, visita cualquier una de nuestras sucursales o llámanos al teléfono 2263-4430. Visita [www.academia-europea.com](http://www.academia-europea.com) o búscanos en Facebook y Twitter.

# ¡A CELEBRAR!

ORGANIZARLES UNA FIESTA REQUIERE TIEMPO, UN POCO DE MAGIA Y MUCHA CREATIVIDAD. LAS FIESTAS TEMÁTICAS SON LO DE HOY Y PARA ESO HAY QUE PLANIFICAR EN BASE A LOS GUSTOS DEL FESTEJADO.



Por Xiomara Alfaro

No es necesario un cumpleaños, simplemente celebrar a la niñez es una buena excusa. Personajes favoritos, princesas de Disney, ambiente vaquero o de fútbol, ambiente olímpico o la tradicional pijamada. Dale magia a cada detalle y haz que los chicos disfruten de una verdadera aventura. El servicio, la comida y el pastel pueden ir acordes a ese tema elegido y los puedes hacer tu misma o solicitarlos en tiendas especializadas.

"Si el tema es el fútbol pedimos a los invitados que vistan con el uniforme de su equipo favorito, si se trata de un té, un tema que está muy de moda entre niñas de 7 a 10 años, mencionar que es importante vestir de coc-

tel, y si es una fiesta hawaiana que no olviden su traje de baño", dice Patricia Conde de Garabatos, empresa dedicada a la coordinación, diseño, decoración, montaje y logística de eventos sociales, infantiles y empresariales.

Diseñando sueños y Banquetes Bebriz también te brindan asesoría en temas como decoración, disfraces, detalles personalizados y recetas especiales, en base a tu presupuesto. La asesoría de un experto se vuelve útil, ellos te ayudan a planificar cada detalle, por lo general cuenta con toda una lista de proveedores. El internet y revistas especializadas también son de mucha ayuda para aclarar ideas. Tiendas como Ups, Hallmark y Walmart ofrecen variedad de productos: manteles y globos temáticos, disfraces y sombreros entre otros.

## HAZLO TU MISMA

Las manualidades y disfraces resultan muy divertidas. Checa estas sugerencias fáciles de hacer. Mascaras con diseños de animales, trajes de mariposas, gorros y sombreros son ideas que puedes echar andar. Libros como Manualidades divertidas, disfruta haciendo disfraces; Maquillaje Mágico y Figuras con globos incluyen muchas otras ideas (Disponibles en Librería La Celba). Si quieres ahorrar al máximo, viste a tu hija de negro total y crea con fomi o cartoncillo un disfraz de mariposa. Fácil de quitar y poner. Igual, un disfraz de pájaro azul es fácil sobre un pijama celeste.



## BOCADILLOS DIVERTIDOS

Una receta divertida será siempre lo mejor para garantizar el éxito de la fiesta. Recuerda que a los chicos la comida les entra por los ojos, no dejes al final la elección de la comida.



### CONCHAS CON MANTEQUILLA

Rinde para 4 unidades

Ingredientes

8 galletas de mantequilla

Un frasco de crema de mantequilla sabor a vainilla

1/2 taza de jugo de piña

Coco rallado

#### Procedimiento

Mezcla la crema de mantequilla y el coco, poco a poco agrega el jugo de piña, procura que la crema no quede muy blanda. Coloca crema en una tapa de galleta. Con cuidado pon la otra galleta encima, pero sin cerrarla completamente, pon una menta o dulce doado de tal forma que simule una perla.

### ESTRELLAS DE MAR

Rinde para 4 unidades

Ingredientes

2 Bolsas de malvaviscos grandes

Un paquete de galletas de trigo y miel

Una libra de chocolate para cobertura

Fécula de Maíz

Azúcar glass

#### Procedimiento

Deita en el microondas los malvaviscos y agrégales en una lata previamente engrasada, rocíala con fécula de maíz y azúcar glass. Dejar que el marshmallow vuelva a endurecer, esto tardará alrededor de una hora.

Sobre una mesa, cubre la superficie de trabajo con azúcar glass y fécula de maíz y desmolda el malvavisco, corta las estrellas con un molde para galletas.

En el procesador de alimentos haz miga las galletas de trigo y miel. Pon a derretir el chocolate en baño maría.

Sumerge las estrellas de malvavisco en el chocolate y antes de que este seque espolvóralo con la miga de galleta. Terminar todas las estrellas y decorar al gusto.

### CRABBY CROISANT

Rinde para 4 unidades

Ingredientes

4 croissants

2 latas de atún en agua

1/2 taza de ajo finamente picado

2 cucharadas de cebolla finamente picada

2 cucharadas de perejil finamente picado

Jugo de medio limón

Mayonesa al gusto

Sal y pimienta

#### Procedimiento

Prepara el relleno mezclando todos los ingredientes y sazóna al gusto. Coloca la mezcla en una bolsa, utilízala como manga cortándole la orilla. Con un cuchillo de punta abrir un círculo en la parte del centro y abrás del croissant. Rellenar con la mezcla de atún y volver a tapar. Decora con palitos de zanahoria y trozos de chile rojo para simular un cangrejo.



### VARITAS MÁGICAS

Rinde para 8 unidades

Ingredientes

8 rebanadas de pan de caja blanco

4 rebanadas de jamón

4 rebanadas de queso mozzarella

Pepinillos al gusto

Aderezo

2 cucharadas de mayonesa

2 cucharadas de crema

Pepinillos al gusto

Pimienta molida al gusto

#### Procedimiento

Quita la corteza del pan, reserva. Mezcla los ingredientes del aderezo y reserva. Humedece un martillo y pon una capa de pan, coloca el aderezo, el jamón y el queso, coloca la otra capa de pan haciendo un sandwich. Con cuidado pasa el rodillo. Corta cada sandwich aplanado a la mitad y envíbalo. Colócalos en palillos de pinchos y decora al gusto.

Recetas de Ganjquetes Gebri.



## MINI HAMBURGUESAS

Rinde para ocho unidades

Una libra de carne molida  
 1/2 cucharadita de sal  
 1/2 cucharadita de pimienta negra recién molida.  
 2 cucharadas de salsa inglesa  
 4 onzas de tocino frito finamente picado (opcional).  
 8 lascas de queso americano  
 8 panes para mini hamburguesas.  
 Aceite.

### Procedimiento

En un bol mezcla la carne, el tocino, salsa inglesa, sal y pimienta. Formar ocho bolitas de dos onzas cada una y haz las tortitas. En una plancha previamente calentada, agregar el aceite y fríelas. Cuando ya estén agrega el queso y dejar que se derrita. Coloca cada una de las tortitas en el pan y servir con los aderezos favoritos.

## PALOMITAS DE MAÍZ CON CARAMELO

Ingredientes

8 tazas de palomitas de maíz a base de aire.  
 1/2 taza de azúcar café (mascabada).  
 1/3 taza de mantequilla o margarina.  
 3 cucharas de miel de maíz.  
 1/4 cucharita de bicarbonato.  
 1/4 cucharita de vainilla.

### Procedimiento

Engrosa una charola que sea profunda y extiende las palomitas muy bien. Llévelas al horno precalentado a 300°F. Mientras están en el horno, prepara una sartén de fondo grueso y profunda, agrega todos los ingredientes menos el bicarbonato y la vainilla. Llévela al fuego y mezcla con una cuchara de madera hasta que llegue al punto ebullición. Baja a fuego lento y sigue mezclando por cuatro minutos más. Retira el sartén del fuego, agrega de inmediato la vainilla y el bicarbonato, bátilo vigorosamente hasta que tome una consistencia espumosa. Retira las palomitas del horno y vierte por encima de ellas el caramelo, con el cuidado de no quemarte. Mezcla muy bien en las palomitas con la cuchara de madera.

## LIMONADA ROSA

Ingredientes

Un litro de agua.  
 Jugo de cuatro limones grandes.  
 Azúcar al gusto.  
 Jarabe de granadina.  
 Rodajas de limones para decorar.  
 Hielo al gusto.

### Procedimiento

Agrega en una jara el agua, los limones y endulza al gusto. Coloca un poco de granadina hasta que adquiera el color rosado que desees. Decora la jara con rodajas de limón y sirve con hielo al gusto.

## SOLETILLAS RELLENAS DE CHOCOLATE Y CREMA

Rinde para 10 unidades

Ingredientes  
 20 suspiros rosados.  
 1/2 taza de crema para batir.  
 4 onzas de chocolate de cobertura.  
 Una cucharadita de mantequilla.

### Procedimiento

Pon en un olla la crema a hervir, saca del fuego, agrega el chocolate de cobertura en

trozos, remueve hasta que se disuelva completamente. Cuando esté la mezcla templada, incorpora la mantequilla y mezcla para que de biftlo. Deja enfriar para que adquiera consistencia y se endurezca un poco. Agrega dos suspiros y cubre uno con el relleno, tapa con la otra. Deja reposar en el refrigerador por una hora como mínimo.

## LA HORA DEL PASTEL

No te compliques y elige un pastel del color que prefieras, pero si quieres algo especial elige un diseño original en las combinaciones que prefieras desde las clásicas tortas de vainilla, chocolate y almendra hasta las más increíbles mezclas con café, rubela, naranja y otros. Abajo diseños de My Sugar Planet.

De una torta con diseño de conejo, recubierto con fondant.



Estilo Candy, de dos tortas, con detalles de dulce.

## DETALLES PERSONALIZADOS

Si es una piñata no olvides las tarjetas, bolsas, stickers para botellas de agua, individuales, pulseras, disfraces, tags para cupcakes, banners, manteles y centros de mesa. Personaliza cada detalle de la fiesta con Diseñando Sueños y Motiva.



Balletza Bolsas personalizadas en diferentes tamaños, etiquetas para botellas de agua, bolsos, pulseras, cojines, trajes de bailarina, galletas en diferentes diseños, todo de Diseñando Sueños

Fiesta de helados.  
Banner con el nombre de la cumpleañera,  
sticker para bolsos de dulces, tarjetas de invitación y tags para cupcakes.  
Todos de Motiva



Limpiadores y pincesas.  
Tarjetas de invitación, centro de mesa con malabates, cajas de dulces para jugos.



Inicia tu futuro creando  
**Tu Propio  
Negocio**

Las Mejores Ganancias  
Productos de Calidad  
Crédito Rotativos

**Vogue**  
Corp.

Contactanos al PBX: 2261-8100  
Visítanos en: [www.vogueelsalvador.com](http://www.vogueelsalvador.com)  
La mejor opción de negocios de El Salvador

estilos

# Trabajando contra la plaga

PREVENIR ES MEJOR QUE LAMENTAR. POR ESO, Y ANTE LA CANTIDAD DE CASOS DE DENGUE CONFIRMADOS, TE DAMOS CONSEJOS PARA EVITAR QUE LOS ZANCUDOS SE REPRODUZCAN EN CASA.

Por: *Lissette Abrego Arias.*

Fotos: *Omar Carbonero.*

Si no sabes qué hacer con los zancudos porque los repelentes químicos existentes en el mercado no los eliminan y para colmo generan problemas como alergias o mal olor te presentamos algunos consejos para combatirlos de forma natural.

Expertos investigadores, biólogos, botánicos, horticultores y comerciantes de plantas coinciden en que dentro de la naturaleza hay una gran variedad de especies que ayudan a repelerlos.

Además, recomiendan que en caso de tener jardín -no importa el tamaño- debes darle el mantenimiento adecuado para evitar que se reproduzcan con facilidad y cada vez en mayor cantidad.

Entre los ejemplares más conocidos y cotizados como repelentes de mosquitos está el geranio aromático (con esencia de rosa), la cirrosa, la citronela, el toronjil, los crisantemos, la albahaca, el jazmín en flor, el bulbo de ajo, el zacate limón, la alfalfa en flor, la lavanda, el tomillo limón, la ruda, la salvia, el romero, el catnip, el clavo de olor, la vainilla, la artemisa, el sage, el pennyroyal.





Las aromáticas además de útiles en la cocina tienen otras bondades, aportan frescura y cumplen funciones de repelente.

Carmelina Umazor, propietaria de Viviero El Paraíso, afirma que la magia para ahuyentar a estos insectos está en frotar sus hojas con cierta frecuencia, pero advierten que para que esto dé resultados será necesario tener varios ejemplares en casa.

Una estrategia para impedir que los mosquitos entren a la casa y ataquen es colocar macetas en las entradas a la vivienda, puertas o ventanas, también colgarlas en áreas de descanso o corredores.

Sobre el tema, la arquitecta Susana Cuéllar, diseñadora de jardines para Viviero Xochicalí, sostiene que también hay árboles que ayudan a solventar el problema, principalmente el nim, aunque también son usados y en gran cantidad el cedro, la papaya, la maravilla, la jalapa e higuerrilla ricinus communis.



Hay flores que colaboran con "espantar" los terribles zancudos.



## CURIOSIDADES

En un artículo publicado en el sitio

[www.aquaspmagazine.com](http://www.aquaspmagazine.com) se plantea que hay

aproximadamente 344 especies de plantas a nivel mundial que provocan efectos letales a los mosquitos, en sus diferentes estados biológicos.

Una de ellas es la flor de alfalfa medicago sativa (fabaceae) que atrae con su néctar a los zancudos machos, los cuales mueren por el tóxico que contienen. La propiedad se explotó en Rusia, por medio de una campaña para controlarlos en regiones muy infestadas y vale la pena aclarar que estas no son las mismas que las que provocan su repelencia.

El eucalipto también es bueno, pero debe evitarse en caso de que en la vivienda haya personas que sufran de presión alta o epilepsia. No debe ingerirse porque puede tener consecuencias fatales.

En el mercado también existe el eucalipto maculata citriodon (Myrtaceae), la citronela, el ajo allium sativum, la canela cinnamomum zeylanicum, el citrus aurantifolia, el nim y la higuerrilla que son procesadas para obtener aceite, el cual posteriormente es usado como repelente corporal. Otros prefieren quemar las flores de cempasúchil o la planta de pericón para ahuyentar a los mosquitos.

## SOTHY'S SALA DE BELLEZA



OFRECEMOS LOS SERVICIOS DE

- Tintes
- Rayos
- Faciales
- Uñas acrílicas
- Manicura y Pedicura normal y SPA
- Cortes /caballeros/ damas /niños
- Tratamiento de keratina
- Maquillaje.

Hacemos Paquetes de:

- Novia
- Quince años
- Graduaciones.

C.C. Villas Españolas, Local C-9,  
Paseo General Escalón

☎ 2264-6150



# PAN TOSTADO BÁSICO EN EL DISFRUTE

Por: Lissette Ábrego Arias.  
Fotos: René Estrada.

POR SU VERSATILIDAD Y SABOR EL PAN ES USADO COMO INGREDIENTE BASE PARA PREPARAR INFINIDAD DE PLATILLOS. ERNESTO RODAS, CHEF DEL HOTEL REAL INTERCONTINENTAL, TE DICE CÓMO SORPRENDER A TUS COMENSALES

## CROSTINI SICILIANO

Tiempo de preparación: 25 minutos.

### Ingredientes:

4 rebanadas de pan (baguette o de molde).  
Tomate.  
Albahaca.  
Aceitunas rellenas.  
Queso mozzarella.  
Aceite de oliva.  
Mantequilla.  
Anchoas.

### Procedimiento:

Corta el pan en rebanadas o con la ayuda de un molde dale forma de círculo a cada láscia.  
Pasa el tomate por agua hirviendo y quítale la piel, luego córtalo en cuadros pequeños.  
Rebana las aceitunas en anillos finos y sáltalas en aceite de oliva con el tomate y la albahaca. Reserva.  
Tuesta el pan y luego unta con un poco de mantequilla cada pieza. Coloca encima la mezcla de tomate, aceitunas y albahaca. Perfuma con aceite de oliva y decora con el queso en rebanadas finas.  
Gratina al horno a 200 grados, durante un minuto.  
Sirve y decora con las anchoas y hojas de albahaca.



## BRUSCHETTA DE CHAMPIÑONES Y BERENJENA

Tiempo de preparación: 20 minutos.

### Ingredientes:

4 rebanadas de pan tostado.  
2 cucharadas de champiñones.  
Una berenjena pequeña.  
Vinagre balsámico.  
Tomillo.  
Ajo.  
Aceite de oliva.  
Sal y pimienta al gusto.  
Queso parmesano recién rayado.  
Tomate cereza y romero.

### Procedimiento:

Corta la berenjena y los champiñones en lascas finas. En aceite de oliva sautea primero la berenjena y luego los champiñones, agrega el tomillo y ajo finamente picados, sazona con sal y pimienta. Perfuma con el vinagre balsámico y coloca la mezcla en las tostadas de pan. Decora con el parmesano, tomate y romero.



Multiplaza • Escalón

Nueva

Princess

LE CROISSANT

¡Vive la France!



## BRUSCHETTA DE JAMÓN SERRANO

Tiempo de preparación: 20 minutos.

### Ingredientes:

4 rebanadas de pan (baguette o tipo campesino).  
2 cucharadas de jamón serrano.  
Hojas de arúgula frescas.  
Aceite de oliva.  
Perlas de melón para decorar.  
Aceitunas negras para decorar.  
Palillos.

### Procedimiento:

Corta el pan en rebanadas medianas, úntalas con aceite de oliva y tuesta en el horno. Colócalas encima la arúgula y el jamón serrano. Decora con las perlas de melón y las aceitunas ayudándote de los palillos.

FUENTE: ERNESTO RODAS,  
CHEF DE HOTEL REAL INTERCONTINENTAL.

# DISFRUTA CON *Fuze tea Té Verde*

The Coca-Cola Company El Salvador junto a su socio local Industrias La Constanza lanzó su nueva bebida Fuze tea Té Verde, una nueva variedad de té que comercializa la compañía a nivel mundial.

Ejecutivos de la empresa aseguraron que el lanzamiento obedece a las actuales tendencias de los consumidores que ubican al té como la segunda bebida más consumida después del agua por ser una excelente fuente de hidratación, natural y con un agradable sabor.

La bebida está hecha a base de hojas de té y frutas de la mejor calidad, cuidadosamente seleccionadas, que al combinarse dan origen a una deliciosa y refrescante bebida con el característico sabor a limón, brindando una expresión fresca y contemporánea del té.

Fuze tea Té Verde está disponible en presentaciones de 500 miligramos, al igual que las variedades de Fuze tea Té Negro sabor a limón

y melocotón. La bebida puedes adquirirla en tiendas de conveniencia, supermercados, farmacias y restaurantes.

El lanzamiento de Fuze tea Té Verde se produce a solo tres meses de que la marca fuese introducida en el país a través de su variedad Té Negro. Con este se complementa el portafolio de Fuze tea para los salvadoreños que en este tiempo ya lo consideran su marca de té favorita. Fuze tea es una marca mundial de té envasado y listo para beber. Su lanzamiento se realizó en mayo pasado de forma simultánea a nivel mundial, en cuatro continentes y más de 20 países.

Además de El Salvador, Fuze Tea está en México, Costa Rica, Panamá, Colombia, Ecuador, Venezuela, Guyana Francesa, Aruba, India, Corea, Mongolia y Turquía, entre otros.



## libros

CUANDO LEES CUENTOS A TUS HIJOS COMPARTES CON ELLOS, ESTIMULAS SU IMAGINACIÓN Y LOS EDUCAS. UNA LABOR FANTÁSTICA.

Por Lissette Abrego.  
Fotos Miguel Villalta

La ilusión, el color y la fantasía, se mezclan en las historias descritas por la reconocida periodista y escritora argentina Adriana Ballesteros, quien a lo largo de su carrera ha redactado una serie de libros para niños entre los que destacan "El mágico mundo de las princesas", "El mágico mundo de las hadas" y "Cuentos con piratas - Isla de Oro".

En el primero de sus libros, El mundo mágico de las princesas, narra como la princesa del reino azul se extravió, la conmoción que esto provoca en el reino y su familia, y cómo su hada madrina, Mab, se propone encontrarla. Para ello, decide emprender su búsqueda por reinos lejanos y perdidos con la ayuda de una valiente niña que está dispuesta a viajar para dar con la princesa. Para su sorpresa, en el trayecto conocerá a las más bellas princesas que hayan existido, sus costumbres y algunas de las historias más divertidas y encantadoras de su mundo mágico.

Un mundo mágico también es el de las hadas, simpáticas y bellas criaturas con alas que habitan los bosques, valles y lagos. Por esa razón, Ballesteros lo retoma y habla a través de la hadabuela Cirella Titanus, quien afirma decidió escribir este libro para responder todas las preguntas que alguien pueda hacerse sobre las hadas.

La hadabuela revela sus nombres, de qué lugar vienen, qué es lo que más les gusta hacer, qué las pone de mal humor, cómo hacer para que siempre estén cerca y algunas de sus posiciones y hechizos mágicos. Además, anuncia que todos aquellos que se decidan a recorrer este poblado de fantasía no se irán de él sin recibir un regalo al final de su trayecto.

Mientras, en Cuentos con piratas- Isla de oro cuenta la historia de un barco cuya tripulación se dice que está maldita, debido a que su capitán robó un tesoro intocable y por ello ahora deambulan en alta mar, sin poder llegar a tierra firme para atracar. Los piratas, sus espadas, combates, victorias y derrotas, los misterios del mar y más los encontraremos en este libro escrito de forma que los pequeños estarán atentos de principio a fin.

# La magia de los cuentos



EL MÁGICO MUNDO DE LAS PRINCESAS/  
EL MÁGICO MUNDO DE LAS HADAS  
AUTOR: Adriana Ballesteros  
EDITORIAL: Latinbooks  
GÉNERO: Infantil - Historia  
PRECIO: \$13.95 cada uno



CUENTOS CON PIRATAS  
PRECIO: \$ 9.95  
TIENDA: LIBRERÍA LA CEIBA, SUCURSAL GALERÍAS



ASÍ ERAN LOS FEROCES DINOSAURIOS CRETÁICOS

Marina Caporale detalla cómo estos animales permanecían ocultos en las profundidades de los bosques de coníferas, acechando a sus presas: dinosaurios carnívoros más pequeños que ellos, o gigantesos y mansos dinosaurios herbívoros. Los cretácicos eran feroces, sanguinarios y astutos, cuando el hambre los aquejaba atacaban con toda su furia. Por ello, eran los indiscutidos amos del planeta Tierra hace 150 millones de años.

AUTOR: Marina Caporale  
EDITORIAL: Latinbooks

GÉNERO: Infantil - Historia  
PRECIO: \$13.95

CONSTRUYE TUS COMETAS

En este material, que forma parte de la colección Biblioteca de Manualidades, Jean Philippe Ritter nos lleva a conocer el mundo de las cometas, su elaboración y más. Sin duda alguna, este ejemplar es un excelente recurso para que padres e hijos compartan de manera sana el tiempo libre practicando una tarea que cuando los pequeños crezcan no olvidarán.

AUTOR: Jean Philippe Ritter  
EDITORIAL: Susana

GÉNERO: Manualidades  
PRECIO: \$ 7.25





# El bullying y cómo prevenirlo

SE HA CONVERTIDO EN LA MAYOR AMENAZA ENTRE LOS ESTUDIANTES. POR ESO GRUPO SANTILLANA DESARROLLARÁ UN PROGRAMA ANUAL DE PREVENCIÓN Y TRATAMIENTO DEL ACOSO

Por *Angélica Azendaño*/Fotografías César Acilés.

"Paloma, que estudia primero de bachillerato, se siente diferente a sus compañeros de clase, es tímida, sensible, le gusta mucho estudiar y sus notas son siempre excelentes. A Paloma no le preocupa demasiado su aspecto físico ni la ropa que lleva, sin embargo a sus compañeros sí y le llaman la atención, especialmente Miguel, apodado Lobo que no soporta tanta perfección y cree que debe pagar por ello. Enseguida empieza a acosar a Paloma por teléfono avergonzándola, humillándola y creándole una auténtica crisis de identidad, y lo que es peor una situación límite en la que la joven no encuentra sentido a la vida. Al ver a su hija tan abatida, la madre de Paloma comunica la situación a los profesores, que intentan resolver el conflicto. Enrique, un compañero de clases, siempre ha estado al lado de Paloma, defendiéndola. Un día, al ver que va a ser violada por Lobo, Enrique interviene pero una navajazo de Lobo acaba con la vida del joven".

Paloma de Jaime Homar es una novela actual que refleja el problema personal y social de una joven marcada por el "bullying" o acoso escolar, una estudiante de bachillerato que es humillada, cuyos sueños se vienen abajo causándole gran tristeza.

#### ¿QUÉ ES EL BULLYING?

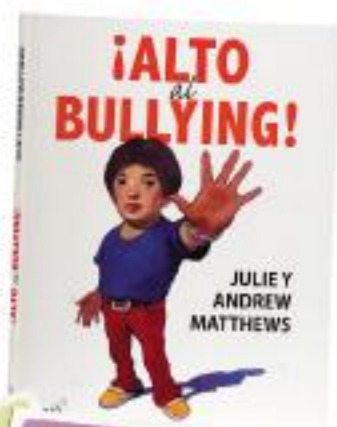
Se le llama así a la violencia que ocurre entre estudiantes en el ambiente escolar o fuera de él. Ocurre cuando un estudiante o varios de ellos, intencionalmente, adoptan comportamientos agresivos y repetitivos contra otro u otros que se encuentran en desventaja de fuerza o poder, colocándolos bajo tensión o dominación, daños y sufrimiento sin motivos evidentes.

Puede presentarse en forma verbal, física, moral, psicológica, sexual, material, social y virtual. Este último se conoce como ciberbullying y es su forma más perversa debido a la velocidad en la que se propaga el asedio y por la dificultad de la víctima de identificar quien lo propicia, respaldando la sensación de anonimato e impunidad.

Para saber si un estudiante es víctima de bullying es necesario observar su comportamiento y desarrollo. Generalmente, las víctimas se retraen y se aíslan socialmente. Presentan un aspecto triste, ansioso, deprimido o irritado. Faltan frecuentemente al colegio sin razones convincentes. Pierden la concentración o el entusiasmo por el estudio y pueden tener una fuerte caída en el rendimiento escolar, además de las quejas frecuentes de dolores de cabeza, estómago, fiebres, diarreas o vómito. Es a través de la observación y el diálogo que los padres pueden identificar este problema.

### ALTO AL BULLYING

**AUTOR:** Andrew Matthews  
Dirigido a padres y maestros para que entiendan no solo la gravedad del bullying, sino también las consecuencias y la forma de prevenirlo.



### BOLITA

**AUTOR:** M.B. Brozon  
Es la historia de Bolita, una jirafa con sobrepeso que nace en un zoológico y pasa por muchas peripecias para que no lo rechacen los animales y niños.

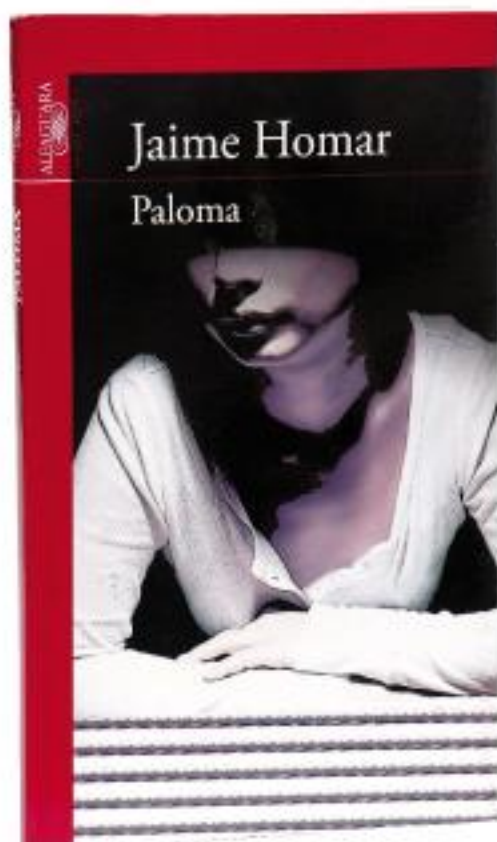


### COLECCIONES PEQUEÑOS Y SÚPER FILÓSOFOS

Una colección que ofrece una primera introducción a las preguntas que todos los niños se hacen acerca de sí mismos, la vida y el mundo. Una serie esencial para los adultos que desean ofrecer un diálogo con los niños en vez de proporcionar todas las respuestas. Y ayuda a los niños a pensar y juzgar por sí mismos, a reflexionar, para que puedan reforzar su propia autoestima y se vuelva responsable. Va dirigida a niños de 7 a 12 años y consta de cinco libros, en cada uno se responde a una interrogante.

### PALOMA

**AUTOR:** Jaime Homar  
Es una novela sobre un tema de actualidad, el acoso escolar. Paloma es una chica de bachillerato que sufre acoso, pero también de soledad y miedo. Es violado su derecho a ser diferente.



Para mayor información llama a los teléfonos 2278-5178, 2278-5155/ [dchopin@santillana.com](mailto:dchopin@santillana.com) o Unidad de Formación y Proyectos Institucionales, Grupo Santillana, Calle Siemens No. 48, Zona Industrial Santa Elena.

### PARA DETECTARLO

- Los chicos presentan a menudo dolores de cabeza o de estómago, sudor excesivo, vómitos, diarrea y temor de ir a la escuela.
- Pueden mostrarse insatisfechos, tristes, ansiosos y con miedo; pueden constantemente dar excusas al momento de ir a clases.
- Pueden manifestar querer cambiar de ruta escolar o de colegio. Pueden presentar dificultad de inclusión en los grupos de estudio o deportes.
- Cambian de humor y evitan los asuntos escolares.

## Programa Alto al bullying

Para tratar este tema en El Salvador, Grupo Santillana ha desarrollado un programa anual "Alto al Bullying", que consiste en la prevención y tratamiento del acoso entre iguales: escuelas, familia y comunidad. El programa tiene un enfoque de educación en valores y cuenta con un programa permanente de prevención y manejo del acoso basado en la formación, lecturas comunitarias y apoyo inter-institucional.

El programa consiste en desarrollar diferentes actividades como:

- Curso-foro virtual. Desarrolla estrategias didácticas para prevenir y tratar el acoso en la escuela, familia y ciudad. Va dirigido a directores y coordinadores de centros educativos privados y públicos. Incluye tipos de bullying y estrategias de manejo en el aula. En el foro virtual se invita a psicólogos y padres para el análisis de casos. La duración es de 50 horas (12 presenciales y 38 virtuales) y es impartido por el Centro de Formación Docente y Tecnología Educativa de Santillana.
  - Plan lector comunitario dirigido a docentes, padres de familia y líderes de la comunidad. Incluye: un modelo de plan lector para docentes de educación básica y media, ciclo virtual de tres conferencias para padres de familia y guías didácticas de lecturas basadas en cinco libros vinculados con el bullying y educación en valores.
- Además, asesoramiento de expertos del Centro de Formación Docente para el diseño e implementación del Proyecto Círculos Lectores Comunitarios "Alto al Bullying", integrado por docentes, padres de familia, líderes de la comunidad vinculados a alcaldías, empresas, instituciones del Estado, organismos no gubernamentales y otros agentes voluntarios.

FUENTE: LICENCIADA ELIZABETH URÍAS,  
COORDINADORA DE FORMACIÓN DOCENTE Y  
TECNOLOGÍA EDUCATIVA DE GRUPO SANTILLANA.

música

# Un Zoé desenchufado

EL GRUPO MEXICANO ZOÉ LLEGA AL MERCADO NACIONAL CON UNA NUEVA PROPUESTA ACÚSTICA. SU MÚSICA CONSERVA ELEMENTOS BÁSICOS DE BANDAS COMO THE BEATLES Y THE STONE ROSES.



Por Lissette Abrego Arias.

La agrupación Zoé se formó en 1995 en Cuernavaca, México, pero no fue sino dos años después que se consolidó como banda musical. A lo largo de este tiempo ha trabajado en diferentes materiales discográficos de rock alternativo, indie, espacial, psicodélico y pop barroco.

Su más reciente material fue lanzado en el 2011 bajo el título MTV Unplugged: Música de fondo, una recopilación de 14 de sus temas más exitosos. El disco, que fue producido por Phil Vinall y Zoé, contó con la colaboración de Adrián Dargelos, Enrique Bunbury, Chetes y Denise Gutiérrez de Hello Seahorse.

El primer sencillo en promocionar y que al

poco tiempo de salir al mercado ocupó los primeros lugares en las listas de popularidad de las radios mexicanas fue "Soñé", cuyo video fue estrenado en el canal de música MTV alcanzando una gran aceptación. Algo similar se produjo con su segundo tema "Labios rotos" y con "Luna" interpretado junto a Denise Gutiérrez.

Gracias a este álbum han obtenido nominaciones para premios importantes tanto en América como Europa. En octubre pasado Zoé recibió en Colombia un disco de Oro por ventas y se convirtió en su primer reconocimiento por ventas de discos a nivel internacional. La agrupación se ha hecho acreedora de varios premios, entre ellos MTV Latinoamérica, Latin Grammy, Lo Nuestro, Telehit, Oye y Ovmala.



## SABÍAS...

· Que la Banda tomó su nombre de la hermana menor de una ex-novia de Sergio Acosta (guitarrista). Zoé les pareció que sonaba bien y además se veía bien escrito, porque muchas de las bandas de rock de ese entonces tenían nombres largos. Además porque significaba vida en griego antiguo.

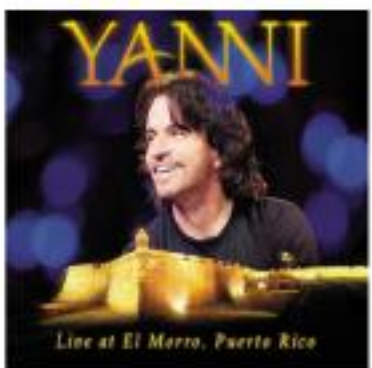
## SADE The Ultimate Collection

La cantante, compositora y productora británico-nigeriana Helen Folasade Adu, conocida en el mundo de la música como Sade Adu, presenta una recopilación de 28 éxitos reunidos en dos CD. Este trabajo incluye Your Love Is King, Smooth Operator, Hang On To Your Love, The Sweetest Taboo, Is It A Crime, Never As Good As The First Time, Cherish The Day, Pearls, Still In Love With You, Love Is Found, I Would Never Have Guessed, The Moon And The Sky y By Your Side. Sade es interprete de soul, jazz y R&B. En 2002 fue galardonada por sus logros artísticos y contribución en bien de los valores con su ingreso a la Orden del Imperio Británico. Sade ha vendido 40 millones de discos (\$25).



## Yanni Live at El Morro, Puerto Rico

Así se llama el nuevo álbum del pianista y compositor griego Yanni Chyssomallis el cual fue producido por él con ayuda de Ric Wake y grabado completamente en vivo en diciembre pasado, en el Castillo San Felipe del Morro, San Juan, Puerto Rico, que data del siglo XVI y es patrimonio de la UNESCO. Con este trabajo el artista cumplió un sueño de 20 años al actuar en este hermoso e histórico lugar, siendo el primer músico en hacerlo. El disco incluye los temas Truth Of Touch, Vertigo, The End Of August, The Rain Must Fall, Felitsa, Voyage, Nightingale, Ode to Humanity, Niki Nana y One Man's Dream (\$20).



## Dance Again...The Hits

Una de las mujeres más sexis del mundo, Jennifer López, JLO, lanzó su primer disco recopilatorio para celebrar sus 13 años de carrera musical. En él encuentras "On the 6", "Goin' In", "Dance Again" y "Love?", además de dos temas nuevos. Participaron varios productores como RedOne, GoonRock, StarGate, Ric Wake, Richie Jones, Cory Rooney, Rodney Jerkins, 7 Aurelius, Rich Harrison, Troy Oliver, Poke and Tone, Irv Gotti, Ryan Tedder, Dan Shea, Sean Combs, Ron G, Dave McPherson, Marc Anthony, Julio Reyes, Emilio Estefan y Kike Santander. También colaboraron reconocidos artistas como Pitbull, Flo-Rida y Lil Jon (\$18).



CD PLANET METROCENTRO /// 2260-7189

## Cita con el arte

### EXPOSICIÓN

#### HASTA EL 14

En el marco de ESPOTO 2012, el Museo de Arte de El Salvador está desarrollando las exposiciones: Atunado, Arena Negra, El entierro del Conde de Orgaz y Sacro. Hora: Martes a domingo de 10:00 a.m. a 6:00 p.m. Lugar: Museo de Arte de El Salvador, MARTE. Entrada: Adultos \$1.50; estudiantes \$0.50. Domingos la entrada al MARTE es GRATIS.

### RECREACIÓN

#### 1

Disfruta de actividades artísticas, culturales, exposiciones y venta libros y artesanías en Nive San Jacinto! La historia es nuestra. Fecha: Todos los domingos. Hora: 1:00 a 5:00 p.m. Lugar: Ex Casa Presidencial, Barrio San Jacinto. Entrada: Gratis.

### TEATRO

#### 27 SEPT-7 OCT

Closet, un drama existencial de Jean Paul Sartre en las instalaciones del Teatro Luis Poma. Hora: Jueves, Viernes y Sábado 8:00 p.m. Domingo 5:00 p.m. Lugar: Teatro Luis Poma. Entrada: General \$5.00. Estudiantes con carné \$3.00.

#### 11

Espectáculo unipersonal de mayor duración en la historia de

Broadway, El Cavemicola, que ha sido traducido a 15 idiomas y presentado en 30 países. Bajo la dirección de Roberto Salomón y la actuación de Fernando Rodríguez. Hora: Jueves, Viernes y Sábado, 8:00 p.m. Domingo 5:00 p.m. Lugar: Teatro Luis Poma. Entrada: General \$5.00. Estudiantes con carné \$3.00.

### CONCIERTOS

#### 13

En el marco del Día de la Hispanidad, la Orquesta Sinfónica de El Salvador ofrecerá un concierto para Cello y Orquesta. Hora: 5:00 p.m. Lugar: Teatro Presidente. Entrada: General \$2.00.

#### 24

La Orquesta Sinfónica de El Salvador deleitará a todo el público que asista al Teatro Nacional de San Salvador con la Obertura de la ópera "Don Giovanni" de Wolfgang Amadeus Mozart. Hora: 6:00 p.m. Lugar: Teatro Nacional de San Salvador. Entrada: General \$1.00.

#### 25

Noche de buena música con Franklin Quetzada, músico, etnomusicólogo, fundador y director musical del legendario grupo YOLOCAMBAITA. Hora: 7:00 p.m. Lugar: Galería Montmartre Alianza Francesa. Entrada: General \$10.00.



Rafael, Sofía, Anela y Mónica Liebes.

*R.S.V.P.*



Sonia Llori, Carolina Padilla y Hazel Castro.



Alberto Poma, acompañado de Rosa María Liebes, en la ceremonia de apertura.

MULTIPLAZA HA PROMETIDO MÁS MODA Y LO CUMPLE AHORA CON LA INAUGURACIÓN DE UNITED COLORS OF BENETTON BAJO UN INNOVADOR CONCEPTO, MÁS GRANDE, MÁS COLORIDO, TAL COMO LO ENCUENTRAS EN MILÁN O EN VARSOVIA.

# BENETTON SE REINVENTA



Alvaro Araujo, Francisco Aguilar, Carolina de Frech y Camila de Fernández.



Pamela Iglesias e Iselle de Iglesias.



Olga Miranda y Roberto Liebes.



Thelma de Hernández y Celia María Hernández.



Eliseo Arévalo, Diego Soto, Eduardo Escobar, Wendy Romero, René Montiel y Leandro Medrano.



**R.S.V.P.**



Kaifa Flores y Paola Saavedra.



# Studio Makeup en Siman y Xcla!m



María José Díaz y Julia Raquel Pineda.



Claudia Salazar, Grecia Vilanova y Carolina Cañas.

RODEADOS DE AMIGOS, INVITADOS ESPECIALES Y CLIENTES, ALMACENES SIMAN PRESENTÓ OFICIALMENTE LA LÍNEA DE MAQUILLAJE STUDIO MAKEUP, UNA NUEVA OPCIÓN DE COMPRA, EXCLUSIVA EN TODA LA REGIÓN. STUDIO MAKEUP, DESARROLLADO POR EXPERTOS DE AMPLIA TRAYECTORIA EN LA INDUSTRIA DE COSMÉTICOS, ES UNA LÍNEA DE MAQUILLAJE DE NIVEL PROFESIONAL Y ALTA TECNOLOGÍA, DEJA UN ACABADO PERFECTO CON COLORES QUE PUEDES LLEVAR TANTO DE DÍA COMO DE NOCHE. POLVOS COMPACTOS, SOMBRAS, DELINEADORES, BASES, LABIALES, MAQUILLAJE PARA UÑAS Y BROCHAS COMPLEMENTAN LA PROPUESTA.



Carie Guerrero, Ivonne Menjívar, Ana Rosemary Siman, Ángela Gutiérrez, y Lourdes Ferrero.



Diana Escobar, Griselda Rodríguez, Jorge Conde, Raquel Avolevan y Ángel Fabuel.



Abal de Molina y Gabriela Paz Ghivori.



Inelda, Nefsy y Astrid Molina.



Danella Nativi y Magie Cortez.

# R.S.V.P.



Rosario Méndez, Laura Valencia, Samuel Godoy, Alejandra Novellino y María Luisa Cruz.



Carlos Mejía, Roxana de Quintanilla y Milton Segura.

## Fergie por tercera vez con AVON

Avon presentó en Circo su nueva fragancia Viva by Fergie. Una sensual combinación de notas que expresan la dualidad de la mujer que vive bajo sus propias reglas. Se trata de un aroma fresco e intenso con una exquisita mezcla de hierbas, suaves notas de lavanda y vetiver. Viva by Fergie es la tercera fragancia que la cantante lanza de forma exclusiva con esta firma de cosméticos - con la garantía de las mejores casas perfumistas del mundo - algo que han hecho con otros famosos diseñadores y artistas como Reese Witherspoon, Patrick Dempsey, Christian Lacroix y Emmanuel Ungaro.



Valeria Quevedo, Vivian de Osoña, Gabriela Átrego, Sandra Molina y Ely Madrid.

# Con sabor japonés

UN NUEVO CONCEPTO CULINARIO SE INCORPORA A LA MEJOR GASTRONOMÍA QUE OFRECE PLAZA FUTURA. LA APERTURA DEL RESTAURANTE KOI SE REALIZA EN EL MARCO DEL PRIMER ANIVERSARIO DE OPERACIONES DE LA EMPRESA.



Francisco del Valle, Mónica León y José Minero.



Raúl García Prieto, Sandra Wana y Karji Kaneko.



Elena Campos y Michael Safie



### MÁS DE KOI

- En KOI encuentras platillos japoneses de calidad: sushi rolls, nigiris, sashimis, washimis y especialidades frías y calientes, y postres.
- La nueva sucursal tiene capacidad para atender a 75

personas en área de restaurante, bar y terraza al aire libre.  
- Cuenta con menús ejecutivos de lunes a viernes de las 12 meridiano hasta las 3:00 p.m. También ofrece servicio a domicilio y de catering. KOI se encuentra en Plaza Madero, Las Azulejas y Plaza Futura.



En el bar La Tecla, Guerrero realizó un montaje de sus prendas.



Maya Guerrero muestra sus diseños que mezclan encajes con mezcilla, estampados y sólidos.

# Conquistando tierra nueva

**MAYA GUERRERO, SALVADOREÑA QUE RESIDE EN BARCELONA, REGRESÓ AL PAÍS A INSPIRARSE Y A PRESENTAR UNA PREVIA DE SU PRÓXIMA COLECCIÓN.**



El diseñador Abdo Murillo apoyando a Maya en su primer evento.

"Nuscaa" que en la lengua maya significa tierra nueva, lleva por nombre su colección llena de detalles femeninos con toques urbanos y bohemios. Guerrero, siempre afianzada a sus raíces ha incorporado con éxito textiles nacionales y regionales que agregan mucho a sus piezas. Además de presentar un concepto totalmente diferente en la moda organizó un evento muy a su estilo.

En el bar La Tecla, Maya organizó un showroom totalmente acorde a lo presentado, con un mural pintado a mano como fondo, colgó sus piezas sin hacer que perdieran protagonismo.

Amigos, familiares y amantes de la moda atendieron para felicitar a la diseñadora y adquirir algunas de sus piezas únicas. Las tachas, el encaje en naranjas y rojos, las faldas y vestidos asimétricos además de los estampados fueron protagonistas.



Katia Campos, Karen Zaavedra y Patricia Meléndez.



Durante la velada, la diseñadora compartió con sus invitados.

## Clínica Láser

**Tratamiento Especializado de Várices**  
**Dr. Omar Callejas Sandoval**  
**Cirujano Vascular**  
 Tratamiento especializado de várices por Láser Biolitec

- Sin cirugía
- Sin dolor
- Sin hospitalización
- Sin anestesia
- Totalmente estético.

*"Las piernas fueron hechas para lucirlas, no para esconderlas"*

Tratamiento especializado por Láser de várices grandes (GIV), úlceras tenosas, varículas, telangiectasias y arañas vasculares.

Antes



Después





**Tels.: 2225-2323**  
**2225-0808**

**Av. Dr. Emilio Alvarez y Pje. Dr. Guillermo Rodríguez Paos, No. 110, Col. Médico, San Salvador.**

# Horóscopo OCTUBRE

## KATY PERRY

25 DE OCTUBRE

LIBRA

Tienen encanto, elegancia y buen gusto. Pueden cambiar de opinión fácilmente y ser demasiado complacientes. Los libra son compatibles con todos los signos del zodiaco.



24 de septiembre  
al 23 de octubre

**LIBRA.** Las cosas que tu pareja te esconde alimentan tus dudas, recuerda que a veces las pequeñas mentiras no tienen la intención de herir a quien se ama. En el trabajo, consiguiendo los resultados esperados, no olvides, siempre hay que afrontar las responsabilidades.



24 de octubre al  
22 de noviembre

**ESCORPIÓN.** Las amistades equivocadas te aconsejan mal; presta atención porque podrías tener remedios. Sigue tu instinto y decide por ti misma ¡No te equivoques! En el trabajo, debes concentrarte mucho para resolver un problema. Parece que alguien está tratando de obstaculizar tus proyectos.



23 de noviembre  
al 21 de diciembre

**SAGITARIO.** Razonas demasiado sobre pequeñas cosas y te olvidas de las importantes. Reorganiza tu actitud porque te está causando desilusiones. En el trabajo, te encuentras frente a una decisión importante y esto te tiene en tensión por la responsabilidad asignada.



22 de diciembre  
al 20 de enero

**CAPRICORNIO.** Confías a un amigo todas las confusiones que tienes con tu pareja, esto te ayudará a reflexionar sobre lo que estás haciendo mal. En el trabajo, tu esfuerzo será reconocido, esto te dará más seguridad en tus capacidades. Dedicale más tiempo al aire libre.



21 enero al  
19 de febrero

**ACUARIO.** Siempre quieres tener la razón y no quieres escuchar las razones de los demás. Debes compartir más tiempo con tu media naranja. En el trabajo, los puntos que creías fuertes se están derribando, no te dejes llevar por el desaliento pero trata también de encontrar nuevos caminos.



20 de febrero al  
20 de marzo

**PISCIS.** Tendrás grandes satisfacciones al ver que tu relación de pareja está funcionando de la mejor manera. Es el camino justo para crear la solidez que deseas. En el trabajo, se presentarán novedades que esconden un poco de insidias y tendrás que trabajar bastante para conseguir la estabilidad.



21 de marzo al  
20 de abril

**ARIES.** Te espera un periodo tormentoso con la persona amada, que te hará sufrir. Esto es el resultado de las promesas no respetadas, ahora juntos deben buscar remedio. En el trabajo, alguien intenta perjudicarte, concentra tus energías en consolidar tu posición y producir resultados válidos y visibles.



21 de abril al  
20 de mayo

**TAURO.** Comprenderás que has encontrado la persona justa con quien compartir los mismos intereses. En el trabajo, estás de testaruda y perseguirás un proyecto a pesar de las críticas. Al final demostrarás tu razón y los comentarios negativos se convertirán en alabanzas.



21 de mayo al  
21 de junio

**GÉMINIS.** Encontrarás la serenidad que hace mucho tiempo habías perdido con tu familia. Debes actuar con cautela, sobre todo porque habrá que tomar una decisión que conlleve a tu pareja. En el trabajo, llegará una propuesta con una interesante oportunidad.



22 de junio al  
23 de julio

**CÁNCER.** Tienes buenos propósitos por realizar y esto te hará sentir de buen humor. Trata de no dar nada por sentado. En el trabajo, para concluir un negocio tendrás que dar mucho de ti, todo tu encanto, astucia y habilidad. Al final vencerás aunque esto signifique mucha fatiga y cansancio.



24 de julio al  
23 de agosto

**LEO.** Con lealtad conseguirás la confianza de quien está a tu lado. El amor de tu vida te mirará de manera muy especial. En el trabajo, las oportunidades para crecer no faltan a pesar de que te lamentes por ello. Lo que falta es el coraje de empezar y descubrir esas ocasiones.



24 de agosto al  
23 de septiembre

**VIRGO.** Te hará feliz el cumplido de una persona que conoces desde hace tiempo y que ahora ves con ojos diferentes. Tienen muchas cosas en común y ambos lo han descubierto. Busca el apoyo en tus colegas y delega funciones. Evita centralizar todo en ti, comes el riesgo de recaigar tu claro vivir.

# DIRECTORIO

## [A]

ADOLFO DOMÍNGUEZ Teléfono 2243-8484.  
ALMACENES SIMAN Galerías 2298-3000/  
La Gran Vía 2243-0000 [www.siman.com.sv](http://www.siman.com.sv)  
ANDRE ESTILISTA  
Ciudad Merlot. Teléfono 2278-2704.

## [B]

BANQUETES BEBRIZ Teléfono 2562 0506  
BERSHKA Galerías. Teléfono 2245-0607.

## [C]

COCOCANELA  
Teléfono 7469-9178.  
CD PLANET  
Metrocentro Teléfono 2260-7189.

## [D]

DISEÑANDO SUEÑOS Teléfono 7349-9531  
[www.facebook.com/disenando.suenos/info](http://www.facebook.com/disenando.suenos/info)  
DOCTOR ROBERTO GRACIAS Dermatólogo y  
Cirujía Cosmética de la piel. Teléfono 2260-  
5491. [www.robertogracias.com](http://www.robertogracias.com)  
DOCTOR ROBERTO PEÑA CHANG Ginecólogo.  
Teléfono 2247-1155 y 2264-1949.  
[www.ginecurologia.com](http://www.ginecurologia.com)

## [E]

EDUARDO FRANCO ESTILISTAS  
Multiplaza 2100+1642, 2243-2896.

## [G]

GARABATTOS Teléfono 2516-4038.  
[www.evanesgarabattos.webs.com](http://www.evanesgarabattos.webs.com)

## [L]

LIBRERÍA LA CEIBA  
Galerías Teléfono 2245-0813.

## [M]

MANIFESTO BY LOU ESCAMILLA  
Multiplaza Teléfono 2243-8665  
MNG  
Multiplaza Teléfono 2243-0664.  
MAC STORE



Galerías 2245-3406.

MOTIVA Colonia San Mateo Av. Montevideo,  
San Salvador, teléfono 2207-4593  
MY SUGAR PLANET  
[mysugarplanet@gmail.com](mailto:mysugarplanet@gmail.com)

## [N]

NINE WEST Galerías 2245-6324/ La Gran Vía  
2289-0936.

## [P]

PARK AVENUE  
La Gran Vía 2278-9816/ Galerías 2224-1343.  
PRISMA MODA  
Metrocentro 2261-1444 / Merlot 2228-0841.  
PULL AND BEAR  
Galerías Teléfono 2245-3000.

## [S]

STEVE MADDEN  
La Gran Vía Teléfono 2278-6871.  
SEARS Multiplaza 2511-3800.  
STRADIVARIUS Galerías 2223-8177.

## [T]

TOUS  
El Paseo 2266-1809/ Multiplaza 2298-5237.  
TRÉZZA  
La Gran Vía Teléfono 2289-0821.  
TRIANA  
Teléfonos 2102-991, 2298-1111.

## [V]

VIVERO EL PARAÍSO  
Teléfono 2531-2327.  
VIVERO XOCHICALI  
Teléfono 2289-6888.

## [X]

XCLAIM  
Galerías Teléfono 2245-0903  
Basilea 2245-1398.

## [Z]

ZARA Galerías 2245-0960/ La Gran Vía 2278-  
0519.

coctel



## GUCCI EN ESPLENDOR

LAS SANDALIAS EN T, LOS VESTIDOS VAPOROSOS Y LOS CUELLOS CON PROFUSIÓN DE VUELOS SIMULANDO FLORES... ¡PERFECCIÓN!

### ¡EL STILETTO VUELVE!

LUEGO DE UNA AUSENCIA ABRUMADORA, LAS NUEVAS COLECCIONES SE RECREAN CON DISEÑOS CLÁSICOS - COMO ESTE DE CHRISTIAN LOUBOUTIN - Y OTROS MÁS ELABORADOS. LA FEMINIDAD DEL STILETTO NO TIENE COMPARACIÓN.



104 | MUJERES | Octubre 2012

### JOYAS GROTESCAS

Una tradición ancestral consistía en elaborar aretes y dijes con dientes de animal -o de personas-, algo que al parecer se está retomando con diseños más modernos.



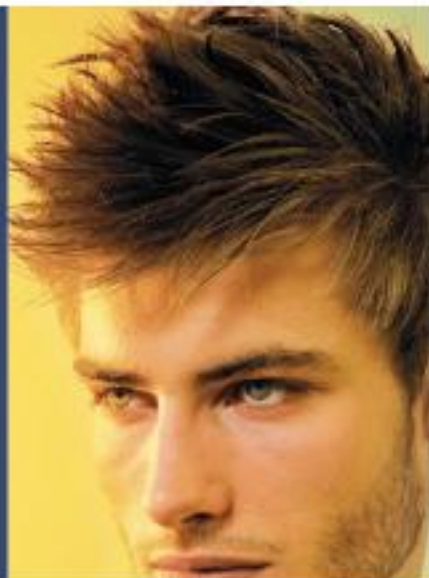
### Todo a juego

En el Berlin Fashion Week AW12 Kaviar Gauche propuso accesorios y pestañas de alto perfil. Con ellos no pasas inadvertida.



### TNG

"The next generation" luce así, según la firma brasileña. Este es el look de invierno... el cual no deja lo latino para ser sofisticado y sexy.





### PARA REÍR UN POCO

Este vestido hamburguesa de 2005 es de la diseñadora Joy Kampa, quien además se especializa en collares de donas y también en vestidos de otros alimentos como copas de helado.

### OJOS DE ÁGUILA

Este anillo agenda no se te pierde y es liviano, pero requiere gran capacidad visual y una pluma finísima... ¿Te animarías a guardar allí tu información?



Jonathan Adler ha creado este bolso para el otoño 2012. Colores y estilos de colección.



### Cuestión de colores

EN LA SEMANA DE LA MODA DE ISLAMABAD LOS VESTIDOS FUERON IRREVERENTES CON MEZCLA DE TEXTURAS Y FORMAS.

### ESTILO GULLIVER

Unas botas que simulan hombrecitos de oro escalando por tu pierna... Parte de las colecciones de Londres 2013.



### SINGULARES

El diseñador israelí Kobi Levi y sus zapatos esculturales... causan sorpresa, curiosidad y por supuesto ganas de probarlos. ¿Serán cómodos?



### DE ALTURA

PARA LA COLECCIÓN PRIMAVERA/VERANO 2013, EL DISEÑADOR BORA AKSU PRESENTÓ EN LONDRES UN PEINADO Y TOCADO DE GRANDES DIMENSIONES.



*caprichos*



*Por Paola Cardenal Sol.  
Fotografía: René Estrada.*

Montado en plata 925, esta deslumbrante pieza es tan delicada y femenina como imponente. Un collar corto cubierto en finos cortes de amatista y topacio blanco con resplandeciente transparencia que hace destacar el atractivo morado. Rombos, óvalos, rectángulos y gotas de todos los tamaños forman un diseño exclusivo que además viene en conjunto con aretes colgantes de perla natural, topacio y amatista.

TIENDA: Joyería Giurella.  
PRECIO: \$554.

Digno de tu  
*Belleza*

ADMIRA EL BRILLO Y DELICADEZA DE LA JOYERÍA Y AGREGA A TU COLECCIÓN UNA PIEZA ÚNICA QUE TE HARÁ SENTIR COMO LA REINA QUE ERES.





**Lleva el glamour**  
a donde vayas



Búscanos en Facebook como:  
• Mochilas y accesorios GO  
• Industrias Mike Mike



Con lo último de la moda y en todo momento

UNCONVENTIONAL CHIC **LACOSTE**



[Lacoste.com/ucwoman](http://Lacoste.com/ucwoman)

SAN SALVADOR AIRPORT  
SAN SALVADOR MULTIPLAZA

ESPECIAL  
**NUESTRAS  
PRIMERAS  
COMPRAS**  
BUSCA LOS MEJORES  
PROVEEDORES PARA  
EQUIPAR TU HOGAR

**LOOK DE  
PASARELA**  
ANILLOS  
ZAPATOS  
BOUQUETS  
TOCADOS  
Y MÁS

# ELLA<sup>®</sup>

*Boda*

**ESPECIAL  
Vintage**  
IDEAS PARA  
UNA BODA DE  
EPOCA

**MODA  
Damitas**  
EL TOQUE DE  
TERNURA EN TU  
CELEBRACIÓN

FASHION

# NOVIAS DE ENSUEÑO

**25** DISEÑOS NUPCIALES  
PARA UNA BODA  
ESPECTACULAR

HAZTE FAN



ELLA.laprensagrafica.com



7 416600 50005 6  
N° 141 AÑO 25 OCTUBRE 2012

\$2.50

**LPG** BÚSCALA EN  
EL KIOSKO  
LPG

ELLA ES MIEMBRO DE





siman.com

# club BODAS

Sé parte de nuestro CLUB  
y goza de beneficios únicos y exclusivos

- Certificado de Regalo electrónico por el 10% del total de las ventas netas de mercadería a precio regular y el 5% del total de la mercadería a precio promoción
- Agenda Exclusiva del CLUB DE BODAS
- Descuentos y beneficios con empresas aliadas
- Noche de boda GRATUITA en hotel de prestigio por tener un acumulado en ventas de \$1,600 dólares en adelante
- La novedosa opción de abono de REGALO ABIERTO
- Bonificación de ROMBOS al inscribirte al nuestro Club de Bodas
- Visualización y compra de listados de regalos en SIMAN.COM
- Envío electrónico de detalle de ventas





Afíliate al club de bodas  
SIMAN en el mes de octubre y  
podrás ganarte un vale por

**\$50\*.-**

Gracias a Floristería

**celiflor**

Vivimos contigo los momentos especiales de la vida

Afíliate al club de bodas SIMAN en el mes de octubre y podrás ganarte un vale por \$50\*.- Gracias a Floristería Celiflor.

\*Se dará un vale por sucursal, \$50.- para canjear en Floristería Celiflor.

\*Vigencia hasta el 31 de diciembre de 2012.

23  
DEPARTAMENTOS



ES TIEMPO DE VIVIR

# ELLA<sup>®</sup>

**PRESIDENTE DEL GRUPO DUTRIZ:** JOSÉ ROBERTO DUTRIZ

**DIRECTOR EDITORIAL:** GABRIEL TRILLOS

**DIRECTOR DE NEGOCIOS:** ALEX MONTERROSA

**GERENTE DE REVISTAS:** FERNANDO GOLSCHER

**EDITORIA:** MARLA FUENTES DE MIRASOL

**COORDINADORA:** ZORAYA MELÉNDEZ BONILLA

**COORDINADORA DE MODAS:** KATYA RENDEROS

**REDACTORAS:**

SUREYA L. ORELLANA, MORENA LEIVA, BEATRIZ MENJÍVAR, MARGARITA SALGUERO, KARLA ESPINOZA, SILVIA RIVERA, ALESSANDRA QUINÓNEZ, GABRIELA CANALES GALLO Y JENNIFFER MONROY.

**JEFE DE CONCEPTOS VISUALES:** ENRIQUE CONTRERAS

**COORDINADOR DE DISEÑO:** EDWIN RIVAS

**DISEÑADORES:** WALDO RAMSÉS BARAHONA, NICOLÁS BARRERA Y FELIPE SIBRIÁN

**JEFE DE FOTOGRAFÍA:** VLADIMIR LARA

**EDITOR DE FOTOGRAFÍA:** TEYO ORELLANA

**FOTÓGRAFOS:**

AARON GANZ, EDGAR LACAYO, VÍCTOR RECINOS, ROBERTO VENTURA, RICARDO SILIEZAR Y MAURICIO GUZMÁN.

**COMERCIALIZACIÓN**

**GERENTE DE VENTAS:** MARGARITA GEOFFROY  
**EJECUTIVA DE VENTAS:** WENDY ZELAYA. TEL.: (503) 2241-2326

**GERENCIA DE DISTRIBUCIÓN Y CIRCULACIÓN** RICARDO VALLADARES TEL.: (503) 2241-2511 Y (503) 2241-2515

**FOTO DE PORTADA**

**MODELO:** BETHANIA GONÇALVEZ.  
**MAQUILLAJE Y PEINADO:** AMANDA'S SALON & DAY SPA  
**VESTUARIO Y ACCESORIOS:** KALAS BRIDAL & BOUTIQUE Y FLORISTERIA CELIFLOR  
**FOTÓGRAFO:** EDGAR LACAYO  
**PRODUCCIÓN:** MORENA LEIVA

**ELLA MAGAZINE**

ES LA ÚNICA REVISTA SALVADOREÑA PARA LA MUJER QUE ES AUDITADA POR VERIFIED. EMPRESA LÍDER EN LA AUDITORÍA DE CIRCULACIÓN DE REVISTAS Y PERIÓDICOS.

Una publicación del



**¡CONTÁCTANOS!**



Nos encantaría conocer tus ideas sobre ELLA MAGAZINE. Envía tus preguntas, sugerencias y comentarios a LA PRENSA GRÁFICA. Urbanización y bulevar Santa Elena, Antiguo Cuscatlán, La Libertad, o escríbenos a nuestra dirección electrónica: [ella@laprensagrafica.com](mailto:ella@laprensagrafica.com)

## PIN UP HAIRSTYLE

¿POR QUÉ NO ADAPTAR UN ESTILO DIFERENTE Y NOVEDOSO EN TU CABELLO PARA ESTE DÍA ESPECIAL? TE PRESENTAMOS OPCIONES DE CABELLO A LO PIN UP.



30

108



## NOVIAS DE ENSUEÑO

EL CORTE SIRENA EN VESTIDOS NUPCIALES SIGUE CAUTIVANDO LAS MIRADAS. ELIGE EL TUYO ENTRE LAS PROPUESTAS QUE TE PRESENTAMOS Y LUCE ESPLÉNDIDA Y RADIANTE EL DÍA DE TU BODA.

48



## ¡ACEPTO!

Que tu promesas de amor se vea reflejada en la nueva tendencia de alianzas y anillos de compromiso en oro blanco, amarillo y en combinación de los dos colores.

## EL TOQUE DULCE

UN INFALTABLE EN LA RECEPCIÓN DE TU BODA ES EL PASTEL, ES POR ESO QUE TE PRESENTAMOS DIFERENTES DISEÑOS ESTILO VINTAGE PARA QUE ELIJAS EL QUE MÁS SE ADAPTE AL CONCEPTO DE TU BODA.

100



## DE VUELTA AL PASADO

Te presentamos diferentes opciones de outfits para que luzcas increíble el día de tu boda. Vestidos con corte princesa y delicados accesorios que se complementan con arreglos florales monocromáticos.



142



158

## ESTÁN INVITADOS...

Las tarjetas son el primer paso para marcar el concepto con el que se desarrollará tu boda, elige entre las propuestas más "in" de la temporada.



172

## CORTEJO A LA MODA

UN PARAJE NATURAL FUE EL ESCENARIO QUE SE ELIGIÓ PARA PRESENTAR DIFERENTES DISEÑOS DE VESTIDOS Y ACCESORIOS PARA LAS DAMITAS. VESTIDOS CON DETALLES FLORALES, LAZAS Y BORDADOS SON LA PROPUESTA QUE TE BRINDAMOS.



## MESAS DE LUJO

LOS CENTROS DE MESA CON TENDENCIA FLORAL SE RENUEVAN CON OPCIONES EXTRAVAGANTES QUE DARÁN A LAS RECEPCIONES UN TOQUE SOFISTICADO Y MODERNO.

168



# ELLA PLUS Boda



## UN PARAÍSO ENCANTADO

Revista Ella se trasladó hasta un paraíso natural, el lago de Coatepeque, para poder llevar a cabo esta sesión fotográfica, donde la modelo Bethania Gonçalves se enfundó en unos hermosos vestidos estilo sirena, one shoulder o de tirantes con drapeados asimétricos y enriquecidos con cristales. Sin duda, una novia hermosa en un maravilloso entorno natural. No te pierdas el backstage de esta moda en la versión tablet de revista Ella.



## SEGUNDA TWITCAM ELLA: "CÓMO PLANIFICAR UNA BODA VINTAGE"

Con el objetivo de acercarse a sus lectoras y brindarles siempre lo último en temas de interés de la mujer, revista Ella ha preparado una Twitcam para este próximo 17 de octubre, en la cual se hablará sobre cómo planificar una boda con tendencia vintage. Síguenos en Twitter (@RevistaElla) y entérate cómo podrás participar. ¡No te la pierdas!



@REVISTAELLA: ¿CUÁL ES TU ACCESORIO FAVORITO?

@PuccaAdri: Me gustan las buenas carteras y las bufandas, pues vivo en Guatemala y, por el clima que hace aquí, me quedan muy bien.

@eugenia2877: Las carteras. Tengo varias, pero me encantan las que son raras, o que se puedan combinar con cualquier tipo de ropa.



¿CÓMO FUE LA PRIMERA SEMANA DE VIDA DE TUS HIJOS, QUÉ FUE LO MÁS DIFÍCIL?

"¡Cansadísima! Lo más difícil fue alimentar a mi hija, porque yo no producía mucha leche y mi nena me desvelaba mucho; pero, vale la pena todo sacrificio cuando uno ya los ve grandotes."

**Marcela Andino**

"No creo que haya sido difícil para mí y eso que fue cesárea; mi casa es de dos plantas, etcétera. El inconveniente, diría yo, fue estar sola sin ayuda de nadie. En ese entonces, mi esposo trabajaba todo el día, pero la experiencia ha sido lo máximo."

**Karina de Pineda**

"Su primera semana fue dura para él: desde que nació, estuvo en la UCI y lo más difícil para mí fue verlo tan frágil, sin poder dar mi vida por él. Pero lo más bello es que, hoy por hoy, gracias a nuestro Dios, es un bebé de nueve meses sano, bello y fuerte."

**Amy-kitty Palencia**



lpgblurmag  
lpgtechlife  
lpgalpha



@blurmag  
@techlifeCA  
@lpgalpha



BÚSCALA  
EN EL  
KIOSKO DE LPG



# EN REAL INTERCONTINENTAL, CONVERTIMOS TU BODA EN ALGO PARA RECORDAR

Las mejores bodas se celebran en Real InterContinental San Salvador, porque contamos con la más exquisita cocina internacional, amplias instalaciones y el mejor ambiente que junto a un equipo de profesionales calificados, harán de tu evento un agradable momento para recordar.

*Sociales Real*



REAL

INTERCONTINENTAL®  
SAN SALVADOR



# BEAUTY

: TOP 5 : CABELLOS : SKIN : SALUD : NOVEDADES

## ESTILO PIN UP

Encuentra en esta sección varias opciones de peinados muy representativos de la tendencia Pin Up. Además, en el Top 5 conoce cuáles son los productos de belleza que no pueden faltar en tu kit de emergencia. También, te diremos cómo planificar tu agenda para este gran día.





# KIT DE EMERGENCIA

SABEMOS QUE PLANIFICAR LA BODA PERFECTA ACARREA ALTAS DOSIS DE ESTRÉS Y ESTO SE REFLEJA EN LA APARIENCIA DE TU ROSTRO. ACÁ TE PRESENTAMOS LOS PRODUCTOS QUE NO PUEDEN FALTAR SOBRE TU PIEL PARA QUE LUZCAS RADIANTE.

## 1- NOIR COUTURE DE GIVENCHY

Máscara de pestañas dotada de un cepillo de tres esferas. Posee una textura totalmente lisa y graduable que ofrece posibilidades infinitas desde las primeras aplicaciones. Con Noir Couture, las pestañas quedan inmediatamente tupidas, alargadas y arqueadas, pero también regeneradas, fortificadas. \$33.50.

## 2- VISIONNAIRE DE LANCÔME

Suero sedoso que mejorará dramáticamente la apariencia de arrugas, poros y textura de la piel. Visionnaire contiene LR 2412, un ingrediente correctivo que se encuentra en las plantas. Esta molécula muy pequeña tiene la capacidad para poner en marcha una serie de microtransformaciones que dan lugar a una textura de la piel más suave, apretando los poros y reduciendo significativamente la aparición de arrugas. \$151.

## 3- ICE STICKEYE CONTOUR DE CHRISTIAN BRETON

Brinda una sensación de hidratación permanente, reduciendo la mala circulación y la retención de agua que producen las bolsas y oscurecimiento debajo de los ojos. La increíble efectividad del Ice Stick reduce las arrugas que traicionan la belleza de tus ojos, difumina las arrugas y las líneas para crear una imagen perfecta de la piel. También puedes usarlo en el contorno de los labios. \$33.50.

## 4- SKIN•ERGETIC DE BIOTHERM

Primer cuidado hidratante anti-fatiga non-stop con 5 fracciones de frutas y verduras, una fórmula un complejo anti-oxidante óptimo para ayudar a recargar la piel y reducir los signos de fatiga visibles. Con este producto, sin duda, los rasgos de cansancio estarán menos marcados, incluso al final del día. \$73.

## 5- VALENTINA DE VALENTINO

Esta fragancia pretende representar la sensualidad femenina e insolente de la mujer moderna, mezclando perfumes típicamente italianos, tales como: la bergamota de Calabria, las trufas blancas de Alba y la flor de naranjo de Amalfi, con jazmín, nardo, fresa silvestre, cedro y vainilla; dando lugar a un buqué único y singular como la mujer que lo lleva. \$120. Encuentra todos los productos en Magie.

# ENCUENTRO CON LA BELLEZA



**DÉJATE CONQUISTAR POR LOS ÚLTIMOS TRATAMIENTOS FACIALES Y CORPORALES. RECUERDA: PUEDES DISFRUTAR CON ANTICIPACIÓN LA EXPERIENCIA DE VIVIR A PLENITUD TU ENLACE NUPCIAL.**

**E**mpezar con pie derecho tu camino hacia el altar exige también que te prepares para lucir radiante durante ese acontecimiento tan importante de tu vida, donde solo tú serás el centro de las miradas.

Una piel lozana, un cabello brillante y una energía positiva deben ser los principales atributos durante tu encuentro nupcial. Lograrlos puede ser en una tarea sencilla si te dejas acompañar por los servicios profesionales de establecimientos dedicados al cuidado de la belleza.

## EL PRIMER PASO

Si quieres lucir un cutis impecable, debes recurrir a las mascarillas faciales, por lo menos una semana antes de la boda.

Al respecto, Sofía Salguero, estilista profesional de El Salón de Marlen, recomienda diversas alternativas que se adaptan a tu tipo de cutis. Una de ellas es la mascarilla purificante, a base de algas marinas, ideal para eliminar impurezas y combatir la piel grasa. Estas ayudan a contrarrestar problemas de acné, poros abiertos; por tanto, tu cutis lucirá más limpio y suave.

Otra alternativa son los hidratantes faciales, recomendados para piel seca. “En este caso, se realiza una limpieza previa y se hidrata el cutis con vitamina C, colágeno y calmantes, como la elastina”, explica la profesional. De esta manera, lograrás una piel radiante y fresca.

Una buena opción es también la Mascarilla de Alto Impacto, que emplea yeso con mentol. La combinación de ambos materiales sella los

poros, logrando un cutis regenerado, sin señales de cansancio y con una apariencia más limpia.

Si tu problema es la piel afectada por el estrés o es muy sensible, El Salón de Marlen te recomienda la Mascarilla RS2, elaborada con pétalos de rosa, colágeno y elastina.

De igual manera, puedes elegir la Mascarilla Anti Radicales, ideal para aportar iluminación al rostro, pues contiene 90% de vitamina C y mentol. Los resultados los apreciarás en una piel radiante y más fresca.

El tiempo de aplicación de cada mascarilla varía desde los 10 a 20 minutos.

## TRATAMIENTOS CAPILARES

El cabello es, sin duda, una parte imprescindible que complementa tu belleza. Para Vidals Salón & Spa Urbano, este es un aspecto que ha sido retomado a través de sus tratamientos, los cuales no solo se enfocan en el embellecimiento del cabello, sino que se dirigen también a la relajación de la mente y el alivio de las tensiones.

Muestra de eso es el Headspa, un tratamiento capilar cuya aplicación abarca de los 20 a 30 minutos. En este, se incluyen movimientos con presiones en puntos clave de la cabeza, espalda, cuello y hombros para reequilibrar el organismo.

Nancy Rodríguez, técnica del área de Headspa de Vidals Salón & Spa Urbano, explica: "Los clientes descansan en una posición horizontal mientras reciben un relajante tratamiento para el cabello. En esta área contamos con diversas terapias, en las que utilizamos diferentes componentes que se adaptan a todas las necesidades".

La Chocorelax Therapy, por ejemplo, es un tratamiento que restaura el brillo natural del cabello, debido a que se emplea la mantequilla de cacao y la castaña de Brasil.

Por otra parte, se encuentra la Detox Therapy, un tratamiento formulado a base de masaje siciliano, que controla la caspa. También está

*"La exfoliación es importante porque libera la piel de impurezas y la vuelve más tersa."*

MARÍA ESMERALDA LÓPEZ, DIRECTORA COMERCIAL DE AMANDA'S SALÓN & DAY SPA

compuesto por bacterioestáticos y deodorizantes, los cuales purifican y desintoxican el cuero cabelludo graso.

Para quienes sufren de caída del cabello, la Shock Therapy es una buena alternativa para contrarrestar el problema, pues funciona a base de dos mecanismos: la microcirculación oxigenante y la estimulación del metabolismo celular del cuero cabelludo. Sus vitaminas H y B promueven, además, el desarrollo de cabello de calidad y fortalece su crecimiento de raíz.

La lista no termina. Así, podrás encontrar tratamientos a base de mantequilla de karité, extracto de limón, coral y derivados del azúcar, proteínas de seda y silicona, así como aceite de argemón y antioxidantes, entre otros ingredientes que proporcionan beneficios al cabello.

## BIENESTAR CORPORAL

Para disfrutar al máximo el día de tu boda, es importante estar libre de tensiones. En este sentido, Amanda's Salón & Day Spa te ofrece una amplia gama de terapias de relajación. Estas inician con una exfoliación corporal, que prepara a la piel para absorber, de manera adecuada, los aceites esenciales o sustancias que se emplearán durante las sesiones.

De acuerdo a las modalidades de las terapias, a la exfoliación puede seguirle un jacuzzi burbujeante, un masaje terapéutico, un facial, un baño de vapor o envolturas corporales, entre otras prácticas enfocadas a la relajación.

Aconseja: Sofía Salguero, estilista de El Salón de Marlen. 71 av. Sur #326, col. Escalón. tel.: 2223-7109;

Personal técnico de Vidals Salón & Spa Urbano, bulevar Orden de Malta, Santa Elena. tel.: 2121-2323; y María Esmeralda López, directora comercial de Amanda's Salón & Day Spa, 91 av. Norte, pje. San Miguel #108, col. Escalón, tel.: 2263-6407; Amanda's Salón, Metrocentro y Multiplaza, tel.: 2261-1563 y 2243-6302. Para mayor información, escribe al correo electrónico: amandasdayspa@yahoo.com.



# Academia Europea



Otro idioma le puede abrir las puertas a futuros negocios

**INGLÉS** • Alemán • Francés • Italiano  
• Portugués • Español • Mandarín

• Clases en grupos • Clases privadas • Cursos corporativos • Traducciones

Certificada bajo norma de calidad

**ISO 9001: 2008** Ref. SC 9143-1

Búsquenos en



[www.academiaeuropea.com](http://www.academiaeuropea.com)

Aceptamos todas las tarjetas de crédito.



**Santa Ana**

23 Calle Pte. entre 4a. y 6a. Ave. Sur, No.16  
2440-2045 y 2440-1897

**Santa Elena**

Urb. Madre Selva,  
Calle Cortez Blanco, No.6  
2243-8054 y 2243-1015

**Plaza Mundo**

Local 5-3,  
"Aulas con total confort"  
2277-9359 y 2277-9375

**Col. Escalón**

99 Av. Nte. No. 639  
2263-4430 y 2263-4355  
2520-7777

**Salvador del Mundo**

Paseo General Escalón No. 3534  
2223-4785 y 2223-4135

**San Miguel**

Av. Roosevelt y calle Los Almendros,  
centro comercial Plaza Jardín, local 1  
2661-0321 y 2660-7074

**Juan Pablo II**

2271-2166

**Usulután**

2624-0411

**Sonsonate**

2451-6365

**San Vicente**

2393-6735

**Ahuachapán**

2413-4375

Guatemala • Honduras • Nicaragua • Costa Rica • República Dominicana

## COMPLEMENTA EL RITUAL DE BELLEZA EN CASA

### EXFOLIA TU PIEL

- 1- Crema Exfoliante de Limpieza Profunda, de Avon. Contiene ácido salicílico al 0.5% y microesferas que limpian profundamente, eliminando la grasa del cutis, \$14.99. **Venta por catálogos Avon.**
- 2- Mascarilla Facial Exfoliante Essential Purifiant, de L'Bel. Posee microgránulos exfoliantes que retiran impurezas y exceso de grasa, \$22. **Venta por catálogos L'Bel.**
- 3- Exfoliante Ultra Rico Cuerpo, de L'Occitane. Exfoliante que contiene manteca de karité, aceite de albaricoque y trocitos de cáscaras de nuez. Deja la piel tersa y suave, \$36. **Tiendas L'Occitane.**
- 4- Sales Exfoliantes Verbena, de L'Occitane. Exfoliante para el cuerpo con aceites esenciales de semilla de uva, albaricoque y almendra dulce. Brinda una piel más suave y lisa, \$39. **Tiendas L'Occitane.**
- 5- Crema Exfoliante Corporal Verbena, de L'Bel. Perfuma la piel con el aroma de la verbena, los cítricos y el jazmín. Su acción exfoliante renueva la apariencia de la piel, \$18. **Venta por catálogos L'Bel.**
- 6- Gel Ducha Exfoliante, de L'Occitane. Exfolia el cuerpo con suavidad. Está enriquecido con aceite y cáscaras de almendra, \$28. **Tiendas L'Occitane.**

### HIDRATA TU CUTIS

- 1- Mascarilla Facial–Sed Intensa, de Yves Rocher. Mascarilla de hidratación vegetal que contiene jarabe de arce para aportar una auténtica cura ultrahidratante a tu cutis, \$14.10. **Tiendas Magie.**
- 2- Mascarilla Facial Triple Hidratación, de la línea Essential Purifiant, de L'Bel. Hidrata inmediatamente las capas externas de la piel. Contiene aceite de ciruelo francés, que ayuda a restaurar el manto hidropílico, \$22. **Venta por catálogos L'Bel.**
- 3- Crema Hidratante para el Contorno de los Ojos, de la línea Hydra Calme Piel Sensible, de L'Bel. Textura en crema-gel que hidrata la piel del contorno de los ojos. Ayuda a reducir el aspecto de las bolsas y ofrece confort inmediato, gracias a su compuesto de extracto de avena, manzanilla y bisabolol, \$21. **Venta por catálogos L'Bel.**
- 4- Solution Hydra Day, de Avon. Crema facial iluminadora de día. Mejora la hidratación de la piel, dejándola luminosa y radiante. Contiene fórmula con factor de protección solar 15, \$29.98 (precio incluye Crema Facial Iluminadora de Noche). **Venta por catálogos Avon.**
- 5- Soya1 Thermal–Rich Hydrating Cream, de Idraet. Crema rica en agua termal, formulada a base de Soja Activa de Alta Pureza. Estimula la función metabólica celular, desintoxica y restablece el film hidropílico protector de la piel, creando la barrera más eficaz contra la deshidratación, \$12.05. **Almacenes Simán.**



Encuétralos en: Almacenes Simán, La Gran Vía, tel.: 2243-3000; Tiendas L'Occitane en Galerías y Multiplaza, tel.: 2223-4636 y 2243-7620; Tiendas Magie, Multiplaza, tel.: 2243-6287. Productos Avon disponibles en venta por catálogo, campaña 13. Productos L'Bel disponibles en venta por catálogo, campaña 14 y 15.





# LUCE UNA PIEL *renovada*

LA MICRODERMOABRASIÓN ES UNA TÉCNICA PARA QUE MANTENGAS TU PIEL JOVEN, SUAVE Y LIMPIA; UNA FUNCIÓN MUY PARECIDA A LA DE LOS EXFOLIANTES, PERO MÁS PROFUNDA. CONOCE DE ESTE TRATAMIENTO PARA LUCIR RENOVADA SI ESTÁS PRÓXIMA A DAR EL SÍ.

La microdermoabrasión es un procedimiento usado en tratamientos dermatológicos y estéticos para tratar hiperpigmentaciones o manchas del rostro, líneas de expresión, arrugas finas o medianas, acné y sus cicatrices, entre otros problemas de la piel.

Esta técnica funciona como un sistema de exfoliación mecánica mediante puntas de diamante con aspiración controlada; es decir, que las micropartículas van a arrastrar las células muertas y otros desechos de las capas superficiales de la piel de manera segura, uniforme, precisa e indolora.

Es un tratamiento de gran valor para la salud y belleza de la piel dado que el estrés de la ciudad, la contaminación, el paso del tiempo y otros factores van generando una capa gruesa que se deposita en la epidermis; impidiendo la absorción de productos de belleza, que aunque sean de excelente calidad, no penetrarán hacia capas más profundas, donde se espera que lleguen a nutrir, humectar, desmanchar y reparar la piel.

Esta capa, que se va generando por las impurezas del ambiente es la responsable de que la piel se vea opaca y tenga dificultad en el drenaje de las glándulas sebáceas. Esto predispone a afecciones como puntos negros o espinillas que pueden generalizarse, llegando a producir manchas y cicatrices si no son bien controlados.

Con el método de la microdermoabrasión, se produce la eliminación de células muertas y ese

estímulo propicia la renovación celular, que con el paso del tiempo se va haciendo de forma más lenta y deficiente, además se incrementa la producción de colágeno, dando solución a la flacidez del rostro. Gracias a la limpieza que impone en el rostro, la piel se vuelve más receptiva y permite la absorción de principios activos a niveles profundos, atenuando las arrugas finas y las líneas de expresión.

## LO QUE DEBES SABER

La microdermoabrasión se realiza con unas puntas recubiertas con partículas de diamante en diferentes graduaciones y un sistema de vacío. Las puntas se deslizan sobre la superficie del rostro, espalda o cuello; y el sistema de succión aspira las partículas que se desprenden, es decir, las células muertas de la capa superficial de la piel.

Es indoloro, no requiere anestesia y al finalizar la sesión solo se aprecia un ligero enrojecimiento de la región tratada. La sensación durante el procedimiento es de un ligero masaje y al terminarla se aplica una loción refrescante e hidratante y una crema con filtro solar, de modo que se pueden retomar las actividades de manera inmediata.

## EL TIEMPO

La microdermoabrasión toma 45 minutos por

LA MICRO-  
DERMOABRASIÓN  
TE PERMITIRÁ LUCIR  
UNA PIEL RENOVADA  
PARA EL DÍA DE TU  
BODA.

sesión y las sesiones se repiten cada siete o 14 días, hasta un total de seis a 10 sesiones, dependiendo del caso. Al finalizar, es aconsejable llevar sesiones mensuales o bimensuales de mantenimiento.

La técnica también funciona como complemento en procedimientos de foto depilación y foto rejuvenecimiento con láser y Luz Intensa Pulsada (IPL), dado que prepara la piel para la aplicación de activos tópicos, nutrientes y regeneradores.

## LOS BENEFICIOS

Los resultados de la microdermoabrasión se aprecian desde la primera sesión. El más evidente es la suavidad y lozanía de la piel, que se ve radiante y juvenil, limpia y saludable. A mediano plazo, luego de tres a cuatro sesiones, se van apreciando los resultados en los problemas específicos que originaron el tratamiento.

Este procedimiento está dirigido a las pieles afectadas con algún padecimiento mencionado como a quienes no presentan problemas. La microdermoabrasión con puntas de diamante promueve la regeneración celular y ayuda a mantener una piel saludable a cualquier edad; se utiliza para prevenir problemas en pieles jóvenes y para mejorar la apariencia en las pieles adultas.

Aconseja: Clínica facial y corporal Línea y Figura. Sucursal Masferrer, 99.ª av. nte. y 3.ª calle pte. #5011 col., Escalón. Tel. 2263-6430. Sucursal San Benito, col. San Benito, calle Loma Linda #210. Tel. 2223-1886.

# EL CLIMA: ENEMIGO DE LA NOVIA

EL CALOR, LA HUMEDAD Y EL VIENTO SON ALGUNOS DE LOS RESPONSABLES DEL DETERIORO DEL CABELLO. DESCUBRE CUÁL CABELLO NECESITA MÁS CUIDADO Y CUÁL ES EL MÁS VULNERABLE A LOS EVENTOS CLIMÁTICOS. NO DEJES QUE TU PEINADO SE VEA AFECTADO POR EL CLIMA EL DÍA DE TU BODA.

El cabello de la novia puede verse afectado el día de su boda por diferentes situaciones climáticas. Para evitar este problema, se debe iniciar un profundo y continuo proceso de cuidado del cabello, un año antes de la fecha nupcial en caso de que el cabello esté muy dañado; sobre todo, si se desea llevar suelto, de lo contrario bastará con tres meses para observar cambios. El cabello cuidado suele ser bondadoso y absorbe los nutrientes rápidamente. Acude a un experto para realizar el proceso de diagnóstico y cuidado, y así poder lucir un cabello hermoso en tu boda.

## CUIDADO DEL CABELLO

Cuando el cabello sobrepasa los hombros exige un mayor cuidado y una mayor nutrición, el clima y la alimentación limita que la oxigenación del cabello

ya no llegue hasta las puntas. Es por esta razón que el cabello largo necesita de un mantenimiento especial. Por otra parte, el cabello tinturado o procesado estéticamente suele ser más afectado por el clima, requiere más tratamientos que el cabello natural. Necesita ser cortado cada tres meses, usar un champú adecuado al cuero cabelludo, un buen acondicionador, una proteína y un protector de calor. Además, se puede usar un tratamiento reconstructor por lo menos dos veces al mes. Todos los productos deben de ser apropiados al proceso químico que se haya realizado en el cabello.

De igual forma, los radicales libres son los principales componentes que dañan el cabello y estos suelen llegar fácilmente al cabello por medio del clima. Los cabellos rizados finos tienden a ser más vulnerables a las diferentes situaciones climato-

lógicas. Por eso, es recomendable tomar mucha agua durante el día para nutrir tu cabello debido a los constantes cambios del clima, ya que el calor causa que la cutícula del cabello se abra y el frío produce que la cutícula se cierre.

## EL CLIMA Y LA BODA

La apariencia del cabello de la novia dependerá del clima del lugar donde se lleve a cabo la boda. Muchos de los lugares con climas húmedos suelen producir frizz en el cabello de la novia y arruinar un gran peinado. Asimismo, las novias deben tomar en cuenta su tipo de cabello, pues se recomienda que las mujeres de cabello lacio lo luzcan y las de cabello rizado también lo luzcan sus rizos. Si se quiere facilitar la elección del peinado, se puede contar con un estilista profesional que sugiera el tipo de peinado que mejor le siente.

## RECOMENDACIONES

### PLAYA

Cabello suelto para todo tipo de cabello. Las trenzas suelen ser una buena elección, ya que es un peinado que combina con el lugar.

### MONTAÑA/ JARDÍN

Peinados naturales, cómodos y sencillos. Evita peinados muy elaborados, ya que suelen desencajar con el ambiente del lugar.

### TERRAZA

Peinados semirrecogidos. En las terrazas, suele haber mucho viento es por eso que debemos evitar el cabello suelto.

### SALÓN

Los riesgos en un salón son menos que en cualquier otro lugar, por lo que da la oportunidad de realizarse cualquier tipo de peinado.



5

MESES ANTES de la fecha nupcial, es recomendable someter al cabello a un profundo y constante tratamiento de cuidado.

Aconseja: Amanda Hernández, Directora. Amanda's Salon. Teléfonos: 2243-6302/2261-1562.

*Enjoy*  
A NEW JOURNEY



**DANA & CALLENA**

La Gran Vía, Segundo Nivel. Tel. 2289-4337  
[www.danaycallena.com](http://www.danaycallena.com) • [info@danaycallena.com](mailto:info@danaycallena.com)

# PINUP: THE FEMININE STYLE

## ● BERRY CHIC

● Toma una porción de cabello desde la coronilla hacia el frente para formar el bucle. Enreda el cabello con un peine desde la base, dejando dos dedos sin crespas. Dobla el cabello hacia atrás, creando el volumen del bucle y pon un gancho para sujetarlo. Fija con una liga negra el resto de cabello como si hicieras una cola lateral. Luego, rízalo con la plancha o tenaza. Si lo deseas, pon un poco de spray para evitar el frizz y que el peinado te dure por más tiempo. Y, para finalizar, coloca un accesorio con detalle de plumas y cristales. Tocado y aretes de Mimi Novias. Gargantilla de Kalas Bridal & Boutique.



LOS BUCLES, EL CABELLO ONDULADO O CON TUPÉ, ACOMPAÑADOS DE UN MARCADO DELINEADO DE OJOS Y LABIOS ROJOS SON ALGUNAS DE LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL LOOK PIN UP. SIN DUDA, CON ESTA TENDENCIA, TRANSMITIRÁS TODO EL GLAMOUR Y LA SENSUALIDAD QUE DESEAS PARA EL DÍA DE TU BODA.

● FLIRTATIOUS GIRL

● Saca un flequillo hacia un lado. Luego, toma el cabello restante como si fueras a hacerte una media cola. Enreda la base para crear el volumen deseado en la parte posterior y fíjalo con ganchos. El cabello restante recógelo hacia el mismo lado del flequillo y sujétalo desde la base con ganchos. Crea ondas en el cabello que forma la cola. Para darle el toque Pin Up, coloca un accesorio en forma de moño. Accesorio de cabello y gargantilla de Kalas Bridal & Boutique. Aretes de Mimi Novias.



● ELEGANT AND  
● DELICATE

Peina el flequillo hacia el lado que más te parezca y fíjalo con un gancho. El resto del cabello divídelo en dos secciones; posteriormente, enrolla cada parte hacia adentro hasta llegar al cuello. Cuando termines, sujétalas con una liga negra. Después, enrolla el resto de cabello desde la punta hasta llegar al cuello, de manera que las puntas te queden dentro del enrollado, fija bien con ganchos. Aplica un poco de spray seco para mayor fijación, y coloca una peineta atrás de cada enrollado lateral, no sobre este, para que se vean más fijas. Accesorios de Weddings.



● SOPHISTICATED

● Divide el cabello en tres partes: flequillo, central y la sección posterior. Toma la parte de en medio y deja tres mechones sueltos. Luego, encrespa el cabello restante hasta que logres cuatro dedos para darle el volumen y la consistencia al bucle. Dobra el bucle hacia adentro, limpia la parte exterior de este y sujétalo con ganchos. Para lograr más fijación, aplica un poco de spray seco en todo el crepado y dale una forma circular. La parte posterior dóblala hacia adentro, de tal manera que cubra el final del bucle anterior, sujetándose en el mismo lugar con ganchos. Posteriormente, trae los mechones de cabello suelto para decorar el frente del bucle, formando espirales que se sujetan con pines decorados. Por último, acomoda el flequillo a un lado de la oreja, sujetándolo con ganchos. Accesorios de Kalas Bridal & Boutique.



Modelo: Ana Yanci Clavel.  
Maquillaje y peinado: Marlen de Nieto de International School of Design Total Image.  
Vestido: Kalas Bridal & Boutique.  
Accesorios: Mimi Novias y Weddings.  
Fotografías: Edgar Lacayo.  
Coordinación: Morena Leiva.



# PLANIFICA TU AGENDA NUPCIAL

LA CUENTA REGRESIVA PARA EL DÍA DE TU BODA HA COMENZADO Y EL CUIDADO DE LA BELLEZA NO PUEDE ESPERAR MÁS. ¡MANOS A LA OBRA!

## REDUCCIÓN DE PESO

**TIEMPO PREVIO: SEIS MESES**

Comienza con un plan de ejercicios que más se adapte a tus necesidades o estilo de vida. Practica caminata, pilates o gimnasia. Inscríbete a un gimnasio y pregunta por la rutina física que más te convenga. Elige como método complementario las terapias de reducción de tallas como la que propone Amanda's Salón & Day Spa. Una de estas es la "Corpo 02", basada en la electroterapia, ideal para tratar la flacidez, estimular la degradación de las grasas, producir un efecto tensor sobre la piel, entre otros beneficios.



### Dos días

antes de la boda puedes someterte a un bronceado artificial para que tu piel luzca uniforme.

## LIBÉRATE DE LA TENSIÓN

**Tiempo previo: un día.**

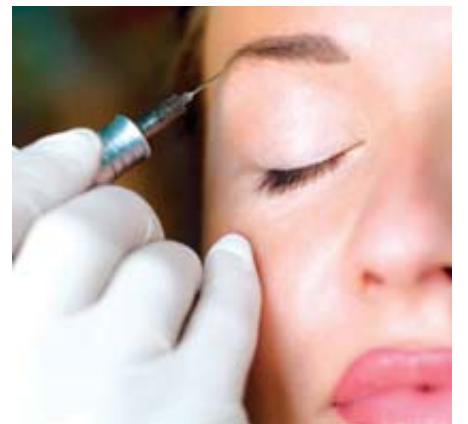
Puesto que es inevitable sentirse tensa por la llegada de tu boda, la mejor recomendación es someterte un día antes a un momento de relajación. Visita un centro de spa y elige una terapia que te cargue de buena energía. Recuerda que para lucir radiante es necesario también un buen estado emocional.



## MANOS DELICADAS

**Tiempo previo: una semana.**

Si no estás acostumbrada a utilizar manicura, empieza con este tipo de tratamiento una semana previa a la boda para que te vayas acostumbrando a los materiales que se emplean, sobre todo, si decides colocarte uñas acrílicas. Si tienes las uñas cortas, empieza un mes antes a dejártelas crecer con la asesoría de un profesional.



## MICROPIGMENTACIÓN

**Tiempo previo: cuatro meses.**

Esta técnica te permite lucir bellas en todo momento, pues su propósito es brindar un maquillaje permanente. Para quienes tienen escaso vello en las cejas, se realiza un sombreado para que estas luzcan más espesas y perfiladas. En los labios, la técnica les brinda mayor volumen o solo los delinea. Si vas a ir al mar en tu luna de miel, esta opción es ideal.

## VITALIDAD A TU CABELLO

**Tiempo previo: tres meses.**

Es clave que aumentes el cuidado de tu cabello durante las semanas previas a tu boda. Consulta con tu estilista para que te recomiende sobre qué productos debes utilizar para mantenerlo en buenas condiciones o cuáles son los tratamientos indicados para combatir la resequedad, la caspa o la caída, en caso de que sufras estos problemas. No te olvides hacer la prueba del peinado que lucirás durante tu boda, así te encontrarás más segura y evitarás contratiempos para ese gran día.





## PARA UNA PIEL DE SEDA

**TIEMPO PREVIO: CINCO DÍAS.** SI PIENSAS DEPILARTE EL ÁREA DEL BIKINI ANTES DE LA BODA, TENDRÁS QUE HACERLO CON CINCO DÍAS DE ANTICIPACIÓN POR SI PRESENTARAS IRRITACIÓN O ALGUNA MANIFESTACIÓN ALÉRGICA, DE ESTA MANERA EVITARÁS MOLESTIAS DURANTE TU ENLACE NUPCIAL. AHORA BIEN, LA ZONA DE LAS AXILAS Y PIERNAS PUEDES DEPILARLAS HASTA DOS DÍAS ANTES SIN QUE RESULTEN PROBLEMAS.

## PRUEBA DE MAQUILLAJE

Tiempo previo: dos semanas.  
Dependiendo de la hora y del lugar donde será tu boda, así será el tipo de maquillaje. Evalúa este aspecto con un profesional en la belleza. Decidan los colores y la intensidad del maquillaje que utilizarás, y realiza varias pruebas con tiempo antes de la boda.



## FACIALES

**Tiempo previo: cuatro semanas.**  
Elimina las impurezas de tu cutis a través de una limpieza básica y baños de vapor. Debido al empleo de algunos componentes como el ácido salicílico, los mentoles y otros, se recomiendan estos faciales con tiempo anticipado por si surgieran brotes al día siguiente de la aplicación.

Aconseja: María Esmeralda López, directora comercial de Amanda's Salón & Day Spa. 91.ª av. norte, pje. San Miguel #108, col. Escalón, tel.: 2263-6423 y 2263-6722. Amanda's Salón en Metrocentro 7.ª etapa, tel.: 2261-1563 y en Multiplaza, tel.: 2243-6302.  
Para mayor información, escribe al correo electrónico amandasdayspa@yahoo.com.



EL INICIO DE UN  
PARA SIEMPRE



CASA DE ORO  
JOYEROS • ORFEBRES

Multiplaza Nivel 1 • Tel. 2243-4675  
Metrocentro 6a Etapa • Tel. 2260-2247  
www.joyeriacasadeoro.com • info@joyeriacasadeoro.com

# SONRÍE SIN MIEDO EL DÍA DE TU BODA

EL BLANQUEAMIENTO DENTAL ES UNA GRAN OPCIÓN PARA LUCIR RADIANTE Y HERMOSA EL DÍA MÁS IMPORTANTE DE TU VIDA. DESCUBRE LOS ASPECTOS QUE DEBES CONSIDERAR PARA REALIZARTELO ANTES DE LA BODA.



CUIDADOS  
SE RECOMIENDA  
EL USO DE  
PASTAS E HILOS  
DENTALES  
DESPUES DEL  
PROCEDIMIENTO.

El consumo regular de alimentos ricos en taninos, que son los causantes de la coloración, como el café, té, vino tinto, sodas oscuras, la espinaca, las salsas preparadas para platillos fuertes y algunas frutas como la granada y la manzana, provoca la pérdida del blanco natural de los dientes. El color de los taninos va desde el amarillo hasta el castaño oscuro.

Una mujer que desea realizarse un blanqueamiento dental para lucir una sonrisa perfecta el día de su enlace nupcial debe consultar, en primer lugar, a su odontólogo para que este realice un diagnóstico en el que determine la concentración de peróxido de carbamida y peróxido de hidrógeno que se le aplicará a la dentadura, dependiendo del estado en que estén los dientes. El proceso de blanqueamiento dental dura tres días, que pueden intercalarse durante la semana, con sesiones clínicas o caseras de 20 a 40 minutos. Si la persona cuenta con obturaciones en los dientes, el procedimiento posterior al blanqueamiento será el cambio de estas. El color de los dientes alcanzado con el blanqueamiento se logra estabilizar 15 días después de realizado este procedimiento.

Por tanto, es recomendable que este proceso se haga un mes antes de la boda. Si se hace con dos o seis meses de anticipación, los dientes pueden absorber nuevamente los pigmentos que fueron eliminados.

El costo de un blanqueamiento dental oscila entre 200 a 250 dólares aproximadamente; mientras, los retoques van desde 80 a 100 dólares. Es recomendable que el tratamiento se realice una vez al año.

## OTRAS ALTERNATIVAS INMEDIATAS

Si una novia desea mostrar una sonrisa renovada el día de su boda y el evento está próximo, puede recurrir a otros procedimientos más inmediatos y de menor duración. Entre estos están los laminados dentales o carillas de porcelana, que consisten en una cobertura estética sobre los dientes sin tener que raspar o desgastar la superficie. Otra alternativa son las prótesis provisionales, que buscan restituir la apariencia del diente hasta que pueda ser elaborado un diseño definitivo, proporcionando un resultado inmediato y en un corto tiempo, para que las novias puedan lucir una gran sonrisa el día más especial de sus vidas.

Aconseja: Raquel Eunice Ayala de Velásquez, odontóloga de Orthocenter, tel.: 2235-6786.



Solicita  
**YA**  
el tuyo al  
2210-9800

Yo quiero planear  
nuestro futuro

**CREDITOS**  
**PERSONALES** *del*  
*Agrícola*  
*Con los mejores beneficios*

- Hasta \$40,000\* y 8 años plazo
- Seguro de deuda\*
- Seguro de invalidez total y permanente\*
- Beneficios de gastos funerarios
- Seguro de cesantía\*
- Seguro de vida\*



El Salvador cuenta con nosotros

Las pólizas de Seguro de Deuda y Cesantía son contratadas a nombre de Banco Agrícola, bajo el respaldo de Aseguradora Suiza Salvadoreña, S.A. y ASESUISA Vida, Seguros de Personas, S.A. Los pagos de las cuotas de los seguros serán incluidos en las cuotas a pagar del crédito contratado y sus montos dependerán del plan y monto aceptado. Las Pólizas de seguros son emitidas bajo el respaldo de Aseguradora Suiza Salvadoreña, S.A. y ASESUISA Vida, Seguros de Personas, S.A. CREDICASH: Crédito con orden de descuento en planilla, ingresos mínimos desde \$250. Refill Express aplica sólo para este producto. Aplica monto máximo de hasta \$40,000 para clientes preferenciales asignados; hasta \$30,000 para clientes con ingresos iguales o mayores a \$2,000; hasta \$25,000 para clientes con ingresos menores a \$2,000. La oferta de hasta 12 veces tu salario será otorgado si el máximo de la cuota establecida no es mayor al 20% del salario recibido. Los 8 años plazo aplica para empresas seleccionadas. \* CREDIPERSONAL: Crédito sin fiador, ingresos mínimos \$500. Aplica Refill previo análisis. El monto máximo de hasta \$40,000 sujeto a cuota menor del 20% del salario recibido. Hasta 5 años plazo. Resolución inmediata según cliente proporcione información completa y reúna requisitos. Condiciones disponibles en agencias. Seguro de deuda en base a monto. \* Seguro de cesantía tiene cobertura máxima 6 meses.

# ESBELTA AL ALTAR

SEGURAMENTE, EN TU IDEAL DE BODA, SUEÑAS LUCIR ESPECTACULAR EN TU VESTIDO DE NOVIA, Y PARA ESO TE PROPONES ESTABLECER UN RÉGIMEN ALIMENTICIO QUE TE AYUDE A LOGRARLO. SIN EMBARGO, ANTES DE PONERTE A MATARTE DE HAMBRE, TOMA EN CUENTA ESTOS CONSEJOS QUE TE GUIARÁN EN TU RUTA AL ALTAR.

Como toda futura novia, probablemente te has establecido como meta bajar de peso para tu boda, ya que quieres lucir una figura espectacular en tu ajuar, y estar conforme con tus fotografías. No obstante, hay ciertas consideraciones que debes tomar en cuenta para que esta meta sea una realidad alcanzable. Lo primero es que no recurras a dietas milagrosas; pues, además de que podrían poner en riesgo tu salud, al final, te hacen subir más de peso. Lo mismo puede suceder si sigues la dieta que le funcionó a una de tus amigas, ya que el metabolismo es diferente en cada persona. Lo mejor es que visites a un nutricionista para que te guíe sobre cuál es el régimen que se adecúa a tus necesidades, ya que él o ella te pondrán en perspectiva cuánto tienes que bajar y el tiempo

que tienes para hacerlo, ya que no será lo mismo bajar 10 libras en tres meses que 20 en cinco meses. Por eso, es recomendable que acudas con tiempo, ya que no sabes cuánto te tomará llegar a esa meta, aunque eso dependerá mucho de tu disciplina.

## ALGUNOS TIPS

Lo ideal es que tengas una alimentación balanceada, que no te provoque ansiedad ni estrés, y te ayude a dormir ocho horas al día para no sentirte fatigada. De igual forma, es necesario que la alimentación esté acompañada por la actividad física, pues te ayudará a acelerar el metabolismo, tener energía, quemar calorías y botar todo el estrés que implica organizar la boda. No



debes omitir ningún tiempo de comida y no esperar a tener hambre para comer, porque si no comerás el doble o el primer alimento que encuentres, sin importar su valor nutricional. Elige frutas y verduras de colores vivos (cinco al menos), ya que son las que contienen menos calorías y más agua. Bebe aproximadamente un galón de agua por día, eso no solo te ayudará a desintoxicar el organismo, sino también a hidratarte y, por consiguiente, a no dejar que el organismo se estanque y provoque hambre. Evita la comida rápida o chatarra, porque es alta en carbohidratos, grasa, so-

dio y pueden hinchar el cuerpo por la retención de líquidos.

Consume carnes magras y blancas (sin grasa) y acompáñalos con verduras al vapor para absorber más las proteínas. Trata de incluir en tu dieta, pero no exceso, las grasas monoinsaturadas (grasas buenas), tales como: semillas, granos enteros, aceite de oliva en crudo, de canola, aguacate, aceitunas, entre otros. Para comer inteligentemente, pueden ser tres tiempos de comida y dos snacks. Elige una dieta balanceada, que esté supervisada por un profesional en nutrición.



### DÍAS ANTES DE LA BODA, EVITA COMER

carbohidratos refinados, pan y verduras harinosas.



	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 taza de leche descremada con 1/2 taza de avena</li> <li>1 rebanada pan integral tostado</li> <li>2 cucharaditas de requesón</li> <li>1/4 de aguacate y una taza de papaya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>8 onzas de batido de leche descremada con un guineo pequeño</li> <li>1 clara de huevo duro</li> <li>1/2 taza de frijoles con una tortilla</li> <li>1 taza de papaya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 taza de leche descremada con 1/2 taza de cereal integral con semillas</li> <li>1 rebanada de pan integral con una cucharadita de requesón</li> <li>1 taza de papaya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>8 oz de batido de leche descremada con un guineo pequeño</li> <li>1 omelette de clara de huevo</li> <li>1/2 taza de frijoles con una tortilla</li> <li>1 taza de papaya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 taza de leche descremada</li> <li>1 rebanada de pan integral tostado</li> <li>1 cucharadita de frijoles y una de requesón</li> <li>1/4 de aguacate.</li> <li>1 taza de papaya</li> </ul>
<b>MEDIA MAÑANA</b>	una barra de granola y un yogurt light de fruta	una barra de granola y un yogurt light de fruta	una barra de granola y un yogurt light de fruta	una barra de granola y un yogurt light de fruta	una barra de granola y un yogurt light de fruta
	<ul style="list-style-type: none"> <li>3 onzas de pescado al ajillo</li> <li>1 taza de ensalada fresca</li> <li>1 tortilla</li> <li>1 manzana pequeña</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3 onzas de pollo a la plancha</li> <li>1/2 taza de vegetales cocidos no harinosos</li> <li>1 tortilla</li> <li>1 pera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 taza de espagueti con tres onzas de carne molida</li> <li>1 taza de ensalada</li> <li>1 manzana pequeña</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 lata de atún en agua</li> <li>1 taza de ensalada fresca con maíz amarillo</li> <li>1 tortilla</li> <li>1 pera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2 tazas de caldo de pollo (tres onzas) con chipilín (1/2 taza)</li> <li>1/2 taza de arroz</li> <li>1 tortilla</li> <li>1 manzana pequeña</li> </ul>
<b>MEDIA TARDE</b>	10 almendras y ocho onzas de té verde natural	10 almendras y ocho onzas de té verde natural	10 almendras y ocho onzas de té verde natural	10 almendras y ocho onzas de té verde natural	10 almendras y ocho onzas de té verde natural
	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 torta de espinaca</li> <li>1/2 taza de frijoles</li> <li>1 rebanada de pan integral.</li> <li>1 naranja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1/2 plátano sancochado</li> <li>1 taza de ejotes cocidos</li> <li>1 rebanada de pan integral</li> <li>1 naranja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2 lascas de berenjena con queso</li> <li>1/2 taza de frijoles</li> <li>1 rebanada de pan integral</li> <li>1 naranja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 torta de loroco con queso</li> <li>1/2 taza de frijoles</li> <li>1 rebanada de pan integral</li> <li>1 naranja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 torta de zanahoria con queso</li> <li>1/2 taza de frijoles</li> <li>1 rebanada de pan integral</li> <li>1 naranja</li> </ul>

Aconseja: Lic. Karen Cuéllar, nutricionista, tel. 2542-5947.



## MIRADA INTENSA

● PARA MUJERES QUE DESEAN PESTAÑAS DRAMÁTICAS Y QUE DUREN TODO EL DÍA, A PESAR DEL CLIMA HÚMIDO, HORARIOS LARGOS Y OCUPADOS, O INCLUSO JORNADAS DE EJERCICIO EXTENSAS, CLINIQUE INTRODUCE LA NUEVA HIGH IMPACT WATERPROOF MÁSCARA. CON PESTAÑAS DE BASE ALARGADORA ELABORADA CON POLÍMEROS QUE, INMEDIATAMENTE, CONSTRUYEN VOLUMEN. POSEE ADEMÁS UNA EXCLUSIVA BROCHA DISEÑADA DE FIBRAS FIRMES QUE AYUDAN A PEINAR LAS PESTAÑAS. **BÚSCALA EN ALMACENES SIMÁN.**



## CUTIS LIBRE DE BRILLO

Stay-Matte Oil-Free Makeup es la nueva base de maquillaje líquida de Clinique, diseñada para los cutis grasientos, para controlar el brillo durante todo el día. Es una ligerísima fórmula con una tecnología patentada para controlar el brillo, grasa y resistente al sudor, de manera que el maquillaje puede lucir impecable y proporcionar una sensación agradable en el cutis todo el día. Los componentes de la película de silicona, que contribuye a eliminar el brillo, mantienen el maquillaje durante todo el día. Disponible en 20 tonos. **Encuéntrala en Almacenes Simán.**



## SPA PARA TU PIEL

Elizabeth Arden presenta Visible Difference, una línea de tratamiento esencial inspirada en un spa, que ayuda a balancear la piel para revelar su luminosidad salud natural. Se trata de un proceso de tratamiento diario de cuatro pasos, diseñado y creado específicamente para cada tipo único de piel, que promete brindar una diferencia visible en la apariencia de la piel en tan solo seis días. **Distribuido por Elite Brands.**

## DULCE ESPUMA

El gel de ducha flores de cerezo de L'Occitane limpia la piel con dulzura y la deja delicadamente perfumada. Puede utilizarse como espuma de baño, ya que se transforma en una espuma untuosa y abundante con el perfume delicado y envolvente de las flores de cerezo. Contiene un extracto de cerezas del Luberon. **Búscalo en L'Occitane.**



## FUERA IMPUREZAS

Sulfur Facial Bar es una barra de azufre y glicerina, 100% base vegetal y con aloe vera. Suaviza y protege la piel grasa, y no la seca como los jabones de baño. La sábila alivia y cura la irritación cutánea. Limpia suavemente la grasa sin dejar residuos que tapan los poros causando acné. Producto hecho en EUA. **Búscalo en Eurosalvadoreña, Farmacias Virgen de Guadalupe y Camila.**



# Si quieres que el amor sea para siempre

EL MATRIMONIO ES LA ESCUELA DE DESARROLLO TOTAL DEL SER. ES DARSE, PERO TAMBIÉN IR A DAR. PERSONALMENTE, CONSIDERO QUE ES EL RETO MÁS APASIONANTE DE LA VIDA, EN EL QUE SE VA DESCUBRIENDO EL VERDADERO PROPÓSITO DE SER PERSONA.



Sheila Morataya,  
profesional experta en coaching,  
sheilamorataya@yahoo.com

La crisis en el matrimonio puede darse al principio, en medio o al final. Es impredecible. Porque la vida es así. Nada es permanente. Puede sonar esto un poco fatídico; pero, desde mi experiencia, la gente ahora mismo se está casando pensando que todo va a ser color de cuarzo rosa. Que el amor es para siempre. Otros pueden pasar por pruebas,

pero yo no. Esta muy bien pensar así, está muy bien ir con el corazón y la actitud en positivo, pero no hay que cerrar los ojos a una realidad que puede llegar tarde o temprano. En el matrimonio, existirán momentos bajos, como todo en la vida.

## ¿QUÉ HACER CUANDO ESTO SUCEDE?

Buscar el diálogo: Y hay que hacerlo sin que las emociones exploten como río removido por una tormenta. A la hora de comunicarse con la pareja, no sirve llorar, gritar, amenazar, quejarse. Todo esto solo aleja. No acerca. No quiero decir que las mujeres somos las que hacemos esto. Las emociones en los hombres pueden darse por medio de los celos, la desconfianza y la manipulación. Los hay extremadamente tiernos y, sin embargo, te quieren atar y controlarte como un robot.

Buscar ayuda profesional: cuando la crisis llega al matrimonio, y créeme que puede darse desde el primer año inclusive, y ya se ha tratado de abrir la comunicación sin que funcione, es hora de buscar ayuda profesional. Ir con un experto, no solo es saludable, sino ventajoso; pues son personas preparadas que pueden ir educando a ambos en el camino para que tengan una mejor y más feliz relación. Muchos de mis clientes de pareja, han resuelto sus diferencias en procesos de seis meses o menos y viven relaciones mucho más fortalecidas, profundas y satisfactorias.

Busca que no les atrape el succionador rutina: ¡cuánta

gente cae en eso demasiado pronto! Te invito a que desde el principio, tengan un día juntos para ustedes durante la semana o por lo menos cada 12 días. Ir al cine, ambos ponerse guapos el uno para el otro; darse una vuelta a la playa o simplemente ir a tomar café son cosas que ayudan a romper con la rutina.

Busca recuperar tu intimidad después del nacimiento de tu primer hijo: hay que hacerlo pronto, en cuánto el médico diga que ya se está lista. ¿Te parece extraño que la llegada de un hijo pueda alejar a tu marido? Pues sí. El misterio de dar vida es tan enorme, que aquella mujer sexy y que gustaba tanto, al convertirse en madre, pierde ese encanto sexual para muchos hombres. Dejan de verte como mujer, para verte como madre. La madre de su hijo. Esto es un fenómeno que se da en muchas parejas. Mi invitación es que antes de que su hijo nazca, se sienten, lo discutan, hablen de cómo será su vida una vez nazca su bebé y de qué forma van a recuperar su intimidad.

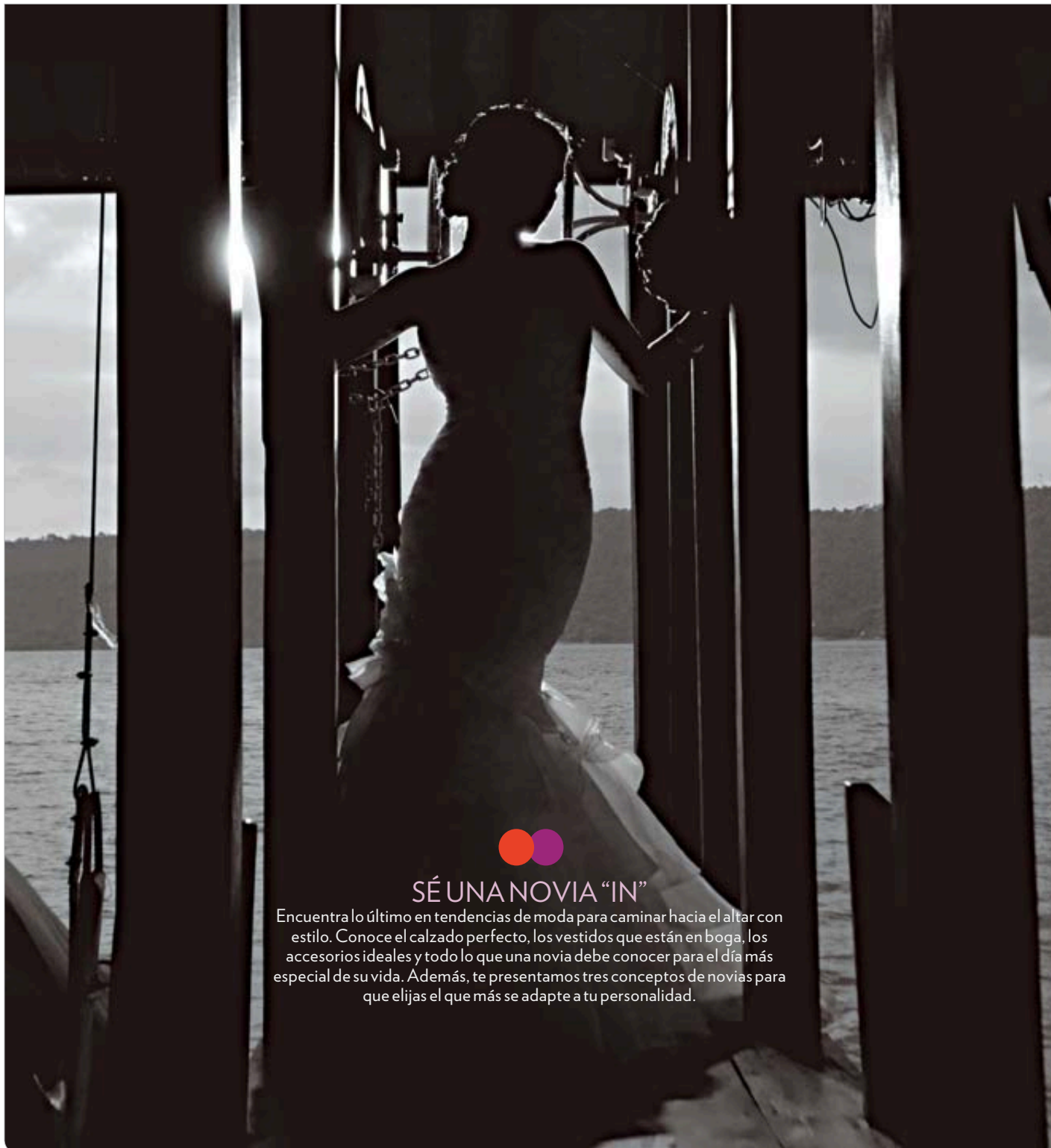
Otro factor que quiero incluir es que la mujer que se convierte en madre, se olvida de que antes es mujer y compañera. Subconscientemente, hace a un lado a su hombre y que se vuelva en su criatura. Esto definitivamente aleja y provoca una especie de competencia entre padre e hijo. Por lo que de nuevo invito a que antes de vivir la experiencia, se dialogue, se hable de lo que preocupa y se llegue a un acuerdo para atravesar la aventura con alegría y felicidad.

*“He escuchado a cientos de personas en mi práctica. No he conocido a nadie que no quiera dar lo mejor de sí y ser feliz. A eso vas cuando te casas.”*  
SHEILA MORATAYA



# FASHION

: MODAS : TENDENCIAS : ANILLOS : BOUQUETS



## SÉ UNA NOVIA "IN"

Encuentra lo último en tendencias de moda para caminar hacia el altar con estilo. Conoce el calzado perfecto, los vestidos que están en boga, los accesorios ideales y todo lo que una novia debe conocer para el día más especial de su vida. Además, te presentamos tres conceptos de novias para que elijas el que más se adapte a tu personalidad.



Clinica de Radiología y Ultrasonografía

# Sosa-Guevara

Cuida tu salud, hazte un chequeo a tiempo

ULTRASONIDO DE MAMAS

**\$25**

Precio normal \$50.00

MAMOGRAFÍA

**\$25**

Precio normal \$40.00



25 Av. Nte. No. 640, Edif. Clínicas Médicas, S.S. (Fte. a Hosp. Pro Familia).  
 Telefax: 2226-0307 y 2225-7846 o Conmutador: 2523-5900 o Ext. 1234.  
 E-mail: clinicasosa-guevara@hotmail.com

Antes del "Sí", hay que pensar en **otros detalles**



## TOLDOS

### BLANCOS

CANOPIES, SALAS LOUNGE, BARES ILUMINADOS, MOBILIARIO

2280-8080

[www.toldosblancos.com](http://www.toldosblancos.com)

Para ese día tan Especial

# Chocolate Luxury

Spa and Beauty Lounge



Síguenos en:

 <http://www.facebook.com/chocolateluxuryspa>

 [tweetter@chocoluxuryspa](https://twitter.com/tweetter@chocoluxuryspa)

E-mail: [chocolateluxuryspa@gmail.com](mailto:chocolateluxuryspa@gmail.com)

**79 Avenida Sur # 109, Colonia La Mascota, San Salvador**  
 Tel.: 2263-3824

¡TE SORPRENDERÁS CON GRANDES DESCUENTOS!

## MODA FEMENINA



# YAZZ

ÚNICA COMO TU

MULTIPLAZA    METROCENTRO 4ta. etapa    METROCENTRO 5ta. etapa    PLAZA MUNDO

## FOOTCENTER

Clínica de Podología y Pedicura



**Tus pies merecen un descanso...**

- ✓ Atención especializada a personas diabéticas
- ✓ Pedicura Clínic y Manicure
- ✓ Extracción de Uñeros
- ✓ Tratamiento de Onicomosis
- ✓ Tratamiento de Dermatofitosis

- ✓ Tratamientos de verrugas plantares
- ✓ Tratamientos Corporales
- ✓ Eliminación de Callos Interdigitales
- ✓ Masaje de Reflexología
- ✓ Masaje Relajante Corporal
- ✓ Sala de belleza

**Instrumental 100% esterilizado**

**CASA MATRIZ:**  
 Paseo General Escalón Edif. Balam Quitzé, local # 13, 2da. Planta, San Salvador.  
 Tels. 2263-7135, 2100-1458,  
 Celular: 7924-4567.  
 Horario: lunes a sábado de 8:00 a.m. a 6:00 p.m.

**SUCURSAL ESCALON:**  
 77 Av. Norte y 7ª Calle Poniente # 422, Colonia Escalón  
 Tels. 2264-5639, 2263-3940  
 Celular: 7922-7920, 7927-8382.  
 Horario: lunes a sábado 9:00 a.m. a 7:00 p.m.  
 Domingo de 10:00 a.m. a 5:00 p.m.

# MOMENTOS SOMMELIER

TU CELEBRACIÓN PUEDE CAMBIAR RADICALMENTE A UN ESTILO SOFISTICADO Y MODERNO, GRACIAS AL PROGRAMA SOMMELIER SUPREMA DE INDUSTRIAS LA CONSTANCIA, QUE SE CONVIERTE EN EL DETALLE PERFECTO DE CUALQUIER OCASIÓN.

Sommelier Suprema es un programa que nació en el año 2009 bajo el apoyo de Suprema. Su fin principal fue introducir la cerveza en eventos de alta categoría, utilizando un estilo único y sofisticado en su presentación, y así darle a esta bebida una imagen elegante y distintiva del resto. En 2012, el programa renovó su imagen y tomó el nombre de Sommelier Suprema, con el objetivo de crear un mayor vínculo con la marca Premium de Industrias La Constancia (ILC).

Además, actualmente, la cerveza está ganando más aceptación en eventos donde antes se solía tomar en cuenta otro tipo de bebidas alcohólicas; la ventaja de elegir Sommelier Suprema es que se puede brindar a los invitados una alternativa diferente: cerveza, una bebida con bajo contenido alcohólico, pero con un exquisito sabor refrescante al paladar.

## ¿EN QUÉ CONSISTE?

Es un programa que consiste en brindar una experiencia inolvidable a los consumidores de cerveza, a través de un servicio elegante para que puedan disfrutar de degustaciones de la bebida en eventos de alta categoría,

tales como bodas, aniversarios, cocteles, seminarios, fiestas empresariales, entre otros.

El programa Sommelier Suprema tiene a disposición dos paquetes para satisfacción de sus clientes: Oro y Platino, los cuales establecen que, por la compra de cierta cantidad de cajas de cerveza, se ofrece un servicio profesional a la altura de cada evento y según el servicio adquirido, entre los que están meseros, así como el préstamo de mobiliario (bar, cristalería, sala lounge, cajas de cortesía de cerveza Suprema y transporte).

## VUELVE ESPECIALES TUS EVENTOS

Este servicio exclusivo de ILC es una buenísima opción para aquellas personas o empresas que gustan hacer de sus eventos ocasiones para recordar siempre y que sus invitados se vayan con la mejor impresión. Sommelier Suprema hace realidad que puedas contar con un servicio de lujo: un bar exclusivo de cerveza y con el personal altamente capacitado, que sirven la bebida de manera distintiva y le dan un toque de magia, elegancia y sofisticación a cualquier evento que quieras recordar por siempre.



### UNA BUENA OPCIÓN PARA CELEBRAR

Sommelier Suprema es un producto especializado en degustación cervecera que ofrece a sus clientes dos opciones de paquetes para que elijan el que más se adapte a sus necesidades, con un servicio profesional y de calidad.

#### PAQUETE ORO

Por la compra de cuatro cajas de cerveza en adelante, tendrás los siguientes beneficios:

- :: Dos meseros
- :: Cristalería
- :: Bar
- :: Una caja de Suprema de cortesía.

#### PAQUETE PLATINO

Por la compra de ocho cajas de cerveza en adelante, tendrás los siguientes beneficios:

- :: Tres meseros
- :: Cristalería
- :: Bar
- :: Una sala lounge
- :: Dos cajas de Suprema de cortesía.

Contacto: Sommelier Suprema, tel.: 2231-5158, e-mail: lucia.cladellas@ca.sabmiller.com, cultura.cervecera@ca.sabmiller.com.



**Sommelier Suprema hace que tu evento sea inolvidable** y al mismo tiempo puedes disfrutar del delicioso sabor de una buena cerveza, creando buenos e inolvidables recuerdos al lado de tus amigos y familia.



Grupo Ciber te ofrece los servicios de Dj con buena música, fuentes de chocolate y fotografía y video. Llama al tel.: 2275-5169 y 7768-5777.

## GRUPO CIBER, 14 AÑOS DE INNOVACIÓN

GRUPO CIBER COMENZÓ CON LA MISIÓN DE HACER FIESTAS MÁS ALEGRES. EN POCO TIEMPO, LOGRARON AMENIZAR REUNIONES CON UN ESTILO MUY ESPECIAL, Y UTILIZANDO UN EQUIPO DE ALTA TECNOLOGÍA.

“Fuimos los pioneros en amenizar las bodas con Dj y discoteca”, afirma Pedro Aparicio, de Grupo Ciber, y “esto es muy especial porque pusimos de moda el concepto”. Una vez, Pedro se graduó de Comunicación Social incursionó en las fotos y video con Wedding Film. La innovación fue obtener mayor realismo y creatividad en las imágenes. También fueron los pioneros con su marca Wonders en poner de moda las fuentes de chocolate para eventos en todo el país, ahora también Wonders ofrece cupcakes de diferentes sabores.

### TRAYECTORIA

Después de 14 años en los eventos especiales de sus clientes, Aparicio afirma que ha sido un gran privilegio participar en lo que él considera “el día más importante en la vida de una pareja”. Puedes conocer más de Grupo Ciber en su página web [www.elsalvadorbodas.com](http://www.elsalvadorbodas.com) o llama al 2564-1316. Actualmente, están ubicados en su sede original en colonia La Sultana, Antiguo Cuscatlán.

## DERMOSEDA PAÑUELOS FACIALES

COMO MUJER MODERNA, CON MIL COSAS POR HACER EN EL DÍA, DEBES ESTAR SIEMPRE BIEN PREPARADA PARA QUE TU LOOK PERMANEZCA INTACTO. LA MARCA KLEENEX, CONOCIENDO Y ENTENDIENDO TUS NECESIDADES, HA CREADO EL NUEVO KLEENEX DERMOSEDA, UN VERDADERO ALIADO PARA TU DÍA A DÍA.

Kleenex Dermosedada son los nuevos pañuelos faciales que, por su suavidad única, puedes usarlos en cualquier área de tu piel. Puedes emplearlos para limpiar el contorno de tus ojos sin lastimar tu piel, son ideales para retocar tu maquillaje e incluso para secar el sudor en tu rostro.

Sin duda alguna, el mejor aliado para que andes en tu bolso de ahora en adelante debe ser Kleenex Dermosedada. Te hará sentir segura y preparada en todo momento, para enfrentar cualquier reto que se te presente.

De esta manera, Kleenex Dermosedada esta ahí para darte el apoyo que necesitas y hacerte sentir siempre segura y confiada. Esta es una gran combinación entre suavidad, portabilidad y practicidad; lo necesario para estar siempre preparada.



Incluye en tu cartera Kleenex Dermosedada, los pañuelos ultrasuaves que deben acompañarte en todo momento.



## APOYO

DESDE HACE 11 AÑOS QUE

L'OCCITANE brinda su apoyo a la Fundación Orbis Internacional, y está comprometida en la lucha contra la ceguera, dedicando el 38% de su presupuesto anual para ayudar a las personas con discapacidad visual. En El Salvador, L'Occitane recibió a la tripulación de Orbis, que llevó a cabo un programa integral de intercambio de habilidades oftalmológicas.

# VUELOS DE ESPERANZA

CON LA MISIÓN DE INTERCAMBIAR CONOCIMIENTOS EN EL ÁREA DE OFTALMOLOGÍA, LLEGÓ AL PAÍS EL AVIÓN HOSPITAL DE OJOS ORBIS, Y L'OCCITANE, UNO DE SUS MAYORES COLABORADORES, LE DIO LA BIENVENIDA A TIERRAS SALVADOREÑAS.

Fue en 1997 la última vez que el avión hospital Orbis aterrizó en suelo salvadoreño para poder llevar a cabo la misión de realizar intervenciones oftalmológicas, no solo para beneficiar a pacientes con enfermedades de la vista, sino también capacitar y hacer intercambio de conocimientos con médicos del país. "Nuestro trabajo es educativo, educamos a través del servicio", especificó el Dr. Carlos Solarte, director médico de Orbis, quien agregó que el avión hospital cuenta con un salón de audiovisuales, que es el centro de comunicaciones, donde se controlan las 17 cámaras instaladas dentro de este, además de 54 monitores. Cada microscopio tiene una cámara, para que cualquier tipo de procedimiento sea grabado y pueda ser usado como material académico. También, hay un salón de clases donde se realizan conferencias y clases, con capacidad para 50 personas. Hay un quirófano que cuenta con todo lo necesario para una operación oftalmológica. Asimismo, hay un área donde se preparan y esterilizan los materiales quirúrgicos en el avión. "Aquí, se les enseña a las enfermeras las técnicas de buen manejo del mate-



En el hospital con alas, como se le conoce, no solo se encuentra el personal de Orbis, sino también médicos del país que visitan, quienes reciben capacitaciones.

rial, ya que en todo el mundo la primera causa de que los equipos se dañen es el mal manejo", agrega el Dr. Solarte. Hay equipos del avión que hospitales públicos del país poseen, pero deben aprender a manejarlos, por lo que entrenan médicos, enfermeras y biomédicos.

## EL APOYO DE L'OCCITANE

Durante 11 años, la Fundación L'Occitane ha

destinado más de 900,000 dólares al avión Orbis, de la Fundación Orbis Internacional. Este año, rinde homenaje a esta causa con un jabón con la figura de un avión, como un producto solidario para luchar contra la ceguera, que L'Occitane lanza todos los años. El importe íntegro recaudado con su venta se dona a la Fundación Orbis. Este jabón, enriquecido con manteca de karité, limpia las manos y el cuerpo con suavidad, deja una piel delicadamente perfumada con notas florales y afrutadas de uva, grosella negra y rosa blanca. Los beneficios financian proyectos que permiten ofrecer tratamientos oftalmológicos a personas que viven en zonas rurales lejanas. El próximo año, Orbis contará con un nuevo avión hospital, modelo MD-10, que será un poco más grande y con mayor capacidad de combustible para volar durante más horas. Durante este año, el avión Orbis ha visitado: Filipinas, Indonesia, Vietnam, China, El Salvador, y luego de nuestro país partió a Emiratos Árabes Unidos, Etiopía y Zambia, donde estará alrededor de tres a cuatro semanas en cada uno.

# Escogé tu mejor estilo de vida.



MEJORES HOGARES, MEJORES VIDAS.



RECIBI UN 8% DE DESCUENTO  
o plan 10 meses sin intereses con  
tarjetas Max Visa y Bco. Promérica\*



• 1CWED5300VW 28 LBS  
OFERTA CONTADO  
**\$349**  
10 CUOTAS DE  
**\$34.90**



**SECADORA DE ROPA ELÉCTRICA**

- Capacidad de 28 libras • 12 ciclos de secado • Conveniente sensor "AccuDry" que finaliza el ciclo al detectar la carga seca
- 5 temperaturas • Sistema silencioso "Quiet Dry"

• 7MWTW5550YW 40 LBS  
OFERTA CONTADO  
**\$749**  
10 CUOTAS DE  
**\$74.90**



**LAVADORA DE ROPA**

- Capacidad de 40 libras • Sistema "H2O SAVER" que controla automáticamente tiempos y temperaturas, dependiendo del ciclo y nivel de suciedad de la carga • 11 ciclos de lavado
- Canasta de acero inoxidable

• WF5920S 30"  
OFERTA CONTADO  
**\$669**  
10 CUOTAS DE  
**\$66.90**



**COCINA A GAS**

- 5 quemadores con encendido electrónico y reloj • Termostato, luz y autolimpieza en el horno • Perillas de seguridad y asador inferior.

• WET3300SQ 28 LBS  
OFERTA CONTADO  
**\$1,199**  
10 CUOTAS DE  
**\$119.90**



**Ahorra espacio**

**COMBO DE LAVADORA Y SECADORA EN TORRE**

Puedes colocarlo dentro de un closet o ubicarlo fácilmente en la lavandería o cocina

- LAVADORA**
- 8 ciclos • 4 temperaturas
- 3 niveles de agua
- SECADORA**
- 3 temperaturas
- 6 ciclos de secado automático



• ED2DHEXWL 22 PIES  
OFERTA CONTADO  
**\$1,199** 10 CUOTAS DE  
**\$119.90**

**REFRIGERADORA**

- Control digital • Entrepauños de vidrio templado
- Amplios anaqueles en las puertas • Gavetas con control de humedad • Acabado satinado

**GRATIS**  
HORNO MICROONDAS  
Whirlpool WMS1107D  
Por la compra de esta refrigeradora  
PRECIO PÚBLICO \$95



Ofertas y promociones válidas hasta el 31 de octubre de 2012 o mientras duren existencias. Publicidad emitida por Max. \*8% de descuento con MAX VISA o Plan 10 meses sin intereses con Tarjetas Banco Promérica válido al 31 de octubre de 2012. no aplican en precios especiales, cómputo, celulares, tablets, consolas y videojuegos, reproductores MP3 y MP4. Monto mínimo de compra \$15000 con tus Tarjetas de Banco Promérica en los planes sin intereses. El precio del bien o servicio se dividirá en el número de cuotas correspondientes al plazo elegido, sin intereses o incremento alguno. Las cuotas no generarán intereses siempre y cuando se cancele el saldo de contado indicado en el estado de cuenta correspondiente. El monto total de la compra se reservado del disponible del Límite de Crédito y liberado conforme se vayan pagando. Las cuotas mensuales. Consulte otras condiciones de financiamiento en Tiendas Max.



LO MÁXIMO

AÑO 11 • NÚMERO 120

\$2.00 • NOVIEMBRE 2012  
REVISTA MENSUAL GRATIS PARA SUSCRIPTORES

mujeres NOVIEMBRE 2012

EL DIARIO DE HOY

101  
SALVADOREÑAS  
POR EL MUNDO

*Especial*  
**DIEZ AÑOS**

EL DIARIO DE HOY



*Yo ya me reinventé.  
Ahora Anew  
reinventa mi piel.*

## ANEWULTIMATE 76

Desarrollado para estimular las 7 proteínas de la juventud que le dan elasticidad, Anew Ultimate 76 devuelve hasta los 10 años más profundos. La piel recupera visiblemente su elasticidad y firmeza para darle una apariencia más joven en minutos. Ahora tu piel se siente rejuvenecida, como en sus mejores días.

1 línea a nivel Consumer: 800-421-3000  
[www.avon.com/ultimate76](http://www.avon.com/ultimate76)

# AVON



Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

# NOVIEMBRE \* 12

MUJERES • AÑO II • NÚMERO 120



## Encanto femenino

Encajes, vuelos y tules se llenan de color en las pasarelas de otoño.

60

## Complementos

El guardarropa femenino está lleno de detalles, acentos que le dan ese carácter personal a cada estilo.

82

## Rostros de la moda

Las chicas más vistas, las que se agencian millones por su belleza y actitud.

88

## El "new look" 66

Multifacética, sobria, poderosa. La mujer moderna sabe que no tiene límites. El mundo está en sus manos.

10 AÑOS





# 214

## Básicos que pueden matar

Sí, aunque se vean así de bellos, los tacones son armas de doble filo. Tómatelos en serio.



## ALUMNOS EN EL DISEÑO

Estudiantes de la Universidad Don Bosco mostraron su talento en una pasarela de moda.

96

## TRATAMIENTOS TOP

Tres de los tratamientos de belleza más lujosos y efectivos. ¿Te animas a probar?

100

## ¡CUMPLIMOS DIEZ AÑOS!

Hacemos un nuevo compromiso por innovar, por brindarte información de calidad y compartir tu día a día.

110

## DE REBELDE A FASHIONISTA

Kelly Osbourne, la hija de Ozzy, dio un giro de 180 grados, pasó de "caos de la moda" a prolija.

204

## UN MAL SILENCIOSO

El cáncer de próstata es una de las enfermedades masculinas más comunes. Aprende a prevenirla.

208

## EFFECTO DESAYUNO

Aunque no lo creas ese tiempo de comida es el más importante, ¡no solo porque lo decía mamá!

212

## LO QUE ELLOS VEN

Cuida lo que tus hijos ven. Su influencia es más fuerte de lo que te imaginas.

216

## DELICIAS CON YOGUR

No sólo es ideal para un buen desayuno o refrigerio, considéralo en tu almuerzo o cena.

218

# Caras de la TV

Carisma, ingenio y belleza... son mujeres que se hacen ver.



de la editora

# 101 SALVADOREÑAS <sup>19</sup>



## PORELMUNDO

# Sabiduría: estilo de vida

"POR ESO PEDÍ Y SE ME CONCEDIÓ LA PRUDENCIA... Y la preferí a cetros y tronos y en nada tuve a la riqueza en comparación de ella".

✦ **LA MUJER HA CAMBIADO EN ESTOS AÑOS... PARA BIEN Y PARA MAL, DEBEMOS RECONOCER.** Ha superado en este tiempo muchas barreras, buena parte de la población ha reconocido la necesidad de prepararse académicamente, cada vez más ocupa puestos importantes en las empresas y poco a poco ha reconocido como suyos tantos derechos que antes no hacía valer.

Inspirada al leer las ciento un historias de salvadoreñas fuera del país que aparecen en esta edición especial me di cuenta que, en principio, son dos cosas las que espero sean superadas en años venideros, dos cosas que a mi parecer son el meollo de muchos pesares en las vidas de mujeres de todas las edades, estratos sociales e intelectuales.

Es importante que cada una evalúe su vida, lo que le gusta y lo que no, pero sobre todo que defina **QUÉ QUIERE HACER, CUÁLES SON SUS SUEÑOS, CUÁL ES SU VALOR.** Aún en situaciones graves conocer esto tiene un poder especial. Si no lo tenemos claro, seguro iremos dando tumbos por la vida, "tropezando con la misma piedra" como dice la canción. Reconocer nuestro valor (indistintamente de si estás casada o no, si tienes hijos o no, si estás en un puesto importante o no) es básico para que nuestra vida sea la que nosotros queremos. "Desde el vientre de tu madre te llame, te escogí y te puse nombre" (Isaías 44:2). Saber que nuestra vida no es parte del azar nos invita a buscar o analizar el porqué estamos aquí, si tu misión es salvar el mundo o hacer que el mundo de alguien sea mucho mejor.

Por otro lado, me parece genial que pidamos a Dios, que clamemos todos los días a Él, por un poco de sabiduría. No basta con que obtengas una maestría o que sepamos cinco idiomas, hay miles de situaciones laborales o familiares que exigen de la mujer altas dosis de intuición y sabiduría. No es raro ver mujeres de gran nivel intelectual que no saben cómo criar a sus hijos, que no saben como lidiar con sus empleados o que simplemente caen en la depresión y no saben qué hacer. La sabiduría nos dice cómo hablarle a nuestro hijo adolescente, a quién acudir en momentos de crisis, cómo actuar ante situaciones que ponen en riesgo nuestra honradez.

Dicen también que nadie nace aprendido y además en la universidad no enseñan esas cosas que al final del día son las más importantes -nuestras relaciones- por eso si la mujer tiene la capacidad para cambiar al mundo... esperemos entonces que nuestra sabiduría - en todos los momentos de nuestra vida- haga cambiar el mundo para bien. Es una necesidad urgente.

*Karen Funes*

EDITORIAL  
ALTAMIRANO MADRIZ, S.A.

Lic. Fabricio Altamirano  
DIRECTOR EJECUTIVO

REVISTA MUJERES

Claudia Martínez  
DIRECTOR DE REVISTAS

Karen Funes  
EDITORIA

Norma Ramírez  
DIRECTORA DE ARTE

Janny de Camá  
EDITORIA GRÁFICA

Paola Cordero Sol  
COORDINADORA EDITORIAL

Alvaro Cuellar  
COEDITOR GRÁFICO

Nelson Dueñas  
EDITOR FOTOGRAFICO

Angelica Avendaño, Lisette Álvez  
y Norman Alfaro

PERIODISTAS

His Martínez, Alicia Dubón,  
Marlon Ochoa, Alvaro Cuellar  
Karina Campos

DISEÑO

César Avilés, Omar Carbonero,  
Miguel Villalta y René Estrada

FOTOGRAFÍA

Jorge Castillo

Karina Campos

INFOGRAFÍA E ILUSTRACIONES

Miguel Benavides  
TRATAMIENTO DIGITAL

José Luis Dreliano  
Mauricio Guadalupe

PRODUCCIÓN

ALBACROME  
www.albacrome.com  
IMPRESIÓN

COMERCIALIZACIÓN  
Luz Apetia@edicióndehoj.com  
TELÉFONO: 2231-7876

MUJERES

Es una revista de Editorial  
Altamirano Madriz, S.A. El Diseño de  
Hoy. Derechos Reservados. Prohibida  
su reproducción total o parcial sin  
autorización de su titular.  
SUGERENCIAS O COMENTARIOS  
mujeres@elsalvador.com

Esta revista es una producción de  
Distribuidora Editorial S.A. de C.V.  
Impresa en Albacrome  
Grupo Editorial Altamirano  
teléfono (503) 2536-7969.

SÍGUENOS EN



www.facebook.com/m.jenesalvador

Mujeres\_ES





siman.com

# FASHION WEEK

BY SIMAN

OTOÑO - INVIERNO 2012



**NO TE PIERDAS LA TRANSMISIÓN  
POR TELEVISIÓN**

**Día:** Sábado 10 noviembre 2012

**Hora:** 6:30 pm

**Canal**



el canal de nuestra gente

23

DEPARTAMENTOS



ES TIEMPO DE VIVIR



**CÁNCER Y LA MUJER**

"Les agradezco por las publicaciones relacionadas con el cáncer, de mama y de útero. La verdad es bueno informarse, pero además recibir un poco de aliento al saber que hay una cura y que con prevención las cosas pueden resultar mejor. Esas mujeres valientes son un testimonio de valentía y fortaleza".

**ZAIDA DE VALENCIA**

"No sabía que mujeres tan jóvenes estaban padeciendo cáncer de mama. Eso me preocupa. No sé muy bien cómo realizarme el autoexamen, he estado viendo en la web pero mejor le preguntaré a mi ginecólogo".

**KATYA RODRÍGUEZ**

"Excelente la labor de la fundación Edificando Vidas y de otras que trabajan de la mano de los pacientes con cáncer. También el trabajo de la Liga Nacional contra el Cáncer porque la verdad brindan un servicio a personas de escasos recursos, algo que es impagable en la red privada. Muy bien que las empresas, de alguna u otra manera, están haciendo eventos para apoyar a estas fundaciones, su esfuerzo merece nuestro apoyo".

**LINDA GAMERO DE RODAS**

**LA REVISTA VIAJERA**

*Michelle García  
posó con Revista  
Mujeres en  
Disneyland, E.U.  
durante unas  
merecidas vacaciones.*

**NOS INTERESAS.**

Lo que te desconcierta, lo que amas, los problemas que te afectan y tus recomendaciones, comentarios y experiencias acerca de **Mujeres** son importantes para nosotros.

**ENVÍA TUS CARTAS A:**

[mujeres@elsalvador.com](mailto:mujeres@elsalvador.com) o a la siguiente dirección: 11 Calle Oriente #271, San Salvador. Nos reservamos el derecho de publicación y edición.

**MODA**

"Les felicito por los temas de moda de la edición. El artículo de Montblanc, desconocía mucho sobre esa marca, los bolsos y accesorios... Todo me gustó, en especial la moda militar".

**LARISA RUIZ**

"Me encantaron los cuatro conceptos de moda para el otoño... el militar y el rock chic. También el tema de los tipos de cuerpo me pareció excelente pues uno a veces cree saber cuál es y se equivoca al elegir las prendas. En mi caso creo que soy una mezcla de dos, más difícil comprar".

**SONIA PLEITEZ**

"Me parecen esas historias de mujeres emprendedoras... que se inician en diseño y tiendas de moda. La verdad es de envidiar su empuje. ¡Que todo les vaya muy bien!".

**PAOLA GUIDO**

"La pasarela estuvo muy bien! Me encantaron los diseños militares, los azules (mi color favorito) y los estampados... Muy bonita selección".

**NANCY C. PALACIOS**



BELLEZA  
Y MODA



Belleza y colores pueden variar por succumal

Look de venta en:  
  
**prisma moda**  
*pasión por la moda*

Plaza Munda  
Soyapango

Plaza Merliot  
Santa Tecla

Plaza Prisma  
Santa Ana

Metrocentro  
San Salvador

Metrocentro  
Sonsonate

Plaza Viva  
San Miguel

Unicentro  
Metrópolis

Unicentro  
Lourdes

# Agenda NOVIEMBRE

DOMINGO

LUNES

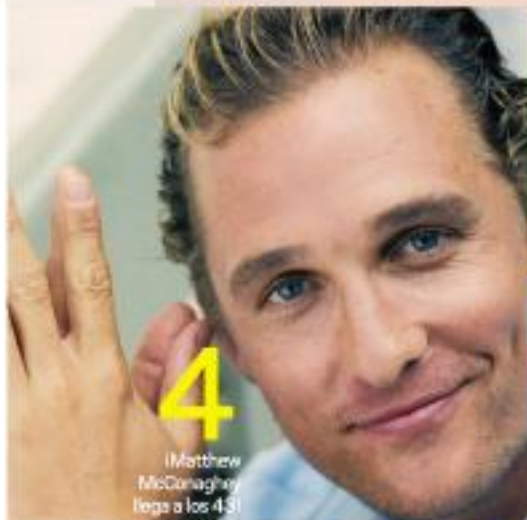
MARTES

MIÉRCOLES

JUEVES

VIERNES

SÁBADO



4

Matthew McConaughey llega a los 43!



1

DÍA DE TODOS LOS SANTOS



2

Día de los difuntos

3

Presentación de la Obra del Salino de El Salino en el Teatro Nacional de San Miguel.



6

Emma Stone cumple 24 años

7 CONCIERTO AVICCI EN CIFCO



LEONARDO DICAPRIO

12

ANNE HATHAWAY

¡CUMPLE SUS 30!



14

DÍA MUNDIAL POR LA LUCHA CONTRA LA DIABETES



17

Celebremos la paz mundial



19

Se celebra el Día del hombre



22

Día de acción de gracias



24

KATHERINE HEIGL

DÍA INTERNACIONAL DE LA ELIMINACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

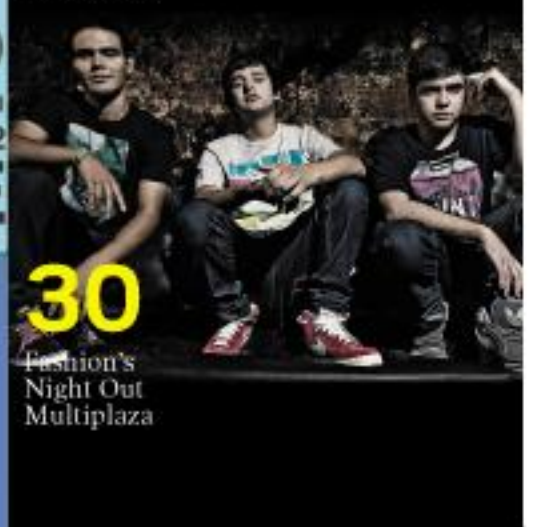
25



fashionifela.com

SVFW12  
EL SALVADOR FASHIONWEEK 12  
NOVIEMBRE

CONCIERTO 3BALLMTY EN CIFCO



27

Inicia SVFW12 Conversatorio de moda y Pink Carpet

28

SVFW12 PASARELA AVANT-GARDE

29

SVFW12 GALA

30

Fashion's Night Out Multiplaza

# LA MODA

*se vive aquí!*

**EN GALERIAS  
SEGUIMOS  
MARCANDO  
TENDENCIAS**

MUY PRONTO,  
TE DAREMOS

**NUEVAS  
OPCIONES**  
PARA QUE SIEMPRE ESTÉS  
**A LA MODA!**



**GALERIAS**  
*¡Vive la Moda!*

Columnista  
invitada



# CONSCIENTE S DE LA NIÑA Y LA MUJER

❖ **POR ALGUNA RAZÓN, EN ALGUNOS ENTORNOS TODAVÍA EXISTE LA CONVICCIÓN DE QUE LAS MUJERES VALEMOS MENOS QUE LOS HOMBRES.** Esto se refleja en muchos ámbitos de la vida de niñas y mujeres. Familiares que se "creen" con el derecho de abusarlas sexualmente o prostituir las, utilizándolas como simples objetos de placer o de "conveniencia" económica. Hombres, en puestos de dirección que deciden no contratar mujeres porque piensan que no serán tan "productivas". La sociedad nos ha asignado el rol de ser prácticamente las únicas responsables de criar y educar a los hijos por lo que trabajo y hogar son como agua y aceite, incombustibles.

Se pagan salarios menores respecto de los de los hombres por el sólo hecho de ser mujeres; se ignora una opinión femenina en medio de grupos mayoritariamente masculinos; o se contratan sólo por el hecho de ser atractivas físicamente obviando la experiencia y conocimientos requeridos para un determinado puesto.

Ya no digamos esos chistes de mal gusto acerca de las mujeres, una forma cobarde para desprestigiar y minimizar lo femenino. Lo más triste de todo esto, es que muchísimas mujeres celebran junto a los hombres ese tipo de expresiones y permean, nutren y sustentan en sus hijos esas creencias machistas, como por ejemplo el que una mujer debe ser dulce y jamás expresar su opinión o contradecir a su padre, hermano, jefe o esposo.

Estos y otros comportamientos suelen tener formas sutiles y pasar desapercibidos hasta por quien los

*Por Nadina Rivas.*

EN EL MUNDO DEL SIGLO XXI, LAS MUJERES TODAVÍA SUFRIMOS DISCRIMINACIÓN, ABUSO PSICOLÓGICO, LABORAL Y SEXUAL, ENTRE OTROS FLAGELOS QUE MINAN NUESTRA NATURALEZA.

sufre. Ignorarlos no hace que desaparezcan sino que cobran más fuerza en medio de la cotidianidad debilitando la estabilidad emocional, física y económica de una niña o mujer.

La escritora mexicana, Elena Poniatowska recoge en su novela biográfica sobre la pintora surrealista de origen inglés Leonora Carrington (1917-2011) una frase de la protagonista: "Hay algo que tengo que preservar adentro, algo que si dejo que destruyan no voy a recuperar". Expresión que me resultó un pensamiento y un sentimiento conocido.

Siempre ha existido algo dentro de mí que se ha revelado contra esas creencias limitantes y en una sociedad como la salvadoreña, provinciana y limitada, mi necesidad por sentirme en control y en libertad me ha llevado a buscar formas concretas para hacer alguna diferencia en mi entorno.

Las mujeres necesitamos mantener intacta esa fortaleza natural, que no debería ser tocada ni amenazada o vulnerada. Somos capaces, inteligentes y sensibles. La tarea es avanzar pero no para ser como los hombres. Modificar esas creencias instaladas profundamente en la sique colectiva respecto a la feminidad y las mujeres es un proceso que tomará muchos años pero no queda otra que aferrarnos a ese sueño y sembrar convicciones positivas para cosechar cambios definitivos en el tiempo. Soñar no cuesta nada.

---

DIRECTORA DE VOCES VITALES Y CONSULTORA EN COMUNICACIONES



# OLAY

TOTAL effects

CÁMBIATE A OLAY  
TOTAL EFFECTS.

*Thandie Newton*  
Actriz



**7** BENEFICIOS  
ANTI-SIGNOS DE LA EDAD,  
EN UNA SOLA CREMA.

OLAY. DESAFÍA LO POSIBLE.

[www.olayla.com](http://www.olayla.com)

Distribuido por AGE, S.A. de C.V. Tel. (503) 2263-6666 Fax (503) 2267-9767



# COVERGIRL®+OLAY®

maquillaje y cuidado de la piel en una sola botella.

¡2 milagros en 1!



## NUEVO

MAQUILLAJE TONE REHAB 2 EN 1.

MAQUILLAJE CORRECTOR +  
SERUM HIDRATANTE Olay®.

**1 puesta** cubre decoloraciones en la piel,  
líneas de expresión y arrugas.

**¡1 botella** ayuda a mejorar el tono  
de la piel con el tiempo! \*

\*Hidratando.

de bella, libre, natural, COVERGIRL®



<http://facebook.com/CovergirlLA>

SALUD ES BELLEZA



## FUERTE, FRESCO Y MASCULINO

ASÍ DENOMINAN OLIVIER CRESPI Y ANNICK MENARD A SU NUEVA CREACIÓN PARA JEAN PAUL GAULTIER, **KOKORICO**. ESTE AFRODISIACO LO PUBLICITAN DE LA MANO DE UN MODELO DE GRAN TRAYECTORIA, JON KORA JARENA, Y VIENE EN UN ENVASE "TRAMPANTOJO": DE FRENTE ES UN ROSTRO Y DE PERFIL UNA FIGURA MASCULINA EN UNA LATA ROJA DE PELÍCULA. ES UNA FRAGANCIA AMADERADA CON NOTAS DE COCOA, CEDRO Y PACHULI.

BÚSCALO YA EN LA RÍMERA.

## Acuática

Luego del Aqua Eternity del 2010,

Calvin Klein lanza **Aqua Eternity for Women**, una fragancia

moderna, de elegancia casual y misteriosa. Se despliega con una

mezcla explosiva de manzana Pink

Lady, pepino, albaricoque y

peonía blanca. Lleva un

buqué floral de jazmín,

tiaré, gardenia y

magnolia. Maderas

sensuales y soltadas

con almizcle la

complementan.

BÚSCALA EN

XCLAIM

GALERÍAS Y

BASILEA.



## Balance al rostro

La emblemática firma Elizabeth Arden lanza toda una línea de cuidado facial, **Visible Difference**, diseñada para prevenir la aparición de los primeros signos de la edad y que en tan solo seis días notas la diferencia. Visible Difference fue creado para un segmento que abarca desde las jovencitas que empiezan a arrugarse hasta mujeres de 35 años. Para el resto, la firma dispone

de otras líneas especializadas.



El tratamiento consiste en cuatro pasos (limpieza, tonificación, tratamiento y humectación) diseñados para piel seca, grasa y mixta, más productos de tratamiento suplementario. Uno de ellos es el Visible Difference Optimizing Skin Serum, un suero con un derivado exclusivo de retinol que vigoriza y nutre la piel volviéndola firme y elástica.

Y si la zona de los ojos luce inflamada, cansada y con ojeras, Elizabeth Arden presenta Brightening Eye Gel, una fórmula en gel sin fragancia con extractos naturales que viene con un aplicador en forma de roll-on. Busca esta línea en Almacenes Siman, Sears, Sanborn, Flirt y Pitoma Moda.

## UNA BOMBA

No solo el nuevo **Spicebomb** de Viktor & Rolf te corta la respiración... Su modelo, el top Sean O'Pry, cautiva sin duda. Esta fragancia oriental especiada viene luego de la exitosa Flowerbomb. Es la esencia del hombre misterioso, carismático y elegante. Esta creación de Olivier Polge surge con notas de pomelo y bergamota; su corazón es chepeante, con pimienta, elemi, pimienta y azafrán. El fondo de vetiver, cuero, tabaco y notas orientales. El fresco que simula una granada es sumamente masculino.

BÚSCALA EN  
PERFUMERÍAS  
MAGIE



# PIEL BIEN NUTRIDA



Los laboratorios de CHANEL han combinado el poderoso extracto de la Camelia Japónica Alba Plena, flor fetiche de Coco Chanel, con el extracto de jengibre azul de Madagascar para crear la línea **HYDRA BEAUTY**, la fórmula de la hidratación profunda ideal que además protege del estrés fisiológico y medioambiental.

La camelia, ayuda a la piel a rehidratarse evitando la pérdida de agua y el jengibre es una especie de centinela, ayuda a preservar la hidratación. El suero, combina el extracto Came-

lia Alba PFA, el jengibre y ácido hialurónico para que la piel se vuelva más tersa, luminosa y resistente. Su textura anacardada nutre, alisa y rellana sin sensación grasa. Hydra Beauty Creme es para pieles normales a secas e Hydra Beauty Gel-Creme para pieles normales es un baño de frescor. Su acabado mate permite maquillarse al instante y viene con un delicado aroma afrutado (melocotón blanco/sandia) y floral (jazmín, peonía y ciclamen).

HYDRA BEAUTY ESTÁ DISPONIBLE EN ALMACENES SIMAN.



## En plena búsqueda

MAC lanza la colección de otoño **STYLESEEKER**, influenciada por estilos y espíritus de todo el mundo. Te permite fantasear con un look de princesa marroquí o algo más bohemio. Busca los rubores translúcidos con mucho brillo, las sombras en dúo que dejan un efecto brillante en armonía con los Fluidline. También los clásicos Mattene Lipstick reviven un color dramático y denso que dura por horas. Los Lipglass logran un estilo fresco gracias a sus nuevas tonalidades y los esmaltes en tonos metálicos extienden el look de opulencia. Busca toda la colección en las tiendas MAC. ALMACENES SIMAN GALERÍAS Y LA GRAN VÍA.



VIJOSA



GRIN

*Skin, Hair & Nails*  
PIEL, CABELLO Y UÑAS



# o es un Cuento

Descubre la Fórmula Natural  
que promueve:

**Protección  
Antiarrugas  
Uñas Fuertes  
Cabello Saludable**



El resultado  
se nota!

DE VENTA EN FARMACIAS • SUPERMERCADOS • NUTRICENTER



REVOLON

©2012 Revlon

NUEVA  
COLORSTAY WHIPPED™  
CRÈME MAKEUP  
DURA HASTA 24 HORAS

Halle Berry está usando ColorStay Whipped™ Crème Makeup en el tono Caramel. Para mayor información ingresa en [Revlon.com](http://Revlon.com)



# TU PIEL SE VERÁ PERFECTA

HASTA POR 24 HORAS



Distribuido por Steiner, S.A. de C.V.

Finalmente, un maquillaje que ofrece un desempeño extraordinario. Su textura en mousse se siente sedosa sobre tu rostro y su fórmula con tecnología "time-release" balancea tu piel para un look perfecto durante todo el día que no se cuartea ni se desvanece.



Disponible en 8 tonos





# Yo me considero detallista, y te digo: realmente tienes que conocer este lugar

Creado con detalles que solo acá encontrarás

**Ven y date cuenta por ti mismo**  
Visita nuestras casas modelo, abiertas todos los días

Tel.: 2229-3757 / 2229-7486

Desarrollado por  
**Bolivar**  
[www.proyectosdevida.com](http://www.proyectosdevida.com)



 Disfruta Responsablemente

CERVEZA  
**Suprema**®  
*Roja*

*Una cerveza de tono rojizo, elaborada cuidadosamente a base de una especial malta importada, que añade un toque distintivo a su exquisito sabor y aroma.*

*Es el regalo perfecto para celebrar en la mejor época del año.*

• LIMITED EDITION •

**LA MAGIA ESTÁ  
EN LOS DETALLES**





LACOSTE



SAN SALVADOR AIRPORT  
SAN SALVADOR MULTIPLAZA

UNCONVENTIONAL CHIC **LACOSTE**



[Lacoste.com/ucwoman](https://www.lacoste.com/ucwoman)

SAN SALVADOR AIRPORT  
SAN SALVADOR MULTIPLAZA

*vitrina*

# Una huella imborrable

ASÍ SE PRESENTA LA PETITE ROBE NOIRE DE GUERLAIN, UN PERFUME QUE SE FUNDE CON LA MODA Y QUE BUSCA CAUTIVAR A LAS CHICAS QUE ESTÁN DESCUBRIENDO LA FIRMA.



“Une petite robe noire” es “a little black dress” en inglés... La petite Robe noire de Guerlain significa lo mismo, pero de esencia vintage, es decir, un vestido negro clásico que se ha adaptado a nuestros tiempos. Esto es así porque el perfumista Thierry Wasser ha retomado la receta de Guerlain —presente en todos sus perfumes— conocida como Guerlinade con una rosa creada especialmente hace dos años en el laboratorio de olores.

La Guerlinade compuesta por ingredientes fetiche de la casa parisina contiene haba tonca, vainilla, lirio y pachulí. La petite Robe noire realza materias primas lujosas como la cereza negra, el pachulí y la rosa, sensual e intrépida, apetitosa...

La cereza negra se hace presente en las notas de salida con una exquisita mezcla de almendras, frutos rojos y bergamota, muy frescas. Luego el buqué floral de rosa búlgara y absoluto de rosa turca se funden confitadas.

El regaliz, el té negro ahumado con elegantes notas de hojas de lapsang dan una sensación de cuero.

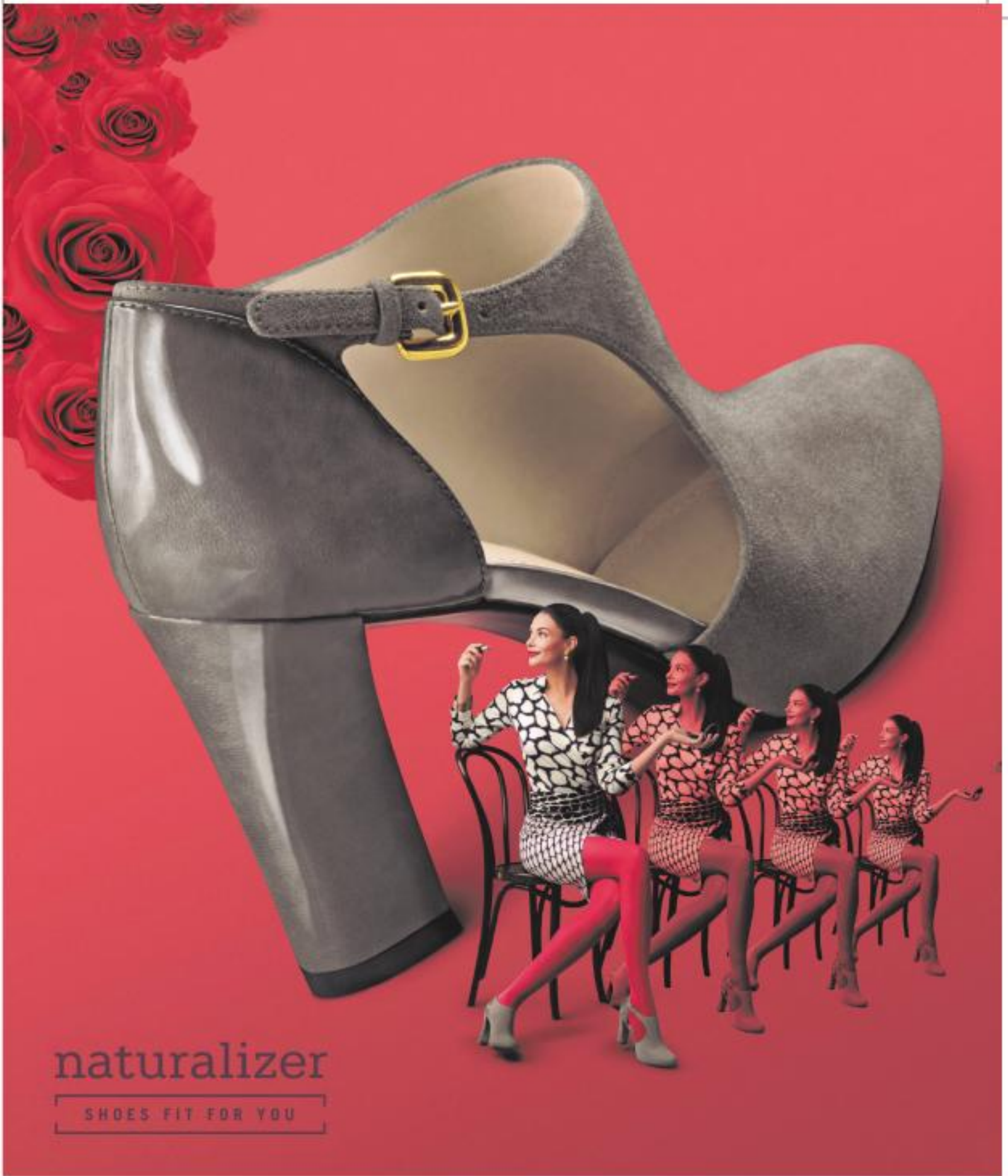
#### EMPAQUE DE LUJO

Si te gusta el concepto visual de La petite Robe noire, solo mira el frasco, un clásico reinterpretado que ya fue usado en Mitsouko y Heure Bleue. El corazón y la gota son dos de las formas icónicas de Guerlain. El tapón de este frasco centenario tiene forma de corazón invertido. Los adornos redondeados de los costados representan hombros femeninos. Su diseñador, Serge Manseau, creó un frasco en degradé rosa y negro con la silueta de un vestido negro corto y con mangas globo: la parisina coqueta, femenina y juguetona.

Disfruta con el “making off” de La petite Robe noire, donde los realizadores Kuntzel-Deygas se divertieron de lo lindo dando vida a esta musa sin rostro.







naturalizer

SHOES FIT FOR YOU



200. NIVEL LOCAL C 30 | TEL.: 2243-0461



LOCAL 17, PASAD GRAL. ESCALÓN | TEL.: 2284-8708



5VA. ETAPA, NIVEL 3 LOCAL #313, S.S. | TEL.: 2286-1776

[www.naturalizer.com.sv](http://www.naturalizer.com.sv) | [info@naturalizer.com.sv](mailto:info@naturalizer.com.sv)

*vitrina*

## BASE PARA TU BELLEZA

Revlon concierte tu piel con un maquillaje de larga duración. La nueva base en crema ColorStay Whipped Creme Makeup, fabricada con tecnología "time-release" proporciona un acabado ligero que no se cuartea. Tu piel se verá perfecta hasta por 24 horas.

La suave y sedosa textura se difumina perfectamente, sin dejar una sensación pesada en tu piel. Su exclusiva fórmula, con seda e ingrediente botánicos, se siente suave sobre el rostro mientras proporciona una cobertura moldeable, para unificar el todo de la piel.

Esta lujosa base en crema proporciona un suave acabado mate que mejora cualquier tipo de piel.

Por último, el maquillaje ofrece el máximo rendimiento. La textura de mousse se siente como seda sobre su piel. Y la fórmula de liberación de tiempo equilibra la piel para una apariencia impecable todo el día, flexible sin descamación, apelmazamiento o sensación pesada.

La ganadora del Oscar, Halle Berry permanece como musa de Revlon y de este nuevo cosmético que revoluciona el maquillaje.

### BENEFICIOS:

- Mate suave que dura todo el día.
- Resiste el calor y la humedad, ideal para el verano.
- Viene en ocho tonos.

### CONSEJOS DE EXPERTOS:

- Aplicar sobre la piel limpia.
- Con las yemas de los dedos o un aplicador funde sobre la piel comenzando en el centro de la cara, la frente, nariz y barbilla hacia el exterior.



## LARGAS 24 HORAS

Lograr pestañas largas e intensas hasta por 24 horas, sin correrse ni cuartearse y sin dejar grumos en tus pestañas, lo consigues con la nueva Revlon ColorStay Overtime Lengthening Mascara.

Su tecnología innovadora te proporcionará pestañas largas y envidiables que se mantendrán perfectas durante todo el día. Ahora tu máscara resiste tanto como tu y hasta un poco más.

- Fórmula alargadora de larga duración hasta de 24 horas.
- Largas e intensas.
- No se cuartea, mancha ni forma grumos.
- A prueba de humedad, sudor o lágrimas.
- A prueba de agua.
- Viene en tonos Blackest Black, Black, Blackened Brown.

### CONSEJO DE EXPERTOS:

- Aplicar el rímel por arriba del cepillo de barrido desde la raíz hasta la punta.
- Repite de nuevo para añadir más largo.



## PROMOCIÓN

# *¡Revlon renueva tu cosmetiguera!*

Como conocedoras de belleza y de todo lo que tiene que ver con ella, seguro sabes las respuestas a estas preguntas. Envíalas a [mujeres.es@gmail.com](mailto:mujeres.es@gmail.com) con tus datos personales y participarás en el sorteo de un paquete de productos REVLON para labios, ojos y rostro valorado en \$100.

¡TIENES HASTA EL 12 DE NOVIEMBRE PARA PARTICIPAR!

### ESTAS SON LAS PREGUNTAS:

- ¿Cuál es el nombre de la base que Revlon te trae para esta temporada?
- ¿Qué actriz famosa aparece en el anuncio de Revlon?
- ¿Qué beneficios te trae la nueva base Colorstay Whipped?
- Menciona cuánto tiempo de duración en tu piel tiene la base Revlon Colorstay Whipped?

\* NO PARTICIPA PERSONAL DE REVLON NI DE GRUPO EDITORIAL ALTAMIRANO. \*\*LOS CORREOS DEBEN INCLUIR EL NOMBRE COMO APARECE EN EL DNI Y UN TELÉFONO PARA CONTACTARLOS.



MAJORICA

*Celebrating 120 years*

De venta en: • Siman • Sears



C. C. El Paseo  
Tel.: 2275-6178



[www.facebook.com/ferrerigoa](http://www.facebook.com/ferrerigoa)

Las mujeres de HOY se hacen ver

Celebra los **10 años** de la  
revista **mujeres** ganando...

una de las  
**REGALO CITI**

Nombre: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ DUI: \_\_\_\_\_

Participa también en [www.mujereselsalvador.com](http://www.mujereselsalvador.com)





# 5 TARJETAS de \$1,000 c/u

Recorta y llena este cupón con tus datos personales y deposítalo en buzones ubicados en los kioscos de El Diario de Hoy en los principales centros comerciales, también puedes completar el cupón digital en [mujereselsalvador.com](http://mujereselsalvador.com), tienes hasta el 22 de noviembre.



**SORTEO: 23  
DE NOVIEMBRE  
DE 2012.**



**EL DIARIO DE HOY**  
EL PERIÓDICO DE EL SALVADOR

*copiaelook*

# Jeans sobre jeans

LA MODELO VALERIA SESTIC REVELA PARA LA CAMPAÑA DE SPORTMAX CODE OTOÑO INVIERNO 2012-2013 LA CLÁSICA CAMISA VAQUERA CON UN DISEÑO DE INSPIRACIÓN MILITAR COMBINADA CON UN JEANS AJUSTADO.

**De arriba abajo**

Jeans ajustado con detalle de tachas (\$59.95) de Bershka.  
Camisa denim con efecto desgastado (\$59). En tela de jeans con costura en contraste (\$59).  
Jeans estilo tobillero en verde (\$59).  
Collar de cadena decorado con cristales (\$89) todo de MNG.

Cinturón con cierre de piedra grande (\$17.95).  
Bandolera con solapa decorada con tachas y asa larga de cadena (\$139).  
Stilletos (\$99.95), los tres de Zara.  
Juego de brazalete y pulsera con estampado de serpiente (\$15.95) de Stradivarius.



BOUTIQUES PIERRE CARDIN Y ALMACENES DE PRESTIGIO



**pierre cardin**<sup>®</sup>  
PARIS



# Regala belleza y sonrisas en Navidad

vitrina

NAVIDAD ES LA OPORTUNIDAD DE BRINDAR UNA SONRISA POR MEDIO DE UN REGALO Y QUÉ MEJOR SI ESA SONRISA LLEGA A QUIEN MÁS LO NECESITA. ES POR ESO QUE LAS MARCAS DE COSMÉTICOS POR CATÁLOGO ÉSIKA Y L'BEL DE BELCORP HARÁN BRILLAR MUCHAS SONRISAS E ILUMINARÁN EL FUTURO DE MUCHAS MUJERES. UN PORCENTAJE DE LA VENTA DE LOS PRODUCTOS DE LAS PÁGINAS CON EL SELLO "NAVIDAR", SERÁ DONADO AL PROGRAMA GRANDES MUJERES DE LA FUNDACIÓN BELCORP.

ESTE ES UN PROGRAMA QUE BUSCA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE MILES DE MUJERES EN LATINOAMÉRICA, DÁNDOLES LA OPORTUNIDAD DE FORTALECER SU AUTOESTIMA, COMPRENDER SUS DERECHOS Y GENERAR INGRESOS PROPIOS. POR LA COMPRA DE FRAGANCIAS, MAQUILLAJE, PRODUCTOS DE CUIDADO PERSONAL Y CAPILAR, LÍNEA DE BAÑO Y ACCESORIOS QUE OFRECEN AMBAS MARCAS CON EL SELLO "NAVIDAR", 14,000 MUJERES SERÁN CAPACITADAS EN ESTE PROGRAMA.



## Opciones para toda la FAMILIA

Ésika ofrece regalos para ellas con los paquetes de Secret Musk y Momentos de libertad, deliciosos aromas de suave y delicadas fragancias para usar todo el día. Para que los hombres no se queden atrás, puedes sorprenderlos con regalos especiales con fragancias de aromas modernos y exquisitos, como Cardigan, que incluye colonia, desodorante y una bolsa de regalo. A los pequeños de casa consiéntelos con champú, colonia y gel de baño. Y checa los accesorios de la colección Speed y Paradise. Mientras que en en L'bel encontrarás fragancias como Illimité, de aroma floral- madera, y la Devos Magnetic, intensa que combina picantes especias, bourbon y tabaco. También los tratamientos de belleza llegan a súper precio.



## Mujer sofisticada

Femme es una novedad de L'BEL, es un perfume femenino y elegante catalogado como floral luminoso, un homenaje a esa mujer que tiene una belleza que nace de su esencia y se refleja hacia afuera como una luz radiante e inspiradora. La perfumista Nathalie Lorson fue la encargada de crear Femme, quien pensó en una mujer auténticamente elegante, optimista, con una sensualidad sutil y también sofisticada.



De aroma luminoso otorgado por un buqué de flores blancas, los jasmínes de mejor calidad, lino blanco y flor de naranjo es injectado de elegancia por chispantes frutos cítricos. Finalmente, un toque de violeta revive el dorado pavoroso del maquillaje clásico. El frasco representa toda la belleza y feminidad de esta esencia, con suavidad de colores, formas y sutiles cortes. Además de un elegante accesorio dorado que lo envuelve.





CELEBRATE,  
*Happiness*



**DANA&CALLENA**

La Gran Via, Segundo Nivel Tel. 2289 4337  
[www.danaycallena.com](http://www.danaycallena.com) • [info@danaycallena.com](mailto:info@danaycallena.com)

moda

# ESTILOS DE GALA

AQUÍ TE DAMOS ALGUNOS TIPS DE CÓMO LLEVAR TUS ZAPATOS DE GRADUACIÓN.

- Si te decides por un vestido corto y divertido, aprovecha la oportunidad para lucir tacones verdaderamente llamativos.
- Para vestidos largos y formales, elige zapatos metálicos y logra un look más dramático.
- Si vas a usar un vestuario de colores llamativos, decídate por unos zapatos de tonalidades neutrales para darle protagonismo a tu atuendo.
- Si eres arriesgada en la moda y eliges un vestido metálico, combina zapatos simples en un look sofisticado que mantendrá la atención en tu espectacular vestuario.



ADOC<sup>®</sup>  
PRESENTA  
NUEVA COLECCIÓN

Abre la app iPhone, envía foto  
de la palma y descubre toda la colección.



# PROM 2012



EXHIBIÉNDOSE EN TU TIENDA ADOC FAVORITA

## vitrina

Dije de oro amarillo de 14K con diseño en filigrana (\$429).



Aretas de plata en diseño de gota con circones (\$139.95).



Topacios y diamantes en vibrantes tonos en oro de 14K. Anillo (\$1.159.95) y aretes (\$1.599.95).



Singular diseño en tonalidades pastel en oro de 14K. Anillo (\$714.95) y aretes (\$634.95).



Pulsera con cuatro hilas de perlas y pieza de oro de 14K (\$429.95). TODOS DE CASA DE ORO.

# En oro y plata

CASA DE ORO TIENE NOVEDADES EN DISEÑOS DE JOYERÍA. LOS CLÁSICOS O MÁS MODERNOS EN UN MISMO LUGAR PARA EL DÍA O LA NOCHE.



Plata de ley. Juego de aretas y dije en plata con baño de oro rosa y circones (\$199.95).



Cruz con perlas y diamantes en oro de 14K (\$429). Y aretas a juego (\$464.95).

## Relojería XL

WORLD TIME tiene novedosos diseños para que lumbres en todos los ambientes en que te mueves. Se trata de diseños originales, de firmas reconocidas mundialmente y muy vanguardistas.

El reloj N.O.A. de la serie Ito tiene caja de acero inoxidable y brazalete de caucho (\$1.195). El modelo Swatch en metal y negro (\$269).

Diseño en tono pastel de la colección Cruise Beach de Techno Marine. Viene en acero inoxidable con brazalete de silicón removible, dije de la firma y cápsula de protección (\$585).

El T-Race de la colección deportiva de la firma suiza Tissot viene en acero inoxidable con cristal de zafiro y brazalete de silicón (\$1.039).

WORLD TIME ESTÁ UBICADO EN MULTIPLAZA Y GALERÍAS.





**ADOLFO DOMINGUEZ**



vitrina

Bolso elaborado en nylon resistente e impermeable de doble asa, con bolsillo frontal (\$22).

Bandolera GO de estilo deportivo y juvenil con estampado de lunares y rayas (\$17).

## Juveniles y modernos

MIKEMIKE continúa innovando y diseñando bolsos que van a la vanguardia de la moda. Esta vez sorprende con diseños casuales y divertidos dirigidos a jóvenes que desean llevar al colegio, la universidad o simplemente de paseos un bolso que los distinga. Están fabricados en lona y nylon para resistir todo tipo de actividades, vienen en vibrantes colores para que seas el punto de atracción.

Bolso con diseño Pop Corn, elaborado en lona extra gruesa (\$22).



## Britto Collection



The Beauty Shop lanzó la exclusiva línea de joyas y accesorios diseñada por el famoso Romero Britto. Ahora puedes adquirir "ARTE" de uno de los artistas plásticos con mayor renombre mundial dentro del "pop art". Su estilo se plasma en dijes, pendientes, llaveros y muchos más accesorios.

Es el color en su máximo esplendor con formas geométricas y trazos infantiles muy vistosos. Britto es considerado un genio contemporáneo, nació en Brasil y es un artista mundialmente conocido. Sus obras se exhiben en museos y galerías en todo el mundo. Ha expuesto en el Louvre y tuvo la mayor instalación de arte en el Hyde Park de Londres.

Los mayores coleccionistas de arte alaban su creatividad y originalidad. Su inspiración está en las colecciones de los jefes de Estado, la nobleza europea, coleccionistas de arte internacionales y las super estrellas de los deportes, entretenimiento y los negocios.

BUSCA LA COLECCIÓN EN THE BEAUTY SHOP LA MASCOTA Y METROSUR.



## Entrenador personal interactivo



Cada vez más el deporte y la tecnología se unen para brindar accesorios que pueden ayudar a medir el rendimiento de quienes hacen ejercicio. Adidas ha diseñado un sistema completo para quienes desean monitorear su desempeño por medio de unas zapatillas y un dispositivo sensor que ayuda a los deportistas a medir y mejorar su rendimiento. Se trata del **Micoach Seed Cell**, este aparato actúa como un entrenador personal capaz de registrar giros en 360°, el rendimiento del usuario y la distancia que da entre cada paso.

El **Speed Cell** puede dar la puntuación definitiva de rendimiento. Con hasta ocho horas de datos de velocidad, aceleración, distancia y ritmo, confirmará de una vez por todas quién es el más rápido. Se adapta a los zapatos compatibles con MICOACH sin que se vea (y además viene con un clip para las cintas). Se sincroniza sin cables desde el campo vía MICOACH CONNECT. **Speed Cell** funciona como un entrenador personal, los deportistas pueden acceder a su información online.

Para usarlo se siguen los siguientes pasos:

1. Ingresar a la página [www.adidas.com/es/micoach/](http://www.adidas.com/es/micoach/) y descarga el programa para la computadora, también deberás crear un perfil de usuario.
2. Instala el programa y sincronízalo con la unidad MICOACH.
3. Elige un deporte y un programa de entrenamiento.
4. El programa te indicará qué es lo que debes hacer cada día, cuántos minutos y a qué intensidad.
5. Después de realizar el ejercicio, únicamente deberás conectar a la computadora la mini USB que viene en el producto, que buscará inalámbricamente el dispositivo MICOACH para actualizar los datos del entrenamiento que ya se ha realizado.

Ya está disponible en Jaguar Sporto Galerías y Multiplaza.



UN BRINDIS EN  
UN AMBIENTE QUE  
TE HACE VIVIR  
MOMENTOS ÚNICOS

PEOPLE  
ENJOY  
PEOPLE



/plazafuturaelsalvador

  
PLAZA FUTURA  
WORLD TRADE CENTER, SAN SALVADOR

World Trade Center, 87 Avenida Norte y  
Calle El Mirador, Col. Escalón, San Salvador.  
[www.plazafutura.com](http://www.plazafutura.com)

moda



## CASUAL GRACIAS A CAT

La firma internacional presentó la colección Otoño-Invierno 2012. Está enfocada en la idea de que las personas son quienes mueven el mundo y por ello requiere prendas útiles para su día a día. La colección para mujer es una mezcla de un estilo casual con detalles femeninos, desarrollada para la mujer moderna... "Just for You". La de caballeros está dividida en dos inspiraciones:

- **1904**: representa las raíces e historia de la marca Caterpillar, brindando la calidad y autenticidad que la caracteriza.
- **Urban Utility**: una colección adaptada a la innovación y progreso, ofrece ropa con diseños modernos, que captan la actividad con la que se mueven los jóvenes de hoy.

CAT ofrece comodidad, seguridad y durabilidad. Las prendas se puede combinar con el calzado CAT para lograr un estilo completo. Para conocer sobre las nuevas colecciones, tendencias en ropa y calzado y promociones especiales búscalos en Facebook: [www.facebook.com/CATilfestylacentroamerica](http://www.facebook.com/CATilfestylacentroamerica)







**NUEVA  
COLECCIÓN  
2012**

**MULTIPLAZA**

**METROCENTRO**  
4ta. Etapa

[www.facebook.com/CATlifestyleCentroamerica](http://www.facebook.com/CATlifestyleCentroamerica)

www.cat.com © 2012 Invenio World Wide. CAT, ONEDRILLER, their respective logos, Caterpillar yellow and black color design, "CAT" as well as the "D" and "C" word marks are trademarks of Caterpillar and may not be used without permission. ADOC S.A. de C.V., es autorizado distribuidor de Cat Fashion by exclusive rights de venta por Cat Fashion.

# ESTILOS INSPIRADOS

ADOLFO DOMÍNGUEZ YA PRESENTÓ SU COLECCIÓN OTOÑO INVIERNO INSPIRADA EN EL MINIMALISMO DE LOS 90 CON CIERTO AIRE BARROCO. LÍNEAS RECTAS DE INSPIRACIÓN NOVENTERA SE MEZCLAN CON LAS FORMAS REDONDEADAS DE LOS 80



Los volúmenes cobran importancia, los tejidos ricos y con relieves sobre formas sencillas, las mangas ranglán y japonesas, una mezcla divertida. El punto es protagonista y el jacquard se luce voluptuoso y suave. Un soplo retro con microdibujos y estampados corbateros en vestidos y blusas.

Las faldas y tops tienen el encanto del encaje y del guipur. Los poliéster y viscosas vienen como una alternativa a la seda y los abrigos vienen en eco pieles de estampados animales y florales.

¿Una pieza clave? La chaquetas boxy, el abrigo cocoon y la maxi trenca. El conjunto de dos piezas en crepé, el top peplum y las blusas rectas también son un "must have" de la temporada.

Los pantalones llegan anchos muy masculinos y los vestidos en corte recto con mangas largas.

Para ocasiones especiales los vestidos cortos y largos con cinturas acentuadas en sedas con incrustaciones de cristales serán la atracción. Son los llamados vestidos joya elaboradas a mano con palilletes y otros con estampados de estampado animal.

Los colores del invierno serán los rosas y una amplia gama de púrpuras-berenjena, sangre de toro y cereza. Azules cobalto, navy y pavo real combinados con grises acero. Los incondicionales tonos marrones, tostados y tierras con pinceladas de melocotón. Y los verdes tipo bosque, musgo y algunos toques de pistacho.



## JOYERÍA BRASILEÑA

Exclusive ha recibido novedades en diseño de joyería enchapada. Se destacan para la temporada piezas en acero inoxidable con baño de oro de 18 kilates decoradas con circones, las cuales dan un brillo y sofisticación especiales. Todos los productos de Exclusive son hipoclorados y son fabricados bajo estándares de calidad ISO 9001.

Si además quieres darle vida a tu propio negocio, esta es la oportunidad para ti! Exclusive está ubicada en la prolongación de la calle Aroe 2010, colonia Flor Blanca. Llama al 2520-2700 o visita su página web [www.exclusivoca.com](http://www.exclusivoca.com)



Lava en seco  
tu cabello

**Sáltate  
DOS PASOS**



**NUEVO**

### Con Suave Dry Shampoo

Rocía directamente en las raíces y frótalo con tus manos a lo largo del cabello.

Suave Dry Shampoo, previene esa molesta sensación grasosa refrescando tu cabello entre lavadas.

Ahora puedes tener un cabello limpio y seco en solo unos minutos.

**Suave**<sup>®</sup>  
PROFESSIONALS

moda

# Ultra comodidad

LA RECONOCIDA FIRMA HUSH PUPPIES SE ESPECIALIZA EN CONSENTIR LOS PIES. BODY SHOE, ESA LINEA ESPECIALIZADA, VIENE CON NUEVOS DISEÑOS.

La nueva colección de **The Body Shoe** es casual por fuera y atlético por dentro, está pensada para ofrecer una experiencia única de comodidad, elaborada con materiales de la mejor calidad y alta tecnología que ofrecen el ajuste que habitualmente se encuentra solo en zapatos deportivos.

Entre los beneficios que esta colección ofrece se encuentran: el balance, alineación y mejor eficiencia al caminar; absorbe el exceso de humedad y evita la acumulación del calor. Además su plantilla especializada con **Comfort Discs** individuales y flexibles crean un contorno único, así como su extra almohada masajea tus pies donde más lo necesitas.

Esta colección forma parte de los nuevos diseños que trae Hush Puppies para satisfacer y darle lo mejor a sus clientas una vez más. **The Body Shoe** es una opción para personas activas, que viven un estilo de vida saludable y que disfrutan de actividades al aire libre pero que siempre buscan vestir con estilo.

Hush Puppies es una marca reconocida internacionalmente que no solamente se destaca por su calidad y confort sino que también busca la innovación a través de tecnologías en calzado buscando el cuidado de los pies de sus clientes.



# SMART MOVES

TU VIDA EN MOVIMIENTO



## HECHOS ESPECIALMENTE PARA TI

La línea **The Body Shoe** de Hush Puppies ha sido creada especialmente para ti, ofreciendo comodidad y bienestar a tus pies gracias a su ajuste anatómico y su nuevo sistema de amortiguación *Comfort Fit*.



**Hush Puppies®**



**The Body Shoe®**

Metrocentro, 7a. Etapa Local No 232 H, San Salvador, Tel: 2261-1722 y 2260-2435 • Centro Comercial Plaza Mundo, 4ta. Etapa, Local 183, Tel: 2277-6320 • Centro Comercial Metrocentro, San Miguel, Etapa 19, Local 88 E, Tel: 2667-8683 • Centro Comercial Galerías, Local 139, de Comercio 1, Módulo 2, San Salvador, Tel: 2223-7723 y 2223-7724 • Centro Comercial La Gran Vía, Local 301-302, Tel: 2278-9623 y 2278-4511 • Centro Comercial Multiplaza, San Salvador, Tel: 2243-8317

# FALL · 2012

WWW.STEVEMADDENCA.COM



STEVEMADDENELSALVADOR



STEVEMADDEN\_CA



TIENDA STEVE MADDEN // C.C. LA GRAN VÍA, EL SALVADOR // TEL: 2278 6871

STEVE MADDEN

VS

# High LOW

## EL GLAMOUR

Y LA ELEGANCIA QUE TRANSMITEN  
LOS SKY HIGH HEELS // // // //

Combinados con la comodidad y versatilidad de los flats, son las opciones que Steve Madden trae para ti esta temporada.

### //HIGH//



Los zapatos de tacón alto proporcionan feminidad y elegancia a cualquier outfit, reflejarás seguridad en ti misma y ¡Nadie podrá dejar de admirar tu look!

Son perfectos para cualquier ocasión por la variedad de estilos que puedes encontrar; uno de nuestros favoritos son ANGYLNA y BOWDEREK, lucirán increíbles con el clásico little black dress.

### //LOW//



Para las chicas más activas, los zapatos flats llegan al rescate; elegantes, diferentes y con mucho estilo, aportan a tu look un toque súper femenino como STROLL, una perfecta combinación de las tendencias Animal Print y Neón.

También VEGASS con un material glamoroso para un toque especial a tu look.

¡Ven a tu tienda Steve Madden y descubre si eres High or Low!

moda

# Tus momentos especiales

LA GRADUACIÓN ES EL MOMENTO MÁS ESPERADO POR TODAS LAS CHICAS, POR ESO TIENES QUE CELEBRARLO A LO GRANDE. SI TODAVÍA NO HAS DECIDIDO CÓMO VESTIRTE EN PRISMA MODA ENCONTRARÁS DIFERENTES ESTILOS QUE TE HARÁN LUCIR "10"

Por *Angélica Avendaño*. Fotografías *César Avilés*

Desde arriba: Diseño de falda y blusa con cuello redondo decorado con pedrería (\$69.99). Brazaleta plateada en correas diagonales (\$7.99). Cartera de mano en diseño de sobre plateado (\$19.99). Sandalias Pierre Dumas de correas delgadas plateadas (\$29.99).

Collar en diseño "necklaces" (\$9.99). Vestido strapless con pliegues asimétricos (\$44.99). Bolso de mano en diseño retro con estampado floral (\$19.99). Sandalias de correas delgadas en dorado (\$29.99).

Pulsera de pedrería (\$7.99). Vestido en diseño de falda y blusa con cintura decorada con pedrería (\$69.99). Sandalias Kenneth Cole Reaction con mostracillas y lentejuelas (\$34.99).



PRISMA MODA  
METROCENTRO  
2261-1444 /  
MERLIOT.  
2228-0841.



# ELLA

**Makeup**  
LABIOS Y UÑAS,  
LA FUSIÓN  
PERFECTA DE  
TEMPORADA

**Sazones**  
RECETAS  
PARA HACER  
LOS MEJORES  
SANDWICHES  
GOURMET

BUSCA EL  
PROM SPECIAL  
DULCES OPCIONES  
EN VESTIDOS Y  
PEINADOS PARA  
LUCIR EN TU FIESTA

RECONSTRUYE  
TU VIDA  
DESPUÉS DE UNA  
MASTECTOMÍA  
LA HISTORIA DE DOS  
MUJERES QUE LO  
LOGRARON

6  
MITOS  
SOBRE EL  
CANCER  
QUE DEBES  
ACLARAR

FASHION  
**IN PINK**  
& AGAINST  
CANCER

LPG BÚSCALA  
EN EL  
KIOSKO LPG

ELLA ES MIEMBRO DE

**FIPP**

ELLA.laprensagrafica.com

7 416 600 500056

Nº 142 AÑO 25 NOVIEMBRE 2012

\$2.00



## Maquillaje a tono

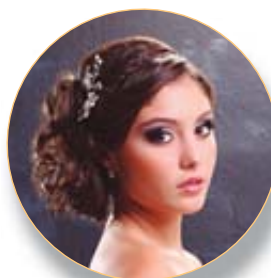
EN NUESTRA SECCIÓN MAKEUP, TE PRESENTAMOS UNA DE LAS TENDENCIAS EN MAQUILLAJE QUE NO DEBES DEJAR DE LADO ESTA TEMPORADA: COORDINADOS DE ESMALTES Y LABIALES. COMBINA TUS LABIOS Y UÑAS ¡DE UN MISMO COLOR!

14

## Ella se viste de rosado

APOYANDO LA PREVENCIÓN Y LUCHA CONTRA EL CÁNCER, revista Ella se une y presenta una moda donde el color rosado es el principal protagonista, con prendas y accesorios que hacen gala de este maravilloso color que nos identifica como mujeres.

40



## LISTA PARA LA "PROM"

TE PRESENTAMOS LAS OPCIONES DE PEINADOS QUE ESTARÁN "TRENDY", DESDE CABELLOS RECOGIDOS HASTA SEMIRECOGIDOS, con accesorios que le dan un toque de brillo y elegancia a tu peinado, ideales para tu baile de graduación.

58



EN ESTA OPORTUNIDAD, UN AMBIENTE LLENO DE COLOR Y DULZURA TE ENVOLVERÁ PARA QUE CONOZCAS OPCIONES DE VESTIDOS CORTOS EN COLORES VIBRANTES Y LLENOS DE BRILLO. Si estás próxima a graduarte y quieres que tu personalidad sobresalga, no dejes de ver estas páginas.

## Una fiesta divertida!



64



## Un lazo por la vida

EN EL MARCO DEL MES DEDICADO AL CÁNCER DE MAMA, HEMOS VESTIDO NUESTRAS PÁGINAS DE ROSADO, CON UN ESPECIAL DONDE ENCONTRARÁS TEMAS DE INTERÉS PARA LA FAMILIA, AMIGOS Y PACIENTES DIAGNOSTICADAS CON CÁNCER.

23

## DELICIAS GOURMET

EN NUESTRA SECCIÓN SAZONES, PODRÁS ENCONTRAR DIFERENTES OPCIONES PARA ELABORAR SÁNDWICHES

de una manera especial y saludable, con los ingredientes y especialidad de carne que más te guste: pollo, res o pescado.



76



**PRESIDENTE DE GRUPO DUTRIZ:** JOSÉ ROBERTO DUTRIZ

**DIRECTOR EDITORIAL:** GABRIEL TRILLOS

**DIRECTOR DE NEGOCIOS:** ALEX MONTERROSA

**GERENTE DE REVISTAS:** FERNANDO GOLSCHER

**EDITOR:** MARLA FUENTES DE MIRASOL

**COORDINADORA:** ZORAYA MELÉNDEZ BONILLA

**COORDINADORA DE MODAS:** KATYA RENDEROS

**REDACTORAS:**

SUREYA L. ORELLANA, MORENA LEIVA, BEATRIZ MENJÍVAR, MARGARITA SALGUERO, KARLA ESPINOZA, SILVIA RIVERA Y GABRIELA CANALES GALLO

**JEFE DE CONCEPTOS VISUALES:** ENRIQUE CONTRERAS

**COORDINADOR DE DISEÑO:** EDWIN RIVAS

**DISEÑADOR:** WALDO RAMSÉS BARAHONA

**JEFE DE FOTOGRAFÍA:** VLADIMIR LARA

**EDITOR DE FOTOGRAFÍA:** TEYO ORELLANA

**FOTÓGRAFOS:**

AARÓN GANZ, EDGAR LACAYO, VÍCTOR RECINOS, ROBERTO VENTURA, RICARDO SILIEZAR Y MAURICIO GUZMÁN.

**COMERCIALIZACIÓN**

**GERENTE DE VENTAS:** MARGARITA GEOFFROY  
**EJECUTIVA DE VENTAS:** WENDY ZELAYA, TEL. (503) 2241-2326

**GERENCIA DE DISTRIBUCIÓN Y CIRCULACIÓN** RICARDO VALLADARES, TEL. (503) 2241-2511 Y (503) 2241-2515

**FOTO DE PORTADA**

**MODELO:** JESSICA STEWART  
**MAQUILLAJE Y PEINADO:** RENÉ VALDIVIESO, AMARELLO SALON & SPA

**VESTUARIO Y ACCESORIOS:** MIMI BOUTIQUE Y TRÉZZA  
**FOTÓGRAFO:** ROBERTO VENTURA  
**PRODUCCIÓN:** KATYA RENDEROS

**ELLA MAGAZINE**

ES LA ÚNICA REVISTA SALVADOREÑA PARA LA MUJER QUE ES AUDITADA POR VERIFIED, EMPRESA LÍDER EN LA AUDITORÍA DE CIRCULACIÓN DE REVISTAS Y PERIÓDICOS.



**IDEAS PARA ORGANIZAR MI BODA DE CAMPO**

Hola, amigas, ya vi la revista y está superinteresante. La he leído paso a paso, pero necesito ideas para organizar una boda de campo al aire libre con estilo rústico, es decir, desde tarjetas hasta qué tipo de vestuario es el ideal tanto para él como para ella. Espero puedan ayudarme ya que necesito la información para estos días.

**Turquesa Medrano**

**ELLA MAGAZINE:**

Estimada Turquesa, con mucho gusto trataremos de solventar tus dudas. En cuanto a decoración en bodas al aire libre se impone el estilo rústico-chic, tendencia que puedes aplicar en la ambientación incorporando elementos como carretones cargados de flores, jaulas antiguas, centro de mesa elaborados con pequeños troncos de madera, vidrio o metal, así como candelabros antiguos y detalles de platerías, etcétera. Las mesas deben ser rectangulares y puedes vestirlas con manteles de yute o usar mantelería en tonos pasteles y cálidos. Los invitados pueden llegar con vestidos informales y cómodos. En cuanto al traje del novio, el tejido más usado para este entorno es el lino y los colores adecuados para su ajuar son: gris, beige y tonos arena. Para la novia los vestidos en corte sirena, de organza, con detalles florales son los que están en boga. En accesorios los tocados de pluma, cristales y bouquet con flores en tonos intensos. Te sugerimos consultar la moda que salió en la última edición de Boda de la página 56 a la 66 donde encontrarás vestidos que se pueden usar en bodas realizadas en espacios abiertos como en el lago, la playa o el campo. ¡Suerte!

Una publicación del



**¡CONTÁCTANOS!**



Nos encantaría conocer tus ideas sobre ELLA MAGAZINE. Envía tus preguntas, sugerencias y comentarios a LA PRENSA GRÁFICA. Urbanización y bulevar Santa Elena, Antiguo Cuscatlán, La Libertad, o escríbenos a nuestra dirección electrónica: [ella@laprensagrafica.com](mailto:ella@laprensagrafica.com)

# ELLA PLUS



## LA VIDA EN ROSA

BUSCA EN NUESTRA VERSIÓN TABLET EL BACKSTAGE DE LA MODA PRINCIPAL DE ESTA EDICIÓN, EN DONDE LAS PRENDAS EN COLOR ROSA ADQUIEREN EL PROTAGONISMO. Una producción en la que se ofrece un homenaje a la lucha contra el cáncer de mama. Encuentra diferentes conjuntos para una mujer activa, dinámica, trabajadora, divertida y que gusta de vivir día a día.



## TODO SOBRE LAS MASCARILLAS FACIALES

Entérate de los mejores tips de belleza, para lucir siempre linda, no te pierdas nuestra siguiente Twitcam este próximo 6 de noviembre, en la cual hablaremos sobre las diferentes mascarillas caseras para cada tipo de piel. Una excelente ocasión para que, junto a profesionales, puedas resolver tus dudas y aprender mucho más sobre tu cuidado personal. Sigue nuestra cuenta en Twitter: @RevistaElla y entérate de cómo puedes participar.



## COMPARTE TUS OPINIONES CON NOSOTROS EN TWITTER:

**@ligacancersv** Quiero agradecer a revista Ella por siempre apoyar las buenas causas. También quiero darles las gracias por el evento de ayer de inauguración del mes del cáncer de mama en Plaza Futura.

**@SoniuxValdes** Definitivamente, los mejores eventos que he hecho son con revista Ella, pues tratan tan bien a las modelos. ¡Me encanta!



## ¿QUÉ TE PARECIÓ LA REVISTA ELLA BODA?

“¡Muchas felicidades por la revista! Les quedó muy linda, porque tiene variedad de secciones que brindan tips importantes, definitivamente de mucha utilidad. Sería recomendable incluir en cada edición un checklist para la planificación de la boda, ya que constantemente surgen nuevas novias potenciales a ser lectoras y usuarias de Ella Boda. También sería de valor agregado contar con una sección de lo que está “in” y “out” en las bodas, que sería una guía fácil para las mujeres.”

**Claudia Calvo Pineda**

“La revista les quedó muy bonita. Viene mejor diseñada, por que hoy sí hay bastante opción para niñas.”

**Claudia Elizabeth**

“¡Está súper! Me han encantado todos los temas y los vestidos. Una edición supercompleta. Espero ser la ganadora del concurso “Ella la madrina de tu boda” y sean parte de mi boda. Bendiciones.”

**Amanda Briones**



lpglblurmag  
lpgtechlif  
lpgalpha



@blurmag  
@techlifeCA  
@lpgalpha



BÚSCALA EN EL KIOSKO DE LPG



# BEAUTY

: SKIN : MAKEUP : TOP 5 : NOVEDADES



## COORDINADOS DE TEMPORADA

Encuentra en la sección de Beauty algunas propuestas de esmaltes y labios a tono en colores de tendencia. Aquí, también, te daremos a conocer cuáles son los delineadores líquidos más chic para este mes.

Y entérate de cómo hacer prácticas mascarillas caseras.



DE UNA A DOS VECES POR SEMANA ES LA FRECUENCIA CON QUE DEBES APLICARTE LAS MASCARILLAS.

# CARICIA NATURAL PARA TU PIEL

APROVECHA LAS BONDADDES QUE LA MADRE NATURALEZA LE OFRECE A TU CUTIS. ¿PIEL GRASA, SECA O SENSIBLE? IDENTIFICA TU PROBLEMA Y DECÍDETE A EMPLEAR MASCARILLAS CASERAS A BASE DE FRUTAS, MIEL Y OTROS COMPONENTES NATURALES.



## PIEL GRASA

Si tienes un cutis graso, elige como opción natural de tratamiento la mascarilla de manzanilla y piña. Toma en cuenta los siguientes componentes:

- 1/2 taza de té de manzanilla
- 1 manojo de perejil
- 1 rebanada pequeña de piña
- 1/2 taza de yogur natural

Muele la piña y el perejil junto con el té de manzanilla hasta obtener una pasta. A esta, agrégale el yogur natural para formar una sola mezcla. Deja actuar la mascarilla sobre el cutis durante 20 minutos. Realiza una limpieza previa de tu rostro con tónico para obtener mejores resultados.

## PIEL NORMAL

PARA ESTE TIPO DE PIEL, TE PROPONEMOS UNA MASCARILLA DE FRUTAS. PARA ESO NECESITARÁS:

- 2 FRESAS
- 1/4 DE MELÓN PEQUEÑO
- 1 MELOCOTÓN

TRITURA CON UN TENEDOR TODAS ESTAS FRUTAS HASTA QUE OBTENGAS UNA PULPA. COLOCA ESTA SOBRE TU ROSTRO Y CUELLO DURANTE 20 MINUTOS. RETÍRALA DESPUÉS CON AGUA FRESCA.

## CUTIS MIXTO

Si presentas una piel mixta o combinada, es decir, que posees zonas grasas y secas, te recomendamos la mascarilla de cebada. Ten a la mano los siguientes ingredientes:

- 1 cucharadita de harina de cebada
- 1 cáscara de limón
- 1/2 cucharadita de leche en polvo

Muele la cáscara de limón y después mezcla todos los ingredientes hasta formar una pasta. Aplícala sobre el rostro y masajea por un minuto. Enjuágala con agua tibia.

## PIEL SECA

Para este tipo de cutis, te recomendamos la mascarilla casera de yema de huevo. Mezcla en un tazón los siguientes ingredientes:

- 1 yema de huevo
- 1/2 cucharada de almendras dulces trituradas
- 1 cucharada de miel

Aplícate la mezcla desde la frente hasta el cuello, evitando hacerlo en el contorno de los ojos y labios. Déjala actuar por 10 minutos. Retírala con agua tibia para remover los residuos de los productos.

## PIEL SENSIBLE

Si tienes una piel rosácea u otro tipo de problema relacionado con la piel sensible, puedes aplicarte la mascarilla de menta, la cual se elabora a partir de los siguientes elementos:

- 2 cucharadas de hojas de menta
- 2 cucharadas de perejil
- 1/2 taza de leche fría entera

Muele las hojas de menta y el perejil hasta obtener una pasta. Agrega la leche a la pasta para obtener una sola mezcla. Deja actuar la mascarilla sobre tu cutis durante cinco minutos y retírala con agua tibia.



Aconseja: María Esmeralda López, directora comercial de Amanda's Salon & Day Spa, 91 av. norte, pje. San Miguel #108, col. Escalón, tel.: 2263-6407. Amandas Salón, Metrocentro y Multiplaza, tel.: 2261-1563 y 2243-6302. Para mayor información, escribe al correo electrónico: amandasdayspa@yahoo.com



ART DIR: PAUL MARCIANO PH: YU TSAI GUESS?©2012

GUESS.COM

# GUESS

MULTIPLAZA PROXIMAMENTE C.C. GALERIAS



# JUEGO DE MIRADAS



LLENA DE LUZ Y COLOR TUS OJOS CON LOS TONOS QUE TRAE ESTA TEMPORADA EN DELINEADORES LÍQUIDOS. GRACIAS A ESTOS, TUS OJOS SERÁN EL CENTRO DE LAS MIRADAS.

## 1- TOQUES DE ESPERANZA

Dale un toque divertido a tus ojos trazando una línea con Treat Me Nice.

## 2- CHICA GLAMOROSA

Complementa tu maquillaje y llena de luz tus ojos con Desires & Devices.

## 3- MIRADA LUMINOSA

Logra una mirada impactante con Nocturnal.

## 4- BELLEZA EN ORO

Deja que tu mirada sea la luz que te ilumine, aplicando una línea delicada de Pure Show.

## 5- DESTELLOSEN PÚRPURA

Ya sea de día o de noche, Smoky Heir te dará un aspecto misterioso y con carácter.



# BINOMIO TRENDY

LUCE BELLA Y A LA VANGUARDIA CON COLORE EN UÑAS Y LABIOS A JUEGO. ESTA ES UNA DE LAS TENDENCIAS QUE SE PERFILO CON MUCHA FUERZA PARA ESTA TEMPORADA. ACÁ TE PRESENTAMOS DÚOS DE LA MARCA MAC, CON LOS QUE ESTAMOS MÁS QUE SEGURAS LLAMARÁS LA ATENCIÓN DONDE VAYAS.

**PURPLE STAR** ●  
Inyéctale un toque de carácter y dramatismo a tu look aplicándote dos capas del esmalte In The Dark... Purple y cubre tus labios con la barra Rebel que te brindará un acabado cremoso y brillante. De venta en Almacenes Simán.



● **FASHION IN PINK**

● Deja que tus manos hablen por ti, aplica dos capas de laca de uñas en tono Girl About Town y utiliza la barra de labios del mismo color; sin duda, con estos coordinados, tu presencia transmitirá luz y vida a cada paso que des. De venta en Almacenes Simán.



### SWEET STYLE

Exalta la dulzura de tu personalidad con la barra de labios Pink Popcorn que le dará a tu boca un acabado brillante, cremoso y muy sutil; mientras que a tus uñas dales dos capas del esmalte Pinkly Fresh. De venta en Almacenes Simán.

Modelo: Adriana Silva  
Maquillaje: Amanda's Salon & Day Spa, Multiplaza, tel.: 2243-6302  
Productos MAC utilizados: de venta en Almacenes Simán Galerías, tel.: 2298-3000

# HACIA UNA TEZ SIN IMPERFECCIONES

LAS MANCHAS EN LA CARA O EN EL CUERPO NO SON DAÑINAS, PERO SE CONSIDERAN ANTIESTÉTICAS. LA BUENA NOTICIA ES QUE EXISTEN ALTERNATIVAS PARA ELIMINARLAS Y AÚN MEJOR: OPCIONES PARA PREVENIRLAS.

Las manchas en la piel generalmente empiezan a ocurrir alrededor de los 30 años en áreas que estuvieron expuestas al sol como los brazos, las manos, la cara, la espalda y las piernas. Algunas pueden ser pálidas u oscuras. El primer caso es llamado despigmentación y el segundo, hiperpigmentación.

La despigmentación es el blanqueamiento de la piel o la pérdida del pigmento. Esta puede ser parcial (como una lesión en la piel) o completa (causada por el vitiligo). También, puede ser temporal (de la tiña versicolor) o permanente (del albinismo).

La despigmentación, por lo general, está relacionada con personas que nacen con vitiligo, que produce diferentes áreas más claras

o más oscuras en la piel. Estas personas pueden decidirse a utilizar un proceso de aligeramiento para igualar el tono de su piel, o pueden aplicar una crema tópica que contiene el compuesto orgánico de monobenzona para disminuir el pigmento restante.

Por su parte, la hiperpigmentación puede ser causada por el daño solar, inflamación o lesiones de la piel, incluidas las relacionadas con el acné vulgaris. Esta puede ser difusa o focal, y afectar zonas como la cara y el dorso de las manos. En este caso, las manchas se

presentan en forma de lunares, pecas, manchas por embarazo y manchas por la edad.

## DETECTA SUS CAUSAS

La hiperpigmentación puede ser originada por factores internos y externos. Entre ellos se encuentran: la exposición al sol combinada con el uso de cosméticos o fragancias que contienen alcohol, el uso de cosméticos con preparaciones de mercurio; algunos medicamentos contra la presión alta, diabetes, insomnio y pastillas anticonceptivas, así como los cambios hormonales asociados al embarazo, entre otras causas.

LOS CAMBIOS HORMONALES POR EL EMBARAZO PUEDEN CAUSAR MANCHAS.

## COMBÁTELAS DE FRENTE

- Aplícate protector solar 20 minutos antes de exponerte al sol.
- Evita tomar el sol entre las 11 de la mañana y 3 de la tarde, porque en este período los rayos solares son más intensos.
- Desiste de utilizar perfumes, cosméticos u otros productos con alcohol si vas a exponerte constantemente al sol.
- Si experimentas quemaduras de sol, trátalas de inmediato. De lo contrario, los efectos continuarán por casi 24 horas después.
- Las cicatrices de barros, espinillas o rasguños pueden dejar manchas si se exponen al sol constantemente.

Aconseja: Clínica facial y corporal Línea y Figura, sucursal Masferrer, 99.ª av. nte. y 3.ª calle pte, #5011, col. Escalón, tel.: 2263-6430. Sucursal San Benito, calle Loma Linda # 210, tel.: 2223-1886.

## OPCIONES DE TRATAMIENTO

### CREMAS BLANQUEADORAS

Aclaran todo tipo de manchas. Contienen bloqueadores solares y ácido alfa-hidroxílico que facilitan la exfoliación de la piel.

### MICRODERMOABRASIÓN

Es un peeling mecánico que exfolia la piel de manera profunda, estimulando nueva producción de células para un efecto rejuvenecedor.

**LUZ PULSADA** Es una fuente lumínica de alta intensidad que actúa como un bisturí inteligente, barriendo todas las estructuras indeseables o lesiones oscuras de la piel.

### FOTOREJUVENECIMIENTO

Reduce el tamaño del poro y la profundidad de las arrugas. Reduce las manchas tanto marrones como rojas. Además, se mejora la textura de la piel y se reduce el acné.





# Línea y Figura

Clínica Facial y Corporal  
20 años de experiencia

## Maquillaje Permanente:

Cejas, ojos y labios

## Ultracavitación:

Liposucción sin cirugía

## Radiofrecuencia:

Derretidor de grasa

## Tratamientos Faciales:

Manchas, Acné y Arrugas.

## Vacumterapia:

Succionador de grasa

## Microdermoabrasiones

(obténcutis nuevo)

## Mesoterapia Corporal y Oral

### Acido Hialurónico

(Elimina líneas de expresión)

### Depilación Láser IPL y con cera

Tratamiento láser para manchas y varices

Parafango y Gimnasia Pasiva

Masajes Reductivos, vendas frías y calientes

Servicios de salón

Exfoliaciones y Envolturas corporales: vinoterapia y chocoterapia

Rizado y Extensión de pestañas (adheridas 1x1)

Masajes Relajantes y Linfáticos, a 4 manos, con bambú y esfera china

Bronceado (spray tanning)

Piedras Calientes y Ayurveda

Reafirmante de Glúteo y Busto

Sauna Seco y Vapor

## EVALUACIÓN NUTRICIONAL GRATIS



### SUCURSAL MASFERRER

99 Av. Nte. y 3a. Calle Poniente No. 5011, Col. Escalón, 50 Mts. hacia abajo de la entrada de Emergencias del Hospital Diagnóstico.  
Tels. 2263-6430, 2263-6437

### SUCURSAL SAN BENITO

Colonia San Benito, Calle Loma Linda # 210, frente de Scotia Seguros.  
Tels. 2223-1886, 2223-1845



# BÓTOX CAPILAR, UNA TECNOLOGÍA PARA CONSEGUIR UN CABELLO HERMOSO

ES UN TRATAMIENTO A BASE DE COLÁGENO Y TOXINA BOTULÍNICA QUE FORTALECE LA ESTRUCTURA CAPILAR DE LA RAÍZ A LA PUNTA, ELIMINANDO TOTALMENTE EL FRIZZ, SELLANDO LA CUTÍCULA Y AUMENTANDO LA CAPACIDAD DE BRILLO, REJUVENECIENDO TU CABELLO HASTA UNA DÉCADA.

Seguramente habrás escuchado alguna vez del bótox, ¿sabes qué es? Este no solamente sirve para alisar las arrugas del rostro, sino que es la última moda en tratamientos capilares para regenerar los cabellos dañados y recuperar el brillo y la salud, el popular bótox tiene muchas más aplicaciones en lo que a cuidados estéticos se refiere. Pero aún te preguntarás ¿qué hace el bótox en nuestro cabello? Cuando lo agredimos con la plancha, el sol, el cloro, los tintes o los laceados, debilitamos la hebra, es como si le hiciéramos huecos a nuestro cuero cabelludo, generando el molesto frizz. El bótox capilar rellena estos espacios con activos naturales y logra que el aspecto de nuestra cabellera cambie totalmente.

## ¿EN QUÉ CONSISTE?

Lo que se aplica es un colágeno, una proteína natural, en las hebras del cabello. Esto para buscar estructuras resistentes en tu cabello. La aplicación se hace por mechones para que cada uno reciba el tratamiento. Por tanto, el tiempo que demore en cubrirlo totalmente dependerá básicamente del largo de tu pelo y cuán abundante sea. Luego, se procede a un sellado con la ayuda de la plancha, no te preocupes, tu cabello está totalmente protegido con el colágeno. Algunos estilistas en lugar de usar plancha, dejan el cabello unos 15 minutos bajo una lámpara de calor para que penetre el producto.

Después, se lava y enjuaga, para proceder a secarlo y plancharlo, para que el residuo del producto siga actuando. El resultado es inmediato, así que verás la diferencia desde el primer momento. Si te has hecho el tratamiento con keratina, seguramente el procedimiento te resulte familiar, pero la diferencia es el tipo de sustancia utilizada.

El tratamiento de bótox capilar es más natural, por lo que no tienes por qué tener miedo de una reacción alérgica, pero debes de saber que esta técnica solamente se hace en los salones de belleza.

## OBJETIVOS DEL BÓTOX CAPILAR

El objetivo de este tratamiento capilar intensivo con su aplicación de colágeno natural sobre cada uno de los mechones es hidratar y nutrir el cabello hasta devolverle todo su esplendor.

El bótox capilar regenera, recupera y también logra un efecto alisador en el cabello. “Este procedimiento es mucho más conveniente para aquellas mujeres que visitan el salón de belleza

todas las semanas para plancharse el cabello, ya que la plancha, los cepillos y el secador dañan mucho el pelo y no es lo mismo hacerse este tratamiento una vez cada tres meses que todas las semanas exponer al cabello a un calor excesivo para obtener resultados que se van cuando la mujer se lava el pelo”, nos comenta nuestro experto Eduardo Matheu, estilista de 90 Grados. La sensación después de su aplicación es la de sentir un cabello más grueso, más denso y con mucha más luminosidad.

Aunque el tratamiento no está pensado para “lancear” el cabello; sin embargo, al bajar el volumen consigue soltarlo un poco, así que no debes esperar tener una cabellera del todo lisa. Eso sí, su aspecto será mucho menos voluminoso.

Si tienes un cabello bastante reseco y quebradizo, al probarlo conseguirás que luzca mucho más sano y con brillo.

Quizá también te estés preguntando cada cuánto puedes ir a hacerte este tratamiento. En realidad, al ser bastante natural no tienes que preocuparte porque te haga daño, pero en realidad lo más frecuente es que lo hagas una vez cada cuatro o cinco



*Los cabellos muy finos o con procesos químicos muy recientes es mejor que lo eviten, por ejemplo, si tienen mechas o luces, es preferible que opten por un reacondicionamiento.”*

EDUARDO MATHEU, ESTILISTA DE 90 GRADOS

meses, es el tiempo promedio en el que puedes disfrutar de sus ventajas.

Si tienes dudas sobre su costo, dependerá del tiempo que se tarden en realizarlo, punto que ya sabes que va de la mano del largo y volumen de tu cabello. Además, ten en cuenta que su efecto se prolonga durante varios meses por lo que su costo es un tanto elevado, pero vale la pena.



POR: TATIANA IRAHETA, PERIODISTA DEL PROGRAMA “DE MUJER A MUJER” DE CANAL 33.



## ANTES DE HACERSE EL BÓTOX CAPILAR

**PRECAUCIONES.** Si estás embarazada, sufres de alergias en la piel o tienes problemas capilares, consulta con tu médico o especialista si puedes realizarte el tratamiento.

Aconseja: Eduardo Matheu, estilista de 90 Grados. Tel.: 22634051/22644328. Facebook: 90 Grados.



# Academia Europea



Otro idioma le puede abrir las puertas a futuros negocios

**INGLÉS** • Alemán • Francés • Italiano  
• Portugués • Español • Mandarín

Le garantizamos el aprendizaje básico de otro idioma, en tan solo 4 meses.

• Clases en grupos • Clases privadas • Cursos corporativos • Traducciones

Certificada bajo norma de calidad

**ISO 9001: 2008** Ref. SC 5143-1

Búsquenos en



[www.academiaeuropea.com](http://www.academiaeuropea.com)

Aceptamos todas las tarjetas de crédito.



**Santa Ana**

23 Calle Pte. entre 4a. y 6a. Ave. Sur, No.16  
2440-2045 y 2440-1897

**Santa Elena**

Urb. Madre Selva, Calle Cortez Blanco, No.6  
2243-8054 y 2243-1015

**Plaza Mundo**

Local S-3, "Aulas con total confort"  
2277-9359 y 2277-9375

**CoL Escalón**

99 Av. Nte. No. 639  
2263-4430 y 2263-4355  
2520-7777

**Salvador del Mundo**

Paseo General Escalón No. 3534  
2223-4785 y 2223-4135

**San Miguel**

Av. Roosevelt y calle Los Almendros, centro comercial Plaza Jardín, local 1  
2661-0321 y 2660-7074

**Juan Pablo II**  
2271-2166

**Usulután**  
2624-0411

**Sonsonate**  
2451-6365

**San Vicente**  
2393-6735

**Ahuachapán**  
2413-4375

Guatemala • Honduras • Nicaragua • Costa Rica • República Dominicana

## Sofisticada SEDUCCION

EL ÚLTIMO LANZAMIENTO DE GUERLAIN EN MATERIA DE PERFUMES ES LA PETITE ROBE NOIRE O LITTLE BLACK DRESS, EN INGLÉS.

UNA FRAGANCIA CAUTIVANTE QUE DEJA UNA HUELLA MEMORABLE Y SE CONVIERTE EN UN IMÁN IRRESISTIBLE PARA LA MUJER DE HOY. SE TRATA DE UNA EXQUISITA FRAGANCIA QUE SE COMPONE CON LOS INGREDIENTES FETICHES DE LA CASA: UN VÉRTIGO DE HABA TONCA, VAINILLA, LIRIO Y PACHULI, QUE RESPLANDECEN PARA CONVERTIRSE EN EL CAPRICHIO OLFATIVO DE TODA MUJER AMANTE DE LOS AROMAS SOFISTICADOS. **ENCUÉNTRALO EN ALMACENES SIMÁN.**



## HYDRA BEAUTY, DOS FUENTES DE PLACER

Chanel presenta dos texturas para vestir la piel a diario: Hydra Beauty Crème y Gel-Crème, dos nuevas y sensuales cremas que solas, o en combinación con un suero, aportan agua a la piel. Hydra Beauty es la nueva gama de tratamientos que reinicia y preserva el círculo virtuoso del agua, pues nutre la piel en profundidad y satisface dos necesidades fundamentales: hidratación y protección. A las pieles normales o secas les va a encantar la sensualidad, la textura fundente y untuoso de la Hydra Beauty Crème. Mientras que la Hydra Beauty Gel-Crème ha sido desarrollada especialmente para las pieles normales. Estos productos te aseguran luminosidad, vitalidad y suavidad, durante horas. **De venta en Almacenes Simán.**



## VISIBLEMENTE BELLA

Elizabeth Arden te presenta su nueva línea de tratamientos para la piel: Visible Difference. Una serie de productos inspirados en un spa, que te ayudarán a balancear la piel y revelar su luminosidad y salud natural. Se trata de un proceso de tratamiento diario de cuatro pasos, diseñado y creado específicamente para cada tipo de tez, que promete brindarte una diferencia visible en la apariencia de la piel en solo seis días. La nueva línea Visible Difference incluye un régimen diario para piel grasa, combinada y seca; para limpiar, tonificar, tratar y humectar. Cada régimen aporta ingredientes claves para alcanzar los resultados que deseas ver en tu piel y el balance que esta necesita. De ahora en adelante, no hay excusas para no lucir una piel saludable, radiante y luminosa. **Adquiérellos en almacenes de prestigio.**

## PESTAÑAS ICÓNICAS

EL RÍMEL 2000 CALORIE, DE MAX FACTOR, CELEBRA 20 AÑOS CREANDO PESTAÑAS ICÓNICAS CON UN EMPAQUE NUEVO Y ELEGANTE; ADEMÁS, PRESENTA SUS TRES NUEVAS VARIANTES ÚNICAS PARA VOLUMINIZAR Y POTENCIARLAS AL MÁXIMO: DRAMATIC VOLUME, PARA PESTAÑAS SENSACIONALES; WATERPROOF VOLUME, PARA PESTAÑAS IMPERMEABLES; Y CURVED BRUSH VOLUME & CURL, PARA COQUETEAR Y PESTAÑEAR. GARANTIZA EL VOLUMEN MÁXIMO Y PESTAÑAS LIBRES DE GRUMOS CON MAX FACTOR. **DISPONIBLE EN ALMACENES POR DEPARTAMENTO Y SUPERMERCADOS.**



## REVIVE EL MEJOR MOMENTO DE TU PIEL

Anew Ultimate 7S: las siete proteínas de la juventud. Es un novedoso producto de la marca Avon que te ayudará a prevenir el daño futuro en la piel y combatir los cinco signos avanzados de la edad: arrugas profundas, pérdida de la elasticidad, pérdida de definición del contorno facial, resequedad intensa y manchas de la edad. Cada sirtuina o proteína de la juventud tiene un impacto directo en el envejecimiento de las células. La Tecnología Pro7 Sirtuin ayuda a las células a auto reparar el ADN y prevenir el daño futuro en la piel. **Pídeselo a tu consejera Avon.**





# ESPECIAL DEL CÁNCER DE MAMA

*“Es una experiencia. Creo que la vida no es un viaje plano. Hay muchas paradas, muchas metas diferentes, muchos accidentes... Al final, todo tiene sus inconvenientes y sus ventajas y resulta que las ventajas de tener un cáncer son considerables, aunque no me gustaría que sonara a frivolidad o a desmesura de mi parte.”*

*Luz Casal*

*“Cuando me dijeron que tenía cáncer de mama, sentí que me iba a morir. Lo primordial es el apoyo familiar.”*

*Sara Lazo*

*“Me animan las mujeres valientes que han superado esta batalla antes que yo. Estoy agradecida por el apoyo de mi familia y mis amigos.”*

*Sheryl Crow*

*“Esta enfermedad del cáncer de mama no es cuestión de suerte, es cuestión de muerte. No se lo dejemos a la suerte, hagámonos chequeos médicos para tener otra oportunidad de vida.”*

*Daniela Romo*

*“Como hija de una superviviente de cáncer de mama, conocer mis riesgos me ayudó a estar más al corriente y más preparada para afrontar mi diagnóstico.”*

*Cynthia Nixon, actriz de Sex and The City*



*“Debemos tomar las riendas de nuestra propia salud y ser proactivas.”*

*Suzanne Somers*



*“Mi familia y yo pasamos por momentos durísimos, la gente no puede hacerse una idea, lo llevamos en privado.”*

*Kylie Minogue*



*“Para mí vivir un día más es un regalo. Estoy limpia desde hace cinco años, pero el riesgo siempre está ahí. Nunca me ha gustado despertar compasión y pena por haber padecido un cáncer. Me siento limpia y mi escala de valores ahora está centrada en mi familia, mis amigos y en el cuidado de los enfermos de cáncer en los hospitales. Ahora sé que mi vida es mía. Pienso en el presente, el pasado se queda atrás y el futuro no pienso en él porque, hace unos años, no sabía si llegaría porque tuve esa enfermedad que no sabía si superaría.”*

*Olivia Newton John*

*“A pesar de las cosas difíciles que la vida te ponga, es importante mantenerse siempre positivo y pensar que mañana será un día mejor; que la tempestad pasará.”*

*Adamari López*

*“Por suerte, no tengo que someterme a radioterapia o quimioterapia. Mi familia me llama Kat porque, como los gatos, siempre caigo de pie y, por suerte, esta no es la excepción.”*

*Kathy Bates*

*“Yo me negué a dejar de vivir; de respirar; de amar. Cuando el doctor me entregó el diagnóstico me di cuenta de que la vida era de papel. Vi la muerte frente a mí.”*

*Alejandra Guzmán*

# LA VIDA DESPUÉS DE LA MASTECTOMÍA



**A**l entrar a un hospital donde se atienden, entre otros, pacientes con cáncer de seno, la primera idea que sobresale es que la enfermedad no tiene límites ni respeta estratos sociales o edad. El proceso por el que pasan las mujeres que la padecen, más allá de los cambios físicos que esta involucra, repercute en su salud emocional. Frente a una enfermedad asintomática y silenciosa que avanza rápidamente, las mujeres salvadoreñas deben dar grandes pasos para ganar la carrera por su vida, aunque esto signifique atender contra su estabilidad laboral y económica, la atención a sus hijos y la comprensión y fidelidad de su pareja.

## FRENTE A UNA PRUEBA DIFÍCIL

La noticia le llegó en mayo de 1994 a Consuelo de Osorto, cuando tenía 44 años. Trabajaba en el Hospital Nacional de La Unión y, a diario, se relacionaba con pacientes, enfermedades y experiencias traumáticas que les sucedían a personas cercanas. El contacto con una pequeña bolita que detectó en su mama izquierda, y tiempo después descubrió una en la de-

**LAS GANAS DE VIVIR Y LA FE EN DIOS SON LOS DOS GRANDES BASTIONES QUE IMPULSAN A LAS MUJERES QUE ENFRENTAN EL CÁNCER DE SEÑO PARA SUPERAR ESTA DIFÍCIL ETAPA. LA VIDA DESPUÉS DE LA CIRUGÍA ES EL PERÍODO MÁS COMPLICADO PARA MUCHAS DE ELLAS.**

recha, la puso intranquila y no tardó en consultar a un médico y le expresó el temor que sentía: “Yo no me quiero morir de cáncer de mama”, recuerda Consuelo que le manifestó al especialista en esa ocasión.

Con la esperanza de recibir una noticia alentadora, el médico le practicó una biopsia a Consuelo para extraer una muestra del tejido mamario, que sería enviada a San Salvador. Sin embargo, sucedió que la muestra se perdió en el transporte durante el camino y, con esto, su preocupación aumentó.

Consuelo tenía un fuerte presentimiento de que algo no estaba bien en su cuerpo. “Yo sentía que esa pelotita no era normal. Es importante que las mujeres nos hagamos el examen físico. Cuando uno no ha tenido nada en su cuerpo, tiene que saber que eso no es suyo y buscar la forma de investigar”, expresó.

Ante la pérdida de la muestra, le practicaron

una nueva biopsia, y en septiembre de ese mismo año el resultado estaba listo. Sin experimentar ningún síntoma y con una apariencia saludable, Consuelo recibió la peor noticia de su vida enviada por fax por el patólogo: cáncer de seno.

“Tiene que apurarse, Consuelito, porque el cáncer corre y se puede morir”, le dijo el médico al que había consultado por primera vez, impactado por la noticia dado que meses atrás él había perdido a su mamá a consecuencia del cáncer de seno.

Al encarar la difícil enfermedad, Consuelo enfatiza la presencia de Dios en su vida, desde el momento que entró al Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS) en San Salvador. “Dios utilizó a muchas personas como instrumentos en el hospital y en ningún momento me dejaron sola”, manifestó.

El 17 de octubre, le realizaron la extirpación de

En el 2010,  
el ISSS reportó  
**202** casos de mujeres  
con cáncer de seno  
y, en el 2011, **205**. La  
tendencia se mantiene.



CONSUELO DE OSORTO  
fue intervenida quirúrgicamente el 17  
de octubre de 1994, sufriendo la  
extirpación de ambas glándulas  
mamarias. Luego de 18 años de su  
operación, Consuelo se encuentra  
totalmente sana y con el apoyo  
de su familia.

ambas mamas. A partir de ese momento, vendría un lapso difícil de enfrentar: 12 sesiones de quimioterapia, en las que experimentó mucho dolor y sufrimiento.

Recuerda que la penúltima quimioterapia sentía que ya no podía más. “Pensé que me moriría y pensé en escaparme del hospital, porque quería venir a morir a mi casa en La Unión. Ya no soportaba. Pero no lo hice, porque Dios me dio calma”, recordó. Pensar en su hija de cinco años le dio fuerzas para luchar ese día.

Han pasado 18 años desde la mastectomía. Consuelo logró jubilarse y llegó a los 60 años. Todas las noches, después de asistir a la iglesia, hace la cena para su familia. “Si no hubiera luchado, hace más de 15 años que esta familia estaría sin mí”, manifestó conmovida.

#### DATOS DEL CÁNCER DE MAMA

De acuerdo con estadísticas del Ministerio de Salud (MINSAL), el cáncer de mama representa la cuarta causa de muerte por tumores malignos en las mujeres.

Por su parte, datos del Hospital Médico Quirúrgico y Oncológico del Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS) presentan al cáncer de mama como el segundo, después del cáncer de piel, más registrado en el país. Cada año, llegan un promedio de 260 nuevas pacientes con esta enfermedad.

Mientras tanto, el oncólogo radioterapeuta del Instituto del Cáncer de El Salvador Víctor

Antonio Guerra indica que los casos de cáncer de mama han aumentado a 15%, cuando en los años setenta solo se detectó el 8%. “Recibimos 250 casos anuales de cáncer de mamá acá, considerándose la tercera posición de tipos de cáncer en el país”, enfatizó.

Cuatro son las etapas que componen el desarrollo del cáncer de seno en la mujer. La primera etapa es la de localización, en la que una mujer detecta la presencia de nódulos en sus glándulas; la segunda es la invasión de las células malignas en los ganglios de las axilas; el tercer paso es la invasión masiva a los ganglios en forma de tumores; y la cuarta es la fase metastásica, en la que se forman colonias de cáncer en otros órganos.

La oncóloga clínica del Hospital Médico Quirúrgico y Oncológico del ISSS Maritza de Manzano manifiesta que el 35% de las pacientes ingresan en estados avanzados de la enfermedad, lo que dificulta controlar el cáncer y evitar su evolución. Una paciente que se encuentre en la primera y segunda fase tiene la posibilidad de sobreponerse a la enfermedad y mejorar su calidad de vida.

La ginecóloga del Hospital Dexeus, Barcelona, España, y exginecóloga del Centro de Atención Integral Mélida Anaya Montes, en San Nicolás Lempa, San Vicente, Marina de Cabrera, indica que el inicio del cáncer de ma-

ma suele ser asintomático. Sin embargo, según ella, algunos signos de malignidad son: nódulos fijos con contornos irregulares, secreción y retracción del pezón, pérdida de peso y debilidad generalizada.

#### LA ENFERMEDAD Y SU ORIGEN

Desde tiempo atrás, se ha intentado establecer las causas del cáncer de mama. A pesar de la existencia de infinidad de casos que no responden a estos, se han establecido algunos factores de riesgo claves.

Tanto la oncóloga Maritza de Manzano como la ginecóloga Marina de Cabrera apuntan que la genética es la causa primaria de esta enfermedad. Le siguen la nuliparidad o ausencia de partos previos, la no lactancia, el uso indiscriminado de anticonceptivos hormonales, los antecedentes personales de cáncer en otras partes del cuerpo, la exposición a radiaciones, las dietas ricas en grasa y fumar.

La clasificación de los tipos de cáncer de mama depende del lugar en que se producen. El carcinoma ductal o canalicular es el cáncer que se origina en los conductos que llevan la leche de la mama hasta el pezón. Mientras que el carcinoma lobulillar comienza en los lobulillos o acinos donde se produce la leche.

Víctor Guerra apunta que el 90% de los casos de cáncer de mama en el país se originan en los conductos; un 5% es lobulillar y el 5% restante son casos extraños que se convierten en sarcomas o linfomas.



SARA LAZO fue diagnosticada de cáncer de mama en estadio II el 14 de abril de 2010. Está por cumplir su tercer año desde que se realizó la mastectomía.

## ENTÉRATE

1. Según el oncólogo radioterapeuta del ICES Víctor Guerra, la sintomatología del cáncer consta de la formación de tumor, crecimiento de células, forma colonias de cáncer en otros órganos y la recurrencia.

2. Luego de la mastectomía y el proceso de quimioterapias, una mujer se considera sana cinco años después.

3. Los cuadrantes más cercanos a la axila también se ven afectados por el cáncer, además de la areola y pezón que presentan hinchazón y ulceración.

## CUANDO SE ROMPE LA RUTINA

En 2009, un dolor en la pierna sin diagnóstico claro, más que el de una posible hernia, fue el primer aviso que recibió Sara Lazo de su cuerpo, como anunciándole que algo no estaba bien. Llevaba una vida tranquila en su hogar y en su trabajo.

Junto al dolor de pierna, aparecieron dos bolitas en su seno derecho. A ella no le pareció relevante, pues su médico personal le dijo que no se preocupara, que lo importante era la realización de su chequeo anual.

No se había realizado ninguna mamografía en ese año, y el brote de esos dos nódulos, a pesar de lo expresado por el médico, la hizo perder su tranquilidad porque no sentía dolor.

En febrero de 2010, decidió realizarse una mamografía, en la que se indicaba la presencia de dos quistes. El médico le realizó una biopsia para verificar que todo estuviera bien. Después de casi 15 días de espera de una respuesta y con la incertidumbre y temor de Sara, llegó el momento de saber qué ocurría. La verdad llegó el 14 de abril casi a la hora de salida de su trabajo. Uno de los nódulos encontrados en la mama derecha resultó contener células malignas.

“Esa noche fue horrible. Me dijeron que tendría que ir con un oncólogo y que tenían que practicarme una mastectomía, que me iban a quitar el pecho. Fue feo para uno, por lo de la vanidad de mujer”, explicó Sara. Llegó al Hospital Oncológico del ISSS y vivió una de las experiencias más impactantes de su vida al observar, puerta a puerta, el estado en que se encontraban personas con cáncer terminal, con tanques de oxígeno, delgadas y en silla de ruedas. “Uno siente que ya se muere. Sentía que el mundo se me había venido abajo: mis proyectos, ver crecer a mis hijos, llegar a la vejez con mi esposo, todo”, manifestó Sara con una mirada al aire.

Fue intervenida quirúrgicamente el 6 de mayo de 2010, con la esperanza de que se resolviera todo luego de la cirugía. Sin embargo, no tenía idea de lo que significaría el proceso de quimioterapias y de lo que tendría que pasar.

“Vomitaba hasta por una semana después de las quimio. Se me empezó a caer el pelo y eso me hacía sentir mal y lloraba. Decidí rapármelo”, dijo.

El apoyo de su familia, las ganas de vivir y el positivismo la impulsaron a superar la enfermedad. Tras casi tres años de su cirugía, Sara lucha por ganar una oportunidad de vida cada día. Sigue en tratamiento y espera llegar a los cinco años.

## AL PIE DE LA LETRA

El éxito de los procedimientos que les realizan a las pacientes con cáncer de seno depende no solo del optimismo que tengan para enfrentar este período, sino

también del cumplimiento de un tratamiento específico y completo que garantice combatir esta enfermedad tan inesperada.

La oncóloga Maritza de Manzano recomienda que las pacientes sigan un tratamiento continuo de 10 meses y, dependiendo del caso, empezar un proceso de hormonoterapia por cinco años.

Es imprescindible que las mujeres que han sido afectadas por el cáncer sigan las recomendaciones de su especialista, dado que existe la posibilidad de recurrir en la enfermedad, incluso luego de ocho o nueve años después de la mastectomía cuando una mujer se considera sana.

Generalmente, las recaídas de muchas pacientes recurren en pulmones, huesos, hígado o cerebro. El cáncer de mama constituye la primera causa de afectación ósea, ya sea en fémur o pelvis, si una paciente no sigue un tratamiento completo, de acuerdo con la ginecóloga Marina de Cabrera.

Para tratar la enfermedad desde su origen, es primordial que las mujeres conozcan su cuerpo y lo exploren, con el objetivo de que actúen en el momento indicado, garantizando una mejor calidad de vida.

## ENFRENTANDO EL CÁNCER

La pérdida de uno o dos senos, la caída del pelo y la incidencia de factores hormonales son elementos que no solo generan un cambio físico en las mujeres, sino que repercuten de manera directa en su salud emocional.

La psicóloga del Centro Integral a la Mujer Mélida Anaya Montes, Jacqueline Rosales, indica que las pacientes que han sufrido cáncer de mama sienten, en primer lugar por la extirpación de sus senos, un impacto en su esencia como mujeres.

Además, al buscar prendas para vestir y verse al espejo sienten que no se ven bien, que ahora no encontrarán una talla que les favorezca, y comienzan a buscar métodos para sustituir la presencia del seno, como toallas o prótesis.

En este punto, la psicóloga encuentra una clara diferencia entre las mujeres que recurren a la reconstrucción de sus senos y las que no, ya que indica que esto radica en la confianza que sienten al mostrarse a la sociedad luego de toda su enfermedad. “Quienes recurren a la reconstrucción de sus mamas se sienten más seguras y desean demostrarle a la sociedad que en ellas no ha pasado nada y que están bien. Las que no, simplemente, han aceptado con dificultad su situación y han encontrado el apoyo de sus familiares”, indicó.

Casi todas las mujeres mastectomizadas pueden, desde el punto de vista médico, considerarse candi-

datos para reconstruirse la mama, siendo la ideal a quien se le eliminó completamente el tumor durante la mastectomía. De acuerdo con Marina de Cabrera, la reconstrucción de los senos puede realizarse siempre y cuando el cáncer no se encuentre en una fase metastásica.

En algunos casos, la reconstrucción puede o debe posponerse, dado que algunas mujeres no se sienten cómodas hablando de este proceso mientras intentan adaptarse al hecho de haber sido diagnosticadas de un cáncer de mama; otras, simplemente, no desean más intervenciones que las estrictamente necesarias para curar la enfermedad. Además, el empleo de técnicas más complejas de reconstrucción hace aconsejable retrasarla para no extender excesivamente la intervención, sobre todo, si las pacientes tienen otros problemas médicos asociados, como obesidad e hipertensión. Marina de Cabrera indica que una de las razones principales por las que las mujeres no se practican la reconstrucción luego de la mastectomía es por los costos económicos que esto implica, dado que en el país el sistema de salud público no

*“Muchas dejan de sentirse mujeres. Sienten que han perdido su feminidad porque les hace falta esa glándula.”*

LIC. JACQUELINE ROSALES, PSICÓLOGA

realiza estas intervenciones quirúrgicas a las pacientes.

La ginecóloga aclara que una reconstrucción de las glándulas mamarias no provoca la reincidencia del cáncer en las pacientes, dado que el material que se utilizan —ya sea implantes de silicona o de solución salina— son similares a los que se le ponen a mujeres que no han sufrido una mastectomía. Los únicos riesgos que existen son los propios de cualquier cirugía, tales como hematomas, cicatrices patológicas, problemas anestésicos o, en casos mínimos, que haya una infección producida por el implante.

Otro de los aspectos que afectan a la salud emocional de las mujeres que sufrieron una

mastectomía es la relación con sus parejas. Al haber sufrido una transformación física, muchas asumen que sus parejas no las verán igual o les serán infieles.

La psicóloga Jacqueline Rosales indica que es recomendable una terapia de pareja, en la que se pueda explicar al hombre, desde el punto clínico, lo que sucede con ella y las etapas que pasará, a fin de lograr que comprenda la situación.

Es fundamental, de acuerdo con la psicóloga, hacer sentir cómoda a una paciente con cáncer de seno, que nada ha cambiado en su vida, enfatizándoles que dejen de lado el temor y la vergüenza; más bien que se sientan orgullosas de haberle ganado la batalla al cáncer.

Aconseja: Dra. Maritza Carcache de Manzano, oncóloga clínica del ISSS, tel.: 2231-9000; Dr. Víctor Guerra, oncólogo radioterapeuta del Instituto del Cáncer de El Salvador, tel.: 2260-7218 y 2260-7219; y Marina de Cabrera, ginecóloga del Hospital Dexeus en Barcelona, España, tel.: 2256-1129.

## ¿Sabías qué...

**La Fertilización in Vitro es el tratamiento indicado cuando no se ha logrado el embarazo con otros tratamientos de fertilidad?**

La Fertilización in Vitro (FIV o IVF), es utilizado cuando el espermatozoide y el óvulo, por alguna razón, no pueden unirse en el interior del cuerpo de la mujer.

Se ha convertido en el tratamiento estándar para muchos trastornos de fertilidad, logrando más de cuatro millones de nacimientos en el mundo desde el primer “bebé in vitro”, nacido el 25 de julio de 1978.

Para que un tratamiento de FIV tenga éxito, es necesario disponer de óvulos sanos, espermatozoides que puedan fecundarlos y un útero que pueda mantener el embarazo.

Puede utilizarse en mujeres con menopausia prematura con óvulos de una donante. También se usa en casos de conteo bajo o muy bajo de espermatozoides, mediante la inyección del espermatozoide en el óvulo (ICSI).

Desde 1998 existe en Guatemala Clínica Santa María, un centro especializado en medicina reproductiva, dedicado al diagnóstico y tratamiento de parejas con problemas de fertilidad, el cual cuenta con el conocimiento y la tecnología moderna para hacer realidad el milagro de la vida, aún en casos complicados.

Para más información visite  
[www.clinicasantamaria.net](http://www.clinicasantamaria.net)

o llame a los teléfonos: (502) 2385-7578 al 80



(publireportaje)

# UNSTOPPABLE

DD-EVOLUZIONE BX14

RÖTAX / MICROBARRIER  
AXELER / TOUCH CONTROL  
280GR

# UNBEATABLE

DD-ELEVEN K GX14

NET BREATHING SYSTEM  
AXELER / TOUCH CONTROL  
300GR



# DIADORA



# UNA CARRERA POR LA CURA

CONOCE MÁS DETALLES DE LA SEGUNDA CARRERA-CAMINATA “JUNTOS POR LA CURA” DE NESTLÉ FITNESS REALIZADA EL 28 DE OCTUBRE Y ENTÉRATE CÓMO DOS SOBREVIVIENTES DE CÁNCER DE SENO SE ENTRENARON PARA PARTICIPAR Y SOLIDARIZARSE CON LA LUCHA CONTRA ESTA ENFERMEDAD.

La primera carrera-caminata regional “Juntos por la cura” Nestlé Fitness convocó a 2,000 corredores; en su segunda edición, logró superar los 3,500 participantes entre hombres y mujeres.

Desde hace algunos años, se han venido desarrollando carreras simbólicas para la detección temprana del cáncer de seno o con el fin de recaudar fondos para su tratamiento. A este esfuerzo se ha unido Nestlé con su marca Fitness que, por segundo año consecutivo, realizó la carrera-caminata “Juntos por la cura”, un evento deportivo que reunió a hombres y mujeres, sobrevivientes y personas solidarias con pacientes que enfrentan día a día una lucha contra esta enfermedad.

En El Salvador, el cáncer de mama ocupa actualmente el tercer puesto de mayor frecuencia entre las mujeres, superado por el cáncer de cérvix y el de estómago. A escala mundial el panorama es el mismo, siendo también el de mayor incidencia en este sector y representa, además, la segunda causa de muerte por cáncer entre las mujeres de 45 a 55, según datos epidemiológicos del Sistema Nacional de Salud. Solo en el 2011, se diagnosticaron un promedio de 673 nuevos casos y acontecieron 31 muertes por el cáncer de mamá.

Por esta cifras tan alarmantes, surgió el proyecto “Juntos por la cura”, una carrera impulsada por Fitness de Nestlé, que tiene por objetivo educar e informar sobre la importancia de la



*La carrera-caminata “Juntos por la cura” de Nestlé Fitness se realiza el mismo día en toda la región centroamericana con el fin de educar e informar sobre la importancia de la prevención del cáncer de seno.*”

PATRICIA ARGUETA, COORDINADORA DE NEGOCIOS CEREALES PARA EL DESAYUNO DE NESTLÉ

prevención del cáncer de seno. “Este evento, que se realiza el mismo día en toda la región centroamericana, busca llevar a todas las mujeres y hombres que cuidan su salud a que se unan a la causa y que sean parte de este proyecto que une corazones con un mismo fin”, expresa Patricia Argueta, coordinadora de negocios cereales para el desayuno de Nestlé.

## RUMBO A LA META

El año pasado, en la primera carrera, se logró convocar a más de 2,000 personas. Este año, en

su segunda edición realizada el pasado 28 de octubre, superó su meta de reunir a más de 3,500 corredores. “Otro de los desafíos de Nestlé fue duplicar los fondos recaudados en la edición pasada, los cuales donamos a instituciones que trabajan a favor de los pacientes con cáncer. Este año elegimos a la Fundación Edificando Vidas, la cual recibirá \$0.20 por cada cereal Fitness que se venda durante los meses de septiembre y octubre; asimismo, se donará el dinero obtenido de las inscripciones en la carrera-caminata ‘Juntos por la Cura’”, añadió el representante de Nestlé.

“La alianza Nestlé y la Fundación Edificando Vidas traerá múltiples beneficios, ya que con este donativo continuaremos trabajando a favor de los pacientes con cáncer. Esta fundación nació con un solo sueño: amar al paciente con cáncer, por lo que nuestros planes a futuro son seguir llegando a más familias y pacientes con el mensaje de que el cáncer no es el final de la vida, es únicamente un proceso”, afirma Marcela Carrillo, directora ejecutiva de la Fundación Edificando Vidas.

Esta fundación inició sus funciones en el 2008. Actualmente, cuenta con 83 voluntarios, quienes ayudan a los pacientes oncológicos en las siguientes áreas: apoyo psicológico, espiritual y

consejería sobre diagnóstico, el pre, durante y postratamiento, además brinda charlas informativas con reconocidos profesionales de la salud.

### ¿POR QUIÉN CORRES?

La segunda carrera-caminata “Juntos por la cura” de Nestlé Fitness contó con dos categorías de participación: cinco y 10 kilómetros. Cada concursante que se inscribió recibió un kit con una camiseta fabricada con la tecnología Asics para vestir en la carrera, una medalla de participación y un botón personalizado. Como un incentivo extra, la primera mujer y el primer hombre en llegar a la meta en la categoría de 10 kilómetros fue premiado con un viaje en crucero para dos personas cortesía de Royal Caribbean. Pese a los regalos e incentivos, el principal estímulo que llevó a Ava Patricia Bautista en la categoría de cinco kilómetros fue “motivar a otros a cuidarse”, quien dice que esta carrera se la dedica a todas las mujeres y a ella misma, ya que es una sobreviviente del cáncer de mama.

Para ella, es la primera vez que participa en un evento de este tipo y, para estar en perfectas condiciones, tuvo que entrenar con varios meses de anticipación. “Casi todos los días iba al Estadio Mágico entre las 6 de la mañana y 7:30 de la noche para caminar con otras amigas”, comenta.

Para esta sobreviviente de cáncer de mama, recibir su diagnóstico de carcinoma canalicular infiltrante grado II, no fue fácil; pero, gracias a que se le detectó a tiempo, el tumor fue extirpado con una cirugía radical de la mama izquierda, que resultó exitosa. En sus controles posoperatorios, los médicos no encontraron residuos de cáncer en otros órganos del cuerpo por lo cual le dijeron que no necesitaría someterse a tratamientos de quimioterapias.

“Después del cáncer, cambió mi vida. Soy una nueva mujer, más agradecida, más motivada y dispuesta ayudar a los demás. Todos tenemos un propósito en este milagro llamado vida, no malgastemos el tiempo que tenemos disponible”, recomienda.

En el caso de Guadalupe Gutiérrez, su lucha con el cáncer empezó en el 2009 con un diagnóstico de carcinoma canalicular invasivo grado III. Para esa época, ella no sabía mucho de la enfermedad, pese a que ya se venía involucrando desde el 2007 en carreras que apoyan la lucha contra el cáncer.

En su tratamiento, requirió de una mastectomía radical en su mama izquierda y de seis sesiones de quimioterapias, donde tuvo que sobrellevar

los efectos secundarios como náuseas, debilidad, pérdida de cabello, entre otros.

“Ahora, me dedico a apoyar a otras personas que están pasando en estos momentos por el cáncer porque ya lo viví trabajando con la Fundación Edificando Vidas. Creo que el paciente, como su familia, necesita apoyo; no solo para la parte física sino en la espiritual y emocional”, aclaró Gutiérrez.

Según Guadalupe, para participar en la carrera “Juntos por la cura”, de Nestlé Fitness entrenó fuertemente todos los días, iniciando su día con una caminata de 45 minutos a las 5 de la mañana y por la tarde, un recorrido de cuatro o cinco kilómetros. En su rutina diaria, también incluyó 200 abdominales, series lumbares, laterales, pechadas, técnicas de carrera, etcétera.

“Esta carrera la hice por dos amigas: doña Katy y su hija Zulma porque son dos mujeres que han sufrido y superado el cáncer. Actualmente, doña Katy ha recaído, pero sé que Dios le dará la fortaleza necesaria para superarlo nuevamente”, finalizó.



*Esta carrera la hice por doña Katy y su hija Zulma porque son dos mujeres que han sufrido y superado el cáncer.”*

GUADALUPE GUTIÉRREZ, SOBREVIVIENTE DE CÁNCER DE SENO



• Ava Patricia y Guadalupe son sobrevivientes de cáncer de seno, ambas se dedican a llevar un mensaje de esperanza entre las personas que sufren de esta enfermedad.



### PATROCINADORES

Este evento contó con el patrocinio de: LA PRENSA GRÁFICA, Gatorade, Centro de Cáncer del Hospital de Diagnóstico, Lactacyd, Yo Amo El Salvador, Aleve Gel, Atún light Sardimar, Asics, Carbon Management, Grupo Premia, Royal Caribbean, GNC y centro comercial Las Cascadas.

### FUNDACIÓN EDIFICANDO VIDAS

Trabaja con el objetivo de brindar un respaldo integral, a partir de la experiencia de hombres y mujeres sobrevivientes de cáncer, actualmente cuenta con 83 voluntarios. Asimismo, ofrece consejería sobre el diagnóstico, la etapa previa del tratamiento, durante y después. Las personas con cáncer también acceden a charlas informativas brindadas por profesionales de la salud. La fundación apoya a través de visitas a los enfermos en vía de recuperación y de su núcleo afectivo. Para mayor información, llama al tel.: 7930-4154 o escribe a: [marcella.carrillo@edificandovidas@elsalvador.org](mailto:marcella.carrillo@edificandovidas@elsalvador.org)



# REALIDAD VS. MITOS

UNA DE LAS FORMAS PARA REDUCIR LAS ALTAS TASAS DE PADECIMIENTO DE CÁNCER ES ACLARAR LOS MITOS O MAL ENTENDIDOS QUE SE PUEDAN TENER. CONOCE SOBRE ELLOS.

1

## ES PREVENIBLE

El 50% de diagnósticos pueden prevenirse, según un estudio presentado durante el congreso de la Sociedad Europea de Oncología Médica (ESMO). Dieta saludable, deporte y evitar el tabaquismo reduce el riesgo de padecer esta enfermedad.

La parte más importante es la prevención y el diagnóstico temprano, mantener desde pequeños una dieta saludable, practicar deportes y realizarse autoexámenes; los adultos, hacer chequeos médicos rutinarios, aunque se sienta sano.

2

## HERENCIA

NO TODOS LOS DIAGNÓSTICOS SON HEREDADOS. EN EL PAÍS, UN 15% Y 20% TIENE QUE VER CON LA HERENCIA, EL MÁS RELACIONADO SE DA EN LAS MUJERES CON EL CÁNCER DE MAMA, EL RESTO SURGE POR DIVERSAS RAZONES. LO MÁS IMPORTANTE ES HACER EL CHEQUEO RUTINARIO: LA MAMOGRAFÍA ANUAL, EN LAS MUJERES MAYORES DE 40 AÑOS; EN LAS NIÑAS Y ADOLESCENTES, EL AUTOEXAMEN DE MAMA; Y LA CITOLOGÍA ANUAL, CUANDO INICIAN ACTIVIDAD SEXUAL. EL HOMBRE, DEBE HACERSE EL CHEQUEO DEL ANTÍGENO PROSTÁTICO EN SANGRE Y LAS FAMILIAS CON HERENCIA, DEBEN HACERSE CHEQUEO.

3

## ES UN DIAGNÓSTICO DE MUERTE

No es cierto. En países donde los chequeos están establecidos, y hay amplia conciencia y tratamientos a disposición, el porcentaje de cura del cáncer va desde el 50% hasta el 70%. En países de Centroamérica, el porcentaje de cura va entre el 30% y 40% de los casos diagnosticados. Esta cifra va en aumento. Por eso, es importante la concientización en el tema de la prevención y detección temprana; porque, entre más pronto se descubra la enfermedad, las posibilidades de cura son mayores.

6

## LA "QUIMIO" BOTA EL CABELLO

No todas las quimioterapias tienen esos efectos. Entre más temprano se descubra la enfermedad, los tratamientos no van a ser tan fuertes, como en algunos casos donde a veces se llegan a hospitalizar.

Otro mito es que la radioterapia quema. Ya no es así, antes, el efecto que producía la radiación simulaba una quemadura; ahora, los equipos son más precisos para aplicar la radiación en la zona afectada, y no producen mayores efectos secundarios.

5

## TODOS LOS DIAGNÓSTICOS SE TRATAN IGUAL

No es cierto, dependiendo del diagnóstico, el paciente puede ser operado, recibir quimioterapia o radiación. Puede ser que a un paciente le baste la cirugía y quede curado, necesite radiación o quimioterapia.

De todos los mitos que hay, es importante recalcar que si no hay ningún tratamiento, por molesto que pueda parecer, la enfermedad seguirá avanzando hasta contaminar todo el cuerpo, generando muchas complicaciones hasta fallecer.

4

## ES CONTAGIOSO

EL CÁNCER NO ES TRANSMISIBLE. LO QUE SÍ SE PUEDE TRANSMITIR ES EL VIRUS DEL PAPILOMA HUMANO, QUE, CUANDO NO SE TRATA, EL 95% DERIVA EN CÁNCER DE CÉRVIX.

Puede surgir cáncer en cada órgano que tenemos y producir un síntoma relacionado a ese sitio, aunque, el mismo tipo de cáncer puede dar diversos síntomas a pacientes diferentes. Las personas tienden a compararse con otros, pero cada una tiene un tratamiento y, por eso, hay que hacer diversos exámenes.

Es posible que sienta o no dolor, si se tiene cáncer. Por eso, aunque no se experimenten síntomas, se debe consultar con un profesional para que haga una prueba de detección. El tratamiento funciona mejor cuando la enfermedad se detecta en una etapa temprana.

# FESTIVAL “PREVENIR ES VIVIR”



• A la jornada asistieron más de 250 hombres, mujeres, niños y niñas, quienes mostraron su solidaridad ante tal enfermedad.

El Hospital de la Mujer, a través de su Centro de Radiología y la Asociación Salvadoreña para la Prevención del Cáncer (ASAPRECAN), realizaron la primera jornada educativa-deportiva denominada “Festival Prevenir es Vivir”, en el parque del Bicentenario, con el objetivo de educar a las familias salvadoreñas sobre la prevención y manejo del cáncer de seno.

A la jornada asistieron más de 250 hombres, mujeres, niños y niñas, quienes mostraron su solidaridad ante tal enfermedad, y además participaron en una carrera con circuito de 3.5 kilómetros dentro del parque y sesiones simultáneas de baile-aeróbicos, así como charlas sobre cómo realizarse el autoexamen, tips de belleza, testimoniales de pacientes de cáncer de seno, entre otras actividades.

## LUCHA IMPARABLE

Los fondos recaudados durante la jornada serán donados a ASAPRECAN, una organización sin fines de lucro, dedicada a la lucha contra el cáncer y desde donde se prevé ampliar los actuales servicios de atención a pacientes con cáncer, y consolidar un programa permanente de donación de prótesis externa para aquellas mujeres a quienes se les ha realizado una mastectomía, entre otros.

“Es urgente que toda la población este consciente de la importancia de la prevención del cáncer de seno y de la detección a tiempo del mismo, de manera que las pacientes logren tratamientos más exitosos y menos traumáticos”, aseguró el Dr. Gustavo Argueta, Presidente de la junta directiva del Hospital de la Mujer.



# UNA PRUEBA QUE UNE Y FORTALECE

CUANDO EL CÁNCER LLEGA, NO SOLO AFECTA A LA PERSONA QUE LO PADECE, SINO QUE INVADE EL ESPACIO FAMILIAR, ALTERANDO LA VIDA DEL HOGAR. SIN EMBARGO, TAMBIÉN PUEDE SER UNA OPORTUNIDAD PARA RESTAURAR FAMILIAS Y HACERLAS MÁS FUERTES.



*Es bien difícil asimilar el tema de que alguien tiene cáncer; obviamente, los cambios que como familia se deben hacer para soportarlo.”*

KAREN CORNEJO, DIRECTORA EJECUTIVA  
FUNDACIÓN NO TERINDAS



“Conocí mucha gente que se murió, que se fue quedando en las quimioterapias, y al ir escuchando eso... a veces, en mis adentros, me sentía mal y lloraba solo. Me iba por los pasillos del hospital... Era bien duro estar viendo gente que pasaba por lo mismo...”, este es el testimonio de Carlos Reyes sobre su experiencia con el cáncer y todo lo que le rodea: operaciones, tratamiento médico, quimioterapias, entre otras peripecias. Sin embargo, Carlos nunca fue diagnosticado con este mal, sino su mamá, Maggie Chávez, quien hoy es una sobreviviente de cáncer de seno. Y es que, a pesar de que el cáncer conlleva, deterioro de salud y del estado anímico de quien lo padece, poco se habla de lo que implica como familia tener ese huésped no deseado en el hogar, ya que la enfermedad llega a cambiar radicalmente la dinámica

familiar. De acuerdo a la doctora psiquiatra Ana Julia Cruz, quien colabora en la Asociación Salvadoreña para la Prevención del Cáncer (ASAPRECAN), el diagnóstico de cáncer es uno de los más impactantes, porque se enfrenta con la parte vívida de la muerte y aunque hay síntomas, en el caso de cáncer de mama, casi siempre la mujer espera que no sea la enfermedad. “El primer shock es emocional, viene la incredulidad, el llanto, la desesperación, la angustia, ira, es una cadena de emociones”, afirma. Esta serie de cambios de ánimo afecta también al entorno familiar, ya que todos inician una lucha contra la enfermedad; además de darle fortaleza a su pariente en el proceso, pero, más que todo, tolerar, colaborar y apoyar los cambios que habrá como familia. Más allá del impacto del resultado quirúrgico, también están las quimioterapias, consultas médicas, exámenes y cuidados en el hogar, en los cuales la paciente debe ser asistida. Todo este proceso afecta en especial a quienes se dedican a su cuidado en la casa y/o la acompaña en los tratamientos, pues vive más de cerca esta etapa y los efectos secundarios de la quimioterapia. Por otro



lado, está también el tema económico, sobre todo, si ya no se cuenta con el salario de la paciente o si su ingreso era el único que se percibía en el hogar. Todo lo anterior puede derivar en una crisis familiar y generar conflictos.

### ABORDAJE ECOLÓGICO

Según la especialista, para tratar el tema del cáncer debe ser desde un modelo ecológico, dentro del cual está el paciente al centro, luego la familia, después está involucrada la comunidad y rodeándolos están las instituciones de salud. “La comunidad también tiene que apoyar, sobre todo para las que viven en la extrema miseria... si las personas de la comunidad donde vive la rodean y la apoyan, esa es una medicina tan potente como la quimioterapia”, explica la Dra. Cruz. En este sentido, es fundamental también la comunidad de la iglesia en la que la paciente se congrega o a la que la familia asiste, pues en algunas hay grupos de apoyo para estos casos, además, los pueden fortalecer en la fe. La hermana de Carlos, Maggie Reyes, da testimonio de la bendición de Dios en la recuperación de su madre, pues se dio cuenta de los medios que utilizó para que no les faltara nada, además de prepararlos para aceptar todo lo que iban a pasar con la enfermedad. “En la iglesia, no solo le van hablar del amor de Dios, sino de todas las cosas que pueden suceder y estar preparados para afrontarlas. Como familia, nos unió bastante... a raíz de todo esto salieron tíos, primos, amigas de ella, con los que tal vez no había mucha comunicación, pero estuvieron apoyando en todos los sentidos: económicamente, visita, despensa, un montón de cosas. Llegaba el cura de la iglesia a orar por ella, pastores, si pasaban mormones o testigos oraban por ella, todo eso ayudó mucho”, agrega. Por su parte, la especialista recomienda que la paciente se apoye en la familia y esta en la comunidad y todos ellos en las instituciones. “Cuando se apoya en la comunidad es precioso, porque de repente no tienen para el pasaje para ir al hospital, entonces toda la comunidad colabora, o tal vez si no conocen la capital alguien de la comunidad que sí sabe se ofrece para acompañarla”, añade la doctora. De esta forma, la paciente puede caminar ese trecho que es un poco oscuro, difícil y con miedos,



*El acompañamiento psicológico de la paciente va a la par del familiar, porque necesitan ser informados sobre lo dramático que es para la mujer el diagnóstico.”*

DR. ANA JULIA CRUZ, MÉDICO PSIQUIATRA

pero con la certeza de que va a salir adelante. Otro punto vital en la lucha es la actitud del paciente, pues influye mucho en su recuperación el afronte que le haga a la enfermedad. Para Dora Alicia Gálvez, su diagnóstico de cáncer de mama fue difícil de asimilar y aceptar. “Me dispuse a que hicieran conmigo lo que quisieran, así que me resigné y yo había dicho antes que si era cáncer no iba a dejar que me pusieran quimioterapia... me fui al patíbulo directamente”, recuerda ella. Este tipo de afronte es insano, según la Dra. Cruz, pues la persona prefiere evitar, no involucrarse

en la enfermedad, quedarse a lo lejos, y aunque es inevitable que vaya sintiendo aflicción, miedo y vulnerable dentro del proceso, es aquí donde la familia es fundamental. Mireya Ruiz, hija de Dora Alicia, recuerda que ella y sus hijos dejaron que su madre se desahogara cuando estuviera enojada, ya que consideraban que tenía derecho. “Uno tiene que dosificarse de paciencia, porque la tolerancia es la clave, ya que a veces son involuntarias las reacciones y no las pueden controlar”, afirma ella. Hoy, Dora Alicia asegura que los cuidados que le brindaban sus hijas y nietos, además de ver cómo se preocupaban por ella, fueron lo que le dio fuerzas para poder combatir la enfermedad. Hoy, es una vencedora del cáncer de mama.

### ORGANIZACIÓN, LA CLAVE

En la batalla contra el cáncer, la familia debe compartir responsabilidades en cuanto al cuidado de su familiar, ponerse de acuerdo sobre lo que puede aportar cada miembro, que puede ser en lo económico, cuidados en casa, acompañamiento a sus tratamientos o los quehaceres del hogar. No hay que cargar todas



Recientemente, la Fundación No Te Rindas compartió con el famoso doctor Doherty Hunter “Patch” Adams una visita a varias instituciones con pacientes de cáncer.

## INSTITUCIONES DE APOYO

### ASOCIACIÓN SALVADOREÑA PARA LA PREVENCIÓN DEL CÁNCER (ASAPRECAN)

Urbanización Buenos Aires #1, avenida del Prado #1140, San Salvador. Teléfono: 2131-9023. E-mail: info@cancerelsalvador.org

### FUNDACIÓN NO TE RINDAS

Residencial Decápolis, pasaje Decápolis #23, atrás del Externado San José, San Salvador. Teléfonos: 2130-4921 y 7012-0310. E-mail: rhernandez@fundacionnoterindas.org. Facebook: No te rindas

### FUNDACIÓN EDIFICANDO VIDAS

Página web: www.edificandovidas-elsalvador.net  
Teléfonos: 2513-6410 y 7482-0235. E-mail: info@edificandovidaselsalvador.net



La terapia ocupacional para pacientes y sus familiares es parte del apoyo que Fundación No Te Rindas brinda como parte del acompañamiento psicológico, para combatir el estrés que puede causar el cáncer.



*Un problema de estos une más a la familia, pues nos enfermamos todos y es una carrera que llevamos juntos.”*

MIREYA RUIZ GÁLVEZ, HIJA DE SOBREVIVIENTE DE CÁNCER

las responsabilidades a una sola persona, hay que sensibilizarse, reunirse y llegar acuerdos para poder, entre todos, poner de su parte para salir victoriosos en esta lucha. En este punto, la profesional sugiere que la familia deje a un lado sus egos, puesto que impiden estar junto al que sufre. “Los grupos familiares vivimos en función a lo que nos separa... cuando nos detenemos y miramos qué fuerzas nos unen, entonces descubrimos que pueden ser dos o tres, pero son tan fuertes que lo que nos separa viene siendo insignificante”, recomienda la profesional.

### INDAGAR Y APOYARSE

Otro aspecto fundamental es informarse adecuadamente, pero del caso del paciente, pues cada tipo de cáncer es diferente. En nuestra

cultura, todavía hay mucha ignorancia respecto al cáncer, lo que crea una serie de falsedades que se rumoran y esa desinformación puede causar más pánico, incertidumbre y tomar decisiones erróneas en los tratamientos. En los testimonios de las dos sobrevivientes, Maggie y Dora Alicia, sus familiares coinciden en que documentarse sirve como herramienta, ya que saben a lo que se van a enfrentar, qué complicaciones podrían suceder, las reacciones y lo que no es normal dentro del proceso, para poder consultar de inmediato. De igual forma, consideran que, además de informarse, tienen el deber de compartir sus conocimientos y experiencia, pues muchas personas no tienen acceso a una información oportuna, así que deben de sumar esfuerzos compartiendo y multiplicando información.

### EL DESAHOGO

Hay mujeres que no dejan de trabajar, mientras están bajo tratamiento de cáncer, pues aseguran que sirve de catarsis y las mantiene ocupadas para no pensar en lo trágico de la situación. Maggie Chávez fue una de ellas, pues a pesar de su estado, trató de llevar una vida normal y se mantuvo positiva. Sus hijos, Maggie y Carlos, aunque no estaban de



El apoyo familiar influye en la recuperación del enfermo, en su actitud y en los caminos que como familia tomarán para salir juntos de esta etapa en sus vidas.

acuerdo, respetaron y apoyaron su decisión. No obstante, es vital el acompañamiento psicológico tanto para la paciente, como para su familia.

Karen Cornejo, directora ejecutiva de Fundación No Te Rindas, asegura que dentro de esta se les da terapia para que se desahoguen, los escuchen y compartan experiencias con otros pacientes y familiares, para que salgan renovados y cargados de energía. "Es importante trabajar con quien se dedica al cuidado de la paciente, porque obviamente su carácter cambia y vive en una lucha constante interna de creer que se va a morir y no se va a sanar", comenta ella. Durante estas terapias, se comparte con personas que se encuentran en la misma situación o que ya han pasado por ese camino, para que se den cuenta de que no son los únicos y que no están solos, que los cambios que están viviendo tienen que suceder, y aunque el túnel sea muy largo, siempre habrá una luz al final. Asimismo, hay terapia psicológica bien individualizada, de-



En el Instituto del Cáncer, mientras el paciente se encuentra en su tratamiento de quimioterapia o radioterapia, sus familiares realizan talleres ocupacionales, impartidos por la Fundación No Te Rindas.

pendiendo del caso, el psicólogo determina el tratamiento. Pero, a la par del acompañamiento psicológico, también se brinda la terapia ocupacional, como puede ser pintura, manualidades, tocar guitarra, etcétera; además, muchos pacientes llevan sus manualidades a sus familiares como un regalo o las

venden para poder pagar el pasaje del bus. De acuerdo a la Dra. Cruz, las pacientes deben dejarse apoyar y, aunque se sientan tristes, desanimadas, deprimidas, y a veces desesperanzadas, con todo el apoyo de la familia, la comunidad y las instituciones se podrá salir adelante.

## ¿Le das a tu zona íntima el cuidado que necesita?

Descubre la frescura y confianza que te da Lactacyd®, el jabón diseñado especialmente para mantener el pH natural de tu zona íntima.



### HIGIENE Y PROTECCIÓN ÍNTIMA CADA DÍA.

El más usado por mujeres en el mundo\*

El más recomendado por ginecólogos en Latinoamérica\*

  
SANOFI

\* Datos internos s-a basados en CU Lat Oct-10/IMS MAT jun-10



### NUEVOS CONCEPTOS

El evento cerró con una exclusiva pasarela en la que se mostraron nuevas tendencias y conceptos en el estilismo profesional.

**:Experiencia e innovación.** El evento gozó de la presencia de los más reconocidos profesionales en el cuidado capilar.

## GLAMOUR ON STAGE 2012

EUROCORP INT., LA EMPRESA ESPECIALIZADA EN PRODUCTOS PROFESIONALES PARA EL CUIDADO DEL CABELLO, REALIZÓ EL EVENTO DEL AÑO EN UN CONGRESO QUE REUNIÓ A LOS MEJORES ESTILISTAS DE CABELLO.

- La empresa especializada en productos profesionales para el cuidado del cabello EuroCorp Int. realizó el evento del año:
- Glamour on Stage 2012, con el fin de continuar innovando.
- La firma lanzó, en compañía de más de 1,000 de los mejores estilistas del país, las nuevas líneas de la marca Aromi di Firenze: Argan Potion, Ampollas, Freedom y el tan esperado catálogo 2013.

### EXPERIENCIA EN BELLEZA

El director creativo de EuroCorp, el estilista de fama internacional Víctor Hugo Murillo, especializado en academias y escuelas radicadas en Nueva York, Argentina, España e Inglaterra, entre otras, ha participado en importantes eventos a escala mundial como expositor de reconocidas marcas de belleza. En esta ocasión, mostró las nuevas tendencias en corte, color y aplicación de productos, lo que dio lugar a una presentación dinámica. La investigación y desarrollo continuo de las necesidades del cuidado capilar definen la manera en que el portafolio de la marca Aromi di Firenze dará el siguiente paso, presentando en esta ocasión extensiones de las líneas Silver Hair, Relax y Keratin.

## 20.º ANIVERSARIO ESTÉE LAUDER Y SU LUCHA CONTRA EL CÁNCER

ESTÉE LAUDER CUMPLE 20 AÑOS DE REALIZAR SU CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN SOBRE EL CÁNCER DE MAMA (BCA). EL LEMA DE ESTE AÑO ES "VALOR. CREEMOS EN UN MUNDO SIN CÁNCER DE MAMA. CONTINUAREMOS CON NUESTRA LUCHA HASTA CONSEGUIRLO".

En alianza con la campaña de lucha contra el cáncer de mama de Estée Lauder y apoyando su 20.º aniversario, Almacenes Simán brindó grandes oportunidades a todas las tarjetahabientes de Credisimán durante el mes de octubre. Las clientes obtuvieron mamografías a \$20 en clínicas médicas Brito Mejía Peña, se les obsequiaron brochures informativos en los mostradores de Estée Lauder, se donaron 150 mamografías entre los clientes de la marca, empleados de Almacenes Simán, empleados de LA PRENSA GRÁFICA y público en general, entre otras actividades.



**:Esta campaña 2012 está dedicada al coraje de Evelyn Lauder y a su inquebrantable compromiso por erradicar el cáncer de mama.**



**Conceptos únicos.** Los tres servicios se encuentran a la vanguardia en la realización de eventos corporativos y sociales, para que sus clientes realicen actividades que sean inolvidables tanto para ellos como para sus invitados.

## CENTRO DE CONVENCIONES

Tiene una capacidad de hasta 2,000 personas en cada uno de sus 23 salones. Posee amplitud de espacios, que permite la perfecta distribución para una fácil adaptación en una feria, una cumbre, salas de prensa o una amplia recepción.

## CATERING

Ofrece una exquisita gastronomía a cargo del chef ejecutivo del hotel Crowne Plaza, Jean Louis. Además, se brinda la asesoría necesaria para la selección de banquetes.

## CELEBRATE

Brinda asesorías integrales para la realización de bodas bautizados, 15 años y todo tipo de evento social, del que se quiera dejar un recuerdo memorable.

# UN EVENTO A LO CROWNE PLAZA

EL HOTEL CROWNE PLAZA PRESENTÓ LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS DE AMBIENTACIÓN Y GASTRONOMÍA PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES Y CORPORATIVOS.

Desde ahora, los eventos no serán los mismos. El hotel Crowne Plaza presentó las últimas tendencias en gastronomía, decoración y montajes, para hacer de los eventos sociales y corporativos una experiencia memorable. En 2009, el hotel ofreció a sus clientes una nueva opción para sus eventos y lanzó su Show Room Social, un espacio acogedor e innovador, donde la especialidad era la asesoría integral y la coordinación de eventos sociales. Ahora, el hotel Crowne Plaza ha renovado su exclusivo centro de convenciones, el servicio de catering y su marca de eventos Celebrate, para brindar un especial y moderno servicio a sus clientes.

## UN MEJOR CONCEPTO

A través del servicio de catering, el cliente disfrutará de una exquisita gastronomía. Gracias al servicio a domicilio

hasta su casa, oficina, lugares especiales como la playa, la montaña, el lago o donde el cliente lo desee, recibirá la mejor selección de banquetes y bebidas con una exquisita gastronomía y un menú adecuado.

Por otra parte, el Centro de Convenciones es considerado el más grande en el rubro hotelero. Está integrado por 23 salones que por su versatilidad permiten adaptar diferentes montajes. Además, cuenta con una capacidad hasta para 2,000 personas.

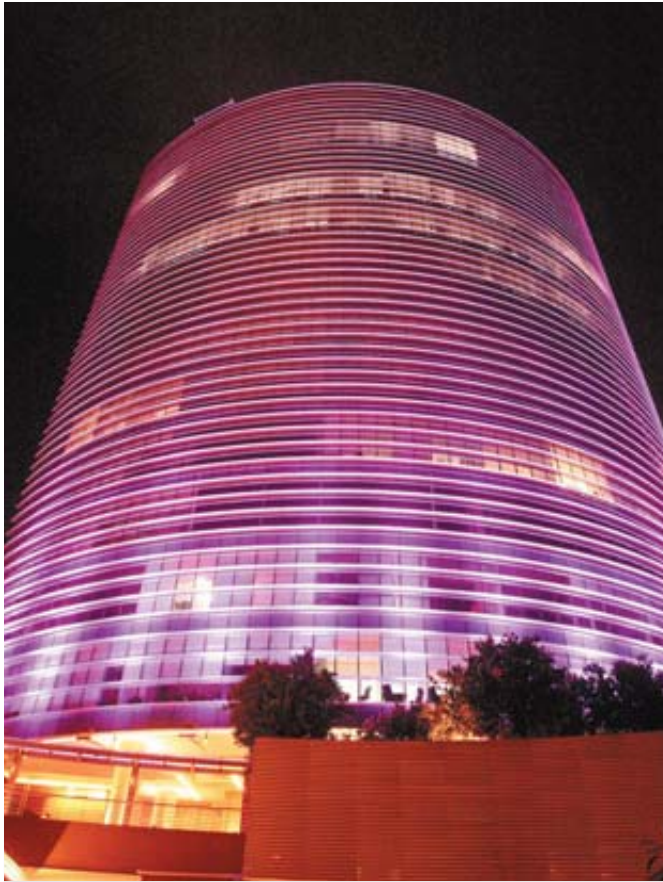
Mientras tanto, Celebrate convierte al hotel en un especialista que brinda asesoría en eventos sociales como: bodas, despedidas, primeras comuniones, bautizados, 15 años, entre otras celebraciones.

Alejandra Serpas, gerente de banquetes de Crowne Plaza, expresa que ahora los clientes, empresas y organizaciones, cuentan con esta opción para llevar a cabo sus actividades ofreciendo una exquisita gastronomía.

“Abrimos nuestras puertas para que conozcan las últimas tendencias para hacer de sus eventos una experiencia memorable”, agregó.

Hotel Crowne Plaza cuenta con 50 años de experiencia en atención al cliente, lo cual acredita a este centro de convenciones como experto en la realización de eventos sociales y corporativos.





⌚ Durante el evento, se iluminó Torre Futura con el emblemático color de la lucha contra el cáncer de mama a escala mundial.

## LIGA CONTRA EL CÁNCER INAUGURA MES

LA LIGA CONTRA EL CÁNCER DE EL SALVADOR ABRIÓ EL MES DE OCTUBRE, DENOMINADO MUNDIALMENTE COMO EL MES CONTRA EL CÁNCER DE MAMA, CON LA ILUMINACIÓN DE LA TORRE FUTURA DE COLOR ROSA.

- La Liga Contra el Cáncer de El Salvador inauguró el mes del cáncer de mama en el país, en el que empresas, personas y organizaciones de salud se unen para luchar de distintas formas y crear conciencia sobre esta agresiva enfermedad.

En el coctel de inauguración, se buscó transmitir un mensaje de prevención a los asistentes y la importancia de la detección temprana del cáncer de mama.

### ACTO SIMBÓLICO

Para unirse a la conmemoración mundial, se iluminó la Torre Futura de rosa, color que simboliza la lucha contra la enfermedad alrededor del mundo. En octubre y noviembre, la Liga Contra el Cáncer de El Salvador ha preparado diversos eventos de recaudación de fondos en los que invita a la población a participar, para lograr el funcionamiento diario del Instituto Contra el Cáncer Dr. Narciso Díaz Bazán.



⌚ En la entrega de premios, Norberto Palmitano de Tiendas Morena, Irene Flores González y Lilian de Jovel, ganadores; Carmen Portillo, Lisette Rodríguez y Carlos Silis de ALSASA.

## FESTEJÓ ANIVERSARIO

TIENDA MORENA FESTEJÓ SU OCTAVO ANIVERSARIO PREMIANDO LA LEALTAD DE SUS CLIENTAS.

Por \$5 en compras de las marcas participantes, recibían un cupón para la rifa de diez bolsas con artículos del hogar, una batería de cocina y una cocina. La ganadora de esta fue Irene Flores de González, quien recogió el premio junto a su hermana Lilian de Jovel; Evelyn Girola se agenció la batería de cocina y Teresa Quintanilla se ganó una de las diez bolsas con productos. Encuentra Tienda Morena en la 8.ª calle poniente #240, San Salvador (una cuadra abajo del mercado central), y Santa Tecla 1.ª av. sur N.º 2-5 (contiguo a las oficinas de correos).



## MAKEUP WITH ALMAY

LOGRAR UN LOOK RENOVADO Y FRESCO ES POSIBLE GRACIAS A LA NUEVA LÍNEA DE MAQUILLAJE ALMAY WAKE-UP, que te trae seis increíbles productos: Liquid Makeup, Blush + Highlighter Eye Shadow + Primer Eyeliner + Highlighter Makeup y Undereye Concealer. Los productos Almay son especialmente diseñados para pieles sensibles. Sus fórmulas libres de aceites y fragancias son hipoalérgicas, dermatológica y oftalmológicamente probadas, y no contienen talco ni parabenos añadidos. Encuéntralos en almacenes de prestigio.

## EJERCÍTATE CON CLASE

LAS NUEVAS ZAPATILLAS DEPORTIVAS DE DIADORA ESTÁN INSPIRADAS EN EL SISTEMA DE MOVIMIENTO MÁS DINÁMICO: LA ESPINA DORSAL.

Under Armour Spine hace lo que otras tecnologías no pueden: te da respuesta, poco peso y un sistema de amortiguación flexible que te brinda soporte en cada movimiento. Contiene la revolucionaria espuma MICRO-G en la parte interna para brindar mayor comodidad, sin sacrificar amortiguación. Encuéntralas en tu tienda Sportline América.



## THE POWER OF PINK

Apoya la causa. Chamila dona el 10% de toda la ganancia de la venta de los abalorios de cáncer de mama, a la Red de Solidaridad de Cáncer de Mama. Con la colección de cientos de abalorios Chamila diseñados minuciosamente en 14 quilates de oro, plata sterling, elementos de cristales de Swarovski, vidrio italiano murano y la colección exclusiva de Disney, y puedes crear joyería única llegando a ser tan auténtica como tú.

## PUNTO DE COMPRAS

**Clinica de Nutrición Integral**  
**Dra. Frida Bichara Sudah**  
 Nutrióloga

**Postgrado: México, D.F. y New York**

- Obesidad, Anorexia, Bulimia
- Diabetes Mellitus, Hipertensión Arterial
- Colesterol alto, Triglicéridos altos
- Hidroterapia de Colon
- Mesoterapia Ultrasónica

Paseo Gral. Escalón, 99 Av. Norte, Villavicencio Plaza #3-3. Citas: 2263-9799  
 • E-mail: fridabichara@gmail.com

San Miguel: Centro Médico de Oriente, Av. Roosevelt Sur #204. Citas: 2661-1320

**Clinica de Radiología y Ultrasonografía**  
**Sosa-Guevara**  
 Cuida tu salud, hazte un chequeo a tiempo

**ULTRASONIDO DE MAMAS**  
**\$25**  
 Precio normal \$50.00

**MAMOGRAFÍA**  
**\$25**  
 Precio normal \$40.00 (Camiseta gratis)

25 Av. Nte. No. 640, Edif. Clínicas Médicas, S.S. (Fte. a Hosp. Pro Familia).  
 Telefax: 2226-0307 y 2225-7846 o Conmutador: 2523-5900 o Ext. 1234.  
 E-mail: clinicasosa-guevara@hotmail.com

**CLINICA LASER**  
 Para Tratamiento de VÁRICES  
**Dr. Omar Antonio Callejas Sandoval**  
 Cirujano Vasculuar

**Tratamiento Especializado de Várices por Láser Biolitec**

Tratamiento especializado por Láser de Várices grandes (GIV), Ulceras venosas, Varículas, Telangiectasias y arañas vasculares

**Antes Después**

- Sin cicatrices
- Sin dolor
- Sin hospitalización
- Sin anestesia
- Totalmente estético

*"Las Piernas fueron hechas para lucirlas no para esconderlas"*

Av. Dr. Emilio Alvarez y Pje. Dr. Guillermo Rodríguez Pacas No. 110, Col. Médica, San Salvador. omarcallejas@yahoo.com.mx  
**Tels.: 2225-2323 • 2225-0808**

**Depilación permanente con laser...**

**CLINICA DERMALASER**

- Permanencia de la depilación garantizada
- Laser tipo diodo aprobado por la FDA para depilación permanente
- Solo 8 sesiones
- Laser penetra 5 mm.
- Personal técnico femenino altamente especializado para ofrecer el tratamiento sin dañar su piel

**Deje su piel en nuestras manos somos dermatólogos**

Centro Comercial La Gran Vía  
 Local 902, 2do. Nivel.  
 Tels. 2289-5408, 2278-5454  
 dermalaser@navegante.com.sv

**LE BOUQUET  
OFRECE:**

chef cocinero profesional,  
chef pastelero profesional,  
bartender profesional y  
gerencia de alimentos y  
bebidas.



**Con cinco años de respaldo.** Le Bouquet abre sus matrículas para el 2013 y planea la inauguración de su segundo campus en San Salvador.

## LE BOUQUET ACADEMIA DE ALTA COCINA

EN OCTUBRE CUMPLE CINCO AÑOS DE ESTAR EN EL MERCADO Y SE HA CARACTERIZADO POR SER LA ÚNICA ACADEMIA DE ALTA COCINA EN EL SALVADOR, IMPARTIENDO UNA EDUCACIÓN TURÍSTICA PROFESIONAL.

La educación de la institución se mantiene acorde a las exigencias del sector turístico de América Latina; actualmente, las carreras que imparte son las de chef cocinero profesional, chef pastelero profesional, bartender profesional y gerencia de alimentos y bebidas. Estas carreras son complementarias entre sí y le permiten al profesional turístico poder incursionar en el área laboral gastronómico desde su primer año de formación.

### AMPLIACIÓN DE INSTALACIONES

La demanda de profesionales turísticos sigue en crecimiento en el país, por lo cual Le Bouquet, ya planea la inauguración de su segundo campus en San Salvador para el 2013 y poder con esto llegar a más personas interesadas en desarrollar su carrera profesional en el área gastronómica. Las matrículas para el próximo año ya están abiertas, se puede pedir más información al 2264-4502 o escribiendo a [mercadeo@lebouquet.com.sv](mailto:mercadeo@lebouquet.com.sv)

## NO ES UN CUENTO...

POR LA NECESIDAD DE VERSE Y SENTIRSE BIEN, SE LANZA AL MERCADO DE PRODUCTOS DE NUTRICIÓN Y BELLEZA EL NUEVO GRIIN SKIN, HAIR & NAILS.

Griin Skin, Hair & Nails es un suplemento de calidad que combina el colágeno (7 g), la biotina (3000 mcg) y el ácido pantoténico (50 mg) que ayuda a hidratar la piel, nutrir el cabello y fortalecer las uñas. Los resultados se pueden comprobar luego de consumirlo durante 28 días consecutivos, después de los cuales se notan resultados muy evidentes.

### EFFECTIVIDAD DE GRIIN SKIN, HAIR & NAILS

Su fórmula contiene colágeno, que ayuda a devolver la elasticidad a la piel, promueve su hidratación y ayuda a reducir la aparición de líneas de expresión. Además, contiene biotina que apoya el crecimiento de uñas fuertes y sanas. Su contenido de ácido pantoténico y colágeno ayuda a recuperar el brillo, la fuerza y la flexibilidad del cabello desde la raíz.

SI TE PREOCUPAS  
POR ESTAR BIEN  
APROVECHA LOS  
BENEFICIOS DE  
ESTE PRODUCTO.

**Griin Skin, Hair & Nails** posee un delicioso sabor a naranja y es fácil de preparar, es un producto apto para diabéticos.



\$1.60 • DICIEMBRE 2012  
REVISTA MENSUAL. GRATIS PARA SUSCRIPTORES

AÑO 11 • NÚMERO 121

# muñeres

DIARIO DE HOY

PROTAGONISTAS  
DEL

2012

LOS QUE  
ACAPARARON  
MIRADAS

**OLGA MIRANDA**  
Y SU ESTILO  
EN NAVIDAD

## DIVAS DE CUENTO

ESTILOS INSPIRADOS EN LEGENDARIAS HISTORIAS



*Yo ya me reinventé.  
Ahora Anew  
reinventa mi piel.*

## ANEWULTIMATE 7S

Desarrollado para estimular las 7 proteínas de la juventud que la piel necesita, Anew Ultimate 7s suaviza hasta las arrugas más profundas. La piel recupera visiblemente su elasticidad y firmeza para darte una apariencia más joven en semanas.\* Ahora tu piel va a llamar la atención, como en sus mejores días.

Llama a una Consejera Avon o al 2241 5000  
[www.avoncentroamerica.com](http://www.avoncentroamerica.com)

# AVON



## *Brillos a.m. y p.m.*

El sol también crea espectaculares efectos en tus prendas... sí, esas que llevan detalles de brillo y que puedes lucir de día.

# 62

### **Brad Pitt y Chanel**

Por primera vez un hombre protagoniza la campaña mundial de la firma parisina.

# 26

### **“Animal print” a toda edad**

No hay un límite para lucir esos sensuales estampados. Te contamos cómo sacarles provecho.

# 32

### **Básico en negro**

Aunque parece ya visto, es un color que siempre puede resurgir impactante.

# 38





LA  
VIDA  
NECESITA  
MAQUILLAJE



STUDIOMAKEUP  
EXCLUSIVO **SIMAN**

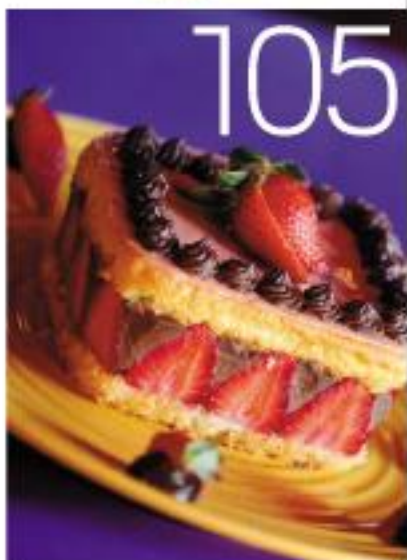




# 102

## A tono con el espíritu navideño

La decoración de casa está en manos de la familia, pero también se vale un poco de ayuda.



# 105



# 72

### MUJERES DE CUENTO

Inspiradas en las protagonistas de los cuentos, las chicas de hoy se llenan de mucho color.

50

### ESTILO BOND

Son muchas las conquistas del agente 007. Las chicas Bond se caracterizan por su sensualidad.

72

### TONOS PARA LAS FIESTAS

El maquillaje ARTDECO viene con tonalidades especiales para el fin de año.

76

### EL LÁSER Y EL CABELLO

Se dice que además de hacerlo crecer, repara la hebra, permite que tus tratamientos y color duren más.

77

### PROTAGONISTAS 2012

Deportistas, artistas y políticos, por bien o por mal salieron a relucir en la opinión pública.

82

### JOSEFINA ÁLVAREZ

Una argentina amante de los textiles y las serigrafías nos cuenta cómo vino a parar en El Salvador.

92

### LA NUEVA NOVIA

Belén Esquivel nos cuenta en qué se inspiró y quienes fueron los cómplices de su muestra de arte.

96

### COMPLEMENTOS DE LA CENA

Una buena ensalada, postres, vegetales, todo es bienvenido en Nochebuena.

105

# Olga y su estilo

Muy particular, elegante y chic... Una mezcla exquisita de elementos.



# 100

Destellos  
Urbanos



Faldas y calcetines pueden variar por susurros

  
prisma moda  
pasión por la moda

Plaza Mundo  
Soyapango

Plaza Merliot  
Santa Tecla

Plaza Prisma  
Santa Ana

Metrocentro  
San Salvador

Metrocentro  
Sonsarate

Plaza Viva  
San Miguel

Unicentro  
Metropolis

Unicentro  
Lourdes

de la editora



# ¿Qué haría Jesús?

EL QUE NACIÓ EN UN HUMILDE PESEBRE DE BELÉN LLEGÓ PARA DARLE UN VUELCO A NUESTROS CORAZONES.

❖ ¿NO LES HA PASADO QUE EN SITUACIONES COTIDIANAS Y SENCILLAS NO SABEMOS MUY BIEN CÓMO REACCIONAR?

¿Cómo actuar ante un subalterno o ante nuestros hijos? ¿Ante una ofensa? Pues bueno, al hacerme esta pregunta me remití a algo que me dijeron un día "en tu corazón vas a saber cuándo algo no es bueno".

Pero además, de manera más vanal -aunque no tanto- me recordé de una de mis películas favoritas: Transformers. ¡Parece mentira pero una película de robots enseña tantos valores! Se me vino a la mente cuando Sam ( Shia LaBeouf ) le pregunta a su maestro por la nota baja que le puso: "piense ¿qué haría Jesús?". La cuestión es que el maestro le dio la nota que pedía.

¿Realmente eso haría Jesús? ¿Cómo saber qué haría? La única manera de saberlo es conociéndolo.

Desde su nacimiento, el Hijo de Dios nos dio una muestra de humildad, pues llegó al seno de una familia como cualquiera y se apegó a las normas de sus padres hasta que su momento había llegado.

Luego con su legado de enseñanzas, muchas de ellas ejemplificadas en personajes igualmente sencillos, hizo un cambio de "chip" en las creencias, en el actuar de la gente de su época y en la interpretación de las escrituras. Y a pesar de todos los esfuerzos de diferentes movimientos, a pesar de que en muchos partes del mundo dicen "NO al cristianismo", Jesús sigue tan vivo como entonces.

En diciembre celebramos la llegada del Salvador en su forma más tierna y dulce, como un indefenso bebé. A veces olvidamos que ese es el verdadero sentido de las "fiestas". Sin embargo, nunca es tarde para darle esa prioridad a Jesús, para recibirlo con el corazón limpio, para enaltecerlo con un nacimiento que anuncie su llegada y en donde los más pequeños de casa puedan participar. Ser parte de las ceremonias litúrgicas, de las pastorelas y de la corona de adviento en

familia son tradiciones que llegan al corazón y que honran a Jesús y a la Sagrada Familia.

¿Qué haría Jesús? Se me vino a la mente la familia que protagonizó un escándalo en los medios y redes sociales. Seguro ellos no hicieron lo que haría Jesús, pero además el resto de nosotros tampoco. "Aquel de ustedes que no tenga pecado, que le arroje la primera piedra" (Jn 8,7), dijo Jesús a letrados y fariseos que condenaban a una mujer adúltera. Actuar como nos gustaría que nos tratarán es algo que no se cumplió en este caso.

Actuar con amor (que puede traducirse en caridad) es la principal enseñanza del Mesías "Este es mi mandamiento: que se amen unos a otros como yo los he amado. No hay amor más grande que dar la vida por sus amigos, y son ustedes mis amigos, si cumplen lo que les mando" (Jn 15, 12-14).

Igualmente Jesús reconoce nuestra debilidad humana y a través de su espíritu y sus seguidores nos envía mensajes de consuelo y de ánimo. Tal es el caso de San Pablo: "Entonces, hermanos, no vivamos según la carne, pues no le debemos nada. Si viven según la carne, necesariamente morirán; más bien den muerte a las obras del cuerpo mediante el espíritu, y vivirán. Todos aquellos a los que guía el Espíritu de Dios son hijos de Dios" (Carta a los Romanos 8, 12-14).

Seguir las enseñanzas de Jesús no es fácil porque luchan contra nuestro estilo de vida actual donde lo superficial se premia y donde la competencia es la norma, pero comenzar a hacerlo a pasos cortos es ya un camino ganado. Les invito a vivir una Navidad en familia, una época donde podamos iniciar nuestro servicio por amor!

*Karen Forbes*

EDITORIAL  
ALTAMIRANO MADRIZ, S.A.

Lic. Fabrice Altamirano  
DIRECTOR EJECUTIVO

REVISTA MUJERES

Claudio Martínez  
DIRECTOR DE REVISTAS

Karen Forbes

EDITORA

Nama Ramírez  
DIRECTORA DE ARTE

Janny de Cerna

EDITORA GRÁFICA

Freda Cadenel Sol  
COORDINADORA EDITORIAL

Alvaro Cuellar  
COEDITOR GRÁFICO

Nelson Dueñas

EDITOR FOTOGRAFICO

Brenda Masde, Angélica Averdeño y  
Gonzalo Alfaro.

PERIODISTAS

Isa Martínez, Tizca López  
y Melan Ochoa

DISEÑO

César Avilés, Miguel Villalba, Marko  
Hernández y René Estrada.

FOTOGRAFÍA

Jorge Castillo

Karina Campos

INFOGRAFÍA E ILUSTRACIONES

Miguel Benavides

TRATAMIENTO DIGITAL

José Luis Orillana

Mauricio Guadado

PRODUCCIÓN

ALBACROME

www.albacrome.com

IMPRESIÓN

COMERCIALIZACIÓN

Libuapericio@alacromedehoy.com

TÉLEFONO: 2231-7876

MUJERES

Es una revista de Editorial  
Altamirano Madriz, S.A. El Dato de  
Hoy, Derechos Reservados. Prohibido  
su reproducción total o parcial sin  
autorización de su titular.

SUGERENCIAS O COMENTARIOS

mujeres.es@gmail.com

SÍGUEMOS EN

f

www.facebook.com/m.junetasalador

Mujeres\_ES

t

www.twitter.com/m.junetasalador



**La Navidad más Feliz**  
*con nuevas tendencias!*



*Jonathan Z*  
WOMAN



**OAKLEY**



PERRY ELLIS

Encuentra el regalo perfecto en nuestras  
**NUEVAS TIENDAS,**  
y vive junto a tu familia la Navidad más feliz!



**GALERIAS**  
*Vive la Moda!*

correo



101 SALVADOREÑAS  
POR EL MUNDO

## Edición aniversario

"Realmente felicito al equipo de Mujeres porque me han impresionado con la edición de aniversario. Creo que muchas lectoras aún estamos devorando de a poco las historias de esas salvadoreñas tan emprendedoras, aventureras, soñadoras. Les deseo muchos éxitos".  
**SANDRA DE RÍOS**

"Me gustaron mucho las historias de las 101 mujeres, pero además la presentación de la edición, la portada y las fotografías de moda, todo. Los felicito".  
**YANETH RODRÍGUEZ PINEDA**

"Las fotografías de GUTI estuvieron geniales, la modelo preciosa. Una edición de colección".  
**SARAI CAMPOS**

"Además de las 101 historias he disfrutado mucho las fotos de las presentadoras de TV y también el de las súper modelos de hoy. Les felicito por como abordaron el tema de Kelly Osbourne, es un caso realmente impactante".  
**SOFÍA C. DE VEGA**

Revista Mujeres: "Muchas gracias por sus comentarios y por todos los que han postado en nuestra página de Facebook, realmente este resultado no hubiera sido posible sin la confianza y colaboración de esas 101 mujeres y más que nos contaron de su vida. ¡A ellas miles de gracias!



RESGOS DE ALTURA

LOS DIFÍCILES SE VIVEN CON COMPLETO BIENESTAR Y EQUILIBRIO POR EL MANEJO DE LAS PIEDRAS QUE NO PRODUZCAN LESIONES CON FRECUENCIA

EL DOCTOR RESPONDE

EL DOCTOR RESPONDE

### SOBRE SALUD

"Les agradezco mucho el tema del desayuno. La verdad es que son consejos tan valiosos que hasta hoy que soy madre les veo la importancia tan vital. La vida agitada nos hace restarle importancia a las cosas que sí valen la pena, y una de ellas son los hábitos. Pensamos que no es tan importante que los chicos se sienten a la mesa, que no es tan importante que al mismo tiempo vean TV, que está bien que ellos coman lo que quieran... Hasta que no vemos los problemas que todo eso causa no tomamos cartas en el asunto. Tengo un chico de tres años que ya "decidió" lo que le gusta y lo que no, sigue el menú de su padre (cero vegetales), ahora sufro las consecuencias. Gracias por informarnos".

**KATYA M. DE CASTANEDA**

"¡Quedé impactada con el tema de los tacones! Ya le había escuchado comentarios a un doctor al respecto y ya tengo varias amigas con daños en sus tobillos y dedos cuando se los torcieron... Hay que usarlos con sumo cuidado".

**XENIA VILLALTA**

### NOS INTERESA.

Lo que te desconcierta, lo que amas, los problemas que te afectan y tus recomendaciones, comentarios y experiencias acerca de Mujeres son importantes para nosotros.

### ENVÍA TUS CARTAS A:

mujeres.es@gmail.com o a la siguiente dirección: 11 Calle Oriente #271, San Salvador. Nos reservamos el derecho de publicación y edición.

### GANÓ CON REVLON

**ANA SILVIA DE LEÓN RODRÍGUEZ** resultó ganadora de cosméticos REVLON valorados en \$100. La acompañan Wendy García de Steiner y Paola Cardenal de Revista Mujeres.





# PIEL HERMOSA *todo* EL DÍA

NUEVOS TRULY LASTING COLOR™ PRESSED POWDER  
Y COMPACT MAKEUP + PRIMER

*Polvo y base compacta que proporcionan una cobertura impecable  
por 16 horas. Contienen ingredientes acondicionadores que  
humectan la piel para que luzca perfecta durante todo el día.*

PARA LOGRAR EL LOOK DE KATE HUDSON INGRESA EN [ALMAY.COM](http://ALMAY.COM)

**ALMAY.**  
maquillaje para piel sensible

# Agenda Diciembre

DOMINGO

LUNES

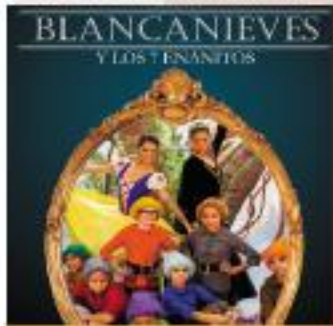
MARTES

MIÉRCOLES

JUEVES

VIERNES

SÁBADO



Blanca Nieves y los siete enanitos por el Ballet de a d'ancer en Auditorium de FEPADE

2

Coro de Villancicos Navideños en Museo Marte

3



DÍA DE NUESTRA SEÑORA DE GUADALUPE

12



DÍA MUNDIAL DE LA LUCHA CONTRA EL SIDA

1

LUCES CAMPERO EN ESTADIO CUSCATLÁN



13  
Cumpleaños de Amy Lee voz del grupo Evanescence



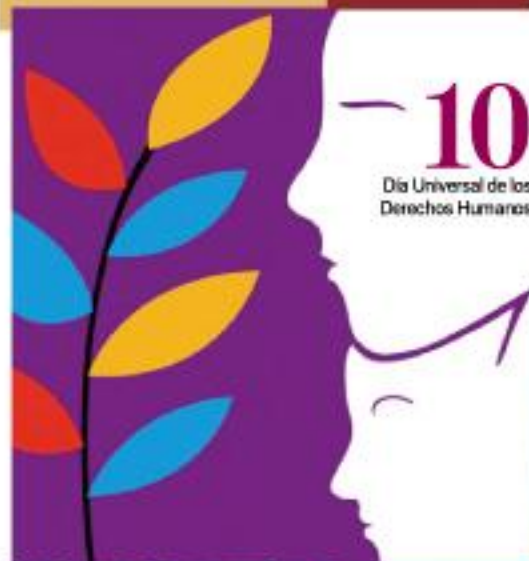
14  
Se estrena El Hobbit en 3D  
CONCIERTO ORQUESTA PLATINUM TROPICAL NAVIDEÑA EN TEATRO PRESIDENTE



8  
Día de la Inmaculada Concepción

15

Oratorio de Navidad por la Orquesta Sinfónica en Teatro Presidente



10  
Día Universal de los Derechos Humanos



18  
BRAD PITT LLEGA A LOS 49



21  
ESTRENO DE MONSTER INC 2



24  
NOCHE BUENA

25  
Navidad

26  
CUMPLE AÑOS DE JARED LETO

28  
DÍA DE LOS SANTOS INOCENTES



DÍA DE LA SAGRADA FAMILIA  
30



31  
FIN DE AÑO



f MaxFactorLA

# I AM creativity

DÚO DE TONS PERFECTAMENTE  
COMBINADOS Y LISTOS  
PARA MEZCLARSE  
CREA TU PROPIO COLOR DE LABIOS

**NUEVO**  
COLOUR EFFECT FLIPSTICK

**SOY CREATIVIDAD**  
HAZ TU PROPIA  
DECLARACIÓN DE GLAMOUR  
TODOS LOS DÍAS

**MAXFACTOR**

EL MAQUILLAJE DE LOS MAQUILLADORES

SALUD ES BELLEZA Distribuido por AGELSA S.A de C.V. Tel. (503) 2263-6565 Fax (503) 2267-9767





f MaxFactorLA

# I AM creativity

DÚO DE TONS PERFECTAMENTE  
COMBINADOS Y LISTOS  
PARA MEZCLARSE  
CREA TU PROPIO COLOR DE LABIOS

**NUEVO**  
COLOUR EFFECT FLIPSTICK

**SOY CREATIVIDAD**

HAZ TU PROPIA  
DECLARACIÓN DE GLAMOUR  
TODOS LOS DÍAS

**MAXFACTOR**

EL MAQUILLAJE DE LOS MAQUILLADORES

SALUD ES BELLEZA



vitrina

# ELEGANCIA EN NEGRO

Noir Couture de Givenchy es la nueva máscara de aplicación sencilla y fórmula experta que buscan las mujeres elegantes y sofisticadas, o al menos así lo propone una bellísima Liv Tyler. Posee una textura lisa y graduable que permite llevarla a cualquier hora del día dejando un acabado de relleno, alargado y arqueado, además de fortificar las pestañas con cada uso. Su aplicación es especial gracias a su cepillo trisférico que maquilla al instante dándoles volumen. El efecto de densidad se debe al complejo multitratamiento con extracto de copernicia, una cera vegetal brasileña. Las fibras del cepillo, que tienen diferentes extensiones, envuelven cada pestaña alargándolas. Contiene una cera mineral microcristalina, elástica y sedosa, de efecto alargador y aterciopelado. La cera alba ayuda a fijar el color perfectamente. Su complejo Lash Booster Expert Complex es especial: la oxazolidona protege cada pestaña, el extracto de artemia salina las energiza y revitaliza y el néctar de algodón las nutre. Búscala en almacenes de prestigio.



## Cuidados naturales

Tus manos dicen mucho de ti. Por eso L'Occitane tiene cremas especializadas. Si lo tuyo es el té verde, prueba con un gel refrescante que las hidrata y protege dejándolas bien perfumadas. Contiene aceite purificante de limón para prevenir el desarrollo de bacterias. Si quieres protegerlas del sol y combatir los signos de la edad, prueba con el **Tratamiento Manos Luminosidad SPF15** de edición limitada. Ofrece los beneficios totales de dos flores del Mediterráneo, la siempreviva y la bellis perennis. La siempreviva estimula la producción de colágeno para alisar la piel y el extracto de bellis perennis, combinado a un complejo vegetal a base de moren uniformiza la piel y regula la aparición las manchas.



## Dos en uno

Covergill y Olay se funden en la nueva base de maquillaje **Tone Rehab 2 en 1** que no sólo permite un maquillaje de efecto radiante y natural, sino que además suaviza líneas de expresión, decoloraciones y manchas y mejora el tono de la piel a través de la hidratación. Desde la primera aplicación sentirás una sensación de frescura, obtienes un acabado de terciopelo y un color que se adhiere perfectamente al color de tu piel. La paleta de colores es apta para pieles claras hasta las más oscuras y ha sido rediseñada con un balance de matices fríos, neutrales y cálidos.

Tone Rehab 2 en 1 es una nueva forma de obtener una cobertura luminosa para una piel que luzca joven y radiante. La tecnología de enfoque suave, ópticamente difumina los bordes de contraste visibles y suaviza las superficies ásperas, a la vez que trabaja con la luz para crear un efecto radiante. Contiene FPS 22 y el Olay Regenerist Serum, un tratamiento que permite conseguir una piel más suave y de aspecto firme con ingredientes acondicionadores como glicolona, niacinamidas y glucosamina N-acetil. Ya está disponible en supermercados y almacenes de prestigio.





# Rompe los esquemas

LA FIRMA DE KENZO TAKADA LANZA **MADLY KENZO** UNA FRAGANCIA FLORAL ORIENTAL ¡QUE SONRÍE A LAS MUJERES ATREVIDAS! UNA MUJER TREMENDAMENTE LIBRE, FELIZ, IMPERTINENTE Y SEXY. UNA FRAGANCIA QUE SE ESCONDE DETRÁS DE LAS MARIPOSAS... SUS NOTAS DE SALIDA EN EL AGUA DE PERFUME SON DE AZAHAR Y PIMIENTA ROSA. EL CORAZÓN ES LA FLOR DE HELIOTROPO DE SURAMÉRICA, POCO UTILIZADA EN

PERFUMERÍA PERO QUE APORTA UN TOQUE ENVOLVENTE Y AVAINILLADO. DE FONDO, NOTAS SENSUALES DE ALMIZCLE, CEDRO Y VAINILLA. EL ENVASE DE ALAS DE MARIPOSA FUE DISEÑADO POR RON ARAD. EL AGUA DE TOCADOR ES ROSA Y TIENE NOTAS DE SALIDA DE PERA Y LICHE, JAZMÍN, CON CORAZÓN DE HELIOTROPO Y DE FONDO ALMIZCLES BLANCOS Y MADERA DE CEDRO. BÚSCALA EN PERFUMERÍAS MAGIE.

## Nueva TECNOLOGÍA

ANEW de AVON tiene ahora una línea formulada con Pro 7Sirtuin diseñada para potenciar las siete sirtuinas conocidas como proteínas de la juventud. La empresa promete que en solo dos semanas la piel estará más firme y joven. **Anew Ultimate 7S** es un lujoso tratamiento que ayuda a reparar el daño del paso del tiempo.

Las proteínas llamadas sirtuinas estimulan el rejuvenecimiento, ya que ayudan a reparar y rescatar células dañadas o afectadas por el estrés o el paso de los años. Incluye crema limpiadora, crema de día e intensiva de noche, un suero concentrado y crema dual para ojos. Consulta a tu consejera AVON.



## Tercera fragancia de SHAKIRA

Una excelente opción de regalo que está disponible en las principales tiendas de prestigio es **Elbair** by Shakira. Tiene notas de salida de azahar y pimienta blanca; su corazón se inunda de fresa, peonía y piel de albaricoque; y deja una estela de madera de cedro, ámbar, benjuí, caña de azúcar y almizcle.



## INNOVACIÓN EN PERFUMERÍA

Lancôme presenta **La vie est belle** de la mano de su musa, la ganadora del Oscar Julia Roberts. Es una declaración de libertad, la elección de embellecer la vida... Olivier Polge, Dominique Ropion y Anne Ripo se unieron para crear una fragancia donde el protagonista es el iris goloso, utilizando además el 50% de sus 63 ingredientes de forma natural. Es una mezcla de iris Pallida de Florencia, uno de los ingredientes más escasos y preciosos de la perfumería, con agua de irón envueltos en la voluptuosidad del aldehído iris. Para intensificarlo se han añadido notas de jazmín Sambac y de flor de naranjo de Túnez. El iris está presente en todos los niveles de esta fragancia frutal floral: sus notas de salida son de grosella negra y pera; el corazón de azahar y jazmín y de fondo -que es cálido, atalado y gourmand- haba tonica, praliné, pachuli y vainilla. Es un agua de perfume que encuentras en almacenes de prestigio.



# Desafía el tiempo



Diversos factores en la naturaleza y el ritmo de vida pueden cambiar la apariencia de tu rostro, dando paso a las señales del envejecimiento.

Laboratorios Vichy ha desarrollado Liftactiv Serum 10, su mejor innovación anti-arrugas, una fórmula que revive el motor de juventud de toda piel.

Diversos estudios han descubierto elementos en la naturaleza que transforman la piel y brindan ese efecto "alisado" que toda mujer anhela. Dentro de estos principios activos está la Ramnosa, derivado vegetal que regula la regeneración de la piel. Liftactiv Serum 10 contiene además agua termal de Vichy y ácido hialurónico.

Este suero proporciona un efecto lifting, ayuda a cerrar los poros, alisando las arrugas para que se vean menos prominentes e iluminando la piel en tan solo 10 minutos obteniendo resultados notorios desde el primer mes. Está diseñado para mujeres de 30 años en adelante y es seguro para pieles sensibles.

*vitrina*

## Nueva colección

Si buscas un regalo especial ¿qué te parece sumar algo a la colección **Kimmidoll**? Estas muñequitas de colección que vienen en variados tamaños ahora tienen complementos especiales.

A la derecha colección NOBUKO, confianza, muñeca maxi, llavero, libreta con lapicero y taza.

Abajo, útiles libretas de coloridos diseños y el esperado Calendario 2013.



## PROMOCIÓN

### ¡COMO UNA ESTRELLA!

AVON regala a cinco lectoras de Revista Mujeres una de las fragancias VIVA by Fergie más loción perfumada para el cuerpo. Para participar solo debes enviar la frase "AVON y Fergie son lo máximo" a [mujeres.es@gmail.com](mailto:mujeres.es@gmail.com). Tienes hasta el 10 de diciembre para participar.

*\* Escribe tu nombre tal como aparece en el DUI y no olvides incluir un número de teléfono.*



# COVERGIRL®

bella, libre, natural

# 24

El poder de lashblast,  
¡hora tras hora!

NUEVA **lashblast 24HR**  
gran volumen ¡que no se corre!



 <http://facebook.com/CovergirlLA>

vitrina

## JOYERÍA DE FIESTA



Diciembre puede ser un quebradero de cabeza para encontrar el regalo ideal. Las chicas seguramente encontrarán varias opciones en Ferrer Igoa Multiplaza y El Paseo. La firma italiana Rebecca se luce con nuevos diseños: como este brazalete con diseño de filigrana, en una aleación de plata, rodio y acero. Y los aretes colgantes con baño de oro rosa con resina de filigrana.



TACORI es la nueva línea disponible en Ferrer Igoa. Collares, aretes y pulseras, todo en plata con cuarcas en tonos ahumados, ideales para estas fiestas. Anillos de la colección City Lights, en plata de ley con piedras semi preciosas. Y juego de collar y aretes en plata de ley y oro de 14K con topacios azules y celestes.



Charmilla lanzó sus diseños alusivos a la época... La pulsera puede lucir así (con dijes de cristal de murano "FRQST" y dijes de plata y cristales Swarovski) o puedes complementar la que ya tienes con dijes alusivos. El muñeco de nieve en plata con cristales Swarovski con esmalte (\$51), cuentas de cristal de murano (\$42), bola de navidad en diseño de gota en plata con cristal Swarovski (\$51).

## EXCLUSIVIDAD XCLAIM

En las tiendas de Galerías y Basilea encuentras la colección Bristols 6, herramientas innovadoras con soluciones fáciles a problemas y emergencias cotidianas en materia del guardarropa. La marca fue fundada en 2002 en Los Angeles, California, y es muy usada en Hollywood por ofrecer soluciones funcionales. ¿No te pasa que debes comprar pantalones para tus flats o para las plataformas? Ahora con el Hem Tape for denim puedes acortar tus jeans en un dos por tres. Son fibras adhesivas de agarre duradero que no dejan residuos en la ropa y funcionan con pantalones pitillo, rectos, bootcut, estilos clásicos o pierna ancha. Cada paquete contiene 18 piezas (\$14.99).

Adjust-A-Button es ideal cuando por cambios de peso o el embarazo los pantalones no siempre son de la talla perfecta. Es un botón ajustable a la medida de la cintura y de cambio instantáneo. Es de metal original completamente reutilizable (\$18.99).





naturalizer

SHOES FIT FOR YOU

**Park Avenue**  
*a fashion statement*

EL SALVADOR C.C. GALERIAS • LA GRAN VIA

vitrina



Relojes Marc Jacobs (\$285) y Fossil con brazalete de piel (\$125).



Argollas doradas (\$13.95).

## MUCHO color

LA BISUTERÍA FINA ES PARTE DEL DÍA A DÍA Y UN EXCELENTE REGALO PARA LAS AMANTES DE LA MODA. UN RELOJ DE BUENA FIRMA TAMBIÉN ES UNA OPCIÓN.



Pulsera turquesa (\$44.95) y naranja (\$39.95).



Chandelier (\$18.95).

TODO DE CASA DE ORO.

## De lujo

Dana&Callena se especializa en contar con piezas de oro únicas, en delicada combinación de piedras preciosas. Dos opciones de lujo: Aretes y anillo de oro amarillo con diamantes, piedras preciosas y perlas. Y anillo con dije y cadena de elegante selección de diamantes, topacios ahumados y amatistas.



## ATRACCIÓN PODEROSA

Fan di FENDI pour Homme conquista desde las primeras notas por el frescor de la mandarina de Sicilia y la bergamota de Calabria. Sus notas de salida son frescas y aromáticas, acentuadas por un toque de albahaca. En el corazón masculino se destacan las bayas rojas y el cardamomo, el geranio aromático con notas de cedro de Texas. De fondo: seducción por las esencias orientales de cuero ligero, haba tonka y pachulí. Una fragancia elegante y sofisticada. Disponible en Perfumerías Magie.

## DE ESPÍRITU ESPAÑOL

La nueva fragancia de Jesús del Pozo, HALLOWEEN MAN, tiene una composición innovadora de esencias dispares... En un frasco cilíndrico que mezcla plata y morado se encierra una esencia con notas de salida de mandarina, albahaca, martini y hojas de violeta. En las notas medias descubres las exquisitas flores de lavanda y flor de azahar, con especias como la canela y el jengibre. Masculino y sensual es el fondo, con notas de cuero, almizcle, ámbar y vainilla. Búscala ya en Almacenes Siman.





# L'OCCITANE

EN PROVENCE

REGALOS MÁGICOS  
DESDE EL SUR DE FRANCIA



Elija su regalo maravilloso de nuestras  
Nuevas Ediciones Limitadas  
por compras de \$120.00\*

\*Un regalo a elegir entre el Gel de ducha de Flores Maravillosas 75ml o  
Gel de ducha de Hojas Mágicas 75ml. Oferta válida del 1 al 15 de diciembre 2012 -  
Un regalo por cliente - Mientras duren existencias - Las fotografías son ilustrativas el regalo  
puede variar según disponibilidad.

VALOR DEL  
REGALO  
\$12.00



Multiplaza - Galerías - Siman La Gran Vía

*copiaelook*

Por *Angélica Avendaño*

# EXCÉNTRICA Y SOFISTICADA

ELEGANCIA, FEMINIDAD Y LUJO SON LOS PRINCIPALES RASGOS DEL ESTILO DE LA FIRMA ITALIANA AMEN QUE PRESENTÓ UNA COLECCIÓN LLENA DE COLOR, ESTAMPADOS FLORALES EN FALDAS, BLUSAS Y VESTIDOS PARA LA PRÓXIMA



De izquierda a derecha. Blusa estilo kimono estampado paisley, mangas murciélago (\$79). Jeans blancos de tiro medio con bolsillos delanteros (\$59) ambos de **MNG**. Collar de cuentas en dorado y rojo (\$25) de **ALMACENES SIMAN**. Bolso semi cuero decorado con tachas en las asas (\$79.95). Salletos de charol (\$49.95) los tres de **ZARA**.



# LIFTACTIV SERUM 10

Arrugas - Poros - Efecto Lifting - Luminosidad Instantánea

**Una piel nueva\* desde la 1ª gota.**

**Apta para piel sensible.**

El sueño de una piel ideal  
se hace realidad

■ **ÁCIDO HIALURÓNICO + RAMNOSA 10%**

Poderoso y concentrado. La máxima corrección  
antiarrugas en los 4 tipos de arrugas faciales. \*\*



\*Suave, uniforme y radiante

\*\* Test clínico -40 individuos - 1 mes - arrugas de la frente,  
periorbitales, nasogenianas y arrugas debajo del ojo.

■ **PIEL SENSIBLE**  
■ **LIBRE DE PARABENOS**  
■ **AGUA TERMAL VICHY**

De venta exclusivamente en farmacias:  
Almacenes Sanborns, Farmacias San Benito,  
Virgen de Guadalupe, Camila, Farmacias Uno

**VICHY**  
LABORATOIRES



Descubre Vichy

[www.facebook.com/descubre.vichy](http://www.facebook.com/descubre.vichy)

moda

# Look de lujo

PARA EL INVIERNO LAS COLECCIONES DE MODA SE LLENAN DE BRILLO, TELAS LUJOSAS Y ENCAJES... O ESTAMPADOS QUE SIMULAN LOS MÁS LUJOSOS BROCADOS.

En la colección de fiesta 2012 de Naturalizer encuentras desde los clásicos stiletos con puntera fina o redonda hasta modernas plataformas con estilo desbalanceado y peep toe de cortes asimétricos. En la mayoría de modelos el tacon es mediano y destaca el encaje tomazol, el satín y el rizarol. Los detalles que simulan piezas de alta costura con detalles brillantes son ideales para la época de fiestas.

Los brocados, blondas y encajes, forman parte de las tendencias que los diseñadores de las casas de moda más famosas del mundo llevan en las colecciones otoño

invierno 2012-2013.

Estos tejidos, que surgieron en la Edad Media, no solo adornan la prendas básicas de hombres y mujeres, sino también accesorios como calzado y bolsos.

Entre los modistos que han optado por estos tejidos para darle un toque de glamur y opulencia a sus pasarelas está Dolce&Gabbana, Oscar de la Renta, Balmain, Gucci, Larvin, Chanel y Louis Vuitton. Por ello, muchos afirman que la moda de esta temporada convierte el exceso en algo estético y bello, que permanecerá en el ambiente por mucho tiempo.



CHRISTIAN DIOR

ETRO



ESTILO PEEP toe de corte asimétrico y tacon de 10 centímetros, en cuero y satín tono almendra. Con decorado de pedrería en gris y dorado (\$130).



Peep toe de PLATAFORMA visible que combina cuero, blonda y satín con acabado tomazol. (\$125). STILETTO de puntera fina en cuero con brocado en tonos bronce y negro (\$105). Naturalizer está Multiplaza y El Paseo.



ROSEANNA



Cuárdame  
el secreto...

Joyas TOUS

**TOUS**

joyeros desde 1920

*El Salvador. C.C. Multiplaza T. 2243 8644 / C.C. El Paseo T. 2275 6178  
Barcelona . Madrid . Hong Kong . Moscow . New York . Tokyo . Mexico City*

moda

# Jonathan Z, ahora en Galerías

ES UNA MARCA INTERNACIONAL QUE OFRECE VARIEDAD DE PRENDAS QUE VAN DESDE LO CLÁSICO A LO MODERNO, CON PIEZAS ÚNICAS QUE TE HACEN LUCIR ELEGANTE Y CÓMODA EN CUALQUIER OCASIÓN.



Por *Niomara Alfaro*,  
Fotos por *Marlon Hernández*.

A la izquierda, blusa en algodón con escote de tirantes gruesos y sobre tela de chiffón y diseño estampado con escarolas y laza al frente.

Jeans de corte recto, disponible en variedad de diseños.

Desde arriba: Vestido de media manga con falda en línea A y laza en la cintura.

Cartera espaciosa de asa corta, con textura al frente, y detalle metálico.

Diseño hobo en combinación de colores con adorno de cinturón y zipper.

Cartera de sobre con textura animal y acabado en charol.

Pulsera elástica con piedras ovaladas.

Anillos dorado con piedra granulada y con oro elástico y piedras de colores.

Aretes colgantes en blanco y marfil.





**pierre cardin**<sup>®</sup>  
PARIS

BOUTIQUES PIERRE CARDIN Y ALMACENES DE PRESTIGIO



moda



# BRAD PITT Y SU PAPEL PARA CHANEL

BRAD PITT LE HABLA A LA CÁMARA. AL FONDO UN AMBIENTE ÁSPERO MIENTRAS ÉL ES FILMADO EN BLANCO Y NEGRO. EL SEXY ACTOR PARECE ESTAR RECITÁNDOLE UN POEMA A UNA PASADA AMANTE.

No son necesarias las imágenes ya que cada palabra intriga, mientras su voz consigue ser inquietante y, a la vez, apasionante. Atrapado en un estado enamorado, se siente nostálgico por los recuerdos, los sueños y las fantasías que le causan. Ambiguo, no es claro quién es el objeto de sus afectos, hasta que su voz cálida se vuelve ligeramente triunfante. Es CHANEL Nº 5 - la fragancia eternamente femenina - la que ha inspirado su oda apasionante al romance.

El siguiente filme logra combinar el rostro impecable de Pitt y su voz magistral con imágenes sabiamente elegidas. El primer plano de un penthouse, el éxtasis de la naturaleza, una visita a un museo de arte y un encuentro fortuito en un ascensor ilustran sus recuerdos que resuenan a escala global. Mientras tanto, la cámara acaricia sensualmente a CHANEL Nº 5 - la alquimia de la elegante botella con el elixir de color dorado - llevando a la mente la impresión fluida y perenne de la icónica fragancia. El crescendo final alcanza el objetivo. Está el mapa del mundo, está París el origen de CHANEL Nº 5, que reina, poderosa, en la industria del perfume.

Esas son las odas de Joe Wright para la esencia icónica de la firma Chanel. Luego de dirigir filmes como la esperada Anna Karenina (aun no se estrena en nuestro país), y las emblemáticas Atonement y Pride and Prejudice, el director recrea un romance para Brad Pitt y una fragancia, una que fue lanzada en 1921. La nueva campaña es diferente, rompe los esquemas y para hablar de ella nadie mejor que Andrea d'Avack, Presidente de Fragancia y Belleza CHANEL.

**CHANEL SE DESTACA POR SUS CAMPAÑAS EXCEPCIONALES DE Nº 5. ¿CUÁL ES EL PLAN DE ATAQUE AL REALIZAR UNA NUEVA?**

Esta tradición comenzó en 1937 con Gabrielle Chanel. Después fue la fabulosa expresión de Marilyn Monroe quien declaró ponerse Nº 5 en la cama, convirtiendo el perfume en leyenda. Desde entonces todas nuestras cam-



Estrellas internacionales reconocidas por su belleza, tales como Catherine Deneuve, Carole Bouquet, Nicole Kidman, y Audrey Tautou han personificado el sueño y deseo que CHANEL N°5 sigue inspirando. En cada campaña, buscamos cambiar el ángulo y la perspectiva para crear sorpresa y mantener el mito de un perfume que se mueve con los tiempos.

**SEGURO FUE UN RIESGO ELEGIR A BRAD PITT PARA CHANEL N°5 –UNA ICÓNICA FRAGANCIA FEMENINA – ¿POR QUÉ LO HICIERON?**

Nosotros no pensamos como un riesgo la decisión de romper con el patrón clásico del mundo de fragancias. En realidad, el filme N°5 evoca la atracción que sucede entre un hombre, una mujer y un perfume. Cuando comienza, tenemos la impresión de que Brad Pitt se está dirigiendo a una mujer, pero poco a poco, nos damos cuenta que él habla de CHANEL N°5.

Joe Wright y nuestro departamento creativo escogieron a Brad Pitt porque tiene un carisma increíble, indispensable para transmitir el mensaje y crear la ruptura creativa que buscábamos. Ha hecho un papel maravilloso. Su voz cautivadora conmueve y se presta para darle intensidad al filme.

**EL PRIMER FILME ES VERDADERAMENTE REVOLUCIONARIO A SU MANERA. ¿CUÁNTA PARTICIPACIÓN TUVO CHANEL EN EL PROCESO CREATIVO DE ESTA CAMPAÑA?**

Con este filme, como con todas nuestras previas campañas de N°5, queríamos reinventar, atrevernos a hacer algo distinto. Para lograr esto, el proceso creativo debe ser un diálogo verdadero, un intercambio de ideas, entre el departamento artístico y el director del filme. No le ponemos límites al equipo creativo y le damos "rienda suelta" porque creemos que logra captar la esencia de la época y nos permite ver al futuro y tomar el salto. En CHANEL escogemos directores que están en la misma onda que nosotros. Ese fue el caso con Joe Wright. Después de haber trabajado con él durante dos comerciales de COCO MADEMOISELLE estábamos impresionados con su manera de expresar la elegancia y de comunicar una sofisticación innata, lo cual refleja mucho CHANEL.

**¿POR QUÉ ESTRENAR DIFERENTES VERSIONES DEL ANUNCIO? ¿PARA JUGAR A LO SEGURO?**

No, nosotros no jugamos a lo seguro porque la creación es un acto de convicción. Joe Wright cree firmemente que las otras versiones brindan elementos emotivos y completamente diferentes. Considerando cómo funcionan los medios hoy en día, no pensamos que se puede limitar a tener solamente un mensaje,



por más fuerte que sea – lo cual es el caso con nuestro primer anuncio. Es vital desarrollar un sistema complejo de mensajes para fortalecer la campaña, en particular cuando es tan articulada.

**JOE WRIGHT RECONOCE CHANEL POR SER UNA MARCA INTRANSIGENTE Y VISIONARIA. ¿ESTAS CUALIDADES INSPIRAN SU SEGURIDAD?**

Como no tenemos compromisos, nos podemos concentrar en lo esencial: el mensaje que queremos transmitir y lo que queremos construir. Este enfoque descarta de facto todo lo que es irrelevante. La falta de compromiso nos permite una libertad increíble y la audacia de decir "no", lo cual es extraordinario tanto para lo creativo como para lo comercial. Sabemos exactamente a donde queremos llegar y avanzamos paso a paso. CHANEL jamás reflexiona a corto plazo. Nos preguntamos todos los días cómo potenciarnos a lo largo de los próximos diez años y eso le da un giro completo al punto de vista, algo crucial. Nuestro objetivo es erigir la marca manteniéndonos enfocados en lo esencial y perpetuando la leyenda, convencidos que al lograr esto alcanzaremos la meta. El reto principal para una compañía como la nuestra es mantenerse deseable e insigne a través de una creatividad intransigente y una imagen fuerte.



moda



Los estilos casuales llegan con fuerza en esta colección. Estilos clásicos reinventados.

## Al hilo con la moda

Esta línea ofrece dos estilos clave para esta temporada los cuales van de lo más clásico, lo moderno y casual hasta los de estampados animal: The British Are Coming, una tendencia que toma como inspiración la subcultura de los años 70 en Londres. Piezas atemporales clásicas del campo son reinterpretadas de manera moderna con un toque de moda callejera. Puedes llevarlos

con estilos rurales campesinos, tartán o cuadros escoceses y mocasines estilizados.

Launch Pad, por el contrario, se acopla al futurismo del espacio. Incluye elementos de líneas limpias y simples actualizadas con textiles tecno, cueros y bloqueo de colores. Viste esta tendencia con trajes de líneas puras, tacones de charol de mucho brillo o con pantalones de corte estrecho.



Con detalles en estampado animal, peep toe con tacón cuadrado (\$109) y en charol con detalle de cinturón al frente (\$95).

Los encuentras en Naturalizer El Paseo, Multiplaza y Metrocentro San Salvador.

### 85 AÑOS DE COMODIDAD A TUS PIES

En 1927 Naturalizer revolucionó el mercado con la idea de crear zapatos elegantes y cómodos diseñados especialmente para las mujeres. La marca se dio a conocer como "el zapato con el ajuste perfecto". Al conmemorar su 85 aniversario, la firma continúa su compromiso de entender cómo los zapatos realmente cómodos pueden ayudar a las mujeres a moverse con energía durante todo el día y vivir la vida a plenitud.

Naturalizer continúa comprometido en diseñar estilos hermosos que se sienten tan bien al final del día como al comienzo. Es por eso que presenta su exclusivo sistema N5 comfort, cinco elementos esenciales: acolchonado adicional, forros que dejan pasar el aire, equilibrio en cada pisada, plantillas flexibles y materiales livianos.

CASA PROTEJA



**SANTA ROSA**  
UN LUGAR INCOMPARABLE  
SANTA TECLA

# Disfruta en familia

Todos los detalles  
que solo aquí encontrarás

En Santa Rosa cada día  
descubrirás un nuevo detalle

**Ven y date cuenta por ti mismo**  
Visita nuestras casas modelo, abiertas todos los días

[www.santarosa.com.sv](http://www.santarosa.com.sv)

 Un Lugar Incomparable

Tel.: 2229-3757 / 2229-7486

Desarrolla  
**Bolivar**  
[www.proyectosdevida.com](http://www.proyectosdevida.com)

# COLECCIÓN COLOR NEÓN

*Tips por Riccardo Giovannoni*

Para combinar tus **zapatos color neón**, toma en cuenta que tu atuendo debe ser **totalmente liso, sin estampados muy llamativos o de colores muy fuertes** ya que toda la atención estará centrada en tus pies. Puedes llevar un par de **skinny jeans blancos o tono jeans**. El blanco le dará un look muy fresco y se ve muy bien con colores neones.



ESTILOS VARIAN SEGÚN SU CURSAL. ENCUÉNTRALOS EN ADOC.

**ADOC.**



estás lista  
para  
navidad?

*Lista de navidad*

1. Comprar regalos ✓
2. Acto de Navidad de los niños
3. Cena de Navidad
4. Fiesta de la empresa
5. Enviar saludos navideños
6. Últimas compras del súper
7. Almuerzo con amigas
8. Fiesta de fin de año
9. Ver el amanecer

**ADOC**<sup>®</sup>  
LO MEJOR PARA TI, SIEMPRE.

moda

# "PRINT" ANIMAL

HAN RESURGIDO LOS ESTAMPADOS PARA LLENAR DE VIDA NUESTRO ARMARIO. EL ANIMAL ES UN BÁSICO QUE ELEVARÁ CUALQUIER LOOK, APRENDE CÓMO USARLO A CUALQUIER EDAD Y SACARLE EL MAYOR PROVECHO.

Por Paola Cardenal Sol / Fotografías: Miguel Villalta.

20

La clave de mezclar estampados es elegir los colores ideales, opta por dos neutros clásicos como las rayas y el animal para no fallar. Combina prendas cómodas como los suéteres con tu skinny jeans favorito y mantente abrigada con una bufanda. Los complementos deberán mantenerse en sólidos y neutros como el negro y los marrones.



Suéter (\$19.95) de ZARA.

Amplia bufanda en estampado animal (\$14.95). De Pull&Bear.

Brazalete ajustable en dorado (\$27) de MANGO.



Aretes de jaula en dorado (\$24) de Adolfo Domínguez.



Moderno bolso de cuero texturizado (\$279) de Adolfo Domínguez.



Zapatillas de cuero marrón con detalle de zipper (\$25.95) de Steve Madden.



Pantalón skinny de mezclilla y cintura alta (\$39.95) de Pull&Bear.



LILY COLLINS  
23 años



RIHANNA  
24 años



JESSICA SIMPSON  
32 años



Sofisticada falda lápiz con cintura peplum en estampado animal (\$79.95) de ZARA.

Clásica blusa de botones en algodón y seda (\$49) de MANGO.



STACY KEIBLER,  
33 años

## 30

Las faldas son tan clásicas como versátiles, átrévete con una que no te dejará pasar desapercibida. Combina tu estampado con un sólido y accesorios a juego. El estilo peplum está en boga y le luce a casi todas las figuras, alarga tus piernas con un tacón delgado y estarás lista para brillar.



Anillos de cocktail en relieve (\$19 cada uno) de MANGO.



Pendientes en tono plata (\$29) de Adolfo Domínguez.



Botín con tacón de aguja metalizado (\$139) de ZARA.



Llamativo bolso de sobre con cierre metálico (\$99). De MANGO.



KIM KARDASHIAN,  
32 años



DITA VON TEESE,  
40 años

40

Los básicos pantalones blancos y el cardigan a color son las piezas perfectas para un look profesional pero divertido. Combina básicos de tu closet con piezas gráficas como el leopardo y no podrás equivocarte. Mantén neutros los accesorios para no sobrecargar.



Delicada pulsera ancha en plateado (\$34).



En sutil estampado, gafas de sol XL (\$32).



En plateado, collar largo estilo étnico (\$59), ambos de Adolfo Domínguez.



Sedosa blusa de manga 3/4 en estampado animal (\$25.95).



Clásico pantalón de vestir con cintura alta en blanco (\$72). Todos de MANGO.



Suéter con drapeado al frente (\$229) de Adolfo Domínguez.



En dos tonos, cartera con cadena y borla (\$39).



Sandalias de tacón fino (\$85) de ZARA.



DEBRA MESSING,  
44 años





**KIDS**  
Hush Puppies®



**PUPPY  
LOVE**



METROCENTRO, 7A. ETAPA LOCAL N° 232 H, SAN SALVADOR, TEL: 2261-1722 Y 2260-2435 • CENTRO COMERCIAL PLAZA MUNDO, 4TA. ETAPA, LOCAL 183, TEL: 2277-6320 • CENTRO COMERCIAL METROCENTRO, SAN MIGUEL, ETAPA 19, LOCAL 88 E, TEL: 2967-8683 • CENTRO COMERCIAL GALERÍAS, LOCAL 139, DE COMERCIO 1, MÓDULO 2, SAN SALVADOR, TEL: 2223-7723 Y 2223-7724 • CENTRO COMERCIAL LA GRAN VÍA, LOCAL 301-302, TEL: 2278-9823 Y 2278-4511 • CENTRO COMERCIAL MULTIPLAZA, SAN SALVADOR, TEL: 2243-8317



Collar dorado con piedra color vino (\$49).

Sofisticado vestido estampado de talle recto y mangas campana (\$19.95).

Brazalete en metal con relieve (\$44).



Gafas de sol redondas con detalle estampado (\$32) de MANGO.



Moderno bolso de cuero cuadrado con asa ajustable (\$219). Todos de Adolfo Domínguez.



Sútilitos en charol (\$99.99) de STEVE MADDEN.

## 50 y más

No temas demandar atención, es tu momento de brillar. Un look completo en este estampado no es solo elegante sino también moderna. Combinando un vestido recto que favorece a cualquiera con accesorios dorados puedes lograr un estilo refinado. Los básicos complementos en negro ayudan a unificar el conjunto.



JANE FONDA, 74 años



DEMI MOORE, 51 años

# STEVE MADDEN

STEP INTO

## Holidays

ESSENTIALS

UN PASO MÁS CERCA DE LAS FIESTAS, LA TEMPORADA  
*Holidays 2012* HA LLEGADO A STEVE MADDEN

MÁS AUDAZ QUE NUNCA:

STUDS, PUMPS, TACONES DE AGUJA

SON ALGUNAS DE LAS TENDENCIAS  
MÁS FUERTES DE ESTA COLECCIÓN.



>La época para resaltar esta aquí y en

**ESTA TEMPORADA**  
**NO EXISTEN LIMITANTES.**

Visítanos en nuestra Tienda Steve Madden en centro comercial La Gran Vía y ¡Descubre los nuevos estilos que la temporada WINTER 2012 trae para ti!

WWW.STEVEMADDENCA.COM  STEVEMADDENELSALVADOR  STEVEMADDEN\_CA

TIENDA STEVE MADDEN // C.C. LA GRAN VÍA, EL SALVADOR // TEL: 2278 6871



JENNY FADHAM



RACHEL ZOE



TEMPERLEY LONDON



REEMACRA



RALPH RUCCI



MATHEW WILLIAMSON

# NEGRO PARA SIEMPRE

*Por Karen Funes*

ES EL VESTIDO COMODÍN. CUANTO MÁS SENCILLO Y CLÁSICO MÁS PERFECTO. UNOS CUANTOS ACCESORIOS NOVEDOSOS Y COBRA NUEVOS BRÍOS.



HERVÉ LEGER  
BY MAX AZRIA

MAX MARA

DIANE VON  
FURSTENBERG

ANTONIO  
BERARDI

AMEN

ELIE SAAB

Las pasarelas de otoño – y casi de cualquier época – exigen un poco de negro. Es un básico que incluso hace resaltar las pieles más coloridas y vanguardistas. Las transparencias, que dejan entrar un poco de luz, forman parte del encanto de un vestido negro de hoy. Difícil decidirse por un favorito.



AMEN



CHRISTIAN SIRANO



moda

## PRECIOS ACCESIBLES

En Primavera Moda, por ejemplo, encuentras vestidos económicos que siguen las tendencias de la moda. Simplicidad, mangas caídas o de un solo hombro e incluso algunas flores son parte de su propuesta.



Diseño de un hombro tablado desde un costado con vuelos en el hombro.



Sinapless completamente alforzado en forma lateral.



Plataformas en negro con detalle nude y rosa de Bershka (\$69.90).



Plataformas de estampado animal con tacón de aguja negro Kenneth Cole (\$99) en Almacenes Siman.



Sencillo diseño con drapado a un costado y de una sola manga estilo puff uelo con borde de canutillos.

# EL MUST: CALZADO QUE VISTE

ASÍ COMO CATHERINE MALANDRINO USÓ UNOS STILETTOS EN FUCSIA CON UN VESTIDO DE DISEÑO VANGUARDISTA, NADA TE IMPIDE LLEVAR UNOS BOTINES ACTUALES O UN TOQUE DE COLOR O DE METAL.



Botín peep toe en gamuza y piel con dos bandas frontales decoradas con colmillos.

Botines de tela que simulan encaje elástico con tacón de aguja y puntera metalizada de Bershka (\$75.95).

Botín de plataforma en gamuza de Stradivarius (\$69.95).



# Línea y Figura

Clínica Facial y Corporal  
20 años de experiencia

## ¡REGALA BELLEZA EN ESTA NAVIDAD!

### Maquillaje Permanente:

Cejas, ojos y labios

### Ultracavitación:

Liposucción sin cirugía

### Radiofrecuencia:

Derretidor de grasa

### Tratamientos Faciales:

Manchas, Acné y Arrugas.

### Vacumterapia:

Succionador de grasa

### Microdermoabrasiones

(obtén cutis nuevo)

### Mesoterapia Corporal y Oral

#### Acido Hialurónico

(Elimina líneas de expresión)

#### Depilación Láser IPL

y con cera

Tratamiento láser para manchas y varices

Parafango y Gimnasia Pasiva

Masajes Reductivos,  
vendas frías y calientes

Servicios de salón

Exfoliaciones y Envolturas corporales:  
vinoterapia y chocoterapia

#### Rizado y Extensión de pestañas

(adheridas 1x1)

Masajes Relajantes y Linfáticos,  
a 4 manos, con bambú y esfera china

Bronceado (spray tanning)

Piedras Calientes y Ayurveda

Reafirmante de Glúteo y Busto

Sauna Seco y Vapor

### Evaluación Nutricional GRATIS



#### SUCURSAL MASFERRER

99 Av. Nte. y 3a. Calle Poniente No. 5011, Col. Escalón,  
50 Mts. hacia abajo de la entrada de Emergencias del Hospital  
Diagnóstico. Tels. 2263-6430, 2263-6437

#### SUCURSAL SAN BENITO

Colonia San Benito, Calle Loma Linda # 210,  
enfrente de Scotia Seguros.  
Tels. 2223-1886, 2223-1845

20 masajes +  
20 vendas frías por  
\$99<sup>00</sup>

[www.clinicalineayfigura.com](http://www.clinicalineayfigura.com) • [contacto@clinicalineayfigura.com](mailto:contacto@clinicalineayfigura.com)

Sigue nuestras  
promociones en:





Diseño strapless con tela caída que se anuda al frente.

# NO HAY NADA ESCRITO

EL VESTIDO NEGRO TIENE SU PROPIO LENGUAJE Y PUEDE IR DESDE DISEÑOS MÁS CONSERVADORES, MINIMALISTAS HASTA DELICADAS JOYAS CON FLORES EN RELIEVE O UN EXTRA DE PEDRERÍA.



Clásico y fashionista: un diseño con chispas de brillo de caída a la cintura y pedrería en los hombros. TODOS DE MIMI BOUTIQUE.



De estilo griego, diseño de gran caída de una sola manga con cristales que simulan un fajón en la cintura.



Juvenil estilo con drapeado al frente y liza. De corte a la cintura y falda decorada con rosas de chiffón.



ELIE SAAB

## DETALLES SUTILES

Si quieres lucir un collar de grandes dimensiones puedes prescindir de los aretes. Si no puedes vivir sin ellos elige unos de buen diseño. Los de gota están de moda aunque las pendientes largas siempre son modernas y elegantes. Combinalos con brazaletes o un anillo elegante. Aretes de Mimi Boutique. Brazaletes de Barshka.







Since 1958



# mulco

[www.mulco.com](http://www.mulco.com)



CASA DE ORO  
JOYEROS • ORFEBRES

MULTIPLAZA, Tel: 2243-4675

moda

# Mezcla de TENDENCIAS

SI ERES MODERNA, CASUAL O EXTROVERTIDA, EN PRISMA MODA ENCUENTRAS EL COMPLEMENTO PERFECTO PARA ESE LOOK DE ENVIDIA.

Por *Angélica Avendaño*.  
Fotografías *René Estrada*.



Blusa de escote redondo con vuelos (\$18.99).

Collar largo plateado con dije de piedras (\$7.99).



Blusa a rayas con fondo verde (\$19.99).

Juego de pulseras (\$5.99).



Sandalias de plataforma destalonadas (\$33.99).



Gargantilla dorada con piedras (\$9.99).



Diseño sin mangas con detalle plisado (\$24.99).



Jeans pñilo con doblez decorativo (\$24.99).



En amarillo con cinturón (\$24.99).



De estampado floral (\$22.99).

NINE WEST  
Fall 2012

TIENDAS NINE WEST GALERÍAS - LA GRAN VÍA - ZONA ROSA  
DISTRIBUIDORES EXCLUSIVOS: SEARS, PARK AVENUE Y SIMÁN  
visítanos en [www.ninewestca.com](http://www.ninewestca.com) o síguenos en [www.facebook/Club9](http://www.facebook/Club9)



## ENREDOS FEMENINOS

# ¡BUSCANDO LA FELICIDAD!

Por *Claudia Daher*

**\* Quienes me conocen un poco más, saben que la palabra "positivo" y el ser "feliz", tienen connotaciones muy especiales en mi vida.** Ser positivo es una manera de vivir, no quiere decir que vaya por la vida de nube en nube, flotando en la irrealidad de que todo es perfecto, como algunos creen. Y ser feliz es una decisión que tomamos...

Entiendo perfectamente la vida como una secuencia de buenos y malos momentos, algunos más malos que buenos, ¡pero siempre mezclados! Vivir felizmente en positivo no quiere decir que estemos felices 24 horas al día, igual nos enojamos, nos preocupamos y nos angustiamos con diferentes situaciones, la diferencia radica en cómo lo hacemos.

El ser humano vive en constante búsqueda de la felicidad, todos queremos la solución perfecta, y en ese camino encontramos muchas teorías, que además nos confunden, y no estoy hablando de religiones porque eso ya es más complicado y demasiado personal. Dejando claro que respeto toda aquella religión que se profesa en este mundo, en la medida en que no le haga daño a nadie, somos libres de creer en lo que mejor nos acomode.

Me refiero a que últimamente se ha puesto de moda mucha literatura de autoayuda, están los que respiran bien, los que comen bien, los que visualizan todo, los que no son perfectos son optimistas, los que van a otras vidas a buscar sus raíces y el meollo de sus problemas, mi vaca, tu vaca, mi queso, el tuyo, la sopa de pollo y de res, en fin existen un sinnúmero de libros que nos dicen tener la fórmula

la perfecta para esa felicidad que tanto anhelamos.

Y me pregunto yo ¿cuántos libros tenemos que leer? Para entender lo básico, que la felicidad está en nosotros, basta con mirar hacia adentro, afuera no vamos a encontrar nada de lo que buscamos... ¡Cuándo vamos a entender que somos los únicos con el poder de decidir si somos felices o no! Me refiero a vivir en armonía, a vivir en positivo, a ser felices con lo que tenemos, a trabajar por lo que queremos sin voltear a ver qué están haciendo los demás, a creer en nuestros sueños, a entender que la felicidad no depende de otros, depende de nosotros.

Y es que problemas siempre van a haber, no existe la vida perfectamente perfecta. La diferencia está en cómo afrontamos la adversidad, cómo le buscamos solución o aceptamos que no la tiene... Vivir en paz, entender que somos humanos y que cometemos errores, que la perfección no existe y si existiera sería muy aburrido!

El reto no es ir cantando de felicidad por la vida, siempre de buen humor y en positivo, el reto es tener el valor de mirar hacia adentro de manera objetiva, entender que somos humanos y que tenemos muchos defectos, tomar la decisión de cambiar aquellas cosas que no nos gustan de nosotros mismos para poder aceptar quienes somos y estar en paz con nuestra conciencia...

La felicidad es una decisión ¡Atrévete a tomarla!

---

CONDUCTORA DEL PROGRAMA RADIAL "1 EVA Y 3 ADANES" POR LA  
LÁSER ESPAÑOL 90.1. TODOS LOS MIÉRCOLES DE 6:00 A 8:00 P.M.

# Celebramos nuestro Primer Aniversario

en C.C. Plaza Centro, nos honraron con su presencia personalidades del ambiente público, política, belleza y moda salvadoreña.

Agradecimientos especiales a todos nuestros clientes por preferirnos y buscar la mejor atención y los mejores precios.



**Titos**  
Perfumes y Cristales

Visitenos en:

Centro Comercial Plaza Centro

Centro Comercial Galerías Centro

# STANHOME PARA TODOS

Stanhme desea acercar a la mujer a su ideal de belleza, bienestar y realización personal con sus marcas Stanhome hogar y Kiotis. Stanhome ofrece un abanico de oportunidades de negocios para aquellas mujeres que deseen hacer de la venta directa un estilo de vida rentable y satisfactorio, ofreciendo soluciones de alta calidad para el cuidado personal, de la familia y el hogar.

Ofrece la oportunidad de crear, desarrollar una carrera profesional basada en la formación, la motivación, la generosidad y el profesionalismo.

Stanhme ofrece fórmulas exclusivas para la higiene y el cuidado del hogar, desde el techo hasta el suelo.

Y Kiotis es una prestigiosa marca francesa de cosméticos, una verdadera alternativa de belleza que une los beneficios de los aceites esenciales y los concentra en exclusivos y refinados productos. Además extrae lo mejor de la aromacología.



## DE ETIQUETA

Por Carolina Casanova

### LOS MÍOS, LOS TUYOS Y LOS NUESTROS...

❖ **QUERIDAS PAREJAS QUE ESTÁN POR CASARSE O LOS YA CASADOS, SU FAMILIA ESTÁ A PUNTO DE CRECER** en todos los sentidos, pues todos suman... la mía, la tuya y la nuestra.

Debe ante todo existir el respeto entre todas las familias y el espacio necesario para que la "nueva" familia se desenvuelva sin tropiezos. La biblia en Génesis 2:24 dice, "Por tanto, dejará el hombre a su madre, y se unirá a su mujer, y serán una sola carne."

Es importante estar claros que desde ese momento en adelante la esposa/esposo juega un rol principal en la vida de la nueva familia que se ha creado. Deben los padres, suegros y demás familiares, guardar con respeto esa relación y aconsejar cuando sea necesario sin criticar, ya que esto no hará más que alejar a los tan queridos nuevos hijos. Lo más importante es acercarse con la miel más que con la hiel. Selecciona tus palabras y la entonación que has de darle a lo que vas a proferir.

Los nuevos hijos deberán ser agradecidos en todo momento, guardando silencio y tomando los consejos con la mejor actitud. Asimismo deben tener la deferencia de ser incluyentes, no hay nada más doloroso para un padre que el no ser tomado en cuenta, y sino por lo menos hacerles participe.

Los valores constituyen el tipo de ser humano que somos o seremos. Es importante ser una guía para los hijos y un modelo digno de emular. La vida de hoy se precipita vertiginosa por los canales de las comunicaciones, dando puerta abierta a muchos problemas y situaciones que antes no existían, así como también a nuevas oportunidades de aprendizaje. Por tal razón es importante vivir en armonía sabiendo hasta donde llega la dirección de una familia e inicia la legislación de otra.

Los padres seguimos viendo a nuestros hijos como chicos, pero es propicio ser prudentes y no interferir en su camino, démosle -sin perderles de vista- el empoderamiento y la confianza que requieren para volar. Y los hijos, por supuesto, agradezcamos el privilegio de gozar del estatus de hijos. Escucha, respeta y observa los límites entre los míos, los tuyos y los nuestros!

CAROLINA CASANOVA TIENE DOCE AÑOS DE EXPERIENCIA EN ETIQUETA Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS. ESCRIBE A [CAROLINA@CASANOVAEVENTOS.COM](mailto:CAROLINA@CASANOVAEVENTOS.COM)

*Celebrando a lo grande  
donde hay de todo  
para esta Navidad!!*

**Tienda Morena**

*¡Con los precios más bajos en artículos  
para el hogar, todo los días!*

*Siempre contigo*



Con el más grande surtido de artículos para  
EL HOGAR, EVENTOS O NEGOCIOS:

- Cristalería
- Aluminio
- Peltre
- Desechables
- Plásticos
- Artículos para bebe
- Acero Inoxidable
- Electrodomésticos
- Variedades y Juguetes

Contamos con Servicio de Bodas

**SAN SALVADOR**

8ª Calle Poniente N° 240

**PBX: 2271-0706**

**Nvo. Fax: 2550-0010**

**SANTA TECLA**

1ª Avenida Sur N° 2-5

**PBX: 2228-7213**

**Nvo. Fax: 2550-0011**

Con parqueo propio y estricta seguridad

[ventas@tiendamorena.com.sv](mailto:ventas@tiendamorena.com.sv)

[www.tiendamorena.com.sv](http://www.tiendamorena.com.sv)

moda

# VILLANAS

## P & Princesas

Por Paola Cardenal y Niomara Alfaro / Fotografías por Carlos Barrientos Cajal.

LAS TENDENCIAS ACTUALES TIENEN MUCHO DE **CANDOR** Y **SENSUALIDAD**. RAYANDO EN LA AGRESIVIDAD. ESTAS PROPUESTAS DE MODA ACTUALES INSPIRADAS EN EL ENCANTO Y LA FANTASÍA DE LAS DIVAS DE **LOS CUENTOS DE HADAS**.

“

“SOLO EN PROFUNDO SUEÑO LA FATAL PROFECÍA SE CUMPLIRÁ Y DE ESE SUEÑO HECHICERO DESPERTARÁS AL CALOR DEL PRIMER BESO DEL AMOR”.



# ELLA<sup>®</sup>

SAZONES  
CHRISTMAS  
FOOD

RECETAS  
PARA EL  
BANQUETE  
DE FIN DE  
AÑO

ENTREVISTA  
NELL  
MERLINO

TE INSPIRA  
A HACER TU  
NEGOCIO  
MILLONARIO

ELLA ES MIEMBRO DE

FIPP



BÚSCALA EN  
EL KIOSKO LPG

Shopping  
guide

DRESS, SHOES,  
BAGS & GIFTS

A fondo

VIVE LA ESENCIA  
DE LA  
NOCHEBUENA

8

TRENDS  
QUE TE HARÁN  
SER EL CENTRO  
DE TODAS LAS  
MIRADAS

ELLAaprensagrafica.com



7 416600 450056  
N.º 143 AÑO 25 / DICIEMBRE 2012  
\$2.00

20

IDEAS  
PARA  
REGALARLE

IT'S TIME  
TO

SHINE



26

**A fondo**

SI EL AMBIENTE NAVIDEÑO SE HA VISTO OPACADO POR EL ESTRÉS DE LOS PREPARATIVOS Y LAS COMPRAS, es tiempo de meditar y de celebrar, desde otra perspectiva, rescatando la verdadera esencia de la Navidad.

*Tendencias*

APUÉSTALE AL BRILLO. LA TENDENCIA DE LA TEMPORADA SON LAS PRENDAS Y ACCESORIOS CON LENTEJUELAS, GLITTER Y TELAS CON TEXTURAS METÁLICAS.



34



36

**Brillo espectacular**

ENCUENTRA OPCIONES DE ZAPATOS Y ACCESORIOS EN LOS COLORES: ROJO, PLATA Y DORADO, CON DETALLES DESTELLANTES QUE PODRÁS USAR PARA COMPLEMENTAR TU VESTIDO DE GALA.



40

**Pasarela**

NO TE PIERDAS LA COLECCIÓN PRIMAVERA VERANO QUE SE PRESENTÓ DURANTE EL FASHION WEEK PARIS, DONDE ENCONTRARÁS LAS APUESTAS DE ELIE SAAB, CHANEL, VALENTINO, ENTRE OTRAS FIRMAS DE MODA.



48

*Christmas style*

EN ESTAS FECHAS DE NAVIDAD Y FIN DE AÑO DEBES LUCIR RADIANTE CON LOS MEJORES ESTILOS DE VESTIDOS DE FIESTA CORTOS, EN LOS TONOS: AZUL, BLANCO, DORADO, PLATA Y EL CLÁSICO NEGRO.

**NELL MERLINO**

LEE LA ENTREVISTA CON ESTA VISIONARIA, FUNDADORA Y PRESIDENTA DE COUNT ME IN Y DE LA INICIATIVA MAKE MINE A MILLION \$ BUSINESS, QUE AYUDA A QUE LAS MUJERES QUE TIENEN MICROEMPRESAS LAS CONVIERTAN EN NEGOCIOS MILLONARIOS.



80



**PRESIDENTE DEL GRUPO DUTRIZ:** JOSÉ ROBERTO DUTRIZ

**DIRECTOR EDITORIAL:** GABRIEL TRILLOS

**DIRECTOR DE NEGOCIOS:** ALEX MONTERROSA

**GERENTE DE REVISTAS:** FERNANDO GOLSCHER

**EDITORIA:** MARLA FUENTES DE MIRASOL

**COORDINADORA:** ZORAYA MELÉNDEZ BONILLA

**COORDINADORA DE MODAS:** KATYA RENDEROS

**REDACTORAS:**

SUREYA L. ORELLANA, MORENA LEIVA, BEATRIZ MENJÍVAR, SILVIA RIVERA, MARGARITA SALGUERO, KARLA ESPINOZA, GABRIELA CANALES GALLO Y ELEANA VENTURA.

**JEFE DE CONCEPTOS VISUALES:** ENRIQUE CONTRERAS

**COORDINADOR DE DISEÑO:** EDWIN RIVAS

**DISEÑADORES:** WALDO RAMSÉS BARAHONA.

**JEFE DE FOTOGRAFÍA:** VLADIMIR LARA

**EDITOR DE FOTOGRAFÍA:** TEYO ORELLANA

**FOTÓGRAFOS:**

AARON GANZ, EDGAR LACAYO, VÍCTOR RECINOS, ROBERTO VENTURA, RICARDO SILIEZAR Y MAURICIO GUZMÁN

**COMERCIALIZACIÓN**

**GERENTE DE VENTAS:** MARGARITA GEOFFROY  
**EJECUTIVA DE VENTAS:** WENDY ZELAYA, TEL.: (503) 2241-2326

**GERENCIA DE DISTRIBUCIÓN Y CIRCULACIÓN** RICARDO VALLADARES TEL.: (503) 2241-2511 Y (503) 2241-2515

**FOTO DE PORTADA**

**MODELO:** NATALIA CARVAJAL  
**MAQUILLAJE Y PEINADO:** SOFÍA SALGUERO, DE EL SALÓN DE MARLEN  
**VESTUARIO Y ACCESORIOS:** MIMI BOUTIQUE Y PARK AVENUE  
**FOTÓGRAFO:** EDGAR LACAYO  
**PRODUCCIÓN:** KATYA RENDEROS

**ELLA MAGAZINE**

ES LA ÚNICA REVISTA SALVADOREÑA PARA LA MUJER QUE ES AUDITADA POR VERIFIED, EMPRESA LÍDER EN LA AUDITORÍA DE CIRCULACIÓN DE REVISTAS Y PERIÓDICOS.

Una publicación del



**ESPECIAL ROSA**

Hermoso contenido el que leí en esta Revista Ella con el especial rosa. Absolutamente conectada con la lucha contra el cáncer. Buena información sobre este tema. Actualmente, hay poco interés o conocimiento entre las mujeres jóvenes porque creen que no les puede dar o porque llevan una vida saludable. El cáncer no respeta edad, sexo o condición económica. Puede llegar en cualquier momento, es una realidad. Espero que sigan dándonos a conocer más sobre esta temática.

**Glenda Baires**

**ELLA MAGAZINE:**

Gracias por tu comentario, Glenda. Afirmas una triste realidad. El cáncer afecta a todos sin distinción: jóvenes, adultos mayores, ricos y pobres, hombres, mujeres y niños. Según la Organización Mundial de la Salud más del 30% de los diferentes tipos de cáncer se pueden prevenir con un modo de vida sano o, si son detectados tempranamente, pueden ser tratados y curados. De allí la importancia de estar siempre informadas. Además, el cáncer afecta a través de un familiar o de un amigo que puede estar padeciéndolo. En ese caso, debes saber cómo apoyar, tal y como se abordó en el tema de nuestra sección A fondo. Te invitamos a compartir tu revista con otras personas cercanas a tí. Que Dios te bendiga.



**BUEN TEMA DE COLUMNISTA**

Quería comentarles que me pareció muy interesante todo el artículo de Sheila Morataya "Perdonar para curar el corazón", muy bueno.

**Penélope Altamirano**

**ELLA MAGAZINE:**

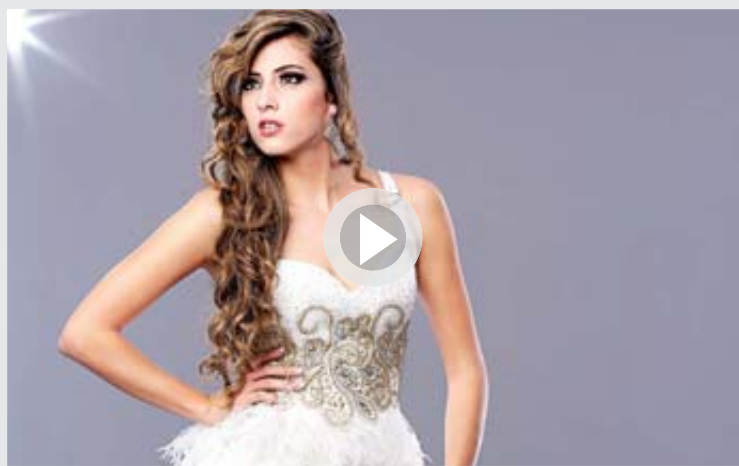
Estimada Penélope, gracias por escribirnos. Te animamos a leer a nuestra nueva columnista Janneth Brito, quien nos estará informando sobre diferentes tópicos legales. Podrías mandar tus dudas si te parece. Saludos.



**¡CONTÁCTANOS!**



Nos encantaría conocer tus ideas sobre ELLA MAGAZINE. Envía tus preguntas, sugerencias y comentarios a LA PRENSA GRÁFICA. Urbanización y bulevar Santa Elena, Antiguo Cuscatlán, La Libertad, o escríbenos a nuestra dirección electrónica: [ella@laprensagrafica.com](mailto:ella@laprensagrafica.com)



## DESTELLOS DE MODA

Te invitamos a checar el backstage de la sesión de moda de revista Ella, edición navideña. La modelo costarricense, Natalia Carvajal fue la encargada de lucir vestidos de noche cortos, en donde destacan lentejuelas, plumas y mucho brillo. Un derroche de encanto y sofisticación, ideal para lucir en las próximas celebraciones. Busca el vídeo en nuestra versión para Tablet.



### TWITCAMNAVIDEÑA

La temporada navideña se ha caracterizado por ser una época en la que los gastos se incrementan. Pero, ¿cómo aprender a combatir la ansiedad económica en estas fechas? No te pierdas nuestra próxima Twitcam este 11 de diciembre y descubre la respuesta, gracias a la asesoría de expertos en el tema. Síguenos en Twitter, para enterarte cómo participar: @RevistaElla.



@REVISTAELLA:  
¿CÓMO TE PARECIÓ LA EDICIÓN DEL MES DE NOVIEMBRE?

@AleeTurcios: ¡Todo súper WOW! Fuera excelente que me hicieran casting. ¡Feliz día!

@MaybellineSand: Me encanta su revista. ¡Éxitos!

@orellanarafael: Debo admitir que leo revista Ella, de vez en cuando jijiji y qué. Feliz día para ustedes y sigan con ese excelente trabajo.



¿QUIÉNES MÁS EGOÍSTA EN LA PAREJA, LOS HOMBRES O LAS MUJERES?, ¿LOS DOS POR IGUAL? ¿QUÉ PIENSAS?

"Depende, porque a veces las mujeres somos un poco mas egoístas en el hecho que no les damos la libertad suficiente, por miedo de que encuentren a otra. Todo se basa en la confianza. Desde otro punto de vista, las mujeres intentamos complacerles todo, por eso no somos del todo egoístas con ellos."

**Karen Fabiola**

"Pienso que generalizar no sería lo indicado, porque así como hay muchos hombres egoístas, también hay mujeres; aunque el porcentaje para la mujer sería un 30% y los hombres 70%."

**Didi Cruz**

"Creo que los hombres. Las mujeres, por naturaleza, somos menos egoístas y nos gusta compartir. Creo que tendemos a ser más sociables y amables con ellos y entre nosotras."

**Carmen Martínez de Gómez**



lpglblurmag  
lpgtechlif  
lpgalpha



@blurmag  
@techlifeCA  
@lpgalpha



BÚSCALA  
EN EL  
KIOSKO DEL LPG



# Cámbiate a **lo Bueno** de la Vida



La misma confianza de siempre,  
**mejorada** para facilitar tu día a día.



PROCESO **UHT**


ahora con

**ABRE-FÁCIL**

Preservando el rico sabor y pureza de la leche hasta 6 meses sin refrigerar.



Productos elaborados por Sociedad Cooperativa Ganadera de Sonsonate de R.L. de C.V. **Salud, una marca orgullosamente Salvadoreña.**

Atención al cliente: Tel: 2294-8818 • [www.crececonsalud.com](http://www.crececonsalud.com) •  /crececonsalud



# BEAUTY

: NOVEDADES : MAKEUP : SKIN : FINANZAS : A FONDO

## DIVINA TENTACIÓN

En esta sección te compartimos diversos tips de belleza para que brilles durante estas fiestas. Conoce además las mejores propuestas en maquillaje. En A fondo, no te pierdas un reportaje sobre cómo transmitir el verdadero sentido de la Navidad.





## FUSIÓN DE COLOR EN TUMIRADA

CONCEDE GLAMOUR A TUS OJOS CON LA PROPUESTA DE SOMBRAS QUE MAC TRAE PARA ESTA NAVIDAD.

Las Pro Longwear Eyeshadow de MAC se caracterizan por tener una larga duración, manteniéndose por ocho horas. Poseen además una textura sedosa y cremosa; y se vuelven fácilmente combinables debido a la gama de tonos que disponen. Experimenta las posibilidades que te ofrece el rosa. Comienza probando un tono pálido hasta llegar a un intenso ocre, More Amour, Lidschatten y Bloom On son algunos ejemplos. Los colores terracota, por su parte, se encuentran disponibles en variados tonos, que incluyen desde el café mocca hasta un café oscuro, Uninterrupted, Fashion Fix y Always Sunny pueden ser los ideales. Precio de cada sombra: \$24. Disponibles en Almacenes Simán sucursal Galerías Escalón y La Gran Vía.



### ¡PEINADOS PARA RATO!

**LAS TRENZAS Y LOS MOÑOS CON ONDAS SON LOS MÁS RECOMENDADOS.** Sofía Salguero, estilista de El Salón de Marlen, le apunta a los peinados con cordones de lado y los moños con nudos como las opciones más indicadas para llevar tu cabello durante las fiestas de Fin de Año, debido a que se caracterizan por una larga duración. Como productos claves, debes emplear spray en seco, spray húmedo o spray de brillo, ceras, etc. Además, para garantizar su estabilidad desde el principio, debes realizarte un buen lavado y secado de cabello, así como someterte anticipadamente a un tratamiento de hidratación para evitar el frizz.

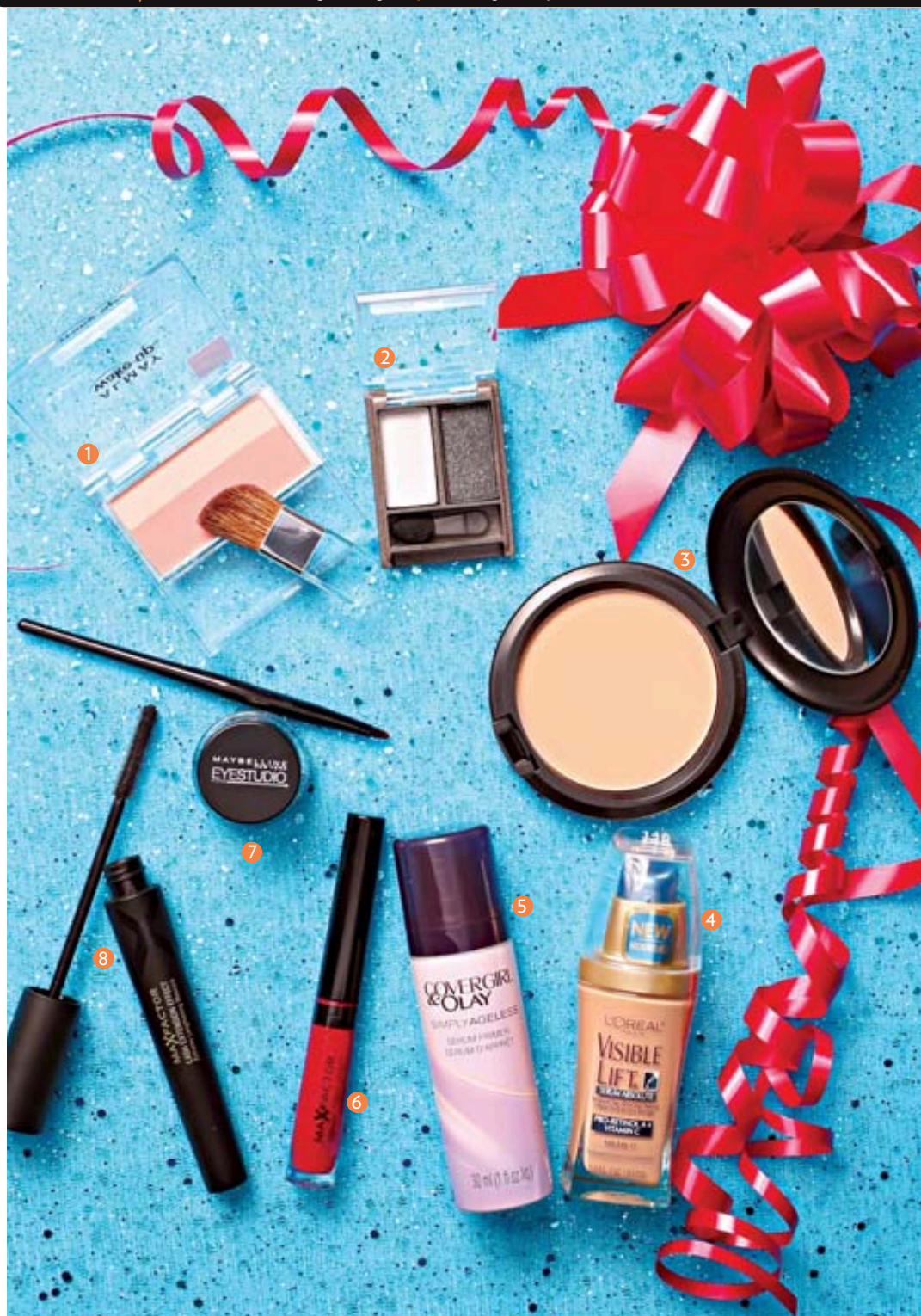
### LUCE UN ROSTRO LUMINOSO

Gloria Gómez, esteticista de Vidals Spa Urbano, sugiere que te apliques un facial por lo menos 15 días previos a la Nochebuena para que presumas de un cutis luminoso. Existen faciales a base de colágeno, aceites esenciales o pantenol que contribuyen a hidratar la piel. Asimismo, la exfoliación previa, que conlleva el facial, elimina células muertas, puntos negros, espinillas, entre otros problemas de la piel. Gómez recalca sobre la importancia de incluir las frutas y verduras como parte esencial de la dieta, así como el consumo suficiente de agua para lograr una piel más fresca todo el tiempo.



### ELIXIR PARA TU CABELLO

**APUÉSTALE A UN TRATAMIENTO NATURAL CON MÚLTIPLES BENEFICIOS CAPILARES.** Lilian Torres, esteticista de Monike Studio, recomienda el elixir concentrado de caviar, un tratamiento indicado para todo tipo de cabello que restaura la fibra capilar. Este aplica los mismos principios de beneficio a la piel, porque también restaura, rejuvenece y renueva el cuero cabelludo. Todos estos beneficios son posibles gracias a que el caviar posee oligoelementos, un compuesto eficaz que combate el maltrato capilar derivado por tintes, texturizados, planchados o pistoleados.



### 1- WAKE UP BLUSH

Rubor + iluminador de Almay. Este dúo proporciona un acabado suave de color natural, mientras que el marcador hace hincapié en las mejillas. Ilumina y esculpe todo al mismo tiempo gracias a su cepillo en ángulo. Búscalo en tonos Berry, Pink y Rose, \$10.95.

### 2- DUO EYE SHADOW

Sombra dúo, en tonos blanco y gris con destellos, de la línea Colour Perfection de Max Factor. Posee textura sedosa, fácil de mezclar y es de larga duración. Además, su fórmula no crea pliegues, \$7.50.

### 3- POLVOS COMPACTOS

Polvos Studio Careblend de MAC, con fórmula de aceite de oliva, manteca de karité, aceite de alazor, entre otros componentes que nutren la piel. Su textura es cremosa, y a la vez, extremadamente fina, \$27.

### 4- VISIBLE LIFT

Base de maquillaje con serum incorporado de L' Oreal. Brinda un efecto lifting instantáneo. Contiene prerenol A + vitamina c y factor de protección solar 17, \$20.

### 5- SIMPLY AGELESS

Serum Primer de Covergirl & Olay. Este básico de maquillaje ayuda a incrementar la elasticidad de la piel, dejándola suave, hidratada y con un perfecto acabado, \$12.90.

### 6- VIBRANT CURVE EFFECT

Lip Gloss de Max Factor con satinado brillante. Posee además una fórmula con agradable aroma y una textura no pegajosa. Disponible en diez tonos, \$9.

### 7- EYE STUDIO GEL LINER

Delineador en gel, traslúcido, de color intenso. Posee una fórmula libre de aceites que conserva pigmentos, altamente concentrados, en una base de gel transparente. Sus líneas duran hasta 24 horas. Es a prueba de agua. Disponible en tono negro y café. \$ 6.70.

### 8- LASH EXTENSION EFFECT

Rímel de Max Factor. Posee la fórmula Liquid Lash Extension, a base de fibras de nylon, como las que se emplean en las extensiones reales. Su cepillo actúa sobre cada pestaña al mismo tiempo, \$13.75.

# ¡CELEBRA TU ENCANTO!

LA NAVIDAD Y LA LLEGADA DEL AÑO NUEVO SON EVENTOS QUE MOTIVAN A DESTACARLO MEJOR DE NOSOTRAS. DISFRUTA DE ESTAS FIESTAS A TODO COLOR Y APROVECHA LA OPORTUNIDAD DE REALZAR TU BELLEZA. LAS OPCIONES DE MAQUILLAJE ESTÁN PUESTAS ANTE TU MIRADA.

Encuétralos en: Almacenes Simán, tel.: 2250-2670 y en otros almacenes de prestigio.





GUADALUPE ARGUETA,  
NUTRICIONISTA ASOCIADA  
DEL CENTRO NUTRITION WORKS

## MANTÉN LA LÍNEA EN ESTA NAVIDAD

Mantener una alimentación saludable y ordenada durante las fiestas de Navidad y Año Nuevo puede parecer difícil de lograr. Por eso, es un buen momento para planificar las celebraciones principales con la familia y los amigos, alrededor del evento principal: la cena de Navidad y de Fin de Año.

Si regularmente se te dificulta equilibrar tu consumo de alimentos, para mantener un peso sano, un buen estado de salud y energía adecuada, los siguientes consejos te permitirán mantenerte alerta de comidas peligrosas y tener todo bajo control:

1. Si recibes visita de amigos y familiares, asegúrate de comprar comida para el número de personas que esperas. Si te excedes en las cantidades de alimentos, chips, bebidas y postres seguramente, el excedente, terminarás consumiéndolo tú misma.
2. En casa o fuera de ella, siempre incluye alimentos con colores vivos o frescos, dando prioridad a vegetales verdes, rojos, amarillos, anaranjados, pues cada uno representa antioxidantes que protegen de las toxinas que dañan las células del cuerpo.
3. Nunca omitas tiempos de comida. Es típico pensar que irte a la cama sin cenar te ayudará a perder las libritas que pudiste haber ganado con las comidas más fuertes, lo cual es falso. El cuerpo siempre tiene almacenadas sus propias reservas que utilizará cuando lo necesite en lugar de destruir las grasas.
4. Mantente hidratada a toda hora. El cuerpo humano está compuesto entre 50 a 60 por ciento de agua, y pierde 1.5 litros en orina, transpiración, respiración, entre otras funciones. Así que te recomiendo que tu primera opción ante cualquier bebida sea el agua pura.
5. Cuando tomes una bebida con alcohol, alterna entre una copa de vino y un vaso con agua para no concentrar tu atención en refrescos con calorías. Lo mismo puedes hacer con ponches o líquidos con azúcar.



## TONOS DE SEDUCCIÓN

BRINDA A TUS MANOS UN TOQUE DE DISTINCIÓN EN ESTAS FIESTAS, CON LOS ESMALTES DE UÑAS QUE PROPONE REVLON.

La ocasión para lucir unas manos envidiables puedes aprovecharla a través de "Nail Enamel", una colección de esmaltes lanzada por Revlon. Esta se caracteriza por colores seductores, clásicos y divertidos. Descubre los tonos limón, ocre, rojo, índigo, azul metálico o azul noche. Midnight Affair, Sassy, Fashionista, Mysterious son parte de las magníficas opciones.

Déjate encantar, además, por la línea "Top Speed", la cual sobresale porque sus esmaltes son de rápido secado y contienen un complejo de gemas y minerales que fortalecen las uñas. Búscalos en colores dorado, café quemado, rojo carmesí o perla. Entre esta gama de atractivos colores se encuentra el Chili, Golden, Sheer Pearl, Hazy, Stormy y más. Productos disponibles en almacenes de prestigio y supermercados.



## RENUEVA TU ESTILO

CONOCE LOS TINTES Y CORTES DE CABELLO QUE ESTARÁN EN BOGA PARA ESTAS FIESTAS.

René Valdivieso, maquillista y asesor de imagen de Amarello Salon Spa, comenta que para esta temporada se impondrán los tintes en tonos marrones y sus derivados, que van desde los colores beige hasta los marrones oscuros. Asimismo el degradé de color o el estilo californiano se ubica como la última tendencia. Respecto a cortes de cabello, Valdivieso menciona que se mantendrán los cortes rectos, pero utilizando flecos largos y cortos, de manera que no será necesario un corte drástico para cambiar de look.

Aconseja: Lic. Guadalupe Argueta, nutricionista asociada de Centro de Nutrición Especializada y Entrenamiento Personal Nutrition Works, centro comercial Atrium Plaza, Bulevar Santa Elena, tel.: 2246-4816. Productos Revlon, de venta en almacenes de prestigio y supermercados. René Valdivieso, maquillista y asesor de imagen de Amarello Salon Spa, calle La Mascota, pje. 3, col. La Mascota, tel.: 2263-3299.

# ¡ELIMINA LA GRASA SIN ESFUERZO!

ERRADICAR LA GRASA DE ZONAS ESPECÍFICAS Y SIN RUTINAS DE EJERCICIOS EXTENUANTES AHORA ES POSIBLE GRACIAS AL MÉTODO DE ULTRACAVITACIÓN.

El sueño de toda mujer es poseer una figura sin imperfecciones y, además, lograrlo sin realizar ningún tipo de esfuerzo físico. Línea y Figura, la clínica facial y corporal, trae para todas el método de ultracavitación, una de las últimas novedades en medicina estética en tratamientos reductivos, para eliminar la grasa y celulitis acumulada en ciertas partes del cuerpo, sobre todo en el abdomen, las caderas y las piernas.

De gran auge en estos momentos, esta técnica, también llamada "liposucción sin cirugía", es una alternativa de vanguardia a las intervenciones, un método no invasivo e indoloro que permite eliminar los depósitos de grasa sin recurrir al bisturí

La ultracavitación funciona igual que la liposucción: hace que la grasa se licue y ese contenido emulsionado se dirige al torrente circulatorio y linfático, eliminando los residuos en forma natural a través de la orina por el organismo.

Al ser un ultrasonido de alta potencia, produce una vibración o masaje mecánico que solo penetra hasta 2.5 cm, lo cual asegura que se está trabajando directamente en la grasa y no en estructuras más profundas.



ES RECOMENDABLE SESIONES DE DRENAJE LINFÁTICO Y SEGUIR UNA DIETA HIPOCALÓRICA.



## ¿EN QUÉ CONSISTE ESTE MÉTODO?

La ultracavitación es una terapia ultrasónica mucho más profunda y potente que los ultrasonidos convencionales. Consiste en generar microburbujas en el interior del tejido graso (cavitación), las cuales implosionan y estallan de manera precisa y sin dañar la microcirculación, haciendo que el adipocito libere su contenido, que luego es utilizado como fuente de energía por diversos tejidos corporales.

Encuétralos en: Sucursal Masferrer, 99.ª avenida norte y 3.ª calle poniente, #5011, col. Escalón, tel. 2263-6430 y 2263-6437; sucursal San Benito, col. San Benito, calle Loma Linda #270, tel. 2223-1886 y 2223-1845, [www.clinicalineayfigura.com](http://www.clinicalineayfigura.com), Facebook: Clínica Línea y Figura.



### SIN SUFRIMIENTO

La ultracavitación logra que adelgaces, eliminando grasa y celulitis sin dolor alguno, mediante el sistema linfático y la orina.

### RESULTADOS INMEDIATOS

Dependiendo de cada caso y de la aplicación del tratamiento, puede obtenerse una reducción de dos tallas en dos o tres sesiones.

### SIN EFECTOS SECUNDARIOS

La ultracavitación no es un método riesgoso ni provoca efectos secundarios posteriores a su aplicación, y lo mejor es que no necesitas del bisturí.



## UNA SEGUNDA OPORTUNIDAD PARA TU PIEL

COVERGIRL & OLAY HAN CREADO UNA INNOVADORA GENERACIÓN DE MAQUILLAJE. SE TRATA DE LA BASE LÍQUIDA ANTIENVEJECIMIENTO "TONE REHAB 2-IN-1 FOUNDATION", LA CUAL COMBINA LOS ADELANTOS DE BELLEZA Y DEL CUIDADO DE LA PIEL QUE TE AYUDARÁN A CUBRIR LAS LÍNEAS FINAS, LAS DECOLORACIONES Y LAS ARRUGAS. ADEMÁS, HIDRATARÁ TU CUTIS, PARA MEJORAR EL TONO DESGASTADO CON EL TIEMPO. **ENCUÉNTRALA EN ALMACENES POR DEPARTAMENTO Y SUPERMERCADOS.**

## SIENTE EL PODER DE LA RELAJACIÓN

Formulado a base de aceite esencial de lavanda de Alta Provenza D.O.P., conocida por sus propiedades relajantes, el "Roll-On Relajante Lavanda" de L'Occitane es perfecto para calmar las tensiones y descansar el espíritu. Para disfrutar de una sensación instantánea de relajación, debes utilizar este producto de una a tres veces al día. **Obtenlo en tiendas L'Occitane.**



## NATURAL Y SOFISTICADA

Calvin Klein lanza su nueva fragancia Eternity Aqua, una propuesta aromática refrescante, sensual y pura. Se destaca con un aroma de jugo de manzana, pulpa de albaricoque y agua de pepino que rejuvenece. Esta nueva fragancia la puedes adquirir en cualquiera de sus diferentes presentaciones: Eau de parfum spray de 30 ml, 50 ml y 100 ml; hydrating body lotion de 200 ml y refreshing shower scrub de 200 ml. **Encuéntrala en Almacenes Simán.**

## VOLUMEN INTENSO Y CAUTIVADOR

Covergirl trae para ti su poder explosivo, hora tras hora, con la nueva máscara de pestañas "LashBlast 24 horas" que combina una fórmula de larga duración y un cepillo que le dará, a tus pestañas, un increíble y atractivo volumen que durará ¡hasta 24 horas! Este novedoso producto es apropiado para ojos sensitivos, es hipoalergénico y ha sido probado por oftalmólogos. No esperes más y prueba ya la nueva máscara de Covergirl y luce una mirada bella todo el día. **Disponible en almacenes por departamento y supermercados.**



## EMBELLECE TUS MANOS CON L'OCCITANE

L'Occitane te presenta un tratamiento, edición limitada, para que luzcas unas manos, envidiablemente, bellas. Se trata del Tratamiento Manos Luminosidad SPF15, una fórmula que te ofrece los beneficios totales de dos flores del mediterráneo: la siempreviva y la Bellis perennis.

La primera, estimula la producción de colágeno para alisar tu piel; mientras que el extracto de Bellis, combinado a un complejo vegetal a base de morera, uniformiza tu piel y regula la aparición de las manchas de vejez. **Encuéntralo en tiendas L'Occitane.**



### GÁNATE UNADOT

Envía un correo a [ella@laprensagrafica.com](mailto:ella@laprensagrafica.com) antes del 5 de diciembre y participa en la rifa de dos fragancias.



## DOT BY MARC JACOBS: UN ENCANTO FEMENINO

LA NUEVA FRAGANCIA DE MARC JACOBS, DOT, CAPTURA UN ESPÍRITU ENCANTADOR CON UNA SOFISTICACIÓN QUE NO TIENE ÉPOCA. ES UNA CREACIÓN MUY COLORIDA DEL DISEÑADOR.

Dot es un jugo exuberante, floral, alegre y lleno de vida. La salida captura con una deleitable mezcla de cerezas, suculenta picaya y un toque dulce de la madreselva. El exuberante corazón floral de la fragancia está compuesto con aditivos de jazmín entrelazados con notas energizantes de agua de coco y naranja. El aroma tiene un fondo que se seca con una cremosa vainilla, maderas flotantes y el sensual almizcle.

Su envase ha sido diseñado para celebrar el icónico patrón de Marc Jacobs, un frasco que cautivará todas las miradas, es alegre y está compuesto por varias figuras redondas. Su tapa inspirada en una mariposa de grandes dimensiones, agrega un encanto chic y jugueterón; mientras que el cuello del frasco está envuelto en un espiral dorado que le agrega el toque de lujo. Disponible en las siguientes presentaciones: Eau de parfum de 30 ml, 50 ml y 100 ml; además, puedes adquirir la body lotion de 150 ml o el shower gel de 150 ml. **DE VENTA EXCLUSIVAMENTE EN ALMACENES SIMÁN.**



## PARA ESTA NAVIDAD

Si buscas sorprender a alguien o consentirte con un detalle memorable, en L'Occitane podrás encontrar las mejores opciones. Para esta temporada, obtén uno de los cofres de regalo de las diferentes líneas de la marca. No olvides preguntar por las ediciones limitadas de la época. Adquiérelas en tiendas L'Occitane.

## LA VIDA ES BELLA, COMO TÚ

"La vie est belle" es la nueva fragancia de Lancôme. Su nombre nace de la expresión francesa "La vida es bella". Es una firma olfativa única, exclusivamente creada para Lancôme por tres de los más grandes perfumistas franceses. La resplandeciente botella de esta fragancia se titula "le sourire de cristal" (la sonrisa de cristal), ya que evoca la línea redondeada de una sonrisa en el corazón del cristal cuadrado. El aroma es un verdadero concentrado de lujo que contiene casi el 50% de ingredientes naturales (Iris Pallida, absoluto de jazmín sambac, absoluto de azahar, esencia de pachuli, entre otros). Encuéntrala en sus tres presentaciones: 30 ml, 50 ml y 100 ml. **Puedes adquirirla en Almacenes Simán.**

## PESTAÑAS LARGAS Y ENVIDIABLES

Así como tú trabajas horas extras, deseas que tu maquillaje haga lo mismo. Por esa razón, Revlon lanza al mercado su nueva máscara de pestañas "Revlon ColorStay Overtime Lengthening Mascara". Con este producto lucirás pestañas largas e intensas hasta por 24 horas, sin correrse y sin grumos. La máscara te ofrece una fórmula alargadora de gran duración y unas pestañas intensas, a prueba de humedad, sudor o lágrimas. **Producto disponible en almacenes por departamento y supermercados.**



## HIDRATACIÓN Y PROTECCIÓN PARA TUS MANOS

Para esta temporada de fiestas, es imprescindible lucir unas manos bellas. Por eso, en L'Occitane encontrarás la solución perfecta con su "Crema Manos Té Verde". Este gel fresco hidrata y protege tus manos, dejándolas delicadamente perfumadas. Enriquecido con aceite esencial de limón purificante, este producto te ayudará a prevenir el desarrollo de las bacterias. Contiene un extracto natural de té verde. **Adquiérelas en tiendas L'Occitane.**



 **asics**®

# UN PASO SUAVE HACE UNA VOLUNTAD DIVINA.

CON EL GEL® AMORTIGUACIÓN DEL GEL - KAYANO® 18 OFRÉCETE UN PASO DE LUJO.  
MIENTRAS TECNOLOGÍAS COMO EL SISTEMA DE IMPACTO LÍNEA DE GUIA AYUDA TU CARRERA  
CON CADA PASO. ES INNOVACIÓN SIN SACRIFICIOS PARA QUE PUEDES CORRER SIN LÍMITES.



De venta en:

**SPORTLINE**  
AMERICA★★★®



# LUCE UN ROSTRO RADIANTE EN NAVIDAD

CADA VEZ ESTÁ MÁS CERCA LA LLEGADA DE LOS DÍAS FESTIVOS, PARA LUCIR UN ROSTRO RESPLANDECIENTE Y TERSO SIGUE LOS CINCO PASOS DE BELLEZA QUE TE RECOMENDAMOS.

El cuidado diario que tenemos que darle a nuestra piel es un punto básico a considerar para lograr una textura tersa y luminosa. No podemos pretender tener una tez radiante realizándonos un facial al mes, lo recomendable es llevar una previa preparación del rostro, por lo menos dos o tres meses antes, para obtener los resultados que tanto deseamos para Navidad; sin olvidar realizar siempre la regla de oro de toda mujer: desmaquillarse, para eliminar de los poros todos los residuos que tengan. Junto a nuestra experta Vicky Monroy te explicaremos qué cuidados debes realizar para que tu cutis también quede perfecto en estos días de fiesta, considerando los cinco elementos esenciales para lucir un rostro bello.

## 1. LA EXFOLIACIÓN

La llegada de las bajas temperaturas hace que nuestra piel sufra y se deshidrate. Debemos poner nuestra piel a punto para afrontar el frío. Lógalo exfoliando el rostro.

Si tienes una piel grasa es conveniente que lo hagas dos o tres veces por semana. Sin embargo, si tu cutis es seco, bastará con exfoliarte solo una vez. El grano del tratamiento debe ser fino y tienes que aplicarlo con un suave masaje, tomando en cuenta que la piel debe estar húmeda para arrastrar todas



*Podemos realizarnos mascarillas hidratantes caseras con avena y agua, si nuestra piel es grasa; avena y leche, si es seca y si es mixta, agregar un toquecito de miel.”*

VICKY MONROY, EXPERTA EN BELLEZA DE POISON NAIL.

las impurezas. Tienes que insistir, sobre todo, en la zona de la frente, barbilla y nariz. El masaje debe durar unos cinco minutos. Después, aplícate una crema humectante para cerrar los poros.

## 2. HIDRATACIÓN Y MAQUILLAJE

Infinidad de marcas de cosméticos ya disponen de bases de maquillaje hidratantes dos en uno. Recordemos que la falta de tiempo es el principal factor que nos impide hidratarnos la piel todas las mañanas y luego, maquillarnos. Con este tipo de producto encuentras la solución, no solo para cubrir las imperfecciones, sino también pa-

ra combatirlas. La hidratación de la piel es lo más importante para lucirla sana y radiante y es un proceso que debes hacer a diario.

## 3. ILUMINA EL ROSTRO

Existen productos que sirven para iluminar determinadas zonas de nuestra cara. Estos, pueden cambiar nuestra apariencia en solo un instante. Por ejemplo, si lo aplicamos sobre las cejas, respetando la forma de estas, sube la mirada. Si lo hacemos en el párpado, tanto en el superior, bordeando el extremo inferior de la ceja; como en el inferior, justo por encima de las pestañas, conseguiremos agrandar la mirada, lo que solucionará el aspecto apagado producido por el cansancio. Además, si usas iluminador en el centro del labio inferior conseguirás un efecto más voluminoso.

## 4. LABIOS PERFECTOS

Para lucir unos labios jugosos es imprescindible la hidratación. A todas se nos forman grietas o arrugas con la llegada del invierno. La piel de la boca, casi siempre, es la más descuidada de nuestro rostro y solo nos conformamos con usar protector labial.

El secreto para lucir unos labios perfectos está en exfoliar esta zona como cualquier otra.

Un remedio natural es usar un cepillo de dientes para acabar con los pellejitos, con-

seguirás una textura más suave. Si lo prefieres, desde hace algún tiempo se comercializan exfoliantes para labios de sabores. Están hechos a base de aceite y azúcar natural. Solo tienes que aplicar un poquito en la zona y frotar durante unos segundos.

## 5. EL RUBOR

Saber escoger y aplicar el rubor puede convertirse en tu herramienta más útil. Hay que prestar atención a cuatro factores: tono de piel, forma de la cara, textura del rubor y modo de aplicarlo. Lo primero es elegir la textura teniendo en cuenta nuestro tipo de piel. Existen rubores en polvo, en crema, en mousse y líquidos.

Los más comunes son los polvos, adecuados para todo tipo de piel, pero ideales para texturas mixta y grasa. Las presentaciones más sólidas son perfectas para las pieles secas. Los mousses se aplican con mayor comodidad, mientras que las cremas cuestan más difuminar. Para aplicarlo necesitaremos una bue-

na brocha que facilite nuestro trabajo.

Si tenemos una cara alargada usaremos el rubor de manera horizontal, desde el centro de la mejilla hasta la oreja. Si nuestro rostro es delgado, aplicaremos el rubor en el centro de la mejilla y de manera circular para endulzar nuestros rasgos. Para las caras redondas lo mejor es usar el producto de manera vertical, trazando una línea imaginaria desde el extremo del labio y empezando a aplicar el rubor desde la mitad de la mejilla hacia fuera.

En cuanto al tono, elegiremos los salmones, rosados y tostados suaves para el día y los cobres, marrones y terracota para la noche.

Teniendo en cuenta estas cinco pautas lucirás un rostro luminoso y radiante. Son trucos sencillos y fáciles de aplicar, que requieren poco tiempo y el resultado es notorio, recordemos que lucir nuestra piel bella no solo depende de los cuidados en los salones de belleza, sino del trato que le demos diario en nuestro hogar.



POR: TATIANA IRAHETA, PERIODISTA DEL PROGRAMA "DE MUJER A MUJER" DE CANAL 33.



Aconseja: Vicky Monroy, experta en belleza de Poison Nail & Beauty Lounge, tel.: 2130-5943.



# Academia Europea



Otro idioma le puede abrir las puertas a futuros negocios

**INGLÉS** • Alemán • Francés • Italiano  
• Portugués • Español • Mandarín

• Clases en grupos • Clases privadas • Cursos corporativos • Traducciones

Certificada bajo norma de calidad

**ISO 9001: 2008** Ref. SC 9143-1

Búsquenos en



[www.academiaeuropea.com](http://www.academiaeuropea.com)

Aceptamos todas las tarjetas de crédito.



**Santa Ana**

23 Calle Pte. entre 4a. y 6a. Ave. Sur, No.16  
2440-2045 y 2440-1897

**Santa Elena**

Urb. Madre Selva, Calle Cortez Blanco, No.6  
2243-8054 y 2243-1015

**Plaza Mundo**

Local S-3, "Aulas con total confort"  
2263-4430 y 2263-4355  
2277-9359 y 2277-9375

**Col. Escalón**

99 Av. Nte. No. 639  
2223-4785 y 2223-4135  
2520-7777

**Salvador del Mundo**

Paseo General Escalón No. 3534  
2223-4785 y 2223-4135

**San Miguel**

Av. Roosevelt y calle Los Almendros, centro comercial Plaza Jardín, local 1  
2661-0321 y 2660-7074

**Usulután**

2624-0411

**Sonsonate**

2451-6365

**San Vicente**

2393-6735

**Ahuachapán**

2413-4375

Guatemala • Honduras • Nicaragua • Costa Rica • República Dominicana

# SALA FLOTE CON TUS CUENTAS

DURANTE ESTA ÉPOCA DE FIESTAS Y REGALOS, LAS OFERTAS Y GANGAS NAVIDEÑAS PUEDEN HACER DESAPARECER TU AGUINALDO Y BONOS, SI NO ORGANIZAS EFICIENTEMENTE ESE DINERO.



5

## APROVECHA EL AGUINALDO

Si ya sabes con cuánto dinero extra contarás para esta época (aguinaldo, bono, sueldo extra, etc.), comienza a detallar un estimado de gastos que realizarás con este; por ejemplo, cuánto será el rango de precios de los regalos y a quiénes le darás; así, también, podrás definir adónde irás a comprar. También, el gasto de la cena navideña o fin de año, o si piensas destinar una parte para realizar algo específico, por ejemplo: un chequeo médico, pintar la casa o arreglar el carro. Así sabrás en qué se ocupará ese dinero.

## 1 SOLO LO NECESARIO

Las ofertas son tentadoras durante la época de Navidad y aunque parezcan gangas o "casi regalado", antes de que sucumbas pregúntate si realmente necesitas esos artículos y qué pasaría si no los obtienes, ¿afectaría tu vida el no poseerlos? Adquiere, solamente, aquello que realmente necesites para que tu vida marche satisfactoriamente. Prioriza tus necesidades.

## 2 LEJOS TENTACIONES

Las ferias de compras o días de ofertas abundan en estas fechas en los almacenes, para atraer clientes. Si no quieres endeudarte o tienes tu tarjeta de crédito casi al tope, lo mejor es que evites estos eventos. Pero si no puedes resistir la "curiosidad", ve solo con cierta cantidad de efectivo y deja tus tarjetas en casa, para que no caigas en la tentación.

## 3 RESERVA LOS PAGOS

Prepara o reserva el dinero de los pagos fijos, por ejemplo: servicios básicos, colegiaturas y pago de casa, no los cargues a las tarjetas de crédito, ya que pueden generar intereses si acumulas todos esos pagos, aunque tengas que ir a diferentes lugares a cancelar, es preferible que lo hagas en efectivo, porque no son tan urgentes para que uses la tarjeta.

## 4 DEFINIR GASTOS

Muchas personas utilizan su tarjeta de crédito al azar, es decir, pagan con esta sin llevar un control de lo que se ha gastado. Lo más sensato es establecer qué rubros se cancelarán, para tener una mejor organización. Por ejemplo: usarla para compras en el supermercado, solo para emergencias, pago de celular, etc., de esta forma se tiene un control de lo que se debe de pagar, porque ya se sabe con anticipación. No hay que gastar más de lo que se puede pagar al contado.

## 10 CONSOLIDA DEUDAS

En algunas ocasiones, solemos caer en el círculo vicioso de adquirir una deuda, para pagar otra y, así, nos podemos pasar endeudados por mucho tiempo. Lo mejor es consolidarlas para pagarlas en un solo lugar, así tendrás mayor control de tu presupuesto.

## 9 DELIMITA PARA PAGAR

Si nos encontramos en la típica situación de que ya debemos hasta el aguinaldo, ante estos casos es necesario plantearse un presupuesto para poder pagar, pero sin quedarnos sin nada en el bolsillo. Lo más conveniente es evitar gastos innecesarios, mentalizarse que es una época de relativa abundancia y hay que priorizar las necesidades más urgentes, entre ellas las deudas. Un consejo valioso es no hacer obsequios o, si no es posible, solo a los seres más allegados. Tu tranquilidad lo vale.

## 8 OFERTAS ENGAÑOSAS

Navidad es la época, por excelencia, en la que abundan las ofertas. Sin embargo, antes de dejarse llevar por estas, hay que detenerse a pensar si eso que nos ofrecen lo necesitamos de verdad. Por ejemplo, regalos que no nos servirán por la compra de algún mueble, dar dinero adicional o gastar para adquirir otro producto a mitad de precio y tal vez ni lo ocuparemos, etc. Debemos pensar si realmente saldremos ganando con esa oferta.

## 7 SER CONSCIENTE

Hay que ser realistas y ubicarnos en nuestra situación, es decir, no querer aparentar lo que no somos y, por culpa de esto, perder lo que tenemos. Las apariencias pueden llevar a las personas a adquirir deudas y llevar una vida intranquila. Si se quiere vivir mejor, hay que buscar ingresos extras, identificando algún talento o cualidad que tengamos y ponerla al servicio de los demás. Recuerda que aunque requiere de un esfuerzo extra, la recompensa lo vale.

## 6 AHORRA UN PORCENTAJE

En algunas empresas o instituciones, además de otorgar el aguinaldo, también brindan una bonificación, salario extra o indemnizan a los empleados cada año. Siendo así, es aconsejable que reserves por lo menos uno de ellos o el 20% de todo para gastos futuros. No olvides que después se viene la época de inicio de clases, lo cual incurre en gastos de uniformes, zapatos, útiles, etc., así ya estás preparada o te sirve para una emergencia.



GUESS?©2012

ART DIR: PAUL MARCIANO PH: CLAUDIA & RALF PÜLMANN

GUESS.COM



# GUESS

MULTIPLAZA PROXIMAMENTE C.C. GALERIAS

# VIVELA ESENCIA DE LA NAVIDAD



EL ESTRÉS POR LAS COMPRAS, LOS REGALOS, LA DECORACIÓN, LA FIESTA Y LA CENA DE NOCHEBUENA TE PUEDEN DISTRAER Y HASTA QUITAR UN POCO DE PAZ EN ESTA FECHAS. TE INVITAMOS A QUE CONOZCAS CÓMO PUEDES VIVIR LA NAVIDAD DE UNA FORMA DIFERENTE.

lega la Navidad y el comienzo de un nuevo año se acerca. Diciembre se convierte en el mes más festivo en cada país, ciudad y pueblo. Todos se visten de fiesta. Las luces de colores se encienden, un gran árbol de Navidad rodeado de regalos los identifica, así como los pesebres vivientes o figurativos. Los villancicos y la música motiva a celebrar a las familias que se reúnen para compartir una cena de gala. Ese es el ambiente que se vive en algunos hogares, pero en otros el panorama puede ser diferente. Se puede vivir con más humildad, con menos regalos, con una cena más sencilla, no obstante, según las creencias y costumbres de la familia, se puede celebrar con mucha devoción y espiritualidad.

Según el padre Heriberto Herrera, delegado inspectorial para la comunicación social de la congregación salesiana, "La Navidad tiene un sentido religioso. Ahora parece que es una novedad verlo desde esa perspectiva, porque si tú caminas en las calles o sales a centros comercia-

*"La Navidad tiene un sentido religioso. Ahora parece que es una novedad verlo de esa manera porque si tú caminas en las calles o sales a centros comerciales la dimensión religiosa está ausente."*

PADRE HERIBERTO HERRERA, DELEGADO INSPECTORIAL PARA LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA CONGREGACIÓN SALESIANA.

les esa dimensión está ausente", expresa. Etimológicamente, Navidad significa "día de nacimiento" o "principio de vida". Por su parte, la palabra inglesa Christmas, significa "misa de Cristo", aunque las autoridades eclesiásticas la traducen como nacimiento de Cristo. "Para nosotros la iglesia Católica, la Navidad es la celebración del nacimiento de Jesús, el hijo de Dios que viene con un proyecto de salvación

de la humanidad; de allí, el carácter grande que tiene la celebración cristiana", agregó el Padre Heriberto.

La Navidad es una de las fiestas más importantes del Cristianismo, junto con la Pascua y Pentecostés, que celebra el nacimiento de Jesucristo en Belén. Esta fiesta se celebra el 25 de diciembre por la iglesia Católica, la iglesia Anglicana, la iglesia Cristiana Evangélica y la Iglesia Ortodoxa Rumana y más iglesias de otras denominaciones.

### COSTUMBRES Y SÍMBOLOS

La Navidad que hoy se celebra es una creación del siglo XIX. El árbol de Navidad, de origen germano, se extendió por otras áreas de Europa y América. La familiar imagen de Santa Claus, con el trineo, los renos y las bolsas con juguetes, se deriva de la leyenda de San Nicolás, obispo de Mira, quien alivió hace muchísimas navidades, las necesidades económicas de una familia. En Occidente se celebra la Misa del Gallo en iglesias y catedrales. En los países de América



Advanced Formula

SKIN-RT™  
RESCATA TU PIEL.



COMPROBADA EFECTIVIDAD PARA EL TRATAMIENTO Y PREVENCIÓN DE LOS PROBLEMAS DE LA PIEL.

Latina, de arraigada tradición católica, se celebra especialmente la Nochebuena (24 de diciembre) con una cena familiar para la que se elaboran una diversidad de platos, postres y bebidas tradicionales. También se acostumbra asistir a la Misa del Gallo y celebrar con cohetes y fuegos artificiales.

En México, la Nochebuena constituye la culminación de una celebración que dura nueve días a la que se llama “las posadas”. Estas empiezan el 16 de diciembre y conmemoran el viaje de María y José en su búsqueda de alojamiento antes del nacimiento de Jesús. El número nueve también alude a los nueve meses del embarazo de María.

“Actualmente, se ha barrido con la dimensión religiosa de la celebración. Lamentablemente, vivimos una alienación y se van sustituyendo los elementos culturales propios de nuestros países, como por ejemplo la comida típica por elementos de otros países. Además, existe mucho consumismo porque no se concibe una fiesta sin regalos. Pero el verdadero problema es que

la gente compra de una forma desordenada y los gastos se vuelven desorbitantes”, asevera el Padre Heriberto.

Para el religioso la Navidad es la celebración del nacimiento de Jesús de Nazareth. “Jesús como el hijo de Dios que vino con un proyecto de salvación de la humanidad de allí el carácter grande que tiene la celebración cristiana”, expresa.

*“Estos símbolos (Nacimiento) son tomados de los relatos que narra el evangelio. En cuanto a los obsequios, también es un símbolo cristiano, porque representan los regalos que le llevaron los Reyes Magos a Jesús.”*

PADRE HERIBERTO HERRERA, DELEGADO INSPECTORIAL PARA LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA CONGREGACIÓN SALESIANA.

Cuando se habla de símbolos navideños, desde el punto de vista cristiano, según el Padre Heriberto, los principales son: el niño Jesús en su gruta de Belén, rodeado de María, José, el buey, la mula, los Reyes Magos, los pastores, la estrella de Belén, a lo que se le ha considerado El Nacimiento.

“Estos símbolos son tomados de los relatos de la infancia de Jesús que narra el evangelio, es la representación gráfica. En cuanto a los regalos también son un símbolo cristiano porque representan los obsequios que llevaron los Reyes Magos”, explica el religioso.

Entre los símbolos de la Navidad más conocidos están:

1. El pesebre: lugar donde la Virgen María dio a luz a Jesús. En el siglo XIII, San Francisco de Asís realizó la primera representación del nacimiento del niño Dios con sus hermanos franciscanos y gente del pueblo. Con el tiempo se empezaron a fabricar esculturas en miniatura, vestidas con lujosos ropajes y en diversos materiales, convirtiéndose en verdaderas obras de arte. San Francisco de Asís siempre había sentido un amor especial por la Navidad. Se acercaba Nochebuena y decidió representar la humildad del pesebre tal como sucedió en Belén.
2. Los Reyes Magos: sus nombres son Melchor, Gaspar y Baltasar, aunque San Mateo, en su Evangelio, no lo especifica. Lo que se dice es que sus edades comprendían entre los veinte y los sesenta años, y su raza era blanca, negra y amarilla. Ellos fueron guiados por una estrella que los condujo hasta el pesebre en Belén.
3. La estrella de Belén: fue el fenómeno astrológico y astronómico que orientó a los Magos a través del desierto.
4. Los regalos: Hay distintas raíces: la cristiana, que proviene de los Reyes Magos que le llevaron presentes a Jesús y de allí arrancó la costumbre romana de dar regalos a los niños y la otra, de se deriva de San Nicolás como el benefactor anónimo. El día de dar regalos varía según el país y costumbres, pero las más destacadas son el 6 de diciembre en memoria de San Nicolás, el 24 de diciembre en vísperas de Navidad, el 25 de diciembre por el nacimiento de Jesús, el 1 de enero por año nuevo y el 6 de enero por la visita de los Reyes Magos.
5. Los villancicos: son cantos que se entonan en la Navidad, tienen su origen en la Edad Media y se mantienen en recuerdo de los profetas que anunciaban el nacimiento de Jesús. Las más antiguas canciones datan del siglo IV, tiempo en que la música medieval cristiana siguió la tradi-



**• Dar regalos a los niños en Navidad es una costumbre** que se origina de la entrega de obsequios que hicieron los Reyes Magos a Jesús de Nazaret.

ción gregoriana. En la Italia Renacentista surgieron canciones que se acercaron mucho a lo que hoy conocemos como villancicos. El más famoso de todos, "Noche de Paz", fue escrito por el sacerdote Joseph Mohr y compuesto por el organista Franz Gruber en 1818.

6. El árbol de Navidad: se originó en Alemania en la primera mitad del siglo VIII, tiempo en el que el misionero británico San Bonifacio derribó un roble, mientras predicaba un sermón, para demostrar a unas personas que este árbol no era sagrado, ni inviolable. Al caer el árbol los arbustos que estaban alrededor también cayeron, salvándose únicamente un pequeño abeto. San Bonifacio interpretó este suceso como un milagro por lo que decidió llamarlo el árbol del Niño Dios y, los años siguientes, los cristianos celebraron la Navidad plantando abetos. A partir del siglo XVI, en Alemania se decoraron los abetos para la celebración religiosa.

7. El pavo y la cena de Navidad: Las familias cristianas suelen reunirse en la noche del 24 de diciembre, víspera de la Navidad, y hacer una cena muy abundante, donde se acostumbra comer pavo y otros platillos propios de la época. Esta costumbre nació en Europa y simboliza la abundancia que Cristo trae con su llegada a este mundo, la cual se conmemora con una cena especial, tal como lo haría en su despedida con el pasaje bíblico denominado "La Última Cena".

8. Papá Noel o Santa Claus: El personaje principal de esta leyenda es San Nicolás, obispo de Mira, quien alivió, hace muchísimas navidades, las necesidades de una familia, depositando su fortuna en los zapatos que se encontraban al lado de la chimenea. Los emigrantes holandeses que llegaron a los Estados Unidos hicieron famoso a Santerklaus que, por su dificultad fonética, comenzó a llamarse Santa Claus.

9. La Misa de Gallo: es la ceremonia que se hace el 24 de diciembre como término de la vigilia de Navidad. Esta celebración solía caer "ad galli cantus" (al canto del gallo), de donde se originó este nombre.

## VIVIRLA EN OTRA DIMENSIÓN

Por su parte, Mauricio Castellón, pastor asignado al área familiar de la Iglesia Bautista Miramonte, sostiene que el motivo de la Navidad y el invitado principal de la celebración es el Señor Jesucristo.

"Ahora que comienza esta época debemos detenernos y verla desde tres enfoques: que la Navidad es una celebración para centrarnos en



5

## VALORES ESENCIALES DE LA ÉPOCA

1. La celebración desde el punto de vista del Cristianismo se centra en el nacimiento de Jesús.
2. La Navidad es una época para pensar en los demás.
3. Es un tiempo para regalar algo más que una cosa material.
4. Es la oportunidad de tomar nuevas decisiones y definir propósitos del corazón.
5. Es tiempo de pedir perdón y reconciliarse con la familia.

*"Dios nos dio una lección. El evento más grande de la historia de la humanidad (el nacimiento de Jesús) se dio en un contexto de sencillez y humildad. No importa que no tengamos dinero para gastar."*

PASTOR MAURICIO CASTELLÓN, ASIGNADO AL ÁREA FAMILIAR DE LA IGLESIA BAUTISTA MIRAMONTE.

Dios, es tiempo para fortalecer la familia y una ocasión para pensar en los demás", asevera.

Según el Pastor para rescatar la esencia de la Navidad se debe recordar que lo que se celebra es la venida del Hijo de Dios a este mundo y que al nacer, llegó en un contexto de sencillez. "Allí es donde entramos en contradicción de cómo se celebra. Pocas veces pensamos que la Navidad es más para dar que para recibir. Pero no se refiere a un regalo material, sino a darnos nosotros mismos, dar tiempo, dar atención. Es tiempo de no pensar solo en nuestras necesidades, sino en las de los demás. Todo el año vivimos sometidos en una rutina buscando un sueño personal y familiar. Este tiempo de Navidad puede servirnos para hacer un alto en el camino. Por qué no pensar en otros que están en una situación más difícil, más precaria que la nuestra. Eso

haría una diferencia", comenta el pastor Castellón.

Además añade "Hay quienes podrían decir 'Yo no tengo nada que dar' pero esa persona debe pensar que si está vivo, si tiene una convicción en Dios, si tiene esperanza, entonces sí tiene algo que compartir. Es necesario transmitir que puede darle algo más que una cosa material. Dios no dio una lección. El evento más grande de la historia de la humanidad se dio en un contexto de sencillez y humildad. No importa que no tengamos dinero para gastar".

Otro de los valores que se debe rescatar es la unión familiar. Pero el líder religioso dice que no se trata de reunirse para compartir una cena, sino de hacer todas aquellas cosas necesarias para que esté unida la familia como el pedir perdón y reconciliarse con las personas con las que se han tenido diferencias por una u otra razón. "Se debe tomar decisiones de aquellos errores que se han cometido durante el año o aquellas faltas o pecados, arrepentirnos y buscar cómo superarlos de cara al otro año. Es una oportunidad donde el mismo entorno y el mismo deseo de esperanza que tenemos nos pueden ayudar a hacer cambios profundos y significativos que vayan fortaleciendo nuestra familia", finaliza.

Aconseja: padre Heriberto Herrera, delegado inspectoral para la comunicación social de la congregación salesiana. Pastor Mauricio Castellón, asignado al área familiar de la Iglesia Bautista Miramonte, San Salvador.



**WEAR YOUR VOICE.**  
*KENNETH COLE* NEW YORK

TWITTER @KCLATINAMERICA  
C.C. MULTIPLAZA C.C. GALERÍAS



# FASHION

: TENDENCIA : ACCESORIOS : MODA : LOOK DE DIVA

## BRILLANDO EN NAVIDAD

Esta temporada será de recuerdos memorables y ¡mucho moda! Los detalles de brillos y tonos metalizados, en prendas y accesorios, se han impuesto para que logres looks increíbles y seas el alma de las fiestas. También conoce en esta sección cuál es el vestido ideal para tu cuerpo.

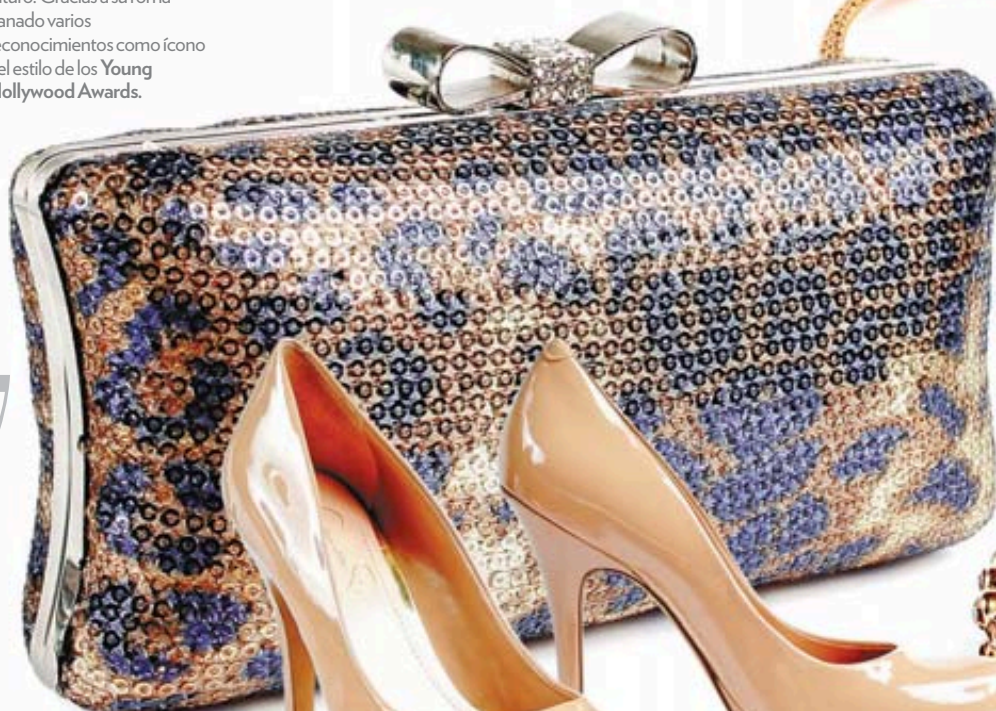




# ROJO PASIÓN

QUE MEJOR COLOR PARA UNA DIVERTIDA VAMPIRESA QUE SU TONO PREFERIDO. ASHLEY GREENE SE HA CARACTERIZADO POR UN ESTILO MÁS CLÁSICO Y ESTE OUTFIT ES UNA MUESTRA DE SU ACERTADA ELEGANCIA.

**ASHLEY GREENE**  
**LA SAGA DE CREPÚSCULO**  
fue la que la lanzó al estrellato, con el papel de Alice Cullen, quien puede tener visiones del futuro. Gracias a su rol ha ganado varios reconocimientos como ícono del estilo de los Young Hollywood Awards.



1-Anillo big size dorado con piedra acrílica al centro y pedrería, \$12.99. Sears. 2-Argollas doradas con incruste de piedras en tono bronce, \$9.50. Sears. 3-Vestido en escote V, sin mangas y con cincho, \$79. MNG. 4-Pulsera dorada, \$7.50. Sears. 5-Anillo dorado con detalles de pedrería, \$9.50. Sears. 6-Zapatos de tacón, estilo pumps en color neutro, \$99.99. Sears. 7-Cartera clutch con lentejuelas, diseño animal print, \$45.99. Sears.

Encuétralos en: Sears, tel.: 2511-3800, Multiplaza; MNG, tel.: 2243-0664, Multiplaza.



## CAVALLI BRILLO

EL DISEÑADOR ITALIANO ROBERTO CAVALLI Y SU COLECCIÓN DE "GOLD". Las propuestas presentadas por el diseñador, para la temporada primavera verano 2012, se adaptan a prendas con diseños cargados de lentejuelas y destellos, los colores metálicos y el negro serán, sin duda, una gran opción. **Viste con esta tendencia y demuestra tu personalidad.**



Cartera cubierta de lentejuelas negras, \$59. Nine West.

Blusa de lentejuelas color plata, \$39. Mango.

Vestido negro con detalle de lentejuelas doradas y cinturón metálico, \$139. Mango.

Cardigan con lentejuelas grandes en color negro y gris, diseño líneas, \$119. Mango.

Zapatos tipo salón con brillo, \$119. Park Avenue.

Cinturón de cuero con pieza metálica en color dorado, \$39. Mango.

Collar largo de pez dorado con escamas, \$32. Mango.

Zapatos altos con detalle de brillos en el talón y tacón, \$129. Nine West.

# LENTITSHINE

LA TENDENCIA QUE SE IMPONE DESTELLA POR SÍ MISMA, PRENDAS CUBIERTAS O CON DETALLES DE LENTEJUELAS, Y ACCESORIOS QUE TIENEN UN TOQUE METALIZADO SERÁN INFALTABLES PARA LAS FASHIONISTAS.

# COMPLEMENTOS DE TEMPORADA



- 1. Sandalias forradas en satín color plata con detalle de pedrería como cristales y mostacilla. \$95. Naturalizer.
- 2. Sandalias con tiras delgadas y forradas en tela color rojo. \$89. Nine West.
- 3. Sandalias en color plata metálico con detalle de tela en la parte frontal. \$38.99. MD.
- 4. Sandalias doradas cubiertas de brillantina fina color dorado. \$36.98. MD.
- 5. Zapatos con diseño peep toe y detalle de lazas, en color pewter. \$129. Nine West.
- 6. Zapatos cerrados con punta, forrados en tela y con diseño bordado. \$109. Nine West.

LOS METALIZADOS, LOS DETALLES DE PIEDRAS Y BRILLANTINA SERÁN BÁSICOS PARA COMPLEMENTAR UN OUTFIT MUY ACORDE A ESTA TEMPORADA. AL CLÁSICO DORADO Y PLATEADO SE LE AGREGARÁ UN TOQUE DE ROJO PARA LOGRAR UNA PERFECTA SINTONÍA.



1. Cartera de noche forrada en tela plata metálica y detalle de broche con brillos. \$24.90. Mike Mike.
2. Cartera de noche rectangular en color dorado metalizado. \$17.90. Mike Mike.
3. Cartera tipo clutch forrada en satín, con diseño de franjas. \$26. Mike Mike.
4. Cartera de noche en cuerina color roja con detalle circular de pedrería. \$31.90. Mike Mike.
5. Cartera de noche tipo clutch en color gris oscuro y destellos. \$119. Nine West.
6. Cartera de noche tipo clutch en satín y cadena color dorado. \$85. Nine West.





Encuétralos en: Nine West, La Gran Vía, tel. 2289-0936; y Mike Mike, centro comercial Multiplaza, tel. 2243-3961.



Lovable

MI INTIMO PLACER DE SER MUJER...

VISÍTANOS EN TIENDAS LOVABLE

Múltiplaza, Tel: 2243-9143 • Metrocentro, Tel 2261-1975  
[www.lovable.com.hk](http://www.lovable.com.hk)  [lovablefans](#)  [@lovablefans](#)

**EL OBJETIVO ERA MOSTRAR**

propuestas innovadoras que contribuyan a la diferenciación y a la competitividad.



Estas propuestas de los estudiantes de la UDB desafiaron la linealidad y rompieron esquemas en cuanto a colores, texturas y diseños.

# VANGUARDIA EN DÉJÀVU

COLORES VIVOS Y DISEÑOS AUDACES FUERON LAS APUESTAS DE LOS ESTUDIANTES DE TERCER AÑO DE LA LICENCIATURA EN DISEÑO INDUSTRIAL DE LA UNIVERSIDAD DON BOSCO EN LA PRESENTACIÓN DE UN DESFILE DE MODAS.

Por tercer año consecutivo, los estudiantes realizan este evento como parte de su proyecto final de la materia Diseño Industrial II, este año bajo el concepto de DéjàVu Fashion Show.

El teatro del Hogar de Niños Adalberto Guirola fue testigo de más de 40 conjuntos y accesorios, presentados por 17 diseñadores y las marcas Dual y Xakon, con propuestas enfocadas en vestidos con cortes geométricos y amplios escotes en la parte de atrás, acompañados de cadenas y piedras de colores; blusas con transparencia y encajes, shorts y camisas con toques principescos.

### COLORES VIBRANTES

Los diseños causaron gran impacto visual a los espectadores por sus combinaciones de colores. Mostraron modelos que mezclaron los tonos naranja, azul, amarillo, café, negro, turquesa y verde limón. También dieron prioridad a las prendas rojas, beige y gris, con las que ganaron la atención de los participantes.



## CONSENTIDAS

REVISTA ELLA Y L'OCCITANE PREMIARON A TRES LECTORAS CON BRUMA ANGÉLICA, QUE HIDRATA EL ROSTRO. PARA PARTICIPAR LAS LECTORAS DESCRIBIERON LO QUE MÁS LES GUSTA DE

revista Ella y explicaron por qué querían una "Bruma Angélica". Las ganadoras fueron Jeannette Rivas de Peña, Gabriela María Castellanos y Aída Marisol Hernández, quien aparece en la fotografía. Mantente pendiente de las diversas promociones con nuestras marcas aliadas.

## ELLA ES SU MADRINA

REVISTA ELLA será la madrina de las bodas de Guadalupe Isabel Landaverde y Krissia Ivania Ramírez. Para participar debían enviar el cupón publicado en la edición diaria de LA PRENSA GRÁFICA, llenar en la fan page de Ella el formulario o enviar un mensaje de texto con la palabra boda al #1777. Los premios consisten en un certificado de vestido de Kalas o Carlos Herrera, un certificado de \$500 de servicios en Amanda's Salón & Day Spa, un pastel Chef André para 100 personas, un certificado de \$500 en servicios Pako Castillo, estadía por una noche en Hotel Sheraton Presidente, un paquete de preparación para la boda en Pilates Studio y asesoría para la boda por Belén Esquivel.



En la entrega: Marielos de Bernal, de Pilates Studio; Guadalupe Isabel Landaverde, ganadora; Krissia Ivania Ramírez, ganadora; Carolina de Weil, de Chez André, y Andrea Aparicio de Kalas Bridal & boutique.

# BLACK & WHITE

LA NUEVA COLECCIÓN DE GUESS TE PRESENTA UNA INFINITA VARIEDAD DE PRENDAS DONDE EL POSITIVO Y EL NEGATIVO SERÁN TUS ALIADOS.



**DENIMO  
MEZCLILLA**  
Combina este tipo de  
prenda con pantalones  
casuales o leggings.

- 1-Camisa con detalles de mostacilla y brillos, \$96.
- 2-Camisa button down con estampado en blanco y negro, \$109.
- 3-Skinny jeans en color negro, \$176.
- 4-Enterizo color negro con manga asimétrica y malla, \$124.
- 5- Cartera negra con detalle de borla en pana, \$149.
- 6- Mini short color negro, \$96.
- 7- Lentes oscuros en color blanco y detalle de brillos, \$114.

Encuétralos en: Guess, centro comercial Multiplaza, tel.: 2243-5512.



# HOLIDAY TREND

ESTA TEMPORADA VIENE LLENA DE TENDENCIAS Y ES LA OCASIÓN PERFECTA PARA LUCIR LOS MEJORES OUTFITS, POR ESO, DEBES PONER ATENCIÓN AL ELEGIR LOS ZAPATOS QUE COMPLEMENTARÁN TU LOOK DE FIESTA.

La moda de esta temporada, para celebraciones y salidas nocturnas, son los zapatos con destellos; con texturas brillantes, que ya hemos visto en épocas anteriores en las noches de fiesta y puestos en las grandes celebridades, que son quienes imponen los estilos.

Es importante que consideres que la moda, tomada en exceso, puede resultar un fracaso total, ya que los zapatos brillantes están pensados para convertirse en el centro de las miradas, pero no para combinarse con accesorios metálicos o lentejuelas; porque estas dos tendencias, por sí mismas, ya brillan suficiente.

De igual forma, no tienes que confor-

martarte con unos zapatos brillantes en colores clásicos, porque existe una gran variedad en propuestas de color como el rojo, azul eléctrico, tornasol, entre otros. Y tampoco debes limitarte a lucirlos con vestidos de noche, ya que un par de estos estilos también va bien con unos jeans dándole un toque sofisticado a tu mejor look.

Y claro, ya sabes que al elegir zapatos no debes esclavizarte con la moda, lo más importante es que debes elegir los que te queden perfectos, además que el tacón te resulte cómodo y el estilo esté de acuerdo a tu gusto y tu atuendo.

Atrévete a brillar con los mejores estilos Nine West.





Las propuestas en ropa y accesorios están disponibles en las sucursales de Almacenes Simán.

## FASHION WEEK BY SIMÁN

Por quinto año consecutivo, Almacenes Simán presentó su desfile de modas Fashion Week by Simán. En esta vez, el show fue transmitido por televisión. El evento contó con la participación de modelos internacionales y, por supuesto, con las últimas tendencias en moda. Con una pasarela llena de glamour, estilo y belleza, se presentaron las prendas que estarán de moda durante los próximos meses, tanto para damas como para caballeros.

### PARA ELLA Y ÉL

Para la mujer moderna que gusta de la moda, el buen gusto y mezcla el dramatismo del cine, para crear contrastes con texturas y colores: jeans estampados, chaquetas de cuero, cortes peplum, y plizados en faldas y vestidos. Asimismo, las siluetas de los años sesenta, en blusas y vestidos de encaje; telas con mucho brillo y vestidos para fiesta, también estuvieron presentes, ideales para las mujeres sofisticadas. Para ellos, el estilo "preppy", es la propuesta que se lanza: camisetas tipo polo, Oxford, chaquetas, y jeans, son las piezas claves.



Para los pequeños de la casa también se mostraron opciones de prendas modernas y vanguardistas.



**DE ALTO NIVEL**  
El show estuvo a la altura de las pasarelas internacionales, mostrando conceptos e ideas innovadoras para lucir siempre chic.

Las niñas también podrán lucir estilos de vanguardia para la temporada.

## PERFECCIÓN LAS 24 HORAS REVLON PRESENTA NUEVA BASE

REVLON, EL LÍDER EN MAQUILLAJE DE LARGA DURACIÓN, PRESENTA COLORSTAY WHIPPED CRÈME MAKEUP, UNA NUEVA BASE EN CREMA CON TECNOLOGÍA "TIME-RELEASE", QUE PROPORCIONA UN ACABADO LIGERO A LA PIEL HASTA POR 24 HORAS.

La suave y sedosa textura de ColorStay Whipped Crème Makeup se difumina perfectamente sin dejar una sensación pesada en tu piel. Su exclusiva fórmula con seda e ingredientes botánicos se siente suave sobre el rostro, mientras proporciona una cobertura moldeable para unificar el tono. Presentada en un elegante envase de vidrio, esta lujosa base en crema, da un acabado mate que mejora cualquier tipo de piel.

Entre algunos beneficios que la nueva base propicia son: duración hasta 24 horas, maquillaje libre de aceite, fragancia, talco y parabenos, cobertura moldeable de media a alta, fórmula cremosa que deja en la piel una sensación ultra ligera, confortable y sedosa, y tecnología "time-release" que equilibra la piel para un look impecable.



### PROMOCIÓN REVLON

Si quieres participar en la rifa de dos kits con productos de maquillaje contesta las siguientes preguntas: ¿qué beneficios aporta a tu piel la nueva base Color Stay Whipped Crème Makeup? ¿Cuál es la duración de la nueva base? ¿Cuál ha sido tu experiencia al utilizar productos Revlon? Envía las respuestas a [ella@laprensagrafica.com](mailto:ella@laprensagrafica.com) o al Facebook de Revista Ella, junto a tus datos personales: nombre completo, DUI, teléfono y correo electrónico. Dos serán las ganadoras de los kits que contienen: un Photoready polvo compacto, un Photoready rubor en polvo, un ColorBurst LipButter, un esmalte Top Speed, una máscara de pestañas y un delineador de ojos.





• Todos los productos de Firenze poseen las vitaminas, proteínas, extractos naturales y aceites esenciales para generar un cabello saludable.

## LIBRE DE SULFATO

FIRENZE HA PREPARADO PARA TI UNA LÍNEA DE CHAMPÚS Y ACONDICIONADORES LIBRES DE SULFATO, PARA ELEVAR EL CUIDADO CAPILAR Y PRESERVAR EL COLOR DE LOS TINTES.

Una tendencia creciente en el cuidado capilar es la de los productos sin sulfato, un ingrediente que se encuentra en la mayoría de jabones líquidos.

Los químicos, tales como el sulfato de éter de sodio o el lauril sulfato sódico son los responsables de hacer la espuma y retirar la grasa. Dichos ingredientes, conocidos como surfactantes pueden ocasionar la pérdida de humectación del cabello y cuero cabelludo, además de la decoloración prematura del cabello teñido.

### LOS BENEFICIOS DE FREDOOM

Desde un punto de vista técnico, los surfactantes contenidos en el champú sin sulfato es igual de eficaz en limpiar el cabello, gracias a su capacidad de adherirse a las moléculas de grasa y permitir que se laven con el agua; pero su beneficio está en aportarle suavidad y menos irritación a tu cuero cabelludo.

Freedom surge con el fin de satisfacer la necesidad de utilizar productos más suaves para la limpieza y acondicionamiento del cabello, tomando en cuenta que está expuesto a numerosos procesos químicos (decolorados, tintes, alisados).

Los surfactantes utilizados en Freedom, provienen, en su mayoría, de productos naturales, como poliglucósidos del maíz o aceite de coco, además, su elaboración requiere de técnicas de producción más sofisticadas.

Otra diferencia que puedes observar es la disminución de espuma, ya que está comprobado que esta no es lo que limpia realmente.

Dedícale unos minutos a leer la etiqueta, para asegurarte que selecciones el Freedom adecuado para acondicionar y nutrir tu cabellera.

Todos los productos de Firenze poseen las vitaminas, proteínas, extractos naturales y aceites esenciales para generar un cabello saludable, mermar el frizz, la resequedad y contribuir a que los cabellos tinturados duren más tiempo con su color original.

ADIÓS AL  
FRIZZ Y A LA  
RESEQUEDAD

Los productos sin sulfato ayudan a mantener más saludable la cabellera.



• Sonia Cruz fue una de las exmises que desfiló en la pasarela de Tito's Perfumes y Cristales.



• Marcela Santamaría, Sonia Cruz, José Ernesto Valte, propietario de Tito's Perfumes y Cristales, y Mayra Aldana comparten en el evento de aniversario.

# CELEBRAN 1.º AÑO DE TITO'S

LA EXCLUSIVA TIENDA "TITO'S PERFUMES Y CRISTALES" CELEBRÓ SU 1.º ANIVERSARIO EN LA SUCURSAL PLAZA CENTRO, JUNTO A EXMISES DE BELLEZA E IMPORTANTES FIGURAS DEL ÁMBITO POLÍTICO Y SOCIAL.



• Un dulce final fue puesto con el pastel del 1.º aniversario de la exclusiva tienda.



• Ernesto Valte comparte con el exalcalde de San Salvador, Carlos Rivas Zamora y Silvia Rivas Rodríguez.



• Derroche de talento al son del tango con el grupo Ritmo 7.



## ELEGANCIA CLÁSICA

**DIVISA, CON SU MARCA TACORI, LANZA UNA PROPUESTA CLÁSICA Y ELEGANTE CON INSPIRACIÓN MODERNA.**

CON EL DISEÑO DE TACORISE CREA LO MÁS EXQUISITO EN JOYERÍA. LOS ANILLOS, EN ESPECIAL, SE CONVIERTEN EN PIEZAS QUE CONECTAN PERSONAS Y GENERACIONES. ESTÁN FORMADOS DE PLATA CON ORO DE 14K Y PIEDRAS SEMIPRECIOSAS, COMO PERIDOT Y AMATISTA. ENCUENTRA ESTOS PRODUCTOS EN PLATA Y PLATA CON ORO EN JOYERÍA FERRER-IGOA, CENTRO DE COMPRAS EL PASEO, TEL.: 2275-6178.

## ROPA DEPORTIVA CON ESTILO

La ropa deportiva Diadora es una gran opción para que puedas ejercitarte sin perder el estilo, ya que te ofrece diversidad de implementos deportivos. Además, te brinda las mejores tecnologías para mantenerte siempre fresca, seca, cómoda, con colores vibrantes totalmente a la moda y atractivos e innovadores diseños que te harán sobresalir de los demás. Todas las piezas deportivas Diadora las puedes encontrar en las tiendas Sportline en el país.



## FELICES GANADORAS

Elizabeth Arden, a través de la promoción de Elite Brands "Viaja a Nueva York y vive una experiencia visible", premió a Ana Ruth de Espitia, quien participó en la promoción. Esta consistió en el sorteo de un viaje aéreo a la ciudad de Nueva York con un acompañante, por compras de productos de la nueva línea de Visible Difference, durante el 1 de septiembre al 31 de octubre de 2012. El premio que ganó la salvadoreña incluye dos boletos aéreos ida y vuelta, estadía por cuatro días y tres noches en habitación doble, tour por la ciudad y visita al Red Door Spa de Elizabeth Arden en la Quinta Avenida.



## LOOK CYZONE 2013

**LA FIESTA DE LOOK CYZONE YA COMENZÓ Y SE CELEBRARÁ JUNTO A LAS FINALISTAS DE 13 PAÍSES DE LATINOAMÉRICA.**

En El Salvador, la elección de la ganadora será el 12 de noviembre de 2013 en un evento que tendrá como jurado a Paula Argüello de CyZone, Valeria Rodríguez de El, Maggie Cortez y Graziella Belluci, chica CyZone El Salvador 2010; quienes entrevistarán a todas las participantes. El 10 de diciembre se sabrá quién representará a cada país y las elegidas viajarán a Bogotá, Colombia.