

O SACA

REVISTA DE OCIO, SALUD Y CALIDAD DE VIDA
Marzo de 2016 - Número 356

LITERATURA

Cervantes y Shakespeare,
vidas paralelas

VERDÚN

La batalla más larga
de la Gran Guerra

ELECCIONES EEUU

'Marketing' para
candidatos

JOAN ROCA

**EL GENIO
TRANQUILO
DE LA COCINA**



Más de **100.000 hogares** disfrutaban ya
de un ahorro medio del **10%** en su factura de la luz.

El tuyo puede ser el siguiente.

Contrata tu Plan a Medida de Iberdrola
y paga menos cuando más estás en casa.

➤ Infórmate en el
900 24 24 24
o en **planesatumedida.es**



PATROCINADOR
DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN 2016
CAPITAL EUROPEA DE LA CULTURA
DSS2016.EU



IBERDROLA

SUMARIO

NÚMERO 356

PRODUCTO POLÍTICO 'MADE IN USA' _18

La maquinaria del 'marketing' en los partidos ruge desde hace meses en EEUU para 'colocar' al mejor candidato en las próximas Presidenciales

NÚMERO 356
MARZO DE 2016



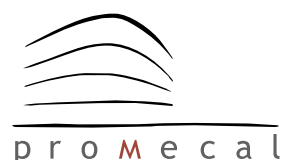
Director: Óscar del Hoyo.
Jefe de Fotografía: Alberto Rodrigo.
Redacción: Javier M. Faya, Marta Ruiz, María Albilla, Maricruz Sánchez, Leticia Ortiz, Sofía Esteban, Santi Ibáñez, Cristina Ruiz, Mónica Puras y Javier Villahizán.
Diseño: Cristina González y Óscar Párraga.

Edita:
Ópera Prima Comunicación, S.L.

Imprime:
DB Taller de Impresión

Depósito legal:
BU-32-2014

Comercializa: Gestión y Comercialización OSACA, S.L.
Dirección: Avda de Castilla y León 62-64. 09006 Burgos.
Teléfono: 947282904 (Redacción).
Fax: 947282906.
Departamento comercial: Alicia Serna.
Teléfono: 947252253 (Publicidad).
Correo electrónico: publicidad@revistaosaca.com



UN GENIO SENCILLO _14

El cocinero Joan Roca desgrana la clave de su éxito: pasión por la cocina, trabajo y muchas dosis de realidad en casa

SISTEMA SANITARIO _26

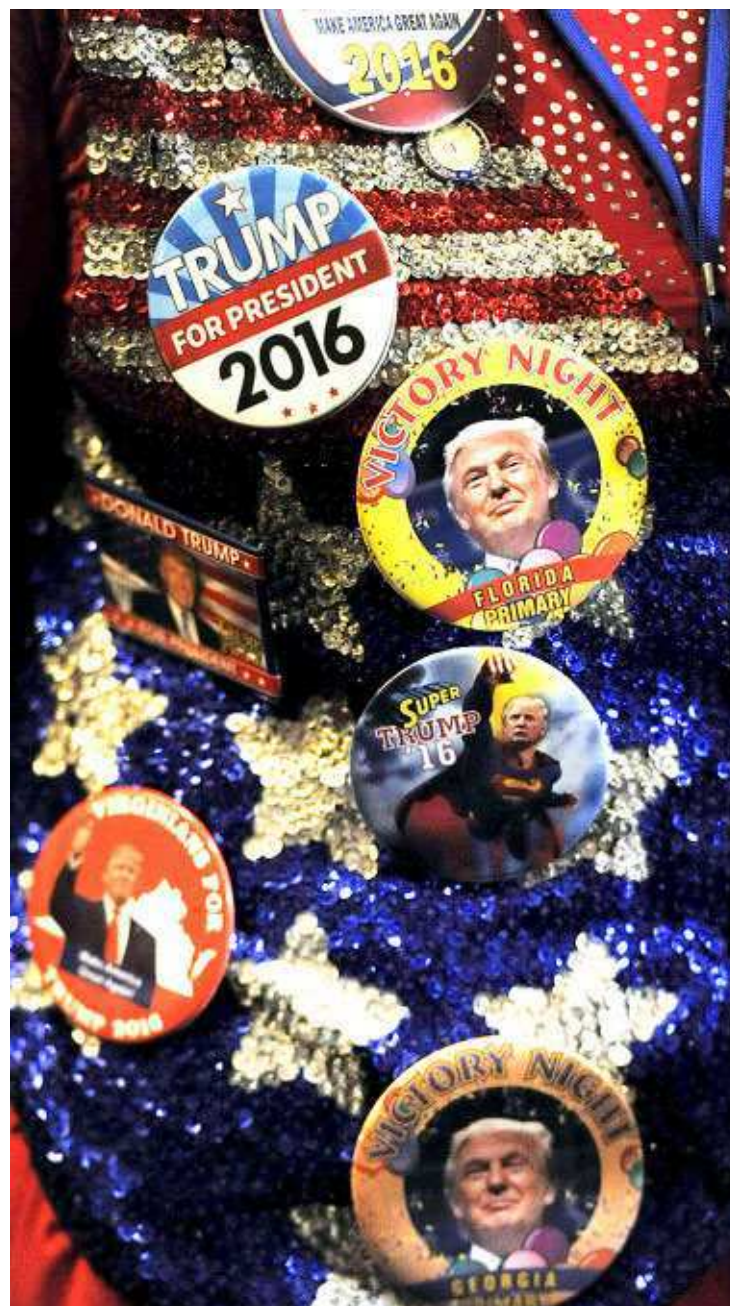
La vacuna de la varicela vuelve a las farmacias tras varios meses de desabastecimiento

LOS SUPERALIMENTOS _28

Productos al alcance de cualquier despensa que encierran un extra de beneficios para llevar una vida sana

TENDENCIAS _30

Apple se lanza a por un nuevo mercado con su gama media de productos



UN AÑO DE LETRAS _5

Shakespeare y Cervantes, cuatro siglos después de su muerte



I GRAN GUERRA _10

Verdún, 100 años de la batalla más larga del conflicto



DI CAPRIO _22

Un actor en la cima del éxito y comprometido con la ecología



MAPFRE, tu aseguradora global de confianza

Avanzamos con más de 34 millones de clientes en 51 países para ser su aseguradora fiable y comprometida. Por eso, sea cual sea el horizonte que persigas estaremos a tu lado para ayudarte a alcanzarlo.



mapfre.es



MAPFRE

ANIVERSARIO EN LAS LETRAS

DOS DIOSES TOCADOS POR LAS MUSAS

MIGUEL DE CERVANTES SAAVEDRA Y WILLIAM SHAKESPEARE, DOS GRANDES PERSONALIDADES DE LA CULTURA EUROPEA, CUMPLEN ESTE AÑO EL CUARTO CENTENARIO DE SU MUERTE. AMBOS ESCRITORES PERTENECIERON A ESE GRUPO DE TALENTOS QUE ESCULPÍAN SUS OBSERVACIONES EN TÍTULOS LITERARIOS. SUS TEXTOS HAN SERVIDO PARA SER DEVORADOS DESDE ENTONCES, FINAL DEL SIGLO XVI Y COMIENZOS DEL XVII, POR TODOS AQUELLOS QUE GOZAN DEL ENORME PLACER QUE PROPORCIONAN SUS LECTURAS

santi
ibáñez
texto

En el barrio de las Musas, en el entorno del Madrid de los Austrias, haciendo esquina entre las calles León y Francos, vivía hace algún tiempo un escritor algo cargado de hombros, que fue soldado muchos años y cinco cautivo. Se caracterizaba por ser de los del codo en la mesa, la mano en la mejilla, la pluma en la oreja y el papel delante.

De rostro aguileño, cabello castaño, frente lisa y despejada, ojos alegres y nariz arqueada, aunque muy bien proporcionada para sus 60 años; los bigotes enormes, la barba que dos décadas atrás fue de oro, era de plata; la boca pequeña, los dientes escasos, ni menudos ni crecidos y peor colocados.

Le faltaba el uso de la mano izquierda como consecuencia de un arcabuzazo recibido en la más célebre de las batallas de la que fue testigo un día señalado de hace varios siglos. Este creador de nombre Miguel de Cervantes, que murió empobrecido, dejó como herencia a la humanidad la novela cumbre de la Literatura española: *Don Quijote de la Mancha*.

Su primera parte, publicada en 1605, obtuvo una gran acogida. Pronto se tradujo a las principales lenguas europeas y actualmente es uno de los textos con más traducciones del mundo.

En esa misma época, en tierras inglesas -el primer país en el que Cervantes fue reconocido y en donde se publica su primera biografía-,





► **NACIMIENTO** Su bautismo está fechado el 9 de octubre de 1547 en la parroquia de Santa María la Mayor de Alcalá de Henares. Se cree que nació el 29 de septiembre, el día de San Miguel.

► **PRIMEROS VERSOS** En 1568, alentado por el maestro de gramática, Juan López de Hoyos, Cervantes escribe unos poemas que verá editados al año siguiente, dedicados a la reina Isabel de Valois.

> CERVANTES

como la Biblia en los hogares anglosajones. *Hamlet*, *Otelo* o *Macbeth* se han convertido en símbolos y su creador es un clásico sobre el que corren ríos de tinta. A pesar de ello, William Shakespeare continúa siendo, como hombre, una verdadera incógnita.

Estas dos grandes personalidades de la cultura europea cumplen este año el cuarto centenario de su muerte. Ambos pertenecieron a ese grupo de talentos que esculpían sus observaciones en títulos literarios. Sus textos han servido para ser devorados desde entonces, final del siglo XVI y comienzos del XVII, por todos aquellos que gozan del placer de sus lecturas.

UNA IDEA ABSTRACTA El retrato que ambos hicieron del género humano puede aplicarse a cualquier época a partir de entonces, cuando la sociedad comenzó a desarrollar una idea abstracta, el progreso, basada en los descubrimientos de la nueva física y en otra visión del mundo que desalojaba a los hombres del pedestal que hasta entonces habían tenido. De esta forma, salió a la intemperie la imagen de la naturaleza, donde el cálculo y el beneficio a nivel económico fueron decisivos.

Este aniversario es una clara invitación a releer sus volúmenes porque siempre aportan interrogantes sobre la propia existencia.

Sus obras se enmarcan en un tiempo histórico de primer orden, donde se configura el mapa político del Viejo Continente. Algo a lo que hay que sumar el rescate de una antigüedad pagana a través de la nueva ciencia, la química que, por ejemplo, comenzaba a despuntar. Todos los órdenes de la vida, el amor y la guerra se pusieron sobre el tablero, y el gran sueño del hombre en busca de ese Dios, por el que los que creen en Él vaticinan que el que lo merezca

ESTA EFEMÉRIDE ES UNA INVITACIÓN A RELEER SUS VOLÚMENES PORQUE SIEMPRE APORTAN INTERROGANTES SOBRE LA PROPIA EXISTENCIA

a la vez que finalizada su obra *Los miserables*, Víctor Hugo escribió desde el destierro: «Shakespeare no tiene el monumento que Inglaterra le debe». A esas alturas del siglo XIX, la obra del que hoy está calificado como el autor dramático más sobresaliente de toda la Historia era ignorada por la mayoría y despreciada por los exquisitos. Las palabras del patriarca francés cayeron como un mazazo sobre las conciencias patrióticas inglesas; decenas de monumentos dedicados a él fueron erigidos inmediatamente. En la actualidad, el volumen de sus textos completos es tan indispensable

► **RECONOCIMIENTO** Fue venerado en su tiempo, pero su reputación no alcanzó las cotas actuales hasta el siglo XIX. Los románticos aclamaron su talento y los victorianos sentían verdadera devoción por él.

► **VERSÁTIL** Escribía para sus actores, para la corte y también para el pueblo. El escenario desnudo le permitió una libertad absoluta, porque despertaba su imaginación y la del público.

► **HERIDO** En 1571, en la batalla de Lepanto, un mar de espuma sanguinolenta, en medio de un caos y barcos que se incendian y de cuerpos mutilados, resulta herido en el pecho y en la mano izquierda.

► **ENCARCELADO** En el Mediterráneo, infectado de corsarios en 1575, su goleta es abordada y él y su hermano son apresados. Cervantes acaba en Argel, donde permanece en la cárcel cinco años.

► **OBRA CUMBRE** Seiscientas sesenta y cuatro páginas y muchísimas erratas. Así surge en 1605 la primera parte de *El Quijote*. El dueño de los derechos la vende al precio de 200 maravedíes.

► **'NOVELAS EJEMPLARES'** Larga o corta, la novela italiana siempre estuvo ahí, en Cervantes, que él en 1613 la hace suya, es decir, española. Parecen condenadas a ser 12, ya sea porque hay dos en una.

será recompensado «en la otra vida» fue perdiendo fuerza en el norte del Continente, porque se alzó un nuevo mensaje a través de los escritos reinterpretando autores de la antigüedad que estuvieron ocultos.

Desde la ruptura de la cristiandad a partir de 1517 con el movimiento Protestante, ya no nada volvería a ser igual.

Cervantes dejó como legado *El Quijote*, una verdadera delicia, aunque no menos que sus *Novelas ejemplares*. En un principio, su pretensión fue combatir el auge que habían alcanzado los libros de caballerías, satirizándolos con la historia de un hidalgo manchego que perdió la cordura por leerlos, creyéndose caballero andante. Para él, el estilo de los mencionados textos era pésimo, y las historias que contaba resultaban totalmente disparatadas. A pesar de ello, a medida que iba avanzando el propósito inicial fue superado, y llegó a construir una obra que reflejaba la sociedad de su tiempo y el comportamiento humano.

Se cree que, probablemente, se inspirara en el entremés de *Los romances*, en el que el labrador pierde el juicio por su afición a los héroes del *Romancero viejo*.

Se ha conservado una resolución judicial de Felipe II que data de 1569, donde manda prender a Miguel de Cervantes acusado de herir en un duelo a un maestro de obras. Si se tratara realmente de él y no de un homónimo, podría ser este el motivo de que

DESDE LA RUPTURA DE LA
CRISTIANDAD, A PARTIR DE 1517
CON EL MOVIMIENTO
PROTESTANTE, YA NADA
CONTINUARÍA SIENDO IGUAL



le empujó a trasladarse hacia Italia. Llega a Roma en diciembre del mismo año y se imbuje del estilo y del arte de Italia, y guardará siempre tan grato recuerdo que, en *El licenciado Vidriera*, una de sus *Novelas ejemplares*, hace poco menos que una guía turística de ella.

El 7 de octubre de 1571 participó como soldado en la batalla de Lepanto, formando parte de la armada cristiana, dirigida por don Juan de Austria, y donde intervenía uno de los marinos más famosos de la época, el marqués de Santa Cruz, que residía en La Mancha, en Viso del Marqués. En una información legal, elaborada ocho años más tarde, se asegura que en dicha pelea Cervantes estaba enfermo y con calentura, y el capitán y otros amigos suyos le aconsejaron que permaneciera silencioso en la cámara de la galera, pero respondió qué dirían de él y que no pretendía otra cosa que morir combatiendo por Dios y por su rey, y no esconderse como un cobarde. Resultó herido de dos arcabuzazos en una mano y en el pecho.

De ahí procede el apodo de *El manco de Lepanto*, que se interpreta mal porque la mano izquierda no le fue cortada, sino que se le anquilosó al perder el movimiento de ella cuando un trozo de plomo le seccionó un nervio. Durante su regreso de Nápoles a España a bordo de una galera, una flotilla turca le hizo preso junto a su hermano Rodrigo. Y ambos fueron llevados a Argel.

En los cinco años de aprisionamiento

► SHAKESPEARE

► **CONTRACORRIENTE** Le benefició que los teatros se establecieran extramuros: la zona de las leproserías, los patibulos y los burdeles, donde sus obras, lejos del poder municipal, podrían jugar con el escándalo.

► **AUTORÍA** Desde siempre han existido teorías afirmando que Shakespeare era un *alias* tras el que podrían esconderse nombres como los de Christopher Marlowe, Francis Bacon o Edward de Vere.

► **VIDA PERSONAL** Se ha opinado mucho sobre su presunta homosexualidad, especulación que encuentra su base en una originalísima colección de sonetos publicados, al parecer, sin su consentimiento.

► **HISTORIAL ACADÉMICO** No destacó en absoluto en sus estudios, que no alcanzaron las exigencias de su tiempo. Su talento estribaba en hacer algo radicalmente nuevo con lo viejo, a los que insuflaba vida.

to, Cervantes, hombre nada acomodaticio, trató de escapar en cuatro ocasiones, planeando él solo los intentos de fuga. Las notas sobre su cautiverio se complementan con sus comedias *Los tratos de Argel*, *Los baños de Argel* y el relato conocido como *Historia del cautivo*, incluido en la primera parte de *El Quijote*.

El 12 de diciembre de 1584, contrae matrimonio con Catalina de Salazar y Palacios en el pueblo toledano de Esquivias. El enlace no resultó. Se separó de ella a los dos años, sin haber llegado a tener hijos. El escritor nunca habla de su esposa en sus textos autobiográficos, a pesar de ser él quien estrenó en la Literatura española el tema del divorcio, entonces imposible en un país católico, con el entremés *El juez de los divorcios*.

Mediaba el mes de abril de 1616 y Cervantes empieza a convivir con la muerte que se había instalado en su casa, situada en una de las calles del barrio de las Musas que hoy lleva su nombre. La sociedad literaria madrileña le ve como un viejo chocho, un personaje de otro tiempo que ha sobrevivido a sí mismo. Cuenta Lope que, estando en una reunión de la llamada academia de entonces, el precursor del Siglo de Oro del teatro español leyó unos versos con unos lentes que le prestó el creador de *El Quijote* y estos anteojos le parecen al dramaturgo como si se tratara de «dos huevos rotos estrellados».

La imagen apunta a la vejez de un Cervantes que, sin embargo, sigue trabajando. «Mi edad no está ya para burlarse de la otra vida», afirmaba. Nacido en 1547, le faltan unos meses para cumplir los 69, una longevidad provecta para esos años de principios del siglo XVII y finales del reinado de Felipe II. No está claro de qué vive el escritor en ese momento, no de libros precisamente. Sí de «arreglillos financieros y transacciones no muy claras», subrayan los especialistas de su obra.

Cervantes

escribió en casi todos los géneros, incluido teatro que, a la hora de defenderlo, reconocía que se salían del límite de la llaneza. *El licenciado vidriera* o *El rufián dichoso*, publicadas por Juan de la Cuesta, son comedias en las que el humor y reflexión van de la mano. Menos conocida y de claro rai-gambre patriótico es *Numancia*, donde recrea la resistencia numantina ante las tropas de Escipión el Africano, mostrando los valores que permitirán hacer grande su gesta. O bien, su última obra, *Los amores de Persiles*, con la que el escritor intenta regresar a los orígenes míticos donde el amor trata de superar las barreras que tienden a ahogarlo.

BRUJAS, ELFOS Y HADAS Otro tanto ocurre con ese otro dios inspirado por las musas, Shakespeare, que se batió en todos los órdenes literarios. Aunque su fama le sobrevino, sobre todo, por sus tragedias inmortales, donde expone las consecuencias de las acciones incorrectas y la espada del destino sobre los hombres. Rescata de ese modo todo un suelo subterráneo europeo que veía el mundo como lugar mágico, donde convivían las brujas con los elfos y las hadas. Los personajes féericos serán protagonistas de *El sueño de una noche de verano*. Pero al igual que Cervantes, tocó el género histórico en el teatro, como modo de re-

memorar las antiguas hazañas inglesas, creando un espíritu nacional a través del mundo isabelino. En esta etapa, en *Jacobo I*, hijo de María Estuardo, refleja fríamente las luchas sobrevenidas entre facciones rivales de una misma familia, los Lancaster, entre linaje directo y otro indirecto, los York, una vez desaparecida la dinastía Plantagenet. Será a través de la obra *Ricardo II* donde se muestran las consecuencias de un mal Gobierno.

Shakespeare fallece el 23 de abril de 1616, a los 52 años, en una fecha que quedó marcada en negro en la Historia de la Literatura universal por la luctuosa muerte de Miguel de Cervantes. En realidad, fue una coincidencia de fechas, no de días: el 23 de abril de 1616 del calendario juliano, que se empleaba todavía en Inglaterra, corresponde al 3 de mayo de 1616 del actual anuario gregoriano, ya adoptado por aquel entonces a España.

Cervantes muere el 22 de abril, no el 23, pese a la tradición ya inamovible. Están con él su mujer, su

sobrino y alguna hermana. Su hija Isabel, que le había repudiado, vive por su cuenta. Su mortaja es el hábito franciscano de la Orden Tercera, hermandad seglar en la que había ingresado poco tiempo antes, seguramente con el propósito de garantizarse un entierro, una de las labores de la cofradía. Hizo un testamento que no se ha encontrado, y es la gran tragedia de los cervantistas.

El escritor expira y su linaje se extingue, aunque el propio Cervantes da a entender que tuvo un hijo en Nápoles, pero ni esto es seguro ni se sabe nada de él.

En todo caso, ni la pobreza, ni el reconocimiento a sus ojos insuficiente de su obra, ni los problemas familiares, oscurecen el su ánimo como autor. En la obra que deja como testamento a la humanidad no hay nada de amargura, por mal que le hubiera tratado la vida.

Cuatrocientos años después de su muerte, se buscó con ahínco el cuerpo del escritor para que sus restos fueran honrados como merecen. Y, al parecer, los huesos, junto a una moneda de 16 maravadíes, fueron hallados en el convento madrileño de las Trinitarias. «Son muchas las coincidencias y no hay discrepancias», certificaron los investigadores el 17 de marzo de 2015.

NACIDO EN 1547, LE FALTABAN
UNOS MESES PARA CUMPLIR
LOS 69, UNA LONGEVIDAD
PROVECTA PARA ESOS AÑOS DE
PRINCIPIOS DEL SIGLO XVII



Nuevo Programa Repsol *más*



más descuentos en carburantes



más Puntos Travel Club



más experiencias únicas



Solicita ya tus tarjetas en nuestras Estaciones de Servicio y disfruta de sus ventajas exclusivas



Entra en repsolmas.es y regístrate en el Programa Repsol *más*



REPSOL

Inventemos el futuro

BATALLA DE VERDÚN

LA SANGRE MÁS ESTÉRIL



SOLO POR DETRÁS DE LA DE SOMME, LA CONTIENDA QUE SE DESARROLLÓ EN VERDÚN FUE LA MÁS SANGRIENTA DE LA PRIMERA GUERRA MUNDIAL, CON CASI 800.000 BAJAS, ENTRE AQUELLOS QUE FALLECIERON, LOS QUE AÚN PERMANECEN EN LOS REGISTROS COMO MEROS 'DESAPARECIDOS' Y LOS HERIDOS. DESDE FEBRERO HASTA DICIEMBRE DE 1916, DURANTE MÁS DE 300 DÍAS, SOLDADOS FRANCESES Y ALEMANES LUCHARON EN UNA CRUENTA E INEFICAZ LUCHAS DE TRINCHERAS QUE APENAS TENDRÍA TRASCENDENCIA EN EL DEVENIR DE LA GRAN GUERRA

El sol asoma ya majestuoso por Verdún, una tierra que los franceses consideran inexpugnable desde los tiempos de Atila. Lejos quedan aquellas guerras legendarias, igual que la lucha franco-prusiana que también asoló la región a finales del siglo XIX. A pesar de los ataques de enemigos diversos, la bandera gala siempre ha ondeado en las fortificaciones que rodean aquella localidad, situada en la región de Lorena, muy cerca de la frontera con Alemania. En 1916, en plena Guerra Mundial, esa titánica resistencia a ser conquistada convierte aquella región en una especie de talismán para el bando local y, a la vez, en una codiciada pieza de deseo para los germanos, decididos a vencer a aquella Triple Entente (el Reino Unido, Francia y el Imperio ruso) que había osado a plantarles cara. A pesar de conocer el interés de sus enemigos por invadir la zona, las necesidades del frente en otros lugares del territorio galo habían obligado a dejar la ciudad, y a todos sus fuertes, un total de 19, sin apenas defensa. Por ejemplo, *Fort Douaumont*, que tenía fama de ser la fortaleza más inexpugnable del mundo, cayó en manos germanas sin un solo tiro, pues, en su interior, los franceses tan solo dejaron a 58 reservistas armados con dos cañones.

Estaba saliendo el sol sobre Verdún, pero pocos vecinos y soldados lo vieron aquel 21 de febrero de 1916, la fecha en la que se desató un infierno de artillería sobre la ciudad francesa. Las *puertas del abismo* se abrieron con una granada de 750 kilos que, lanzada desde unos 30 kilómetros de distancia, impactó en la Catedral. Sin tiempo para saber lo que estaba ocurriendo, una tempestad de fuego y metralla empezó a caer sobre los 34 batallones que defendían el municipio y sus fortalezas. Los alemanes buscaban, precisamente, aprovecharse del desconcierto rival, para to-



Infantería alemana marcha hacia las trincheras del frente en Verdún, la localidad situada en el nordeste de Francia que fue el escenario de una de las batallas más sangrientas de la Primera Guerra Mundial.

mar Verdún en un *incursión relámpago*. Por ello, durante más de nueve horas, unas 850 piezas de artillería pesada, colocadas en batería a lo largo de un frente de unos 13 kilómetros -la *preparación artillera* más intensa hasta entonces conocida- machacaron las posiciones defensivas locales antes de que un ejército de 140.000 hombres las atacara... Sin embargo, después de aquel día en el que no amaneció en Verdún, después de aquella jornada en la que los soldados franceses despertaron entre el humo y los fogonazos de las explosiones, vendrían más, muchas más, tantas que aquella rápida *expedición* acabaría convirtiéndose en la batalla más larga de la Primera Guerra Mundial, con 302 amaneceres entre bombas.

GUERRA DE TRINCHERAS Tras los combates que iniciaron la Gran Guerra en julio de 1914, el frente occidental quedó estabilizado, ya que Francia logró frenar las ofensivas alemanas. Así, durante 1915, apenas hubo grandes movi-

mientos sobre el terreno, los avances habían dado paso a la cruenta e insalubre *guerra de trincheras*. En este contexto, la ofensiva de Verdún fue un intento del Estado mayor alemán de romper las defensas gala y acabar con la inmovilidad.

El comandante en jefe alemán, Erich von Falkenhayn, había previsto una lucha sin apenas rival: llegar, con sus 72 batallones, más del doble que sus enemigos, y apoderarse de aquella mítica localidad que había servido siempre de frontera oriental al país galo. En su plan contaba, además, con otra pequeña victoria que, según su análisis militar, podría cambiar también el curso de la guerra: los franceses, unidos sentimentalmente a Verdún, no la dejarían caer sin luchar, por lo que su Ejército se desangraría ante el poderío germano. Mermado en fuerzas y derrotado en el campo de batalla, Francia quedaría entonces como un púgil al borde del KO, a falta tan

LOS GERMANOS CONSIDERABAN POSIBLE TOMAR VERDÚN EN UNA OFENSIVA 'RELÁMPAGO' QUE SORPRENDIESE A SU RIVAL

solo de un *golpe de gracia* que hiciera caer la Gran Guerra del lado de los bávaros. Lo cierto es que, sobre el papel, el arrogante militar alemán tenía las de ganar por recursos, humanos y materiales, ante un Ejército galo que, todavía sin el apoyo sobre el terreno de sus *Aliados*, debía multiplicar sus esfuerzos para llegar a todas las posiciones que

estaban siendo atacadas. No contaba Alemania, por tanto, con una resistencia espartana, que fue la que exhibieron los franceses, dispuestos no solo a luchar para defender su territorio, sino a ganar aquella contienda.

A pesar de los buenos augurios de los altos mandos germanos, para los alemanes aquella *incursión relámpago* empezó a torcerse antes incluso de aquella mañana del 21 de febrero. Y es que el ataque estaba previsto para el día 12 del mismo mes, pero las condiciones climatológicas desaconsejaron cualquier tipo de incursión terrestre. A pesar de la contrariedad, una se-

CRONOLOGÍA DE LA GRAN GUERRA

28/06/1914



El heredero del trono austrohúngaro, Francisco Fernando, es asesinado en Bosnia.

28/07/1914



El Imperio austrohúngaro declara la guerra a Serbia con el respaldo de Alemania.

31/12/1914



La I Guerra Mundial ya es una realidad, con varios países implicados y batallas por toda Europa.

18/03/1915



Comienza la batalla de los Dardanelos, que finalizará en diciembre con derrota Aliada.

22/04/1915



Los alemanes lanzan el primer ataque con gases tóxicos en el frente oeste de Bélgica.

mana después de lo que hubieran deseado, 140.000 soldados iniciaron las hostilidades contra unos 30.000 franceses que aguantaron estoicos la munición lanzada por las 1.200 piezas de artillería con las que contaba su adversario. En el aire, Alemania también dominaba la situación con 168 aparatos sobrevolando la zona, la mayor concentración de aviones vista hasta entonces en la Historia. No sería el único hito, por desgracia, de una batalla que vio nacer, por ejemplo, el lanzallamas como arma de guerra. Lo utilizaron los bávaros desde el segundo día de la contienda para abrirse camino hacia Verdún, lo que consiguieron sin apenas resistencia por su poderío militar. En apenas 72 horas, 5.000 galos habían caído ya sobre el terreno, otros 15.000 eran prisioneros de guerra, y en el *Douaumont*, considerado el fuerte francés más emblemático, lucía ya la bandera germana.

EL 'RESURGIR LOCAL' Con unas cifras tan apabullantes, los alemanes cantaron victoria demasiado pronto, cuando aún les quedaban demasiados kilómetros para llegar y tomar Verdún. Tan convencidos estaban de que la mítica localidad se rendiría a sus ofensivas, que cometieron el error de permitir que su rival reordenara su defensa. Un tremendo desacierto estratégico. El general Philippe Pétain, de 59 años, se puso al mando de unas tropas locales dispuestas a plantar cara al enemigo. De esta manera, los franceses lograron, ayudados, otra vez, por las condiciones climatológicas, frenar a los germanos en el pueblo de Douaumont, a los pies de su fortaleza que, eso sí, ya había caído en manos enemigas. Su reconquista, de hecho, se convirtió en la gran obsesión de los galos. Era ya más una cuestión de honor que una necesidad estratégica, por lo que no cesaron en su empeño, a pesar de perder 10.000 hombres por el camino hasta que, meses más tarde, en octubre, el fuerte volvió a lucir orgulloso la enseña tricolor.

Curiosamente, en la localidad de Douaumont cayó prisionero el, por entonces, capitán Charles de Gaulle, quien sería, años más tarde,

presidente de Francia. Además de pasar por las manos enemigas, el joven militar de 25 años, fue herido durante la batalla de Verdún con una bayoneta, una mina, y un ataque de gas. «El huracán me llevaba como una brizna de paja a través de los dramas de la contienda», escribió años más tarde en sus memorias.

La desaceleración de los ataques germanos durante varias jornadas permitió que se estableciera la llamada *Ruta sagrada*, un acceso al frente por el que el ejército galo recibió más de 25.000 toneladas de munición y por el que llegaron más de 90.000 soldados de refuerzo. Además, los alemanes habían caído

también víctimas de sus propias ansias de victoria: los avances rápidos en los primeros días de la contienda, acompañados por los intensos bombardeos, habían dejado un frente de batalla inaccesible para su poderosa artillería, que quedaba encallada entre las rocas de la zona y el fango de las trincheras.

París, a pesar del *ardor guerrero* de sus soldados que, a poco más de 234 kilómetros de la capital, defendían la mítica Verdún de los germanos, seguía ajena a esta batalla, aunque luego el país galo ensalzaría esa contienda como la gran victoria francesa, como el ejemplo a seguir, como el resumen de la Primera Guerra Mundial. «Verdún es la palabra mágica que hace ponerse en pie a las muchedumbres al pronunciarla en el extranjero». Así se manifestaba en 1931, Victor Schleiter, alcalde de la localidad y principal protagonista de la reconstrucción, que pretendía condensar en una frase lo que su ciudad significaba para el honor *bleu*. De hecho, fue en este combate en el que surgió una de las sentencias más repetidas luego en los frentes y en las luchas por toda Europa: «¡No pasarán!». Fue el general Robert Nivelle quien arengó a sus hombres con aquella sentencia, *santo y seña*, por ejemplo, de los republicanos que defendieron Madrid ante los ataques del bando nacional en la Guerra Civil española.

Así que mientras París seguía con sus diversiones mundanas, en Verdún aquel *ataque relámpago* germano se había convertido ya en una lu-

LA CONOCIDA FRASE «¡NO PASARÁN!», UTILIZADA EN LA GUERRA CIVIL ESPAÑOLA, NACIÓ EN EL CAMPO DE BATALLA GALO



OTRAS GRANDES BATALLAS

Marne



Una contraofensiva relámpago franco-británica (del 5 al 12 de septiembre de 1914) frenó el avance de los alemanes, a menos de 40 kilómetros de París. Esta primera victoria Aliada cambia el rumbo de la Guerra.

Tannenberg

Tras una victoria en Gumbinnen, la revancha alemana sería casi inmediata y así, seis días después, los generales Von Hindenburg y Ludendorff se encontraron de nuevo con las tropas rusas venciendo de forma contundente.



Jutlandia



La mayor batalla naval de la guerra enfrentó a alemanes y británicos (que ganaron) por la hegemonía del mar. Tuvo lugar el 1 de junio de 1916 y no duró más que unas horas, pero murieron más de 8.500 hombres.

Somme

La batalla de Somme, en la que personajes tan dispares como Adolf Hitler, JRR Tolkien, Robert Graves o Ernest Hemingway, compartieron espacio, fue la más sangrienta de la Primera Guerra Mundial, con más de un millón de bajas.



Jerusalén



La batalla de Jerusalén fue un conjunto de enfrentamientos entre el Imperio británico y el otomano que se desarrollaron desde el 17 de noviembre hasta el 30 de diciembre de 1917, cuando la ciudad se rindió a los ingleses.

23/05/1915



Italia entra en guerra junto a los Aliados (Francia, el Reino Unido y Rusia, entre otros).

21/02/1916



Comienza de la batalla de Verdún, que hasta el 18 de diciembre, dejará 500.000 muertos.

7/06/1916



Inicio de la Revuelta Árabe contra el Imperio Otomano, fomentada por los británicos.

1/07/1916



Se inicia la batalla de Somme, la más mortífera (1,2 millones de fallecidos) del conflicto.

8/03/1917



La Revolución de Febrero en Rusia provoca la caída de la dinastía de los Romanov.



La ciudad francesa quedó destrozada tras los cruentos combates.



Cementerio en el que se dio sepultura a los soldados alemanes caídos en la batalla de Verdún.

cha de desgaste que nadie sabía cómo podría terminar. Las incursiones en territorio enemigo servían para ganar unos metros que, jornadas más tarde, se perdían por otro ataque rival. Avances y retrocesos por igual, pero todos salpicados de miles de vidas humanas que quedaban en el campo de batalla como testigos mudos de la barbarie. «Se come y se bebe al lado de los muertos, se duerme en medio de los agonizantes; se ríe y se canta en compañía de los cadáveres». El escritor galo Georges Duhamel, que trabajó como médico en aquellos días para su Ejército, describió así un día normal en aquella batalla, la más larga de la Primera Guerra Mundial.

DESASTRE TOTAL Las semanas y los meses pasaban desde aquel 21 de febrero y Alemania no conseguía sacar el rédito esperado de aquella *incursión relámpago*, transformada ya en una batalla de desgaste. El Ejército francés, que se desangraba en cuanto a recursos humanos y económicos, parecía sobreponerse en otras contiendas, en las que, además, contaba ya con el apoyo Aliado. Verdún parecía que no iba a ser, por tanto, decisiva para derrotar a los galos. Además, las tropas y finanzas germanas sufrían casi al mismo nivel que las de su adversario. Por todo ello, y aunque históricamente se

SE CONSIDERA A LOS GERMANOS COMO VENCEDORES DE LA CONTIENDA, AUNQUE APENAS LES SIRVIÓ DE NADA EL TRIUNFO

considera a los bávaros como los vencedores de la batalla más larga de la Gran Guerra, muchos historiadores coinciden en señalar que realmente nadie ganó este lance, ya que fue un auténtico desastre humanitario y económico para ambos bandos. Todos coinciden, eso sí, en destacar la escasa importancia que tuvo para el desarrollo de la contienda, pues, a su término, franceses y alemanes se encontraban muy cerca de las posiciones que ocupaban cuando se inició la ofensiva. A punto de llegar la Navidad, los cañones y las bayonetas callaron en

Verdún. El sol volvió a salir en todo su esplendor, sin el humo de los proyectiles tapando su brillo. La batalla había terminado, dejando tras de sí unas cifras que, incluso a día de hoy, sobrecogen: el consumo de munición superó los 24 millones de proyectiles; nueve pueblos se *evaporaron* para siempre; y, sobre todo, más de 700.000 personas murieron, desaparecieron o resultaron heridas en aquel *infierno*, como lo describieron algunos supervivientes. Un *infierno*, lleno de sangre inútil para el devenir de la Guerra, que persiste 100 años después, pues casi 800 hectáreas que rodean a Verdún tienen prohibido el acceso por el peligro de que exploten alguno de los 12 millones de obuses que se cree que los bosques cercanos a la localidad francesa aún guardan en sus entrañas.

6/11/1917



Los comunistas bolcheviques liderados por Lenin llegan al poder en Rusia.

15/12/1917



Armisticio de Brest-Litovsk entre Rusia y los imperios centrales que derivará en una paz definitiva.

8/01/1918



El presidente estadounidense Wilson sienta las bases de los tratados firmados tras la Guerra.

15/07/1918



Contraofensiva victoriosa de los Aliados en Villers-Cotterets con apoyo estadounidense.

11/11/1918



Los Aliados se alzan victoriosos y se declara el armisticio de la Primera Guerra Mundial.

> ENTREVISTA

JOAN ROCA cocinero

JOAN ROCA, uno de los tres pilares del Celler de Can Roca, habla de alta cocina en silencio, como si nunca hubiera roto un plato. Estar en la cima de la excelencia gastronómica no le ha divinizado. Ni a él, ni a sus hermanos, ya que siempre contesta en primera persona del plural. Su cable a tierra es más fuerte que el éxito: cada día regresan a su origen a la hora del almuerzo: la casa de comidas que desde hace décadas regentan en Gerona sus padres.

maría
albilla
texto

carlos
ruiz
fotos

«EL MEJOR COCINERO
DEL MUNDO ES MI MADRE»



La cocina ha pasado de ser una cosa de amas de casa, a una afición de sibaritas y, finalmente, ha llegado al público global. ¿Qué le parece este tránsito?

Es maravilloso. Cocinar es cuidar, es una forma de transmitir afecto y, por lo tanto, yo creo que todos deberíamos hacerlo. Hay gente que todavía tiene reparos, que dice que no sabe... pero no es cierto. Todos lo podemos hacer y lo deberíamos hacer. Es una forma maravillosa de cuidar, de conocer mejor los productos de nuestro entorno y hacerlos apetecibles para compartir y transmitir cariño.

¿En su casa, quién se pone habitualmente el delantal?

En mi casa cocinamos mi mujer y yo y nuestros hijos nos ayudan. Es muy bonito transmitir esta pasión y el conocimiento a los chavales, tanto en cuanto a las técnicas para cocinar como la información respecto a la nutrición; que es mejor comer más a menudo y no tanto. En la medida que nos queramos tomar en serio la salud, también nos tendremos que tomar en serio la nutrición.

¿Qué va a hacer esta noche cuando llegue a su hogar para cenar?

Pues no lo sé. Me encanta improvisar y tengo una ventaja. Vivimos encima del Celler de Can Roca, por lo que tenemos ahí una despensa...

¿Me está contando que se lleva los tupper del Celler de Can Roca?

¡No, no! Me llevo productos o los cojo del huerto ecológico que tenemos enfrente... así es más fácil improvisar. A mí lo que me gusta con mis hijos, además de que se alimenten bien, es que también tengan registros de sabores de otras culturas. Como nos gusta viajar y disfrutar de esto, igual un día nos planteamos cocinar mexicano, o indio, o tailandés... o, por qué no, comida tradicional catalana o gallega... la cuestión es hacerlo ameno, divertido y sano.

Usted aboga por los productos de la tierra, pero también se pasa gran parte del año viajando para conocer técnicas y sabores nuevos, ¿cómo se compatibiliza?

Efectivamente, nos dedicamos a viajar para aprender nuevas técnicas y probar nuevos productos. Muchos de ellos no son extrapolables de unos lugares a otros, pero sí que intentamos hacer lo que ya hicieron los conquistadores de América que es traerlos las semillas a nuestro huerto. Así, por ejemplo, hemos abierto la variedad de pimientos que tenemos en nuestra cocina.

Uno de sus últimos proyectos es acercar la cocina a baja temperatura a los hogares. ¿Supone una regresión a la materia prima y a pasar más tiempo entre los fogones?

La materia prima nunca ha dejado de ser importante en la cocina, pero es cierto que es una vuelta a prestarle más atención, igual que a las técnicas tradicionales. Lo que hacemos es regresar a esas cociones lentas que hacían nuestras abuelas, lo que llamaban el *chup chup*. Reivindicar el cariño, la generosidad del tiempo, pero sin que nos hipoteque a estar delante de la cazuela todo el día.

¿Esto implica que las deconstrucciones y las sintetizaciones han pasado a la historia?

El momento actual de la cocina es una síntesis de todo lo que hemos vivido hasta ahora. Es un compendio de lo que ha supuesto la revolución de la cocina española. Lo que hacemos es combinar todo esto y usar lo bueno que ha traído que, para mí, es el concepto de libertad; el hecho de tener muchas herramientas distintas para poder aplicarlas en la cocina en función de cada uno. Ahora mismo en

«PARA NOSOTROS, LO MEJOR DEL FUTURO ES ALARGAR EL PRESENTE»

«COCINAR ES UNA MANERA DE TRANSMITIR AFECTO»

«COMER EN EL CELLER CUESTA DINERO, LO QUE NO QUIERE DECIR QUE SEA CARO»

«LOS TRES HERMANOS HEMOS CONVERTIDO NUESTRA PASIÓN EN NUESTRA PROFESIÓN Y NOS ENTENDEMOS BIEN»

«LA HOSPITALIDAD ES MUY IMPORTANTE EN LA RESTAURACIÓN»

«EN LA MEDIDA QUE NOS QUERAMOS TOMAR EN SERIO LA SALUD, NOS TENDREMOS QUE TOMAR EN SERIO LA NUTRICIÓN»

«UNA DE LAS COSAS QUE MÁS ME HA GUSTADO COCINAR, Y QUE YA LO HACÍA CON MI MADRE, SON LOS ARROCES»

«LA REVOLUCIÓN DE LA COCINA EN ESPAÑA HA TRAÍDO EL CONCEPTO DE LIBERTAD»

España hay muchos cocineros con personalidades y formas distintas de entender esa revolución y de aplicarla cada uno a su manera.

¿Por qué cree que lo saludable y lo sostenible son los elementos del futuro en la cocina?

En general, entendemos que el restaurante tiene que estar comprometido con su tiempo. Nosotros apostamos por productos de proximidad y técnicas recuperadas. Prestamos atención al entorno. Recuperamos hierbas, plantas, flores, tallos, raíces... para incorporarlos a nuestra cocina, cultivamos en nuestro propio huerto ecológico, reciclamos el vi-

drio que producimos en un taller en el que trabaja gente de reinserción social que está convirtiendo esas botellas en nuevas vajillas...

¿Y qué responsabilidad tienen en cuanto a la educación en la salud?

El restaurante es un espacio hedonista y es obvio que ahí lo que alimentamos es la salud mental, la interior, el alma, la felicidad... Lo que pasa es que, en tanto que el Celler de Can Roca tiene una visibilidad y nosotros somos en buena manera portavoces de la gastronomía, tenemos la responsabilidad de usar esa visibilidad para enviar mensajes que tengan que ver con el compromiso con la salud.

Una de las técnicas de cocina saludable es, precisamente, la de baja temperatura. ¿De verdad es posible ser su espejo en casa?

Lo es cada vez más. Ya tenemos a nuestro alcance en el hogar más información que nunca, ahora hay que cocinar más y eso es lo que intentamos. Nos decían que sin la herramienta específica era imposible y nos pusimos manos a la obra para conseguir una placa de inducción que, a través de *Bluetooth*, permite controlar la cocción y aprovechar los beneficios de esta técnica, que son muchos. Por ejemplo, el producto pierde menos peso, se mantienen los nutrientes, la textura, los sabores son más interesantes. En el libro *Cocina con Joan Roca a baja temperatura* aportamos trucos y recetas para poner en práctica unas ventajas que en el ámbito profesional ya están comprobadas.

Este tipo de cocción exige un control exacto de lo que vamos a cocinar. Me surge una duda: ¿echa esto por tierra la teoría científica de toda madre que te enseña a cocinar diciendo eso de 'ya vas viendo lo que te pide'?

No... ¡Esa seguirá siendo así toda la vida! Esa sabiduría popular es incontestable, pero la técnica nos permite el control, la precisión y la regularidad.

¿Es la ciencia, la tecnología, la investigación lo que fija la diferencia entre los profesionales y los que aspiran a manejarse en este campo?

Lo que hay que tener en común es actitud, ganas y cariño. Hay una técnica y un conocimiento que, evidentemente está ahí, pero hay que tener sobre todo muchas ganas de querer hacerlo bien. Cocinar es una forma de transmitir afecto. Si tienes más herramientas, más recursos, más conocimientos podrás transmitir ese afecto de mejor forma.

¿Y no se puede cocinar en casa sin necesidad de más cacharros?

Este *cacharro* es en realidad muy versátil. Sirve para muchas otras cosas.

La divulgación sobre decenas de aspectos de la gastronomía convierte al cliente en una persona formada, informada y más exigente. ¿Qué supone esto a la hora de preparar los menús del Celler?

Tienes toda la razón. Desde hace unos años el cliente sabe mucho más, tiene más criterio, la gente viaja, la gente come, lee, ve programas... Y cuando llega al restaurante es, por tanto, más exigente. En este sentido, nuestro trabajo también lo es porque tenemos que colmar esas expectativas, y no es nada fácil. En el Celler de Can Roca somos 40 cocineros para atender a 50 clientes trabajando a un nivel extraordinario de calidad, pero también hay cinco personas más que se dedican a pensar, a crear, a desarrollar ideas. Aportan creatividad e innovación para que el cliente encuentre el aspecto diferenciador.

Quien va al mejor restaurante del mundo busca, sin duda, una experiencia única. ¿Cuál es su propuesta?

Esa experiencia se inicia desde la llegada, desde el afecto y el cariño que te transmite el camarero que te atiende, que tiene que estar muy motivado e implicado en el proyecto. Detrás está un equipo de cocineros con muchas ganas de transmitir emociones a través de los platos que ofrecemos. Son mil cosas, mil detalles. El cliente nos regala su tiempo, viene de lejos, le cuesta un dinero, lo que no quiere decir que sea caro, va a pasar más de tres horas viviendo una experiencia que contempla degustar cosas interesantes, pero también una vivencia, ser atendidos, les mostramos la cocina, la bodega, la casa. El aspecto de hospitalidad es muy importante en el mundo de la restauración y nosotros nos lo tomamos muy en serio. Tenemos la suerte de ser tres hermanos y eso supone que siempre estamos dos, cuando no los tres, para recibir cada día a la gente.

Supongo que el equilibrio es más fácil sobre tres patas.

Sí. Tenemos la suerte de que los tres hemos convertido nuestra pasión en nuestra profesión y nos entendemos bien.... Esto es una aventura maravillosa. Jamás pensamos que podríamos llegar a tener el reconocimiento y el éxito que hemos tenido. El objetivo nunca fueron las estrellas ni las listas mundiales. Nosotros solo queríamos ser felices haciendo lo que nos gustaba, que era cocinar, servir... Todo surgió en un barrio obrero de Gerona, así que imagínate, pretensiones, ninguna. Solo queríamos hacer lo que nos gusta cada día un poco mejor y eso es lo que nos ha llevado hasta aquí.

Sin modestia, por favor, ¿cuál cree que es su aportación más importante a la gastronomía mundial?

No es una pregunta fácil de contestar... Yo creo que hay técnicas concretas que hemos ido desarrollando estos últimos años que han sido innovadoras, pero, sobre todo, pienso que ahora el Celler es más una forma de entender el restaurante, la hospitalidad de la que le hablaba antes, la autenticidad. Esa relación fraternal tan importante, las ganas de hacer disfrutar y, sobre todo, el mantenernos fieles a unos valores y a unos principios creo que han sido lo más importante para el reconocimiento.

Reconocimiento... que les ha llevado a ser ni más ni menos que dos veces el mejor restaurante del mundo...

Es difícil de sintetizar, sí, pero además de la creatividad y de que es un lugar en el que se come bien, por supuesto, hay un gran compromiso con la innovación, la investigación y también con los valores y con la actitud. Confiamos también en la revolución humanista y apostamos muy fuerte por nuestro personal y nuestro equipo con una inversión muy importante.

¿Se acuerda de qué es lo que más le gustaba cocinar an-

«EL TRABAJO, LA SERIEDAD, EL RIGOR, ES LO QUE AVALA EL ÉXITO MEDIÁTICO. SIN ESTAS CONDICIONES SERÍA EFÍMERO»

«EL CELLER ES RENTABLE, PERO MUY POCO. HAY QUE ABRIR EL ABANICO DE EMPRESAS PARA ALIMENTAR NUESTROS SUEÑOS»

tes de toda esta vorágine de fama y constante investigación?

Siempre he cocinado todo y he comido de todo, pero quizá una de las cosas que más me ha gustado cocinar, porque ya lo hacía con mi madre, es los

arroz. Aquí se hacen a la cazuela, caldosos... pero, de repente, los puedes hacer a la valenciana. El arroz es un producto maravilloso que está presente en muchas culturas y que es

muy versátil y agradecido. Además es muy fácil de hacer y admite un juego maravilloso.

¿Hasta qué punto condicionan las estrellas y el top de las listas más relevantes para tener que ir un paso más allá?

Estar en el top más que una presión es una oportunidad para hacer más cosas y, sobre todo, para darlas visibilidad.

¿Éxito mediático y éxito gastronómico van de la mano?

Si el éxito mediático no estuviera avalado por el gastronómico sería algo poco real y muy efímero. Es muy importante la seriedad y el rigor. El trabajo es lo que da legitimidad al éxito mediático.

¿Y cómo le afecta la crítica y lo que pueda apuntar sobre sus creaciones?

Estamos muy pendientes de lo que dice la gente y lo que cuenta la prensa. Es muy importante, pero más importante todavía es lo que

queremos hacer nosotros. De hecho, nosotros iniciamos el Celler de Can Roca con el ánimo de ser felices haciendo lo que nos gusta y, por suerte, lo hemos conseguido. Y, además, hemos logrado que sea un espacio de desarrollo de ideas. Atendemos a la gente como nos gusta, como si vinieran a nuestra casa y, al mismo tiempo, es un espacio amable para trabajar al máximo nivel.

¿Cómo ha sido el proceso de asumir el éxito, el pasar de vuestro restaurante en un barrio a llegar a la cima de la excelencia?

Si te refieres a que si ha sido complicado, te puedo decir que no. El tiempo es el que te da la perspectiva y el por qué está en el origen. Nosotros seguimos en el mismo lugar en el que nacimos y

en el que crecimos, en el mismo lugar en el que aprendimos. Y cada día vamos a comer a la casa de nuestros padres, que es donde empezamos. Mantenernos fieles a los orígenes es lo que nos permite mantener los pies en la tierra y tomar distancia de ese éxito más pomposo. Al final el éxito es algo relativo. Sabemos que cada uno tiene su mejor restaurante del mundo y que el mejor cocinero del mundo es mi madre, como la madre de todos. Preferimos utilizar el reconocimiento para dar visibilidad a nuestra cultura, a nuestro equipo, a nuestros pequeños productores y proveedores, nuestro país, nuestro turismo...

¿Es necesario diversificar el negocio para cuadrar las cuentas en un restaurante como el Celler de Can Roca?

Para que la cuenta de explotación sea razonable hay que pensar en complementos



SENCILLA Y SOFISTICADA



La cocina a baja temperatura no es otra cosa que cocinar entre los 50 y los 100 grados. A partir de aquí, todo varía en función de cada alimento para potenciar al máximo sus propiedades. Dentro de esta técnica se puede optar por cuatro tipos de cocciones: en seco (horno), sumergiendo el producto directamente en líquido (agua, caldo, aceite...), al vapor y en envase, que puede estar, o no, al vacío.



Para convertirse en un profesional de esta técnica en casa, el cocinero Joan Roca se ha aliado con Cata Electrodomésticos, Lléué y Planeta para poner en marcha el proyecto Rocook (www.rocokook.com), en el que unen la sabiduría del chef, la tecnología de las firmas de electrodomésticos y utensilios de cocina y, como cuarto pilar, la divulgación que proporciona la editorial con un libro con 80 succulentas recetas cocinadas con mimo y sosiego a baja temperatura.

de negocio, indudablemente. El Celler de Can Roca, como tal, es rentable, pero muy poco rentable, así que hay que abrir el abanico de empresas para poder seguir alimentando nuestros sueños, que no son otros que nuestras ansias de ser creativos.

¿La inestabilidad política nacional afecta a las digestiones?

No. Por suerte la gastronomía de nuestro país está por encima de la política. Tenemos mucha tradición y buen producto lo que nos ha llevado a ser reconocidos en todo el mundo. Además, hemos sabido aprovechar la tradición como base para innovar.

¿Y el soberanismo da de comer o, por contra, quita el hambre?

Nosotros pensamos que el éxito de esta cocina lo que tiene que hacer es poner en valor y dar visibili-

dad a las maravillas que tiene este territorio, ya sean de Gerona, de Cataluña o de España.

En unos meses van a soplar las velas de su 30 aniversario estando en la cresta de la ola. ¿Qué deseo van a pedir?

Que sigamos como ahora. Para nosotros, lo mejor del futuro es alargar el presente. Estamos viviendo un momento tan maravilloso que ojalá lo podamos estirar, no tanto por el reconocimiento de las tres estrellas o el *número uno* mundial, sino por vivir con las mismas ganas, ilusión e intensidad.

¿La mejor receta siempre estará por llegar?

¡Claro! Ahora estamos trabajando en nuevos campos como la fermentación de legumbres, nuestros propios destilados... ¿qué haremos mañana? No lo sé, pero seguro que son cosas interesantes.

CARRERA HACIA LA CASA BLANCA

UN 'PRODUCTO'
LLAMADO
CANDIDATO

ESTADOS UNIDOS VIVE INMERSO YA EN EL PROCESO ELECTORAL DEL QUE SALDRÁ, EN NOVIEMBRE, SU PRÓXIMO PRESIDENTE. TODA UNA MARATÓN DEMOCRÁTICA QUE AVANZA MARCADA POR EL CONCEPTO 'MADE IN USA' DEL 'MARKETING' POLÍTICO. SURGIDO EN LOS AÑOS 50 DURANTE LA CAMPAÑA DE NIXON EN FORMA DE MENSAJE TELEVISIVO, BARACK OBAMA LO REVOLUCIONÓ POR COMPLETO EN 2008, GRACIAS A SU SABER HACER EN LAS REDES SOCIALES Y SU CAPACIDAD DE INTEGRARLAS A SU PERSONALIDAD COMO CANDIDATO. AHORA OTROS SIGUEN SUS PASOS, COMO LA TAMBIÉN DEMÓCRATA HILLARY CLINTON, MIENTRAS EL REPUBLICANO, DONALD TRUMP, APUESTA POR ROMPER MOLDES.

maricruz
sánchez
texto

Vender un producto es vender una idea, y eso implica encontrar la forma adecuada de transmitirla, de saber cómo, dónde, cuando y a quién comunicársela. En eso consiste el complejo arte de la mercadotecnia o el *marketing*, también el político, un aspecto clave a tener en cuenta para convertirse en el vencedor en las urnas. Esta técnica nació en Estados Unidos a principios de la década de los 50, al ser utilizada por primera vez por los republicanos en las elecciones de 1952, que ganó Dwight David Eisenhower, para extenderse después a otras partes del globo. Pero fue en 2008, momento en el que país eligió a su primer presidente afroamericano, cuando este concepto alcanzó su máxima eclosión. Barack Obama se impuso a sus contrincantes al encarnar una certera fórmula que aunaba esperanza y cambio, abandonando un ideario basado en los principios de igualdad. El inquilino de la casa Blanca convirtió entonces su persona en un *producto*, que se comercializó a través de libros, canciones, chapas y portadas de revistas, todo ello envuelto en el *glamour* propio de la alfombra roja de un evento televisivo. Esa estrategia le permitió auparse a la Presidencia de la nación y lo situó como el mejor ejemplo -no solo en suelo norteamericano sino a nivel internacional- de lo que internet, el correo electrónico y las redes sociales pueden hacer hoy para lograr la empatía con la gente y ganar adeptos. Una nueva forma de hacer política que llega a sectores de la sociedad antes casi inalcanzables y consolida el voto duro.

LA 'OBAMANÍA' Barack Hussein Obama, hijo de madre estadounidense y padre keniano, estudió en la Harvard Law School, en Chicago, y trabajó durante algunos años como organizador comunitario, situación que le hizo entrar en contacto directo con la gente más desprotegida y conocer sus necesidades. Miembro del Partido Demócrata, en 2004 se convirtió en senador por Illinois, el quinto afroamericano en la Historia de Estados Unidos en ocupar esta posición. Solo cuatro años después, siendo aún un relativo desconocido, se alzó como candidato a la Presidencia del país, al vencer a la también senadora Hillary Diane Rodham Clinton. Pero, ¿cómo fue posible una ascen-

EL INQUILINO
DE LA CASA
BLANCA NO
SOLO SE SUPO
VENDER COMO
LA IMAGEN DEL
CAMBIO, SINO
COMO LA
ESPERANZA
PARA MEJORAR
EL FUTURO



► EISENHOWER VS. STEVENSON

El republicano usó por primera vez en 1952 los medios de comunicación para adaptar los spots al tipo de público y acortó su duración a 10 segundos.



► NIXON VS. KENNEDY En los comicios de 1960, la principal aportación fue el debate televisivo, que se convirtió en el eje central de la campaña y la clave de la victoria del demócrata.



► JOHNSON VS. GOLDWATER En plena Guerra Fría, las elecciones de 1964 consolidaron el concepto de publicidad negativa gracias a un famoso anuncio televisivo: el 'Daisy Spot'.



> LAS CAMPAÑAS DEL CAMBIO

sión tan meteórica? En primer lugar, el político se dio a conocer por su magnífica retórica, que quedó reflejada en sus dos libros *Los sueños de mi padre* y *La audacia de la esperanza*. Al contar su historia y hablar de sus orígenes, sensibilizó a todo aquel que los leyó, haciendo sentir a la gente que ya lo conocían. En estos textos se supo vender no solo como el candidato del cambio, sino como un verdadero icono que representaba la esperanza de mejora y progreso para las nuevas generaciones de norteamericanos.

En segundo lugar, concibió su carrera hacia la Casa Blanca como una campaña hecha para y por las personas, creando las condiciones y la infraestructura necesarias para generar la motivación adecuada. Así, fue esencial conocer al electorado y a los votantes potenciales, entendiendo, además, su diversidad como una condición intrínseca a la propia sociedad estadounidense. Además, los jóvenes fueron un foco importante de atención, primero enganchándolos para registrarlos como electores y luego captando su confianza, para que deviniera en un voto activo. En ese punto, entró en juego la estrategia de Obama en internet, que se centró en su web (*BarackObama.com*); perfiles de Facebook, Twitter y MySpace (*MyBarack Obama*).

EL DESPLIEGUE TECNOLÓGICO DE OBAMA ELEVÓ SU CAMPAÑA A LA CATEGORÍA DE 2.0, LOGRANDO MILLONES DE ADEPTOS Y DE DÓLARES PARA FINANCIARSE

ma. Com); los canales de vídeo de You Tube y el propio Barack TV; el sitio *wap Obama Mobile*; *wikipedia*; y el blog *BarackObama.com*. Todo este despliegue tecnológico elevó su campaña a la recién estrenada categoría de *Política 2.0*, que logró millones de adeptos y, por extensión, de dólares para poder financiarse.

Así, el *ciberactivismo* se convirtió en una herramienta clave para vencer en Estados Unidos, sobre todo entre los jóvenes, con la creatividad y calidad como armas. Para conectar con este electorado, el demócrata movilizó a los artistas, líderes sociales por antonomasia en este sector de la población, que pusieron en marcha originales iniciativas que fueron difundidas a través del cine, la televisión, la música y cualquier medio que pudiera ser cercano a la juventud y sus códigos. Quizá el mejor ejemplo en este sentido fuera el vídeo convertido en himno *Yes we can*, canción compuesta por el rapero will.i.am de los Black Eyed Peas. Con propuestas como esta, Obama integró un movimiento en el que participaron actores y cantantes como Leonardo Di Caprio, Jennifer Aniston, Eva Longoria, Pearl Jam o Bruce Springsteen. Logró,



además, el aval de grandes personalidades políticas y del espectáculo, como la familia Kennedy, Oprah Winfrey, y el expresidente Jimmy Carter, entre otros.

Los expertos mantienen que todas estas modernas técnicas de marketing político fueron, sin lugar a dudas, la clave de la victoria del afroamericano, en una campaña cuya magnitud quedó evidenciada en sus desorbitantes cifras: 750 millones de dólares recaudados en poco menos de dos años, la mayoría ingresados en los últimos meses; 13 millones de correos electrónicos de personas interesadas en comunicarse directamente con el equipo Obama; cuatro millo-



nes de inscritos en el programa para recibir mensajes SMS del candidato; dos millones de webs creadas a través de *MyBarackObama.com*, una plataforma de participación *online*; y cinco millones de amigos en otras páginas de redes sociales en internet (como Facebook o Myspace).

En estas estrategias para vender ese *producto* llamado candidato, el papel de Michelle Obama fue determinante. La equidad de género y la cada vez mayor presencia de las mujeres en la vida política norteamericana fue el marco perfecto para que la abogada apoyara a su marido desde

► **NIXON VS. HUMPHERY** El republicano basó su campaña en 1968 en la interacción con los votantes, enfrentándose a preguntas de los ciudadanos de a pie: 'El hombre responde'.



► **CARTER VS. GERALD** En 1972, los debates televisivos volvieron a copar los comicios, pero más comedidos y centrados en la imagen de cada candidato y sus valores humanos.



► **BUSH VS. CLINTON** Las elecciones de 1992 se rindieron al carisma y la simpatía del demócrata, que fue el precursor de la macrocaptación de recursos económicos en campaña.



1. Captura de pantalla del canal de vídeo de YouTube de Obama en la campaña de 2008.
2. El afroamericano, en un mitin electoral antes de ser elegido presidente.
3. Portada de la revista 'Time', con Obama como personaje del año 2008.
4. El aspirante a candidato republicano, Donald Trump, con uno de sus gestos característicos.
5. La demócrata Hillary Clinton, sorprendida por el entusiasmo de sus seguidores tras un discurso.
6. Una simpatizante de Obama sujeta una pancarta con el famoso lema 'Yes we can!'.
7. Dos voluntarias en la sede del Partido Demócrata, durante la campaña de 2012 del afroamericano.
8. Michelle Obama supo ganarse la simpatía de los votantes en la carrera hacia la Casa Blanca de su marido con su espontaneidad.
9. Un seguidor de Trump, con el rostro del magnate tatuado.

proyecto político y a su propia personalidad como candidato. El demócrata las convirtió en las herramientas claves para la organización de activistas, algo que, unido a la disposición de una gran cantidad de recursos económicos, hicieron posible un despliegue de publicidad comercial de contenido y calidad. Así, aunque no fue el primero en la Historia del país en valerse de ellas, sí fue el que mejor ha sabido hacerlo hasta la fecha, precedente que los que siguen sus pasos hacia la Presidencia están tratando de llevar a su terreno.

Es el caso de la también demócrata Hillary Clinton, cuyo equipo divide su empeño entre la tecnología punta y el puerta a puerta, con la vista puesta en la victoria de las primarias. En las oficinas de la sede de su campaña, en Nueva York, se mezcla la intensidad de la redacción de un diario con la energía de una *startup*. La media de edad de los voluntarios ronda los 30 años, que se sientan con sus ordenadores en sofás o en el mismo suelo, dedicados día y noche a analizar datos en busca de votantes, seguir las redes sociales y responder a las crisis, organizar a los equipos desplegados en los estados y movilizar a segmentos demográficos claves para el triunfo. Se han aprendido bien los errores de 2008, cuando Clinton era la favorita para la nominación del Partido Demócrata, pero perdió ante un joven senador afroamericano. Por ello, la estrategia actual está clara: implementar y desarrollar el *marketing* político empleado por Obama para vencerla ese año y en 2012, y combinarlo con el que usó en 2008 la exprimera dama.

Pero no todos apuestan por copiar una fórmula que ya ha dado éxito. Los hay que rompen moldes, como el magnate Donald Trump. Desde que el pasado junio anunció su candidatura a la Presidencia por el Partido Republicano, su descripción de los inmigrantes mexicanos como «violadores» y su negativa a rechazar el apoyo del Ku Klux Klan, han envuelto su éxito en todo un misterio del *marketing* político. Al principio, la prensa lo trataba como entretenimiento, un estúpido fanfarrón que nunca llegaría a convertirse en un serio aspirante a la Casa Blanca. Pero, con el paso del tiempo, el *fenómeno Trump* se está convirtiendo en algo tan complejo que los politólogos ya lo están analizando.

Es muy simplista decir que sus votantes son solo hombres blancos de clase obrera que han perdido sus empleos. Los sondeos indican que su electorado es mucho más amplio. Ha convencido a una gran parte de los cristianos evangelistas, mujeres, conservadores, moderados y gente con carrera ¿Cómo se explica eso? En noviembre se verá si esta revolución queda en nada o es un nuevo hito en la historia de las campañas estadounidenses.

Finalmente, el demócrata fue muy cuidadoso al elaborar sus promesas, al no basar sus mensajes en el nombre de la opresión. Buscó el trato igualitario, en pro de la paz y la esperanza, al dirigirse a los estadounidenses afroamericanos, latinos e inmigrantes, y con ello cerró las puertas a la discriminación.

REPETIR EL ÉXITO El secreto del éxito de Obama en la carrera hacia la Casa Blanca no se debió al uso de las nuevas tecnologías en sí mismas, sino a su capacidad para integrarlas al



su posición, no solo de cónyuge, sino de compañera. A ello se sumó la capacidad de adaptación del afroamericano hacia un electorado bipartidista, en atención al cual tuvo que hacer modificaciones a su discurso, lograr calar en las filas republicanas y conquistar estados sin los cuales no hubiese podido alcanzar su objetivo. De igual forma, al recurrir al *merchandising*, asoció imágenes a él y a sus proyectos. En esta línea, su logo de campaña estuvo basado en la O de Obama, al cual se le dieron connotaciones de otro tipo: por su semejanza con un sol al amanecer, al que se agregó un mar de franjas rojas (de la bandera norteamericana), se aducía a la idea de un nuevo comienzo.

CINE

LEONARDO DICAPRIO, EL CHICO DE ORO

ES EL ACTOR DE MODA TRAS HABERSE LLEVADO UN MÁS QUE MERECIDO OSCAR POR 'EL RENACIDO'. AHORA TIENE LA AGENDA LLENA DE PROYECTOS, PERO ÉL ES FIEL A ALGO QUE LE ATRAE MÁS QUE EL CINE Y LAS MUJERES, QUE YA ES DECIR: LA ECOLOGÍA. POR ESO, LEONARDO

juana
samanes
texto

agencias
fotos

WILHELM
DICAPRIO
PREPARA UN
DOCUMENTAL
POR DIVERSOS
PAÍSES PARA
INTENTAR

CONCIENCIAR A LA POBLACIÓN Y A LOS LÍDERES MUNDIALES DE LA NECESIDAD DE PRESERVAR EL PLANETA DEL INEXORABLE CAMBIO CLIMÁTICO. DE MOMENTO, SOLO SE PUEDE DISFRUTAR DE SU FILMOGRAFÍA, CON UNA CARRERA MÁS QUE ASENTADA EN HOLLYWOOD.

EL CAMINO HACIA EL OSCAR



CRITTERS 3 (1991)

Fue su primera película y dio vida a Josh, uno de los chavales que tuvo que sufrir las mordeduras de unos simpáticos bichitos peludos y dentones.



¿A QUIÉN AMA GILBERT...? (1993)

Por tener una enfermedad mental en el filme *¿A quién ama Gilbert Grape?* fue nominado al Oscar. Johnny Depp le hizo la vida imposible en el rodaje.



TITANIC (1997)

Su Jack Dawson y esta mítica escena cautivaron a millones de fans en una cinta que logró 11 Oscar y una de las mayores recaudaciones de la Historia.



EL HOMBRE DE LA... (1998)

En su doble papel en *El hombre de la máscara de hierro* logró el Premio Razzie -los antiOscar- a la peor pareja de actores. El filme pinchó...



INFILTRADOS (2006)

En el multipremiado filme de su amigo Martin Scorsese pudo dar la réplica a uno de los grandes monstruos del séptimo arte: Jack Nicholson.



J. EDGAR (2011)

Primer largometraje con Clint Eastwood, Leo dio vida al polémico J. Edgar Hoover, primer director del FBI y... *guardián de la moralidad* en EEUU.



DJANGO DESENCADENADO (12)

Asegura DiCaprio que el malvado Calvin J. Candie fue su personaje más odiado, sentía auténtica repugnancia por él en la cinta de Quentin Tarantino.



EL LOBO DE WALL ST. (2013)

Papel soberbio el que interpreta en un filme que algunos compararon con *Calígula*. Su Jordan Belfort parece excesivo... y convincente.



EL RENACIDO (2015)

Su personaje de padre atormentado y con deseos de venganza le han supuesto su primer Oscar después de cinco intentonas fallidas.

La resistencia a concederle el Oscar a mejor actor principal, hasta que este año lo ha logrado con *El renacido*, de Alejandro González Iñárritu, ha hecho correr ríos de tinta sobre que la mala suerte perseguía a Leonardo DiCaprio (cinco veces nominado a los premios de la Academia de las Ciencias y la Artes cinematográficas de Hollywood). Nada más lejos de la realidad porque, desde sus inicios en el cine en un papel relevante (allá por el año 1993 en *Vida de este chico*), todo ha sonreído a este intérprete de rostro aniñado, de ascendencia italiana y alemana, y que siempre ha demostrado tener un olfato especial para elegir buenos proyectos y trabajar con excelentes directores.

Nacido en California, en el año 1974, el motivo de su nombre parece también cinematográfico. Di-

cen que su madre lo eligió porque, cuando estaba embarazada, sintió una patada en su vientre cuando contemplaba un cuadro del famoso pintor Leonardo Da Vinci, mientras recorría la impresionante Galería Uffizi, de Florencia. Sea cierto o no, desde que tenía cuatro años, y debido a su agradable físico, sus progenitores lo llevaron a *castings*. En sus biografías siempre se cita que su primer trabajo fue en un anuncio publicitario de una conocida marca de leche, al que siguieron papeletos pequeños en series televisivas como *Roseanne*, *Santa Bárbara* o *Los problemas crecen*.

Muy carismático, Leonardo cuenta con legiones de fans en todo el mundo de todos los estratos sociales. Lo explicaba con mucha gracia, hace unas décadas, la gran Meryl Streep, quien afirmaba que sus hijas jamás habían demostrado ningún interés por su carrera ni por sus películas hasta que rodó

LA GRAN VIRTUD DEL RUBIO ACTOR ES SU ENORME VERSATILIDAD PARA SER CAPAZ DE DAR VIDA TANTO A HÉROES COMO A VILLANOS

con el rubio actor *La habitación de Marvin*, con un personaje que le llegó a DiCaprio tras convertirse en el ídolo de las jovencitas gracias a su elección como Romeo en el largometraje sobre el clásico de Shakespeare dirigido por el siempre visual Baz Luhrmann. Seguramente, este papel fue decisivo en su elección como el romántico Jack Dawson en *Titanic*, de James Cameron, una de las películas más taquilleras de la Historia del cine donde trabó una excelente amistad con su pareja en la pantalla, la británica Kate Winslet, con la que coincidiría años más tarde en el amargo drama conyugal *Revolutionary Road*, dirigido por el entonces esposo de la actriz, Sam Mendes.

Pero lejos de querer convertirse en uno de los galanes del siglo XXI, DiCaprio siempre ha apostado por aprovechar su versatilidad buscando nuevos retos, y colaborando con diferentes cineastas.

No obstante, su mejor *encontronazo* profesional fue convertirse en el actor favorito (fetiche) de Martin Scorsese, con quien ha rodado hasta el momento *Gangs of New York*, *El aviador*, *Infiltrados*, *Sutter Island* y *El lobo de Wall Street*. Por cierto, que, en esta última película, la joven actriz Margot Robbie, que pudo haber sido la culpable del multimillonario divorcio del actor y director Ben Affleck, pegó un bofetón a DiCaprio en el transcurso de la audición debido a sus nervios. Lejos de enfadarse, Leo quedó impresionado y fue elegida para encarnar a Naomi Lapaglia, la segunda esposa del bróker Jordan Belfort, protagonista del filme.

Pero la carrera de Leonardo no se ha limitado a trabajar con su buen amigo Scorsese. También ha colaborado en otros proyectos interesantes con grandes cineastas como en la película de denuncia *Diamantes de sangre*, dirigida por Edward Zwick, donde encarnaba a un exmercenario de Ridley Scott, le brindó la oportunidad de interpretar a Roger Ferris, un agente de la CIA destinado en países musulmanes cuyo objetivo consistía en destapar células terroristas; en *Origen*, de Christopher Nolan, se convertía en un ladrón especializado en robar secretos y claves de las mentes de sus víctimas mientras éstas dormían y, por fin, en *Django desencadenado*, de Quentin Tarantino, hacía de *mallo-malísimo* al encarnar a un hombre racista y proxeneta. Tan escandalizado de su personaje estaba el californiano que no se resistió a declarar: «Ha sido un personaje terrible de interpretar. Cuando Tarantino me lo ofreció, dudé si hacerlo, porque no hay nada en el papel que me provocara simpatía. Ha sido, sin lugar a dudas, el trabajo más difícil de toda mi carrera. Odiaba a Candie porque no había nada en él con lo que pudiera identificarme. Es uno de los personajes más narcisistas y racistas que he leído en toda mi vida».

No obstante, y diga lo que diga, lo mismo si ha sido en la gran pantalla héroe o villano, este actor de mirada limpia siempre ha tenido miles de defensores que llegaron a crear la plataforma *Oscar for Leo*, a la que se sumaron admiradores de todo el mundo, para que le otorgaran la estatuilla tantas veces cercana. Lo nunca visto en la meca del cine. Pero él es especial, es DiCaprio...

Gran seductor, no parece muy constante en sus relaciones amorosas porque ha tenido muchas desde mitades de los años 90, la mayor parte de ellas con hermosas mujeres, entre las que las preferidas han sido las modelos. Se podría citar una larga lista pero aquellas con las que el galán estuvo más tiempo fueron: Kristen Zang, Gisele Bündchen, Bar Rafaeli, Toni Garrn y la última, Kelly Rohrbach. Con ellas puede divertirse sin problemas y darse todo tipo de lujos puesto que se calcula que este *chico de oro* cuenta con un envidiable patrimonio de 215 millones de dólares y, actualmente, es el actor mejor pagado del mundo, según la revista *People with money*.

CORAZÓN 'VERDE' Convencido ecologista -y vegetariano, lo pasó muy mal comiendo carne cruda en *El renacido*-, aprovechó la recogida del Oscar de este año para insistir en sus ideas, es decir, en la necesidad de concienciarse sobre el cambio climático: «Se trata de la crisis más importante que ha conocido nuestra civilización. Me siento abrumado y halagado por haber ganado el Oscar, pero siento que existe un reloj (...). Es una urgencia tomar medidas para solucionar este tema. Con las elecciones cerca pienso que se debe votar a líderes que se preocupen por el futuro de

EN SU DISCURSO TRAS RECIBIR EL OSCAR, ARREMETIÓ CON DUREZA, SIN CITARLE, CONTRA EL RICO DONALD TRUMP

MUY PERSONAL



MUJERIEGO

Puede que Leonardo DiCaprio tenga algo que ver con uno de los personajes a los que dio vida, Jay Gatsby. Las fiestas no dejan de sucederse en su vida. Poco antes de que le dieran el Oscar, pudo vérselo con tres espectaculares mujeres saliendo de una discoteca de Londres rumbo a su hotel. Acababa de romper con su última conquista, Kelly Rohrbach. Días antes, cerró una playa para él solo y decenas de bellas féminas de bikini. En las instantáneas se le veía pensativo, ausente. La fama y sentirse deseado allá donde fuera le han hecho romper compromisos con Gisele Bündchen, Bar Rafaeli (foto) y la citada. ¿Se sentirá quizás solo? Su madre quiere que asiente la cabeza...

ECOLOGISTA

No hay más que meterse en internet y seguirle para ver que DiCaprio es un *cruzado* del Medio Ambiente. De hecho, asistió a la cumbre sobre cambio climático de las Naciones Unidas en 2014. En esa cita un periodista de la revista *Time* lo apodó «aburrido» debido a la habilidad del actor para decir de corrido los nombres de 20 especies en peligro de extinción. Es una obsesión para este californiano, que no deja de enviar mensajes en pro de la ecología en su *site*. Más de un 80 por ciento de los contenidos que allí se suben hablan sobre este problema, y su fundación ha sufragado todo tipo de campañas desde hace años, invirtiendo en ellas decenas de millones de dólares.



DEPORTISTA

Aunque de vez en cuando se deja ir y le podemos ver con una barriga cervecera o fumando cigarrillos electrónicos, normalmente, Leo se cuida. Le encanta pasear en bicicleta siempre que puede, aunque es más fiel como espectador del equipo de sus amores, Los Angeles Lakers, de la NBA. Siempre está en primera fila, le ha tomado el relevo a otro gran actor, Jack Nicholson. Es fiel devoto de Kobe Bryant, por lo que le echará de menos cuando se retire dentro de unas semanas. También es fan de la selección brasileña de fútbol, en especial de Neymar. Para el Mundial de 2014 le pidió a un jeque que le dejara un yate para alojarse cerca de las ciudades donde jugaba la *canarinha*.

COLECCIONISTA

A diferencia de otras estrellas de Hollywood, que atesoran relojes, coches deportivos o cualquier capricho, Leonardo DiCaprio es el *capo* del coleccionismo de arte. Así, la revista *Artnews* le eligió recientemente como uno de los 200 principales coleccionistas de arte contemporáneo del mundo. Empezó con dibujos de Basquiat (el de la foto se llama *Untitled*) y, desde hace unos años, enriquece su galería -jamás vista por los medios- con *picassos* o *murakamis*. No es difícil verle en la Feria de Basilea, la más importante del mundo, buscando *presas*... En una entrevista reconoció que ya de niño le dio por guardar fósiles, cromos de béisbol y cómics.



esta civilización y del mundo tal y como lo conocemos». Tiembla Donald Trump porque el *dardo* iba directamente contra el excéntrico multimillonario político. De momento, no se ha atrevido a contestarle al *rubio de oro*, posiblemente consciente de que tiene todas las de perder ante una persona que en internet arrasa, ya que cualquier cosa que diga o haga se hace viral en segundos. Hace poco salió una foto de él con sus padres de niño y el detalle de la axila de su progenitora fue viral...

Con tan solo 41 otoños, el futuro se presenta brillante para esta estrella, que confiesa que adora su trabajo: «Lo mejor de actuar consiste en que me evado de mí mismo para convertirme en otro y

que, además, me pagan por ello. Es algo genial. Al menos para mí, que nunca estoy seguro de quién soy. Parece que así puedo cambiar cada día».

Con los años ese amor a su profesión le ha hecho situarse no solo delante de la cámara sino involucrarse como productor en proyectos en los que cree. Así, actualmente rueda en Groenlandia, China y la India un documental sobre el cambio climático, en el que también será el narrador.

A día de hoy tiene varios posibles trabajos encima de la mesa. Puede que le veamos como el rey Harald III de Noruega, el presidente de EEUU Woodrow Wilson... Es una lástima que no quisiera ser Anakyn Skywalker en el Episodio II de *Star Wars*.

Para tu financiación



Préstamo **Nómina**

5'95¹

TIN
TAE
DESDE 7,88%²

- ▶ Hasta 30.000 €
- ▶ Hasta 5 años
- ▶ Sin gastos de estudio
- ▶ Comisión de apertura: 1%

Y además con **Tenemos un Plan** disfruta de las ventajas del **Plan Cero**, **Plan Descuentos** y **Plan Para Mi**

 bancopopular.es
 [@PopularResponde](https://twitter.com/PopularResponde)

Popular

Empresa colaboradora


¹ 5,95% tipo de interés nominal aplicable a clientes que domicilien la nómina y contraten el seguro Protección de Pagos.
² TAE mínima para operaciones de 30.000 € a 5 años, importe total adeudado 35.919,46 €, cuota 579,29 €. TAE máxima 11,35% para operaciones de 3.000 € a 1 año, importe total adeudado 3.173,85 €, cuota 258,13 €. TAEs calculadas con seguro de Protección de Pagos: para préstamos de 5 años de plazo prima única de 862,25 € para un importe de 30.000 €, para préstamos de 1 año de plazo prima única de 46,29 € para un importe de 3.000 €. Protección de Pagos: Compañía Aseguradora: Allianz Cía. de Seguros y Reaseguros. Mediador Popular de Mediación, S.A., operador de banca seguros vinculado. Inscrito en el Registro de la D.G.S.F.P. con clave OV-0005.
La concesión del riesgo estará sujeta a los habituales análisis de riesgo de la entidad. Condiciones de financiación ofrecidas por Banco Popular Español.



VUELVE LA VACUNA DE LA VARICELA

carmen
ansótegi
texto

TRAS UN PERÍODO DE DESABASTECIMIENTO, EL GOBIERNO DECIDIÓ EL PASADO MES DE ENERO INCLUIR DE NUEVO ESTE MÉTODO PREVENTIVO EN EL CALENDARIO VACUNAL INFANTIL. AHORA, ESTÁ EN LA MANO DE CADA REGIÓN IR APLICANDO ESTA MEDIDA QUE, EN SU DÍA, LOGRÓ MINIMIZAR LOS CASOS DE LA ALTERACIÓN Y NORMALIZAR LAS DOSIS QUE HAN RECIBIDO LOS NIÑOS MIENTRAS EL PRODUCTO HA ESTADO FUERA DEL MERCADO HABITUAL.

La varicela es una enfermedad altamente contagiosa causada por el virus varicela-zóster. Se caracteriza por la presencia de fiebre y de una erupción vesicular en forma de manchas y ampollas que producen picor. Antes de la aparición del sarpullido, es habitual, además, tener fiebre, dolor de cabeza o de estómago. El diagnóstico es sencillo y se puede realizar a simple vista observando las pequeñas ampollas que proliferan sobre manchas rojas en la piel y que, en poco tiempo, se transforman en costras. Primero salen en la cara, el tronco o el cuero cabelludo y, rápidamente, se van extendiendo. En la mayor parte de los casos, las lesiones no dejan cicatrices, aunque sí podría quedar marca si se infectan con bacterias a causa del rascado.

Esta alteración se contrae fácilmente por contacto con los líquidos que contienen las bolsitas que aparecen en la piel o a través de la tos o el estornudo de una persona que tiene el virus, incluso cuando se padece la enfermedad de forma leve. El tiem-

po en que una persona afectada puede contagiar se extiende desde uno o dos días antes de que aparezcan las marcas hasta que se forman las postillas.

Generalmente, el virus se contrae antes de los 10 años. De hecho, siempre se ha considerado una de las enfermedades clásicas de la niñez. Según investigaciones realizadas por el Instituto Carlos III, en España se registraban más de 200.000 casos al año antes de la comercialización de las vacunas, pero desde la llegada de la misma, se logró prevenirla de forma generalizada y se volvió menos común.

Sin embargo, las idas y venidas en las indicaciones de la vacuna contra la varicela han hecho que hayan aumentado el número de casos. En marzo de 2013, la Agencia Española del Medicamento y Productos Sanitarios limitó su utilización al ámbito hospitalario para grupos de riesgo. Esta decisión hizo que quedase fuera del calendario de vacunación y que no se pudiese adquirir en farmacias.

No tardaron en alzarse las voces en contra de esta medida por el riesgo que supone exponer a esta enfermedad a la población infantil e, indirectamente, a la adulta, porque aunque la varicela es un virus benigno, puede llegar a presentar complicaciones e incluso ocasionar la muerte. La preocupación de la comunidad científica y de los padres fue en aumento cuando se constató que la retirada de la misma supuso un aumento de casos del 16,5 por ciento.

Ante la imposibilidad de acceder a la inyección preventiva, hubo padres que se trasladaron a otras comunidades y países cercanos como Andorra o Portugal para conseguirla. Otros llegaron incluso a comprarla a través de internet. En todo momento, los profesionales médicos se opusieron estos canales alternativos y alertaron de la peligrosidad de estas prácticas. Por un lado, advirtieron que si el producto no conservaba la cadena de frío podría no ser efectiva y, por otro, que adquirir cualquier medicamento en la red, puede resultar peligroso.

«Ningún fármaco debería adquirirse fuera de los canales normales y oficiales de distribución y comercialización, ya que dejamos de contar con las garantías necesarias de seguimiento y control del mismo y asumimos riesgos innecesarios», explica Federico Martínón, pediatra e investigador del Hospital Clínico Universitario de Santiago.

ACCESO Y FINANCIACIÓN En julio de 2015, el Ministerio de Sanidad decidió no solo que la vacuna regresase a las oficinas de farmacia sino que, además, la incluyó en el calendario vacunal infantil recuperando la indicación para los más pequeños. Gracias a esta medida, todos los niños recibirán una primera dosis al cumplir los 12 o los 15 meses y se les aplicará una segunda inyección entre los tres y los cuatro años. Para todos ellos estará financiada, de manera que no pagarán por ella. Tampoco tendrán que hacerlo los niños de 12 años que no hayan sido previamente inoculados y no hayan pasado la enfermedad.

Esta nueva pauta entró en vigor en enero de este

año y, desde entonces y de forma progresiva, las regiones irán incorporando diferentes modificaciones. La Comunidad de Madrid, Andalucía, La Rioja y el País Vasco ya están vacunando y se espera que el resto de autonomías comiencen a hacerlo en abril.

Además, hay regiones que ofrecerán programas de recaptación para rescatar a los niños que se han quedado sin vacunar durante los años en los que este método preventivo ha estado fuera del canal far-

macia. Así ha sucedido en Madrid, que desde diciembre está vacunando con dos dosis a los niños nacidos entre octubre de 2012 y agosto de 2014.

Fernando Malmierca, vicepresidente de la

Asociación Española de Pediatría (AEP), celebra este tipo de iniciativas conocidas como *catch up*. Para él, es «importante» rescatar a los pequeños cuando cumplan los dos años y que cuando hagan uno más se les ponga una segunda inyección, ya que así, «tendríamos a todos los menores de tres años vacunados».

Aquellos pequeños que cumplan con los requisitos de la indicación, recibirán la dosis correspondiente en su centro de salud y, si no lo hacen, los padres podrán adquirir la vacuna en la farmacia por 45,38 euros cada dosis, para que el pediatra pueda vacunar al niño en la consulta, ya que desde febrero está disponible en las boticas bajo prescripción médica permitiendo que todos aquellos niños que no han podido vacunarse frente a esta enfermedad vírica prevenible, puedan acceder a la vacuna de nuevo.

SEGURO Y EFICAZ Las altas coberturas registradas en la Comunidad de Navarra y la reducción del número de casos en esta región, indican que la vacuna de la varicela es altamente eficaz. A día de hoy, los estudios concluyen que la varicela es una enfermedad prevenible mediante

vacunación con una eficacia cercana al 100 por 100. En nuestro país, su efectividad ha sido testada en Navarra, donde las altas coberturas de vacunación han conseguido reducir de forma considerable la propagación del virus.

En este territorio foral cuentan con un programa de vacunación universal con dos dosis que ha demostrado una rápida reducción de la incidencia de casos de varicela de cualquier gravedad mostrando así una efectividad de más del 98 por ciento. Tanto es así que mientras aquí se registraban 28 casos por 100.000 habitantes, la media en el resto de España ascendía a los 315 contagios.

María Garcés-Sánchez, pediatra y miembro del Centro Superior de Investigación en Salud Pública de Valencia, hace hincapié en que «habitualmente la varicela es un virus benigno», pero admite que «a veces se complica». Se sabe que el riesgo aumenta conforme a la edad, pero también es cierto que las dificultades que pueda presentar, las hospi-

talizaciones y muertes por causas derivadas de la varicela son más frecuentes en niños sanos, según informan desde Sanofi Pasteur MSD, uno de los laboratorios que desarrolla la vacuna.

No es de extrañar, por tanto, que pediatras como Martínón, también investigador clínico del Hospital Clínico Universitario de Santiago, reconozcan que la introducción de la vacuna de la varicela en el calendario común supone «un problema menos para la salud de nuestros niños y de la población española». Y es que insiste en que este método preventivo contra la varicela «funciona».

Así mantiene que «en España, antes de que la vacuna de la varicela fuera retirada del canal de farmacias, mantenía unas coberturas muy altas de vacunación, convirtiéndose en uno de los países con estos índices más elevados. La evidencia científica y la experiencia han demostrado que las altas coberturas en niños, disminuyen drásticamente la morbi-mortalidad asociada a la varicela, reduciendo la circulación del virus».

Y no ha quedado solo demostrado que es altamente eficaz sino que también se ha confirmado que es una herramienta segura. La experiencia ha puesto de relieve que apenas produce efectos secundarios y cuando se dan son muy leves. Tan solo en ocasiones produce algún pico de fiebre a los 10 días de la inyección o enrojece la zona del pinchazo.

CONFUSIÓN A pesar de la visibilidad que han adquirido ciertos movimientos antivacunas, la amplia mayoría de la ciudadanía es consciente de que es preventivo de la varicela es beneficioso. Así se extrae de una encuesta realizada por la comunidad bloguera Madresfera, que revela que hasta un 64 por ciento de los padres afirma que la retirada les supuso una «frustración» al no poder prevenir una patología que puede acarrear consecuencias graves.

Tanto es así que, el 41 por ciento de las familias entrevistadas aseguraba que cuando se retiró la vacuna del mercado la buscó en hospitales privados, el 27 por ciento viajaron a farmacias de otras comunidades autónomas, casi el 10 por ciento se trasladó a otros países como Portugal y entorno al siete la adquirió por internet.

A día de hoy, muchos padres siguen preocupados por no haber podido poner a sus hijos la segunda dosis, pero los expertos lanzan un mensaje de calma porque con solo una primera inyección el niño ya se encuentra protegido hasta en un 80 por ciento y, en caso de contagio, desarrollaría los síntomas de forma más leve.

En este sentido, Garcés-Sánchez recuerda que «una dosis puesta es una dosis válida», aunque explica que para conseguir una mayor eficacia, deberían ponerle ahora la segunda inyección.

El problema ahora es que con las modificaciones en la indicación hasta el 45 por ciento de los padres reconoce no saber si su hijo está correctamente vacunado. Sus cuestiones tienen que ver con el acceso a la vacuna, cuándo y cómo poner la inyección y en qué casos está financiada en cada comunidad. Ante cualquier duda lo recomendable es consultar al pediatra, especialmente si se compró la vacuna fuera de los canales oficiales.



MUCHOS PADRES COMPRARON LAS INYECCIONES EN OTROS PAÍSES E INCLUSO EN INTERNET AL NO ESTAR EN LA FARMACIA

HABITUALMENTE ESTE ES UN VIRUS BENIGNO, PERO EN CIERTAS OCASIONES PUEDE ACARREAR COMPLICACIONES



> CAPRICHOS 'GOURMET'

ESTILO CON AROMA A 'WHISKY'



La primera colección de gafas de madera realizadas con barrica de whisky lleva la firma de Glenmorangie y Finlay & Co. La destilería establece así una colaboración pionera con la conocida marca británica, en homenaje a las barricas de roble que han hecho de Glenmorangie el whisky más complejo del mundo. El acabado natural de la veta de la madera permite que cada par -diseñado y fabricado a mano, numerado y con la posibilidad de personalizarse grabando un nombre-, sea único.

UNA APUESTA POR LA FUSIÓN

Fieles a su empeño por ensalzar el mundo de los aceites de alta gama, Castillo de Canena vuelve a innovar con el lanzamiento de un producto único: *Arbequina & Co.* Una colección exclusiva de sus mejores variedades de arbequina, fusionados con esencias de frutas, plantas y flores. Elaborados con ingredientes 100 % naturales, son ideales para preparar cócteles y potenciar el sabor de quesos, aperitivos y postres.



Comer mejor para vivir mejor. Esta es la máxima en la que se inspira la última tendencia nutritiva: los súper alimentos. Productos específicamente indicados para llevar un estilo de vida saludable - gracias a las múltiples propiedades beneficiosas que aportan al organismo-, que se han convertido en los protagonistas indiscutibles de las cocinas y recetarios de medio mundo. En ellos reside la clave para que nuestro cuerpo funcione de la mejor manera posible.

El berro ayuda a prevenir la osteoporosis, el cáncer y el alzheimer. El cacao es el un potente antidepresivo y estimulante, reduce los riesgos de problemas cardiovasculares y facilita la pérdida de peso. Las semillas de lino pueden aliviar los síntomas asociados a la menopausia. Estos son solo algunos de los secretos que ahora desvela en sus páginas *Súper Alimentos* (Lunwerg), una obra que acerca al lector a la terminología que rodea este tipo de productos y sus propiedades, así como dónde encontrar las sustancias más beneficiosas y las principales fuentes de vitaminas que residen en ellos. Además, este texto incluye 64 deliciosas recetas de desayunos, ensaladas, sopas, tentempiés, verduras, platos, bollos y postres que cuentan con estos *elixires* de vida como base.

Hay estudios científicos serios que muestran que ciertos productos contienen un índice elevado de principios activos que favorecen la buena salud y protegen al organismo de enfermedades. Sin embargo, es difícil encontrar una norma generalizada para definir qué es un súper alimento. Y es que, aunque se han propuesto varios sistemas de evaluación en todo el mundo para clasificarlos (según su densidad nutricional), el problema reside en que algunos de estos modelos carecen de coherencia, al no contemplar otros factores importantes como la presencia de sustancias fitoquímicas, que parecen tener la capacidad de proteger al cuerpo de ciertas patologías.

Teniendo en cuenta todos estos aspectos, el volumen recoge, a modo de prólogo, una lista de productos *superpotentes* que contienen un nivel excepcionalmente elevado de vitaminas,



**SÚPER
ALIMENTOS**
EL SECRETO
DE LA VIDA

SON VERDADERAS JOYAS PARA LA SALUD Y ESTÁN AL ALCANCE DE LA MANO. PORQUE ALIMENTARSE ES MUCHO MÁS QUE COMER Y HAY CIERTOS PRODUCTOS QUE ENCIERRAN UN EXTRA DE BENEFICIOS. CONOCERLOS E INCLUIRLOS EN LA DIETA PUEDE SER LA CLAVE DE UNA VIDA SANA

agentes fitoquímicos y otros nutrientes estrechamente vinculados a la salud y la reducción de los riesgos de enfermedades crónicas. Para elaborarla, se ha tenido en cuenta las recomendaciones dictadas al respecto por la European Journal of Clinical Nutrition.

VUELTA A LO NATURAL Carla Zaplana, especialista en Nutrición y Dietética de la Universidad Ramón Llull de Barcelona, lo tiene claro: «Siempre digo que el cuerpo puede ser como un coche ¿De qué nos sirve un Ferrari con asientos de cuero y la mejor gasolina del mundo si no tenemos una llave para encender el motor? Las vitaminas, minerales, enzimas digestivas y otros micronutrientes de algunos alimentos son la clave para que el organismo humano funcione como debe».

Esa es la tesis que defiende en su obra *Superfoods* (Planeta) esta coach de salud, afirmando que el avance de la alimentación sana es «una tendencia gastronómica imparable y global». «Es algo que se ve en las calles, en los comercios que venden productos ecológicos, en los restaurantes que ofrecen opciones vegetales y veganas e, incluso, en las conversaciones de la gente».

Así, para Zaplana basta con potenciar el consumo de determinadas frutas y verduras, pescados, carnes (en pequeñas cantidades), semillas, frutos secos, legumbres y cereales no refinados, en una vuelta a la cocina mediterránea tradicional de los países del sur de Europa.

En contrapartida, esta experta rechaza de pleno los productos demasiado procesados, así como el abuso de los lácteos que, a su juicio, «son muy acidificantes y provocan muchos problemas de respiración, en las articulaciones y alteran el sistema hormonal». De igual forma, alerta contra los azúcares refinados: «se trata de una sustancia súper adictiva que, además de sobrepeso y obesidad infantil, puede crear una dependencia superior a la de la cocaína».

Finalmente, recuerda que existen otros aspectos que también contribuyen a alimentarse de una manera sana, como es compartir la mesa: «comer con alguien también te nutre».

DISEÑO EN LA DESPENSA

El jamón de bellota 100 % ibérico de Señorío de Montanera es un tesoro gastronómico que despierta todos los sentidos, por su suave textura, sabor y aroma. Pero ahora, gracias a este *pack* de edición limitada, también será una obra de arte en la despensa. Además del producto, finamente loncheado y envasado al vacío, incluye un plato diseñado y hecho a mano por Andrea Zarraluqui, capaz de llevar a la mesa toda la esencia de la dehesa extremeña.



FRUTA FRESCA TODO EL AÑO

La Chinata presenta su nueva línea de mermeladas, que se añaden a las ya existentes de hortalizas, para disfrutar de la mejor fruta fresca de temporada durante todo el año. La gama la componen ocho originales sabores: naranja con chocolate; fresa con pimienta rosa; albaricoque con lima; pera con especias; y manzana con canela. Una oferta variada que puede usarse como ingrediente en repostería o para dar un toque especial a salsas y guarniciones.



LA LISTA DE LA COMPRA



FRUTAS

- ARÁNDANO NORMAL Y ROJO
- MORA
- FRESA
- FRAMBUESA
- POMELO ROSA Y ROJO
- LIMÓN
- LIMA
- NARANJA
- CEREZA SILVESTRE
- CIRUELA SILVESTRE
- SAÚCO NEGRO
- BAYAS DE ARONIA
- TOMATE
- BAYAS DE GOJI
- ASAÍ

VERDURAS

- HOJAS DE MOSTAZA
- HOJAS DE NABO
- HOJAS DE COL VERDE
- HOJAS DE REMOLACHA
- BERRO
- COL RIZADA
- ACELGA
- BOK CHOY
- COL
- ESPINACA
- ENDIBIA
- RÚCULA
- LECHUGA ROMANA
- RÁBANO
- NABO
- CORAZÓN DE ALCACHOFA
- ZANAHORIA
- CALABAZA BELLOTA
- PIMIENTO ROJO, AMARILLO Y NARANJA
- COLIFLOR
- COLINABO

OTROS

- SEMILLAS DE LINO
- NUECES PACANAS
- CASTAÑAS
- AVELLANAS
- SEMILLAS DE SÉSAMO
- SEMILLAS DE GIRASOL
- CACAHUETES
- SEMILLAS DE CHÍA
- FRIJOLES
- ALUBIAS
- LENTEJAS
- TOFU
- SOJA
- HABA
- EDAMAME
- POLVO DE MACA
- CACAO
- CABALLA
- SALMÓN
- ALGAS
- ALBAHACA
- CILANTRO

>LIBROS

DÚO DE CHEFS

Para los hermanos Javier y Sergio Torres, del restaurante barcelonés con una estrella Michelin Dos Cielos, cocinar es un placer. Y así lo quieren transmitir en *Torres en la cocina* (Plaza & Janés), un recetario plagado de elaboraciones propias de una alimentación sana, ideales para socializar con amigos y familia, y que cuenta con el producto como hilo conductor. Todo ello aderezado con trucos para simplificar el trabajo y el toque personal de su cocina *a cuatro manos*.



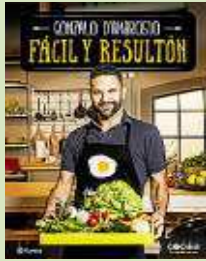
SIN AZÚCAR

¿Es posible disfrutar comiendo un *brownie* o un *cheesecake* y nutrirse adecuadamente al mismo tiempo? Auxe Ordóñez demuestra en *Postres saludables* (Libros Cúpula) que los dulces pueden ser un placer tan irresistible como sano. Basta con conocer mejor qué ingredientes utilizar y cómo hacerlo, para obtener un resultado *100% libre de culpa*. La clave: sustituir el azúcar y los alimentos procesados por alternativas naturales, como la estevia o el puré de manzana.



GARANTÍA DE ÉXITO

Gonzalo D'Ambrosio, uno de los chefs más conocidos de Canal Cocina, comparte en *Fácil y Resultón* (Planeta) recetas divertidas, creativas e ingeniosas. Un compendio de platos repletos de trucos eficaces, cuidados hasta el más mínimo detalle, con poca dificultad y, lo más importante, garantía de éxito. Pastas, *risottos*, sabores latinos, orientales, ideas *made in USA* y deliciosos postres, todo con el sello de este cocinero, que siempre deleita los ojos y el paladar.



VITAMINA C

Fresa, frambuesa, arándano, cítricos, coliflor y pimiento rojo estimulan la actividad del sistema inmunológico y previenen enfermedades como el cáncer y el Alzheimer.



VITAMINA K

Col, espinacas, hojas de nabo y mostaza, acelga, lechuga romana, brócoli, coliflor y pescado contribuyen a la correcta coagulación de la sangre y evitan los trombos.



VITAMINA E

Salmón, verduras de hoja verde, brócoli, zanahoria y calabaza favorecen la reparación de los tejidos, fortalecen el sistema inmunitario y son un importante antioxidante.

VITAMINA A



APPLE ENTRA EN LA GAMA MEDIA

APPLE IPHONE SE

Mientras todas las compañías se afanan por sacar al mercado las mejores prestaciones en sus nuevos terminales, Apple parece haber optado por todo lo contrario. O, al menos, así lo ha demostrado con el que es su próximo teléfono, el iPhone SE, presentado el pasado lunes y que, a pesar de la expectación que había levantado, ha decepcionado a muchos de los seguidores de la marca de la manzana. Sin embargo, la firma de Cupertino es consciente de que la competencia es fuerte y necesita abrirse a un nuevo público, por lo que ha 'olvidado' a sus fieles para intentar captar a aquellos que consideran desorbitados los precios de sus dispositivos, lanzando el que se puede considerar su primer producto de gama media.

Eso es lo que se demuestra con este smartphone, que parece haber vuelto hacia atrás. O, al menos, ha innovado poco.

Para empezar, su pantalla se reduce con respecto a su predecesor, el iPhone 6s, que contaba con un panel de 4,7 pulgadas, mientras que el de gama alta, el 6s Plus, tenía 5,5. El nuevo aparato rebaja su dimensión hasta las cuatro, recuperando el tamaño del iPhone 5s, lanzado hace ya casi tres años.

Eso sí, en cuanto a su rendimiento, ofrece uno muy similar al del último móvil lanzado por la compañía, con un chip A9 de 64 bits, lo que supone una GPU tres veces más rápida que la del 5s, así como el coprocesador M9. Con esta combinación se asegura una fluidez total de iOS, además de la posibilidad de usar Siri.

También integra el chip NFC para el sistema de pagos móviles como Apple Pay, conectividad LTE y Bluetooth.

En cuanto a su cámara, se queda en los



12 megapíxeles, aunque incluye las mejores de sus predecesores, como el sistema Focus

Pixels y la grabación en 4K de vídeo, así como la posibilidad de usar la pantalla como un flash para los selfies, para lo cual se cuenta con una cámara frontal de 1,2 megapíxeles.

En cuanto a su diseño, está realizado con una carcasa de una sola pieza metálica, pero con ciertos detalles como el borde biselado, que apareció con el 6s, que en esta ocasión se ha suavizado para mejorar el agarre.

Entre sus carencias se encuentra la tecnología 3D Touch y una escasa memoria interna de 16 Gb en el modelo más simple, mientras que el siguiente alcanza los 64 G.

Se espera que llegue al mercado a finales de mes en 10 países, entre los que no está incluido España, donde habrá que dejar que pase medio mes de abril para que desembarque.

La falta de novedades tiene su parte positiva: el precio. Así, Apple ha fijado en 399 dólares el terminal más sencillo y en 499 el de gama superior. Eso sí, el cambio es cuanto menos curioso, ya que, si en otras ocasiones, mantenían la misma cifra, ya fuera en dólares o en euros, en esta ocasión los europeos tendrán desventaja con respecto a los norteamericanos, ya que el modelo de 16 Gb, que en principio será el que llegue al Viejo Continente, se pondrá a la venta a 489 euros y en una amplia línea de colores: gris espacial, plata, oro y oro rosa.



NUEVOS COLORES EN TU MUÑECA

La empresa tecnológica aprovechó su presentación del pasado lunes para dar a conocer también las nuevas correas para su reloj inteligente, el Apple Watch, con colores adicionales y un material nuevo, el nailon. Además, siguiendo la línea *low cost* de sus anuncios, desveló que saldrá a la venta una serie de modelos más baratos, que comenzarán a comercializarse a partir de los 299 dólares en lugar de los 349 que cuestan ahora las versiones más económicas.

UN IPAD PARA SUSTITUIR AL PORTÁTIL



APPLE IPAD PRO

Si con su nuevo iPhone, Apple renunció a renovar su gama de smartphones, con el iPad que presentó en el mismo acto del pasado lunes, mostró su intención de buscar una nueva generación de tabletas que pretenda sustituir a los ordenadores portátiles.

El dispositivo, que llegará con el nombre de iPad Pro, cuenta con una pantalla de 9,7 pulgadas -muy inferiores a las 12,9 del anterior modelo- y un peso de menos de medio kilo y, como sucede con el iPhone SE, se postula como la versión económica de los *tablets* de la firma.

A pesar de su reducido tamaño, pretende mantener las principales prestaciones, como la pantalla retina, que en esta ocasión tendrá un 25 por ciento menos de brillo, cuatro altavoces frontales, un procesador de 64-bits A9X (acompañado de un coprocesador M9) y los mismos accesorios, como el Apple Pencil o el teclado Smart Keyboard.

En cuanto a sus cámaras, la trasera tiene 12 megapíxeles y la frontal, cinco.

Se espera que llegue a España a principios de abril a un precio de 679 euros para la versión de 32 Gb de almacenamiento. También habrá otros modelos de 128 y 256 Gb.



UN MÓVIL CASI PERFECTO

SAMSUNG S7 EDGE

Sin duda, fue la sensación de la MWC de Barcelona del mes pasado y la expectación que levantó fue tal que se agotaron las existencias solo en las reservas. Ahora, el Samsung Galaxy S7 Edge es ya una realidad y se encuentra en el mercado con una aspiración muy seria: convertirse en el mejor móvil de la actualidad.

Buen camino lleva, desde luego. Y es que desde la firma coreana se han esmerado en ir avanzando con cada terminal y si el S6 ya se presentaba como un gran smartphone, su sucesor, sin duda, ha evolucionado considerablemente.

Una de sus principales características, según todos los analistas, es la cámara de fotos. Si el S6 ya capturaba unas imágenes con una calidad increíble, la del S7 Edge ha mejorado en aspectos clave como la velocidad, el enfoque y, sobre todo, en situaciones de poca luz, en las que el nuevo sensor de 12 megapíxeles y apertura F1.7 no tiene, hasta la fecha, rival. Además, su flash, el escaso ruido y el doble sensor, así como el enfoque denominado Dual Pixel Autofocus, dotan a este terminal de una prestación fotográfica digna de aparatos dedicados en exclusiva a esta materia. Y es que si el enfoque ya era rápido en los móviles anteriores, ahora se ha mejorado con un sistema de detección de fase avanzado donde todos y cada uno de los píxeles se encargan de esa labor. La cámara frontal es de 5 megapíxeles.

Más allá de su interior, está el diseño, lo primero que nos encontramos. Samsung ha pensado en este teléfono como una fina pieza de joyería, por lo que ha cuidado todos los detalles: fabricado con el aluminio que se usa para construir cazas y un cristal ultra resistente, tanto en la parte delantera como en la trasera, para protegerlo de golpes. Por ello, la carcasa va reforzada con Gorilla Glass 4 y en la parte frontal nos encontramos con una doble curva. Además, como dato, es resistente al agua.

Lo siguiente es la pantalla, de 5,5 pulgadas QuadHD y Super AMOLED, sin bordes y de vivos colores con accesos directos en sus bordes curvados.

El sensor de huellas se mantiene en el botón de inicio y sigue siendo muy rápido. Y ahora funciona, incluso, con la pantalla apagada.

Además, también destaca de su exterior que la protuberancia de la cámara se ha reducido casi por completo.

Entrando ya en sus características, se trata del primer terminal con refrigeración líquida, lo que evita que se sobrecaliente, un hecho especialmente importante cuando se usen las Gear VR para realidad virtual.



Además, estrena el nuevo procesador Exynos y Android 6.0 e integran 32 Gb de memoria interna -ampliables mediante tarjeta microSD- y 4 Gb de RAM.

Samsung decidió regalar las gafas VR para quienes reservasen cualquiera de los dos móviles, pero la fuerte demanda acabó con las existencias. Sin duda, se trata de un complemento perfecto para disfrutar de uno de los mejores terminales del mercado.

Su principal pega es el precio: el Samsung Galaxy S7 Edge ronda los 820 euros.

CAFÉ RECIÉN HECHO EN TODO MOMENTO

NESPRESSO PRODIGIO

Levantarte por la mañana y tener el café listo suele depender de segundas personas. Pero si eres el primer en despertarte, vives solo o tu pareja no tiene detalles, ahora puedes llegar a la cocina con tu taza humeante gracias a Prodigio, la nueva cafetera de Nespresso que permite la preparación de tu bebida gracias a una aplicación en el móvil. Con ella, podrás dar la orden para programar su actuación, pero también te avisa si el depósito de agua está vacío, no hay cápsulas o hay que cambiar la taza.

Viene con tres configuraciones, Ristretto, Espresso y Lungo, y está disponible con un dispensador de leche.

Hecha de acero inoxidable y plástico, cuesta 250 euros e incorpora 16 cápsulas.

Más información en www.nespresso.com.



UNA RÉFLEX ASEQUIBLE

CANON EOS 1300D

Muchos son los que quieren empezar sus pinitos con la fotografía con una réflex, pero sus precios son, sin duda, un freno bastante considerable. Ahora Canon les da una oportunidad con la nueva EOS 1300D, una cámara de la gama media, pero que cuesta 375 euros y, además, incorpora prestaciones que no suelen incluir este tipo de dispositivos: WiFi y NFC para compartir imágenes directamente a móviles, tablets u ordenadores.

De sus características, cabe destacar su sensor APS-C de 18 megapíxeles, su pantalla de tres pulgadas y 920.000 píxeles de resolución y la posibilidad de grabar vídeo en alta definición. Además, su procesador es DIGIC4+ y cuenta con un sistema de enfoque automático de 9 puntos en el visor óptico. Su sensibilidad alcanza los 12.800 ISO.

Llegará a las tiendas en abril a un precio de 375 euros que incluye el objetivo EF-S 18-55 mm.



TU NUEVO ASESOR PERSONAL

SONY XPERIA EAR

Emulando a Joaquin Phoenix en *Her* (Oscar al Mejor Guión Original en 2014), ahora podemos tener un asistente personal gracias al Xperia Ear, un pequeño auricular inalámbrico que se conecta al móvil a través de NFC o Bluetooth y que gracias a una aplicación nos susurrará al oído toda la información que necesitamos.

Se controla por voz y puede realizar llamadas, leer mensajes, mirar el calendario, reproducir música, servirte de navegador o buscarte cualquier información en internet. Este nuevo dispositivo de Sony, que apenas pesa seis gramos, tiene un diseño moderno y una autonomía de cerca de cuatro horas y pretende liberarte del teléfono sin dejar de estar conectado en todo momento.

Aún no sabemos su fecha de lanzamiento

-se espera en verano- ni su precio, pero podrás saber más en

www.sonymobile.com/es.



PLAYSTATION VR LLEGA EN OCTUBRE

SONY PLAYSTATION VR

Todavía queda tiempo para esperar, pero, al menos, ya se pueden ir descontando días del calendario. La semana pasada, Sony anunció que la nueva PlayStation VR se lanzará en octubre a un precio de 399 euros.

Además, no lo hará solo, ya que para este casco de realidad virtual se están desarrollando ya 160 títulos y 50 de ellos llegarán antes de que acabe 2016.

La mala noticia es que el pack básico no incluirá el accesorio PlayStation Camera, que será imprescindible para jugar y que se venderá por separado a un precio de 49 euros. Tampoco vendrán los mandos de control gestual Move, necesarios en algunos juegos.

En cuanto a sus especificaciones, destaca una pantalla OLED de 5,7 pulgadas, capaz de ofrecer imágenes a 120 frames por segundo y con una resolución de 960x1080 para cada ojo.



BQ DEBUTA CON UBUNTU

BQ AQUARIS M10 UBUNTU EDITION

La compañía española BQ ha decidido ser pionera en ofrecer el sistema operativo Ubuntu en su nueva tablet, la Aquaris M10 Ubuntu Edition, que ofrece la experiencia más completa para convertir este dispositivo en un PC al conectarlo a un teclado y a un ratón, manteniendo la funcionalidad táctil.

Cuenta con una pantalla capacitativa y multitáctil Full HD de 10,1 pulgadas, un procesador MediaTek MT8163A quad core a 1,5 Ghz, procesador gráfico MediaTek Mali T720, 2 Gb de RAM, 16 Gb de memoria interna, puerto microHDMI y una cámara trasera de 8 megapíxeles.

Ligera y compacta, esta tableta pesa 470 gramos y tiene 8,2 milímetros de grosor.

Cuesta 259,90 euros.



trabajar mientras viajas en tren

contestar mails desde la cafetería

Elige > ver una peli bajo las estrellas

seguir tu serie favorita desde la montaña

trabajar desde tu casa

Hemos multiplicado por cuatro nuestra red de fibra óptica en España en los últimos tres años. Para que siempre puedas elegir conectarte con lo que te importa, desde donde quieras.

eligetodo.com

Elige todo_

Telefonica

 movistar /  O₂ /  vivo / SON MARCAS DE TELEFÓNICA

 **200**
AÑOS