YOROKOBU

TRITTT- TRITTT- TRITTT... (ESTRIDOR DE LA CHICHARRA EN LA HORA DE LA SIESTA)



120
5€

La portada

La ilustración de esta portada está basada en hechos reales, como rezan los créditos de las películas que ponen después de comer y que tan bien sirven para dormir la siesta. Su autora, la ilustradora y directora de arte malagueña Carla Lucena, se sentó una tarde de verano en el Parador de Torremolinos, tras un día de playa, en una de las terrazas que daban al campo de golf. Mientras tomaba un cóctel, un Martin Miller´s, para ser exactos, leía *Pulp*, de Charles Bukowski. «Me sentí transformada en la señora inglesa que está en Torremolinos de vacaciones, y la experiencia me encantó». Y a ese recuerdo ha recurrido para hacer esta portada tan estilo *mid century*, cuya estética es la que más le gusta. La escena que reproduce tiene una ubicación concreta, Torremolinos, un lugar que aún conserva muchos rinconcitos mágicos de mediados del siglo pasado, «porque en los años 60, Torremolinos era una modernez absoluta. Teníamos aquí a Brigitte Bardot y a Frank Sinatra», explica Lucena. «Cogí estas cosas, la experiencia, el estilo y el sitio, y lo trasladé a esta combinación de elementos que podría ser una experiencia en un hotel veraniego de mediados del siglo XX». El resultado es esta ilustración digital que ha pintado directamente en Illustrator y Photoshop a base de vectores. Los bocetos a mano, explica, solo le sirven para hacerse una composición un poco más clara en la cabeza, poco más.

carlalucena.com

¿ERES CAPAZ DE DESCUBRIR EL SABOR MISTERIOSO?

sin AZÚCARES AÑADIDOS

FANTA

#WHATTHEFANTA

FANTA

IN THE NAME OF PLAY

ESCANEA PARA INVESTIGAR

willy mart

BECCA

Laura van der Helden

¿Es de papaya?
¿¿DE RUIBARBO??
#WhatTheFanta

EL ENIGMÁTICO NUEVO SABOR DE FANTA PROVOCA EL CAOS EN TODO EL PAÍS

Un investigador privado resuelve el caso

Un cultivador de calabazas, interrogado

Fanta es una marca registrada de The Coca-Cola Company.

Braun busca a los futuros genios del diseño transformador

100.000 euros en premios para 10 jóvenes diseñadores con mucho potencial

MIRA A TU ALREDEDOR. Detrás de todos esos objetos y logos tan cotidianos que te rodean hay personas que crearon el mejor diseño, el diseño sencillo, que ahorra espacio y tiempo. Era necesario que alguien les rindiera homenaje.

Por eso, Yorokobu y Braun han creado el **Salón de la Fama del Diseño Transformador**, una galería de personas ilustres en la que encontramos a algunos de los mayores diseñadores, inventores y pensadores que miraron al futuro para crear nuestro presente.

Figuras tan destacadas como **Marianne Brandt**, que perteneció a la Bauhaus y creó piezas icónicas como la tetera MT49 y la lámpara Kandem 702. O **Paula Scher**, diseñadora gráfica estadounidense que dibuja con la tipografía para crear logos e identidades corporativas como las de Tiffany & Co., Citibank, Windows y el Public Theatre de Nueva York.

También merecen estar ahí el diseñador español **Alberto Corazón**, creador de logos tan familiares como los de la ONCE, Cercanías Renfe y Anaya. Y **Dieter Rams**, el que fuera diseñador jefe de Braun y que asentó las bases de la identidad de marca de esa compañía: diseño sencillo, útil y hecho para durar.

En esa galería de diseñadores ilustres, de los que puedes leer muchas más cosas si visitas la web de Yorokobu, faltas tú. Por eso Braun ha convocado su **Braun Prize 2021**, que este año coincide con la celebración de su primer centenario y lleva por lema **"Shape Tomorrow".** Se trata de una oportunidad para que los jóvenes creadores, diseñadores, inventores y estudiantes hagan realidad ideas y conceptos visionarios que contribuyan a promover un cambio de comportamiento y tengan un impacto en la sociedad actual y en el futuro de nuestro planeta. Además, esta celebración del diseño es un poderoso escaparate para mostrar al mundo lo que esta disciplina es capaz de hacer.

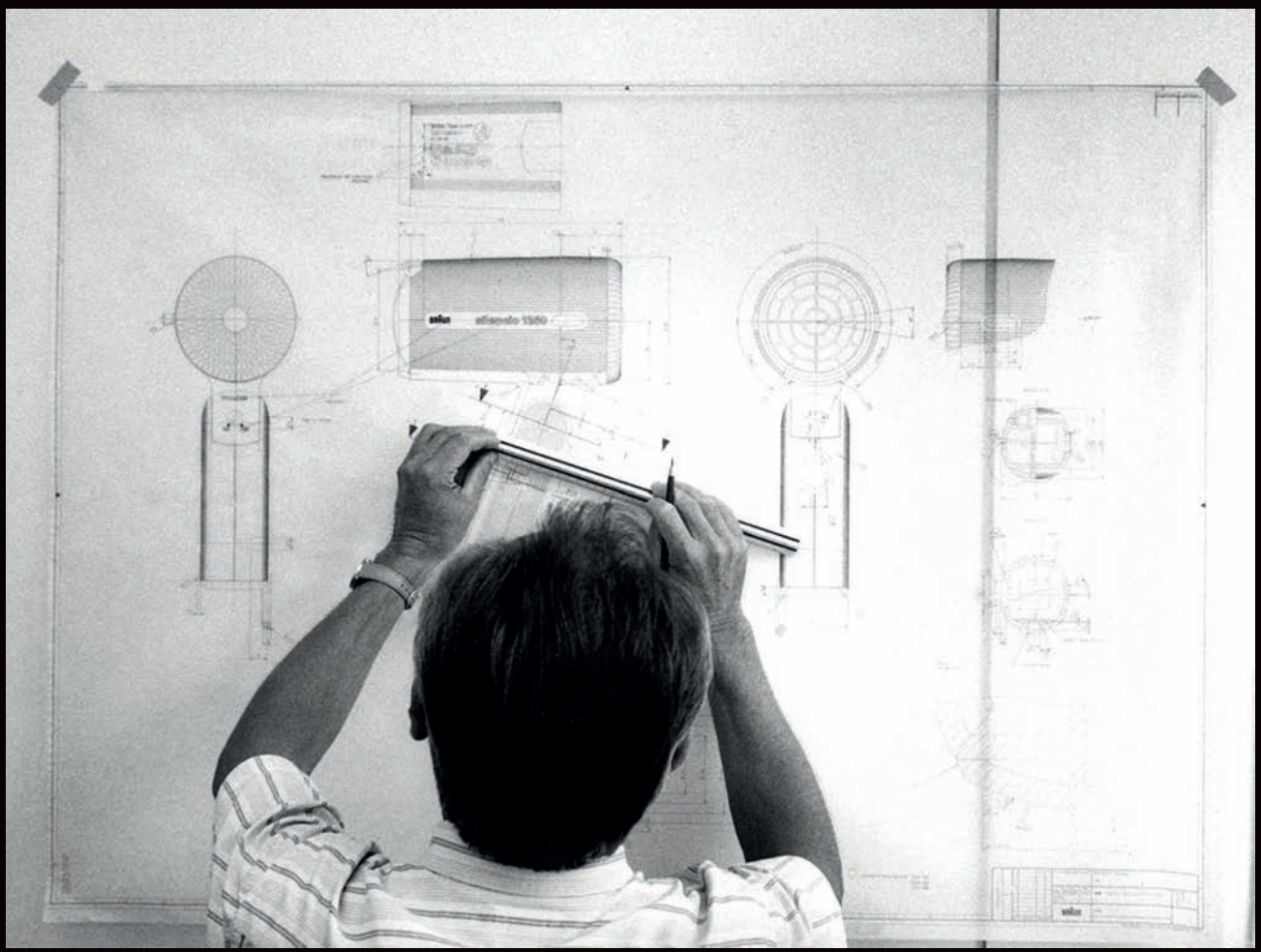
Los participantes deben centrarse en buscar **soluciones de diseño sencillas, útiles y duraderas**. Los proyectos presentados pueden enfocarse a soluciones tanto de problemas globales como ideas sencillas e ingeniosas que faciliten la vida cotidiana.

El Braun Prize 2021 "Shape Tomorrow" es una convocatoria global y la participación es gratuita. Se aceptan propuestas de jóvenes diseñadores e inventores con menos de 5 años de experiencia laboral y estudiantes de cualquier profesión.

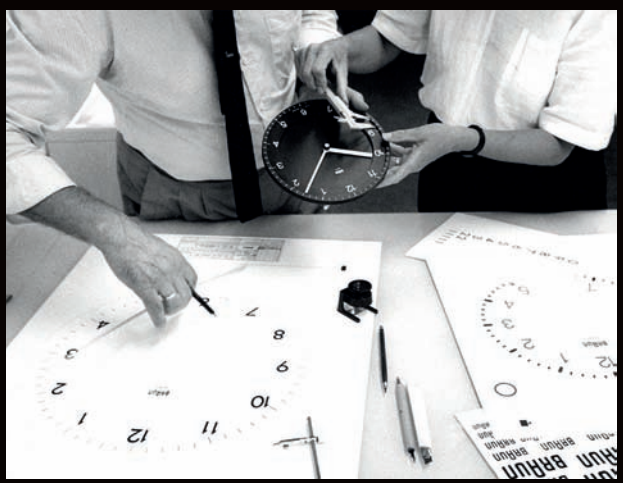
Como premio, la organización destina **100.000 dólares a repartir entre 10 ganadores**. El **plazo** para enviar las candidaturas estará abierto durante los meses de **julio y agosto de 2021**. Los ganadores se darán a conocer en octubre de 2021.

Puedes consultar las bases y más información sobre el Braun Prize 2021 en su web: *https://uk.braun.com/en-gb/braunprize*.

¿Vas a ser tú el próximo integrante del Salón de la Fama del Diseño Transformador?







verano

yorokobu 120

8 → Lo del home fitness ya lo predijo Jane Fonda

10 → El verano en palabras

12 → Sin mascarillas vuelven las sonrisas pero no el dinero: la fiesta será para quien pueda pagársela

18 → Sé cuánto quisiste amar el último verano

24 → Un año covid

26 → TiposQueImportan: Valencia no sería Valencia sin sus rótulos

32 → Vidas futuras: Tiburón

34 → Esto no lo leerás en los medio

40 → Historia dibujada: Refrescarse en la era preventilador

42 → A la conquista del tiempo libre: una historia de las vacaciones

46 → El bikini, la explosión nuclear que sacudió la moda y la sociedad del siglo XX

50 →¿Qué habrá tras la máscara?

5 → Relatos ortográficos: Aquí no hay quien se separe

56 → El móvil mató a la consola portátil

60 → Y sin embargo, nadamos

64 → Traductor simultáneo: D1

66 → El hospital giratorio del doctor Saidman

70 → Un cóctel tiki con flamingo incluido

72 → Fotos de sol y clorofila

MIXTO
Papel procedente de fuentes responsables
FSC® C004745
FSC www.fsc.org

Los artistas emergentes tienen su propia musa. Y es roja

Siglos después de su construcción, y aun sin haber un consenso claro sobre si el origen del nombre de **Alhambra** procede o no del árabe *Al Hamra* (La Roja), lo cierto es que el color y la luz que desprende el monumento nazarí sigue siendo una fuente de inspiración para los artistas. Como también lo es el lugar donde se ubica**: Granada**. Monumento y ciudad se han convertido, de nuevo, en musas para los cinco finalistas de esta 5ª convocatoria del **Premio Cervezas Alhambra de Arte Emergente**. Sus obras se expondrán en la próxima edición de **ARCOMadrid 2021** y de entre ellas saldrá elegido el ganador de esta edición.



***Hoja Verso, de* Belén Rodríguez**
Basada en la tintura de telas de algodón con pigmentos naturales provenientes del granado y otros vegetales, descritos por el botánico y poeta granadino del siglo XI **Al-Tignari**, la pieza trata de recrear la poesía inefable del color.



***La forma y el alma,* de Fernando García**
La práctica del **surf** se conecta con la arquitectura de **la Alhambra** a través de la relación de ambas con **el agua**. Tanto en uno como en otro caso, en esta pieza el agua se utiliza como un elemento escultórico que genera alma.



***De dos cuerpos vengo*, de Julia Huete**
Los tejidos de estos cuatro tapices, que se tensan sobre dos pares de bastidores de castaño, se inspiran en los **lampás nazaríes**, unos paños labrados en seda. Además de modular las estancias de la Alhambra, estos añadían color, caligrafía y arquitectura al palacio.



***Lacería de una geometría vaciada,* de Antonio Fernández Alvira**
El artista emplea unos motivos extraídos de la lacería de la **Torre de la Cautiva** para crear una escultura en la que los elementos ornamentales sujetan su propio espacio. La pieza ha sido creada con el mismo tipo de yeso y pigmentos que emplearon los artesanos nazaríes.



***Ápices,* de Juan López**
Juan López estampa en papel uno de los veinticuatro versos del poema atribuido a **Ibn Zamrak** que se encuentra grabado en la sala de Dos Hermanas. Aunque en Ápices, las palabras pierden su carácter comunicativo para dar peso a una visualización basada en la forma, el volumen y la composición.

Más en www.**cervezasalhambra.com/es/crearsinprisa/arco**

No había empezado aún y había quien veía este de 2021 como una reedición del verano del 68, aquel en el que el amor se convirtió en el antídoto del clima bélico imperante. Y ahora que estamos inmersos en él, ¿no nos habremos pasado con las expectativas?

Cierto es que se han relajado algunas restricciones, que volvemos a vernos la cara en la calle y nos libraremos de las marcas de la mascarilla porque podemos tomar el sol sin ella. Pero ¿nos volverá este nuevo destape más desinhibidos?

Probablemente, el primer error sea hablar del verano en plural. Porque, parafraseando el tópico, si cada español esconde en su interior a un seleccionador de fútbol, cada ciudadano del mundo tiene y vive su propio verano. Esperamos que disfrutes del tuyo.

Hemos creado una playlist para este Yorokobu. ¡Captura el QR y comienza a escucharla mientras lees!


Paseo nocturno | Sevilla
Más escapadas geniales para tus vacaciones en andalucia.org
NO HAY
ALEGRÍA
PEQUEÑA
ESTE VERANO,
DATE UNA ALEGRÍA.
VEN A ANDALUCÍA
Andalucía
Junta de Andalucía
Andalucía se mueve con Europa

Lo del *home fitness* ya lo predijo Jane Fonda

POR **LUIS AGUILAR**

EN 1979, durante la grabación de *El síndrome de China*, Jane Fonda se lesionó un tobillo. Empezó, entonces, un entrenamiento específico para mantenerse en forma durante la recuperación. Le fue tan bien que junto con su entrenadora, Leni Cazden, montó un gimnasio en Beverly Hills donde la actriz daba clases de aerobic por las mañanas.

Solo un par de años más tarde había escrito un exitoso libro sobre cómo hacer gimnasia en casa y una gran productora le propuso grabar vídeos. Aunque al principio se negó (no conocía a nadie que tuviese un reproductor VHS; en los 80 eran muy caros), finalmente accedió. Casi sin darse cuenta vendió 17 millones de copias y cambió para siempre la industria del *fitness*.

Cuarenta años después, el planeta se siente pionero en esto de hacer deporte en casa. En 2020, y a consecuencia de la pandemia, los almacenes de productos de deporte se quedaron sin *stock*. Cuando nos dejaron volver a salir a la calle, en plena operación bikini, las cadenas de gimnasios tuvieron que adaptarse a este nuevo modelo de deportista *híbrido*, que va al centro, pero que también hace deporte en casa a través de clases guiadas *online*. La mayoría, ya cuenta con plataformas para satisfacer esta demanda.

El tiempo dirá si esta forma de hacer deporte ha venido para quedarse. Mientras lo averiguamos, nos quedamos con la reaparición de Jane Fonda en *leggins* delante de una pantalla. Fue en abril de 2020, a través de TikTok, y por una buena causa (medioambiental para más señas). Aunque es probable que aprovechara el *hype* para volver a ser lo que un día fue: la verdadera influencer del *Home Fitness*.



amantis.net

“En un sex shop no entro ni loca”

AHÓRRATE LOS TÓPICOS

REBAJAS

HASTA UN **80%** DE DESCUENTO

amantis

tienda erótica

MADRID // BARCELONA // VALENCIA // LOGROÑO



El verano en palabras

SI PREGUNTAMOS por franjas de edad qué vocablos se asocian al estío, tendremos una línea de tiempo curiosa que dibuja, a su vez, cómo ha cambiado la sociedad. Los más viejos dirán *botijo, rodríguez, veraneo, pueblo, seiscientos, porrón, verbena, Torremolinos*... Y saben ya tan a siglo XX que dan ternura.

Las palabras que se asocian al verano en el siglo XXI tienen ya sus clásicos, como *balconing*, *turismo de borrachera* y *Magaluf* (mal que le pese a esa localidad mallorquina). Y otras se afianzan, como *piscineo, terraceo y shorts. Botellón*, que no es nueva ni exclusiva de esta estación, ha decidido convertirse en tendencia en este verano del 2021, sin que, por el momento, tenga muchas ganas de irse. La actualidad manda y lo actual pasa por este tipo de aglomeraciones masivas, alcohólicas, ruidosas y prohibidas. En este siglo, y a costa del verano y del veraneo, han nacido nuevos oficios, como el de *turistólogo* y *turismólogo*, que parecen lo mismo pero no lo son. Pero ahí está la actualidad de nuevo. Y el hoy está inmerso en una pandemia que ha creado un nuevas formas de vivir el verano y de hacer turismo: *workation* (*work + vacation*), *staycation* (*stay+vacation*), *homecation (home+vacation)*, *turismo profiláctico, pasaporte covid, destino seguro, certificado de vacunación, certificado covid*...

Afortunadamente, nada, mucho menos en el lenguaje, es eterno. Y muchas de esas expresiones del verano de 2021 ya no tendrán sentido en el del 2022. O eso esperamos.

wetaca



Te hará falta pan.

Cocinamos por ti comida rica, fresca, saludable y sostenible para que puedas cuidar lo que más te importa.

Nutre lo que quieres.

Entra en **wetaca.com** y haz tu pedido para toda la semana.

SIN MASCARILLAS VUELVEN LAS SONRISAS, PERO NO EL DINERO: LA FIESTA SERÁ PARA QUIEN PUEDA PAGÁRSELA

POR **BORJA VENTURA** ILUSTRACIÓN **IGNACIO MARTÍN**





LA FELICIDAD es algo más que un estado mental: para que se dé se requiere una infrecuente conjunción de salud, economía y ánimo positivo. Por eso el profesor Nicholas Christakis lo tiene claro: podemos estar a las puertas de unos nuevos *felices años 20* en cuanto superemos la pandemia, dice.

Él mismo, investigador en Yale, encarna parte de esa mezcla extraña: es una voz autorizada en campos tan aparentemente distantes como la medicina y la sociología. Y de eso precisamente va su libro *La flecha de Apolo: el profundo y duradero impacto del coronavirus en nuestra forma de vivir*, que ha recibido centenares de valoraciones positivas y una enorme exposición en medios. Habla de sanidad y habla de sociología, y de que superar la crisis sanitaria nos coloca frente a una época de optimismo y desenfreno. Pero le falta la tercera pata de la receta necesaria: la economía.

Y es justo esa dimensión por donde han tirado los medios, ávida como está la ciudadanía de luces al final del túnel tras año y medio de sombras. Se ha interpretado con carácter general que es factible una época de euforia social y consumo desmedido tras el trauma profundo de la pandemia. El paralelismo está servido: después de la Primera Guerra Mundial llegaron unos años así, tan *felices* que eran *locos*. Entonces, ¿por qué no ahora?

En el imaginario colectivo se percibe el periodo de entreguerras como una época convulsa pero vibrante. Si la industria de guerra es el combustible perfecto para el engranaje económico porque incentiva la producción y elimina el paro, la recuperación parece verse como el momento de gastar hasta lo que no se tiene. Pero la realidad entiende poco de mitificaciones y la economía sabe que el endeudamiento tiene un límite si quien se endeuda es la ciudadanía.

«Podemos encontrar alguna similitud entre ambos periodos, pero no es comparable porque la sociedad es distinta», explica la doctora Cristina Barreiro, profesora de Historia de la Universidad San Pablo-CEU. De hecho, esos *felices años 20* fueron un fenómeno bastante localizado y menos general de lo que se percibe: «EEUU se benefició de la situación económica al término de la guerra porque territorialmente no les había afectado. Se convirtieron en el motor de la economía mundial y quizá por eso surgió un cambio de mentalidad», explica. «En Europa fue distinto: todas las economías estaban devastadas. La guerra fue terrible y se perdieron generaciones enteras, además de las mutilaciones, los traumas psicológicos… La reacción fue el nacimiento de los fascismos y los brotes comunistas derivados del paro y la inflación», explica. Salvando las distancias, la polarización parece repetirse.

Así las cosas, los mitificados años 20 no fueron un fenómeno global porque no a todos les afectó la guerra igual. Ni siquiera fue un fenómeno general, porque por aquel entonces en muchos países no había estallado el éxodo laboral del campo a la ciudad y el acceso al ocio y la cultura seguía reservado para ciertas élites. «En los años 20, la mayoría de la población seguía viviendo en ámbitos rurales en toda Europa. ¿Tú crees que un campesino medio analfabeto va a ir a un cabaret?», sintetiza.

«Lo de los años 20 es más bien producto de los nuevos urbanitas, algunos, pero que no dejan de ser minorías que no tienen que labrar la tierra para comer. No hay ni televisión entonces. ¿Cómo va a saber alguien que vive en Las Hurdes qué están haciendo en Madrid?», cuestiona. «Fue-

ron años *loquillos* en algunas zonas porque fueron tiempos de cierta bonanza e industrialización, pero había mucha inestabilidad social, nada de clase media y la gente se moría de hambre».

De vuelta al presente, la pandemia podría verse como la guerra de nuestra generación. La mayoría de víctimas en este caso no son jóvenes y, aunque se ha destruido el tejido productivo, no hay daño en las infraestructuras esenciales de los países. Ha sido, además, una guerra corta, aunque intensa. Y la situación es bien distinta: ahora la mayoría de la población es urbanita, tiene un nivel cultural aceptable en muchos países y gran parte de la población está conectada. Hay trauma, pero también ganas, y esta vez algunas posibilidades.

Los datos económicos, además, sonríen: la economía empieza a despegar según todos los indicadores (PIB, paro, consumo...) y los Gobiernos han estimulado el gasto con enormes partidas de fondos, tanto en la UE como en EEUU. Los fondos para la recuperación son el seguro económico de que el sistema no colapsará. Pero el miedo al repunte del paro tras el verano, y en especial al final de los ERTE, ensombrecen la perspectiva. Y también, de nuevo, las referencias históricas. Tras la Primera Guerra Mundial se disparó el gasto público para reconstruir infraestructuras; tras la Segunda Guerra Mundial, el Plan Marshall sirvió de acicate estratégico para combatir al comunismo con recuperación económica, y en ambos casos, a la inversión pública le sucedió el endeudamiento. Por eso ahora no se puede olvidar que cuando se acabe el combustible de los fondos y los subsidios, llegará el momento de pagar la factura, ya sea con impuestos, ya sea con tipos de interés, que llevan en mínimos históricos desde la crisis pasada. Se puede mantener un cuerpo con vida con respiradores, pero no de forma indefinida.

Por eso ahora mismo el discurso se centra en incentivar el consumo, quizá esperando que eso sirva para reactivar el sistema y poder afrontar la *desconexión* de las ayudas externas a medio plazo. Incluso hay analistas que apuntan más allá de los datos para ir a lo emocional, como Leopoldo Torralba e Ignacio de la Torre, que presume de haber predicho «la recuperación de la economía española desde 2012». «La crisis del covid ha sido un *shock* exógeno. Al desaparecer o aminorarse, nuestros *espíritus animales* vuelven a la normalidad mucho antes de lo que pronosticaban los economistas, que han empleado modelos de recuperación basados en pasadas recesiones *endógenas*», consideran.

Más escéptico al respecto se muestra Andrés Medina, director general de Metroscopia, que se reconoce incapaz de anticipar el futuro, pero no ve tan factibles esos nuevos años 20. «Lo que hemos vivido, teniendo un gran impacto en nuestra vida cotidiana, creo que no es comparable con un episodio de las dimensiones de la Primera Guerra Mundial», explica.

Desde la institución, han lanzado una pregunta a ese respecto para intentar entender qué actitud es la más extendida ante el presumible final de la pandemia, si ahorrar aunque viva ahora peor o no ahorrar y vivir ahora mejor. «La principal conclusión es que las actitudes ahorradoras prácticamente son el doble que las no ahorradoras. Es cierto que el optimismo está en unos niveles muy altos y la expectativa y confianza en la pronta salida de la crisis económica están fortaleciéndose, debido especialmente a la percepción favorable que está teniendo el proceso de vacunación. Pero creo que, siendo elementos importantes para no descartar ese fuerte repunte del consumo, aún me parece precipitado asegurarlo», explica.

Sus datos adelantan, por tanto, que el ambiente es de moderada *felicidad*, pero no auguran un consumo desenfrenado, ni mucho menos. «Las actitudes básicas que predominan en nuestra sociedad son el optimismo vital y la prudencia en el gasto. El cruce de estas dos actitudes conforma cuatro tipos básicos de actitudes ante el verano: los prudentes (el más numeroso: 45% de todos los españoles), los eufóricos (25%), los previsores (11%) y los despreocupados (6%)». Parece difícil vivir unos años *locos* si la mayoría de clientes del cabaret moderno tienen que ser los prudentes y previsores.

«Tendremos muchas ganas de salir, pero no hay un duro y no podemos gastar porque ya veníamos endeudados de la crisis anterior», ironiza Barreiro. Este verano, como en aquellos años 20, puede que haya fiesta. Pero más vale que lo que nos haga felices sea la salud y no el dinero, porque quizá solo podamos tener lo primero.

Déjate abrazar por el duende y el sol de Andalucía

MAGIA, SOL, MÚSICA... Andalucía sabe a flamenco y a baile, a vino oloroso y a conversación interminable después de disfrutar de una buena mesa. Y ahora, una vez más, la comunidad vuelve a recibir con los brazos abiertos a los viajeros que quieren descubrirla y a los que regresan porque ya se enamoraron de la magia de sus pueblos blancos, de su gastronomía, de una naturaleza llena de contrastes y de sus más de 1.000 kilómetros de costa, con sus calas escondidas y sus playas de arena fina.

Ahora, por fin, ya puedes venir y reencontrarte con el duende y con la alegría de su gente. Y hacerlo con todas las garantías que ofrece un destino seguro como este.

Si aún no la conoces o si ya has estado pero quieres empaparte aún más de su esencia, Andalucía ha programado numerosas actividades en torno a su cultura, su gastronomía, sus tradiciones, su música... Programas como *Andalucía es flamenco*, una experiencia para que disfrutes del arte de esta tierra, una música reconocida como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la Unesco y que encontrarás en cada rincón de su territorio. O *Andalucía deja huella*, una oferta de turismo ecuestre que te ofrece la posibilidad de realizar actividades en la red de senderos que podrás recorrer a la grupa de estos majestuosos animales, así como múltiples propuestas en torno al caballo.

Empápate de su rica cultura y celebra con ella el V Centenario de la Primera Vuelta al Mundo a través del proyecto *Andalucía, Origen y Destino*. Una manera diferente de celebrar la gesta de Magallanes junto a otros países ligados a su expedición.

Y recórrela en bici, la mejor manera de descubrir pausadamente sus paisajes, ese contraste entre la montaña y la campiña, entre las playas y el desierto en apenas una jornada de pedaleo.

Lo notas. El cuerpo te pide venir a Andalucía, y ya puedes hacerlo de manera segura, porque sus empresas, sus hoteles, sus playas han implementado todas las medidas anticovid para protegerte a ti y a todos. Para que tu verano sea perfecto.

Ven. Andalucía te espera. Déjate abrazar.

Andalucía

Con la colaboración de Turismo de Andalucía









SÉ CUÁNTO QUISISTE AMAR EL ÚLTIMO VERANO

POR **JAVIER MELENDEZ** ILUSTRACIÓN **GLEZ STUDIO**


CINE DE VERANO

LOS HISTORIADORES del cine dicen que el séptimo arte solo inventó un género: el wéstern. Esto es un error. 50 años antes del nacimiento del cine se publicaron las primeras historietas de pistoleros.

El cine inventó otro género más gozoso a los sentidos que, a diferencia del wéstern, sigue vigente: las historias de verano: pandillas con bicicletas, vacaciones en familia, escenas de playa, primeros besos...

La pervivencia del cine de verano es incuestionable: el género de películas de verano apela al corazón y la memoria de cada persona. Por el contrario, ¿quién ha conducido ganado atravesando Texas o ha sobrevivido a un duelo a muerte con revólver?

La querencia del cine por el verano llegó un año antes de que este arte naciera para los libros de Historia. En 1894, el dibujante francés Emile Reynold proyectó *Alrededor de una caseta de baño,* una peliculita —fotografías proyectadas deprisa— de poco menos que dos minutos sobre una plácida playa, un trampolín y un mirón que recibe una patada en el culo por espiar cómo una mujer se coloca el traje de baño.

Cuando el verano se tuerce, no es raro inventar, más que recordar, los veranos del pasado: en la mente se suceden imágenes de que te hubiera gustado que ocurrieran: juergas, aventuras, besos y abrazos que ni diste ni te dieron. Fantasías que conviven con recuerdos placenteros, aislados, no contaminados de la realidad, cuando todo se torció o acabó.

La pervivencia del cine de verano es incuestionable: el género de películas de verano apela al corazón y la memoria de cada persona. Por el contrario, ¿quién ha conducido ganado atravesando Texas o ha sobrevivido a un duelo a muerte con revólver?

Los que hacen películas saben todo esto. Lo han pasado tan mal como tú. Por eso, muchas películas de verano apelan al recuerdo y a la fantasía.

PANDILLAS CON Y SIN BICICLETAS

Cuando tenías menos de once años amabas el verano tanto como las chucherías. Quizá más. La casa de la abuela, el campo del tito, la piscina de plástico, cómo después del chapuzón te envolvías en la toalla para la merienda, irte a dormir tan tarde como te dejara tu madre... y tu pandilla, con la que echabas las tardes y hacías planes de un momento para otro. El futuro se veía demasiado lejano. En aquellos tiempos, construías una burbuja de realidad propia en la que no tenían cabida los adultos.

El cine de Hollywood ha prestado una atención especial a aquellos años de preadolescencia a través de pandillas que viven aventuras fantásticas: la búsqueda de un tesoro (*Los Goonies*), el descubrimiento de un niño desaparecido (*Cuenta conmigo*), la lucha contra un payaso de fantasía (*It*) o el enfrentamiento contra un monstruo sideral (*Super 8*). Películas no siempre ambientadas en verano, pero estrenadas en las vacaciones estivales y que asociamos a este período. En cualquier caso, el mensaje de estas historias es el mismo: todo es posible con la ayuda de los amigos.

Por desgracia, el cine ha preferido retratar más las pandillas compuestas por chicos, en las que, como mucho, había una chica. (He aquí una oportunidad de reinventar el género con una pandilla de chicas y uno o ningún chico).

De entre todas las películas, destacan *Los Goonies y Cuenta conmigo* por su influencia en la ficción de nuestros días y en el imaginario popular.

Los Goonies, cinta dirigida por Richard Donner (*Superman, Lady Halcón*) con producción de Spielberg, no ha dejado de estar presente en la memoria de quienes la vieron el año del estreno o la descubrieron más tarde en el videoclub. Es un vestigio de la cultura popular. Una prueba: personas que no la han visto la reconocen a través de memes. Por esto es un referente constante para películas y series de televisión. Parte de una idea eterna: ¿quién no ha querido encontrar un tesoro pirata con los amigos cuando tenía 13 años? Un deseo que permanece en la adultez y que convier-



te la película en una cápsula del tiempo. Lo curioso es que la historia de *Los Goonies* no se desarrolla en verano (aunque se estrenó un día de junio), pero el pensamiento colectivo asocia las bicicletas al verano.

También es curioso que parte de un drama social que con frecuencia se olvida: los padres de los protagonistas van a ser desahuciados por el banco. Este drama queda pronto olvidado, y pocos lo recuerdan, porque la aventura toma las riendas y canibaliza toda realidad.

Sí transcurre durante el verano *Cuenta conmigo* (1986). La historia basada en una novela de Stephen King tiene como protagonista a una pandilla con jóvenes, algo mayores que los Goonies, que buscan el cadáver de un niño desaparecido para hacerse famosos. La historia está contada por uno de sus protagonistas ya adulto, un escritor famoso que es el alter ego de King. Es una oda a la última oportunidad para convertirse en héroes, en personas diferentes a lo que se espera de ellos, que comiencen a ser adultos responsables con trabajos de 9 a 5.

Las ideas de infancia congelada (*Los Goonies*) y última oportunidad (*Cuenta conmigo*) se combinaron en las producciones que sucedieron a las producciones ochenteras, y su influencia llegó hasta nuestros días. Sin ellas, hoy sería difícil concebir *Stranger Things* y producciones similares.

PRIMEROS BESOS

Cuando acabó el tiempo de las bicicletas, tuvieras una o no, comenzó el tiempo de los primeros besos o no. El verano dejó de gustarte tanto. A partir de entonces se acumularon menos recuerdos y más fantasías. Te percataste de que dentro de ti se movían engranajes que ignorabas, que te llevaban de la risa tonta al llanto y de la esperanza a un «quiero morir».

Y todo porque reparaste en los cambios de tu cuerpo y los cuerpos ajenos. Descubriste que no eras la guapa del grupo ni la amiga resultona; ni el «calladito, pero muy lindo» ni el que las hacía reír. Ahora estas cosas no te importan tanto, pero entonces tenías lo que las abuelas llamaban *la edad del pavo*, la edad de encontrar las tragedias en lo pequeño y lo pasajero. Lo peor es que intentabas que no se notara que quien te gustaba ni te miraba o te hablaba en confidencia de otra persona que no eras tú. Y encima, tus padres te torturaban: «A ver si haces algo, que no tienes siete años. Por lo menos, arregla tu cuarto».

De esos veranos más dolorosos que placenteros, coleccionas fantasías de amor, sexo y eternidad. Por esto, el cine de Hollywood de los primeros besos, los besos de verano, está en una época congelada, a veces anacrónica, interpretado por adultos que fingen ser adolescentes: las películas de playa de los 50 con canciones y surf, *Grease, Dirty Dancing, Cincuentas primeras citas*... Romeos y Julietas de las circunstancias como los protagonistas de *El cuaderno de Noah, Un paseo para recordar o Antes del amanecer*, que desafían al tiempo...

El cine europeo retrata los amores de verano con la minuciosidad de un pintor que quiere retener la vida en cada pincelada. Es *Un verano con Mónica*, de Ingmar Bergman; *Pauline en la playa*, filmada por Rohmer con la fotografía de Néstor Almendros, o los amores impensados de *Call Me by Your Name*. Películas en las que el drama aletea desde el comienzo porque el verano tiene un límite, a diferencia de las pasiones.

Los romances de verano en el cine acaban (*Vacaciones en Roma*), se retoman (*Grease*), o empiezan y no terminan porque la película acaba antes que la historia, o terminan, pero no duelen tanto como para conducir a los protagonistas a arrojarse desde un rascacielos: queda una lección. Eso sí, queda el poso, como refleja la canción *Summer Moved on* de A-HA:

«Las estaciones no duran
y solo hay una cosa
que queda pedir.
Quédate, no te vayas
y dame otro día,
un día como hoy».

QUÉ ASCO DE VACACIONES

Cuando el tiempo de las bicicletas quedó muy atrás, tanto como los primeros besos, imaginas el próximo verano con esperanza y temor. Eres una persona adulta. No puedes evitarlo. Frente al «descansaré, me bañaré, me encontraré con...» está el «espero que no...» porque «quiero un verano tranquilo».

El cine es tu espejo al mostrar adultos estresados que conocen un desastre tras otro durante las vacaciones. Es un tipo de historia que se popularizó poco después de la Segunda Guerra Mundial con una fórmula sencilla: un actor conocido que tiene una familia repelente que espera desconectar del mundo por unos días...

Las películas de los últimos 30 años tienen títulos explícitos: *Menudas vacaciones, Vaya vacaciones, ¡Socorro, llegan las vacaciones!*... Películas olvidables y olvidadas. No es raro. Estas películas, aunque sean paródicas y tengan finales felices, se antojan por momentos amargas.

Un ejemplo: *Malditas vacaciones* se estrenó en 1985, el mismo año que *Los Goonies*. Sin embargo, nadie recuerda *Malditas vacaciones,* aunque cuenta con una estrella del momento, John Candy, que hoy pocos recuerdan.

Es una comedia un tanto absurda como tantas de los 80, pero de alguna manera cercana a la realidad: el protagonista es un trabajador estresado que en sus vacaciones acaba en una choza que no se parece a la del folleto, tiene por vecino al manitas del bricolaje y un canalla presuntuoso le fastidia el descanso porque sí. Acaba bien, pero a la espera del final eres testigo de una tragedia.

AUTODESCUBRIMIENTO EN VACACIONES

No importa cuántos años tengas, preguntas como «¿quién soy?» y «qué quiero?» pueden golpearte cuando menos lo esperas y abrumarte, aunque creías tener las respuestas. Peor aún es cuando las preguntas llegan porque algo en tu vida está roto y te consume el corazón, las tripas y la cabeza. Cuando esto ocurre buscas una escapatoria para recomponerte, pero esta no siempre es fácil. No cuando estás encadenado a obligaciones. No cuando te asaltan las prisas, las notificaciones de correos y la mensajería instantánea que no te permiten encontrar el aburrimiento necesario para estar con tu propio yo. Te toca esperar a las vacaciones de verano. No para descansar. Para reconstruirte. El cine de nuestro siglo ha estado atento a esta necesidad de reconstrucción personal. El nuevo héroe, la nueva heroína, no abandona su vida corriente para seguir a un gurú espiritual ni toma una moto para hacer la Ruta 66, como Dennis Hopper y Peter Fonda en *Easy Rider*. Ahora, es un artista deprimido o escritora bloqueada que toma un billete para la Provenza o alguna isla griega.

Bajo el sol de la Toscana (2003) es la primera de su género. Aquí, Diane Lane es una escritora deprimida tras la infidelidad de su marido que viaja a la Toscana para curarse las penas de amor y compra una villa para reformar. La metáfora es evidente: a medida que transforma la casa, ella sana las heridas emocionales.

Después llegaron *Un rincón en la Toscana*; *Una villa en la Toscana; Cartas a Julieta; Come, reza, ama*... y otras películas con argumentos similares en las islas griegas. Mientras que el cine de pandillas, primeros besos y malditas vacaciones nos habla de lo que fuimos o pudimos llegar a ser, las películas de autodescubrimiento nos hablan de lo que queremos ser. ¿Quién no desea vivir libre de miedos y cargas sin más propósito que mirar el sol ocultándose tras un viñedo?



brava
FABRICS

¿NO TE VAN LAS CITAS A CIEGAS?

Ven a conocernos en nuestras tiendas físicas.



MADRID
Las Letras
Calle del Prado, 16
Lunes a Sábado 11h - 21h

BARCELONA
Calle Parlament, 25
Lunes a Viernes 11h - 21h
Sábado 11h - 15h y 16h - 21h

UN AÑO COVID

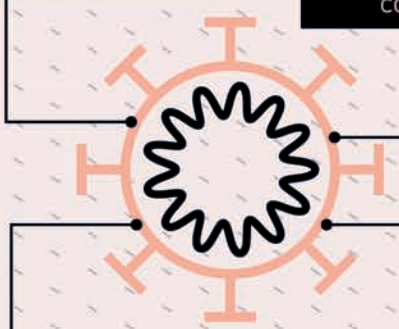
TXT: Miguel Palacio
INF: Glez Studio

	ESPAÑA	MUNDO
Infectados (Casos confirmados)	3.777.539	178.837.204
		Fuente: Ministerio de Sanidad
Vacunados	Dosis administradas 41.218.602	Dosis administradas 2.790.000.000
	Pauta completa 15.602.526	Pauta completa 798.000.000
Muertes	80.748	3.907.661
	País con más muertes EEUU 618.294	País con menos muertes Laos 3

DATOS VIRUS

Es un betacoronavirus que data del año **3.300** a.C.

5.000 años de antigüedad tiene el ancestro del coronavirus



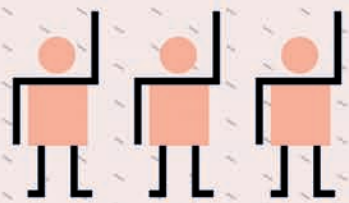
Pero el primero (capaz de infectar a humanos) se descubrió en los años **60**

El código genético del SARS-CoV-2 solo pesa 8 kilobytes, el equivalente a una página de Word con **100** palabras

DATOS CURIOSOS



A pesar de los confinamientos, las emisiones de CO_2 en 2020 solo se redujeron en poco más del **6%**



90.000 voluntarios participaron en los ensayos para las vacunas



3M distribuyó más de **2.000.000.000** de mascarillas N95 en 2020



2.600.000.000 millones de dólares facturó Zoom en 2020

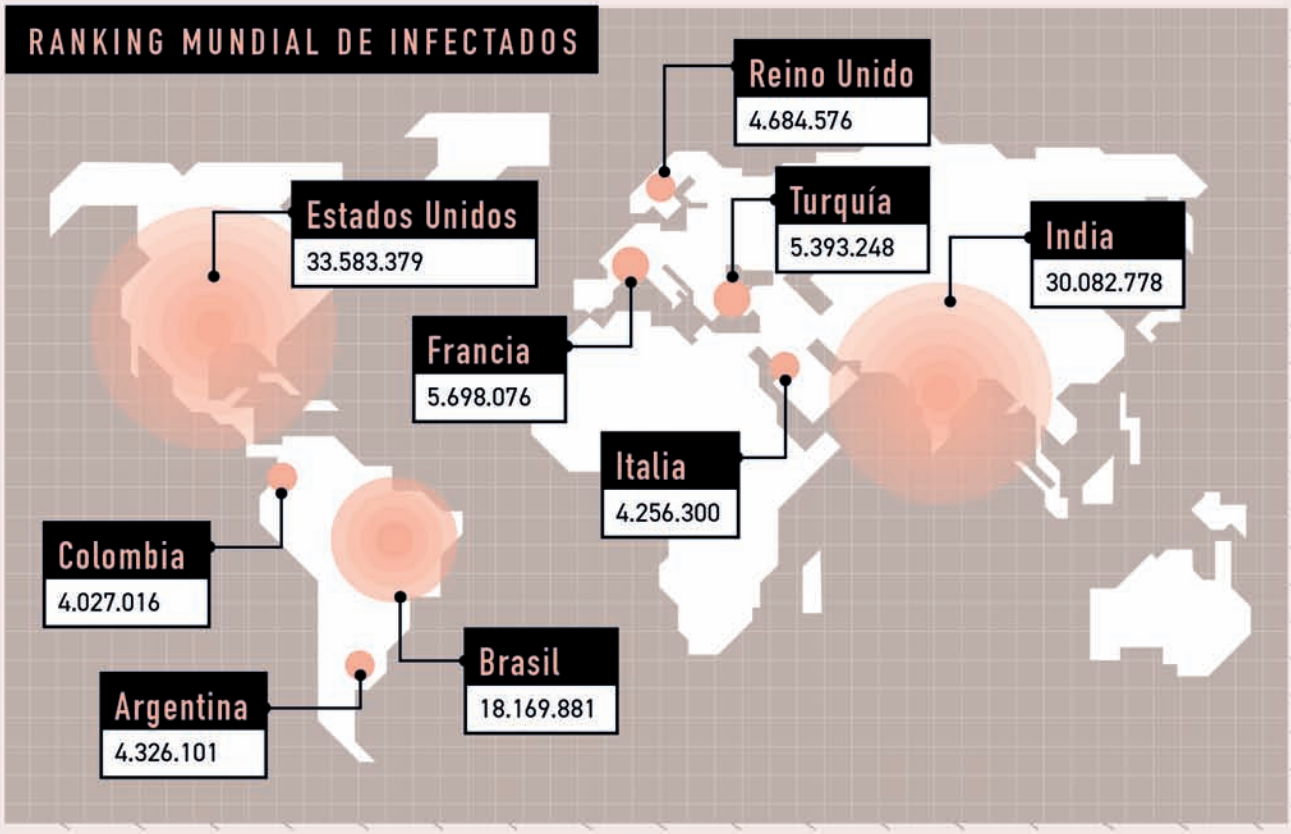


626.000.000 millones de dólares facturó Zoom en 2019



1.000.000.000.000 de minutos de videollamada realizados en 2020 a través de Google Duo y Google Meet

RANKING MUNDIAL DE INFECTADOS



DATOS CURIOSOS



3,5% se redujo el PIB global en 2020



32 millones de millones de dólares aumentó la deuda global



35% de la población mundial estuvo confinada



400 millones de empleos destruidos entre abril y junio



10% se redujeron los ingresos de los trabajadores del mundo en 2020



85% reducción desplazamiento urbanos

Fuentes: Organización Intenacional del Trabajo, Ministerio de Sanidad, Google, 3M, Zoom.

TiposQueImportan: Valencia no sería Valencia sin sus rótulos

Lo mismo que debe buena parte de su carácter al Mediterráneo y a sus muchas horas de sol, Valencia no sería la misma ciudad de no ser por sus característica rotulación comercial. Normal que no quiera perderla


SOCIEDAD ANONIMA
ELECTRA
VALENCIANA
VALENCIA
SUB=ESTACION Nº 802

MIGUEL MAESTRO no da pistas sobre la localización exacta del lugar al que se refiere en este texto: «Pasamos por la frutería que aún luce su cartel con azulejos pintados, encargado en su día a un artista de Manises, el cual anuncia el nombre de la fundadora de la tienda. Junto a esta, justo en la esquina, asoma el letrero de un bar con grandes cristaleras donde ofertan con letra manuscrita sus novedades y platos estrella, los cuales llevan más de 10 años sin renovar, ya clásicos del almuerzo del barrio...»

La descripción prosigue unas cuantas líneas más. En ellas, el tipógrafo y diseñador valenciano hace mención a un taller con unos brillantes azulejos de Pirelli en relieve. Y a una mercería que ya ha echado el cierre, aunque mantiene un elegante corpóreo en volumen, «lustrosas letras que ya no pueden competir con las ofertas de las grandes superficies».

A pesar de que intuimos que está en Valencia, Maestro no da las coordenadas del lugar porque posiblemente no exista como tal. Aunque la mayoría de las ciudades cuenten o, al menos, contasen hace unas décadas, con numerosas de esquinas como la descrita, ocupadas por comercios de los de toda la vida con sus característicos rótulos. Un patrimonio comercial que contribuye a configurar la identidad cultural e histórica de la ciudad. «Las tipografías, los colores y las formas que componen los rótulos no solo sirven para destacar un comercio o señalar una oferta. También sirven para expresar el carácter de nuestra ciudad», afirma Maestro.

De ahí la importancia de su conservación y de iniciativas como **TiposQueImportan,** que lidera el propio diseñador valenciano y que se enmarca dentro del programa **València Capital Mundial del Diseño 2022**.

«TiposQueImportan es una plataforma que pretende contribuir a la conservación y a la difusión de la cultura local a través de la recuperación del rótulo comercial de Valencia», explica el promotor del proyecto. «Piezas de arte que forman parte del patrimonio gráfico valenciano» y que, como tales, no deberían perderse.

Globalización y gentrificación son dos de los fenómenos que amenazan el presente y el futuro de estos rótulos. Ambos han propiciado que las grandes cadenas comerciales copen los centros de las ciudades, convirtiendo en residual la presencia de los pequeños negocios. Y con ellos los letreros de sus fachadas, esos que durante tantos años contribuyeron a que esa calle, esa esquina, fuese única en el mundo.

TiposQueImportan se resiste a verlos desaparecer. Para evitarlo, recurren a acciones de documentación, catalogación y divulgación de las propias piezas. La web TiposQueImportan.com es una pata elemental en este proyecto. Es el principal canal de comunicación, así como el contenedor del mayor archivo de rotulación comercial de Valencia y


PAQ
MERC
ANTON


CASA FELIPE


TABERNA
MANZANA 33
PLAÇA DEL PICADOR DE DOSAIGÜES


LOTERIA
MAQUINAS DE PREMIO
VICENTE



de información referente a las personas que han favorecido a la construcción, conservación y catalogación de todo este patrimonio cultural de la ciudad.

Una labor, la del reconocimiento de todos estos profesionales, en la que incide el documental en el que Maestro y el resto del equipo están trabajando. En él, además de diseñadores e historiadores, aparecen muchas de las personas que, pincel en mano, contribuyeron a dar color a los establecimientos valencianos a partir de los 60, sobre todo.

Otra de las labores fundamentales de la web es la de dar la posibilidad a los ciudadanos de Valencia de contribuir a salvaguardar este legado. «Hemos habilitado un apartado para que cualquier interesado pueda subir esa foto de la frutería donde su madre compraba todos los días. O de la zapatería donde adquirió sus primeras esparteñas que aún conserva su rótulo a pesar del lastre de los años. Desde carteles de comercios locales, vallas publicitarias, tranvías rotulados, cristales pintados, medianeras o cualquier soporte urbano que promocione ese comercio local de su barrio».

Porque, poco a poco, dice Maestro, hay más conciencia ciudadana al respecto: «El viandante va tomando conciencia de lo que supone la gráfica comercial y de todo lo que aporta a nuestras ciudades, y se va librando de esa presbicia para mirar la urbe con otros ojos. Los medios también tienen mucho que ver en este cambio de conciencia colectiva».

Por suerte, también las autoridades locales son cada vez más conscientes de la necesidad de defender este patrimonio: «Se están activando mecanismos que ayudan a preservar lo que queda, aunque sean solo las sombras de lo que un día fue Valencia. Como todos bien sabemos, los procesos burocráticos son lentos, y desde TiposQueImportan trabajamos desde hace tiempo en pro de estos elementos patrimoniales que tanto nos apasionan. No perdemos la esperanza».

Todo sea por conservar la identidad gráfica de Valencia, a la que el diseñador cataloga de «especial, única e intransferible, como todo lo que se hace con pasión, vocación por el oficio y desde la visión genuina de los artesanos rotulistas».

Y aunque la de Valencia posee algunas características comunes a las de otras partes de la península («las esmeradas elaboraciones a mano, los vidrios pintados con pan de oro, los rótulos de PVC...»), si algo caracteriza a la rotulación valenciana es su rica tradición azulejera: «Somos una tierra que lleva la cerámica en el ADN, y ello se hace patente en muchos de los rótulos de nuestras calles, lo cual es una bella particularidad. Buenos ejemplos son el rótulo de la Unión Musical Española —ubicado en la calle La Paz— y el de la paquetería Antonio Carbonell —en el número 58 de la Gran Via de Ferran el Catòlic—. El pueblo de Manises, foco del arte de la alfarería en la Comunitat Valenciana, tuvo mucha influencia en el uso de la cerámica en la ciudad».

VIDAS FUTURAS

TIBURÓN

POR **JAVIER MELÉNDEZ** ILUSTRACIÓN **BUBA VIEDMA**

MANDÍBULAS BRUCE, conocido por interpretar al escualo de la película *Tiburón* (1976), inauguró en Los Ángeles, California, un refugio para animales marinos damnificados por la industria cinematográfica.

«Hollywood puede ser cruel», ha dicho Mandíbulas. «Soy una prueba. Pasé de la fama a dormir en una charca».

Recordó a la prensa y al público congregado sus comienzos: «Era la estrella de un acuario de San Francisco hasta que Spielberg me propuso trabajar en *Tiburón*».

Spielberg había trabajado con tiburones mecánicos, pero quería realismo. «No me convencía la historia, pero me eché la manta raya a la cabeza», declaró Mandíbulas. «Era joven y quería probar cosas nuevas».

Tras *Tiburón*, Mandíbulas trabajó en cuatro películas más, de bajo presupuesto, y protagonizó anuncios de televisión.

Con el éxito, la comunidad de tiburones acusó a Mandíbulas Bruce de perpetuar la imagen del tiburón que mata sin motivos.

«Fueron momentos muy duros y para no pensar me hice adicto a los peces salema».

La carne de estos peces mediterráneos es alucinógena y su consumo pasó factura al actor.

«Llegó un momento en el que no podía trabajar», confesó Mandíbulas. «El director de un anuncio me decía: "Entra por la derecha", pero yo lo hacía por la izquierda. Un desastre». Perdió trabajos, perdió amistades y tocó fondo. Levantó el morro gracias a su segunda esposa, la oceanógrafa Kalima Jones, y la práctica del arte.

«Conozco el infierno», declaró Mandíbulas. «Por eso en el refugio trabajaremos contra las drogodependencias».

El refugio se financiará con aportaciones de voluntarios y la venta de arte creado por Mandíbulas Bruce.

«En el mar hay demasiada basura, pero, a veces, objetos vulgares se vuelven bellos por la combinación de luces y sombras», declaró Mandíbulas. «Soy el sucesor de Duchamp y Picabia», sonrió.

Conocidas son sus obras: *Rumbo* y *Tardeando*, ahora en colecciones privadas.

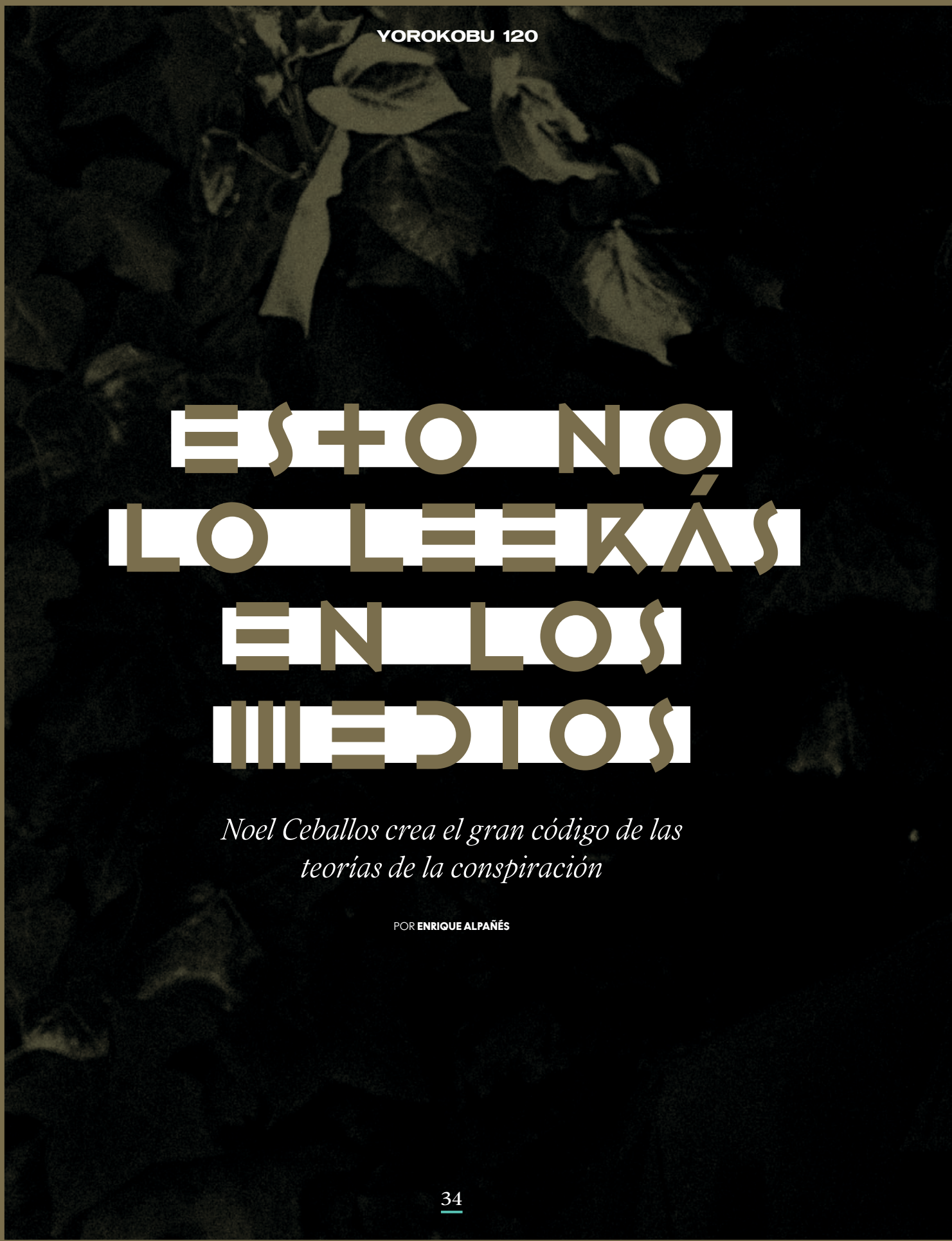
En *Rumbo,* 1.001 botellas de plástico componen un *collage* que simula una carta marina.

En *Tardeando,* un tanque de agua acoge un coral que simula ser una persona en un sofá comiendo una auténtica bolsa de patatas fritas.

Finalmente, Mandíbulas anunció que presentará *Vida (no tan) salvaje,* programa divulgativo para televisión.

«Pretendo concienciar al público. Los tiburones, los pulpos gigantes, las orcas... tenemos una fama injustificada», ha dicho Mandíbulas. «En las fiestas de Hollywood me decían: "Oh, qué simpático es usted". Y bueno, ustedes están aquí y no me he comido a ninguno».


VICTIMA



ESTO NO LO LEERÁS EN LOS MEDIOS

Noel Ceballos crea el gran código de las teorías de la conspiración

POR **ENRIQUE ALPAÑÉS**



PARA TEORÍA DE LA CONSPIRACIÓN, la de este libro. El periodista y escritor Noel Ceballos estaba preparando un ensayo sobre el pensamiento conspiranoico. Se estaba documentando sobre unas ideas que flotaban en los márgenes de la sociedad, pero que empezaban a tener cada vez más peso. Era diciembre de 2019 y el mundo estaba a punto de cambiar. A medida que escribía, los acontecimientos se agolpaban en el televisor. Un virus nos encerró en casa y la gente se volvió loca. Algunos empezaron a pegarse monedas en la piel, otros salieron a la calle a quemar nieve y los más envalentonados asaltaron el Capitolio. El pensamiento conspiranoico pasó de los tuits a los titulares. Ceballos asegura que todos estos acontecimientos han sido casuales y que no corresponden a un plan orquestado para vender más ejemplares de El Pensamiento Conspiranoico, su último libro. De hecho, lamenta, la realidad hizo que cambiara su idea de hacer un compendio cronológico de estas teorías y que decidiera saltar del pasado al presente. Del terraplanismo, a los illuminati, de Franco al Pizzagate, de Bill Gates a la Revolución francesa. A pesar de estos saltos temporales, se percibe en las ideas que describe este libro una coherencia y linealidad que asustan. Al fin y al cabo, como dice Ceballos en su obra, «Quanon es la versión pop y posmoderna de *Los protocolos de Sión*». La historia no se repite pero rima. Sus mentiras también.

Eres periodista, trabajas en un medio oficial y acabas de publicar un libro llamado *El pensamiento conspiranoico*. No sé si ya te has convertido en un pequeño Bill Gates a escala nacional...

Todavía no, todavía no. Tampoco me interesa demasiado la gente que cree en las conspiraciones. Me interesa la conspiración en sí. No quiero saber por qué la gente concreta cree, sino cómo existen todas estas conspiraciones, cómo circulan de país en país y de década en década. Y qué es lo que nos dicen sobre los miedos y las ansiedades de cada momento temporal concreto. Muchas veces las conspiraciones son una metáfora de una serie de miedos y ansiedades que están latentes en la sociedad. Se les da forma a través de grandes invenciones causadas por quimeras colectivas que son las conspiraciones.

¿Somos las mentiras que nos contamos?

Y las que nos creemos. Porque no todo el mundo que participa en la creación del pensamiento conspiranoico cree en él. En la actualidad hay gente que lo sigue de forma irónica y otros que son verdaderos creyentes. Son, digamos, los dos modos de abordarlo. Hay quienes lo hacen desde un punto de vista casi antropológico. Y quienes de verdad creen en esto y creen que la versión oficial de las cosas es una mentira que nos cuentan desde el poder para mantenernos mansos y adormilados. La conspiración es, por lo tanto, una herramienta a través de la cual se accede a la verdad.

Tendemos a pensar que las teorías de la conspiración son cosa del presente, pero en tu libro haces un compendio histórico citando varios libros que podrían considerarse algo así como las Biblias de la conspiranoia.

Más bien una gran biblioteca. Antes de que existiese Internet ya había memes, había mensajes que se hacían virales. *Los protocolos de los sabios de Sión* [libelo antisemita publicado en 1902 para justificar la persecución de los judíos en la Rusia zarista] fue viajando de país en país. En cada lugar donde se publicaba, se le añadían una serie de particularidades o modificaciones locales. Esta es una de las principales características de un meme, que va alterando su composición para adaptarse al contexto. A partir de la Revolución Francesa, que es cuando empieza realmente el pensamiento conspiranoico, empiezan a proliferar este tipo de libros. Y siguen evolucionando hasta ahora. Hoy también hay literatura conspiranoica, en Amazon la puedes encontrar muy fácilmente. Pero lo literario ya no es el soporte principal. El soporte principal son las redes sociales.

Y ahí radica en parte su éxito, ¿no?, porque aunque los libros tengan potencial memético, un tuit siempre va a ser más viral que un libro

Exacto. Y aún más, un vídeo. Ahora mismo YouTube es una de las grandes plataformas de difusión del pensamiento conspiranoico. El hecho de que este se transmita por la red tiene otras consecuencias. Por ejemplo, lo hace más cacofónico. No hay una verdad oficial y consensuada. No nos ponemos de acuerdo en los hechos, ni siquiera porque

vivimos en la era de la desinformación, de las *fake news*, de las cámaras de eco. No hay una monocultura. Hay pequeñas culturas, pequeños grupos de interés. Cada uno tiene su forma de entender las noticias y su cosmovisión. En el pensamiento conspiranoico no hay un relato hegemónico, una cosmovisión hegemónica. Ahora circulan teorías de la conspiración que, en el fondo, son diferentes formas de interpretar el mundo.

La forma es distinta, pero el fondo no tanto. ¿Cómo ha llegado, por ejemplo, *Los protocolos de los sabios de Sión*, hasta nuestros días? ¿Cómo se ha ido transformando ese meme hasta llegar al pensamiento conspiranoico actual?

Pues de una forma no tan evidente. En el odio a George Soros [un inversionista y filántropo estadounidense de ascendencia judía]. Mucha gente que odia Soros no se da cuenta de que todo lo que subyace detrás es puro antisemitismo. Digamos que esas huellas se han cubierto. Ahora se identifica a Soros como la cara visible de una élite supuestamente progresista, pero que, en realidad, lo que quiere es dominar el mundo y crear un robo social. Esta idea es la misma que propagaban antiguos libelos y rumores conspiracionistas que se le achacaba a la comunidad judía a principios del siglo XX. Y que acabó desembocando, como todos sabemos, en el horror del Holocausto. Ahora ya nadie es antisemita de una forma explícita y evidente. Pero hay muchísimas corrientes conspiranoicas que siguen teniendo ese antisemitismo inherente, posiblemente invisible incluso a sus propios ojos. Han creado un personaje de ficción que es este George Soros que describen en libros y que no tiene nada que ver con el original, es más parecido a supervillanos o genios del mal.

Supervillanos como Moriarti, a quien citas en el libro como un personaje que ha influido mucho en la creación colectiva de estos mitos. ¿Qué importancia tiene la ficción en la creación de los relatos conspiranoicos?

Hay un doble trasvase. Muchas conspiraciones están basadas en ficciones. En películas o en novelas como *El código Da Vinci*. Estas sociedades secretas que supuestamente gobiernan el mundo tienen mucho de Spectra, el grupo de villanos de la saga de James Bond. O de Hidra, los malos de Marvel. Pero al mismo tiempo, estas ficciones también se inspiran en la conspiranoia de cada momento. En la última película de James Bond, que trata precisamente sobre Spectra, vemos una reunión de este grupo de malvados y su puesta en escena está hecha a imagen y semejanza de los rumores que escuchamos sobre cómo es el Club Bilderberg o los illuminati. Es como este dibujo de Escher en el que una mano dibuja la otra. Las conspiraciones se nutren de la ficción y las ficciones se nutren de la conspiración. Están siempre dialogando entre ellas.

En la nueva temporada de la saga conspiranoia, hay un nuevo supervillano: Bill Gates. Arrancas el libro hablando de él. ¿Qué es lo que ha pasado? ¿Cómo alguien con su fama, con su aspecto, ha pasado a convertirse en el hombre más malvado del mundo?

Bueno, es que Bill Gates demostró un interés por los virus muy temprano. En 2015 dio una TED Talk sobre la guerra bacteriológica. Dijo que la Tercera Guerra Mundial no se lucharía con armas, sino con virus. Y dedicó mucho dinero a investigar sobre vacunas. Él ya preveía que podía ser un problema a medida que el mundo se iba complejizando, y al final tuvo toda la razón. Cuando llegó la pandemia y llegaron los confinamientos, mucha gente se encontró con una situación imposible de racionalizar. Era algo que no tenía precedentes, que nos dejó en casa en muchas ocasiones solos, con mucho tiempo para pensar, viendo y viviendo auténticas tragedias a nuestro alrededor. Todo eso es un caldo de cultivo perfecto para la conspiranoia, porque lo que te lleva es a buscar culpables. Y Bill Gates es un culpable perfecto por esa similitud con las ficciones de la que hablábamos. Si esto fuera un *thriller*, si fuera un *best seller* de Dan Brown, ¿quién sería el auténtico responsable? Pues el multimillonario que empezó a hablar de la guerra bacteriológica hace cinco años. O sea, él mismo: creó el veneno y también creó la cura para su beneficio personal. Es una explicación atractiva y, sobre todo, sencilla. Y estamos hablando de solucionar un problema que no tiene explicaciones sencillas ni atractivas.

Gates predijo muchas cosas, pero nadie ha sabido ver el futuro como *Los Simpson*...

Y por eso hay una teoría de la conspiración sobre cómo adivinan el futuro, pero nadie se la toma demasiado en serio. Yo creo que sus creadores tienen tanta lucidez que muchas veces aciertan. Y la experiencia humana completa, o al menos toda la experiencia de la modernidad, está contenida en *Los Simpson*. En siglos pasados, la gente tenía un referente común que era Shakespeare. Y en las obras de Shakespeare estaba contenida toda la experiencia humana. Y cuando ponían un ejemplo de ficción para explicar algo que estaba ocurriendo en la vida real, recurrían a sus libros porque ahí estaba todo. Pues ahora ese esperanto cultural lo han colonizado *Los Simpson*. Por eso nos sirve para explicar de manera muy sencilla acontecimientos que suceden en nuestras vidas. Como todos compartimos ese código, por así decirlo, se entienden muy bien.

De los Simpsons a Franco: ¿Fue el dictador un conspiranoico?

Ja, ja, ja. Sí, lo fue. Para las dictaduras, la conspiración es una herramienta increíblemente útil. Y Franco la usó. Detectó quiénes eran sus enemigos personales: el comunismo, la masonería y los judíos. Y los juntó en una misma entidad, en una gran conspiración judeomasónica-comunista. Así la llamaba. Y aseguraba que no eran solamente sus enemigos personales, sino que los extendió hacia todo el pueblo español. Eran los enemigos de la nación. Era una confabulación internacional obcecada en hacer daño a España e impedir que España alcanzase su grandeza. Eso resulta muy útil porque es la idea de un enemigo exterior. Si lo que quiere es cohesionar a un país, más con la autarquía en las que estaba el franquismo en sus primeras décadas, pues qué mejor que proponerles un modelo de ellos contra nosotros. Y ellos era una hidra tan grande, de tantas cabezas y tan descomunal que no había más remedio que unirnos todos e impedir que ese enemigo exterior nos detuviera. En este sentido, Franco usó la conspiranoia a su favor, como tantos otros dictadores. Pero nadie lo hizo de una forma tan obvia y evidente, casi diría tan ejemplar para los propósitos de este libro, como Franco. Escribió panfletos conspiranoicos con pseudónimo. Se hacía llamar Jakim Boor, como para insinuar que no lo decía un español, sino una eminencia internacional en el tema de la conspiración.

El contexto histórico es muy distinto, pero ¿hasta qué punto puede el pensamiento conspiranoico infiltrarse en las esferas de poder como ha sucedido con Trump?

Donald Trump es la evolución de esa misma raza, es el conspiranoico en jefe. Fue el primer presidente de Estados Unidos no solo abiertamente conspiranoico, sino que a través de su órgano de comunicación oficial, que era su cuenta de Twitter, daba pábulo semanalmente a teorías de la conspiración. Diseminaba información falsa en contra de los enemigos de la nación, que eran, curiosamente, también sus enemigos personales.

Es extraño, porque lo normal para el pensamiento conspiranoico es que los enemigos estén en Washington, que la Casa Blanca sea un nido de víboras, pero aquí es todo lo contrario. Es un presidente de Estados Unidos el que estaba asegurándose de que esas conspiraciones no llegaran al pueblo. Es lo que a mí me gustaba bautizar como una conspiración benévola. Lo que decían era «parece que Donald Trump no está haciendo nada contra la cábala de satanistas que ha tomado el control del Partido Demócrata, pero en realidad sí. Lo que pasa es que no lo pueden hacer abiertamente. Está trabajando en secreto contra el Partido Demócrata». Luego hay una conspiración, sí, pero sorprendentemente benévola.

Cuando hablamos de conspiranoicos, todos pensamos en Miguel Bosé, que mencionas también en el libro. No sé si podría ser un arquetipo de conspiranoico o si hay un arquetipo, si hay un perfil más o menos claro.

Lo interesante, lo preocupante de estos últimos meses es que ha convertido en conspiranoicos a gente que jamás sospecharías que se iba meter en esta madriguera de conejo. Así pues, yo creo que ya no hay. Las conspiraciones están demasiado extendidas. Yo lo veo más como un virus mental que ni siquiera nosotros sabemos cuándo lo vamos a coger.

¿Y las vacunas contra el virus, en este caso, no funcionan?

Es complicado porque el pensamiento conspiranoico es la sospecha y la duda de todo; en el momento en el que empiezas a sospechar de que los medios de comunicación *mainstream* están mintiendo. De que están dominados en la sombra por poderes ocultos que nos tienen comprados y que, por tanto, los utilizan como órganos de difusión de sus mentiras. ¿Cómo se sale de eso? Cuando pones en duda la realidad más tangible, es muy difícil salir, volver atrás. No es imposible. Yo lo comparo mucho con las sectas. No se puede salir de una secta. Es como ponerse unas gafas. Una vez te las pones, todo lo que ves, todo lo que experimentas, está tamizado por ese marco. Y ya es muy difícil quitarte esas gafas.

Y muy fácil ponértelaa. Pensar que alguien nos pone la pierna encima, como diría Jorge de Gran Hermano. O que una mano negra nos ha traicionado, como decía Isabel Ayuso con el escándalo de su habitación en el RoomMate. ¿Por qué narras estas historias, digamos, más chiquititas, menos extremas, en tu libro?

Es una forma de ir de lo más particular o cotidiano a lo macro, a las claves para dominar el mundo. Con estos ejemplos se puede entender qué procesos mentales realizamos habitualmente que tienen ya el germen del pensamiento conspiranoico. El pensar que todo lo malo que nos sucede es por obra de nuestros enemigos, de alguien que nos quiere hacer mal en lugar de asumir nuestra propia responsabilidad. Eso es el primer paso hacia empezar a creer que realmente las manos negras dominan el mundo. Y que nosotros, como sociedad, no paramos de experimentar desgracias porque hay un plan detrás matemáticamente trazado por gente interesada en conducirnos por un lado o por otro. La alternativa es asumir que estamos en manos del caos y de la arbitrariedad y de la torpeza y de la confusión, que son un poco los motores del mundo moderno. Pero resulta más tranquilizador pensar que hay un plan, aunque sea malvado. Pero un plan al fin y al cabo.

«...TODA LA EXPERIENCIA DE LA MODERNIDAD, ESTÁ CONTENIDA EN LOS SIMPSON. EN SIGLOS PASADOS, LA GENTE TENÍA UN REFERENTE COMÚN QUE ERA SHAKESPEARE. Y EN LAS OBRAS DE SHAKESPEARE ESTABA CONTENIDA TODA LA EXPERIENCIA HUMANA. Y CUANDO PONÍAN UN EJEMPLO DE FICCIÓN PARA EXPLICAR ALGO QUE ESTABA OCURRIENDO EN LA VIDA REAL, RECURRÍAN A SUS LIBROS PORQUE AHÍ ESTABA TODO. PUES AHORA ESE ESPERANTO CULTURAL LO HAN COLONIZADO LOS SIMPSON»

HISTORIA DIBUJADA

REFRESCARSE EN LA ERA PREVENTILADOR

TEXTO: GEMA LOZANO

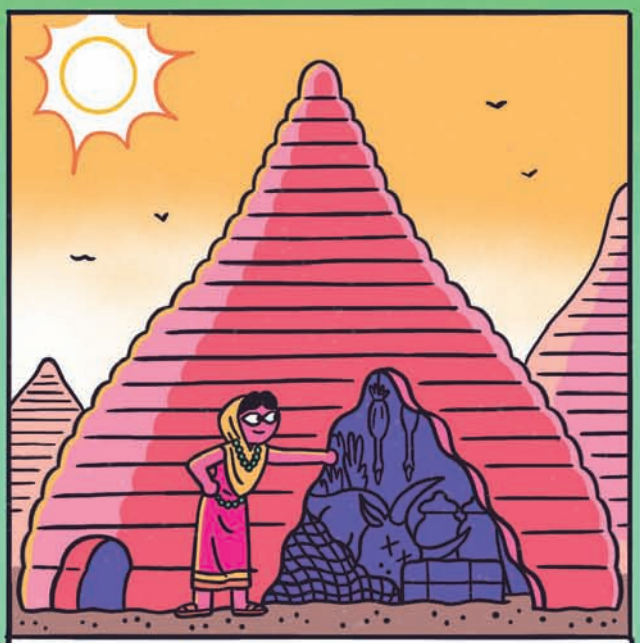
ILUSTRACIONES: YIME



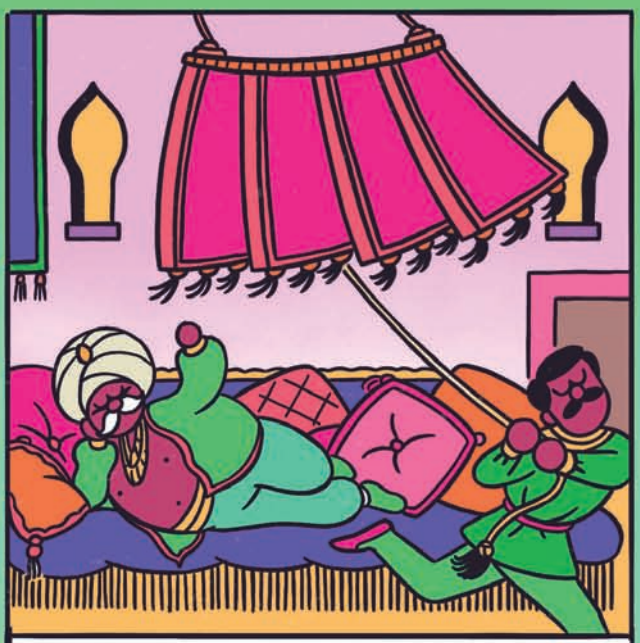
EN LAS CASAS DEL ANTIGUO EGIPTO COLGABAN ROPA Y ESTERAS MOJADAS EN LAS PUERTAS. AL SOLTAR AIRE, LA HUMEDAD DESPRENDIDA REFRESCABA EL AMBIENTE.



TAMBIÉN DE EGIPTO ERAN ORIGINARIOS LOS FLABELOS, ALGO ASÍ COMO UNOS PAIPÁIS GIGANTES CON MANGO ALARGADO QUE SE POPULARIZARON TAMBIÉN ENTRE GRIEGOS Y ETRUSCOS.



EN PERSIA ERAN FRECUENTES LOS YAKHCHAL, CONSTRUCCIONES CON FORMA DE CONO INVERTIDO PARA PRODUCIR HIELO Y CONSERVAR EN ELLOS LOS ALIMENTOS. LOS ANTEPASADOS DE LOS FRIGORÍFICOS.



LOS ABANOS, UNA ESPECIE DE ABANICOS GIGANTES QUE SE COLGABAN DEL TECHO, ERAN LOS VENTILADORES DE LOS MÁS PUDIENTES EN LA INDIA Y ALGUNOS PAÍSES ÁRABES. LOS CRIADOS SE ENCARGABAN DE MOVERLOS MEDIANTE UN SISTEMA DE POLEAS.



YA EN EL 2000 A.C. LOS CHINOS CONOCÍAN LOS HELADOS. GRACIAS A MARCO POLO, EL RESTO DEL MUNDO DESCUBRIÓ SU RECETA A PARTIR DEL SIGLO XIII.



Y HOY, PESE A CONTAR CON AIRE ACONDICIONADO, HAY QUIEN, CUANDO EL CALOR APRIETA, SIGUE TIRANDO DE BOTIJO.

A LA CONQUISTA DEL TIEMPO LIBRE: UNA HISTORIA DE LAS VACACIONES

POR **LUCÍA MOS**

El descanso es un derecho labrado poco a poco a lo largo de los siglos. Hoy en día, la precariedad y el trabajo digital imponen nuevas dificultades para desconectar

LA VIDA SON DOS DÍAS y uno es lunes. Hubo un tiempo en que ni eso: en el pasado, con cada amanecer despuntaba una nueva jornada de trabajo, y no existía la opción de aferrarse al fin de semana o a un día de asueto para romper con la rutina. En algunos lugares del mundo, el descanso ni siquiera es un derecho actualmente. Las vacaciones son un invento y, como todo invento, tienen su propia historia.

JULIO Y AGOSTO: EGO, CALOR Y RELAX

Los antiguos romanos fueron los primeros en darse un respiro del trabajo. En el siglo VI antes de Cristo, Tarquinio el Soberbio, último rey de Roma, tuvo la bondad de conceder un día libre anual a los esclavos durante las ferias latinas de abril, en las que se rendía homenaje al dios Júpiter. Cinco siglos más tarde, Julio César y su hijo adoptivo Augusto trasladaron estas fiestas al verano y firmaron con sus nombres los dos meses del año que todavía hoy identificamos con el ocio y el descanso.

Los emperadores y los patricios romanos también fueron pioneros en pasar los días de calor en villas alejadas de la ciudad donde se dedicaban a relajarse. Es del verbo latino *vacare* (que significa estar vacante u ocioso) de donde procede la palabra *vacaciones*.

VACACIONES POR FARDAR

La Edad Media quedó para el recuerdo como un momento de mucho trabajo y poca diversión, pero el cristianismo imperante dio alas a la peregrinación religiosa: los fieles salían de casa para visitar Roma, Jerusalén y Santiago de Compostela. El turismo medieval derivó luego en el largo viaje llamado *Grand Tour* que hacían nobles y burgueses entre los siglos XVI y XIX para darle carpetazo a su educación universitaria.

A la devoción y la cultura se sumó una tercera razón por la que practicar ese turismo primigenio: el postureo. En los estados italianos del siglo XVIII se puso de moda irse de vacaciones en verano para presumir ante los vecinos, según dicen María y Laura Lara, profesoras doctoras de Historia, escritoras ganadoras del Premio Algaba y académicas de la televisión. «Los ciudadanos consideraban inconcebible quedarse en la ciudad durante el verano», cuentan. «Había un pique entre las familias por ir a la mejor villa, no solo por pasarlo bien, sino por lo que pensarían de ellos los otros burgueses o aristócratas».

A mediados de siglo, las vacaciones se popularizaron entre quienes podían permitirse desaparecer unos días en el balneario, la playa y la montaña para cuidar de su salud: los beneficios terapéuticos del aire libre motivaban a los ricos a hacer las maletas. En el siglo XIX, la realeza se apuntó al plan del veraneo y las clases más humildes hicieron lo propio cuando la expansión del ferrocarril facilitó los desplazamientos a precios asequibles.

LA LEY DEL DESCANSO

El derecho a las vacaciones pagadas se planteó por primera vez en el siglo XX. Algunos países, como Finlandia, Austria o Suecia, lo introdujeron en su legislación en los años 20, y España instauró un permiso de quince días libres al año para los funcionarios públicos en 1918.

Por fin, el Gobierno de la Segunda República Española estableció siete días de descanso remunerado para todos por medio de la Ley del Contrato del Trabajo, aunque fueron pocos quienes pudieron disfrutarlos.

En 1936 Francia aprobó dos semanas de asueto para todos los trabajadores. Y dos años más tarde, durante la Guerra Civil española, el régimen franquista legisló sobre las vacaciones en el Fuero del Trabajo de 1938, pero sin detallar su duración. En 1944 España recuperó sus siete días libres y en 1948 las Naciones Unidas recogieron las vacaciones periódicas pagadas en su Declaración de los Derechos Humanos .

Con el fin de la Segunda Guerra Mundial, las vacaciones se generalizaron entre la población. Y en los años 60, en pleno desarrollismo franquista, los españoles pusieron rumbo al pueblo, al campo o a la costa a bordo de sus SEAT 600.

El Estatuto de los Trabajadores actual contempla un mínimo de 30 días naturales de vacaciones, una cifra que sitúa a España por encima de la media en lo que a descanso del trabajo se refiere. En este ranking salen perdiendo los países asiáticos y americanos. China y Estados Unidos son los peores parados: las empresas no tienen la obligación de conceder ningún día de vacaciones a sus empleados.

LOS DÍAS LIBRES: ¿UN PRIVILEGIO?

El panorama laboral de los últimos años, herido por las crisis económicas y la precariedad, sitúa a los trabajadores en una posición vulnerable que complica el ejercicio y la reivindicación de derechos que se daban por supuestos, como el de las vacaciones.

Alejandro del Río, abogado laboralista y miembro de la dirección del sindicato Comisiones de Base (co.bas) de Madrid, conoce bien las discrepancias entre empresarios y empleados en torno a las vacaciones, y detecta con facilidad las tretas administrativas que menoscaban el descanso de los trabajadores (contratos fijos discontinuos, un uso deshonesto del ERTE, etcétera). En su opinión, que estos casos tiendan a solucionarse con acuerdos económicos entre las partes solo sirve para ponerle parches a un sistema defectuoso.

«El derecho al descanso tiene que ser uno de los pilares fundamentales de los derechos de las personas trabajadoras. Sin él, estaríamos abocados a trabajar siempre más y más, cumpliendo con las exigencias del mercado», dice el abogado.

OFICINA EN EL MÓVIL Y WI-FI EN LA PLAYA

En la era de los *smartphones* y del teletrabajo, la vida personal y la laboral se enmarañan hasta un punto en el que cuesta distinguir dónde acaba una y empieza la otra. La lucha por el descanso hoy se libra en un campo de batalla poco conocido: el de la desconexión digital. La Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales de 2018 permite que se pueda soltar el móvil y cerrar el portátil al fin de la jornada, un derecho que en la práctica resulta bastante escurridizo. «La ley te ampara, pero si desconectas, te estás señalando como el que no coge el teléfono», advierte del Río. Y eso puede tener represalias, como un mal clima laboral o incluso un despido disimulado con otras causas. A raíz de la creciente tendencia a trabajar desde casa, también han surgido nuevas costumbres como el *worktation* (trabajar desde el destino de vacaciones) o el *flexiworking* (trabajar sin horarios) que, pese a su intención de ofrecer una mayor libertad al trabajador, ponen en jaque la posibilidad de una desconexión efectiva y reparadora.

EL DERECHO A NO HACER NADA

Para las historiadoras Lara, esta nueva realidad tiene su lado bueno. «Ese *shock* de la vuelta al trabajo en septiembre se hace menos cuesta arriba. Avanzaremos hacia unas vacaciones de menos descanso neto, pero con un menor impacto de la vuelta al trabajo». Del Río, por el contrario, piensa que no debemos conformarnos con estas vacaciones a medias. «La lógica capitalista nos exige cada vez más tiempo de trabajo. El futuro de estos derechos va a pasar por la capacidad que tengamos de organizarnos para su defensa». Hay argumentos de todo tipo en pro las vacaciones: profesionales (el descanso mejora la productividad), medioambientales (el planeta necesita que rebajemos la hiperproducción y el consumo exacerbado), psicológicos (los días libres reducen el estrés) y puramente hedonistas: trabajar menos significa vivir un poco más.

CENAS EN VERANO

/'se.nas ɛ̃m bɛ.'ra.no/

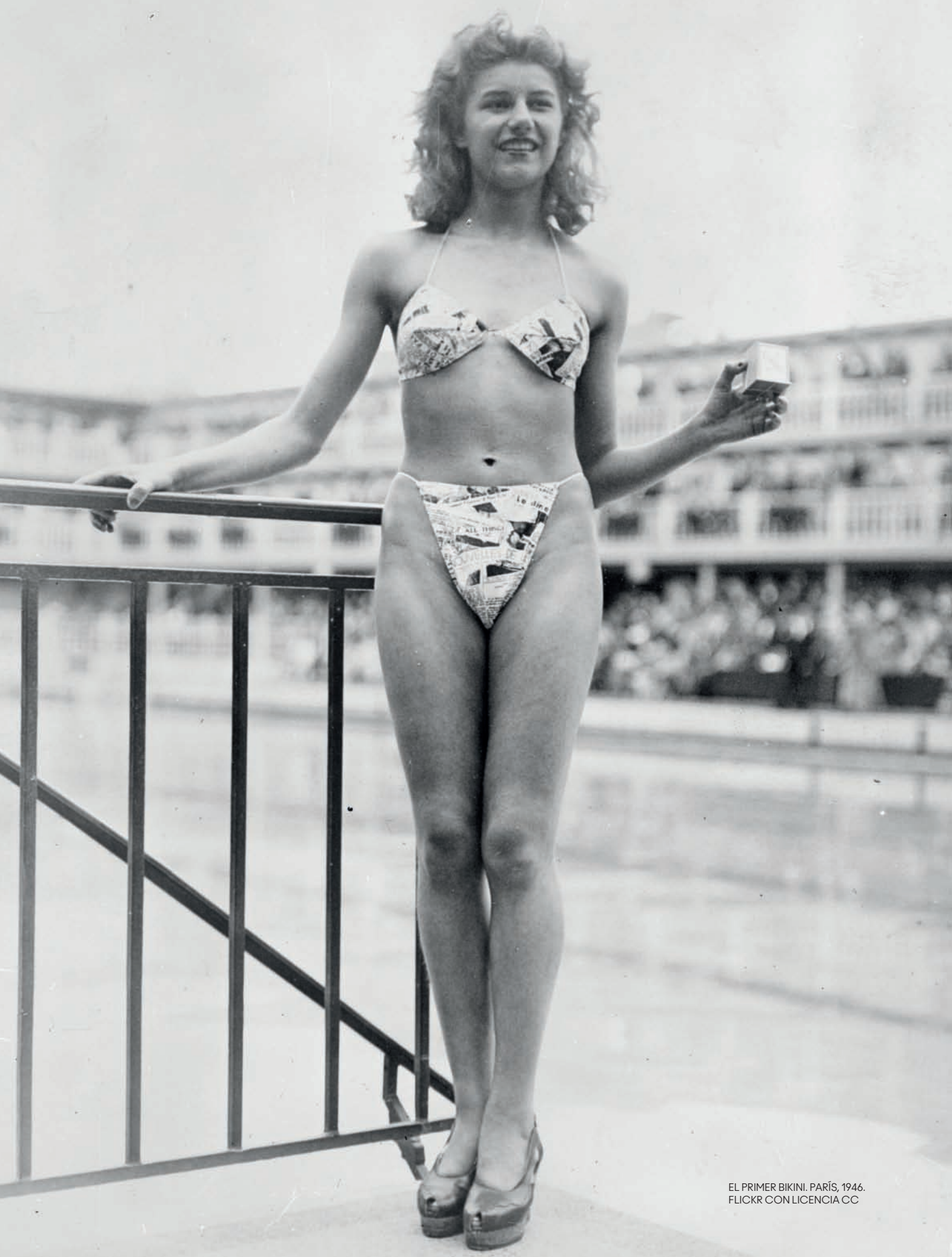
Un platito de jamón, un vino blanco bien frío y la sobremesa en verano, que se alarga hasta la madrugada.



ENRIQUE TOMAS
★★★★★

Disfruta del mejor jamón en casa.
-10% en toda nuestra web con el código: **YOROKOBU**

Descuento no acumulable a otras promociones. Válido hasta 31/8/21



EL PRIMER BIKINI. PARÍS, 1946.
FLICKR CON LICENCIA CC

EL bikini, La explosión nuclear que sacudió La moda y La sociedad deL siglo XX

POR **ELEONORA MONTANARI**

CORRÍA EL MES DE JULIO de 1946 cuando se detonó una bomba atómica en el atolón Bikini para estudiar su efecto en los barcos militares.

Y también era julio de 1946 cuando Micheline Bernardini, *stripper* del Casino de París, desfiló por primera vez con un escandaloso bikini —ninguna modelo estaba dispuesta a lucir una prenda que cubría tan poco— en un concurso de belleza que tuvo lugar en la icónica piscina Molitor.

El lanzamiento del bikini fue como una explosión, y su onda expansiva empujó de repente a hombres de todo el mundo a tomar lápiz y papel y escribir cartas de felicitación y, al menos, un centenar de propuestas de matrimonio a Micheline Bernardini. El bañador más pequeño jamás concebido hasta entonces fue obra de **Louis Réard**, un exingeniero automovilístico que había dejado su trabajo para dedicarse a la tienda de lencería que heredó de su madre. ¿Pero qué fue lo que encendió la mecha de la idea original y le llevó a diseñar la atrevida creación?

Por lo visto, Réard era un habitual de las playas de Saint-Tropez, y allí se había fijado en cómo las mujeres que tomaban el sol se enrollaban los bordes de sus trajes de baño para intentar conseguir un bronceado más uniforme. Y también parece ser que a Réard le llamó la atención el Atome, un traje de baño presentado

por otro diseñador, Jacques Heim, cuyo nombre ponía el énfasis en su reducido tamaño: fue el primer traje de dos piezas anunciado como el traje de baño más pequeño del mundo. La creación de Heim era ceñida para los estándares de la época, pero aún cubría el ombligo, el centro del mundo, del eros y la feminidad. Réard decidió reinterpretar esa prenda y crear algo aún más atrevido. *Et voilà:* cuatro triángulos de tela estampada con un motivo inspirado en la portada de un periódico, porque su creación se merecía los titulares escandalizados de los diarios más importantes del mundo. Y, por si fuera poco, hizo volar avionetas por el cielo con unas pancartas en las que se podía leer el eslogan *Plus petit que le maillot de bain le plus petit au monde, es decir Más pequeño que el bañador más pequeño del mundo*

El bikini que lució la *soubrette* Micheline Bernardini le quedaba de maravilla, pero era demasiado atrevido para la época —el Vaticano se opuso con dureza, lo calificó de pecaminoso e inmoral, y se prohibió su uso en España, Portugal, Italia, Bélgica y Australia—, y durante casi una década no consiguió entrar en los armarios femeninos.

Pero, de repente, apareció un nuevo icono, Brigitte Bardot. Bella y sensual, con ella las cosas empezaron a cambiar. Brigitte Bardot lució un atrevido bikini en la gran pantalla en la película *Y Dios creó a la mujer* (1956), *film* que supuso el lanzamiento definitivo de tres mitos: el de Saint-Tropez —lugar que se convertiría en el emblema de la Costa Azul—, el de Brigitte Bardot y el del bikini. Sí, porque quizás si ella no se lo hubiera puesto, tal vez nadie habría hablado de aquella diminuta prenda. De repente, todas las divas del cine comenzaron a llevar bikinis. Un bombardeo de imágenes en toda regla, un aumento exponencial de las apariciones en la gran pantalla y en la televisión que fue acompañado por las notas pegadizas y martilleantes del éxito de ese verano: *Itsy Bitsy Teenie Weenie Yellow Polkadot Bikini,* de Brian Hyland.

El icónico dos piezas se convirtió en un símbolo de la cultura pop y de la revolución sexual de la década de 1960, apareció en las portadas de revistas como *Playboy* y *Sport Illustrated* y cuando la empresa de Réard cerró en 1988, el bikini se había tomado su revancha, convirtiéndose en el modelo de traje de baño más vendido en Estados Unidos.

El bikini, la *première bombe anatomique,* creación explosiva y provocación lanzada por un sastre junto a la icónica piscina Molitor, logró abrirse camino, a pesar de las polémicas, de las quejas y de la censura. Y, poco a poco, consiguió eclipsar a ese atolón y a las infames pruebas nucleares estadounidenses.

las muns

THE 'HEART-MADE' EMPANADA

EMPANADAS HECHAS CON EL CORAZÓN



LASMUNS.COM



¿QUÉ HABRÁ TRAS LA MÁSCARA?

EL VERANO NOS PONDRÁ DE NUEVO FRENTE A FRENTE SIN MÁSCARAS. BUENO, SIN MÁSCARAS FÍSICAS

POR **ANTÓN PRIETO**

Felices de que la ciencia haya ido resolviendo con rapidez el latigazo universal del último virus que la economía todavía no generalizó, en el primer mundo saltamos exultantes al encuentro de un verano en el que poco a poco iremos conquistando la llamada normalidad. Que si es normalidad es la vieja, la de siempre, la de los pecados capitales y los goles del Betis, la del rioja con aroma a madera de boj y la de las colas del hambre a las puertas de las monjas.

«NECESITO TOCARTE»

Llegamos este verano a la era pospandemia, pero, sobre todo, al ansiado momento posmascarilla, ese bozal inmundo que nos salvó la vida tapándonos la cara. Es un misterio lo que haremos con nuestras ansias desatadas, con nuestras ganas de tocarnos, con la necesidad de besarnos, de reconocernos, de volver a follar como antes y no solo con la mirada de deseo. De preguntarnos qué nos ha pasado, al tiempo que brindamos con el mismo cóctel que años atrás, en la misma terraza del mismo hotel.

«FUERA MÁSCARAS»

Todo indica que pasaremos el verano sin máscaras sanitarias, de tela o nuestra amiga FFP2. Ya había una cierta costumbre de tratarlas como un complemento más. Incluso *freaks* de la tecnología nos sirvieron lunáticas fórmulas para proteger nuestra laringe. Fuera máscaras, gritó Simón iluso y feliz. Fuera máscaras físicas. Quedémonos con las de antes. Las del protocolo, la buena educación, la hipocresía o la formalidad. Regresemos al paraíso de las sonrisas falsas y los orgamos fingidos, la frialdad estudiada o la represión pasional.

«ESTO NO SE ACABA»

«Habrá quien salga como toro por chiquero, pero también quien conserve casi intacto su miedo o quien vaya con prudencia, poco a poco», nos dice Borja Rodríguez, psicólogo especializado en relaciones personales. «La mascarilla es

como un recordatorio de que esto todavía no acabó, pero cuando ya no sea necesaria nos faltará algo que actuaba como símbolo de una situación delicada».

«SALDREMOS MEJORES»

Empezamos a leer testimonios que apuntaban a que la pandemia nos haría mejores. «Fue una oportunidad que tuvimos de parar y enfrentarnos cada persona a nuestras propias mierdas, un momento inédito que pudimos haber aprovechado para analizarnos y tomar algunas decisiones, pero para mucha gente fue como las dietas, que las empezamos con ahínco, pero las vamos dejando para entregarnos de nuevo a nuestras rutinas», apunta Borja.

«IGUALES ANTE EL VIRUS»

Alguna gente imaginó que limaría las asperezas de un mundo tan de ricos y pobres, puesto que el virus nos situaba a todos ante su mortífera amenaza. Pero los barrios del sur, por ejemplo en Madrid, aportaron más cadáveres que los del norte. Eso no lo cambiará ninguna euforia liberadora.

«REGRESAREMOS AL EQUILIBRIO»

Borja Rodríguez habla de que podría producirse un fenómeno de polarización. Como si las restricciones nos situasen en el extremo de una cuerda y, al liberarnos de ella, nos pasásemos rápidamente al otro lado, tardando cierto tiempo en regresar al centro, que era donde estábamos en marzo del 19, cuando empezó todo. «Cada persona generará su propio equilibrio, pero, sin duda, habrá gente a la que se le vaya de las manos la situación y exagerarán la euforia; como, de hecho, ya se empieza a ver en las redes sociales, que nos muestran muchas personas ya con sus viajes y sus fiestas, como si todo hubiese acabado».

«ME ACOSTUMBRÉ AL NIDO»

La situación generó también el efecto contrario. El psicólogo cuenta que es más frecuente de lo que parece el prototipo

de persona que se acostumbró a una rutina más intimista, más doméstica, con menos contacto social. «Gente que se sintió genial en el nido, sin tanta caña, sin tanta terraza, que incluso pueden llegar a concebir el medio exterior como hostil».

«¿LE FAVORECERÁ LA MÁSCARA?»

Durante este carnaval tristón y decadente dejamos de ligar por la calle, incluso reprimimos nuestros sanos pensamientos impuros porque no sabíamos si a la otra persona le favorece o no la máscara. El misterio nos separa bastante de nuestros hábitos de seducción. Hay que ver si la inflación de videollamadas de Tinder vuelve a desinflarse, si los Grindr, Scruff y semejantes recuperan sus niveles de uso, si las ETS reaparecen... Y si, como nota Rodríguez, se confirma el dato de que la gente se empareja con más facilidad, quizá por la constatación de la soledad que muchas personas han experimentado.

HIPÉRBOLE DE LA LIBERTAD

¿Y qué piensa Borja Rodríguez del relato de la libertad en la pasada campaña madrileña? «Sin necesidad de entrar en valoraciones políticas, creo que es un argumento que toca sentimientos muy profundos, que se aprovecha de la fatiga pandémica, del cansancio de la gente, de las ganas de ser libres. Pero no es lo mismo volver a la normalidad que recuperar la libertad, porque la libertad solo estaba condicionada por una alteración sanitaria», apostilla.



RELATOS ORTOGRÁFICOS

POR **MARIÁNGELES GARCÍA**

Aquí no hay quien se separe

LA SUYA no era una relación al uso, de esas que bendice la Iglesia. Pero se empeñaron en quererse y acabaron casándose. Porque, además de retozar juntos (y con otros) bajo las sábanas, les gustaba un sarao más que comer con los dedos. Y en eso, en montar fiestones con final feliz para todos los invitados, eran los mejores. Tan bien se les daba que acabaron montando un club de *swingers* muy coqueto y oscuro a cuya inauguración invitaron a todos sus vecinos. «¿Y no habría sido mejor que tuvierais un hijo para terminar de sellar vuestra unión en lugar de esto?», se atrevió a preguntar la beata del cuarto derecha, que se santiguaba como si viera al demonio cada vez que los encontraba en la escalera. «¡Uf, qué va, doña Remedios! Los hijos, al contrario que el dinero, no se pueden dividir ni repartir».

De divisiones entre palabras cuando llegamos al final de una línea y no caben enteras vamos a hablar hoy. Y como el tema es largo, vamos al lío sin más preámbulos.

Regla principal: las palabras en español están formadas por sílabas y así deben cortarse, entre dos de ellas, cuando se llega al final de un renglón.

Las **vocales** son letras sociales que no gustan de quedarse solas. Por eso, cuando la primera sílaba de una palabra esté formada por una vocal, haz el favor y no la divorcies del resto plantándole en medio el guion divisorio (*abo-lengo* y no **a-bolengo*). *Excepto*oooooooo... si va precedida de una h, que, aunque es muda, hace compañía: *hi-dratante*. Tampoco puedes separar secuencias de dos o más vocales al final de línea, aunque las pronuncies en sílabas distintas (*suer-te* y no **su-erte* o *paí-ses* y no **pa-íses*). Por eso no puedes dividir de ningún modo *oíais* y *leíais*, por mucho que tengan tres sílabas. Si son **palabras prefijadas o compuestas,** puedes cortarlas separando sus elementos formativos, aunque te pases por el arco la separación silábica. *Reiniciar*, por ejemplo, podrá dividirse *re-iniciar* o *rei-niciar*. Pero, como toda norma que se precie, tiene **restricciones:**

- Debe reconocerse la palabra a la que se añade el prefijo: *in-estable* sí pero **in-erme* no (sería *iner-me*).
- En las compuestas, deben ser reconocibles los elementos del compuesto. O sea, podrás dividir *nos-otros* o *no-sotros*, pero no **boqui-abierto* porque *boqui* no existe en español.

Tampoco puedes separar **dígrafos** *(ll, ch, rr)* porque representan un único fonema (*ga-llina* y no **gal-lina*; *pe-rro* y no **per-ro* o *cacha-lote* y no **cac-halote*). Pero en el caso de *rr*, si se produce por unir un prefijo que acaba en r con una palabra que empieza por r (*hiperrealista*), sí puedes cortarlo en dos: *hiper-realista*.

La **letra x** es comienzo de sílaba ante vocal y final de sílaba ante consonante. Así pues, según la posición que ocupe, podremos cortar la palabra así: *fle-xionar* y *cone-xion*, pero *ex-tensión* y *ex-torsión*.

Y la última: **la h muda intercalada** no puede quedar a comienzo de sílaba, salvo cuando se trata de palabras prefijadas o compuestas. Si escribes **pro-hibición*, la RAE te dará una colleja. Pero sí te dará sus *bendisiones* si escribes *des-humanizado*.

Los divorcios, ya veis, son complicados (y más en verano, que hace demasiado calor). Mejor no os caséis.

KAOTIKO PHILOSOPHY

SLOW FASHION

SINCE 1999

DESIGNED & MADE IN BCN

SERI GRAPHY

100% RECYCLED BAG

STREETWEAR

LOCAL SUPPLIERS

kaotiko

WWW.KAOTIKOBCN.COM



El móvil mató a la consola portátil: el fabuloso fracaso de la PS Vita

POR **ENRIQUE ALPAÑÉS**

OBSERVAR A LA GENTE en el metro es un pasatiempo divertido. Hay quien les inventa una vida a los desconocidos, quien intercambia miradas y números de teléfono. Unos pocos se limitan a observar y aprender. En 1979 el ingeniero japonés Gunpei Yokoi viajaba en el tren bala cuando se fijó en un pasajero. Era un hombre de negocios que, aburrido, jugueteaba con su calculadora, pulsando frenéticamente los botones. Se le ocurrió que podría diseñar un reloj que hiciera las veces de máquina de juegos en miniatura. Pensó que lo propondría en su empresa. Su empresa se llamaba Nintendo. De esa propuesta surgieron los juegos Game and Watch, antecedentes de la popular Game Boy. Diez años más tarde, Yokoi seguía observando a los pasajeros del tren bala. Muchos de ellos se entretenían con el aparato que él mismo había ayudado a crear. Se sentía tremendamente orgulloso.

Gunpei Yokoi murió en 1997. No llegó a ver cómo la gente se entretiene en el metro hoy en día. Las consolas portátiles han sido poco a poco sustituidas por teléfonos cada vez más inteligentes, cada vez más potentes. Casi nadie lleva ya una consola en el bolsillo o en el bolso para poder entretenerse en el metro o en la playa. Nintendo se ha centrado en una consola híbrida, la Nintendo Switch, que se puede jugar tanto en la televisión como de forma portátil, pero sus dimensiones (incluso en la versión Litte) y el hecho de que no tenga juegos propios la convierten en algo bien distinto de lo que fue la Game Boy. Sega hace tiempo que dejó de hacer consolas y Microsoft nunca se atrevió a lanzar una portátil, centrándose en la Xbox. Sin embargo, la historia más representativa del sector de las consolas de bolsillo es la de la Playstation Vita, un proyecto que conjugó el fracaso comercial con el éxito creativo. Y, de paso, cambió la industria para siempre.

Sony comenzó a trabajar en Vita en 2007 durante la mitad del ciclo de vida de su anterior portátil, la PSP. Esta nueva apuesta de Sony se entendió como la puerta de entrada a la Playstation y debería haber sido el aparato que consagrara el auge de las consolas portátiles. En realidad fue la que certificó su declive.

Vita fue un gran aparato que vio la luz en un mal momento. Llegó a Europa y EEUU en 2012. Tenía una flamante pantalla táctil y un sistema que reconocía la inclinación y posición del aparato. Como un móvil. Para entonces el nuevo iPhone 5 estaba arrasando y los primeros juegos potentes empezaban a abrirse espacio en su pantalla. Sony no supo calibrar el impacto que tendrían los móviles de la época. Sus empleados los despreciaban diciendo que solo valían para matar el rato esperando al autobús. Lo mejor es que tenían razón. Las consolas de sobremesa siempre han sido para un público más curtido, mientras que las portátiles servían para amenizar viajes, esperas o vacaciones. Su público era más casual, y este tipo de jugadores prefiere matar el tiempo en *Candy Crush* que en epopeyas jugables como *Uncharted*.

Sin embargo, la gran competencia de la PS Vita no vino del exterior, sino de la propia Sony. Viendo que las ventas no iban muy bien, la empresa nipona centró

su atención en la próxima PlayStation 4. La gran apuesta de Sony salió al mercado solo un año después de la PS Vita sin que esta hubiera tenido tiempo de asentarse. Desde el principio, eclipsó a su hermana pequeña y recibió todos los grandes juegos. En 2015, el vicepresidente de Sony, Masayasu Ito, animaba abiertamente a los estudios propios a que abandonaran Vita y se centraran únicamente en PlayStation 4.

Una consola sin juegos es algo así como una impresora sin tinta, un cachivache inutil. Aunque las ventas no fueran demasiado abultadas, había que dar algo a los pocos millones de personas que habían comprado la Vita (se estima que 16, muy por debajo de los 80 de su predecesora, la PSP). Sin grandes producciones a la vista, Sony salió a la búsqueda de juegos *indies* y remasterizaciones. El que fuera jefe de juegos *second party* (desarrollados por terceros) de Sony, Gio Corsi, lanzó una iniciativa en Twitter llamada #BuildingTheList. Bajo este *hashtag*, pedía a los usuarios que le dijeran qué juegos retro querían en su catálogo de PS Vita. Y tomaron nota. La consola, con un motor muy potente para la época, se centró entonces en adaptar juegos clásicos como *Día del Tentáculo*, de LucasArts. También empezó una escucha activa de sus usuarios, algo inédito hasta la fecha, pues las redes sociales aún no eran tan importantes como ahora. Por último, invitó a pequeños desarrolladores a hacer los juegos que los grandes no querían. De esta forma, la consola pequeña se llenó de juegos pequeños. *Indies* como *Gravity Rush, Fez* o *Stardew Valley* marcaron la pauta que después seguirían otros como *Limbo, Papers Please* o *Machinarium*. Son el tipo de juegos, adultos, políticos, arriesgados, que uno esperaría encontrar en un ordenador. No en una consola de la época.

PS Vita abrió la puerta de las consolas a los videojuegos *indies.* Muchos de los que hicieron historia entonces han sido adaptados después a otras plataformas. Algunos de los estudios que participaron en esta pequeña revolución se han consolidado, otros tantos jugadores se han curtido en historias más minoritarias. Lo cierto es que, diez años después de su lanzamiento, podemos decir que el de la PS Vita fue un fracaso fabuloso. Un fracaso que aún sigue en activo. Cuando el pasado mes de marzo Sony anunció que cerraba la tienda digital de PS Vita, se formó tal revuelo en las redes sociales que el gigante tuvo que suspender su decisión. Dos años después de que se fabricara la última PS Vita, aún sigue habiendo un público fiel que reivindica su legado. Puede que sentenciara para siempre a las consolas portátiles, pero ayudó a consolidar el auge de los videojuegos independientes. Ayudó a popularizar otro tipo de historias, pequeñitas y potentes, como una consola portátil.



LA CIUDAD SIEMPRE SE ABRE PASO



Reuniones que podrían haber sido emails, visitas urgentes a tu crush, días de compras muy merecidos, gimnasios que evitan que cometas una masacre, ensayos con tu banda de metal, meriendas campestres y **donde se te ocurra ir con 5€ de descuento.**

Código: ZIUDAD

Código válido para nuevas altas hasta 31/12/2021

ZITY

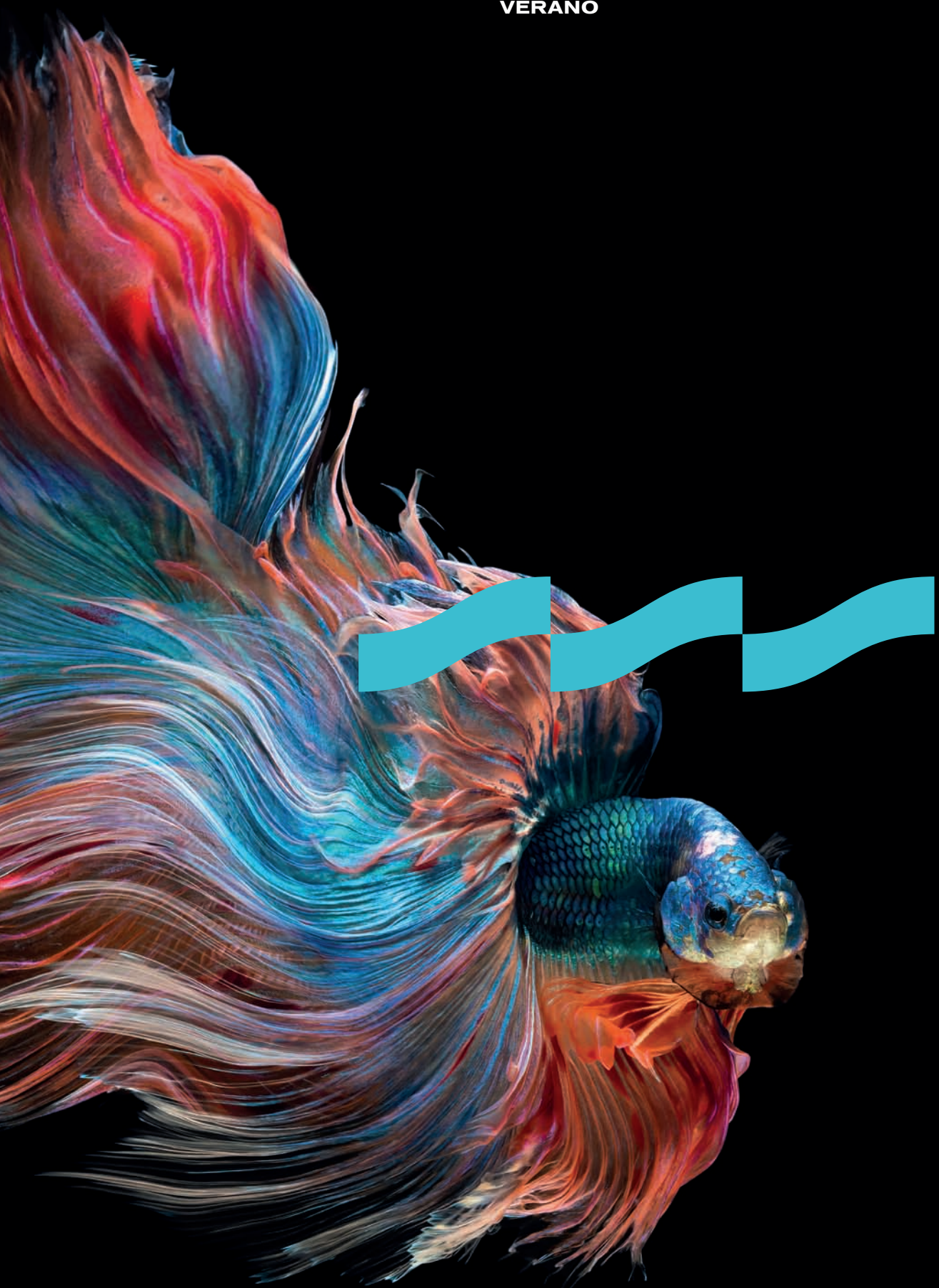
Download on the App Store

GET IT ON Google Play

Y, SIN EMBARGO, NADAMOS



POR **GALO MARTÍN APARICIO**



NADAMOS PARA NO AHOGARNOS, por hacer memoria. **Somos criaturas terrestres con un pasado acuático**. Los hay que lo rememoran nadando de manera estilizada, otros a base de aspavientos, con un braceo tan descoordinado como agotador. Todo el mundo tiene su relación personal con el agua. Todos nos hemos mojado alguna vez. En verano lo buscamos, en invierno somos más reacios. La ropa tarda más tiempo en secar. A no ser que sea en el verano austral, que entonces nos da igual.

Bonnie Tsui, autora del libro ***Por qué nadamos***, un recopilatorio de historias en las que los protagonistas nadan en diferentes aguas y por diferentes razones, publicado por geoPlaneta, se pregunta por qué, a pesar de sus peligros, regresamos al agua. Y es que el agua seduce, cura y asusta. En el fondo, nadar no se diferencia mucho de conducir. De escalar. De una comida con la familia. Aunque en el agua y en la carretera podemos morir, no dejamos ni de bañarnos en la piscina o en la playa ni de subirnos a un coche. De hecho, muchas veces, para hacer lo primero tenemos que hacer lo segundo. Desafiar a la muerte nos da la vida. Hacerlo sin ser muy conscientes de ello hace que sea menos épico y más cotidiano.

Desde muy pronto aprendemos a nadar, como aprenden los salmones a remontar la corriente de los ríos procedentes del agua salada cuando les da por reproducirse. Eso sí, nosotros no tenemos ni que temer ni que evitar los zarpazos al aire que sueltan los osos recién despertados y hambrientos. Ir a la contra es la manera que tenemos de sobrevivir, de compensar nuestra falta de aletas e incapacidad para respirar bajo el agua. El mismo líquido del que, en gran medida, estamos hechos. Sin embargo, nos cortan con un cúter y goteamos sangre. Los menos, de color azul; la mayoría, roja y nadie transparente, que sería lo normal.

Nadar se convierte en una diversión cuando deja de ser una condición *sine qua non* para no morir ahogado. A partir de ese momento los veranos son otra historia. Un mundo nuevo repleto de posibilidades se abre ante nosotros durante algo menos de tres meses.

Hablamos de los veranos de los estudiantes y de los profesores. Los demás tenemos que aprender a nadar antes si queremos que el verano nos cunda. Un mundo, el verano, en el que el paso de los días es una cuenta atrás. Como lo es una carrera de 50 metros estilo libre o crol. La prueba de natación más rápida de todas. Bonnie Tsui la describe como una frenética confusión de espuma. Un largo de piscina que se hace con el aliento que se toma antes de saltar desde el poyete al agua, fruuuum y en unos 20 segundos. Tiempo en el que los brazos del nadador se convierten en palas de remo haciendo que su cuerpo corte el agua y se deslice a toda velocidad. Es una carrera en la que entre el primero y el cuarto median centésimas de segundo. Respirar es frenar y pensar es perder la prueba. Aquí lo importante no es participar, es nadar por la calle 4, una especie de torre de vigilancia desde la que se controla la posición del resto, a pesar de la visión periférica limitada por las gafas, y tocar con fuerza la pared antes que los demás nadadores.

La natación es uno de los deportes clásicos de los Juegos Olímpicos y una disciplina tan competitiva como solitaria. Ni oyen el ruido exterior ni los ánimos procedentes de las gradas. Dentro del agua los nadadores experimentan un **aislamiento sensorial.** La concentración de estos atletas es tan visible como su belleza clásica griega. Por eso también nadamos. Por coquetería. Nadamos porque queremos tener el cuerpo apolíneo de los nadadores, pero lo hacemos durante menos tiempo. Tendemos más a la observación y a la imitación que al esfuerzo. No es lo mismo esperar a remojo en el fluido amniótico dentro del vientre que nadar en una piscina olímpica. Incluso en una de diez metros de largo. La repetición es lo que nos cansa, más si el viraje se hace mal. Como suele ocurrir.

La distancia que hay entre nosotros y la piscina hace que ese rectángulo lleno de agua al ras nos atraiga. La ensayista **Rebecca Solnit** escribe en *El arte de perderse*, traducido por Clara Ministral y publicado por Capitán Swing, que **el azul es el color del sitio en el que no estamos**. Sensación que corroboramos al mirar al cielo y cuando miramos desde la ventanilla del avión y adivinamos las piscinas que se suceden a nuestros pies. Pocas cosas son tan elegantes y refrescantes como la visión de una piscina desde el aire. Es la imagen de una ex-

pectativa veraniega tan fresca como por encima de nuestras posibilidades. Soñar y ser rácano es como nadar a mariposa con flotador. Una estupidez. Uno no salta por no despresurizar la cabina y por no desabrocharse, una vez más, ese cinturón que nos dice la sobrecargo que nos lo abrochemos y desabrochemos tantas veces como el cura le dice a los fieles que se pongan de pie y se sienten en misa.

Sobrevolar piscinas ayuda a imaginarse ***El nadador***, el cuento de **John Cheever**. Un relato móvil en el que el protagonista va a su casa de piscina en piscina. Unas veces esquivando tragos y otras aceptándolos. Maravillosa manera de ir de un sitio a otro en verano. Por qué, entonces, no se celebran las reuniones de trabajo, las juntas de vecinos y/o una primera cita en una piscina. En el agua las diferencias se diluyen. No hay uniformes. Tampoco gravedad, ni nadie te puede interrumpir con una llamada ni tú puedes escribir un mensaje de whatsapp. **En el agua somos piel**, un gorro de silicona (de plástico no, contamina), unas gafas (no te empeñes, siempre se empañan) y un bañador. Prendas que nos ponemos cuando queremos cruzar la líquida, permeable y fina frontera entre nadar y ahogarse.

«Dentro del agua los nadadores experimentan un aislamiento sensorial. La concentración de estos atletas es tan visible como su belleza clásica griega. Por eso también nadamos. Por coquetería»



←TRADUCTOR SIMULTÁNEO→

DI

POR **MARIÁNGELES GARCÍA** ILUSTRACIÓN **ROCÍO CAÑERO**

Es verano. Hora de la siesta. Fuera, un calor que derrite las suelas de las chanclas. Aitana está tumbada en su cama (que hoy tampoco tocaba hacer porque, total, si luego la voy a deshacer para dormir, qué más da) viendo tiktoks a cascoporro mientras el resto de la familia duerme la siesta cuando salta su WhatsApp:

—*¿Te vienes a la pisci?*

—*DI*

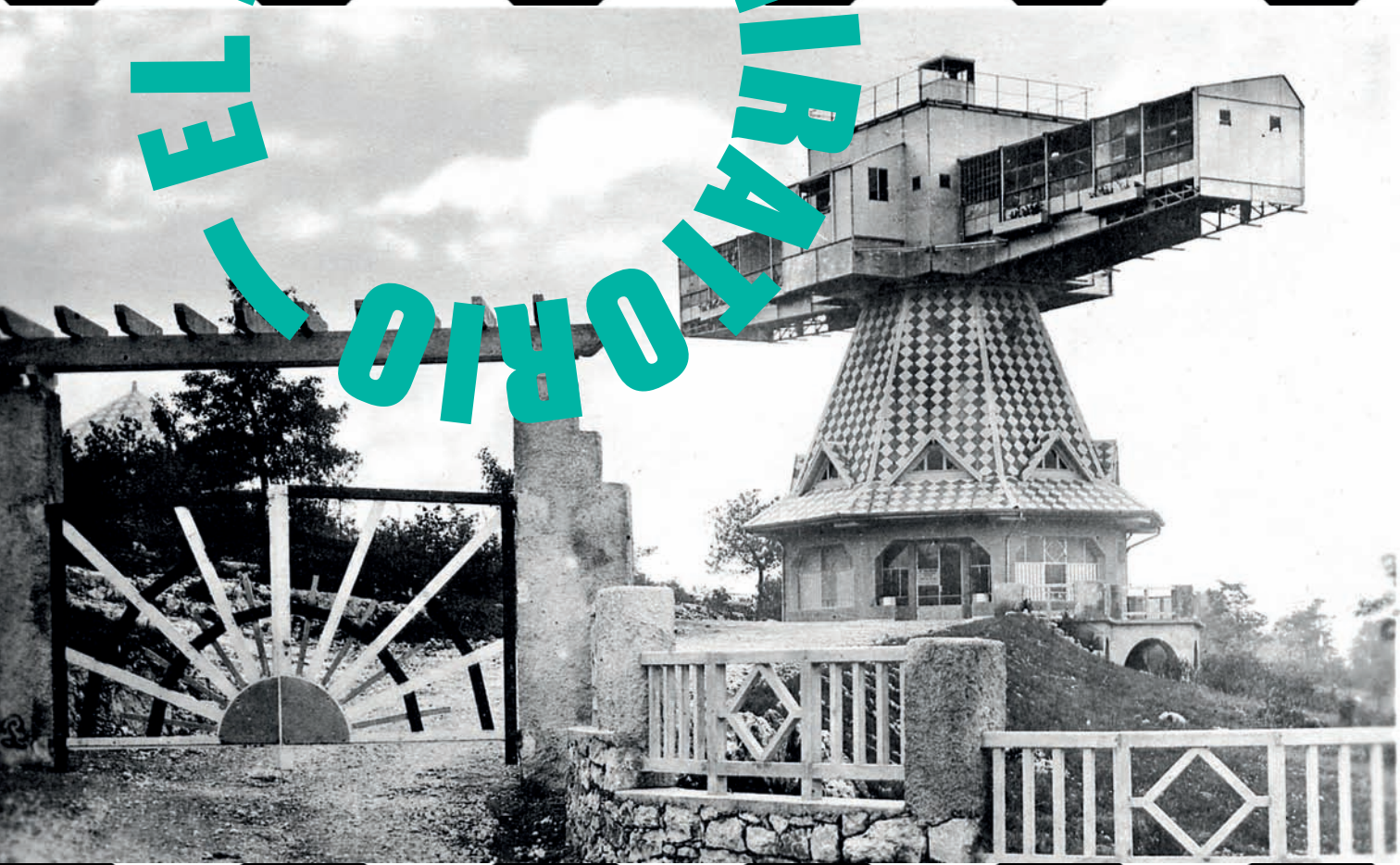
Eso que puede que no sepas leer si eres de los que estuvieron en el estreno de *Los Goonies* también puedes encontrártelo escrito de una manera algo más legible para tus ojos booméricos, ***De una***. Y no es más que la forma que tienen los centenials de decir que sí, que guay, que están de acuerdo con todo y que adelante. Eso sí, unas veces equivaldrá a un simple sí y ya está, y otras (las más) tendrás que añadirle un matiz de prisa, de urgencia para hacer algo, un «¡ya estamos tardando!» implícito que te pone en movimiento con un entusiasmo y rapidez tales que ríete tú de la velocidad de la luz.

Lo veas abreviado o desarrollado, la expresión tiene un regusto a tango y a mate. Un regalo más que nos ha hecho Argentina, además de preciados topicazos, como el de que todos los psiquiatras que se precien tienen acento rioplatense o su maestría a la hora de insultar. También sabe a café de Colombia, a culebrón venezolano, a cuy asado de Ecuador y a tereré paraguayo. Porque este americanismo, como lo define la ASALE (Asociación de Academias de la Lengua Española), se utiliza en todos esos países para pedir que las cosas se hagan en el momento y sin dilación.

Salió con prisas de aquellos puertos y arribó a España algo más calmado, aunque conservando aún cierta urgencia en su significado. Ya no es una orden apremiante, sino más bien el «¡Venga!» que responderían los que tuvieron un Amstrad por Reyes como primer ordenador cuando les proponen «¿Unas birras?». No va ni la vida ni la amistad en ello, pero qué bueno si se toman ya. Una expresión cargada de energía y de ganas de hacer realidad lo propuesto, lo planeado. La versión lingüística actualizada del entusiasmo y del acuerdo. «¿Encendemos el aire, pana?». «De una, bro».



EL HOSPITAL GIRATORIO





EL DOCTOR SAIDMAN

POR **PEDRO TORRIJOS**

SE ACABA LA PANDEMIA. Por mucho que algunos desde algunos sitios se esfuercen en seguir estirando el chicle y otros parezca que quieran seguir viviendo en estado de excepcionalidad, que no de excepción, la pandemia está dando sus últimos coletazos. Gracias a unas vacunas que funcionan estupendamente, la mayor parte del mundo occidental está preparada ya para volver a la aburridísima y deliciosa normalidad.

Atrás quedarán unas cuantas propuestas arquitectónicas y urbanísticas que han florecido como respuesta al abrasador sol de los confinamientos. Huidas al pueblo, huidas al campo, romantizaciones diversas de la España vaciada, lamentos por haber cerrado la terraza con carpintería de aluminio, balcones de quita y pon con escaso respeto por las normativas estructurales, piscinas en esos mismos balcones con aún más escaso respeto por la integridad física de propietarios y viandantes, y una miríada más de proyectos, empeños y sugerencias que han ido desde lo más razonable a lo decididamente absurdo.

La cosa no es nueva, ojo; uno de los edificios fundacionales de la arquitectura moderna es el sanatorio antituberculoso de Paimio, obra de Alvar Aalto de 1929 que ya entendía perfectamente que una buena ventilación era elemento esencial en el tratamiento de enfermedades respiratorias. Treinta y cinco años después, Louis I. Kahn terminaba en La Jolla, California, una joya de madera y hormigón llamada Instituto Salk y que rendía honor tanto al inventor de la vacuna contra la polio como, y sobre todo, al inmarcesible sol de poniente en el Pacífico.

Pero, claro, estos dos edificios son preciosos, auténticas obras maestras, referencias en la historia de la arquitectura y monumentos a la comprensión de lo que necesita el ser humano para ser feliz. Sin embargo, yo soy Pedro Torrijos, así que si estáis leyendo este reportaje en Yorokobu, seguramente será para que os cuente alguna frikada. Y no os voy a decepcionar.

A mediados de los años 30 del siglo pasado, en la localidad francesa de Aix-les Bains hubo un edificio que aunó estos dos posicionamientos respecto a las enfermedades infecciosas. Pero no lo hizo de manera más o menos sutil. No se trataba de que la obra estuviese bien orientada al soleamiento preponderante en la Saboya alpina y sus habitaciones contasen con un buen sistema de huecos cruzados para facilitar la ventilación, no; el cacharro *giraba sobre su eje* siguiendo el movimiento del sol. Sí, en serio.

El edificio era conocido como el Sanatorio del doctor Saidman, pues su responsable intelectual fue el radiólogo rumano nacionalizado francés Jean Saidman, creyente fervoroso en las bondades del astro rey para curar la tuberculosis y el raquitismo; enfermedades muy extendidas en aquel tiempo.

La cosa comienza en 1921, cuando el médico recién llegado a Francia de su Rumanía natal defendió en su tesis doctoral el uso masivo de la actinoterapia, es decir, el tratamiento basado en la radiación, ya fuese ultravioleta, infrarroja, de rayos X o de ondas de radio, además de todas sus posibles combinatorias. En esa misma tesis, Saidman ya concebía la solución definitiva para alcanzar sus propósitos: el solárium giratorio.

Aprovechando que Aix-les-Bains ya era una localidad bien conocida por sus aguas termales y allí viajaban muchas personas acaudaladas para que las tratasen de sus reumas y sus artrosis, el doctor decidió que era el lugar perfecto para llevar a cabo su sueño. Contactó con el arquitecto André Farde y, gracias a la financiación de unos cuantos inversores locales también acaudalados, a mediados de los años 30 inauguró su «Solarium regulable para helioterapia y actinoterapia», que es como Saidman lo bautizó, aunque sería conocido en todo el mundo como el «hospital giratorio».

Sobre una base octogonal que contenía los consultorios médicos, la sala de Rayos X y la estructura general, se levantaba un mástil giratorio de unos doce metros de altura que sujetaba el verdadero corazón del edificio: la plataforma móvil. Una crujía de veinticinco metros de largo por seis de ancho y cuatro y medio de alto y ochenta toneladas de peso que giraba siguiendo el movimiento del sol mediante un sistema de raíles motorizados. Allí se ubicaban las salas de tratamiento, de tal manera que los pacientes estuviesen permanentemente enfrentados a los rayos ultravioleta.

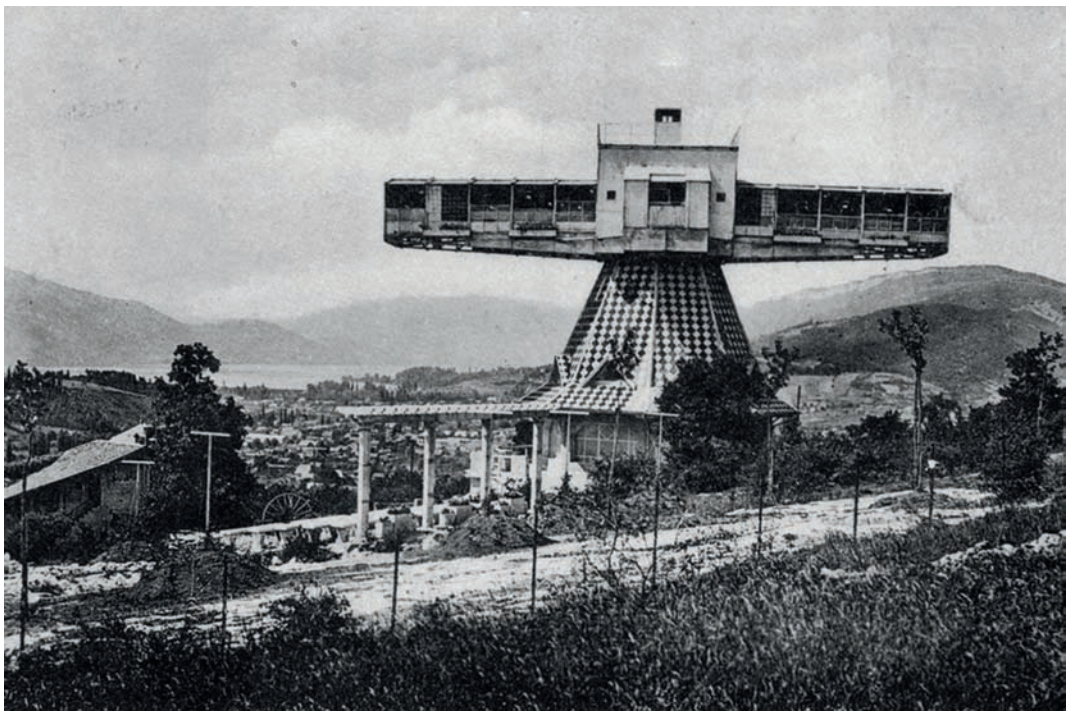
Por si estar tanto tiempo recibiendo radiación no fuese suficiente, las salas se habían equipado con lámparas UVA y camas basculantes

preparadas para una orientación óptima hacia el sol. Y si el sol no era demasiado radiante, los rayos se concentraban mediante lentes de aumento. Y si el día había amanecido nublado, se encendían las lámparas. Que no se escapase ni una sola posibilidad de desarrollar cáncer de piel.

Lo cierto es que, en esa época, aún no estaba totalmente documentada la relación entre el melanoma y la exposición solar, así que el hospital giratorio del doctor Saidman fue un éxito total. Su silueta aparecía en carteles publicitarios y en postales turísticas de Aix-les-Bains y, de hecho, fue replicado en construcciones similares en puntos dispares del globo, como la localidad también francesa de Vallauris o la alejada ciudad india de Jamnagar. Es más, el doctor Saidman siempre albergó el deseo de plantar una pequeña ciudad conformada a base de edificios giratorios que curasen los males mediante la exposición solar.

Desafortunadamente, Hitler y la Segunda Guerra Mundial tenían otros planes. Tanto el sanatorio de Aix-les-Bains como el de Vallauris fueron destruidos durante la contienda y, aunque el de Jamnagar sigue en pie, ya ni gira ni funciona como centro hospitalario. Y tampoco tendría sentido, porque ahora ya sabemos que el sol es muy bueno, pero tampoco hay que perseguirlo como maná divino. Lo mejor, ahora que llega el verano, es acercarse a él armado de una generosa cantidad de protector solar.

Aprovechando que Aix-les-Bains ya era una localidad bien conocida por sus aguas termales y allí viajaban muchas personas acaudaladas para que las tratasen de sus reumas y sus artrosis, el doctor decidió que era el lugar perfecto para llevar a cabo su sueño



YOROKOBU BY DISTRITO COCKTAIL BAR

Un cóctel tiki con flamingo incluido

POR **JUANJO MORENO** ILUSTRACIÓN **KONSU LLORENTE**

AÑO 2015. Santiago Madueño prepara su primera participación en un concurso de coctelería internacional. El objetivo era inspirarse en uno de lo cócteles de fama mundial y rediseñarlo de la forma más creativa posible. Ese mismo año, Santiago viaja a Miami y allí recorre las barras de los principales templos de la coctelería. Y descubre dos cosas que le acompañarán desde entonces: la cultura tiki y los flamencos rosas.

La cultura tiki surge en los años 30 en Estados Unidos, inspirada en las islas de la Polinesia. Se asocia, sobre todo, con un tipo de bares donde se sumerge a los usuarios en un ambiente que recrea ambientación, música y cócteles exóticos de esa zona del Pacífico. El movimiento tiene su origen en 1934, cuando Ernest Raymond Beaumont-Gantt, un *bartender* californiano, abrió en Hollywood un pequeño bar llamado Don's Beachcomber. Se define como un estilo de coctelería caribeña inspirado en la cultura polinesia. «Sus cócteles se caracterizaron por crearse a base de bebidas de fuerte base alcohólica, sobre todo con rones, zumos de frutas tropicales, cítricos y algún elemento que aporte complejidad como orgeat, pimento dram, curaçao o nuez moscada», explica Madueñas.

El segundo elemento de esta historia es el flamenco rosa, el icono *kitsch* por excelencia. El pasado año, el cineasta Javier Polo presentó el documental *The mystery of the pink flamingo*, en el que intentaba descubrir a qué se debe la fascinación que despierta esta ave zancuda que puede verse impresa en ropa, lámparas, fundas de móviles, papeles pintados, flotadores.... en todo tipo de objetos en todo el mundo. Pero más en Miami.

Al final, el flamingo rosa fue el protagonista de la propuesta con la que el propietario del Distrito Cocktail Bar se presentó al mencionado concurso. El resultado no fue bueno. Más que flamenco, se convirtió en el patito feo del concurso, ya que el cóctel no se clasificó ni en primera ronda. Sin embargo, estos dos elementos —cultura Tiki y *flamingo*— convirtieron a esta coctelería de Córdoba en un referente en el panorama nacional.

Y tampoco podían faltar a la hora de crear un cóctel para Yorokobu, en el que el exotismo de la piña, la lima o el puré de mango se mezcla con ingredientes propios de la gastronomía cordobesa, como un Pedro Ximenez de denominación de origen Montilla Moriles. «No podía faltar la naranja amarga, que es uno de nuestros ingredientes fetiche y de cercanía, ya que lo cogemos directamente de las calles de nuestra ciudad», añade Santiago Madueñas.

DISTRITO

Distrito Bar era un local familiar cuando se fundó en 1988 como un mesón clásico. Atrás quedaron los platos combinados y la comida casera. El cambio se produjo en 2007, cuando este *bartender* ganó el concurso de mojitos de la Habana Club. Aquella hazaña cambió el rumbo del negocio y eso le permitió llegar a ser la coctelería más popular de Córdoba. «El secreto está en ofrecer cócteles de calidad que nada tienen que envidiar a los de las mejores coctelerías del mundo, pero sin perder ni un ápice la esencia cordobesa en la que este negocio ha crecido», apostilla Madueño.



¿TE ANIMAS A PREPARARLO?

- 50 ml de PX de cultivo ecológico Robles Montilla-Moriles.
- 80 ml de jugo de piña.
- 30 ml de zumo de lima.
- 20 ml de cordial de naranja amarga de las calles de Córdoba.
- 30 ml de puré de mango de la Axarquía Malagueña.
- 2 dashes de angostura *bitter*.

Introducir todo en una batidora excepto el PX, triturar con hielo y verter en un vaso, a poder ser de barro o con temática tropical. «Si tienes un flotador de *flamingo,* ya lo bordas». Decorar con fruta, pajitas ecológicas, como los ecopopotes, sombrillita y por último verter el PX arriba. Si nos gusta más potente, podemos sustituir el PX por un ron especiado y oscuro, como Kraken; y si preferimos sin alcohol, suprimimos el PX y agregamos un poco de miel de agave o azúcar. Y si te apetece que te lo hagan sus creadores, ven a tomarlo a Distrito Cocktail Bar, en el número 8 de la calle Goya de Córdoba.

DISTRITO
COCKTAIL BAR



FOTOS DE SOL Y CLOROFILA

Fotografías impresas en hojas a través de sus propios procesos biológicos

POR **JUANLU RONCO**

LA MARCA de las mangas y el cuello de la camiseta, la silueta del reloj en la muñeca, media cara blanca producto del uso de la mascarilla o el contorno blanco de las patillas de aquel que decidió ir a pelarse justo después de una jornada en la playa. Son algunos de los resultados de una exposición excesiva a los rayos UVA sin protección. Si fotografía significa «escribir con luz», estas podrían ser algunas de sus formas de expresión más básicas.

En la naturaleza existen fenómenos como este, relacionados con la luz de diversas maneras. La piel humana, las escamas de los reptiles, el cabello o las hojas de las plantas experimentan estos cambios a la luz del sol y existen artistas que han sabido sacar jugo de este fenómeno. Pero no siempre fue así y la propia historia de la fotografía lo explica. Su origen, allá por el siglo XIX, coincide de pleno con la revolución industrial. No es de extrañar por ello que no basasen sus principios en temas tan importantes hoy día como la sostenibilidad o el respeto al medio ambiente, ya que, en aquel momento, lo que mayor importancia tenía era el desarrollo industrial y producir cuanto más mejor sin importar cómo.

Actualmente existen muchos artistas que están rescatando los primeros estudios alrededor de la fotografía que incluían el uso de plantas y esencias naturales y los están perfeccionando en busca de variantes fotográficas más sostenibles. Estas iniciativas no buscan desbancar a la fotografía digital ni luchar contra el uso de los químicos en la fotografía tradicional. Su intención es ofrecer diferentes alternativas. Más formas de entender la fotografía con diferentes connotaciones basadas en el respeto al medio ambiente.

Almudena Romero, fotógrafa madrileña instalada en Londres, es una de estas personas que ha explorado diferentes técnicas para crear su propia definición de fotografía al margen de los conceptos tradicionales. Mediante el uso de luz, plantas y una profunda reflexión alrededor de temas como la sostenibilidad y la identidad, Almudena da una vuelta completa al concepto de fotografía para devolverlo como algo bello, efímero y vivo. Fotografías impresas en hojas a través de sus propios procesos biológicos.

«Es casi una cuestión filosófica. En el momento en el que la fotografía no es concebida para documentar un escenario u objeto o capturar un momento, las formas y los materiales que pueden ser fotográficos son mucho más plurales», explica Almudena, que abandonó la cámara, el papel, las sales de plata y los megapíxeles para centrarse en el uso de las plantas como única solución para sus fotografías.

Una de las técnicas más antiguas que hizo uso de la pigmentación y blanqueó las plantas a través de la luz del sol para conseguir fotografías fue la antotipia. Esta técnica utiliza extractos de algunas plantas como la remolacha o las espinacas, que se machacan y mezclan con alcohol y se aplican a hojas de papel para convertirlas en material fotosensible en el que imprimir fotografías. Es un proceso muy lento que puede necesitar incluso varias semanas de exposición a la luz del sol para dar resultados.

La fotógrafa, no obstante, no quiso quedarse ahí y empezó a estudiar cómo se comportan las plantas ante la luz del sol. Cómo, para protegerse de un exceso de luz, las hojas se tornan amarillentas y convierten toda esta luz residual en energía térmica, evitando así morir por exceso. Estudió diferentes tipos de hojas, retomó el trabajo de los grandes científicos de la fotografía del siglo XIX y cuando se quiso dar cuenta se había convertido en un referente internacional de lo que se conoce actualmente como impresión por clorofila. Una manera única de hacer fotografías sin químicos, procesos de laboratorio, papel... nada, solo la luz del sol, hojas de plantas y negativos.

Sus últimos proyectos entienden la fotografía desde una perspectiva etimológica (escribir con luz). «A partir de aquí, una parte de mi trabajo se basa en investigar los lugares,



materiales y formas donde la fotografía existe o puede existir». De esta manera, empieza a estudiar las plantas como soporte y pieza fotográfica. El resultado son las obras de su proyecto *The pigment change*, una colección de imágenes impresas en hojas y paneles verticales de berro a través de las cuales reflexiona sobre temas como la inmigración, la sociedad, la identidad, la familia o la maternidad.

IMPRESIÓN POR CLOROFILA

Aunque por el resultado pueda parecer que las hojas han sido pintadas o se les ha añadido algún tipo de sustancia, se trata simplemente de su proceso natural. Lo único que está haciendo la artista es comprenderlo y usarlo en su favor para crear las obras.

El proceso es simple. Sabemos que algunas hojas cambian su color en función de la cantidad de luz que reciben. Conociendo esto, si quisiéramos hacer una impresión por clorofila, tendríamos que proteger las partes que quisiéramos conservar del color original de la hoja y exponer aquellas partes que quisiéramos que se tornasen amarillas.

Esto es un muy breve resumen de cómo conseguir la misma reacción que utiliza Almudena Romero en sus obras. Llegar, eso sí, a resultados como los que muestra en su colección *The pigment change* requiere de mucho estudio, paciencia y, sobre todo, pasión por conocer en profundidad el mundo que nos rodea.

Almudena reflexiona a través de estas técnicas sobre la relación entre el artista y las plantas que usa. No es tan sencillo como preparar una cámara digital y simplemente disparar. «Si quieres trabajar con medios naturales, hay que tener en cuenta que, en cierta medida, dependemos de ellos para poder llevar a cabo la obra. La salud de la planta, cómo ha sido regada, su edad o dónde ha crecido influirán en el resultado. Esto nos ayuda a conocer un poco mejor nuestro entorno natural y a respetarlo». Todo está relacionado. Y probablemente por ello, Almudena Romero, descendiente de una familia que durante varias generaciones se ha dedicado al cultivo de naranjos en Valencia, acabó interesándose por las plantas como soporte y protagonistas en sus obras de arte.

Actualmente, la artista continúa sus estudios relacionando naturaleza y arte, buscando una relación más íntima entre el ser humano y el medio que le rodea a través paralelismos, similitudes y, en definitiva, evidencias que lo sitúen como parte de un todo.

La sostenibilidad en la fotografía, el arte o en cualquier estrato de nuestra vida cotidiana empieza con el estudio, la comprensión y el conocimiento de nuestro entorno. Al igual que Almudena Romero, hay muchos artistas buscando maneras de hacer una fotografía más sostenible. Procesos ecológicos, cámaras con materiales reciclados, biodegradables, etc.

Una fotografía más sostenible no solo nos servirá para preservar nuestro planeta y poder vivir en un entorno saludable, además mantendrá bello aquello que queramos poner delante de nuestras cámaras para ser fotografiado. De nada servirá tener la mejor cámara si para conseguir la mejor foto hemos de destruir aquello que nos hubiera gustado fotografiar.



¿A QUÉ SUENAN LOS OBJETOS FELICES?



ECOPHONIC®

ALTAVOCES NATURALES ECODESIGN, SIN OBSOLESCENCIA, FREE ENERGY

SUSCRIPCIÓN YOROKOBU



10 NÚMEROS AL AÑO

Suscripciones → teresa@yorokobu.es | 10 números al año → 45€ | yorokobu.es

ILUSTRACIÓN **STUDIOWETE.COM**

Convierte tu tienda en un 'e-commerce': este curso te da las claves

LOS ESPAÑOLES compran cada vez más por internet. Lo hacen en grandes *marketplaces*. Lo hacen con apps que todos conocemos. Pero también en pequeñas tiendas. Por eso, en el contexto actual, el escaparate más importante para cualquier comercio está en la red.

La tendencia era clara antes de la pandemia, pero esta ha disparado los números de forma exponencial. Un informe de eMarketer precisa que las ventas de comercio electrónico en España subieron un 36% en 2020. Esto sitúa al país como el tercer mercado que más rápido ha crecido en el mundo, después de Singapur y Argentina. Hay gente, cada vez más, que no solo compra, sino que hace la compra en internet.

«Durante el año pasado, si algo hemos aprendido es a no dar nada por sentado», asegura Fernando Tellado, director de WooCommerce. «Puede que nuestro negocio lleve años funcionando bien, pero de un día para otro nos lo pueden cerrar». Tellado es profesor, consultor y desarrollador web especializado en WordPress. Lleva años dando consejos a quienes quieren montar una tienda *online*. Lo hace desde su blog Ayuda WordPress. Y ahora lo va a hacer en el curso *online* gratuito de SiteGround.

Las ventajas de dar el salto al *online* se multiplican al desglosar los gastos iniciales: «Solo es necesaria una cuenta en un plan de alojamiento web, que viene a costar unos 100 euros al año, y un dominio, que se adquiere por menos de 15 euros al año», explica el experto. «Todas las aplicaciones que uso en el curso son gratuitas, excepto la extensión para crear sistemas de reservas y suscripciones, pero incluso estas son muy baratas». La barrera, pues, es más mental que económica.

Pero ¿tiene sentido crear un *e-commerce* propio cuando ya hay *marketplaces* que funcionan perfectamente? ¿No es más práctico integrarse dentro de una gran plataforma? «Empresas como Amazon hacen millonarios a sus inversores, pero no a los vendedores y distribuidores de su plataforma», responde categórico Tellado. Son muchas las pequeñas tiendas que han optado por entrar en la red de estas grandes plataformas, pero señala el experto que los márgenes, las reglas y las decisiones arbitrarias «las decide una empresa cuyo interés no es tu supervivencia, sino la suya».

Lo bueno que tiene montar una web propia es que tú decides los plazos, el coste de envío, las gestiones... Trasladas las prioridades de tu tienda al mundo digital. Tú no cambias, pero sí pueden hacerlo tus clientes. «Lo más importante a tener en cuenta para alguien que se esté planteando abrir un *e-commerce* es que ya sabe quiénes son sus clientes actuales y potenciales en su tienda física, pero no en venta *online*», subraya Tellado. En este entorno, las limitaciones geográficas se difuminan, las opiniones de los clientes cobran mucha más importancia y la competencia es feroz. «Puedes descubrir que hay muchos clientes deseando adquirir tus productos. Y si no los vendes tú, otro lo estará haciendo ya».

Tellado considera que la venta *online* es un complemento de la física. Puede ser un extra a final de mes o incluso superar en ganancias a la tienda física. Esto es algo que muchos comercios han descubierto en los últimos meses al verse obligados a dar el salto al digital. Hay un mercado, especialmente joven, que compra sobre todo en internet y todas las tiendas deberían acercarse a este nuevo entorno.

STAF-120

Juanjo Moreno
→ *Director* ←
juanjo@yorokobu.es

Fermín Abella
→ *Subdirector y director de estrategia* ←
fermin@yorokobu.es

David García
→ *Director creativo* ←
david@yorokobu.es

Rocío Martí
→ *Directora comercial* ←
rocio@yorokobu.es

Gema Lozano
→ *Redactora jefe* ←
gema@yorokobu.es

LuisB Hernández
→ *Director de arte* ←
luisb@yorokobu.es

Enrique Alpañés
→ *Redacción* ←
enrique@yorokobu.es

Mariángeles García
→ *Redacción* ←
mangeles@yorokobu.es

Laura Calvo
→ *Producer* ←
laura@yorokobu.es

Teresa Cobo
→ *Administración* ←
teresa@yorokobu.es

MADRID
Jorge Blanchart
→ *Dpto. Comercial* ←
jorge@yorokobu.es

Luis Aguilar
→ *Dpto. Comercial* ←
luis@yorokobu.es

Marisa Caballero
→ *Dpto. Comercial* ←
marisa@yorokobu.es

Silvia Moreno
→ *Dpto. Comercial* ←
silvia@yorokobu.es

BARCELONA
Juanlu Ronco
→ *Dpto. Comercial* ←
juanlu@yorokobu.es

Marina Arias
→ *Dpto. Comercial* ←
marinabcn@yorokobu.es

BALEARES
Chus Cabello
→ *Dpto. Comercial* ←
chus@yorokobu.es

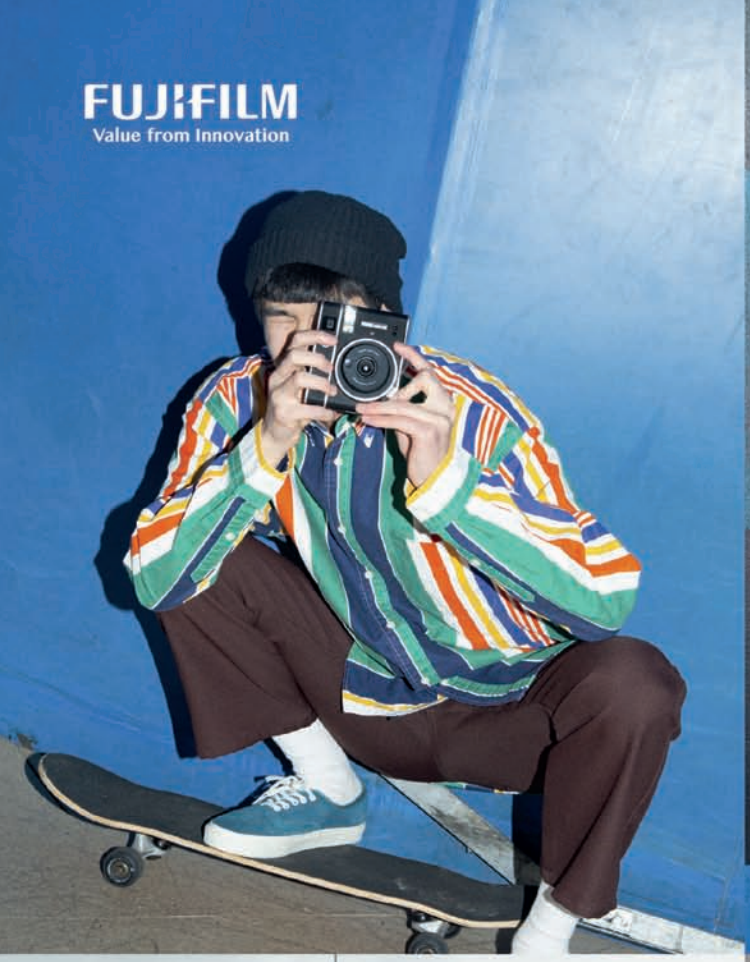
HAN COLABORADO EN ESTE NÚMERO:

Antón Prieto *Periodista* | Borja Ventura *Periodista*
Buba Viedma *Ilustrador* mentecalamar.com | Eleonora Montanari *Content Creator*
Galo Martín Aparicio *Periodista* | Glez Studio Ilustrador behance.net/dglez
Ignacio Martín *Ilustrador* imillustrator.com | Javier Meléndez *Guionista*
Konsu Llorente *Ilustradora* Konsulandia.com | Lucía Mos *Periodista*
Miguel Palacio *Periodista* | Pedro Torrijos *Periodista*
Rocío Cañero *Ilustradora* Rcaxero.com | Yime *Ilustrador* @yimeisgreat

C/Acebo, 13 - 28016 Madrid - t. 914 157 283 - *www.yorokobu.es* - *Edita:* Brands & Roses, S.L.
Impresión: Rivadeneyra - www.rivadeneyra.com - *Depósito legal:* M42701-2009 | Tirada media 30.741


Cortometrajes
a la fresca
viernes y sábados
del 25.06 al 11.09
Jardines Elisava, junto
al lago del Museo del
Diseño de Barcelona
Illustration by Denis Sheckler
@mecalbcn www.mecalbcn.org
YOROKOBU
TAKE A WALK ON THE SLOW SIDE
elPeriódico
ESTRELLA DAMM
Mecal air"

FUJIFILM
Value from Innovation





@instaxcamara



Give your take.
Comparte lo que te hace únicx.

THE NEW



instax mini 40