

Bijlage VWO
2018

tijdvak 1

Spaans

Tekstboekje

Carta al Director

(1) Soy profesora de español para extranjeros. Ayer, trabajando con un grupo de daneses, les proponía esta actividad: por parejas, tenían que escribir los cinco aspectos positivos y los cinco negativos que mejor definieran a los españoles.

(2) Todos los estudiantes habían escrito más de cinco aspectos negativos, en cambio, ninguno de ellos fue capaz de llegar a redactar cinco rasgos positivos. Entre los negativos se encontraban algunos de los siguientes: son arrogantes, son prepotentes, son ignorantes, son vagos, son corruptos, son pobres, no les gustan los inmigrantes, no son puntuales, no son serios, solo dominan su lengua... Entre los pocos datos positivos que aportaron, todos coincidieron en el mismo: tienen un buen clima. Les expliqué a mis estudiantes que ese no era un rasgo propio del carácter de aquellas personas, que más bien era la situación geográfica del país en el que estas habitaban.

(3) No me considero ni arrogante, ni prepotente, ni ignorante. Soy honrada, excesivamente puntual, hablo idiomas y en mi trabajo soy bastante seria, pero ayer solo pude 2. Ayer me di cuenta de que la reputación que tenemos, mientras no hagamos nada para remediarlo, es la que nos merecemos. Me di cuenta de que todos estamos dentro del mismo saco y de que necesitamos un cambio de mentalidad urgente. A diario, al salir a la calle, me encuentro con el cinismo, con la falta de respeto y con el poco civismo de los que hablaban mis estudiantes. Ellos son los que realmente exportan la Marca España cuando regresan a sus países. Las ferias y los congresos internacionales de turismo solo venden un buen clima.

Inés Gordo Puertas, Málaga.

adaptado de: El País, 18-03-2013

Aquí se compra sin dinero

Ropa, muebles o electrodomésticos... El trueque está más presente que nunca, una práctica rescatada del pasado que día a día gana más adeptos.

(1) “La última vez que fui a un mercado de trueque, volví con montones de cosas que me vinieron de maravilla. Unos días antes hice limpieza de armario y cogí toda la ropa que no me servía. Allí pude intercambiarla por una barrera de cama para mi bebé, un peluche y
5 varios tarros de mermelada casera. Todo me vino perfecto y me supuso un gran ahorro”. Así de entusiasta se muestra Ciara Condon, de la Fundación El Tranvía, una de las entidades pertenecientes a la Red de Trueque de Zaragoza
10 que organiza desde hace siete años mercados de intercambio.

(2) La toma de conciencia de un consumo responsable cada vez está más extendida y consolidada en la sociedad. “Desde nuestra
15 asociación hemos visto cómo la gente que participa en los mercados ha pasado de traer ‘basurillas’ a intercambiar objetos que realmente cubren necesidades”, explica Ciara Condon. Y es que, el principal objetivo de este tipo de mercados es conseguir que estos espacios de consumo alternativo se conviertan en una forma de ahorro
20 real basada en las tres ‘R’: Reducir, Reutilizar y Reciclar. “Se busca dar una segunda vida a los objetos en buen estado y que ya no se utilizan y, lo más importante, sin la presencia de dinero”, apunta.

(3) La participación en los mercados de intercambio, sin duda, se ha intensificado debido a la crisis y a la necesidad de buscar nuevas formas
25 de ahorro. “La imaginación se ha tenido que agudizar, y es ahí donde entran los trueques. Quizá haya personas que desde hace tiempo estemos más sensibilizadas con la idea de que otro tipo de economía es posible, pero, para otras muchas, es algo nuevo. Así que es estupendo ver cómo gente que nunca se había interesado por este tipo de eventos,
30 ahora acude de forma regular”, sostiene Ciara Condon. Lo cierto es que este tipo de organizaciones ha conseguido satisfacer ciertas necesidades de consumo sin utilizar dinero, y de ese modo conseguir un ahorro real entre sus participantes.



adaptado de: El País, 04-09-2014

SALVAR EL MUNDO

por Antonio Muñoz Molina



(1) En una región remota del noroeste del Pacífico dicen que no para de crecer un gran mar de botellas y de bolsas y residuos de plástico, una plataforma flotante llevada allí por las corrientes marinas, formando poco a poco un gran continente de basuras en el que peces y pájaros quedan
5 atrapados. El envoltorio de un helado que te tomaste en la playa hace diez años puede estar allí, la bolsa de plástico en la que llevaste la merienda puede haber asfixiado a una tortuga o a una foca. La botella de agua que ni siquiera terminaste de beber navegará por los mares durante al menos quinientos años, llevando en sí misma el mensaje de una frívola
10 inconsciencia cuyo precio cada uno de nosotros está empezando a pagar.

(2) ¿Cuántas bolsas de plástico usamos y tiramos cada día, a lo largo de una semana, en todo un año? En el Museo de Historia Natural de Nueva York han hecho cuentas: el petróleo empleado en fabricar 10.000 bolsas de plástico produce diecinueve toneladas de dióxido de carbono. La cifra
15 la he aprendido visitando una exposición sobre el cambio climático que está llena de imágenes y de informaciones reveladoras, pero que deja a uno con una cierta sensación de esperanza, aunque también de responsabilidad. De responsabilidad individual, intransferible, ajena a las grandes declaraciones, al énfasis de los principios. 8, en los países
20 muy verbosos como España y con poco nervio civil estamos acostumbrados a tranquilizarnos la conciencia con palabras y a descargar sobre otros tanto las culpas como los remedios.

(3) Si algo he aprendido de verdad al ir haciéndome mayor es esto: las palabras son gratis y casi todos los principios pueden ser nobles; de modo que juzgo a las personas, a mí mismo incluido, por lo que hacen y no por lo que dicen, y doy más valor a un acto en apariencia mínimo que a una caudalosa declaración de principios. Los peores enemigos del mundo son con frecuencia los que se presentan como sus salvadores. Al mundo lo salvan cada día personas que llevan a cabo decisiones modestas en el ámbito de su trabajo o de su vida privada. He ido a ver la exposición sobre cambio climático al día siguiente de la victoria electoral de Barack Obama: se me ocurre de pronto que este hecho no habría sido posible sin una hazaña mínima que ocurrió en un autobús de Montgomery, Alabama, el 1 de diciembre de 1955, cuando una costurera negra, Rosa Parks¹⁾, se negó a levantarse para cederle el sitio a un pasajero blanco.

(4) Un acto simple de coraje, de entereza, de conciencia, nunca es inútil. Cada uno de los millones de piezas de plásticos que ahora giran muy lentamente en el remolino de basuras del noroeste del Pacífico es el resultado de la decisión de alguien, no solo de un sistema de producción y consumo insensato que está por encima de todos nosotros y contra el que es imposible no hacer nada. La imagen más poderosa de la exposición es la de un oso polar intentando abrirse paso entre una montaña de desechos de nuestra vida cotidiana, envases, ruinas de aparatos de música, de lavadoras. No deseamos renunciar a esas invenciones sin las cuales no es imaginable para nosotros la vida, pero lo que nos lleva al desastre no es la necesidad, sino el despilfarro y el descuido, y por lo tanto es posible 11 esa catástrofe.

(5) La solución no está en un regreso a un paraíso anterior a la tecnología. Son tecnologías cada vez más sofisticadas y decisiones políticas globales las que nos permitirán disponer cada vez más de energía limpia, pero cada minuto del futuro depende de nuestros actos mínimos de ahora: apagar la luz al salir de una habitación, ir al mercado con una gran bolsa de lona, tomar el autobús. Ya sabemos que tomar un autobús puede tener grandes consecuencias...

adaptado de: www.muyinteresante.es, sin fecha

noot 1 Rosa Louise Parks-McCauley: een Amerikaanse burgerrechtenactiviste die streed tegen de rassensegregatie in de VS

Empleados con permiso para jugar



(1) Ricardo trabaja en una multinacional. Últimamente su jefe le ha visto algo desmotivado y habla con él para interesarse por su estado anímico. Le explica las razones por las cuales no ha obtenido aún el ascenso que esperaba, pero también le hace ver lo mucho que la empresa valora su trabajo y la necesidad de que mantenga alto su grado de implicación y su esfuerzo. La escena descrita sería el pan nuestro de cada día en cualquier empresa, si no fuera porque Ricardo no es una persona real, sino un trabajador virtual que solo existe en una *app*, y sus problemas laborales, parte de una experiencia de gamificación.

(2) La gamificación, o utilización de mecánicas y técnicas de juego en contextos empresariales, se ha convertido en los últimos años en una tendencia en alza. Aunque su origen está en el marketing y la atención al cliente, el proceso ha sido rápidamente adoptado por los recursos humanos debido a su capacidad para movilizar personas. “La gamificación es una poderosa herramienta para motivar comportamientos necesarios y deseados en los empleados. Muy eficaz a la hora de vencer las reticencias de la plantilla a participar en programas de fidelización o de aprendizaje”, señala Sergio Jiménez, profesor de la Escuela Superior de Ingenieros Comerciales.

(3) ¿Por qué la gamificación funciona? Fernando Botella, presidente de Think&Action, una empresa de consultoría, asegura que “jugar es la forma de aprendizaje más rápida y con mayores niveles de anclaje y transferencia al día a día que tiene el ser humano. El juego nos permite entrar en territorios por los que normalmente no transitamos, se produce una simulación de la realidad que nos saca de la normalidad y eso hace que nuestra mente se abra”. En esa misma línea, Pilar Jericó, presidenta de Be-Up, una empresa que ayuda a organizaciones a ser más innovadoras en la gestión de personal, destaca el componente de diversión asociado a esa experiencia. “Cuando estamos jugando se activa en nuestro cerebro el circuito de la recompensa y desaparece el miedo. Se despierta nuestra curiosidad, disfrutamos y eso nos permite conectar con nuestras pasiones”. Para Sergio Jiménez, el trabajo es “un juego mal diseñado”. En contrapartida, “la gamificación propone una transformación total de la empresa para que los empleados participen voluntaria y activamente en sus procesos. Y los resultados son espectaculares”.

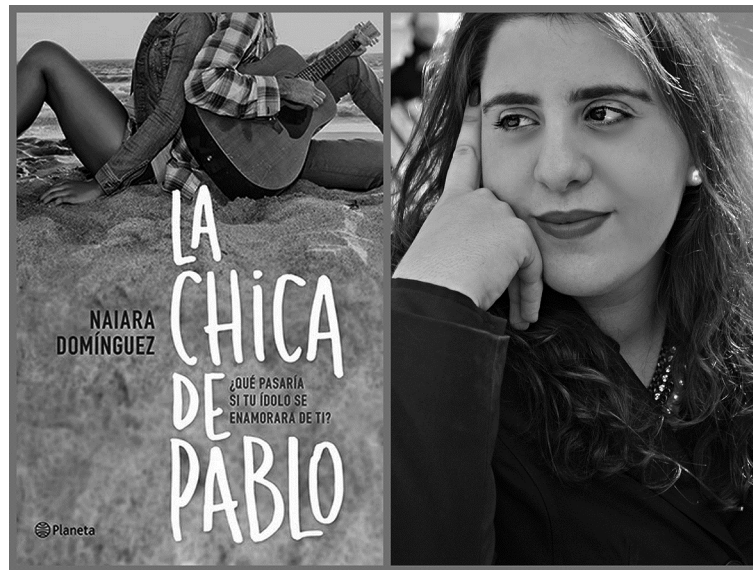
(4) Las empresas recurren a estas técnicas para incrementar niveles de participación, compromiso y motivación en la plantilla, así como para atraer y fidelizar talento. ¿En qué procesos concretos pueden aplicarse? “En todos aquellos en los que se persiga un cambio de comportamiento en el usuario pero no se le quiera obligar a hacer algo que, de antemano, no desea hacer”, comenta Óscar García Pañella, director del máster en Gamificación de IEBS Business School.

(5) Aunque no todo es gamificable. Una caída dramática de las ventas o una crisis de reputación no parecen el mejor escenario para hablar de juegos, ya que los trabajadores podrían verlo como una frivolidad o una falta de coherencia. El juego tampoco cumplirá su cometido “si se toma como un mero divertimento para la plantilla pero no hay un diseño y un contenido detrás que lo sustenten y permitan extraer conclusiones”, advierte Fernando Botella. Confundir gamificación con tecnología sería, según este experto, otro error habitual. “No siempre por usar unos videojuegos muy avanzados vamos a alcanzar los mejores resultados. Un cómic, un juego de Lego o una pizarra y una tiza también pueden ser excelentes herramientas de gamificación”.

(6) Las reticencias, sin embargo, continúan existiendo. Es que algunos profesionales siguen pensando que juego y trabajo son conceptos 18. Pilar Jericó recuerda que a medida que se asciende por la jerarquía esas resistencias aumentan. “Hay comités de dirección que no lo ven, sobre todo en sectores tradicionales. Pero es más miedo que realidad. Cuando lo prueban también ellos se enganchan. Porque llevamos el juego en el cuerpo”.

adaptado de: El País, 27-03-2016

Pablo Alborán se enamora de una fan



La *fan fiction*, ese género literario en el que las fans se convierten en autoras y sus ídolos en los protagonistas de sus historias, cada vez tiene más adeptos. Tuvo su germen online y se ha hecho extensible a las editoriales que han visto en estas novelas un nicho de éxitos.

La chica de Pablo es una de esas historias que comenzaron en la red y que ahora se ha convertido en el debut de Naiara Domínguez, una joven barcelonesa que admira y sigue a Pablo Alborán desde que publicó su primer disco. Su novela narra lo que podría ser el sueño de cualquiera de las fans de Pablo. Marina, la protagonista, logra dejar de ser invisible para el cantante que termina perdidamente enamorado de ella.

Naiara, ¿qué tiene Pablo Alborán que no tenga otro?

Es único. Antes me preguntaba una compañera que a quién lo comparaba internacionalmente y... es incomparable. Él ya es una estrella, no se puede comparar a nadie. Tiene un conjunto de cosas que le hace especial.

..... 1

Es duradero en el sentido de que, obviamente, pasas por épocas de tu vida en las que puedes entregarte más y otras en las que dices 'te sigo, compro tu disco, voy al concierto pero no hago tres semanas de cola'. Creo que el fan es fiel en determinados momentos de la vida.

..... 2

Sé que ha leído algo. Cuando tenía el blog, su entorno, sus agentes, me dijeron, 'ah, tú eres la chica del blog', pero en plan de buen rollo, sin palabras malas. En Radio Nacional de España me hicieron una entrevista antes del libro y él dijo que estaba encantado, que al principio tenía un poco de miedo pero que bien.

..... 3

Para nada. Ni me lo planteo. Obviamente pienso en conocerlo, en tener una relación más estrecha para poder hablar, porque te hace ilusión. Pablo, muy desde el principio nació en Internet. Con las seguidoras del principio de sus vídeos en *YouTube* mantiene una relación más estrecha de la que pueda mantener con el resto de fans, pero llegar al extremo de enamorarme, no.

..... 4

Quizás, pero es una ficción. Él puede ser lo que sea, pero ante todo es una persona y le puede pasar esto que cuento o le puede pasar lo que le pase.

adaptado de: <http://los40.com>, 05-02-2016

La sonrisa de los bebés

(1) Cuando interaccionamos con un bebé de pocos meses, la mayoría solemos tener la misma sensación: no sabemos interpretar sus caras y muecas. ¿Son aleatorias¹⁾? ¿Está realmente sonriendo porque está contento o frunce el ceño porque algo le molesta? ¿O tal vez no hay
5 detrás de esos gestos intención alguna? Un estudio publicado en la revista *PLOS ONE* arroja luz sobre esta cuestión y demuestra lo que muchos padres ya sospechaban: cuando el niño sonríe, lo hace con un objetivo, que sus padres también sonrían.

(2) Y es más, para conseguirlo sigue una estrategia: es capaz de buscar
10 el momento más oportuno para esbozar una sonrisa y así provocar la reacción de sus progenitores, de la misma manera que un cómico, por ejemplo, juega con el ritmo del espectáculo y de la explicación de un chiste para maximizar la respuesta del público. Y mientras que los padres suelen sonreír durante largo tiempo ante este comportamiento de sus
15 pequeños, estos, en cambio, logran lo que se proponen escatimando sonrisas.



(3) “Una de las primeras formas de interacción entre padres y bebés son juegos de sonrisas y uno tiene la sensación de que los niños están tramando algo, de que están jugando contigo y tratando de comunicarse.
20 Pero una cosa es decirlo y otra conseguir probar que un niño tan pequeño tiene una intención con ese comportamiento”, cuenta Javier Movellan, científico computacional investigador de la Universidad de California, San Diego, y coautor del estudio.

(4) Los juegos de interacción entre progenitores y bebés son esenciales
25 en el desarrollo social de los niños. Si bien se han estudiado de forma extensa en el pasado y se ha descrito su funcionamiento, nunca se había podido aclarar si el comportamiento de los pequeños era deliberado o si, por el contrario, simplemente respondían de manera refleja a sus padres.

(5) Para tratar de elucidar la respuesta, un equipo de científicos heterogéneo, formado por psicólogos, expertos en robótica y en ciencias de la computación, realizó un experimento en el que en lugar de niños usaron un robot humanoide, Daniel San, capaz de imitar el comportamiento de un bebé. Antes, no obstante, tomaron los datos obtenidos en un estudio previo que había analizado las interacciones cara a cara de 13 parejas de madres y bebés de cuatro meses que se sonreían mutuamente. Estos datos los aplicaron en una metodología robótica llamada 'control óptimo inverso', usada para programar robots que tienen comportamientos específicos orientados a conseguir objetivos. Así descubrieron que 11 de los 13 bebés mostraron signos claros de reír de forma intencionada. “Los bebés buscan el momento más apropiado con sus sonrisas, de manera muy inteligente, para conseguir sus objetivos. Las mamás también tenían una intención de hacer reír a los bebés y aunque las intenciones de ambos eran similares, no eran idénticas”, explica Movellan. Mientras que las madres intentan maximizar el tiempo empleado en reír los dos, el niño se concentra en hacer sonreír a su madre.

(6) En la segunda parte del experimento de Movellan, programaron al robot humanoide Diego San, con pinta de bebé, a partir de los datos del estudio de las 13 parejas de madre-hijo, para que se comportara como un niño y lo hicieron interaccionar con 32 estudiantes universitarios. Los investigadores obtuvieron los mismos resultados: el robot consiguió que los jóvenes voluntarios sonrieran el máximo tiempo posible sonriendo él lo mínimo.

(7) “Lo que hace 24 a nuestro estudio es que anteriores aproximaciones que habían estudiado la interacción madre-hijo describían sobre todo patrones, pero no se podía saber lo que la madre o el niño intentaba obtener de la interacción. Aquí hemos encontrado que los bebés tienen, de hecho, su objetivo en esa interacción e incluso antes de los cuatro meses de edad”, señala Dan Messinger, psicólogo evolutivo de la Universidad de Miami y coautor del estudio.

(8) Los juegos entre padres e hijos son muy importantes para el desarrollo social de los niños. “Este estudio demuestra que a una corta edad los pequeños ya tienen intenciones sociales y tienen comportamientos sofisticados para tratar de conseguir sus objetivos. También prueba que la tecnología de los robots es una herramienta eficaz para estudiar a niños pequeños que aún no hablan y adultos sin lenguaje, como en el caso de las personas con algún trastorno del espectro autista, y entender el desarrollo social del cerebro típico y también el atípico”, concluye Movellan.

adaptado de: La Vanguardia, 23-09-2015

noot 1 aleatorio = willekeurig

Al rescate de las palabras olvidadas

(1) *Adefesio, pamplina, melifluo...* Estas son solo algunas de las decenas de palabras que *La tienda de las palabras olvidadas* ha elegido sacar del baúl de los recuerdos (en realidad, del diccionario), vestir con una bonita ilustración y lanzar a la inmensidad de las redes sociales acompañadas de una #almohadilla para que por la vía de retuits, me gusta, y mensajes compartidos se recupere su uso. Y parece que lo está consiguiendo. En una semana este nuevo portal de Internet ha conseguido 26.191 visitas, ha hecho que se compartan más de 2.000 palabras, y que términos como *entelequia*, que hace tiempo que apenas se escucha en las conversaciones cotidianas, se haya contabilizado 208 veces en las redes sociales, fruto de esta campaña.



(2) *La tienda de las palabras olvidadas* es una iniciativa social impulsada por la agencia de comunicación Proximity después de conocer el abandono a que están sometidos la mayor parte de los términos que existen en castellano. La Real Academia Española (RAE) estima que solo se utilizan unas 2.000 de las 94.000 palabras que figuran en el diccionario de la lengua española, y aunque hay personas que emplean más, la realidad es que son muchos los términos que han caído en desuso. “Viendo esos datos, pensamos que podíamos dedicar nuestra campaña social anual a difundir esas palabras, insuflarles vida, que por otra parte es algo que está en la esencia de nuestro trabajo como comunicadores”, explica Ferran Lafuente, director creativo de la agencia.

(3) Lo que no esperaban, admite, es que su campaña tuviera tanto éxito, que las palabras propuestas se compraran –simbólicamente, porque se
25 adquieren con tan solo compartirlas–, ni tampoco el aluvión de términos para rescatar del olvido que les está llegando tanto desde España como desde Argentina, México, Chile... Tantos, que los diseñadores no dan abasto para ilustrar de manera original las palabras y exponerlas en la tienda acompañadas de su definición, su composición y sus consejos de
30 uso para utilizarlas de forma apropiada y para que puedan ser compartidas.

(4) “Hoy mismo acabamos de incorporar cinco nuevos términos a la treintena de palabras con que arrancamos la semana pasada, y la idea es añadir cinco o seis más cada semana durante el año que, como mínimo,
35 durará el proyecto”, detallaba ayer Lafuente. Claro que la iniciativa –que no tiene ánimo de lucro– puede crecer y adquirir nuevas dimensiones en las próximas semanas si prosperan las ofertas de colaboración que están teniendo y los contactos con el Instituto Cervantes, entre otras entidades.

(5) Lafuente cree que el interés y la repercusión que ha logrado la
40 propuesta de rescatar términos olvidados tiene que ver con que es una iniciativa sencilla pero que conecta con las emociones y la nostalgia de las personas, que recuerdan palabras que usaban sus seres queridos o que tenían un significado especial en su entorno familiar. “Recibimos mensajes con historias muy bonitas para justificar por qué deberíamos
45 incorporar tal o cual palabra”, relata el director creativo de Proximity.

adaptado de: La Vanguardia, 03-02-2016

Carta al Director

Tengo un sueño

Actualmente en España es imposible compaginar estudios y deporte de alto nivel. Somos muchos los jóvenes españoles que deseáramos tener la oportunidad de obtener un título universitario sin dejar de optar a la consecución de logros deportivos profesionales.

Sin embargo, el sistema universitario estadounidense no solo lo permite, sino que lo potencia. Existen miles de becas universitarias para deportistas y esta doble condición estudiante-deportista es reconocida y mimada. Se coordinan las facetas académicas y deportivas de tal forma que interfieren entre sí lo menos posible.

Desgraciadamente, la única opción que aquí nos queda, al margen de abandonar una de las dos facetas, es optar a una de estas becas deportivas para estudiar en Estados Unidos sin abandonar nuestras aspiraciones deportivas. Recientemente, el que probablemente sea el mejor deportista de todos los tiempos, Rafael Nadal, declinó recibir un título *honoris causa* alegando, desgraciadamente con la razón y franqueza que le caracterizan, falta de base académica para tal mención. Yo tengo el sueño de que esta situación no se vuelva a producir.

Paloma Sánchez, Valencia.

de: El País, 18-05-2014

Regata y Cocina

(1) Una alianza de ciencia, cocina y deporte de élite ha permitido que un proyecto de alimentación del futuro navegue a toda vela.

Los regatistas de la Barcelona World Race han probado en versión liofilizada¹⁾ seis platos elaborados en dos de los mejores restaurantes del mundo, El Celler de Can Roca y Les Cols. Gastronomía de alto nivel servida en un sobre.



(2) Patatas en salsa y aceite de eucalipto,

arroz con calamar, gachas de trigo sarraceno, arroz con leche, *hummus* con atún con pimiento rojo y salmorejo. Todo para mezclar a bordo con agua caliente o fría (los tres últimos platos). El hecho de poder mezclar los ingredientes en frío es una de las novedades del proyecto, ya que los alimentos liofilizados (a los que se extrae la parte húmeda tras un proceso de descongelación y vacío) que se utilizan habitualmente precisan agua caliente, explica Pere Castells. Castells es responsable de la Unidad de Investigación de Ciencia y Cocina en el Campus de la Alimentación de la Universidad de Barcelona, donde se encarga de la Bullipedia²⁾, y que ha coordinado con la nutricionista Vicky Pons un curso de gastronomía y alimento de alto rendimiento.

(3) Esta comida para condiciones extremas ha sido impulsada por la Fundació Navegació Oceànica Barcelona (FNOB) y se volverá a utilizar en la próxima edición de esta vuelta al mundo a vela. “Lo que los regatistas nos transmitían es que querían productos frescos, porque todo lo que encontraban en el mercado eran productos guisados, que al final te cansan porque tienen todos un sabor muy parecido. En cambio, no había nada de lo que llamamos dieta mediterránea”, comenta Castells.

(4) “Como están en situaciones extremas de cansancio y frío, es una alegría comer algo caliente, algo confortable, en un ambiente que no lo es”, dice Pere Planagumà, jefe de cocina de Les Cols. “Partimos de elaboraciones tradicionales en el menú del restaurante. El plato mantiene el sabor y sus propiedades”.

35, un requisito indispensable era la potencia energética, pero también se ha jugado con las texturas. Castells ve esta opción de los liofilizados como “algo con futuro”, para excursionistas o viajeros que transporten de forma ligera “alimentos ricos y saludables”. Y es una forma de “mantener alta la ola de innovación gastronómica española”.

adaptado de: El País, 11-04-2015

noot 1 liofilizar = vriesdrogen

noot 2 la Bullipedia = een databank voor gastronomische kennis ontwikkeld door Ferran Adrià, een wereldberoemde Catalaanse chef-kok

Una librería en las ondas



(1) Natu Poblet es la dueña de *Clásica y Moderna*, una de las librerías más famosas de Buenos Aires y es también la directora de *Leer es un Placer*, un programa de radio retransmitido por Internet, que subvenciona la alcaldía de Buenos Aires y se puede escuchar en la dirección www.leeresunplacer.com.ar. Tiene 74 años y aún conserva parte del acento español que heredó de sus padres. “Estuve en España en septiembre y a todo el mundo de la cultura le dije lo mismo: en medio de tanta cultura ustedes tienen un arma fundamental, que es el idioma. Aprovechenlo”.

(2) Eso es lo que ella intenta hacer cada semana en un rinconcito de la Universidad Abierta Interamericana, en pleno barrio tanguero de San Telmo, en el estudio de radio asignado a los estudiantes. Cuando se abre la puerta se nota el olor a café y el murmullo, las risas o las conversaciones de los estudiantes en la cafetería de al lado. Y cuando se cierra la misma puerta, Poblet agarra su sillón, coloca un cojín encima, ordena en la mesa sus cuatro o cinco bolígrafos y empieza a crearse un clima como de historias alrededor de la hoguera.

(3) –Buenos días, buenas tardes, buenas noches– saluda a sus oyentes. Suele hacer una pequeña introducción del autor elegido y su compañero Carlos Clerici comienza a leer en voz alta textos que ella escogió. “La elección de esos fragmentos es una intervención sobre la obra, o mejor, uno de los posibles caminos de lectura”, explica en la página de Internet del programa. “Se construye así una novela dentro de la novela, y esta versión reducida es la que llega al oyente, sin alterar ni una sola de las palabras escritas por el autor”.

(4) La librería más famosa de Buenos Aires conoce a cientos de autores, editores, lectores, agentes literarios... Lleva muchos lustros recomendando lecturas y dejándose recomendar. Su programa es como si de pronto nos abriera la puerta de *Clásica y Moderna*, nos dejara sentarnos en una mesa mientras suena la *Serenata a la Luz de la Luna*, de Glenn Miller, y comenzara a sugerirnos lectura. A veces Poblet llama por teléfono al escritor en cuestión para que sea él mismo quien desde cualquier parte del mundo recite sus textos. “Cuando el fragmento elegido es muy coloquial o contiene muchos insultos, prefiero que se lea con la tonada original”.

(5) Desde los consagrados hasta los novelistas más prometedores. Todos tienen un hueco en ese pequeño rincón del barrio de San Telmo. “Si uno se alza por encima de las nubes y mira hacia abajo termina dándose cuenta de que lo que nos une es la lengua común”, explica Poblet. “Internet ha acabado con barreras políticas y geográficas”.

adaptado de: Babelia, 02-02-2013

Lees bij de volgende tekst eerst de vraag voordat je de tekst zelf raadpleegt.

Tekst 11

LA PIZZA PERFECTA

En el tiempo en el que esperas a que te llegue una pizza fría a domicilio, puedes hacer una casera para chuparte los dedos. Deja el teléfono y ponte el delantal.

LA MASA: La puedes comprar hecha, pero si quieres convertirte en un pizzero verdadero, esto es lo que tienes que hacer.



Forma un disco de masa

Pon una bola de masa sobre una superficie y enharínala. Apoya las puntas de los dedos de una mano a un par de centímetros del borde, empuja abajo y hacia el exterior, mientras la haces rotar con la otra mano.

Estírala

A medida que se ensanche la masa, presiona con las palmas de las manos hasta obtener un disco de unos 25 cm de diámetro.

Usa los nudillos

Coge la masa con los puños, colocados a unos centímetros del borde. Pásate la masa de una mano a la otra, rotándola. Cuando tenga unos 30 cm de anchura, pásala a una pala de pizzero.

LOS INGREDIENTES: Te ayudamos en la elección.

Improvisa

Entra en el supermercado o abre tu nevera y deja que los productos de temporada sean tu fuente de inspiración. Por ejemplo, verduras autóctonas en primavera o verano, o verduras en conserva de la despensa en otoño e invierno.

Prepara bien los ingredientes

Como la masa fina se cuece enseguida (ocho o nueve minutos), ten en cuenta el tiempo de cocción que necesitará la cobertura. Corta las verduras muy finas y haz lonchas finas de los embutidos para potenciar al máximo la caramelización y el sabor.

Haz un ejercicio de moderación

Para conseguir una pizza crujiente y fácil de coger, límitate en la distribución de la cobertura. No quieres ingredientes que aplastan la pizza. Échalos con moderación y bien repartidos, de modo que cada bocado de la pizza tenga un poco de todo.

adaptado de: Menshealth.es, febrero de 2015