

Los dulces artesanos, a la venta para el mantenimiento de los conventos

Una treintena de congregaciones participan en Zaragoza en Expoclausura

Marta Salguero
Zaragoza

Más de 140 dulces elaborados por más de una treintena de congregaciones religiosas de toda la geografía española se ponen estos días a la venta en Zaragoza para recaudar fondos con los que hacer frente al mantenimiento de monasterios y conventos de clausura con siglos de antigüedad.

Se trata de la II Edición de Expoclausura en Zaragoza que, tras la buena acogida del año anterior, abrió sus puertas en el centro comercial El Caracol, para hacer las delicias de los más golosos.

Hasta allí, se acercaron muchos curiosos que no pudieron evitar comprar más de una caja de estos dulces navideños, entre turrónes, polvorones, mantecados, hojaldres, cocadas, trufas, bombones, amarguillos, rosquillas y mermeladas.

Se venden perfectamente envasados y etiquetados con la información del convento y la congregación que los ha elaborado.

Así, se pueden encontrar "estrellas de Jerusalén" del Monasterio de Santa María de Jerusalén de Barcelona; turrónes de la abuela del Convento Purísima Concepción o panes de cádiz de Las Hermanas Clarisas de Ávila.

También, dulces de la tierra del Cid del Monasterio de Nuestra Señora del Espino de Vivar del Cid (Burgos) y marquesitas de las Madres Dominicas de Toro (Zamora). Así hasta llegar a 144 variedades de productos de 31 conventos españoles en una exposición, en la que también hay representación aragonesa.

Este año, se han incorporado



Unas clientas echan un vistazo a algunos productos, ayer en el Centro Comercial El Caracol de Zaragoza. EFE/Javier Belver

dos conventos oscenses: el Monasterio Santo Nombre de Jesús en Barbastro, que ofrece sus dulces "princesitas" y "glorias" y el Convento de la Asunción de las monjas carmelitas de Huesca, con sus tradicionales pastas de limón.

A estos dulces divinos y aragoneses, se suman también las almendras reales del monasterio de la Inmaculada de Monzón.

"Yo he comprado magdalenas de Jerusalén y una barrita de mazapán para regalar", contaba

ayer María Luisa Rodríguez, acostumbrada a comprar este tipo de productos monacales allá donde viaja.

En cambio, María Luisa Olleiro, que esperaba detrás su turno para pagar, explicaba que es la primera vez que compra estos dulces navideños.

"Seguro que repite", le indicaba la dependienta, quien apuntaba que no había pasado ni un sólo cliente que haya comprado una sola caja.

Estos dulces no sólo van di-

rectos al paladar, sino que el dinero recaudado se destinará a sufragar los gastos de monasterios y los conventos de clausura, edificios con siglos de antigüedad a sus espaldas que requieren un gran mantenimiento.

"Hay problemas de humedad, goteras, frío, grietas..." y, en la mayoría de estas congregaciones de clausura, la venta de estos dulces artesanos son su principal fuente de ingresos, comentó el representante de los conventos, Miguel Ángel del Puerto.

La actriz Elena Furiase anima a los jóvenes a romper con el 'botellón'

Es la protagonista de una campaña

EFE
Madrid

Rompe con el botellón y BBT la vida es el principal mensaje del spot que protagoniza la actriz Elena Furiase en la campaña *Los que no*, una iniciativa de Asociación Dual en colaboración con el Plan Nacional sobre Drogas del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

El objetivo, según informaron ayer los promotores de esta campaña en una nota de prensa, es prevenir el inicio temprano del consumo de alcohol en menores de edad.

"La estadística se muestra invariable en los últimos años, ca-

da vez los jóvenes se inician antes en el consumo del alcohol, la media es 13 años, algo que no parece absolutamente preocupante", según Raúl Izquierdo, psicólogo y director técnico de Asociación Dual.

Los que no busca crear un espacio adecuado para el debate y la reflexión e involucrar en él al menor, no solo como parte activa sino también como protagonista del mismo.

"Las campañas de prevención son complejas y solo funcionan si se sostienen en el tiempo, atraviesan varios años e implican a padres, profesores y todos los agentes sociales", apunta.

Por eso han contado con Ele-



Furiase, en la presentación

na Furiase, una actriz con mucha repercusión mediática y concienciada con el abuso de alcohol en jóvenes.

"Elena representa los valores que queremos promover con la campaña, valores alternativos e incompatibles con el consumo de

alcohol como el trabajo, la dedicación, el esfuerzo o el éxito", explica el responsable de Asociación Dual.

Para Elena Furiase, la campaña es una manera de hacer ver a la gente que "hay un problema con las edades en que los niños empiezan a beber alcohol y además es una especie de guerra a ver quién bebe más".

Además la actriz es consciente de su poder de difusión: "Por trabajar en lo que trabajo hay muchos niños y niñas que a lo mejor se sienten identificados conmigo".

Mediante una estética dinámica e innovadora para atraer la atención de los jóvenes, el spot muestra el lanzamiento de una nueva bebida que invita a beberse la vida.

Dentro de la campaña, Asociación Dual ha creado la Universidad de Jóvenes Emprendedores Creativos, que, bajo el formato de una universidad online, pretende desarrollar competencias y aptitudes entre los adolescentes y promover alternativas al alcohol.



La cápsula Orion

La NASA suspende hasta hoy el lanzamiento de Orion

EFE
Washington

La agencia espacial estadounidense (NASA) suspendió ayer el lanzamiento de la cápsula Orion, diseñada para explorar el espacio profundo, en el que iba a ser su primer vuelo de prueba no tripulado.

Después de cuatro retrasos, el último por un problema en el cohete propulsor Delta IV, la NASA pospuso hasta hoy viernes, a las 7.05 hora local (12.05 GMT), el intento de lanzar la cápsula con la que la agencia espacial quiere volver a liderar la exploración espacial.

Tres minutos antes del lanzamiento, la agencia espacial de EEUU detectó que una de las válvulas de combustible y drenaje del cohete Delta IV no se cerró correctamente y, pese a los intentos de solventar el problema a tiempo, se consideró "más prudente" posponerlo.

El vuelo estaba inicialmente previsto para las 07.05 (12.05 GMT) pero se pospuso en el último momento debido a que un barco entró en aguas cercanas a la zona del lanzamiento en la costa de Cabo Cañaveral (Florida).

Los siguientes aplazamientos se debieron, en dos ocasiones, al viento y, por último, al problema en el Delta IV.

La NASA contaba con una horquilla de dos horas y media para el lanzamiento, en las que, según sus cálculos, se daban las condiciones para la partida del cohete con la cápsula Orion a bordo.

Orion, diseñada para realizar viajes tripulados más lejos de la órbita terrestre baja y para llegar en el futuro a destinos como Marte, partirá a bordo de un cohete Delta IV, de la compañía United Launch Alliance (ULA), desde la plataforma 37 del complejo de lanzamiento espacial de la base de Cabo Cañaveral.