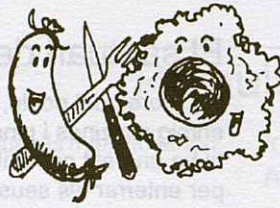


Cuina d'Avui



Coca de iogurt amb poma

Ingredients:

- 1 iogurt de llimona
- 2 gots del mateix iogurt de sucre
- 3 gots del mateix iogurt de farina
- ½ got del mateix iogurt d'oli
- 1 sobre de llevat
- 3 ous
- 2 pomes
- Una copeta de whisky, conyac o rom

Elaboració:

Es talla la poma a trossos finets i es deixa macerar amb el licor i una mica de sucre durant mitja hora.

Es posen la resta dels ingredients en un bol i es barregen amb la batidora fins que queda una pasta ben fina. Es vessa en un motlle untat amb mantega, s'hi afegeix la poma a sobre ben posada i es posa al forn uns tres quarts d'hora

aproximadament. Per saber si és cuita es punxa amb una agulla de fer mitja; si surt neta ja es pot treure. Es deixa refredar i llesta per menjar.

Aquesta mateixa coca es pot fer amb pinyons en comptes de poma.
BON PROFIT!

Leonor Grau

Crítica literària

TOSCANI, O. Adios a la publicidad.
Omega.

(2.000 ptes. aprox.)

Oliviero Toscani Adios a la Publicidad

omega

Segurament a molts de vostès els sonarà el nom de l'autor, Oliviero Toscani. Es tracta del conegut fotògraf i publicista artífex de polèmiques campanyes publicitàries de la famosa marca de roba UNITED COLORS OF BENETTON.

En aquest llibre Toscani intenta explicar la seva visió personal de la publicitat, molt allunyada del concepte al qual nosaltres estem acostumats.

Ell defensa una filosofia on la felicitat, el paradís i el món idoni i idealitzat són elements que no tenen cap sentit. Per ell, la comunicació, més que no pas la publicitat, ha de mostrar al món quina és la realitat dels nostres dies. Drogues, sexe, racisme, guerres, capitalisme, sida... són tan sols alguns dels temes utilitzats a les seves polèmiques campanyes.

Toscani intenta també, a través d'aquest llibre, justificar la seva creació, que ha estat molt criticada arreu del món per ser considerada materialista i hipòcrita; criticada no només per periodistes, o altres publicistes, sinó també, en algunes ocasions, des del Vaticà. L'autor renega dràsticament i se'n riu del treball de la resta de professionals de la publicitat, desautoritzant la seva feina, a la que qualifica d'antiquada i d'un autèntic crim contra la intel·ligència.

Per altra banda, l'autor fa referència als seus inicis; parla de la seva història, dels seus primers treballs com a fotògraf realitzats per revistes tan conegudes com VOGUE o ELLE, recorda, fins i tot, a una jove i inexperta noia que a penes començava i que responia al nom de Clàudia Schiffer.

Finalment, un cop llegit aquest llibre, es pot afirmar que moltes vegades el fet de treballar a la publicitat

afavoreix l'egocentrisme d'una manera, almenys en el cas d'en Toscani, totalment desorbitada. L'autor del llibre, i curiosament protagonista d'aquest, critica tant la publicitat que fins i tot s'oblida de quina és la línia que separa la publicitat del periodisme sensacionalista, i intenta aconseguir que la gent no s'escandalitzi quan ell presenta una fotografia d'un malalt de SIDA en fase terminal i rodejat de la seva família, dins d'una campanya publicitària destinada a la poca lucrativa fi de vendre jerseis.

Sílvia Reyes i Rodríguez