

Almanac de Interlingua

Numero 72 – Febrero 2016

Editor: Cláudio Rinaldi (almanacdeinterlingua@yahoo.com.br)

Le precio del amor

Lo que ha cambiate le minus sur relationes interpersonal in le dece ultime annos es forsan le maniera de cognoscer se. Mesmo si un copula se ha incontrate primo in ambiente virtual, il es probabilemente in un bar o restaurante que illes va approfondar lor intercambio e planar le proxime passos de iste nove relation. Post mangiar un platto local typic e biber un drink, plures ira ancora a un salon de cinema e retornara a casa in taxi. Ma, quanto costa un sortita romantic como iste?

In Buenos Aires, duo tickets de cinema sabbato a nocte costa 200 pesos, sin includer bibitas ni popcorn. Mangiar in un loco simple costara plus o minus 400 pesos, e duo drinks accresce al conto 140 pesos plus. Finalmente, un cursa de 5 km in taxi vale 75 pesos. Al converter le summa de 815 pesos per le cambio official, on trova que le copula ha dispense circa 85 dollars in su prime incontro.



Palermo (Buenos Aires) e Vila Madalena (São Paulo): le romantic quartieros bohémie sudamerican es minus costose que lor equivalentes in altere continentes.

Il es difficile poner se in accordo sur qual activitates debe esser incluse in un sortita romantic standard. Si nos utiliza iste exemplo argentin, il es possibile elaborar un indice de quanto costa iniciar un relation in distincte partes del globo.

In Madrid, on poterea incontrar se in le Plaza Mayor. Le tickets del cinema vale 38 dollars. Un conversation al sapor de *jamón serrano* e *tortilla* costa 50 dollars, e duo gin-tonics 20 dollars. Le taxi accresce 16 dollars. Al fin, le nocte romantic espaniol costara 124 dollars.

In London, un cinema proxime a Picadilly Circus costa 35, un cena 100 e duo drinks in un pub 28 dollars. Le retorno in un classic taxi nigre es 22 dollars. Total, 185 dollars.

Sydney, le plus costose citate australian, te fortia a sortir tosto perque le cocinas claude verso le 21 horas la. On pote camminar al cinema desde le porto de Darling e dispender 26 dollars. Le mangiar marin costa 76 e duo drinks *old fashioned* 23 dollars. Le taxi accresce 20, e assi on arriva al summa de 145 dollars.



In Espania, le *tapas* (plattos aperitive) a base de caseo *manchego* e gambon *serrano* es typic in le bars. In Brasil, un bon option al tabula es *coxinhas*, bollettas fricte farcite con carne retaliata de gallina.

Un sortita in Times Square, al corde de Nove York, anque non es economic: 28 dollars per le cinema, 110 per le mangiar, 28 per cocktails Manhattan e 20 per un cursa in un taxi jalne. Conto del nocte: 186 dollars.

Minus costose es un incontro in Vila Mariana, quartiere de bohemia in São Paulo. On dispendera 16 dollars con le cinema, postea 38 dollares con un portion includente le typic *coxinhas* e 13 con duo *caipirinhas*. Le taxi costara 7 dollars, dunque le total del nocte attingera 74 dollars. Plus: in Brasil, on expecta desde le prime incontro que le costo sia divise per le copula.

Tote le datos se ha extracte del articulo *El amor cuesta caro en cualquier idioma*, per Jason Mayne, publicate le 30 novembre 2015 in le jornal argentin *La nación* e compartite in Facebook per le interlinguista Aender dos Santos.

Boscage de bacas

Un nove poema per William M. Peaster

In le labyrintho sin sol, in le boscage de bacas,
mille cento spinas basiava mi carne.
Io deveniva trappate in lor basios,
trappate in lor manos, a jammais esser liberate
ab lor digitos de nove.

Io deveniva un viro ancian in ille siccitate de sol;
io oblidava mi digitos, mi pedes, le oculos del facie,
le itinere per qual io haveva arrivate,
e le bacas per qual un vice io haveva venite.

Io es ora solmente un respirante pectore
que es suspendite in basios, audiente al aves
que canta ab trans le boscage, inspirante
como deos ab lor gorgas molle, usque le die

Illes tamben deveni silente —
Illes tamben.

Le nove propaganda cuban

A pena le diplomacias cuban e statounitese comencia a reapproximar se, alcun designatores cubanoamerican projecta como le publicitate potera prosperar si le insula non plus restringe su pressa. Le capite de iste exercitio imaginative es Mario García, qui ha redesignate plus que septe centos publicationes in un centena de pais. Secundo ille, como le pressa cuban non se ha modernisate per cinquanta annos, illo debe saltar stadios e imbraciar directemente le jornalismo digital. Le conception moderne de jornal impresse se centra in analyses, non plus in novas de ultime hora, le quales se dissemina plus rapido in supportos digital, ille explica.

García invitava Ana Larrauri e Nuri Ducassi pro conciper nove publicationes destinate al cubanos de un epocha postcensura, mesmo se iste scenario es ancora speculative. Le tres designatores concorda que notitias “dur”, como los denomina Ana, se apprehende surtoto per Internet, dunque le vehiculos impresse debe destinar se a notitias local, cultural e divertente. E publicitate del companias statounitese, aggrega illa, per medio de que “le populo pote educar se in questiones sur capitalismo.”

Ben que le parve negocios private continuava a existir in Cuba durante le annos 1960, lor proprietarios non se animava a promover los, timente que on les appelarea burgeses. In le 1990s, le publicitate era autorisate in programmas televisive e pannelos promotional, ma de modo controlate per le governmento. Actualmente, alcun publicationes digital include anuncios e le proprie agentia statal de information publica anuncios classificate de interprisas e personas natural. Medios independente como blogs stimula le debatto del thema, ma le impacto es restricte perque solmente 5% del cubanos accede al rete mundial.



Projectos editorial joca con possibile formatos, contenidos e, claro, anuncios. *Cuba Hoy*, le tabloide concepte per Mario García, apportarea surtoto notitias popular. Le revista *La Rampa*, per Nuri Ducassi, haberea como publico principal integrantes del nove classe medie, como proprietarios de interprisas, studiantes universitari e touristas hispanophone. Ana Larrauri creava le supplemento dominical *Havana 24/7*, con emphase in activitates cultural.

Le modello statounitese ha ja un experientia pioner con le revista *On Cuba*. Le redaction es situate in Havana e le distribution attinge “ambe lateres del stricto de Florida”, secundo su director Hugo Cancio. Ille explica que su revista es accreditate como medio estranier: ben que le contento se collecta in Cuba, le impression eveni in le Statos Unite. “Ni le jornales ni le television cuban genera receptas sufficiente pro

sustener se sin supporto statal. Le media, in lor momento, debiera ajustar se o va perir, porque io non crede que le stato potera continuar a sustener los”, ille conclude.

Desde que le presidencia de Cuba passava al manos de Raúl Castro, in 2006, un numero de negocios private ha reaparite, e con illos le affiches que promove restaurantes e cafeterias. Nonobstante, le principal invention publicitari recente in le pais es le *paquete* (‘pacco’). Con iste parola se baptisava le videos comercial breve, facilmente immagazinabile in le restricte memoria del telephonos mobile, discos dur e cartas flash que circula liberemente e functiona como un sorta de internet offline. Iste nove modello negotial de descargar information e postea compartir lo con altere personas ha promote officinas de reparation, perruccherias, restaurantes popular e casas pro rentar a celles qui ha nulle accesso al Internet real. Le anuncios se insere in medio a videos de notitias, sports, cinema, musica, shows religiose, series televisive, jocos e applicationes, in summa, tote le contento que, in altere paises, on obtene in Internet o in television per cable. Le paccos provide anque archivos pdf de revistas como *Venus*, le “revista cuban de varietates feminin”, e *Vistar Magazine*, un version insular del statounitese *People*, ambes continente anuncios publicitari, claro. Le interprisas private que controla le paccos leva de 2 a 3 cuc* per septimana e provide, per exemplo, capitulos recente de un lista con plus que quatro centos series televisive. Per 5 cuc annual, on pote usar anque le servicio *WebToMail*: on invia un demanda al e-posta del interprisa, que lo recerca in Google e postea responde al cliente. De tanto popular, le *paquete* ha attracte le attention del proprie governmento, que essaya popularisar un servicio concurrente denominate *mochila* (‘sacco a dorso’), sin totevia prohiber le pacco.



Le anuncios renasce in Cuba: con minus controllo statal sur negocios private, publicitarios cubanoamerican projecta maneras de explorar iste nove mercato.

Al momento, iste agencias de production audiovisual e publicitari que promove le “consumo collaborative” functiona sin status legal, ma le governmento ha prise nulle

action official pro combatter los. Le controlo statal ha mesmo concesse un numero ISSN a *Vistar Magazine*, autorisante lo a circular legalmente. Un obstaculo plus grave al annuncios es le precios que illos costa. Un annuncio de medie pagina in un revista vale 150 cuc, e un de pagina duple 400 cuc – precios alte, si on considera que le salario median de un travaliator cuban es 20 cuc mensual.

*Le peso cuban convertibile, popularmente dicte “cuc” gratias a su sigla international, equivale officialmente a 1 dollar, ben que un imposto incidente sur operationes cambial augmenta su precio effective a 1,13 dollar. Le cubanos recipe le plus grande parte de lor salarios in pesos “national”, de valor plus basse. Le governmento actual ha studiate le elimination del systema bimonetari, in curso desde 1994.

Iste texto retira information de un reportage televisive exhibite per le canal venezuelan Globovisión in decembre 2015 e del duo articulos sequente: *¿Cómo sería una prensa capitalista en Cuba?*, publicate le 31 maio 2015 in <http://summarium.com/>, e *La publicidad, símbolo del capitalismo, regresa a Cuba*, per Nora Gámez Torres, publicate le 8 agosto 2015 in www.elnuevoherald.com e in <http://in-cubadora.org>.

Impostometro

Presso al Corte del Collegio, loco de foundation del citate São Paulo in 1554, es installate un aparato denominate impostometro, que indica quanto de impostos le brasilianos ha pagate desde le initio de cata anno al governmentos federal, statal e municipal. In 2016, le marca de 100 milliardos de reales era attingite le 14 januario, un die plus tosto que le anno anterior. Con iste valor, equivalente a 500 reales per habitante, on poterea alimentar tote le population brasilian per duo menses, o pagar le conto de energia electric de totes per septe menses. Illo es sufficiente pro que le governmento contracta per un anno 8 millones de professores pro le inseniamento basic o 6,6 millones de policieros. Altere opciones esserea construir 3 millones de habitaciones popular con 40 metros quadrade o plantar 21,2 milliardos de arbores.



Un image panoramic del *Pátio do Colégio*, puncto fundacional de São Paulo, e del impostometro installate circa de la per le commerciantes del citate. Al fin de 2015, le perverse instrumento batteva su record al constatar que le brasilianos habeva pagate plus que 2 milliardos de reales in impostos.

Un mundo offline

Un reporto del Banca Mundial publicate le ultime januario indica que 4,2 milliardos de personas ancora non accede al Internet, il es dicer 60% del population mundial. In pais de developpate, 80% del citatanos, in media, es connectate al rete mundial, contra solmente 31% in pais in developpamento.

Secundo iste mesme reporto, 2 milliardos de personas non ha telephono cellular, un quarto de illes vivente in areas ubi le servicio de telephonia mobile es indisponibile.