

Noticias

CATA, CULTURA Y PSICOLOGIA

Durante los meses de enero y febrero de 1993, la Comisión de Cultura del Col.legi Oficial de Psicòlegs de Catalunya nos propone un curso de cata de vinos que bajo el título "Curs d'iniciació al tast de vins" ellos mismos organizan.

En la misma línea, cual si de un ultramarinos se tratara, nos oferta la posibilidad de adquirir un cava artesano de Sant Sadurní, especialmente realizado para el COPC al increíble precio de 600 pesetas la botella.

Esperamos con impaciencia la reacción de los colegiados el día que el mismo Col.legi se decida a promocionar una degustación de tabacos o un cursillo sobre la elaboración manual de cigarrillos de hierbas.

No se trata de hacer una crítica hipócrita y mojigata al consumo/comercio de bebidas alcohólicas, sino de puntualizar el marco adecuado para cada actividad. En el citado marco, el alcohol no puede ser alimento, ni cultura, ni seña de identidad nacional, ni vasodilatador coronario, ni antianémico, ni una mercadería cualquiera. El alcohol es una droga.

Rafael Forcada

UNA MADRE EMBORRACHA A SU HIJA AL PRETENDER DORMIRLA

Una adolescente fue acusada de emborrachar a su hija de dos años, tras confirmarse que la niña bebió tal cantidad de champán que obligó a su hospitalización en la localidad tejana de Austin (Estados Unidos). Su abuela materna aseguró que su hija no tuvo la intención de dañar a la niña, ya que sólo pretendía que se durmiera.

EN 1992 SE VENDIERON EN ESPAÑA 21 MILLONES DE LITROS DE WHISKY J&B

La marca de whisky escocés J&B vendió en 1992 un total de 2.500.000 de cajas, equivalente a 21 millones de litros, según informó para el periódico valenciano **Levante** la empresa AED, responsable de la comercialización de este licor en España. Esta distribuidora cuenta también con la exclusiva de otras marcas de licores, como Grand Marnier, Bombay Gin o Baileys, que en conjunto han supuesto una facturación global para AED de más de 37.000 millones de pesetas durante el pasado ejercicio.