

OCIO Y CULTURA

LA CANTADA D'HAVANERES DE CALELLA DE PALAFRUGELL CUMPLE MEDIO SIGLO Y, PARA CELEBRARLO, SE ORGANIZARÁN FESTEJOS DURANTE 16 MESES. EL PRESUPUESTO DE LOS FASTOS ES DE 250.000 EUROS.

Medio siglo de tradición de habaneras en la Costa Brava

Guillem Tapia. Barcelona

La tradicional Cantada d'Havaneres de Calella de Palafrugell (Baix Empordà) cumple 50 años y, con motivo de la efeméride, se han programado actos que se prolongarán durante 16 meses. Los festejos, que se iniciaron el pasado abril y finalizarán en julio de 2017, constan de medio centenar de actividades, al margen del propio festival de habaneras, que celebrará la edición de sus bodas de oro el próximo 2 de julio en la Playa de Port Bo, en Calella.

La palafrugellense Silvia Pérez Cruz será la cabeza de cartel de esta edición de la Cantada, en la que también participarán los grupos de habaneras Berganti, Peix Fregit y Port Bo. Las entradas para el concierto tienen un precio de 30 euros y ya se han agotado.

El Ayuntamiento de Calella de Palafrugell se ha volcado con la celebración del que, seguramente, es el acontecimiento cultural más popular y mediático de la localidad y uno de los más tradicionales de la Costa Brava. La presente edición de la Cantada tendrá un presupuesto de 90.000 euros, de los cuales el 50% los aporta el consistorio.

En cuanto al conjunto de festejos vinculados a la cele-



La Cantada tendrá lugar el 2 de julio en la Playa de Port Bo.

Joan Roca ha diseñado una tapa conmemorativa a base de boquerón y anchoa

bración del 50 aniversario de la Cantada, que incluyen actividades de todo tipo repartidas por la geografía catalana, el presupuesto se eleva hasta los 250.000 euros, de los cuales el Ayuntamiento de Calella contribuye con el 20%.

El resto de la financiación la cubren otras instituciones pú-

Silvia Pérez Cruz será la cabeza de cartel de la 50 edición de la Cantada

blicas –principalmente la Generalitat, la Diputación de Girona y el Patronato de Turismo Costa Brava Girona–, y Damm y CaixaBank como patrocinadores.

Otro de los platos fuertes del cincuenta aniversario es la participación de Joan Roca, del restaurante El Cellar de Can Roca, que ha diseñado una tapa conmemorativa para la efeméride. Se trata de una tapa en forma de *bocadillo cubano* de boquerón y anchoa, ajo, perejil y tomate, que ha bautizado como *L'Havanera*. También en el plano gastronómico, el heladero Jordi Domingo ha elaborado un helado con sabor a *cremat*, una típica bebida habanera.

Bares y restaurantes de Calella de Palafrugell y de otras localidades reproducirán y servirán estos platos. "Esperamos no haberle complicado mucho la vida a nuestros colegas", bromeó ayer el chef Joan Roca, durante la presentación en Barcelona de la Cantada de Havaneres.



Eduardo Bernal, fundador del festival #likerART.

EDUARDO BERNAL FESTIVAL #LIKERART

"Pretendemos que la gente de los barrios se convierta en mecenas"

Eric Galián. Barcelona

Eduardo Bernal (Barcelona, 1970) es fundador y coordinador del festival #likerART, que este año celebra su primera edición. El certamen, que se puso en marcha a finales de abril y finaliza mañana, viernes, reúne la obra de 30 artistas en distintos espacios cotidianos de cinco barrios de Barcelona, como restaurantes, panaderías, peluquerías o tiendas de música. Las obras pueden ser adquiridas por los vecinos y el festival ha organizado rutas para visitar las obras de cada zona.

– **¿Responde bien la gente de barrio a expresiones artísticas que pueden ser difíciles de entender?**

La respuesta ha sido muy positiva. Algunos artistas han vendido hasta 12 trabajos. Lo que pretende esta iniciativa es que la gente de barrio se convierta en mecenas y pueda comprar obras de arte. Una de las condiciones para poder participar en el festival es que las obras no tengan un precio superior a los 60 euros.

– **¿Por qué atrae este tipo de cultura?**

Yo creo que debe haber opciones para todos. El arte de galería peca de elitista. Queríamos romper esa barrera con el público y que nadie se sintiese intimidado por disfrutar de la cultura.

– **¿Cómo surge la idea de poner en marcha el festival?**

Junto a un socio, creamos la plataforma Liker, que aún está operativa y que ayuda a comunicar eventos

"Las obras de arte que se exponen no pueden costar más de 60 euros para facilitar su venta"

culturales, como exposiciones o conciertos, a través de las redes sociales. De ahí surgió la idea de organizar #likerART, con más artistas y lugares para exponer.

– **¿Qué barrios han participado?**

El equipo de #likerART está formado por siete personas que coordinan las exposiciones en cada barrio de manera independiente. Las obras se han expuesto en 30 espacios distintos de El Clot, Poble Nou, Poble Sec, Gràcia y Casc Antic.

– **¿Cuáles han sido los artistas más destacados?**

Margarito dela Guetto, que sólo trabaja con fotografías instantáneas; la ilustradora Judy Kaufmann; el fotógrafo Fede Nieto o la artista japonesa Rina Ota, por ejemplo.

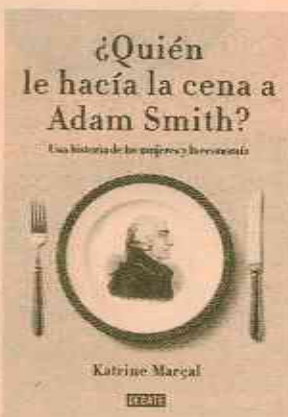
– **¿Cómo se ha financiado el festival?**

No hemos invertido apenas capital. Tanto los espacios como los artistas han participado para darse a conocer. Hemos contado con algunos partners, como la marca de cerveza artesana Brutus, de Sitges (Garraf), o la gestora cultural Trànsit Projectes. La intención es buscar un patrocinador y expandir la iniciativa a ciudades como Madrid, Córdoba, Milán o Dublín en próximas ediciones.

Adam Smith, la caja negra y la Bolsa

E. Galián. Barcelona

En *¿Quién le hacía la cena a Adam Smith?*, la periodista Katrine Marçal analiza la historia del pensamiento económico bajo una perspectiva femenina, y critica la noción de *Homo economicus* de la escuela neoclásica. Aprender de los fracasos a través de una metodología cuantificable es la base de *Pensamiento caja negra*, un libro en el que Matthew Syed ofrece consejos para rentabilizar los errores. En *Cambia de vida en 90 días*, Borja Muñoz y Lorenzo Gianninoni exponen los puntos clave para convertirse en inversor en Bolsa.



Debate.



Empresa Activa.



Deusto.