

## CÉLULAS MADRE: ¿BANCOS PRIVADOS O PÚBLICOS?

*Piensa en los demás, y no sólo en ti; así podrás ayudar a más gente y te ahorrarás unos cuantos euros.*

El pasado mes de febrero nuestros periódicos e informativos nos agobiaron con la noticia de que los Príncipes de Asturias habían congelado células madre del cordón umbilical de su hija, la Infanta Leonor, y los habían mandado a EE.UU. Los periodistas dedujeron que Leonor sufría alguna enfermedad grave y por esos sus progenitores decidieron conservarlas: eso no se ha demostrado y esperamos que no sea así. Durante ese mes se abrió un gran debate de si deberían permitirse en España los bancos privados de células madre o seguir con la ya presente de bancos públicos. A pesar de los comentarios, bastantes familias decidieron imitar a los príncipes y congelar las células en bancos privados. Ahora bien, en realidad todas estas familias que están pagando por guardar las células de sus hijos saben lo que hacen o simplemente es la nueva moda. A estas familias lo primero que les deberían dar es información, ya que aún no es seguro que con esas células luego se pueda llegar a algo. Todo está en investigación. Las células madre ya han ayudado a muchas personas, pero no han conseguido que de ellas salga todo lo que esperan; simplemente sirven para tratar algunas enfermedades.

¿Quién les va a decir luego a los padres que con las células que han guardado no pueden curar la enfermedad de su hijo porque aún no se ha descubierto la manera? Entonces estos padres ¿para qué están pagando? ¿No sería mejor que hubiesen donado estas células a un banco público y así podrían haber ayudado a otras personas? Yo pienso que sí.

No me voy a poner en contra de los bancos privados, porque los dos tienen sus ventajas e inconvenientes: en el privado sabes que las células son de tu hijo y hay menos riesgo de rechazo; pero, si tu hijo sufre una enfermedad a los 30 años, sus células ya no le sirven porque sólo duran de 15 a 20 años. Entonces, ¿qué haces, recurrir a un banco público? Eso a mí me parece injusto: tú no han querido donar las células de tu hijo para que otros se beneficien pero tú sí te beneficias de las de otros. Y ¿para eso he tenido que estar pagando los 20 años que han tenido las células en el congelador?

Con esto sólo quiero decir una cosa: yo no dormiría con la conciencia tranquila sabiendo que yo no he ayudado y a mí me han tenido que ayudar. No pienses sólo en ti y piensa en las vidas que puedes salvar.

## LOS CEREBROS VAN AL GIMNASIO

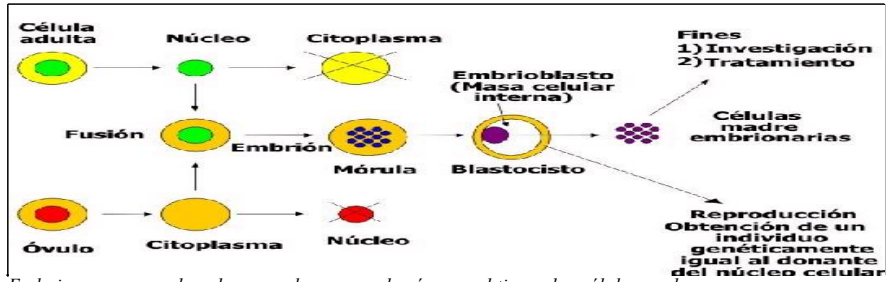
*Neurólogos y expertos en videojuegos se unen para acercar al público una nueva y saludable forma de entretenimiento.*

Cuando Satoru Iwata, presidente de Nintendo, abrió un libro de neurología donde se explicaba de qué modo ejercicios matemáticos ayudan a mantener en forma el cerebro, comenzó a gestarse uno de los mayores éxitos de su empresa. Se puso en contacto con el equipo del neurólogo Ryuta Kawashima y, tras cinco meses de trabajo junto a programadores de Nintendo, dieron a luz a Brain Training. Después del éxito de ventas en Japón, Brain Training llega a Europa el 19 de mayo. Ejercicios de agilidad mental, pequeños retos de resolución rápida convierten este juego en una especie de dieta para poner en forma el cerebro. Brain Training, que en su versión europea incorporará el Sudoku, ha conseguido atraer a un público que hasta el momento se había mantenido al margen de los videojuegos. Kawashima, al afirmar que el ejercicio mental retrasa el envejecimiento del cerebro y mejora la memoria, ha convencido al público de las propiedades terapéuticas del juego. Los ejercicios que



contiene nunca se repiten y los resultados se almacenan de forma que permiten comprobar la progresión del jugador. Los estudios realizados previamente hacen que el juego se base en aquellas pruebas que más estimulan el cerebro. De hecho, en las salas de espera de ciertos consultorios médicos se deja a disposición de los pacientes este tipo de pasatiempos para relajarse.

Y esto no ha hecho más que empezar: compartiendo filosofía llega al mercado English Training, un juego en el que el reto es aprender un idioma mientras se juega. A comienzos de año, en Japón, ya era número uno en ventas.



## INTERNET. OTRAS FORMAS DE ENCONTRAR EL AMOR

*Millones de personas se enamoran a diario a través de la red, un método cada vez más avanzado donde conocer gente es más sencillo.*

Vivimos en un mundo en el que es cada vez más complicado conocer nueva gente. La sociedad de hoy en día, a pesar de ser más liberal, se ha vuelto más exigente a la hora de encontrar pareja sería. Los círculos cerrados de amistades y familia, en los que todos nos movemos, dificulta un poco el camino a personas que por diversas circunstancias se encuentran solas. Frente a ese problema se han buscado diferentes opciones y una de las más demandadas es relacionarse con gente vía internet. Para ello han sido creados multitud de portales que ofrecen al usuario la posibilidad de encontrar el amor a cambio de un registro generalmente gratuito y una cuota mensual que oscila entre los 25 y los 30 euros.

El perfil de *persona perfecta* que tenemos hoy en día dificulta a personas que no se ciñen a estos cánones de belleza o buscan a gente más *convencional*. Mediante este método puedes conocer a todo tipo de gente, ya sea hombre o mujer, y a través de email o teléfono conseguir un cierto nivel de confianza, que en una discoteca o pub no se podría encontrar. Las empresas encargadas de controlar los perfiles que han creado los usuarios son los responsables de que no se publiquen fotografías o textos descalificativos que puedan dañar la sensibilidad de los internautas. Son pocas las empresas que llegan a mantenerse estables sin dejar de tener éxito durante un periodo largo de tiempo. La pionera es *Match.com*, con once años a sus espaldas y sede en Dallas, que puede localizarse en 246 países, tiene 31 sites propios y utiliza 18 idiomas diferentes. En España únicamente trabajan 6 personas, pero en el mundo cuentan con unos 250 empleados. Este portal posee 2.400.000 usuarios españoles y 15.000.000 a nivel mundial, lo cual demuestra que el número de personas que confían cada vez más en estos servicios crece considerablemente. Las empresas, con el fin de evitar que sucedan desgracias, advierten a sus clientes sobre comportamientos extraños o cualquier mínimo detalle que puede ser relevante a la hora de quedar con alguien en persona.

Para ello aconsejan tener un alto grado de confianza con el otro usuario: mandarse foto mediante email para una mayor seguridad, hablar por teléfono, contactar frecuentemente... Hasta ahora la empresa líder en España no ha tenido ningún problema que haya llegado a algún caso extremo o precisara de intervención judicial.

La mayoría de la gente que ha conseguido el propósito de encontrar su media naranja mantiene una relación con la empresa *celestina* informándola del rumbo que toma el noviazgo y las novedades que pudiera llegar a tener. Según me ha comentado amablemente Ana Díaz (Responsable de Comunicación y RR.PP de Match.com) en unas preguntas que le formulé vía email, la mayoría de los usuarios que han contactado con la web han obtenido el resultado que buscaban; y en caso contrario, en seis meses la empresa le regala otros seis para seguir intentándolo.

Ya entrado el siglo XXI es muy interesante comprobar que el ser humano no ha dejado de evolucionar y ante problemas de cualquier tipo que afectan a su vida diaria, busca otros caminos y salidas para llegar a obtener el mejor resultado posible.



*Medio oral y ordenador: dos maneras de comunicarse.*

PORQUE SER JOVEN NO ES FÁCIL...

Hipotecas Timobank