

TEXTO 1

Galicia-Hoxe

Crean unha pílula que "crece" no estómago e quita o apetito

03.07.2007 Expándese e fai que a xente a dieta se sinta "satisfeita" · Os seus "inventores" defenden que o achado pode axudar na batalla contra a obesidade

REDACCIÓN

Un grupo de científicos italianos desenvolveron unha pílula que se expande no estómago; a súa función principal: facer que a xente que está a dieta se sinta "satisfeita".

Comparan a súa acción coa sensación posterior a comer un prato cheo de raviolos, e afirman que pode suprimir a fame por unhas horas. Está feita dun tipo de hydrogel, que o equipo descubriu cando intentaba desenvolver novos tipos de recheo para os cueiros de nenos.

Segundo din, pode axudar na batalla contra a obesidade. Ata agora foi probada en só 20 persoas, pero os expertos afirmaron que antes de que salga á venda deberá ser sometida a máis probas. O profesor Luigi Ambrosio, director dos estudos no Consello Nacional de Investigacións italiano, decatouse de que o seu hydrogel podería ter un efecto similar ó da cirurxía gástrica, un procedemento que reduce o tamaño do estómago.

A diminuta pílula é máis ben un pequeno cúmulo de po cando está seca. Pero se se inxire xunto a un vaso de auga vólvese unha bóla de consistencia parecida á xelatina. Está feita con base nun composto orgánico chamado celulosa, e o corpo encárgase de descartala... polas vías naturais, segundo recolle a web de BBC Mundo. A pílula, que aínda non foi bautizada, está sendo sometida a proba en 90 persoas que sofren de sobrepeso, para determinar cantos quilos poden chegar a perder e descubrir algunha contraindicación. Ambrosio indicou que a pílula debe inxerirse entre 30 minutos e unha hora antes de cada comida. Atravesa o sistema dixestivo nunhas cinco horas. O científico dixo que os usuarios poden comer algo, pero só necesitarán pequenas porcións.

O produto estaría listo para o lanzamento en maio de 2008.

Pola súa parte, o profesor Paul Hatton, do grupo de investigación en biomateriales da Universidade de Sheffield, Inglaterra, afirmou que a idea era "intuitiva". En principio parece posible, pero terán que facerse moitas probas de seguridade, indicaron os especialistas.

Necesítanse máis probas

O doutor David Haslam, director clínico do Foro Nacional de Obesidade, tamén no Reino Unido, dixo que desde moito tempo circulan produtos que tratan dar a sensación de fartura. Isto foi intentado no pasado, pero non foi moi exitoso. "Necesitamos máis probas, pero é unha idea suficientemente razoable", dixo.

Maior control das dietas milagre

O Ministerio de Sanidade incrementará os controis sobre a publicidade das dietas milagre que, "ás veces, raian na publicidade enganosa", anunciou onte a titular do departamento, Elena Salgado. Estes réximes poden ser unha "porta de entrada" á anorexia e á bulimia cando os seguen adolescentes, advertiu a ministra na presentación dunha web do Ministerio e da Axencia de Seguridade Alimentaria e Nutrición (Aesan) na que informará sobre o risco destas dietas milagre. Salgado recoñeceu que o problema na publicidade reside en que durante o primeiro mes si conseguen rebaixar quilos.

O ano no que chegou o iPhone e arrasou

23.12.2007 Unha nova xeración deste móbil con pantalla táctil chegará no 2008 ó mercado

PAULA GIL . SAN FRANCISCO

Apple revolucionou este ano o sector da telefonía móbil co iPhone, ese elegante celular sen botóns que, a pesar do seu prezo, xa vendeu case millón e medio de unidades nos Estados Unidos e levantou paixóns a ambos os dous lados do Atlántico.

Todo aquel que non pasara os últimos seis meses fóra do planeta oiría falar del: os medios publicaron artigos sobre o iPhone ata a saciedade e o teléfono converteuse no termo máis buscado en internet no 2007, segundo Google.

Nos Estados Unidos, a revista *Time* nomeouno "invento do ano" polo seu deseño, a súa pantalla táctil e por ser o primeiro terminal de telefonía "que realmente merece o nome de computador portátil".

Todo comezou o 29 de xuño con colas e compradores facendo noite na porta das tendas: o iPhone, anunciado seis meses antes por Steve Jobs, presidente de Apple, púñase á venda nos Estados Unidos a 499 dólares, aínda que algúns meses despois se rebaixaría a 399.

A compra do aparello obrigaba a asinar un contrato de 24 meses co operador AT&T, o que orixinou a aparición case inmediata de ducias de hackers en todo o mundo, afanándose en liberalo. Moitos conseguírono.

En só dous días, Apple vendeu 270.000 unidades e a data de hoxe, van xa case millón e medio, sen contar as que se venderon en Francia, Gran Bretaña e Alemaña, onde o teléfono se introduciu a comezos de novembro.

No entanto, as cifras de vendas en Europa non son comparables ás dos Estados Unidos e decepcionaron aos expertos, que o atribúen á falta de conexión a internet a través da rede 3G e á obrigatoriedade de asinar longos contratos coas operadoras.

Os consumidores españois aínda terán que esperar

En España, os consumidores terán aínda que esperar. Polo momento non hai data para o lanzamento, nin se sabe que operador logrará o contrato en exclusiva para distribuílo, pero Telefónica, que o vende no Reino Unido a través da súa filial O2, parece favorita.

¿Está xustificado todo este balbordo por un teléfono caro e que dista moito de ser perfecto?

Os críticos quíxanse de que no iPhone é moi difícil teclear e que o aparello non permite acceso ó programa de correo electrónico Outlook, polo que aqueles que necesitan consultar os e-mails do traballo teñen que cargar con dous teléfonos.

Os seus defensores destacan o seu deseño e a facilidade para navegar en internet e afirman que Apple logrou volver crear un produto de culto, como o iPod, e revolucionar un mercado xa saturado de teléfonos móbiles.