

## Tekst 3

**No salir de casa en todo el fin de semana**

(1) “Nuestras vidas están tan ocupadas, y el mundo a veces puede parecer tan espantoso por las preocupaciones económicas, políticas y ecológicas, que la casa se está volviendo un lugar donde realmente podemos relajarnos, un antídoto. Y permanecerá así durante muchos años”. Quien habla es Lisa White, 5 directora del departamento de Lifestyle & Interiors de la consultoría internacional WGSN<sup>1)</sup>, que ya en 2015 apuntó al *housewarming*, como una corriente de largo recorrido en la que los consumidores buscan redescubrir el arte de vivir el momento, de gozar de su espacio y de los seres que lo habitan o son bienvenidos a él. Fue el sector de la decoración el primero en clamar sobre esta 10 tendencia sociológica, en la que la necesidad imperiosa de un refugio seguro en el mundo occidental, empuja a reivindicar el papel acogedor y reconfortante de la casa. Y a disfrutarlo, sea esta fija o temporal.

(2) En este contexto, el sentimiento de FOMO<sup>2)</sup> está siendo sustituido por el JOMO<sup>3)</sup>, un recogimiento que, fundamentalmente, contribuye a potenciar un 15 organismo más saludable. “Somos una máquina biológica, pero a diferencia de las electrónicas o mecánicas, no disponemos de recambios para su reparación o renovación”, explica el doctor Vicente Saavedra, de la clínica Medicina Integral de Barcelona: “Nuestras células y órganos necesitan del descanso para repararse. Un cierto grado de diversión es necesario. Tener una vida siempre 20 estresada es absolutamente insano, física y mentalmente. Cada persona tiene su propio punto de equilibrio. Para encontrarlo es necesario el autoconocimiento, pero la sociedad actual, con valores cada vez más alienantes, de consumismo y prisas, no nos encamina a desarrollar la propia responsabilidad sobre nuestra salud. Somos infelices y ansiosos”.

25 **(3)** El *nesting*, refugiarse entre las cuatro paredes de su casa, busca combatir esta dolorosa realidad, potenciando eso que los anglosajones llaman *Me time*: reservar momentos para uno mismo y dedicarlos a la cotidianidad del hogar. La cocina ya es una herramienta terapéutica popular en países como EE. UU. o Reino Unido. De hecho, de todas las terapias ocupacionales para combatir la  
30 depresión, la repostería ha demostrado ser una de las más eficaces. Por su parte, entregarse al placer de una buena novela reduce el riesgo de demencia. Pero si lo que le roba la paz es el estrés del día a día, se recomienda la jardinería en la terraza, que baja los niveles de cortisol<sup>4)</sup> en mayor medida que la lectura. Cualquier cosa vale, incluso aburrirse, un sentimiento que lejos de  
35 adormecer la mente, vuelve al individuo más altruista y empático, según una investigación de la Universidad de Limerick, Irlanda.

**(4)** Esta querencia hogareña tiene en la actualidad vertientes más allá del autocuidado, porque posee, paralelamente, una dimensión decorativa potenciada por blogs, redes sociales y sitios web como Apartment Therapy o  
40 Gardenista, que ayudan a redescubrir el placer de crear nidos prácticos y agradables a través del embellecimiento y la organización. “Definitivamente, la crisis económica y los sitios web como el nuestro han contribuido a este creciente interés. Nosotros nos centramos en mostrar cómo vive realmente la gente, no hacemos un estilismo especial para nuestras fotos. Durante la última  
45 década a los ciudadanos no les incomoda compartir su estilo con el mundo a través de plataformas como Instagram o Pinterest. Y atestiguar los efectos positivos de transformar cualquier rincón en un lugar más agradable anima a otros a hacer lo mismo: el intercambio de inspiración a través de imágenes auténticas es 12”, opina Janel Laban, directora ejecutiva de Apartment  
50 Therapy.

**(5)** Muchas firmas globales abordan este nuevo concepto de *mi casa es mi mundo*, como la canadiense Stay at Home Club, que ha hecho del *nesting* su seña empresarial. Olive Mew, su creadora, confiesa que desde joven siempre prefirió refugiarse en su hogar antes que salir de marcha. “Descansar  
55 adecuadamente es vital para levantarse con energía”, comenta Beatriz Peralta, fundadora de Seda Sana, otra marca, en este caso española y ecológica y de ropa de cama. “Una buena inversión en artículos del hogar de larga duración mejora la calidad de vida”, matiza.

*adaptado de: www.elpais.com, 22-03-2017*

noot 1 WGSN = World's Global Style Network

noot 2 FOMO = Fear Of Missing Out (de angst om dingen te missen)

noot 3 JOMO = Joy Of Missing Out (het plezier om dingen te missen)

noot 4 Cortisol is een stresshormoon.

**Tekst 3**

---

- Lee el párrafo 1.
- 1p 7 ¿Qué deja claro el párrafo 1?  
que
- A la decoración de la casa está de moda como manera de expresarse
  - B se celebran más fiestas de inauguración de una casa que antes
  - C se lanzan más campañas publicitarias para promover la vida casera
  - D se ve la casa como una protección contra los retos de la vida moderna
- 1p 8 In welk opzicht valt JOMO te prefereren boven FOMO volgens alinea 2?
- 1p 9 ¿Por qué el doctor Saavedra dice “Somos infelices y ansiosos” (línea 24)?  
porque por la sociedad en la que vivimos
- A no llegamos a conocernos a nosotros mismos
  - B no logramos encontrar ni reposo ni entretenimiento
  - C nos falta el tiempo libre para divertirnos y distraernos
  - D nos hemos convertido en personas mimadas y egocéntricas
- Lees alinea 3.
- 2p 10 Geef van elk van de volgende beweringen aan of deze wel of niet overeenkomt met de inhoud van alinea 3.
- 1 Koken als hobby kan helpen een depressie te bestrijden.
  - 2 Tuinieren bestrijdt stress beter dan lezen.
  - 3 Verveling heeft een negatief effect op het welzijn.
- Noteer ‘wel’ of ‘niet’ achter de nummers op het antwoordblad.
- Lee el párrafo 4.
- 1p 11 ¿Qué función tiene este párrafo?
- A compara el fenómeno del *nesting* con otro fenómeno
  - B critica el fenómeno del *nesting* con algunos argumentos
  - C introduce otro aspecto del fenómeno del *nesting*
  - D saca una conclusión sobre el fenómeno del *nesting*
- 1p 12 ¿Qué palabra cabe en la línea 49?
- A decisivo
  - B exagerado
  - C forzado
  - D insignificante
- Lee el párrafo 5.
- 1p 13 ¿Qué subtítulo resume este párrafo?
- A *nesting* como negocio principal
  - B *nesting* con productos innovadores
  - C *nesting* en todos los países del mundo