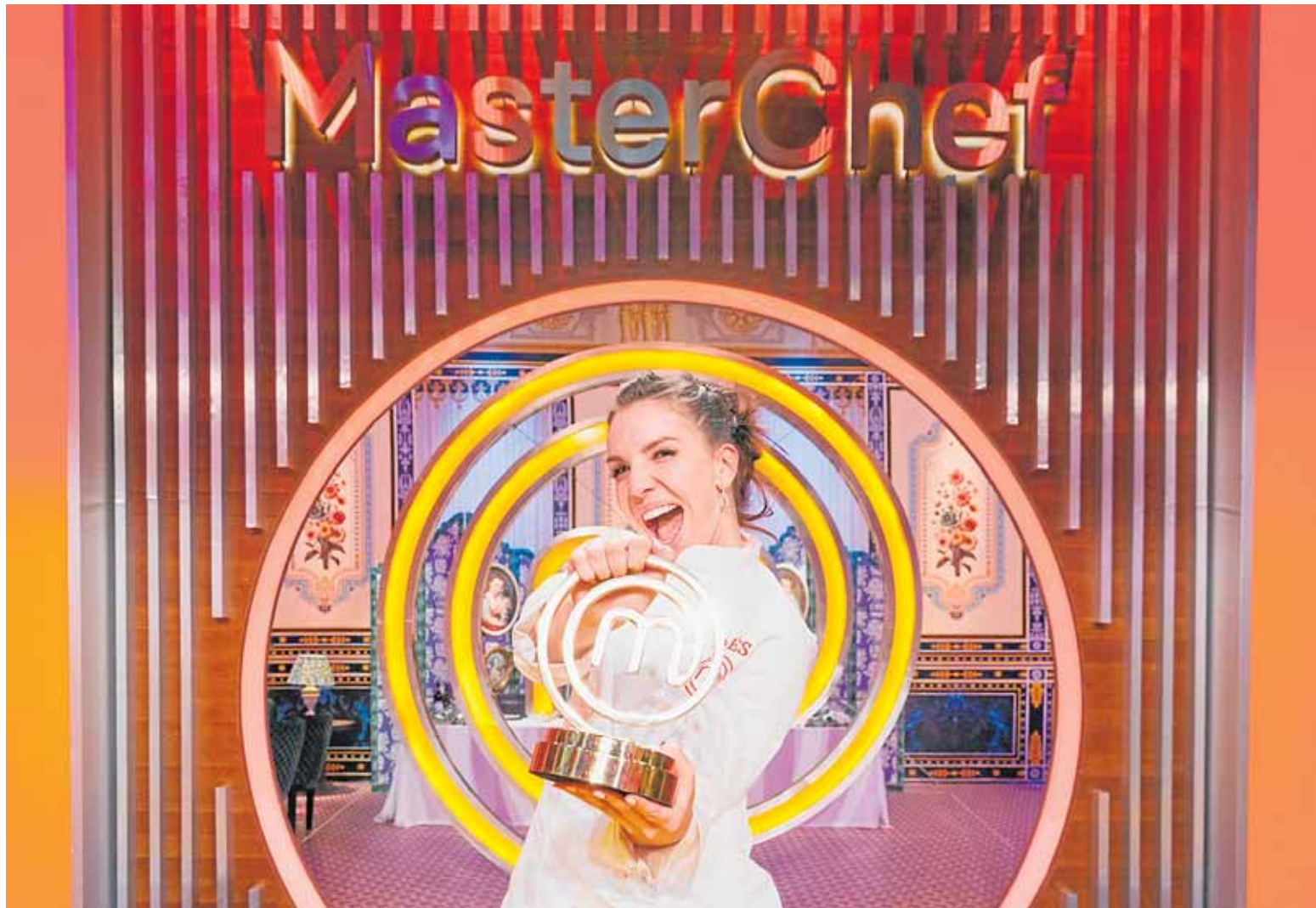




Inés Hernand posa con el trofeo como ganadora de la última edición de 'Masterchef Celebrity'. RTVE

«Si Cifuentes hubiera seguido en política, no habría tenido tan buena sintonía con ella»

Inés Hernand Presentadora de televisión e 'influencer'

La ganadora de 'Masterchef Celebrity' celebra el premio y defiende la amistad surgida con la expresidenta madrileña en el programa de TVE

J. MORENO

MADRID. Dejó al chef Dabiz Muñoz boquiabierto con su propuesta para la final de 'MasterChef Celebrity'. La presentadora e 'in-

fluencer' Inés Hernand (Madrid, 32 años) se convirtió en la ganadora tras imponerse a Marina Rivers en un duelo final muy emotivo. Lo hizo con un menú inspirado en las distintas etapas de su vida: unas patatas a la importancia deconstruidas con esferas de bacalao, yema curada y brandada; un pichón confitado a baja temperatura; y un helado de judía blanca y almendra con bizcocho de judía verde y menta.

La final fue seguida en La 1 por casi un millón de espectadores y un 15,6% de cuota de pantalla.

—Otros concursantes de 'MasterChef Celebrity' siempre han comentado la presión que les supuso participar en este concurso. ¿Cuál ha sido su experiencia?

—Considero que mi experiencia ha sido superfavorable. Soy una persona que tiene la personalidad para estar ubicada en este formato. Yo he currado en un bar en Londres, he dormido en un colchón en el suelo, he compartido cama porque no tenía ni dinero para vivir... Entonces, claro, para mí 'MasterChef' es

un lujo. Me han tratado fenomenal y eso es una realidad. Al final es un programa asentado desde hace doce años, que también busca revisarse, como el tema de la dureza o las polémicas que puede haber tenido ediciones anteriores. Es un programa que intenta estar en la actualidad y prueba de ello es que yo esté hoy sentada aquí con este premio. Al final, es una macroproducción y me ha gustado mucho formar parte de ella porque yo tampoco había trabajado con ese nivel de curro.

DEDICATORIA

«Mi abuela se reinventó, supo sostener una familia y se movió por todo el país»

EXPERIENCIA

«Me ha gustado mucho formar parte del programa porque no había trabajado a este nivel»

—¿Entiende el abandono del actor Rubén Ochandiano?

—A mí me sorprendió mucho la decisión de Rubén. No entendí muy bien por qué la tomó realmente, porque creo que estábamos todos en sintonía, bien comunicados, hacíamos viajes y nos echábamos unas risas. De pronto, esa decisión creo que nos pilló a todos por sorpresa. Fue una de las personas con las que más hablé.

—Se ha destacado su buena sintonía con Cristina Cifuentes.

—Creo que si Cristina Cifuentes hubiera seguido en política, no hubiese habido tan buena sintonía como ahora, evidentemente. El estar en política en activo requiere hacer cosas que a día de hoy me afectan. Decisiones políticas que ha podido tomar Cifuentes me han afectado, y a lo mejor tiene un efecto mariposa en lo que hoy conocemos de sanidad o de educación pública. Con ella he tenido mis conversaciones de política, donde por supuesto diferimos en muchas cosas. Me cuesta mucho coger un autobús y no hablar con alguien por ser de una ideología opuesta a la mía. Al final creo que ahora tengo una posición de privilegio y tengo que seguir conviviendo con la gente en general. Si el día de mañana Pedro Sánchez no está en el Gobierno también tendré que seguir trabajando, supongo. Que se critique la relación con Cristina Cifuentes me parece una reflexión superficial sobre lo que son las relaciones humanas. Me gustaría ver a esa gente cómo abra-

CRÍTICA DE TELEVISIÓN
OSKAR BELATEGUI

¡Compra ahora!



No es probable que '¡Compra ahora! La conspiración consumista' se vea en Prime Video. El documental disponible en Netflix no deja muy bien parado a Amazon ni a su presiden-

te ejecutivo, Jeff Bezos, a los que culpa de buena parte del furor consumista que pone en peligro la salud de nuestro planeta. Nada que no sepamos, pero escuchar a altos ejecutivos de empresas como

Adidas, Unilever y la propia Amazon renegar de sus propios trabajos resulta bastante clarificador.

Bezos soñaba con la patente de comprar a un clic aquello que necesitas y lo que ni siquiera sabes que necesitas. Hoy mueve tal volumen de mercancías que le resulta más económico arrojar al vertedero artículos en perfecto estado que redistribuirlos. Si Zara puede lanzar 36.000 productos nuevos al año, Shein oferta 1,3 millones. La imagen de las

costas de Ghana con olas de ropa procedente del Primer Mundo ilustra de manera escalofriante la locura a la que han llegado las marcas de moda rápida.

En un mundo en el que cada día se tiran a la basura trece millones de móviles, el documental del ganador del Emmy Nic Stacey nos recuerda que no necesitamos un nuevo iPhone, que con el de hace dos años podemos seguir tirando. Otra cosa es que las empresas diseñen el hardware para que no pueda

arreglarse ni reemplazar sus baterías. La obsolescencia programada de las bombillas se ha sofisticado demasiado.

'¡Compra ahora!' está narrado por un asistente virtual y se sirve de los mismos mecanismos de las páginas web que nos llevan a comprar rápido, sin reflexionar. Antiguos responsables de marketing que se cayeron del caballo nos recuerdan lo crucial que resulta contar historias para crear deseo y no parar nunca de consumir. ¡Véalo ya!