

Receita de Pudim de Arroz com Compota de Frutas

Prepare o pudim de arroz com uma simples receita que vai deixar todos bocejando de prazer. Comece colocando 95g de arroz redondo **betbool com** uma panela, adicione 320ml de **leite integral** e a mesma quantidade de **água**. Retire 3 tiras finas de casca de **limão** com um peleador de legumes e adicione-as à panela. Junte também meio chá de **extrato de baunilha**. Leve ao fogo e deixe ferver, reduzindo o calor assim que o leite começar a subir pelos lados da panela.

Deixe o arroz cozinhar por cerca de 15 minutos, ou até ficar tenro, mexendo de vez **betbool com** quando. Após 10 minutos, o arroz terá uma consistência mais densa, semelhante ao risoto. Adicione 4 colheres de sopa de **açúcar betbool com pó**, retire do fogo e transfira para um tigela fria. Deixe esfriar no refrigerador.

A consistência do pudim ainda será bastante líquida no início, engrossando à medida que esfria. Quando deixar de estar quente, transfira para o refrigerador para terminar de esfriar.

Para acompanhar o pudim, prepare uma deliciosa compota de frutas. Retire as sementes de 350g de **damascos** ou **damasos** e coloque-os **betbool com** uma panela com 2 colheres de sopa de **açúcar betbool com pó** e 100ml de **água**. Leve ao fogo, reduza o calor e deixe cozinhar por cerca de 10 minutos, até as frutas ficarem macias e obtenha um xarope vermelho brilhante. Adicione 125g de **groselhas** e remova do fogo.

Em uma frigideira seca, tueste 4 colheres de sopa de **amêndoas betbool com flocos** até ficarem douradas, mas sem queimarem. Reserve.

Remova a casca de limão do arroz e, **betbool com** um tigela gelada, bata 150ml de **nata** até formar montes macios (mas não tão firmes a ponto de ficarem **betbool com** picos). Misture delicadamente à riceira fria e sirva **betbool com** tigelas ou potes individuais, colocando a compota no meio.

Espalhe as amêndoas por cima do pudim. *Bastante para 4 porções. Pronto **betbool com** 30 minutos, mais tempo de refrigeração.*

Siga Nigel no Instagram: NigelSlater

Jogo chinês "Black Myth: Wukong" impulsiona turismo em Shanxi, China

Por YangYang Zheng, Diário do Povo

El juego de un solo jugador 0 AAA de China - "Black Myth: Wukong" se ha vuelto un éxito global poco después de su lanzamiento mundial el 0 20 de agosto.

Una plataforma de juegos en línea global bien conocida vio el número de jugadores simultáneos superar los 0 2,2 millones, colocando el juego en segundo lugar a nivel mundial en la plataforma. Tal éxito marca la primera incursión 0 de los desarrolladores de juegos chinos en un mercado dominado durante mucho tiempo por empresas extranjeras de juegos.

Una adaptación 0 del antiguo clásico chino Viaje al Oeste, el juego reinventa la historia de Sun Wukong, o Rey Macaco, uno de 0 los personajes más queridos del mundo literario.

Gracias a la sensación de este videojuego, la provincia de Shanxi, en el 0 norte de China, está asistiendo a un aumento notable en el número de turistas.

Como muchas escenas del juego se 0 crean con base en lugares culturales e históricos de Shanxi, temas relevantes sobre la provincia, como "turismo en Shanxi", han 0 subido rápidamente

a la lista de temas más buscados en internet en China.

Turismo cultural promovido en Shanxi

Aprovechando esta oportunidad para promover el turismo cultural, las cuentas oficiales del Departamento de Cultura y Turismo de la Provincia de Shanxi en las redes sociales han lanzado varios videos titulados "Siga Wukong por Shanxi", que han atraído gran atención en línea.

Por ejemplo, el Templo Yuhuang en la ciudad de Jincheng, en Shanxi, ha recibido recientemente a muchos visitantes que han venido específicamente para ver las esculturas coloridas y realistas de la dinastía Yuan (1271-1368). Muchos de ellos han sido motivados por "Black Myth: Wukong" a explorar los lugares en el mundo real de escenas icónicas del juego. Numerosos visitantes no han podido dejar de exclamar de admiración al ver estas hermosas obras de arte.

De hecho, la sinergia entre el mundo virtual de los videojuegos y el mundo real comenzó en 2024.

Colaboración entre el Departamento de Cultura y Turismo de Shanxi y el desarrollador de juegos

Desde el lanzamiento del primer video promocional del juego, el Departamento de Cultura y Turismo de la Provincia de Shanxi llegó a un acuerdo con el desarrollador, aprovechando las hermosas escenas del juego para promover el turismo cultural de Shanxi.

Actualmente, Shanxi no solo está siguiendo los temas más comentados del juego, sino que también está haciendo todos los esfuerzos para recibir el enorme flujo de turistas y agradecerles con su industria de turismo cultural.

A través de la innovación en el nivel de servicios y formas de negocios, la provincia está esforzándose por transformar el "efecto Wukong" en un imán duradero para los visitantes.

Interés de los jugadores en la arquitectura antigua de Shanxi

Los jugadores han mostrado un gran interés en las escenas con esculturas coloridas en el Templo Yuhuang, cada una con sus propias características únicas: algunas son majestuosas, otras son amables y encantadoras, y otras son misteriosas e insondables.

Li Runhang, un profesor de arte de una escuela primaria de la provincia de Guangdong, en el sur de China, quedó inmediatamente sorprendido al cruzar el portal del Templo Yuhuang.

"Fue por "Black Myth: Wukong" que conocí el Templo Yuhuang en Jincheng. Vine a visitarlo a propósito durante las vacaciones de verano, y realmente vale la pena su fama! Me hizo entender mejor la cultura tradicional de aquí", dijo Li.

Él planea crear un curso especial para ayudar a sus alumnos a conocer mejor la rica cultura tradicional china.

"La prueba abierta y la promoción del juego ya han comenzado a impulsar un aumento en el flujo de turistas. Durante las vacaciones de verano de este año, el número de visitantes al Templo Yuhuang alcanzó un récord, con más de 50.000 visitas en seis meses, y alrededor del 40% de ellos aprendieron sobre el área escénica a través del juego", dijo Yin Zhenxing, curador del museo de esculturas y frescos coloridos del Templo Yuhuang.

"El juego se inspira en el antiguo cuento chino Viaje al Oeste. Shanxi se destaca entre muchas regiones de China con su rico patrimonio histórico y cultural, convirtiéndose en la provincia más frecuentemente representada en el juego", dijo Zhang Qing, funcionario del Departamento de Cultura y Turismo de la Provincia de Shanxi.

De acuerdo con Zhang, el juego presenta 0 36 lugares de rodaje por China, con 27 de ellos ubicados en Shanxi. Muchas escenas, incluidos templos antiguos, pagodas, arcos, 0 cuevas, tallados en piedra y esculturas, fueron fielmente rehechas o meticulosamente modeladas por animadores con base en edificios antiguos reales 0 en Shanxi, haciéndolos vivos y realistas, dijo Zhang.

"El juego también ofrece una oportunidad de apreciar la antigua arquitectura de 0 Shanxi y la exquisita cultura tradicional china", dijo Zhang.

Shanxi alberga 53.875 ejemplos de patrimonio cultural inmueble, incluidos 28.027 edificios 0 antiguos, y tiene 531 lugares de patrimonio cultural protegidos a nivel nacional en China, dijo Zhang. Entre los edificios antiguos 0 en la provincia, más de 500 son edificios antiguos de madera construidos en la dinastía Yuan y períodos anteriores, observó 0 Zhang.

La popularidad del juego ha despertado el interés de los jugadores por la historia y la cultura de Shanxi, 0 así como por su arquitectura antigua. Algunos usuarios de Internet han sugerido "crear una ruta turística especial con atractivos relacionados 0 con el juego".

De acuerdo con Zhang, los datos de las plataformas de viajes en línea han mostrado un rápido 0 aumento en el interés de los turistas por Shanxi en el día en que se lanzó el juego.

En particular, 0 los lugares presentados en el juego como el Templo Yuhuang, el Templo Chongfu, el Templo Xiaoxitian, el Templo Tiefo, el 0 Templo Shuanglin, el Pagoda Sakyamuni del Templo Fogong y la Torre de la Cigüeña han visto aumentar su popularidad, lo 0 que indica el fuerte deseo de viajeros y cibernautas de "seguir Wukong por Shanxi".

En respuesta a las sugerencias de 0 los internautas, el Departamento de Cultura y Turismo de la Provincia de Shanxi ha creado una serie de medidas para 0 impulsar el desarrollo del turismo.

El 22 de agosto, la Conferencia de Cultura Digital e Innovación en Turismo de Marca 0 2024 se llevó a cabo en Taiyuan, capital de Shanxi. En la ceremonia de apertura de la conferencia, Shanxi dio 0 inicio oficialmente a su campaña de turismo llamada "Siga Wukong a través de Shanxi".

Al mismo tiempo, el Departamento de 0 Cultura y Turismo de la Provincia de Shanxi introdujo políticas de incentivo para alentar a los vloggers culturales, históricos, de 0 viajes y de juegos a crear contenido relacionado con la arquitectura antigua de Shanxi presentada en el juego, brindando apoyo 0 y recompensas a quienes respondan a los requisitos.

"En los últimos años, las autoridades de cultura y turismo de Shanxi 0 han colaborado para aprovechar las nuevas plataformas de medios para fines de promoción, así como para identificar formas de atraer 0 turistas, atrayendo cada vez más la atención de los internautas sobre las hermosas paisajes de Shanxi", dijo un alto funcionario 0 del Departamento de Cultura y Turismo de la Provincia de Shanxi.

Informações do documento:

Autor: symphonyinn.com

Assunto: betbool.com

Palavras-chave: **betbool.com - symphonyinn.com**

Data de lançamento de: 2024-09-16