



TURISTA DE ALQUILER

Lo anunciaba en Roma una caja de cartón con un rubio dentro: “Alquile un turista. Por sólo 1 euro puedo: pasear al perro, cocinar comida sueca, segar el césped... Y más”. El sueco en alquiler se llama Erik Sandelin y es la media naranja creativa del grupo Unsworn, junto a Magnus Torstensson. Es un “diseñador interactivo”, se autodefine. Crea “cosas, sistemas, servicios” no tanto para consumidores, sino para participantes. Así nació **Rent-a-Tourist**, una opción alternativa al turismo en masa y a los “viajeros-burbuja”, que dice Sandelin, enterrados en guías y PDAs. El diseñador decidió alquilarse, una forma de “cambiar las relaciones de poder”. Que la gente local alquile a turistas, “en lugar de que los turistas exploten a los locales”. Lo probó en Mostar. Lo probó en Roma (foto). Muchas sonrisas, pero ningún arrendador. “¿Por qué la gente iba a confiar en un extraño en una caja de cartón?”. No era un negocio. Era más “una *performance* que un servicio comercial”. Como sus **Tour-Shirt**, *tours* customizados impresos en la parte de atrás de la camiseta. Para saber dónde ir, hay que enseñar la espalda a alguien y preguntar.

www.unsworn.org



MI FOTODIARIO: ANDREU BUENAFUENTE

Colecciono almendros. Mejor que los Golpes Bajos, que coleccionaban moscas. Me gusta la belleza del almendro en flor y su estallido de color, que parece sacado de un cómic japonés. El almendro pone poesía vegetal donde no la hay. Sin ir más lejos, detrás de una furgoneta y en mitad de un polígono. Nadie cuenta con los almendros pero, de repente, se reivindican y anuncian la llegada del buen tiempo. Dicen que ahora, con lo del cambio climático, van como locos y *se aparecen* antes de tiempo. Es posible. En el fondo, todos estamos deseando que se acabe el frío de una puñetera vez.

Más fotografías en WWW.CAPTURA.ORG



FOTO: MARTA JORDI

LA NUEVA COCTELERÍA CLARIDGE

Fue creado en Mayfair en el Embassy Club allá por 1920, tuvo su esplendor en los años 20 y 30 del pasado siglo, sobre todo en ambientes artísticos, mundanos y distinguidos de la época, siendo un combinado símbolo de la tradicional elegancia inglesa. Tras la II Guerra Mundial, siguió tomándose en los más prestigiosos bares americanos de Europa. Otra versión reivindica que fue creado por Martín Lane, también en esos años, como homenaje a un club inglés de cazadores después de un accidentado pero incruento safari por África. Martín era afamado *barman* del bar del Hotel Claridge's, en pleno corazón del West End, escenario de sofisticación entonces y ahora, protagonizada por las más importantes *boutiques* de Old y New Bond Street, en el maravilloso barrio de Mayfair. El Hotel Claridge's evoca *glamour* y clase en un marco de estilo victoriano y *art déco*. Sus bares: The Macanudo Fumoir, intimidad alrededor de velas, y el Claridge's Bar son lugares para ver y ser vistos.

En el Dry Martini lo preparamos en vaso mezclador. Escanciamos 4/6 partes de ginebra Bombay Original, 2/6 de Martini seco y cuatro golpes de Cointreau y Apricot Brandy. Removemos durante unos 15 segundos y servimos en copa de cóctel. Clase y categoría en una copa. JAVIER DE LAS MUELAS