

TENDENCIAS



Recepción del Hotel Q!, seleccionado por Angelika Taschen en el tomo dedicado a alojamientos en Berlín.

# Libros son amores

## Las nuevas guías sibaritas de Taschen

Pocos lugares, elegidos con mimo y fotografiados con detalle. Una colección que descubre hoteles, restaurantes y tiendas en Berlín, Londres y París.

L. H. M.

Lo pequeño es hermoso. Lo sencillo, también. Y, por supuesto, lo exclusivo, lo escondido, lo que te encanta y fascina, lo más desconocido, lo evocativo, las ideas y los ideales. Éstas han sido las máximas de la editora Angelika Taschen (nacida en 1959 de familia de libreros) al concebir esta colección que lleva la coetilla *More* en su título y cobija su selección "personal" de restaurantes, hoteles o tiendas en Berlín, Londres y París (en breve se publicará Barcelona). "Estos más chiquitos, de bolsillo, son para mí libros perfectos", asegura, sentada y ante un tentempié en uno de los restaurantes berlineses que recomienda precisamente en uno de esos volúmenes "pequeños", *Restaurants & More*, dedicado a la capital alemana, donde reside desde hace tres años. El Borchardt no es cualquier cosa para ella: es "el restaurante de la ciudad". Allí donde se dan cita políticos, actores, gente de buen ver y mejor vivir. "Aquí", dice la guía, "Tom Hanks, Goldie Hawn y Gerhard Schröder piden *escalope viennese* con *ensalada de patatas*".

Uno de los secretos de este establecimiento de la Französische Strasse es precisamente ése, estar situado donde está, pegado a Gendarmenmarkt, en el barrio de Mitte (antes Berlín Este), y contar con un espacio imponente, un local de columnas neoclásicas, techos altos y toques de decoración más racionalista en el delantal de los camareros, los manteles blancos o la madera de sillas de las de toda la vida... Su estilo se aprecia bien en las fotografías. Es lo que pretende Angelika Taschen con sus nuevas criaturas-libro: ayudar al lector a orientarse en la inabarcable oferta de las metró-



Maison Martin Margiela, una de las tiendas recomendadas en la guía de París.



Portada de la guía de tiendas de Berlín.

polis elegidas... y "transmitir su esencia". Dormir, comer, comprar... con valor añadido. Con igual mimo que la editora elige el Borchardt como lugar apetecible que ella frecuenta, son tratados todos los establecimientos incluidos en la serie.

"Las guías de viaje al uso ofrecen siempre demasiada información y muy pocas imágenes. Resulta casi obligatorio tomarse unas vacaciones para poder leerlas... para finalmente conservar la misma incertidumbre...", opina esta mujer encargada de las colecciones *Interiors* y *Lifestyle* en la editorial fundada en Colonia por su exmarido, Benedikt Taschen, en los ochenta y convertida en referencia en la última década. "El argumento determinante en la elección de hoteles fue su carácter y su emplazamiento y no necesariamente la comodidad", escribe en el prólogo del *Hotels & More Paris*. Y en el de Londres: "...que ofrezcan una perspectiva de historia e idiosincrasia londinenses".

Mucha imagen y descripciones someras son las herramientas usadas para presentar los lu-

gares elegidos, que de ningún modo lo han sido bajo el corsé de la fama o el precio. Igual da un hotel de lujo en el puro centro (los más de 250 euros del Grand Hyatt o el The Regent berlineses) que un hostel (Die Fabrik, que ronda los 40) en una zona antañona fronteriza. Cada elección se acompaña de otra, escueta, de tiendas y lugares cercanos dignos de conocer. Siempre organizado por zonas. Así, en el Mitte berlinés recomienda el bar "clásico moderno" Victoria, el club Kumpelnest 3000, la cocina fusión Shiro i Shiro, el *fast food* californiano Dolores o la sala Clärchens Ballhaus, que es como volver de golpe al ambiente de principios del XX.

Estos libros *pequeños* son una belleza en la austeridad de su diseño. Usan un papel poroso, una impresión mate de las fotos (en el de Berlín son de Thorsten Klapsch; en el de París, de Vicent Knapp; en el de Londres, de David Crookes...) que se recrean en los detalles: las cenefas de los papeles pintados, el color de los muros, las formas de las vajillas, la ubicación de plantas, lámparas, repisas, cuadros, libros apoyados en un radiador, un mueble bar solitario, los pomos de una puerta, el viejo ascensor del siglo pasado, escaleras y chimeneas clásicas o modernas, las llaves reposando en el cajetín de recepción o el cartel de *Please dont disturb*, allí colgado, para que nadie ose traspasar el umbral de la habitación elegida con conocimiento.

Las guías cuestan entre 9,99 y 19,99 euros.

### CURIOSIDADES VIAJERAS



#### LA SOMBRILLA Y LA ALMOHADA, EN EL BOLSO

Disfrutar de un buen libro en la playa sin el sol en la cara no tiene por qué significar cargar con una sombrilla a cuestas. La almohada-sombrilla Cush n Shade se lleva colgada del brazo como un bolso y se monta en un pispás.

www.cushnshade.com. Precio: 24,95 euros.



#### TECNOLOGÍA CICLISTA Y SOLAR

Casi no quedan excusas para no practicar un poco de deporte: el calor no aprieta tanto como otros veranos y las innovaciones tecnológicas facilitan el esfuerzo. Coronel Tapiocca vende un pequeño ordenador solar que mide la velocidad, la temperatura y las calorías y grasas que quemamos al montar en bicicleta. El aparato respeta el medio ambiente (se carga mediante un panel solar). Además se adapta a cualquier tipo de bicicleta.

www.coroneltapiocca.com.



#### UN NECESER DIVERTIDO

Lufthansa ha diseñado un nuevo neceser de viaje para los niños que viajen en las clases *first* o *business* de sus vuelos de largo recorrido. El *kit* contiene, entre otros artículos, calcetines, cepillo y pasta de dientes y un antifaz para ayudar a dormir.

www.lufthansa.es



#### EL DISEÑO JAPONÉS DESEMBARCA EN MADRID

La marca nipona Muji, especializada en productos tecnológicos, de viaje y cocina, y en prendas de ropa, tiene previsto abrir una tienda en la calle de Fuencarral a principios de octubre.

www.muji.net. Fuencarral, 36-38. Madrid. Los altavoces plegables de cartón, 32 euros.

#### ¿POR QUÉ NO DE PIE?

Seguro que si es mujer se le ha pasado alguna vez por la cabeza lo cómodo que debe ser orinar de pie. En un festival de música, en las fiestas patronales o en medio del campo no es frecuente encontrar un baño en condiciones. Los fabricantes holandeses de este novedoso producto, plegable y de un solo uso, garantizan que es fácil de usar, limpio e higiénico.

La caja contiene cinco unidades desechables. Precio: 4,50 euros. www.p-mate.com/eng.

