

Hace unos días fui al Teatre Lliure a ver la obra *Beware of pity*, una producción dirigida por el genio **Simon McBurney** de la compañía británica Complicité con los grandísimos actores de la Schaubühne de Berlín. La obra está basada en una novela de **Stefan Zweig** que aquí se tituló *La piedad peligrosa*.

No voy mucho al teatro porque es un arte que me impacienta: o es genial o me parece una birria absoluta. Puedo ir al cine para pasar el rato y puedo leer para pasar el rato. Apreicio y agradezco mucho el cine y la literatura de entretenimiento, creo que para un artista no hay aspiración más alta que entretener al prójimo. Bueno, tal vez sí, conoverlo,

Al contrataque Milena Busquets

Puro teatro



pero para eso le tienes que entretener primero. Puedo también visitar un museo como quien va de paseo o para sentirme acompañada. A veces, cuando he viajado sola por trabajo, el rostro más familiar y acogedor al que he podido recurrir ha sido el representado en un cuadro conocido. Delante de algunas obras, me siento en casa, da igual si estoy en Madrid o en San Paolo.

Con la literatura y el teatro es distinto. No siempre es necesario releer los libros para volver a ellos. Tengo una amiga que lee *En busca del tiempo perdido* en bucle, hace años que no lee ningún otro libro, cuando lo acaba, lo vuelve a empezar. Dice que allí está todo. Tal vez sea cierto. Pero antes de detenerse en **Proust**, mi amiga había vagado por el mundo como

una saltimbanqui, como se suele hacer con los libros y con otras cosas.

Hay algunos libros, pocos, que son como los seres humanos, inacabables. No nos aburrirnos de las personas porque en realidad nunca las conocemos del todo, nos dejan de gustar, que es mucho peor.

Deslumbramientos infantiles

No siento necesidad de volver a leer *En busca del tiempo perdido*, creo que lo llevo en mí, que es parte de quien soy, como mis deslumbramientos infantiles y mis amistades adolescentes. Como aquella vez que crucé dando un saltito sobre el vacío, de una terraza a otra, en el ático de mis abuelos y me llevé un susto de muerte al ver la cara de estupor de

mi abuela, que nunca perdía la compostura, cuando aparecí al otro lado agitando la mano para saludarla. O como aquella otra vez que se me perforó y gangrenó el apéndice porque en mi casa éramos muy chulos y encontrarse mal se consideraba una falta de educación. O como aquel verano en Suecia en busca de **Ingmar Bergman**, al que obviamente no encontré.

Llevo en mí, también, desde el domingo pasado, la obra de **McBurney**, una de las representaciones más increíbles y emocionantes que he visto en mi vida. Tal vez, en realidad, el único arte que importa es el que te recuerda quién eres y de dónde vienes. Adónde vas importa menos porque, de todas formas, vamos todos al mismo sitio. ≡

el Periódico

www.elperiodico.com

El Periódico de Catalunya, S.L. Tel: 93 265 53 53. Suscripciones y atención al lector: 93 222 27 22. Atención al punto de venta: 93 222 56 66. El Periódico de Catalunya, S.L. se reserva todos los derechos sobre los contenidos de EL PERIÓDICO, sus suplementos y cualquier producto de venta conjunta, sin que puedan reproducirse ni transmitirse a otros medios de comunicación, total o parcialmente, sin previa autorización escrita. Difusión controlada por la OJD. Año XXXVIII. Número 13.833. D.L.: B 36.860 - 1978

ISSN 1578-746X



13 DE JULIO DEL 2017

Gente corriente

«El retorno del comercio singular nos enriquece»

Julio Rico Badosa (Barcelona, 1970) hizo el COU en Estados Unidos y gracias a la invitación a la boda de un compañero iraní que estudió con él Empresariales acabó montando una consultora para la implantación industrial en la República Islámica de Irán. También es miembro de la Organización Mundial del Turismo Ecuéstre (OMTE). Cuando tenía 15 años, sus padres compraron una finca en Santa Cristina d'Aro y abrieron el Santa Cristina Horse Club. Él compitió como jinete durante muchos años. Este verano su hípica es escaparate de talento local, un contrapunto a nuestro globalizado mundo.

—¿Qué tiene de malo la globalización?

—Desdibuja la distinción de los espacios, por ejemplo. Yo no recuerdo los aeropuertos, los confundo, porque en todos cruzas las mismas tiendas. Y eso está pasando también en los centros neurálgicos de pueblos y ciudades, y en los paseos marítimos de localidades turísticas de costa, como Platja d'Aro.

—Pero usted, que estudió Empresariales y emprende, sabe que el éxito, la aspiración de un negocio es eso: ampliar mercado.

—Claro, y hay grandes marcas que lo han hecho muy bien, y a las que hay que agradecer haber hecho posible que la moda, por ejemplo, sea accesible a mucha más gente.

—¿Entonces?

—Debe haber espacio para todo. Si tienes poco tiempo, vas en coche a un centro comercial y te haces con todo en el supermercado y en tiendas de marcas que están en todas



JORDI RIBOT

Julio Rico Badosa

En sus manos, La Santa Market despliega arte y creatividad 'Km 0', en la hípica de Santa Cristina d'Aro que abrió su familia.

POR
Carme
Escales



partes, es práctico. Pero comprar es también una experiencia de ocio que comporta más tiempo, implica sensibilidad e interés por quién hay detrás de un producto y su proceso de elaboración. Este modelo, el contrario al industrial e impersonal, es marginal en el mercado global, no representa ni el 1%, si hablamos del mundo de la moda, pero es una pestaña necesaria. No cambiará el modelo, pero aporta diferenciación y valores más personales.

—¿Es esa una de las reflexiones que invita a hacer con su puesta en marcha de La Santa Market (www.lasantamarket.com)?

—Sí. La Santa es la exaltación de la proximi-

dad, el retorno del comercio singular, que nos estimula y nos enriquece, porque tras una artesanía, hay amor, frustración y esfuerzo. Y, sobre todo, es una invitación a interactuar consumidor y productor, recuperando la filosofía de los mercados del siglo XIX, presente aún en muchos mercados asiáticos, de los que no sales solo con un producto, te llevas la experiencia, la vivencia de saber el origen de tu compra.

—Es, también, un estímulo más para veraneantes de la Costa Brava.

—Para el territorio representa una diferenciación a través del talento autóctono. La mayoría de los entre 150 y 200 paradistas —gastrónomos, diseñadores, músicos, artesanos— que pasarán por el mercado son del entorno de Santa Cristina d'Aro y Girona. La Costa Brava desde hace unos años tiene un gran competidor, que es Barcelona. Barcelona ofrece playa y actividades para antes y después de la playa. La Costa Brava no tiene oferta posplaya, pero sí mucha demanda de ello, sobre todo de familias.

—¿Cuál es el calendario de La Santa?

—En julio, viernes, sábados y domingos, y en agosto, de martes a domingo, hasta el 27. Pero nuestra idea es que la experiencia se repita en Navidad y en primavera.

—¿Qué conecta equitación y artesanía?

—Todo esta muy conectado. La proximidad de jinete y caballo, la sensibilidad, el respeto y la actitud al realizar la actividad. Ambas son, además, muy terapéuticas. Por encima de la técnica están los valores, el detalle, todo eso es muy femenino...

—Hace 30 años que sus padres abrieron el club hípico. ¿Ellos qué le han enseñado?

—Mi padre, gestión empresarial. Mi madre, que todo debe hacerse con el corazón. ≡

gentecorriente@elperiodico.com

MKPREMIUM
INVERSORES PATRIMONIALES

COMPRAMOS SU EDIFICIO EN BARCELONA

de forma rápida, confidencial y al contado

Nos especializamos en la adquisición de edificios enteros para su posterior rehabilitación y puesta en valor. Reformados o a reformar, con o sin inquilinos, su propiedad estará en buenas manos. Llámenos hoy y concerta una cita.

T 935 481 403
info@mkpremium.com
www.mkpremium.com