



**¿Qué tienen en común el interior de una estación espacial, una silla inspirada en el reinado de Louis XVI, un centro municipal de cultura en Bilbao o un exprimidor? Que todas estas cosas llevan la misma firma, PhS—la del francés Philippe Starck—, o lo que es lo mismo: uno de los creadores más importantes de los últimos 50 años, que acaba de colaborar con la marca valenciana Andreu World, y que aquí reflexiona sobre la necesidad del decrecimiento material, la creación artística como base evolutiva o sobre el modo en que la arquitectura y el diseño pueden (y deben) salvar el futuro.**



**“HOY EN DÍA CORTAR** un árbol para hacer una silla es un asesinato”, responde con firmeza Philippe Starck, desde el estudio de su firma en la capital francesa. “Todo creador tiene una obligación, una responsabilidad; ya no podemos fabricar cualquier cosa, sólo podemos producir cosas de forma ecológica”, continúa. “Afortunadamente, topé con la ecología hace 50 años”. A sus 73 años, este parisino —Premio a las Artes y las Letras y miembro de la legión de honor gala— acaba de lanzar, junto a la firma española Andreu World, *Adela Rex*: la primera colección con

el certificado FSC en su totalidad, cuyos elementos cumplen el 100% de las medidas de sostenibilidad, incluyendo madera procedente de bosques reforestados y obtenida exclusivamente de forma ecológica. “A lo largo de los años he buscado la forma de trabajar con madera contrachapada; es un producto inteligente, ligero y muy resistente. Antes este material no tenía demasiado potencial creativo, pero durante 30 años insistí a los fabricantes en usarlo, quizá porque sabía que era posible hacer muebles en 3D al precio de 2D. Entonces llamé a Andreu”, comenta sobre el origen

**POR  
SILVIA SUÁREZ  
LETTERING  
BIG LEO**

**Philippe Starck asegura que no le interesan ni la arquitectura ni el diseño. “Por eso intento hacer el trabajo como lo haría un explorador, un poeta o un filósofo”.**

de esta colaboración. “Nunca trabajo con empresas, sólo con seres humanos, y Jesús [Llinares, CEO de Andreu World] y su equipo son extraordinarios. Sólo una organización como la suya, que trata a sus productos con inteligencia, puede ofrecer el precio adecuado y la tecnología necesaria en el momento preciso”.

Diseñador industrial de formación, Starck es un creador incansable —su más famoso exprimidor lo ideó en la servilleta de un restaurante—, cuya trayectoria encapsula una completa y variada experiencia en materia arquitectónica y de diseño, así como en sectores como el urbanismo, la alimentación, la higiene, la ropa o los accesorios de casa.

Su carrera comenzó en 1976, gracias al proyecto de decoración del club *Le Main Blue* y —dos años más tarde— del renombrado *Les Bain Douches*. A finales de la década fundó su propio estudio de diseño industrial —*Starck Product*, después rebautizado como *Ubik*—. En el 83, Mitterrand eligió su proyecto para la residencia del Elíseo y en los siguientes años —y pese a no considerarse un arquitecto— creó el Asahi Beer Hall en Tokio, la extensión de la escuela de Artes Decorativas de París o las tiendas de la expansión internacional de Jean Paul Gaultier, Hugo Boss o Taschen.

Para el nuevo milenio, el nombre del parisino ya era uno de los más reputados internacionalmente. Firmó proyectos tan diversos como el hotel Paramount de Nueva York, el nuevo logo de la ciudad de Venecia o el rediseño de la tarjeta de transporte público parisino, algo que pasó a verse como la “democratización de la elegancia”. Esta última es una cualidad por la que Starck siente predilección, al igual que lo que denomina “objetos entretenidos”. Las sillas, sin embargo, como las de su última colaboración en España, son otro cantar. “Son lo más difícil de diseñar”, comenta. “Una silla puede ser un futuro clásico o un fracaso por un margen de error de tan sólo cinco milímetros”.

Parte de toda esta experiencia lo configura —a partes iguales— como un ser poético y político, pragmático y subversivo, particular y especialmente comprometido con su entorno. Aun así, la suya no es una definición en exceso benevolente con la materia que le ocupa o su papel en la misma. “No me interesan la arquitectura o el diseño, quizá por eso intento hacer este trabajo de forma diferente, como lo haría un explorador, un poeta o un filósofo”, adelanta.

“Estoy mucho más interesado en lo que la gente siente y experimenta con mis creaciones. Así que, mientras que vea oportunidades a la hora de mejorar la vida de los que me rodean, seguiré intentando cosas”.

Starck es consciente de que, todavía, una de las cuestiones más debatidas en materia de sostenibilidad es precisamente el encarecimiento que, en ocasiones, conlleva asegurar el proceso de fabricación, distribución, montaje y reciclaje bajo un mínimo impacto ambiental. Por eso, su objetivo con Adela Rex ha sido el de hacer el mejor producto con lo mínimo posible. “Ahora mismo, los productos manufacturados en las fábricas son los únicos que pueden garantizar calidad y longevidad al mejor precio y para un mayor público. La única forma de ser sostenible es mediante una producción vertical”, explica. “Mi estrategia actual pasa por mezclar tres elementos: madera contrachapada —que es realmente ecológica—, 2D y bioplástico (derivado de productos vegetales), potenciados mediante la inteligencia artificial. Además, si tienes la madera adecuada, con un solo árbol se pueden fabricar kilómetros de este material”.

**AUNQUE EL FRANCÉS** —que se declara fan del pintor alemán Neo Rauch o el artista performático Gerard Garouste— está convencido de que la creatividad es “la mayor muestra de desarrollo en la inteligencia humana”, le preocupa especialmente que el mundo no vaya en la dirección correcta. “El ser humano es una especie que se ha apoderado de la evolución, pero desafortunadamente, hoy en día estamos en un periodo materialista, sobre todo respecto a términos productivos. Por eso creo firmemente en el decrecimiento positivo”, razona. “¿Cómo vamos a seguir creciendo sin producir materias tóxicas? Por suerte, ya existe un movimiento considerablemente relevante por la desmaterialización, hacia una intelectualidad en un mundo donde tengamos más servicios y más autonomía pero con menos materialismo”.

En la defensa por este movimiento, Starck cita a Raymond Loewy, padre del diseño industrial y a quien define como un “gran talento, pero que lamentablemente oficializó la veneración del diseño diciendo que lo feo no vende”. Aunque la belleza tiene su funcionalidad —y tampoco está reñida con lo esencial de una creación—, la utilidad lo es todo para un hombre que se ha pasado la mayor parte de su carrera bus-

cando la precisión, en la forma pero —especialmente en las últimas dos décadas— en el fondo, desde los materiales de sus diseños hasta la música que escucha mientras trabaja: “Cuando vives en la música, como yo, la calidad es muy importante porque tu trabajo es el resultado directo de lo que escuchas”, argumenta. “Por ejemplo, cuando dibujo escucho a Brian Eno, Lou Reed, Laurie Anderson o Ryuichi Sakamoto. Tanto es así que hace 15 años mi amigo [el ingeniero de sonido] Stephan Crasneanski me hizo lo que llamó el *24 hours Starck mix*, una mezcla de sonidos y música especialmente adaptada a mi estado de ánimo dependiendo de la hora o momento del día, y que todavía está disponible en Soundcloud”.

La esencialidad de las cosas ha hecho que Philippe Starck —que vive con su esposa en mitad del campo francés— haya llegado hasta el *reset* mediante el hábitat natural. Quizá por eso el creador se declara un bionista convencido: “Será una mezcla de tecnologías, inventadas por nuestro cerebro pero, sobre todo, inventadas por nuestros hábitos y nuestro cuerpo”. Frente a la paradoja social de una individualidad creciente, el parisino recurre a la personalización como la herramienta ganadora en un futuro inmediato: “Todos tenemos los mismos productos en masa, pero a la vez queremos ser únicos, tener cosas especiales. En este contrasentido de la sociedad actual, la customización resulta clave”, argumenta. “También aquí es donde lo digital y las redes sociales pueden ayudar a conectar

La silla Adela Rex para Andreu World es un modelo sostenible y asequible.

con los clientes, como ya hemos hecho con TOG”, explica. TOG, la *app* colaborativa de customización de muebles que su empresa lanzó en 2014, se define como la primera marca en levantar un puente entre el mundo del cliente y el proveedor para intentar resolver este reto en la demanda: “Unir lo mejor de la ingeniería tecnológica [además de su filosofía de alta calidad al mejor precio posible] con lo mejor de la imaginación, en el sentido de la inventiva y la capacidad creativa individual”, explica Starck. “Aunque tampoco el diseñador de hoy será el de mañana porque éste será el entrenador, el dietista, el psiquiatra o lo que quiera... Pero, de ninguna forma, el productor material”.

Con un futuro que pasa intrínsecamente por “la atemporalidad”, el creador encuentra una conclusión más inmediata en los actos de consumo actuales como elecciones que reflejan nuestros valores y un lugar político en el mundo. “Todo es política, todo es una elección”, afirma el francés. “Comprarse una bicicleta y no un coche es un acto político. En ese sentido yo soy político, aunque lamento hacer algo inútil como diseñar; si yo fuera más inteligente, con una educación superior y menos cobarde, definitivamente preferiría estar en política, o cantar. Quizá por eso sigo dedicándome a hacer cepillos de dientes, escobillas o muebles; no es la mejor forma de dejar un mensaje poderoso ni efectivo, pero es la única herramienta que conozco”. ✘

SILVIA SUÁREZ es periodista y colaboradora de GQ.

