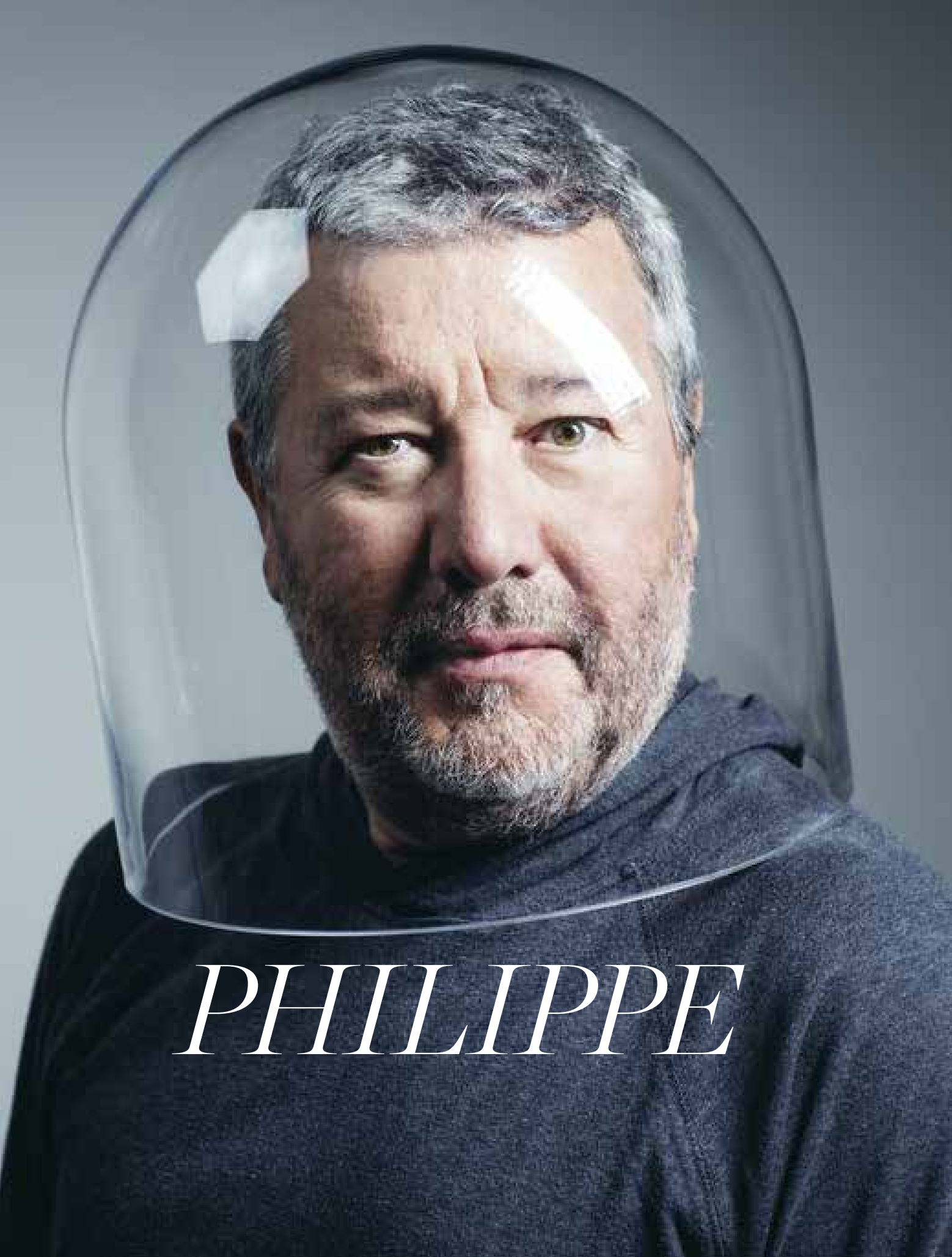




PHILIPPE



STARCK

Y EL DISEÑO INMATERIAL

El inventor de tendencias más famoso de todos los tiempos aborda lo impensable: el diseño intangible. El creador francés explica el efecto de abandonar las formas en sus productos, en sus viviendas y en su vida.

TEXTO: ANATXU ZABALBEASCOA



“Lo material es vulgar. Solo los sueños son elegantes”

Un vistazo al centenar de sillas ideadas por Philippe Starck (París, 1949) sintetiza la historia de las tendencias en el diseño industrial del último medio siglo. Creador de iconos inolvidables —como la butaca de metacrilato Louis Ghost o el exprimidor Juicy Salif—, ha sido un pionero a la hora de personalizar sus productos con nombres y apellidos. Ha sido posmoderno ideando sillas que barajan las referencias de la historia del mueble y ha sido visionario en su continua redefinición de lo que el diseño debe ser. Nos recibe en París y nos explica en qué consiste y cómo convive con su “diseño inmaterial”. **¿Por qué quiso diseñar algo invisible?** Cuanta más materialidad, menos humanidad tienen las cosas. La experiencia que he acumulado me permite concentrarme en la abstracción. Por eso en los últimos años he trabajado con fluidos: aceite de oliva, champán, perfume... Y pronto lanzaré una cerveza. **¿Para qué se necesita un diseñador para idear un perfume?** La colección Peau es uno de mis proyectos más personales. Para hacerla recurrí a mi propia memoria. Toda la vida he sentido una profunda cercanía, sentimental diría, hacia los olores. Mi madre tenía una perfumería en París. Cuando yo era pequeño, iba a veces a ayudarla. Cuando no había clientes, me metía en la trastienda y trepaba a la estantería más alta como si fuera un gato. Allí, rodeado de perfumes y lociones soñaba. Creo que fue subido a esa estantería donde decidí que mi vida estaría dedicada a la creatividad.

¿Qué quería crear? Durante mi infancia soñar significó sobrevivir. Planeaba crear mis perfumes, contratar a perfumistas sensibles e inteligentes con los que me entendiera.

¿Así ha producido su perfume? Jasmine, mi mujer, y yo dedicamos un año a oler los perfumes de todos los maestros perfumistas. Lo hacíamos a ciegas. Y finalmente reconocimos aromas como parte de nuestra tribu sentimental. Tradujimos esas sensaciones en química y en olores. Traducir la memoria en aroma es lo que hace un perfume. Para esta primera colección quería fragancias complejas, nada obvio. Me impuse una regla: no debía poder reconocerse ningún ingrediente. No reconocer es la manera de llegar hasta el misterio.

¿Cuál es la diferencia entre imaginar una forma e imaginar un aroma? Crear una abstracción es muy distinto a crear algo material. Mi oficina Starck Paris no tiene relación con el diseño ni con la arquitectura. Solo está relacionada con mi arquitectura personal y emocional. Siempre he querido luchar contra la materialidad.

Algo paradójico porque se dedica a producirla... Lo material es vulgar. Solo los sueños son elegantes. Por eso este proyecto es clave en mi trayectoria. Diría que es uno de los que mejor me define.

Ha creado formas que han marcado tendencia y muchas soluciones que han alterado la historia del diseño. ¿Esta indagación en lo que usted llama diseño inmaterial va a marcar el futuro de su producción profesional? Cuando terminamos el trabajo con las fragancias, me pidieron que diseñara los frascos y me negué. Quería permanecer en el lado inmaterial. Lo encontraba fascinante. Sin embargo, como debía hacerlo, lo que traté fue reflejar la materialidad de lo inmaterial: traducir en la botella lo que hay en el interior. Los envases son una invitación a descubrir el misterio en el interior de cada botella.

¿El trabajo más interesante es siempre el que está por hacer? Creo que el mundo que hemos hecho atraviesa un estado de materialidad sofocante. No es razonable seguir produciendo. ➤



SILLA BOSS BOSS



SILLA GENERIC C, KARTELL



TELÉFONO MI MIX, XIAOMI



LOCALIZADOR DE OBJETOS VOILÀ, WISTIKI



CASCO M.A.S.S., MUD



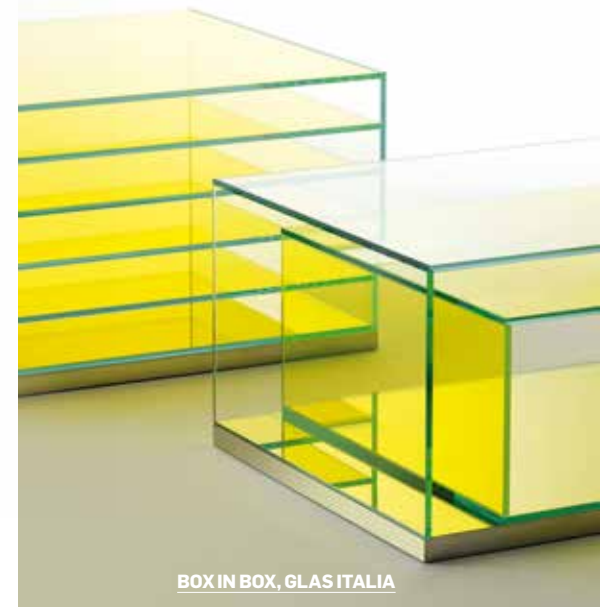
SOFÁ VOLAGE EX-S, CASSINA



RESTAURANTE DALI, PARÍS



CHAMPÁN LOUIS RODERER



BOX IN BOX, GLAS ITALIA



IPANEMA WITH STARCK



GAFAS STARCK EYES, LUXOTICA



CERAMICA SANT AGOSTINO



SILLA PASSION, CASSINA



RESTAURANTE ZA, PARÍS



PORT ADRIANO, MAJORCA



BUTACA LOU READ, DRIADE



BONJOUR, FLOS

¿Por eso lanza una gama de perfumes? Lo único que me interesa es tratar de hacer la vida de la gente un poco mejor, un poco más cómoda. No es que esté específicamente interesado en idear un objeto más. El diseño me eligió a mí, no fue al revés. Nací con una enfermedad mental llamada creatividad y por eso he dedicado toda mi vida a idear nuevas sensaciones y objetos. Por puro automatismo. Por desgracia, mi creatividad no salva vidas. Sin embargo, hago todo lo que puedo para, por lo menos, intentar hacer la vida de los demás lo más cómoda y tolerable posible. Esa es mi pequeña contribución al mundo.

¿Si hubiera podido ser otra cosa, qué le habría gustado ser? Si tuviera que elegir otra profesión sería un compositor musical. O alguien capaz de salvar vidas humanas.

¿Qué perfume utiliza? Peau d'Ailleurs es ahora mismo mi favorito. En él me he esforzado por describir mi mundo interior, mi magma, mi algo más -que la verdad es que no es muy divertido. Lo uso a diario. Por la mañana. Por la noche me pongo Peau de Pierre. Mi mujer Jasmine usa Peau de Soie pero a veces, utiliza incluso el mismo que yo.

Tiene una casa en Formentera, otra en el sur de Francia y otra en Italia. ¿Pasa más tiempo junto al mar que en París? París es mi ciudad, el lugar don-

de nací. Pero no soy un hombre sedentario. Cuando no viajo con mi mujer, Jasmine, vivimos en lugares remotos para contrarrestar el ritmo profesional que hace que a veces estemos en tres países diferentes en un solo día.

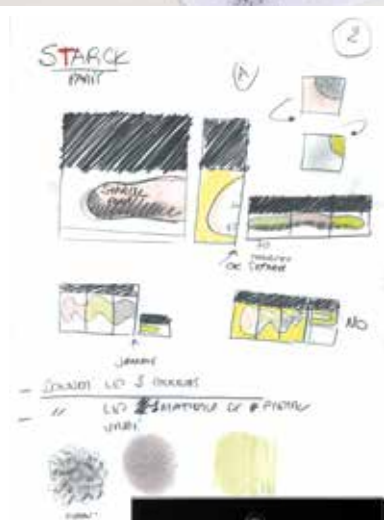
Con tanto viaje, ¿qué relación mantiene con sus diseños? Me implico en todo lo que hago. En todo, sin excepción. Cuando diseño me concentro tanto, estoy tan aislado y se me puede molestar tan poco que sólo necesito eso: buena música, naturaleza, playa, árboles y dunas. Esa es la razón por la que mis refugios están perdidos por el mundo. En medio de la nada es más fácil concentrarse.

Sin embargo su estudio está en París... Aquí no puedo trabajar. Es imposible. Ni siquiera lo intento. En la isla de Burano, en Italia, me concentro sin problema. Tenemos vecinos y somos amigos de los pescadores. En la duna trabajo muy bien. Nuestra casa es un cubo de vidrio. Pero el lugar del mundo donde mejor me concentro es sin duda la isla de Formentera. Allí cogimos una casa hace cincuenta años; nadie ha llegado desde entonces. Como somos conocidos, en la verja pusimos un cartel: "No se aceptan visitas sin cita previa. Todas las citas previas quedan canceladas". Es como una cárcel. Pero aún hay un lugar donde me puedo concentrar más: en nuestra cabaña en el sur de Francia.



MEMORIA ENVASADA //

De los recuerdos olfativos que le traía la perfumería que regentaba su madre, Philippe Starck ha sacado la inspiración para crear los tres perfumes –Peau de Soie, Peau d'Ailleurs y Peau de Pierre– que ha lanzado bajo su propia marca. El diseñador ha trabajado junto con su mujer y tres perfumistas para crear las esencias a partir de una molécula que, asegura, nunca antes se había utilizado.



“En el futuro, la forma de los muebles obedecerá a la del cuerpo”

STARCK CON EL EQUIPO DE PERFUMISTAS



¿Cómo es esa tercera casa? Básica. Solo podemos llegar allí cuando baja la marea. Allí no hay nada ni nadie.

¿Llama la atención la poca importancia que tiene el diseño en sus refugios más íntimos. El diseño no importa. La clave de una casa es el efecto que el lugar genera en ti. Mis casas son mi lugar, mi útero, mientras tenga junto a mí la persona a la que amo: mi mujer Jasmine.

¿Qué vaticina para el diseño de los próximos años? El diseño será cada vez más irrelevante. La desmaterialización ya ha comenzado. Viviremos en espacios cada vez más vacíos; los objetos desaparecerán porque estarán integrados en ellos. En el futuro, la forma de los muebles obedecerá a la del cuerpo. Bajo la piel llevaremos chips que nos ayudarán a controlar la temperatura. Viviremos una revalorización de lo emocional. Cuanto menos tengamos, más libres seremos.

Todo esto lo dice uno de los grandes productores de objetos y formas de la historia. ¿Usted ya ha comenzado a reducir su consumo? Más que cambiar de vida, debemos saber elegir. El consumo inteligente se basa en el conocimiento y la duración de las cosas, y el tiempo que queramos permanecer con ellas será clave. Soy un pionero en la defensa de la comida orgánica. Defiendo también la compra de productos de calidad. Si uno consume tendencias se considera a sí mismo un esclavo de ellas. La única moda aceptable es la libertad. ■