

Philippe STARCK

"Sin una alimentación orgánica
no podría afrontar
mi frenético ritmo de vida"

Defensor de la comida orgánica desde hace 25 años, Philippe Starck diseña por primera vez una gama de envases y etiquetas para la exclusiva colección de aceites ecológicos españoles de LA Organic. "Es una gran injusticia que el mayor vendedor de aceite del mundo sea Italia, cuando el mayor productor es España", sentencia el diseñador francés en esta entrevista exclusiva, concedida a MAGAZINE en su estudio del centro de París

ALICIA VELASCO_

SANTIAGO BARRIO_

HABLAR DE PHILIPPE STARCK (PARÍS, 1949) ES hablar de diseño en estado puro. De su estudio parisino han salido las ideas más aplaudidas, ha recibido decenas de premios y cada trabajo que emprende genera auténtica expectación, dentro y fuera de su ámbito profesional. Se le odie o se le ame, a nadie pasa inadvertida su singular versatilidad, que le ha permitido abarcar áreas tan distintas como el interiorismo de hoteles o el diseño de exprimidores de zumo o gafas de sol. Su fama excede con mucho el estricto círculo de los expertos. En los años 80, el entonces presidente de la República François Mitterrand, le encargó la reforma de sus apartamentos privados en el Palacio del Elíseo. Su influencia es enorme. De hecho, la estética de muchos de los objetos que nos acompañan diariamente bebe de la obra

del francés, que ha sabido crecer sin renunciar a lo que otros diseñadores podrían considerar *trabajos menores*. Para Starck, todavía hoy, lo pequeño tiene tanto o más valor que lo grande. El tamaño no importa. Ni tampoco la sustancia. Su último reto: el *packaging* de la línea de productos ecológicos de LA Organic.

Starck es consumidor de alimentos orgánicos, además de vegetariano, desde hace ya 25 años. Por ello, no dudó en aceptar este proyecto. "Siempre que puedo, elijo productos orgánicos: alimentos, jabones, cremas, champús...", se justifica.

Pregunta. Será usted consumidor habitual de aceite de oliva...

Respuesta. Por supuesto. Es muy sano. Pero, además, es un alimento interesante, un producto que ya aparece en la *Biblia*

como alimento básico del ser humano y formando parte de numerosos rituales.

P. Para usted era importante que se tratase de un producto orgánico.

R. Era una obligación estructural. Si no, el producto no tendría el máximo valor.

P. ¿Cuándo y cómo se hizo forofó de los alimentos biológicos?

R. Empecé a comer productos orgánicos hace 25 años. Lo que me llevó a hacerlo fue mi frenético ritmo de vida. Me paso la vida en un avión y creo que no hubiera podido afrontarlo sin una alimentación de este tipo. No me lo tomo como una elección, sino como una obligación que, además, he llevado más allá de la alimentación. Utilizo jabón, cremas, champú orgánico... porque no tiene sentido comer alimentos biológicos si luego lavas los platos con un producto químico.

P. ¿Qué es lo que le llamó tanto la atención de este proyecto como para embarcarse en él?

R. Conoci a Paco Gómez de Baeza hace 25 años, y entre nosotros surgió una especie de historia de amor basada en una misma ética y una misma filosofía de vida. Un día me contó la gran injusticia que suponía que el mayor vendedor de aceite del mundo fuese Italia, cuando el mayor productor es España. Eso me hizo pensar, y decidí que sería una buena idea ayudar a que el mejor aceite del mundo ocupase el lugar que se merece.

P. Así que se hizo cargo del *packaging* de los envases y las etiquetas. ¿Cómo lo abordó?

R. Pensé en estanterías de libros. El aceite es un producto tan presente en la vida cotidiana como ellos y quería ofrecer la oportunidad de escoger un aceite como se escoge un libro. Además, el →



● PHILIPPE STARCK POSEA CON SUS NUEVOS DISEÑOS PARA LA FIRMA LA ORGANIC.

aceite de oliva tiene tanta cultura detrás que, metafóricamente, también podría leerse en él.

P. Pero no eligió para él unas tapas de cartón, sino una lata metálica...

R. Es el envase que mejor respeta el aceite. La oscuridad que proporciona lo protege de la luz y del calor. También es idóneo para el transporte. A pesar de todo, también hemos diseñado envases en vidrio oscuro para responder a otras demandas, como las de los restaurantes.

P. Elegimos en gran medida en función del envoltorio. ¿Qué valor proporciona el *packaging* al producto?

R. Si estás orgulloso de un producto y quieres llegar con él al corazón de la gente, es importante que sea bello y seductor. Es obligatorio que haya una coherencia entre el diseño y el producto.

P. ¿Ha sido éste su primer proyecto en el ámbito de la alimentación?

R. Hace 15 años fundé una compañía de alimentación orgánica (OAO), pero lo hice demasiado pronto, cuando la gente aún no estaba concienciada... La mayoría de las personas que venían a comprar los productos confundían la comida orgánica con la dietética. De hecho, muchos se quejaban de que no conseguían adelgazar con ellos!

P. Por fortuna, la situación ya no es la misma. En su proyecto con LA Organic, además, no ha estado solo, sino que ha trabajado con Paco Gómez de Baeza, que a la vez es un amigo.

R. Trabajar con un amigo es estupendo. Ha sido muy fácil, porque ambos compartíamos los mismos objetivos.

P. Creo que no es su único proyecto actual en España. ¿En qué otras cosas anda metido?

R. En un interesante proyecto en Bilbao llamado La Alhondiga. Es un centro de ocio con un perfil nuevo, un lugar que combina varios a la vez. Se inaugurará el año que viene y albergará museo, bar, tiendas, bibliotecas, gimnasio... Es un centro de vida de 40.000 metros cuadrados.

P. Usted tiene una casa en Formentera. Cuénteme cómo es su experiencia de España.

R. En la casa de Formentera suelo pasar las vacaciones de Navidad y el verano. Me encanta España, aunque tengo que decir que no suelo formarme opiniones sobre un país, sino acerca de sus habitantes.

P. Entonces, ¿qué piensa de sus habitantes?

R. Los españoles me inspiran respeto. Por su rigor, integridad, pasión y creatividad. España es un cóctel único en el mundo, uno de los pocos pueblos que viven con orgullo.

P. Hábleme de su método de trabajo. ¿A la hora de diseñar es usted riguroso o espontáneo?

R. Mi único estilo es la libertad. Tengo miles de ideas todos los días, pero el rigor es lo más importante a la hora de llevarlas a cabo. De hecho, es uno de mis valores personales más marcados. El rigor es el valor necesario para controlar la visión, seleccionar y poner en marcha sólo las ideas justas. A pesar de que a veces soy demasiado riguroso, eso no me impide vivir con sentido del humor, una de las máximas más importantes que existen para hacer la vida más fácil. Creo que la elegancia en la vida es tratar las cosas graves con ligereza y las ligeras con gravedad.

P. ¿Ya era así de pequeño? ¿Con qué soñaba entonces?

R. La verdad es que nunca he sentido ambición ni deseo... Tengo esa enfermedad que se llama creatividad y creo que este oficio me ha elegido a mí, más que yo a él. Podría haber sido ingeniero aeronáutico como mi padre, pero finalmente decidí ser sólo un creador de regalos de Navidad [Starck estudió diseño industrial].

P. Lleva más de 40 años en esto. Visto desde aquí, ¿cómo ve la evolución de su diseño desde que comenzó, allá por 1968?

R. Mis creaciones han sido políticas desde el principio. Nunca he estado interesado en el diseño por el diseño. Bajo cualquiera de mis acciones siempre hay una visión sustentadora, el producto no es más que el resultado de lo que quiero expresar. Como, por ejemplo, mi intención manifiesta por el diseño democrático, por ofrecer lo mejor al mayor número de personas posible, con el mejor precio posible. Otro ejemplo es mi discurso sobre el sexo, presente en la colección *Privé* [una línea de asientos tapizados] que realicé con la marca italiana Cassina, o el tema de la desmaterialización y de la memoria colectiva que desarrollé con la silla *Louis Ghost*, de Kartell.



P. Dígame, ¿en su vida existe eso que se llama "tiempo libre"?

R. Tengo la suerte de que mi trabajo no es un trabajo, sino que es un sueño. Por eso, casi no tengo necesidad de más hobbies. El 98% de mi tiempo lo ocupo en el amor y en las relaciones con mi mujer, mis hijos y mis amigos; el otro 2% lo invierto en hacer soñar a los amigos que aún no conozco.

P. ¿Y el mejor momento del día?

R. Cuando me despierto y veo la sonrisa de mi mujer.

P. ¿Le interesa la creatividad ajena, la música, por ejemplo?

R. La música forma parte de mi persona. Intento escuchar lo mejor, pero no me ciño a ningún género ni época, porque pienso que en todos los tipos de música se pueden encontrar maravillas.

P. ¿Lee?

R. Siempre leo varios libros a la vez. Ahora estoy con *Ebano*, de Ryszard Kapuscinski y *Asfixia*, de Chuck Palahniuk.

P. ¿Le queda algo por diseñar en la vida?

R. No sueño con crear nuevos productos, porque la materialidad es vulgar. Pienso que sería mejor diseñar menos.

P. ¿Cómo se ve, entonces, en el futuro?

R. Como una ecuación matemática.

P. ¿No como la voz del diseño?

R. Pienso que se debería dar la palabra más a menudo a personas que de verdad cambian el mundo, como matemáticos, astrofísicos... ☒

SABORES DEL MUNDO



ACETE DE OLIVA VIRGEN EXTRA DE CULTIVO ECOLÓGICO ANDALUZ. 6,50 EUROS. **LA ORGANIC** DEL ACEITE. 6,50 EUROS. **AL JEREZ**. 9,18 EUROS. **DE MODENA**. 12,62 EUROS. **VINAGRE DE MODENA**. 18,62 EUROS. (TEL. 91 576 76 05).