



DESIGN

Philippe Starck

“No me interesan ni el diseño, ni la arquitectura ni el paisaje. Lo que me interesa es la gente”

Nacho Alegre



Sin ser yo nada de eso



Philippe Starck es el único diseñador al que conoce la gente que no sabe de diseño, pero no quiere que lo llamen diseñador, por mucho que de su lápiz salgan decenas de proyectos al mes (lo último, tres perfumes). Pasamos una tarde con él en su casa de Cascais para que nos lo explique

Texto
DANIEL GARCÍA

Fotografía
NACHO ALEGRE



Icon (Spain)

► 1 novembre 2016 - Icon



Starck, fotografiado aquí en exclusiva para ICON, tiene una rana de peluche, 12 chaquetas idénticas de motorista y 35 motos repartidas por las casas que tiene por el mundo. Coches, ninguno. "Es un medio de transporte pesado y obsoleto", dice. En la página izquierda, un busto con panamá en la galería que da al patio de la casa.

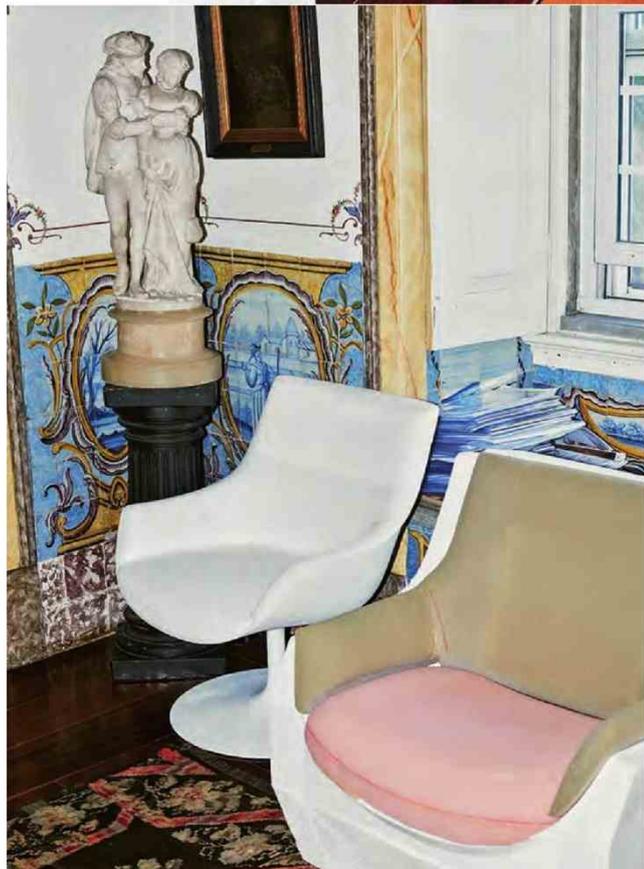
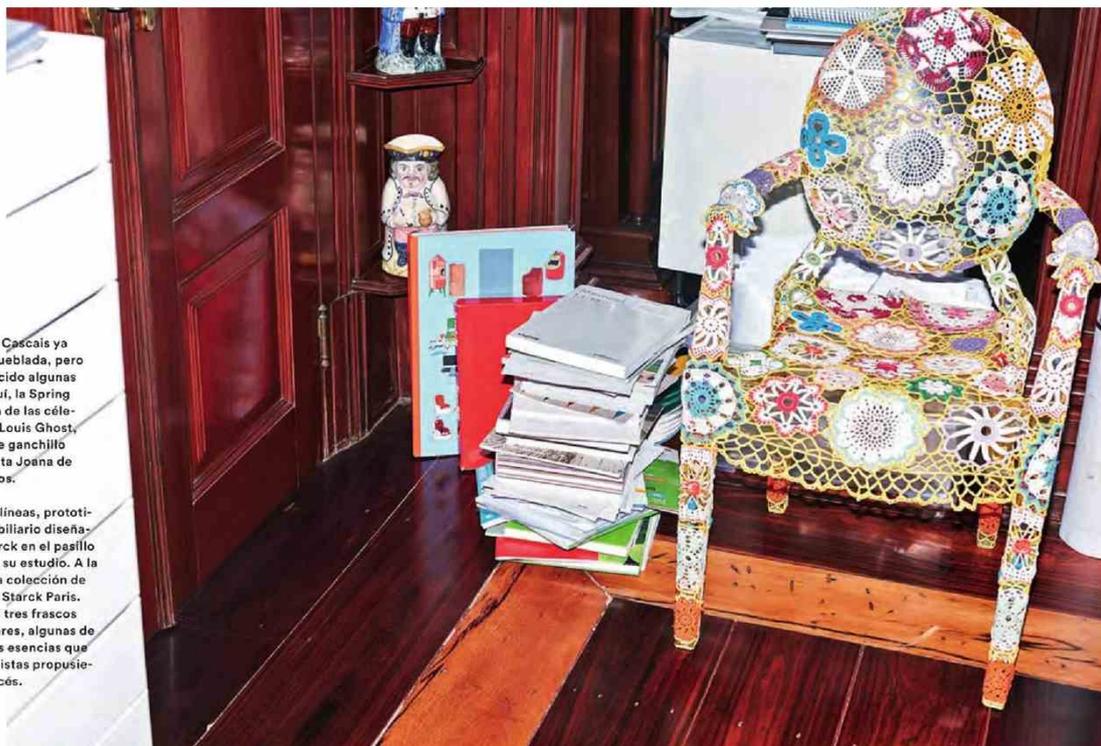


Icon (Spain)

► 1 novembre 2016 - Icon

La casa de Cascais ya estaba amueblada, pero ha introducido algunas piezas: aquí, la Spring Ghost, una de las célebres sillas Louis Ghost, cubierta de ganchillo por la artista Joana de Vasconcelos.

Bajo estas líneas, prototipos de mobiliario diseñado por Starck en el pasillo que lleva a su estudio. A la derecha, la colección de fragancias Starck Paris. Junto a los tres frascos rectangulares, algunas de las infinitas esencias que los perfumistas propusieron al francés.



140



Tous droits de reproduction réservés



Icon (Spain)

► 1 novembre 2016 - Icon

ICON DESIGN

Philippe Starck

IMAGINE QUE LE PREGUNTA POR PHILIPPE STARCK a un entendido en interiorismo y se gana la típica mirada de suficiencia que uno le dirige a un ignorante que ha dicho el único nombre que se le pasa por la cabeza. Podría ocurrir. También que Starck presenciara la escena y le diera igual. Hace tres décadas que superó la fase de depender del público especializado (sobre todo, decoradores) y, para empezar, ni siquiera se considera diseñador. “Sólo soy un tipo que intenta merecer existir y que tiene una enfermedad llamada creatividad. Porque a mi nivel, y por mi volumen de trabajo, creo que se podría calificar como enfermedad mental”. El tono de gurú de este amable francés de 67 años haría difícil mantener una conversación si no fuera porque sus argumentos son sólidos y su razonamiento, perfecto. Es por la tarde en su casa de Cascais, localidad costera a media hora de Lisboa, y hablamos sentados a una mesa cubierta de decenas de dosieres de proyectos, meticulosamente ordenados en sus fundas transparentes, sólo distinguibles entre sí por un *post-it*. Cada día, Starck y su cuarta mujer, Jasmine Abdellatif, se levantan a las siete, desayunan y él trabaja entre 11 y 14 horas, sólo interrumpidas por la comida y una siesta de 40 minutos que cronometran con un reloj de cocina. “Produzco un gran proyecto cada dos días, más o menos. Puede ser un instrumento médico, una colección de gafas de sol, una línea de muebles, un cohete, un nuevo vehículo eléctrico o un megayate”, recita sin pestañear (las embarcaciones son una de sus especialidades: llegó a diseñar una para Steve Jobs, con quien no acabó muy bien, a juzgar por lo que dice al final de esta entrevista). “Este ritmo me obliga a vivir como un monje. Nunca salgo, por eso me hace falta una casa grande, y esta es enorme, como un pueblo. Entramos sin tocar nada. Su anterior dueña, una condesa, nos dejó todo como estaba, desde las sábanas a los cubiertos. Es cero mi cultura y cero mi gusto, y por eso es fantástica”.

¿Es como coger unas vacaciones de tomar decisiones?

Sí, esa es la razón de que tenga tantas casas. En la de Formentera llevo 40 años. Estoy acostumbrado a vivir allí. No me distrae. Cuando llego a un sitio tengo que concentrarme totalmente.

Cascais no es el típico lugar donde instalarse.

No me interesa ni la arquitectura, ni el diseño, ni el paisaje. Me interesa la gente. Viajo todo el tiempo y lo que veo da miedo. La humanidad casi ha desaparecido, lo material la ha sustituido. Por casualidad descubrí Portugal, el último lugar donde la gente es buena, generosa, honesta y trabajadora. Además, soy un hombre de mar y necesito ver olas. Aquí estamos a 15 minutos de uno de los lugares con las olas más grandes del mundo, Nazaré, y aquí, frente a la ventana de mi estudio, en invierno, las hay de 12 o 15 metros. Una absoluta belleza.

¿Cómo se toma que, para una ciudad, tener un hotel o restaurante diseñado por usted sea un símbolo de esta-

tus? Teatríz, en Madrid, proclamó nuestra modernidad.

Tener un 'starck' es como hacerse adulto.

Es todavía más divertido: cuando un país o una ciudad están emergiendo, lo primero que hacen es llamarme. Resulta interesante. Pero a mí me da igual. No tengo el *software* de la gloria en mi sistema. Vivimos tan solos, tan lejos de todo, que no necesito ese mecanismo.

Siempre ha estado muy concienciado con que sus diseños hagan la vida mejor. ¿Nunca le interesó la forma de las cosas, simplemente?

No.

Pero al principio su estilo era más formal, más geométrico. Incluso elegante.

No estoy de acuerdo. Entonces era joven y hablaba de la forma, es verdad, pero no la perseguía. Soy hijo de un ingeniero aeronáutico. Me educé en la alta tecnología. Lo mío es el funcionalismo, pero no como el de los años veinte, que era materialista. La política es una función, y también el sexo. Incluso el sentimentalismo. Soy un funcionalista post-freudiano. Fui uno de los primeros que introdujo en el diseño parámetros que en principio no le pertenecían.

Sus hoteles y restaurantes son teatrales. Provocar emociones a través del espectáculo es funcional, por tanto.

Exacto. Si hago estos espacios no es porque me encanten, sino porque son máquinas de crear experiencias.

En el camino a su actual ideario *bionista* –inspirarse en lo orgánico para adaptarse mejor a las necesidades humanas–, Starck ha ido moldeando nuestro presente: en los ochenta fundó la tipología de hotel *boutique* (esos establecimientos ni caros ni baratos, pero decorados, de los que aún hoy se alimenta Instagram); ha vendido más de un millón y medio de sus copiadísimas sillas Louis Ghost (una parodia de una silla Luis XV, en plástico transparente, que diseñó para Kartell en 2002), y se anticipó a Apple y Volkswagen en su idea de darle una cara moderna y amable a los cacharros tecnológicos. Resulta particularmente memorable cuando le da patadas a la lógica que se suele asociar a un objeto. Juicy Salif, el bello exprimidor en forma de calamar que diseñó para Alessi en 1990, permitía hacer lo mismo que un exprimidor normal, solo que con dificultad; a cambio, esa cabeza estriada subida a tres patas metálicas todavía provoca discusiones encendidas, precisamente porque no pertenece a una escultura sino a un *exprimidor*. “Starck representa mi sueño: que el diseño conmueva y transgreda, que sea poético. Que tenga consecuencias imposibles de reflejar en una hoja de resultados”, escribió en 1998 Alberto Alessi, presidente del célebre fabricante italiano que introdujo el capricho en los utensilios de uso cotidiano.

A pesar de su influencia y de ser el único diseñador de producto que ha logrado convertir su apellido en una marca, Starck se jacta de su extrañeza ante el mundo. Sus →



Icon (Spain)

► 1 novembre 2016 - Icon



Cajas llenas de dossieres con proyectos (muebles, gafas, ropa, embarcaciones, bodegas) atestan el despacho del creador, donde pasa más tiempo al día. "Mi 'hobby' es acometer proyectos", afirma.



ICON DESIGN

Philippe Starck

“Steve Jobs era un egomaniaco. La persona menos creativa que he conocido nunca. Cuando le proponía ideas, su única respuesta era: ‘De ninguna manera, eso es otra mierda de diseñador’”

proyectos no son fruto de lo que ve, sino de lo que intuye. “Soy ligeramente autista. Vivo aislado, no tengo información del exterior. Habito mi espacio mental, mi fantasía. En realidad no vivo en ningún sitio, o más bien, vivo en otro sitio”. En torno a esta idea supraterrrenal Starck ha orquestado su último lanzamiento, tres perfumes: uno femenino, Peau de soie (piel de seda); otro masculino, Peau de pierre (piel de piedra), y el último, Peau d'ailleurs (piel de otro lugar), para todas las identidades intermedias. Esta triada plurisexual, desarrollada con la empresa española Perfumes y Diseño, forma parte de la cruzada contra el machismo del francés. “Estoy muy concienciado sobre la vida de las mujeres en una sociedad hecha por hombres *contra* las mujeres. Yo no hablo con hombres. Están obsoletos. Cuando mi trabajo es bueno es porque lo he hecho con mi lado femenino. De hecho, si discuto con mi esposa y se nos va de las manos, me espeta: ‘Bah, si al final no eres más que un hombre’. Me ofende muchísimo”.

Una universidad californiana ofrecía siete opciones de género en su formulario de solicitud de plaza. Y una de esas opciones era ninguna de las anteriores.

Estamos en una sociedad de hombres, vivimos entre estereotipos inamovibles, pero evolucionamos, porque somos inteligentes. Hay mucha gente que no tiene por qué encajar en los estereotipos de hombre o mujer, que pueden vivir de forma mucho más sofisticada. Mi tercer perfume habla de ellos.

El futuro libre al que usted apunta ¿afecta también a estructuras como el matrimonio o la monogamia?

Lo que está claro hoy es que existen los heteros, los gays y algo nuevo: los que no están interesados en el sexo. Pero el territorio fértil de verdad es el que queda en medio de esas tres categorías, por eso la colección de perfumes se llama El espacio entre medias. No es importante el monumento, sino su sombra. Allí queda el líquen, el césped. Allí intercambias ideas, planeas una revolución. Porque las revoluciones no se cocinan a la luz del sol.

Una vez dijo: “Si obliga a la gente a sentarse sobre asientos interesantes, dirán cosas interesantes”.

Pude haberlo dicho de forma distinta, pero sí, estoy de acuerdo. Cuando diseñé el Café Costes en 1984 hice el primer cuarto de baño bello del mundo. Y funcionó: los servicios de todas las demás cafeterías estaban hechos una mierda, mientras que el del Costes se mantenía impecable. Si muestras calidad (no hablo de estética, no sé qué es eso, y tampoco hablo de lujo, lo odio) y la gente puede experimentarla y darse cuenta de que significa intelligen-

cia, armonía y respeto, se hacen más inteligentes, armoniosos y respetuosos.

Si hoy el diseño está viviendo tan buen momento, ¿por qué cierran tiendas que lo han fraguado, como Vinçon, en Barcelona?

Fernando Amat [su propietario] era un genio, la primera persona moderna de España, y definitivamente, en esa época, la modernidad tenía que estar en Barcelona. Vinçon cerró porque era una tienda profundamente moderna, y ahora no estamos en un ciclo moderno, sino en uno retrorregresivo. Los hoteles de ahora son *retro*. Y los muebles. Abres una revista y todo parece la casa de Alvar Aalto en 1965. Estamos inmersos en una enorme tendencia *retro*, que es lo peor que le puede pasar a una sociedad. Lo moderno es sospechoso. Estoy orgulloso de seguir haciendo muebles de plástico, porque hoy en día, si una silla no se parece a alguna cosa escandinava de los años setenta, no vende.

Es sintomático que los diseñadores se fijen más en creativos de éxito, como Steve Jobs, que en personajes locos y utópicos.

Excepto por algunos científicos, esta sociedad es mucho menos creativa que antes. No hay utopía. Cuando era joven sí la había, teníamos sueños, queríamos hacer una revolución, crear una nueva sociedad.

¿Cree que Steve Jobs soñaba con la utopía?

Su utopía era muy sencilla: convertirse en el rey del planeta. Lo conocí muy bien y era un egomaniaco enorme, por eso tuvo tanto éxito. Era inteligente, pero sólo en los negocios. En realidad no le gustaba la creatividad. Cuando le proponía ideas, su única respuesta era: “De ninguna manera, eso es otra mierda de diseñador”. Siempre. Era la persona menos creativa que he conocido nunca. Fraguó todo un universo, pero ese universo es el prototipo del próximo totalitarismo.

Usted ha tenido mucho éxito y ha conocido a muchos hombres que lo han tenido, como el propio Jobs.

¿Qué efecto tiene en uno el dinero?

No me preocupa. No tengo ese *software*. Y todos los *reyes del mundo* que he conocido tampoco se preocupan por él. A veces tienen una visión, como Bill Gates; otras, *ego-trips*, como Steve Jobs; y otras veces simplemente ansían el éxito, pero nunca he sentido en ninguno de ellos la influencia del dinero, aunque sean millonarios. Es muy fácil conseguir lo que anhelas. Quiérello de verdad y la sociedad estará de acuerdo porque respetará tu voluntad. La inteligencia distingue a nuestra especie, y lo mejor de la inteligencia es la creatividad. Si la perdemos somos una vaca en el rebaño. Ten un proyecto, una visión, un sueño. Di: ‘Creo en ello, lo quiero, lo voy a hacer’. Y asume tu responsabilidad. *