

01/08/05

l'Argus de la presse PARIS
Copie interdite sans autorisation du C.F.C.

NR -0001448028-



Philippe Starck

LO ÚLTIMO DE LA SAGA

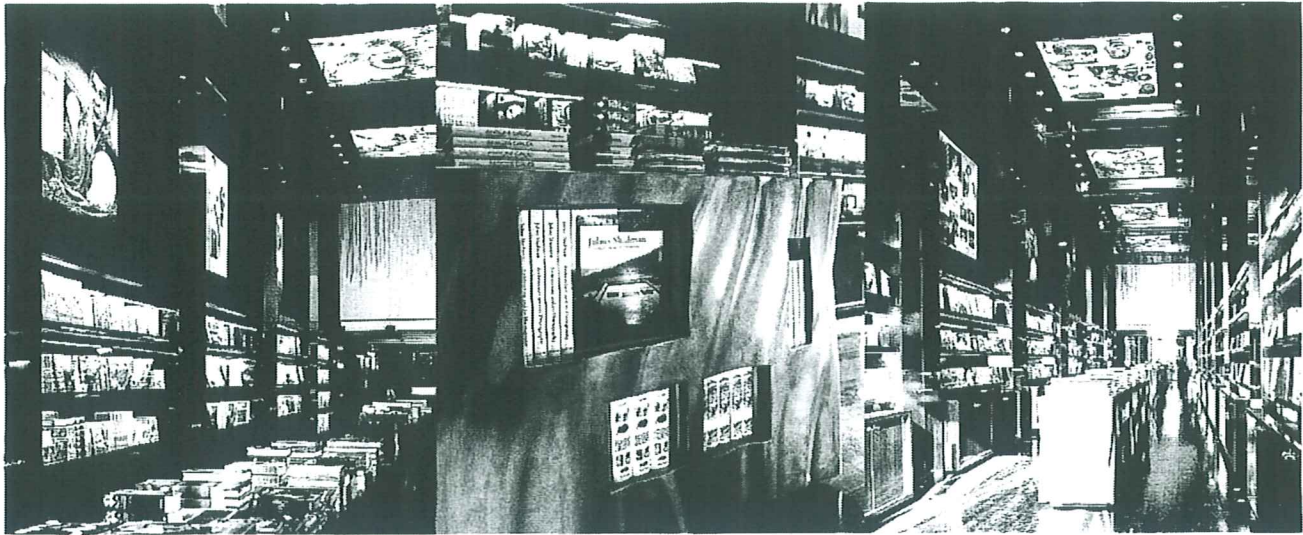
Veinte años, largos, no son nada para alguien que ha revitalizado, extendido y democratizado el concepto de diseño. Referente indiscutible, amado u odiado, por sus compañeros de profesión, Starck sigue sorprendiendo y recreando paraísos artificiales donde perderse y soñar. Esta es una invitación a una visita guiada por sus interiores más recientes. Por **ANA DOMÍNGUEZ SIEMENS**



En su apartamento de Londres, donde le hice la última entrevista, hay un montón de cosas de Ikea. A Starck le encanta Ikea, una firma que le ha copiado al menos siete productos, una empresa democrática. Dice que su filosofía es ver menos y sentir más, que espera de los objetos que sean nuestros sirvientes para ayudarnos a ser felices y no al contrario, que el producto debe producir emoción, crear una relación afectiva con el usuario y que las cosas no deben ser bonitas, sino buenas, ya que la estética, en su opinión, está obsoleta: "Es un juicio cultural, puramente subjetivo, yo intento algo más, quiero contar una historia, una visión, una teoría, un amor, matemáticas, magia... muchas cosas. Si la visión es buena y la aplico bien -cosa que como soy buen profesional y un maniático, hago de manera muy precisa- esos objetos resultan coherentes, y las personas inteligentes que los ven perciben su belleza". Se refiere a un tipo de belleza más mental que visual, que utiliza como herramienta lo subconsciente: "Soy un funciona-

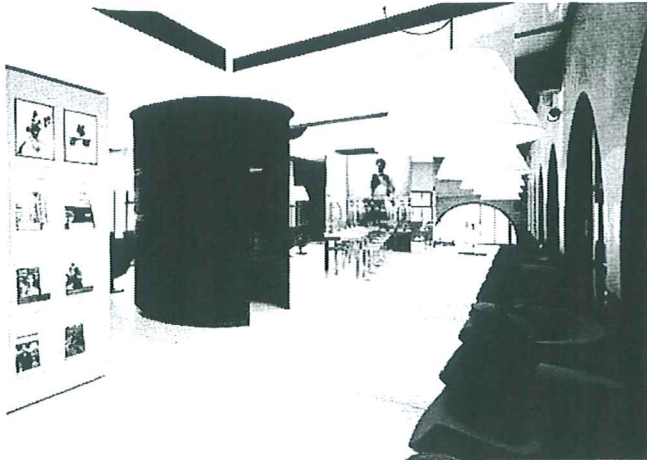
lista postfreudiano porque hemos aprendido con Freud, Lacan o Barthes que hay otras funciones, otras necesidades más abstractas que son necesarias". ¿Sería un ideal que desapareciera el objeto y quedara sólo la función?: "Definitivamente. La cosa más positiva de hoy día es decir no: no creo lo que dices, no soy un *consumidor target*, no voy a comprar eso, no necesito aquello... Si dices que sí a algo, debes seguir un proceso ético para hacerlo de forma correcta. Hay mucho en el mercado, productos honestos que dan un servicio, el resto son cosas hechas por gente inteligente y muy cínica de los departamentos de marketing que se dedican a robar a los que ellos llaman *consumidor target*. Yo no quiero hacer eso, no digo que yo sea perfecto ni que lo haga mejor, pero lo intento. Con 55 años no soy el mejor diseñador del mundo pero a mi modo moderno, poético, filosófico y humorístico, lo que sí soy es absolutamente ético". ¿Cómo equilibra ese tipo de proyectos muy democráticos con otros millonarios como





LIBRERÍA TASCHE (2004). LOS ANGELES. EEUU

Ferviente admirador de la editorial alemana, Starck piensa que la librería Taschen en Los Ángeles (sobre estas líneas) es la Capilla Sixtina del siglo XXI. *Collages* en las paredes y el techo inspirados en una selección de libros (entre el arte y el porno) del artista alemán Albert Oehlen sustituyen a los frescos de Miguel Ángel. Materiales nobles –nogal, cuero dorado o vidrio tallado a mano para los paramentos, madera de ipe en el suelo, acabados en bronce, espejos de color púrpura– le dan el aspecto de una antigua biblioteca europea, tal y como la concibió el diseñador francés. En contraste, una caja acristalada verdosa se cierne sobre el espacio principal como un pedazo de hielo.



TERMINALES EUROSTAR (2002). PARÍS, LONDRES, BRUSELAS

Starck concibió estas salas –“espacios de transición entre las ciudades de partida y el tren”– como *lounges*, parecidos a los *lobbies* de los hoteles. En ellas se encuentran elementos *made in Starck* como largas mesas de mármol (pág. anterior) o lámparas de escala desproporcionada y motivos gráficos ingeniosos (sobre estas líneas y pág. siguiente). Los sillones de Cassina con mesa incorporada constituyen una audaz versión del “huevo” de Jacobsen al tiempo que la versión con respaldo alto proporciona algo de privacidad en un entorno público. En este proyecto Starck se propuso recuperar, reinventándolo, el espíritu del Orient Express, en su día expresión de modernidad y lujo.

yates de millones de dólares? ¿Le produce culpabilidad?: “Al contrario, es una estrategia, es como ser un Robin Hood. Yo trabajo en los extremos, para los muy ricos y para un mercado de poder adquisitivo bajo; el término medio, la clase media, no me interesa. Uso a los ricos para investigar y después intento pasarlo por un filtro y pescar cosas que ofrecer a un máximo de gente posible. El barco de tres millones es un sueño para los ricos, pero para los pobres también, y todos necesitamos sueños. Son trabajos complementarios.

LIBRERÍA TASCHE. Otra Capilla Sixtina

Starck adora a Taschen, en su línea de agitación subliminal, y Benedikt Taschen, el dueño de la firma, le parece el inventor de la editorial democrática: “Para mí, Taschen es un hecho político”, dice, y Benedikt Taschen considera que su nueva tienda de Los Ángeles, la ciudad donde más libros se venden de Estados Unidos es la Capilla Sixtina del siglo XXI”, un lugar cálido donde a la gente le gustará quedarse. El proyecto de Starck es como una versión actualizada de una biblioteca de la vieja Europa en plena ciudad californiana. Está realizado con paneles de pulida y brillante madera de nogal en las paredes, ipe en el suelo, acabados en bronce, espejos de color púrpura, cuero dorado y únicas paredes de vidrio hechas a mano. Arriba hay un salón con un sofá dorado y taburetes de inspiración china en colores brillantes. A él se opone una especie de caja verde de vidrio, del tamaño de un ascensor, suspendida sobre el espacio principal y que se ve desde la entrada como un pedazo de hielo flotante iluminado desde dentro. Una suerte de pequeño templo bizantino aloja la caletera, abajo, en la zona del bar. En las paredes no hay solo libros, también pantallas de TV montadas en marcos plateados. El interior se completa con veinte *collages* para paredes y techo inspirados en una selección de libros (entre el arte y el porno) de Taschen que han sido creados con ordenador por el artista alemán Albert Oehlen.



© 2011 A&P



EUROSTAR. El nuevo Orient Express

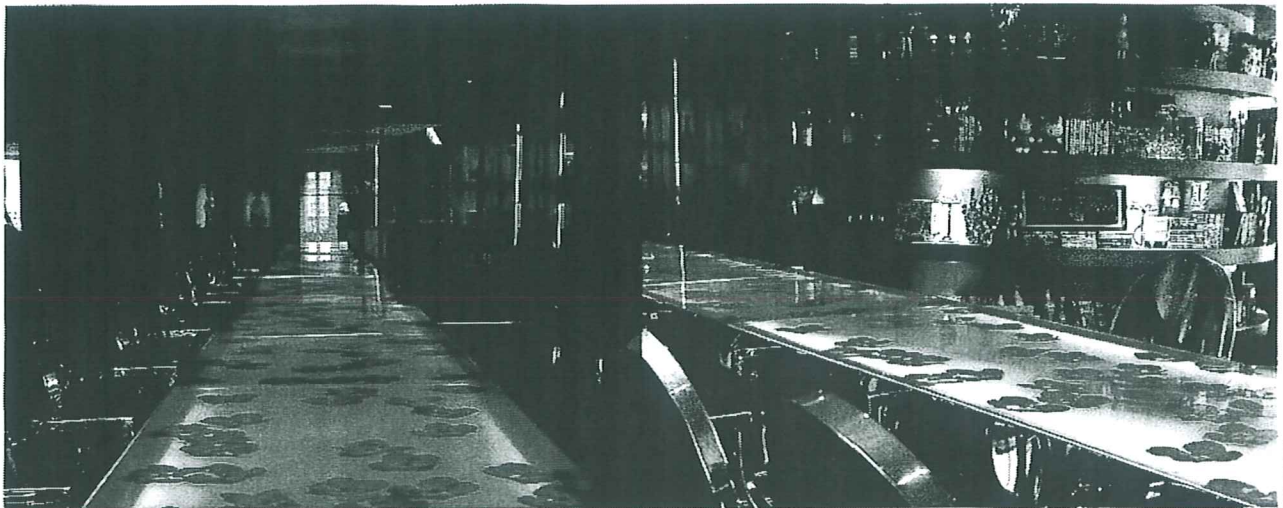
París, Londres y Bruselas son las tres ciudades donde el viajero estiloso puede acceder a los *lounge* que Starck ha diseñado para el tren Eurostar. Los tres millones de dólares de la operación se concentran en hacer que los pasajeros de *business* se sientan tan cómodos como cuando viajan en avión, pero dejando claro que están en un tren, algo para Starck sinónimo de coherencia. Como él dijo, si el Orient Express fue en su día la expresión de lo moderno y del lujo, lo que había que hacer ahora era reinventar ese espíritu. Y el lujo de hoy es diseño inteligente y funcional. El resultado es parecido al de los *lobbies* de sus hoteles: largas mesas de mármol, lámparas de escala desproporcionada y elementos gráficos ingeniosos. Además se incluyen asientos giratorios (Cassina) inspirados en el *Egg*, de Jacobsen, que dan privacidad por la forma envolvente del respaldo, con mesas desplegadas y un área para el equipaje decorada con radiografías del interior de las maletas, un toque de humor muy *starckiano*. Para Starck, el Eurostar es un objeto tecnológico de gran utilidad, que en términos poéticos e icónicos simboliza el mito del paso sobre el mar desarrollado en los siglos XVIII y XIX. Según él, estas salas se deben entender como espacios de transición entre las ciudades de partida y el tren, como verdadera máquina para elevar el estado del espíritu, y el humor, de las personas que las frecuentan.

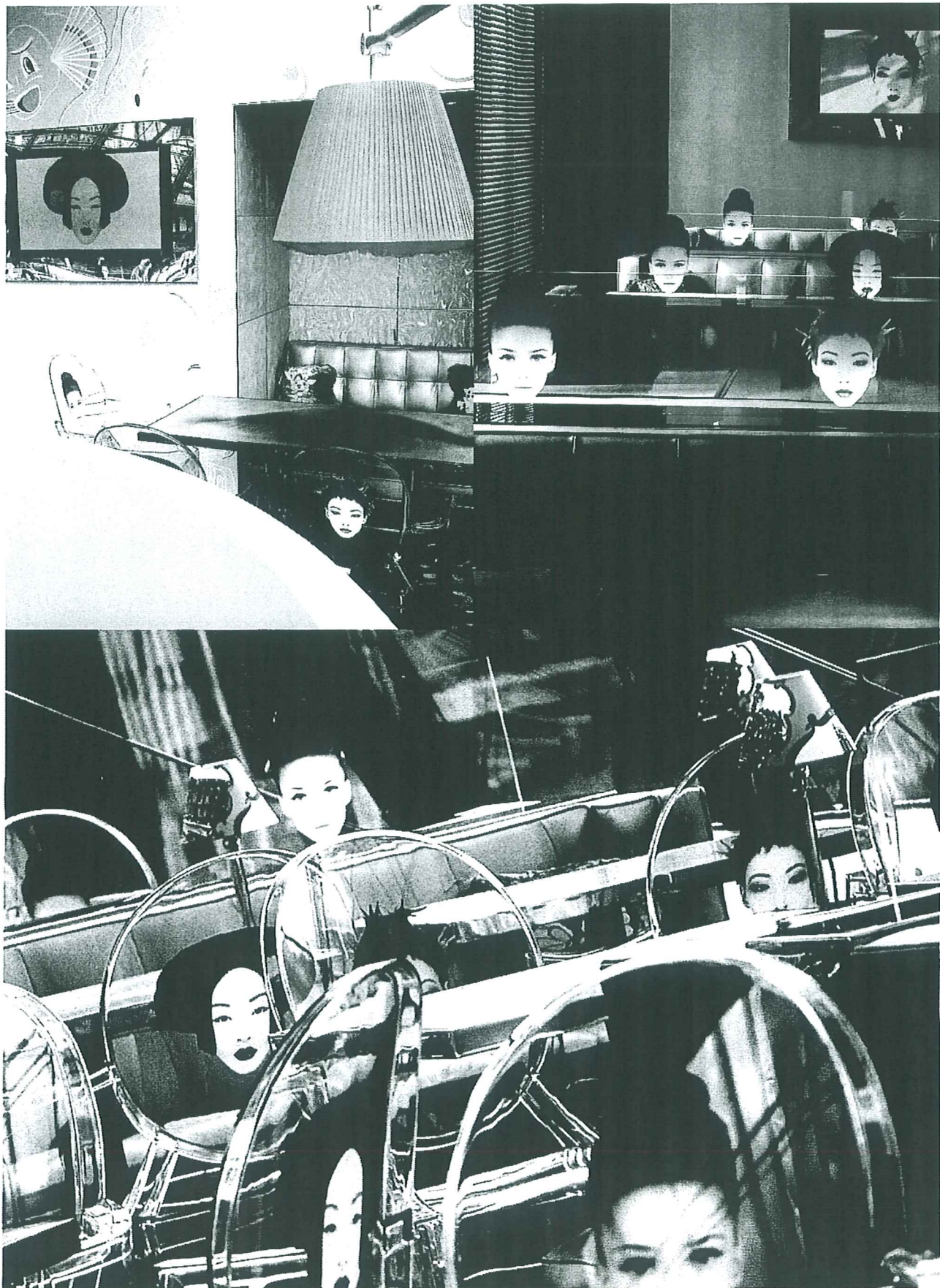
RESTAURANTE KONG (2003). EDIFICIO KENZO, PARÍS

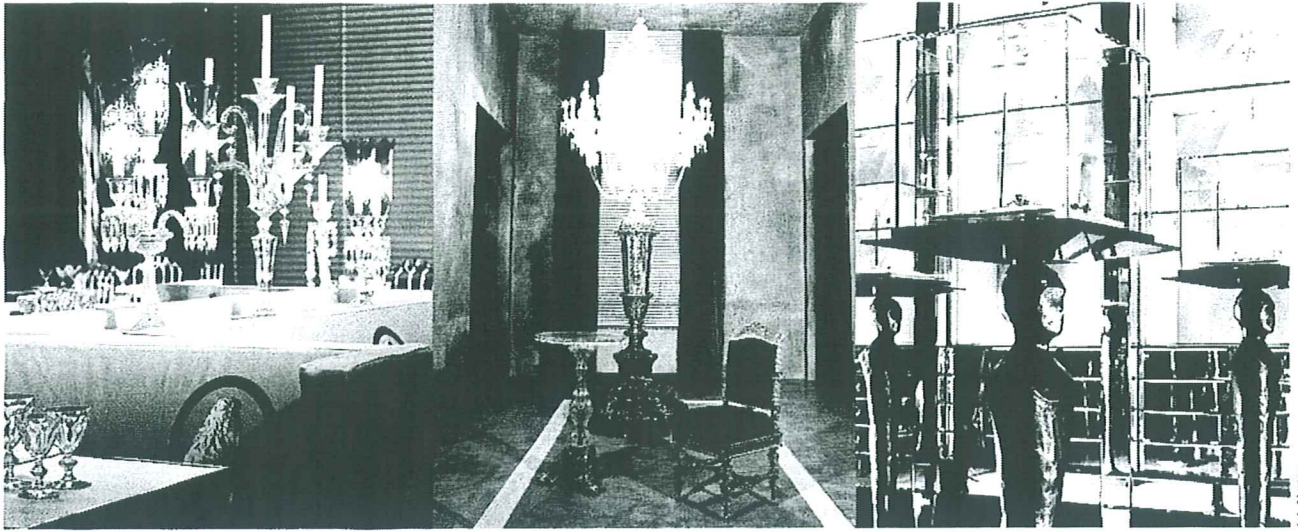
Para este restaurante, situado frente al Pont Neuf, Starck se inventó un cuento: un imaginario encuentro entre tres mujeres, una *geisha*, una moderna *kawai* del barrio más *trendy* de Japón y una elegante occidental –al estilo Audrey Hepburn– que ejerce de anfitriona. Con ellas ha de compartir mesa el visitante, pues sus rostros decoran los respaldos transparentes de las sillas *Ghost*. El espacio, dividido en dos niveles (abajo se encuentra el bar y arriba el restaurante), ocupa el último piso del edificio Kenzo coronado por una espectacular cubierta acristalada obra del arquitecto Jean-Jacques Ory.

KONG. Combate femenino

El restaurante, situado en el quinto piso del edificio Kenzo, delante del puente más antiguo de París, el Pont Neuf, lo entendió Starck como el sitio de combate de los Modernos contra los Clásicos: “Es el clásico de una *geisha* frente a la modernidad de una *kawai* de Omotesando (el barrio más *trendy* de Tokio), que se encuentran en casa de la elegante europea. Esas tres mujeres al final no son más que una sola y misma persona, intemporal y sublime”. Abajo, el bar, con una barra de acero inoxidable, taburetes en el







ESPACIO BACCARAT (2004), PARÍS

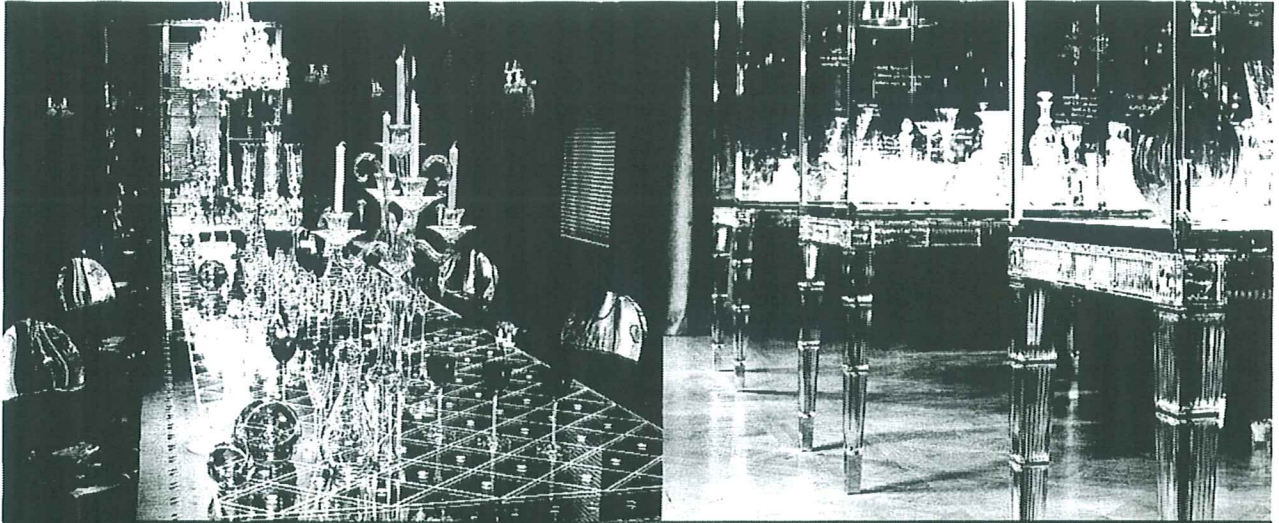
Los responsables de la firma le dieron al diseñador francés carta blanca para realizar una nueva sede para su tienda, un museo y un restaurante en un antiguo palacete. Y a Starck, cual rey Midas contemporáneo, le dio por convertirlo todo en cristal. La magnificencia del interior se temple mediante trucos como el de dejar vistos muros de cemento y ladrillo, acrobacias ingenieriles —enormes lámparas de arañas giran sobre sí mismas y una de ellas desciende hasta sumergirse en un tanque con agua manteniéndose encendida gracias a la fibra óptica— y nuevas formas de exposición como la mesa de cristal de catorce metros donde se exhibe la colección “art de vivre”.



mismo material (de Emeco), sillones de inspiración años 60 y una mesa de *disc jockey* al estilo Luis XV. Al restaurante se accede a través de una escalera de caracol de color verde lima fluorescente. Se trata de un espacio con espectacular cubierta de vidrio transparente, obra del arquitecto Jean-Jacques Ory. Las sillas emulan esta cubierta, son las *Ghost* transparentes (Kartell) con el respaldo decorado con las caras de las tres mujeres que Starck imagina reunidas allí: la *geisha*, la moderna de pelo rojo y la guapa occidental a lo Audrey Hepburn. Suelo de guijarros muy zen, sillones de piel nacarados en tono dorado, paneles holográficos de macrofotos epidérmicas y, bajo la vidriera, un panel pintado con una *geisha* de veinticinco metros de largo que señala el Sena. Lo que el diseñador llama un “cóctel atómico e inesperado”.

BACCARAT. Un diamante surrealista

La firma Baccarat puso en sus manos con carta blanca su tienda, museo y restaurante. Un antiguo palacete, legendario en la vida social e intelectual parisina, que perteneció a la vizcondesa Marie-Laure de Noailles y que vio los bailes y cenas más increíbles del París de los años 20, además de albergar a la mayor parte de los surrealistas de la época —de los que la condesa era mecenas—, diplomáticos, princesas, literatos o actores. El resultado es un espectáculo sensorial, un paseo por un sueño de influencia justamente surrealista. Quizá el mejor ejercicio estilístico que ha hecho Starck en su carrera, teatral y grandioso, en su tónica habitual, pero con un insospechado calor proveniente del material que más se parece al hielo: “El cristal se corresponde exactamente con lo que amo en la vida, esa comprensión profunda de que todo es relativo”. La inspiración no es ni obvia ni real: “Una imagen se me impuso al pensar en este proyecto: la de un diamante encontrado entre las cenizas de Berlín”. Las mil caras de las facetas de estos cristales-diamantes hacen refulgir la luz de un modo poético, mágico,





HOTEL FAENA+UNIVERSE (2005). BUENOS AIRES

Colección de excesos para el último hotel de Starck en Buenos Aires. La entrada, de diez metros de alto, no desemboca en ninguna recepción sino en el Camino de la Transformación: un pasillo de ochenta metros a base de vidrio y cortinas de terciopelo rojo y dorado sobre suelo de lapacho cubierto de alfombras. Las habitaciones y los baños están diseñados al más puro estilo imperial, con sillas y grifería en forma de cisne, arañas, mármoles, etc. La planta baja, el Universe, alberga numerosos espacios de ocio entre los que destaca el restaurante Bistró, con sus unicornios blancos saliendo de las paredes.

de juegos ópticos, de realidad imaginaria que proporciona la ilusión de un lujo intangible, quizá el que mejor se adapta para Starck al concepto de lujo contemporáneo: "Baccarat es el mundo visto a través de la magia de las facetas de cristal tallado, todo ilusión. Imaginé un palacio de cristal donde todo fuera posible". Esta suntuosidad se domestica por medio de trucos decorativos como el de dejar los muros de ladrillo y cemento al descubierto y se realza a través de intervenciones técnicas como la de hacer girar sobre sí mismas a las gigantescas arañas o el sumergir una de ellas en un tanque de agua manteniéndola encendida mediante fibra óptica.

HOTEL FAENA+UNIVERSE. Starck imperial

En un edificio de ladrillo con más de cien años de antigüedad se ubica el proyecto que Starck hizo para el empresario Alan Faena en Buenos Aires. La entrada del Edificio Porteño, de diez metros de alto, curiosamente no desemboca en ninguna recepción, porque allí se ha tratado no sólo de una reforma estética, sino también de la forma de entender un hotel, en este caso, sustituyendo la tradicional recepción por un nuevo sistema de atención personalizada. La entrada desemboca en lo que Starck llama el Camino de la Transformación, un pasillo de 80 metros de largo a base de vidrio grabado y cortinas de terciopelo en rojo y dorado, con el suelo de madera oscura de lapacho y cubierto de alfombras también rojas, el color temático del hotel. Las habitaciones y los apartamentos están diseñados en estilo imperial con sillas en forma de cisne, motivo que se repite en los grifos del baño, arañas de cristal en el techo, grandes bañeras, más color rojo, etc. La planta baja es el Universe, el lugar donde los clientes del hotel y de los apartamentos se relacionan. Allí, además de gimnasio, mercado, salón de belleza, piscina, *hamam*, academia de tango o cabaret, hay dos restaurantes, el Living Room y el Bistró, este último con sus cabezas de unicornio blancas que sobresalen de las paredes, un típico e irreverente toque *starckiano*. ■

