

La primavera del diseño: obras en madera

Starck

Una biografía

"Yo me crié debajo de la mesa de diseñador de mi padre. La inventiva es la única herencia que he recibido de él, ingeniero aeronáutico. La inventiva es, sin duda, el único oficio que existe ya que consiste fundamentalmente en penetrar dentro de uno mismo".

De joven empleó cientos de horas en pintar, cortar, pegar, desarmar bicicletas y motos. Estudiante poco aplicado, diseñador en seguida célebre, comenzó en los años '60 por inventar los 'gonflables', extrañas lámparas que se suspendían en el espacio gracias al helio. En el '69 es director de Pierre Cardin. A finales de los '70 decora el interior de las boites parisinas más "chic". A pesar de que el presidente Mitterrand le encarga la decoración de los apartamentos privados presidenciales, no es en Francia tanto como en Italia, Estados Unidos o Japón donde Philippe Starck podrá encontrar mentalidades preparadas

para aceptar su febril creatividad: desde el diseño de muebles individuales hasta botellas de agua, el menaje o los barcos Starck puede con todo.

" Intento ser lo más responsable y serio que puedo, pero con la profunda convicción, con la certeza de que todo esto no tiene la más mínima importancia; se trata tan sólo de un capítulo, una historia, no es más que un juego que hace falta jugar con el mayor respeto posible, con la mayor responsabilidad, pero al mismo tiempo con delicadeza y humor".

ENTREVISTA CON PIERRE DOZE EN ABRIL DE 1996. STARK. EDITORIAL TASCHEN. 1996

Introducción

Durante los meses de abril y mayo se han realizado en Barcelona una serie de exposiciones, conferencias y debates sobre el diseño industria bajo el lema 'la primavera del diseño'. Se trata de la cuarta edición de esta manifestación bienal. Uno de los platos fuertes de estas jornadas ha sido la primera exposición 'autorizada' del parisino Philippe Starck.

Un montaje realizado a base de maletines de viaje donde aparecen iluminados por un flexo, reproducciones de sus diseños más famosos. La colección ha sido presentada en el Centro de Arte Santa Mónica del 14 de abril al 10 de mayo pasados bajo el lema *Vanity Case*.

En este artículo reproducimos sus objetos más interesantes realizados en madera. Se acompaña como texto declaraciones del autor en diversas entrevistas.

Starck es un personaje un tanto excéntrico, lúcido, genial, misógino e individualista pero contradictoriamente fraternal y comprometido. Pretende cambiar el mundo con el diseño, al que califica de acto amoroso. Sus objetos son útiles, seductores y además asequibles. "Me considero un aspirante a creador", dice de sí mismo." Esa es mi pretensión, pero no creo que lo sea. Grandes creadores son gente como Einstein, yo soy un pequeño creador de regalos de Navidad. No es mucho, pero es lo que hago".

Casa Starck

1994. Un maletín de madera contiene los planos de la casa y sus componentes a escala 1:50; con y sin porche, con un espacio adicional de 150 m² que incluye una planta baja, un primer piso, la cubierta, dos secciones y todas las fachadas. Se incluyen planos de carpintería de armar a escala 1:50 (vigas y pilares, aislamiento, falsos techos y suelos de madera), de armadura de la cubierta, revestimientos exteriores, carpintería de huecos (todas las ventanas) así como planos de la instalación eléctrica, de calefacción y de fontanería. El paquete incluye una lista/in-

ventario de materiales, un blok de notas con los primeros bocetos de Starck y un vídeo donde se muestra el proceso constructivo paso a paso.

Como detalles simbólicos se adjunta un martillo y una bandera francesa para coronar el edificio.

Los planos de la casa, que pueden personalizarse, han sido realizados por Patrick Bouchain y los arquitectos L. Juliene y J.M. Mandon.

No es necesario decir que para llevar a cabo el proyecto se requieren obreros especializados, permisos oficiales y adaptación a las condiciones del lugar.

STARK. EDITORIAL TASCHEN. 1996

Ecología

"La idea de durabilidad es el fin del hiperconsumo, a la cual se ha llegado a través de la ecología, la vuelta sobre sí mismo, sus propias necesidades a través de la crisis.

Existe un error fundamental, el señuelo del reciclaje, la reutilización del embalaje, del papel, etc. propio de los años '90. Esta palabra es clave en la nueva era del consumo. El reciclaje no es más que la reparación inteligente de un fracaso, pero no es un acto ecológico. Sólo la durabilidad es un acto ecológico. El reciclaje no es más que un medio de hacer durar el consumo y el hiperconsumo.

Hoy en día el 80% de los productos poseen una longevidad correcta, pero se arreglan las cosas para que pasen de moda con mala intención o sin ella. La honestidad debe ser patrimonio de los ricos, porque los pobres tienen que comer y deben hacer muchas concesiones".

(ENTREVISTA CON PIERRE DOZE EN ABRIL DE 1996. STARK. EDITORIAL TASCHEN. 1996)

"La ecología sigue siendo una prioridad aunque ha sido instrumentada por los publicitarios, por los expertos del marketing y por los *media*, que tienen la grave responsabilidad de haber venalizado lo que constituye una prioridad para la especie, con el fin de conseguir una rentabilidad inmediata. A esto se debe que la ecología hoy en día esté pasada de moda, dando paso a modas mucho más detestables, como por ejemplo el neonazismo... En realidad los problemas no están resueltos: si hoy en día alguien habla de ecología, se le dice: «de acuerdo, es verdad, pero se trata de algo del año pasado». De todas maneras hay una cierta toma de conciencia que hace que nos demos cuenta de que la materia que nos rodea ya no es la misma y de que tampoco

lo será en el futuro".

"Los cambios de tendencia se dan gracias a la experimentación, a la experiencia directa. A la gente le gusta probar, y se ha dado cuenta que tener tres *walkman*, dos televisores o tres coches no da la felicidad. Pero además con este conocimiento existe una toma de conciencia ecológica, que ha hecho que nuestra idea del mundo cambiara rotundamente".

cia ecológica, que ha hecho que nuestra idea del mundo cambiara rotundamente".

CONVERSACIÓN SOBRE EL DISEÑO ENTRE ALBERTO ALESSI Y PHILIPPE STARCK EDITADO POR MARCO MENEGUZZO. 1996 POR ELECTRA, MILÁN, ELEMOND. EDITORES ASOCIADOS.

Miss Trip

1996. Silla desmontable. Asiento de polipropileno, respaldo de madera laminada y patas macizas de haya (40 x 42 x 85).

STARK. EDITORIAL TASCHEN. 1996

Butaca

1996. No es una carretilla. El armazón es de madera de fresno acabado mate. El asiento y el respaldo se han tapizado con satén rosa pálido.

STARK. EDITORIAL TASCHEN. 1996

Diseñar

"Trato de proporcionar placer y bienestar. Hoy el diseñador que cree todavía que debe hacer el número es un imbécil. Debemos ser servidores de los demás".

(ENTREVISTA CON PIERRE DOZE EN ABRIL DE 1996. STARK. EDITORIAL TASCHEN. 1996)

"De manera consciente, nos confesamos a nosotros mismos que creamos objetos que nos facilitan la vida, nos ayudan y, si es posible, nos conducen a la felicidad. Pero la idea que surge en el siglo XIX de las máquinas como prótesis que multiplicaban nuestras capacidades comenzó a mostrarnos el recorrido hacia el Poder Divino".

"Los siglos XIX y XX son periodos que se caracterizaron por una fascinación por las máquinas, por su deificación, y es justamente aquí donde empezamos a extraviarnos, porque olvidamos el objetivo original,

la finalidad perseguida".

"Para mí trabajar no es ir a la oficina para ganar dos duros, sino trabajar teniendo conciencia del mundo y de la civilización y, por lo tanto, trabajar por la especie. Hoy en día son pocas las personas que pueden trabajar por la especie, por el hecho de estar asfixiadas y abrumadas por parásitos que les hacen llevar a cabo un simulacro de trabajo, no un verdadero trabajo".

"Mi producción es paradójica en la medida es que depende de muchos factores. Cuando una crea, cuando uno intenta crear, generalmente no lo hace por los demás, sino para uno mismo..."

"Alguien podría pensar que es elegante lo que hago, pero yo no soy elegante, no soy muy culto, ni especialmente refina-

do, no soy curioso, y tampoco soy muy inteligente; lo que hago no es más que esa especie de caparazón que uno se crea a su alrededor para poder existir".

CONVERSACIÓN SOBRE EL DISEÑO ENTRE ALBERTO ALESSI Y PHILIPPE STARCK

EDITADO POR MARCO MENEGUZZO. 1996
POR ELECTRA, MILÁN, ELEMOND.
EDITORES ASOCIADOS.

Cama Royalton

1992. Estructura metálica con tablero chapado. Almohadilla do en lana de algodón. El cabecero tiene una funda removible en piqué blanco.

STARK. EDITORIAL TASCHEN. 1996

Butaca Royalton

1992. Asiento en madera con acabado en mahogany (Acajou) o ébano. El respaldo y los reposabrazos en contrachapado curvado. Las patas delanteras en acabado mahogany o ébano mientras que las traseras en aluminio colado. También existe el modelo con las cuatro patas de madera.

STARK. EDITORIAL TASCHEN. 1996

Hotel Delano

1995. Hall de entrada. Detalle de butaca de Charles Eames y diferentes vistas del restaurante, todas con revestimientos de madera.

STARK. EDITORIAL TASCHEN. 1996

Diseño y consumo

"Muchos objetos han perdido su verdadera razón de existir, en el sentido en que se han convertido en parásitos en lugar de ser objetos de uso y de servicio (en el noble y extenso sentido del término). En otras palabras, la gente suda sangre por adquirir objetos que por lo general son inútiles. Hoy en día el mundo de los objetos responde como mucho en un 10 ó 15% a una auténtica demanda de servicio, y en un 85% son una mierda asfixiante. Lo positivo se ha transformado en negativo, y de esta manera hemos llegado a finales del siglo XX, a una sociedad realmente materialista".

"La gente es incapaz de conocer cuál es el motivo real de sus adquisiciones: si lo conocieran, éstas serían diferentes o se compraría menos, algo que creo se empezará a dar en un futuro muy cercano".

"La idea de que es necesario consumir menos materia y menos energía supone una toma de conciencia profunda, sin la cual sería como cortar las patas de la silla sobre la que uno se sienta. Por lo tanto, esto, añadido a la desilusión que nos proporcionan los objetos, a la cantidad de sangre que hemos tenido que sudar para conseguir un objeto, repito, es desilusionante. Hemos vivido los tiempos de la materia y vamos hacia la desmaterialización, y en esta situación el hombre sólo contará con lo mínimo a su alrededor. Esta idea nos permite imaginar al hombre del futuro, para el cual el producto no será más que un accesorio de sí mismo, al contrario de lo que sucede hoy en día en donde el hombre es casi un accesorio del objeto. Por lo tanto, si queremos hablar del producto,

deberemos hablar antes del hombre. Y antes de hablar de él deberemos hablar del «porqué» de las cosas".

"La dimensión de todo esto (Internet) es lo que fascina a la gente. Esta es casi incapaz de verlo, porque todo está impregnado de la venalidad, o mejor dicho del marketing y la publicidad. La gente es incapaz de conocer los verdaderos motivos por los que compra".

"Solamente la inmaterialidad y la energía pueden considerarse modernas. Todo lo que se puede martillar, lo que tiene un peso específico está empezando a dejar de ser modernidad.

No podemos hablar de modernidad refiriéndonos a los objetos. Pero sí podemos hablar de honestidad e intentar practicarla".

CONVERSACIÓN SOBRE EL DISEÑO ENTRE ALBERTO ALESSI Y PHILIPPE STARCK EDITADO POR MARCO MENEGUZZO. 1996 POR ELECTRA, MILÁN, ELEMOND. EDITORES ASOCIADOS.

Bo Boolo

1995. Mesa, consola y banco de haya teñido de mahogany y troncos de abedul.

STARK. EDITORIAL TASCHEN. 1996

OllyTango

1994. Silla apilable cuyo cuerpo está realizado con tablero contrachapado. La chapa de madera exterior puede ser de nogal claro o ébano o bien lacados en los colores siguientes: gris, verde pálido, amarillo pálido, marfil. Las patas son de metal cromado (90 x 42 x 58).

STARK. EDITORIAL TASCHEN. 1996

Diseño y mensaje

"Tú hablas de lo simbólico, pero yo creo que se debería de hablar de lo semántico. El símbolo es una especie de representación mítica, forjada por el tiempo y la cultura, mientras que lo semántico es en realidad el significado de las cosas. Lo semántico es precisamente lo que constituye uno de los parámetros fundamentales de la producción moderna. La producción de los objetos, al igual que la pintura, la música o el cine, desde el momento en que adoptó un significado, se ganó el interés de la gente. Gracias tanto al uso cotidiano como a la prensa en general, el público conoce ahora el significado de su propia ropa. Si alguien llega a un restaurante con un traje de Thierry Mügler, un chaleco de Chanel, un abrigo de Lacroix, y una chaqueta de Versace, todo el mundo sabe perfectamente lo que representa. Conseguimos leer la moda como si se tratara de una bandera, como si fuera el es-

tandarte de una persona o de una tribu".

"Las catedrales, Versalles, no fueron simples obras de propaganda, sino significados, emisores de significado, que por desgracia se perdieron, se olvidaron temporalmente. De modo que la gente volvió a vestir su propio interior, su propia interioridad con el fin de que aquellos que les veían pudieran saber quiénes eran, a qué tribu cultural pertenecían, qué gustos tenían.

CONVERSACIÓN SOBRE EL DISEÑO ENTRE ALBERTO ALESSI Y PHILIPPE STARCK EDITADO POR MARCO MENEGUZZO. 1996 POR ELECTRA, MILÁN, ELEMOND. EDITORES ASOCIADOS.

Instrumentos del diseño

"Los medios de que se disponen son de un lado la materia y los útiles, y de otro la inteligencia y el conocimiento. Poco a poco el hombre se ha ido acercando a este modelo. Primero a través de la creación de la máquina en el siglo XIX. Después en los albores del siglo XXI es posible alcanzar ese modelo con herramientas que se han desmaterializado. Los ordenadores aportan al hombre una capacidad de conocimiento inconmensurable. Con internet y a lo que le suceda le permitirá un conocimiento común e inmediato a través de la comunicación. Un poco más tarde, pero también muy próxima está la genética, en la creación de vida artificial".

ENTREVISTA CON PIERRE DOZE EN ABRIL DE 1996. STARK. EDITORIAL TASCHEN. 1996

"Todo el mundo se queda admirado ante esta herramienta (las redes informáticas), pero

nadie sabe qué hacer con ella, excepto los que la usan todos los días como las grandes universidades, los grandes laboratorios, etc".

CONVERSACIÓN SOBRE EL DISEÑO ENTRE ALBERTO ALESSI Y PHILIPPE STARCK EDITADO POR MARCO MENEGUZZO. 1996 POR ELECTRA, MILÁN, ELEMOND. EDITORES ASOCIADOS.

Oz

1994. Televisión portátil con caja de Mahogany maciza. Vidrio teñido.

STARK. EDITORIAL TASCHEN. 1996

Jim Nature

1994. Televisión portátil. Caja de partículas prensadas de alta densidad. Plástico.

STARK. EDITORIAL TASCHEN. 1996

El diseño como acto amoroso

"Hay que retomar la idea del progreso como mejora de la vida de todos. El hombre no debe perseguir la posesión de la materia sino reemplazarla por la del amor. Amor que reside en lo que se llama el instinto maternal, que no es otra cosa que el instinto de conservación de la especie. La especie es frágil; si el hombre pierde la noción de amor la especie se degradará a marchas forzadas hasta la prehistoria, donde el individuo funciona sin proyecto de civilización, sin proyecto social."

ENTREVISTA CON PIERRE DOZE EN ABRIL DE 1996. STARK. EDITORIAL TASCHEN. 1996

"La Bauhaus no intervenía más que con parámetros materiales, pero nosotros sabemos muy bien que los parámetros inmateriales, subjetivos, afectivos son más importantes o por lo menos tan importantes como los materiales. El sig-

nificado que emana de los objetos es más importante que la forma".

"En cambio hoy en día les damos prioridad a los parámetros afectivos, de ahí que una empresa como Alessi tenga el éxito que tiene y la modernidad que la distingue, ya que persigue el restablecimiento del parámetro afectivo".

"A mí, como productor, como responsable de producción (dado que tengo el honor y la suerte de tener alguna idea y de poder expresarla), es precisamente el amor lo que me hace repetir todos los días, como si se tratara de un *slogan*, que en la actualidad es necesario sustituir la palabra «bello» por el término «bueno».

"La conclusión de todo mi trabajo, que es de una simplicidad bíblica, casi ingenua, es que -lo repito- la materia por la materia debe desaparecer, el producto por el producto no debe existir. Únicamente lo humano es importante y, yendo aún más lejos, podemos decir que lo más importante para el ser humano es el amor. He llegado a pensar que el único problema real es el hecho de que un pensamiento normal pueda parecer anormal a la gente, de hecho cuando en la actualidad se habla de

amor, la gente suspira con impaciencia".

CONVERSACIÓN SOBRE EL DISEÑO ENTRE ALBERTO ALESSI Y PHILIPPE STARCK EDITADO POR MARCO MENEGUZZO. 1996 POR ELECTRA, MILÁN, ELEMOND. EDITORES ASOCIADOS.