

I+DISEÑO

SUMARIO - VOL. 6 - AÑO III - OCTUBRE 2011

ARTÍCULOS

EDITORIAL

CRÉDITOS

CONTACTO

SUSCRIPCIÓN



Foto: Archivo Alessi

Juicy Salif, diseñado por Philippe Starck y comercializado por Alessi

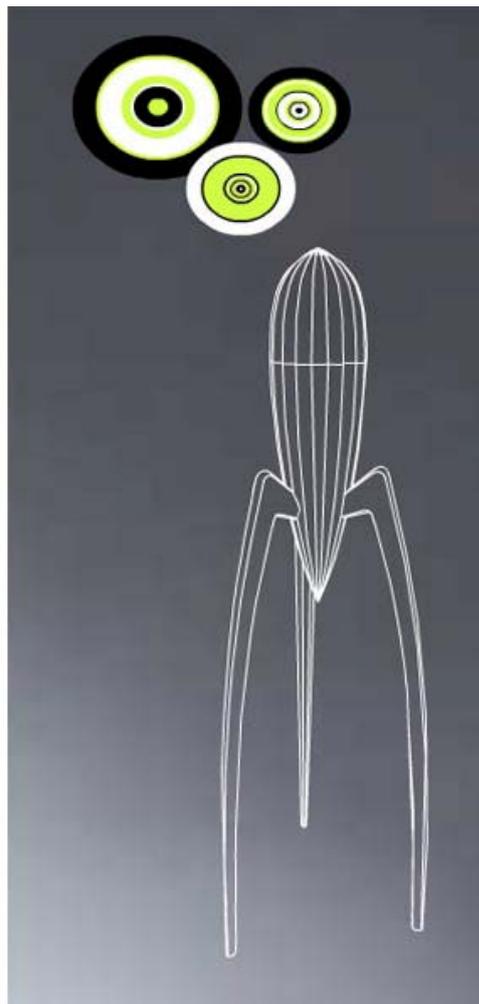
Carlos Sarria Fernández

La belleza no significa nada. Hoy, lo bello es rosa; en seis meses, será lo verde. El estilo del mañana será la libertad y el reconocimiento de la diferencia. Debemos remplazar la palabra "belleza" por la palabra "bueno".²

Philippe Starck¹

Si realizamos un recorrido por la obra de Philippe Starck,² resulta evidente que es un artista de su tiempo, un artista posmoderno ya desde sus inicios —su primera empresa la dedicó a fabricar objetos hinchables—. Pero como todo autor que destaca de la media, no se conformó en seguir la estela del movimiento artístico del momento, sino que fue uno de los que los definió. En sus piezas encontramos la revisión de formas artísticas ya abandonadas y la mezcla entre ellas en un aparente *'totum revolutum'* en el que todo vale y conforma su sello más genuino. El apropiacionismo, la ironía, la desdramatización del objeto y su función están presentes en toda su obra. Si además consideramos que su labor creativa la ha realizado desde el campo del diseño, podríamos llegar a la conclusión de que Starck ha conseguido con ella acortar las distancias ideológicas —que no estéticas— que existen entre arte y diseño.

Su exprimidor de cítricos, Juicy Salif tiene en apariencia un origen muy prosaico, sus primeros diseños se encuentran sobre un mantel de papel de un restaurante de la isla Capraia, cerca de Córcega, realizados por Starck 1989³ cuando tuvo que exprimir limón sobre unos calamares. Este cotidiano origen no le resta en absoluto genialidad al objeto resultante, por el contrario es una más de las aparentes contradicciones del arte posmoderno al que antes nos referimos.



Primeros bocetos. Foto: Archivo Alessi/Imagen: www.krembo99.com

El resultado final del Juicy Salif es el de un vigoroso objeto de aluminio pulido de 29 cm de altura y 14 cm de diámetro, que combina, con recursos casi minimalistas, las formas curvas junto a las anguladas. Nos hace recordar formas de la naturaleza como una araña, o de objetos como un globo aerostático de portentosas patas que le sirven para elevarse más que para anclarlo a una base. Su pulida superficie, con sus brillantes patas en punta, le imprime un carácter agresivo, como si se tratase de un arma de ataque con una empuñadura a la que se le han acoplado tres punzones.

¿Pero, el Juicy Salif es útil como exprimidor? ["Mi exprimidor no está hecho para exprimir limones, sino para empezar conversaciones". Philippe Starck], Al parecer no, y aquí reside una más de sus ironías —un exprimidor que no sirve como tal pero que ha llegado a consagrarlo como un objeto de culto—, lo que le da un carácter duchampniano, la del objeto que al descontextualizarlo adquiere una nueva naturaleza y función. Igualmente le observamos ciertas connotaciones eróticas, de las que no es ajena la agresividad a la que antes nos referimos.



Louis Bourgeois, Maman, 1999. Foto: National Gallery of Canadá

Sus formas nos llevan a recordar una obra posterior (1999) de Louis Bourgeois, otra artista posmoderna; nos referimos a su escultura Maman, que aunque muy distinta, tanto en tamaño como en su carácter magmático y algo siniestro, recrea, al igual que lo hace el Juicy Salif, sensaciones a partir de elementos de la naturaleza.

La escultura de Philippe Starck, porque no hay ninguna duda de que ha adquirido esa categoría, se ha convertido en un objeto de lujo, de la que su empresa comercializadora Alessi⁴ ha creado series numeradas tanto en blanco y negro (muy cotizada, al ser difícil de encontrar) como bañada en oro. En ninguno de los dos casos permite el contacto con el ácido cítrico, lo que le lleva a una nueva descontextualización. Actualmente es objeto de exposición en múltiples

museos ajenos al diseño.

El Juicy Salif se ha convertido en un objeto icono que ha traspasado las fronteras del diseño y del arte, y ha llevado a la elaboración de estudios semiológicos, como los realizados por Umberto Eco en 1998.⁵

En la resaca dejada en el nuevo milenio por la acción posmodernista, son perfectas las palabras recogidas del libro *Diseño del siglo XX*, en las que se expresan la forma de pensar y trabajar de Philippe Starck en la actualidad: "Hoy en día, Starck reconoce que muchos de sus diseños de los ochenta y noventa, incluidos algunos suyos, eran 'diseños exclusivos' motivados por la novedad y la moda. (...) Afirma que es el objetivo central del diseño actual, sólo alcanzable si la moralidad, la honradez y la objetividad forman parte integral del proceso del diseño. Sostiene que el papel del diseñador es crear más 'felicidad' con menos".⁶

¹ Starck no sólo ha destacado por sus diseños, también por la multitud de frases polémicas que ha generado entorno al diseño, el arte, la estética y el mundo en general. Con sus declaraciones, ha continuado de algún modo la construcción de '*enfant terrible*' que se ha fabricado en el arte y en el diseño. Existen multitud de publicaciones referentes al diseñador y la mayoría de sus declaraciones han sido realizadas en entrevistas. Por ello es muy difícil determinar el origen de la mayoría de sus frases. En el caso que nos ocupa, ocurre lo mismo, incluso podría ser una frase apócrifa, pero da igual, porque toda ella define bastante bien el recorrido de Starck y del diseño posmoderno.

² Philippe Starck (S+ARCK) nació en París en 1949, estudió en la escuela Nissim de Camondo de la misma ciudad. Su padre, André Starck fue diseñador de aviones, por lo que Philippe estuvo desde su niñez en contacto con el mundo del diseño. En 1968 crea su primera empresa dedicada a la fabricación de objetos hinchables. En 1969 es nombrado director artístico de la firma de modas Cardin. En 1974 y durante dos años se establece en Estados Unidos, de donde vuelve de nuevo a París para diseñar el interiorismo de los clubs La Main Bleue (1976) y Les Bains Douches (1978). En 1982 François Mitterand le encarga la decoración de las dependencias privadas del Palacio del Elíseo, después de este trabajo es cuando comienza a recibir encargos para realizar en múltiples países, desde Japón a EE.UU. No será hasta 1986 cuando comience a crear diseño industrial, siendo Alessi la primera empresa para la que trabaje. En 1988 comienza a realizar encargos en arquitectura. En la actualidad, Philippe Starck, no sólo es uno de los diseñadores más reconocidos, sino también el más conocido popularmente, abarcando con intensidad todos los campos del diseño desde su empresa Starck Products Company, creada en 1979. Su último trabajo en España ha sido la rehabilitación del edificio de la Alhóndiga de Bilbao en 2010.

³ Esta es una fecha bastante conflictiva: en la página oficial de Philippe Starck se data el diseño en 1989 y comercializado en 1990; el libro editado por Starck en la Editorial Taschen en 1993 lo sitúa entre 1990-1991; la documentación del Centro Pompidou sobre la exposición monográfica dedicada al diseñador en 1993 data su diseño en 1987 y su comercialización en 1992.

⁴ ALESSI es una empresa de origen italiano fundada en 1921 por Giovanni Alessi. Desde su inicio se especializó en la fabricación de productos para el hogar fabricados artesanalmente y de gran calidad. En los años cincuenta se hace cargo de la empresa Carlo Alessi, que se había formado como diseñador industrial en Novara, a él se deben la mayoría de los diseños realizados por la empresa en esa época; al mismo tiempo su hermano Ettore comienza una tímida colaboración de la firma con diseñadores ajenos a ella. En 1970 comienza la etapa más internacionalmente conocida de la firma, de la mano de Alberto Alessi, nieto del fundador, quien, a pesar de ser también diseñador, decide encargar los nuevos diseños de la empresa a los diseñadores más reconocidos internacionalmente en ese momento, lo que hace obtener un crecimiento exponencial de la empresa. En los años 2000, y coincidiendo con una crisis de la firma, se hace cargo de la misma Michele, un sobrino de Alberto Alessi, quien decide abrir la empresa, que desde sus inicios se había dedicado casi en exclusiva al diseño de objetos del hogar, a otros sectores productivos. La propia firma Alessi se define como fabricante de "objetos caracterizados por la mezcla de excentricidad y estilo, lucidez y cultura, ironía y elegancia".

⁵ Alberto Alessi: "Creo que la capacidad de este exprimidor de limón de provocar discusiones sobre su naturaleza y su sentido —el último caso data de la primavera de 1998 y los estudios de Umberto Eco y sus estudiantes de Ciencias de la Información en la Universidad de Bolonia— se debe a que este exprimidor es un magnífico ejemplo de que lo que los semiólogos califican como un velo decorativo que de forma necesaria, aunque también de forma menos clara que en este caso, oculta cada objeto creado por el hombre. www.philippe-starck.net

⁶ FIELL, Charlotte & Peter, *Diseño del Siglo XX*, Taschen, Berlin 2005.

