

NEON 2

I'M INTO CREATIVITY
Junio 2010 / 3€ / Spain /

Austria: 6,50€
Belgium: 5,50€
España: 3€
France: 5€
Germany: 7,50€
Italy: 4,13€
Uk: 4,80£





Jaime en el estudio que tiene en Treviso, Italia. © Fotografía: Nienke Klunder

GUEST EDITOR JAIME HAYON

Si no sabes quién es nuestro editor invitado este número, háztelo mirar. Jaime Hayon es en estos momentos uno de los diseñadores industriales españoles más influyentes del panorama internacional. No es de extrañar; hablando con él, uno percibe con claridad que tiene la cabeza muy bien amueblada, imaginamos que con mobiliario de BD y otros clientes suyos. En la redacción todavía recordamos cuando el INJUVE le premió en su certamen de jóvenes diseñadores por uno de sus cuadernos de bocetos. Era un chavalín súper inquieto y lo sigue siendo, sólo que ahora tiene 35 años y para atender sus compromisos de trabajo no ha bajado de un avión cuando ya se está subiendo a otro. Aunque le pese, es más conocido como diseñador que como artista y eso que tira bastante más por lo segundo. Pero todo se andará, le queda mucho por delante.

POR: RUBÉN MANRIQUE, RAMÓN FANO, JAVIER ABIO, TERE VAQUERIZO Y PEDRO PAN.



GUEST EDITOR
093

TEXTO: TACHY MORA FOTOS: NIENKE KLUNDER

JAIIME HAYON

Hablamos con Jaime tras la Feria del Mueble de Milán, que este año se ha convertido en una pesadilla para mucha gente que se quedó allí atrapada por el caos aéreo que montó el volcán islandés. Tenía que salir escopetado para Japón por lo que, como muchos, se vio envuelto en interminables horas de transporte por tierra que le sacaran de allí. Finalmente pudo llegar a Japón y a su vuelta le pillamos en Valencia, donde tiene su base por ahora mientras se reubica en Londres. Vaya lío. Pues así está siempre, de la ceca a la meca. Jaime es nuestro diseñador más internacional. En estos momentos le requieren en cualquier parte del mundo, desde Kuwait o Ginebra hasta un pueblo del norte de Japón. Lo ha logrado con desaforadas dosis de estilo personal y le ha ido bien, por lo que aconseja a los jóvenes diseñadores ser honestos consigo mismos. Aquí va un picoteo de lo que piensa sobre un montón de cosas.

OBRA: "Generalmente no trabajo en lo que me dice la empresa, si lo hiciese no sería quién soy ni de coña. A veces, lo que me dicen las empresas es absolutamente lo contrario de lo que yo pienso. Para mí, es muy importante seguir tus propias ideas y hacer lo que realmente te gusta. En ese sentido, siempre he sido más artista que diseñador. Si te pones a mirar mis cuadernos, hay de todo. Y hay muchas cosas que jamás serán mobiliario. Pienso más como un artista o como un creador, que como diseñador que espera un briefing y que respeta completamente lo que quiere el cliente. Es más bien al contrario, el cliente que me encuentra es aquel que quiere llevar la dimensión de lo que hace a otra dimensión completamente diferente. Si yo hiciera lo que me dice el cliente, creo que me iría fatal. En esta profesión no hay nada más divertido que ir aprendiendo y evolucionando. Si no, ¡qué aburrido si hay que respetar y hacer sólo lo que te pide el cliente!". **INNOVACIÓN:** "Yo creo que se puede seguir innovando en el mobiliario. Pero uno no debe perder el punto de vista. Aunque pienses en locuras, al final una silla

es para sentarse y una bañera para bañarse. La pérdida absoluta de la función y la calidad dentro de la experimentación, algo que mucha gente hace por ahí, es un peligro total a la hora de transmitir qué es el mundo del diseño. Así que, hagas lo que hagas, al menos respeta la función y la calidad para que la gente pueda utilizar eso que has diseñado". **CALIDAD:** "Es lo más importante para mí. De hecho, nunca es suficiente. Siempre veo algo que no está bien. Esto lo sufro mucho. Considero que una idea, si se lleva a cabo con la máxima calidad, sólo puede dar al final un buen resultado. Podrá gustar o no, pero nadie te podrá decir que está mal hecho. Hay muchas empresas a las que tienes que enseñártelas esto, porque a veces van a una gran velocidad y eso termina afectando a la calidad de lo que hacen. Yo no acepto que salga el producto fuera sin que esté como Dios manda. Estoy todo el rato pensando que hay cosas que he hecho mal. Soy un poco paranoico con este tema. Siempre veo que hay algo que se puede mejorar. Me falta todavía mucho para hacer una silla

de la que esté totalmente orgulloso. Nunca salto de alegría (risas)". **HAYON STUDIO:** "Tenemos tres bases. En Barcelona hay una pequeña oficina a través de la que gestionamos los clientes que tenemos ahí. Luego está la oficina de Treviso (Italia), que es desde donde se hacen la mayoría de las cosas. Todos los procesos y proyectos se llevan desde allí: las soluciones técnicas, los prototipados, la ingeniería si hace falta... Y desde Londres, que ahora está un poco en stand by porque nos estamos mudando, hacemos el trato con el cliente en general, porque todo el mundo pasa por allí y es más fácil reunirse. Desde Londres seguimos la realidad global del trabajo". **EQUIPO:** "Como estoy todo el rato viajando, me he ido formando un equipo con el que trabajo a gusto. Yo les mando mis ideas, les hago esbozos y ellos en Treviso van resolviendo y viendo cómo se puede hacer eso que yo he pensado. Trabajamos totalmente on-line. A mí me gusta mucho seguir las cosas de cerca pero me doy cuenta de que es muy complicado cuando uno se mueve tanto. Por eso, tengo que darle espacio a la gente que trabaja conmigo, para que sean autónomos. Pero no como otros

que conozco, que ni saben cómo se llaman los diseñadores de su estudio". **CONSERVADOR:** "Me he dado cuenta de que una parte muy importante de mi trabajo consiste en conservar. Hace dos semanas estaba trabajando con una empresa japonesa de porcelanas y era como estar completamente en otro planeta. Cuando haces algo así te sumerges en un viaje cultural increíble, porque la artesanía está directamente ligada con la cultura. Sería una pena que algunas tradiciones culturales, que tenemos en todos los países, se perdieran debido al deseo de consumismo que tenemos en la actualidad. Habría que proteger la disciplina artesana, inculcar a los artesanos, artistas y diseñadores jóvenes a trabajar con sus manos para crear su propio estilo porque cuanto más se trabaja con las manos, más se genera un estilo propio. Trabajar con las manos directamente con la materia implica que puedes transmitir mucho más a ese objeto de ti que cuando lo esbozas. Cuanto más lo toques, más identidad tuya tendrá".

"EL ARTE VE AL DISEÑO COMO UN HIJO BASTARDO. NO LO QUIERE METER DENTRO, PERO LO ESTÁ ACEPTANDO POCO A POCO. CON EL DISEÑO ESTÁ PASANDO COMO CON LA FOTOGRAFÍA EN LOS AÑOS SESENTA, QUE NINGÚN MUSEO LA QUERÍA. Y AHORA NO HAY MUSEO QUE NO TENGA FOTOGRAFÍA EN SU PROGRAMACIÓN". (Jaime Hayon)

EDITOR 095

ARTESANIA: "Cuando uno trabaja con una empresa artesana como diseñador, hay que intentar hacer algo nuevo con ellos. Si no, no da un buen fruto. Es curioso porque parecía que era un mercado que se iba a acabar y de repente está creciendo. Ahora hay un mayor interés de la gente por las cosas artesanas. Hay gente que quiere un iPhone porque lo tiene todo el mundo, pero también hay gente que no quiere lo que tiene todo el mundo. Que quiere algo muy especial, hecho a mano. Quiere el Hermès hecho en Ubrique que dura toda la vida. Es un momento híbrido. Antiguamente y hasta hace bien poco, había una gran categorización de todo. Había que elegir. O eras de un palo o eras de otro. Hoy hay una aceptación mucho mayor y más abierta de las posibilidades que tiene cada uno. Hay muchas opciones, quizás demasiadas, por eso a lo mejor algunas personas van perdidas".

CRISIS: "Lo que ha hecho la crisis hasta ahora es filtrar, es decir que haya un poco más de conciencia en la inversión de las empresas y en la inversión de su tiempo. En la Feria del Mueble de Milán de este año se ha visto perfectamente. Hace dos años las empresas presentaban cien mil movidas sin estar seguros, para probar. Este año se ha apreciado una selección por parte de las empresas. De hecho, el que no ha seleccionado y ha presentado muchas novedades ha estado como mal visto en plan ¿este dónde va? Ahora las empresas van sólo a inversiones seguras, cuando estos años de atrás había inversiones abismales. Si te ponías a hacer números frente a determinados stands con la cantidad de novedades que estaban presentando, flipabas".

LOCURA: "El mundo va loco estos días y se ve en cualquier sector... el otro día en Milán me meto en

un hotel en el que valía 25 euros conectarse a Internet. Pero bastaba con irse a una ventana en un lateral para pillar cinco redes abiertas gratis ¿pero qué negocio es este? Llevado al mundo del mobiliario sería algo así como: me voy a comprar una silla pero resulta que la regalan en la esquina. Y esto está pasando en todos los sectores. Hay un descalabro. Estamos viviendo un momento de locura. Nadie sabe para dónde ir. No hay quién lo entienda (risas)".

INVERSIÓN: "Yo siempre digo que para trabajar con los grandes productores del mundo del diseño ¡hay que ser rico! Si no lo eres es una putada, porque tienes que invertir. Estas empresas invierten mucho en sus productos, pero tú también tienes que hacerlo. Para hacer una silla con un productor de este tipo tienes que meter al menos uno o dos años de tu vida en su desarrollo, que es lo que tarda en ser lanzada. Y esto no te lo paga nadie. Además los resultados los ves después, échale de dos o tres años más, si todo va bien".

EINDHOVIANO: "Los diseñadores-empresa, estos que se hacen su propio planeta, que se presentan en la Feria del Mueble de Milán con su propio stand o su propia instalación y venden directamente al cliente, cada día son más prolíficos. Ser un diseñador eindhoveniano, como yo los llamo, requiere una inversión mucho menor que ponerse a trabajar para una gran empresa productora

y es una opción muy interesante ahora mismo, pues la crisis está haciendo que estos dos mundos convivan mucho mejor. La crisis está ayudando a que surjan más opciones".

AUTOPRODUCCIÓN: "Las nuevas generaciones a día de hoy, gracias a las nuevas tecnologías, tienen la opción de poder crear su pequeño negocio. Es decir, ser su propio designer-producir. Las escuelas deberían promover más esto, habría menos paro en el mundo del diseño. Ahora mismo lo más grande es que existe la posibilidad de no tener por qué ir por el canal que se había ido hasta ahora. Aquel por el cual no había manera de vender una cosa que uno había hecho con mucho talento en Logroño o en Rusia, por ejemplo. Ahora mismo tú haces unas fotos en tu pueblo de tus diseños, las mueves bien por determinados blogs de internet y de repente te puede llegar alguien de Osaka diciéndote que te lo quiere comprar. Ahora hay una especie de nueva distribución gracias a internet que está cambiando totalmente los canales tradicionales de venta".

CONSEJO: "Algo que suelo decir a los jóvenes es que procuren intentar hacer lo que les gusta desde el principio y que intenten plasmarlo en su creatividad, para ser honesto con lo que realizan".

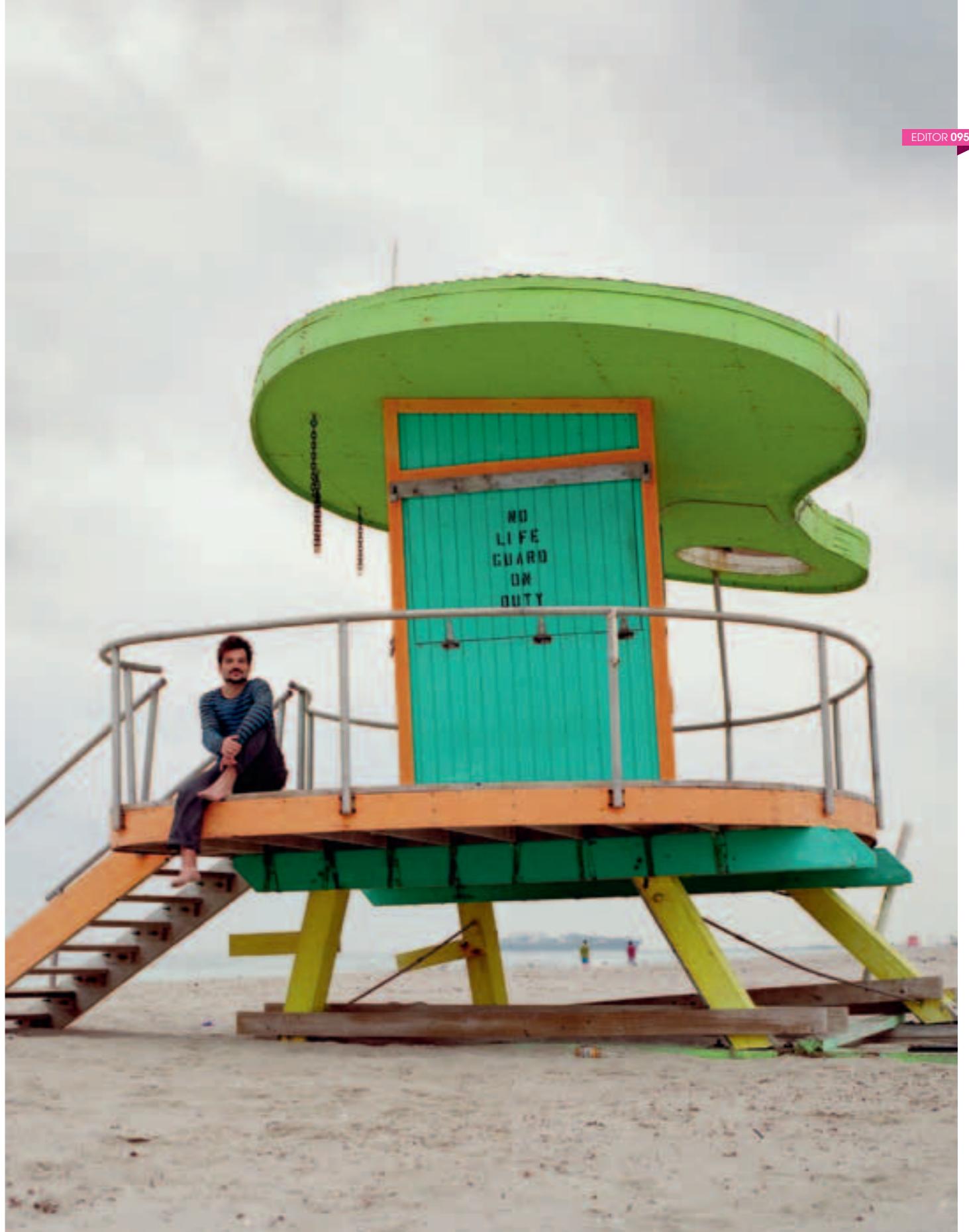
ARTE: "El arte ve al diseño como un hijo bastardo. No lo quiere meter dentro, pero lo está aceptando poco a poco. Con el diseño está pasando como con la fotografía en los años sesenta, que ningún museo la quería. Y ahora no hay museo que no tenga fotografía en su programación. Poco a poco no hay duda de que la figura del diseñador, ese tío que hace cosas funcionales, tiene un hueco en la feria de mobiliario y también en la de arte. Si esto no ocurriera no habría evolución, el redimensionamiento es bueno".

MODELO FERIAS: "¡Este año nos han invitado a 19 Semanas del Diseño! Hay demasiadas ferias y eventos sobre diseño al mismo

tiempo. A la feria de Valencia, por ejemplo, seguro que le afecta que haya la de Londres y la de París en el mismo mes. Este abril, hay gente que no ha ido a Light+Building en Frankfurt porque coincidía con la del mueble de Milán. Y eso que para iluminación, la feria de Frankfurt es total. Estamos en un momento en el que yo creo que algo nuevo no estaría mal. Pero algo enfocado a la cultura del diseño, menos comercial".

REDISEÑAR: "Una cosa que hay que rediseñar urgentemente es nuestra forma de construir. Hay que volver a enseñar a la gente cómo se construye. Estaría bien hacer una Guía de Construcción de Calidad; algo muy sencillo de unas 30 páginas, con las 5 cosas que hay que hacer en construcción para respetar a las generaciones futuras. Y que todos los ayuntamientos de España la dieran gratuitamente. Otra cosa que me encantaría rediseñar es el político, como figura. Lo de la política es alucinante. No hay un sólo político que uno vea y diga: ¡qué cool que es! Hay que rediseñarles el estilo completamente. Si se cogiera a un político y un diseñador le rediseñara su espacio, otro de moda su manera de vestir... eso tío se haría muy famoso".

RESPONSABILIDAD: "El trabajo de los diseñadores hace mucho pero aún no hemos sido capaces de cambiar para bien la sociedad. El diseñador tiene que trabajar en esto, en currar para mejorar las cosas de verdad. Este es nuestro futuro como diseñadores".



Jaime en Miami haciendo un descanso durante la feria Art Basel Miami. © Fotografía: Nienke Klunder

"SIEMPRE VEO QUE HAY ALGO QUE SE PUEDE MEJORAR. ME FALTA TODAVÍA MUCHO PARA HACER UNA SILLA DE LA QUE ESTÉ TOTALMENTE ORGULLOSO. NUNCA SALTO DE ALEGRÍA". (Jaime Hayon)

EDITOR 096



Imagen del estudio de Barcelona de Jaime. © Fotografía: Nienke Klunder



Estudio de Jaime Hayon en Treviso, Italia. © Fotografía: Nienke Klunder

GUEST EDITOR



Estudio de Jaime Hayon en Treviso, Italia. © Fotografía: Nienke Klunder



Butaca Lounger para BD

En las tres páginas siguientes, los últimos proyectos de Jaime Hayon presentados durante la Feria del Mueble de Milán el pasado abril. Junto a estas líneas la butaca Lounger para BD, que recuerda por sus formas redondeadas a la famosa Lounge de los Eames. En la página siguiente, a la izquierda, instalación experimental para el evento Think Tank organizado por la revista Interni en la Universidad degli Studi de Milán. Realizada para el proveedor italiano de energía ENEL, la instalación conectaba de manera imaginaria las energías solar, eólica y nuclear para mostrar las posibilidades de combinación que tendrán los consumidores en el futuro. Esta ha sido la primera vez que Hayon ha diseñado algo mecánico. En la página de la derecha, silla Piña diseñada para Magis con respaldo de alambre y patas de madera.

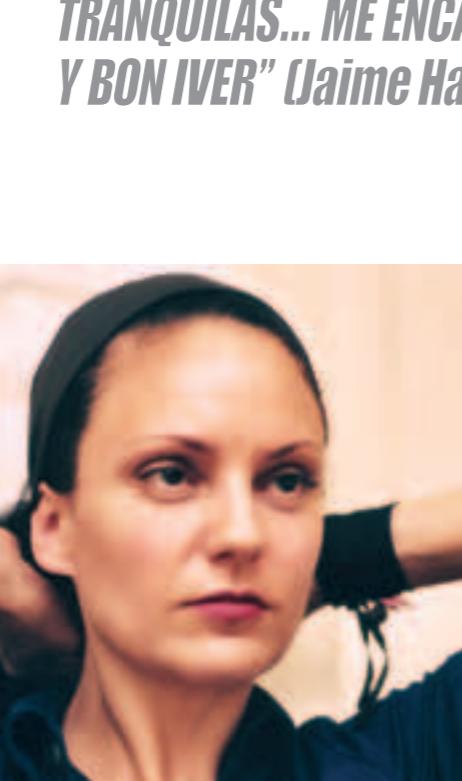


Instalación experimental para el evento Think Tank organizado por la revista Interni en la Universidad degli Studi de Milán.



Silla Piña diseñada para Magis.

Bon Iver



James Yuill

"ME GUSTA EL JAZZ, TAMBÍEN ESCUCHO MUCHA MÚSICA CLÁSICA. COSAS TRANQUILAS... ME ENCANTAN BRETT DENNEN Y BON IVER" (Jaime Hayon)

MÚSICA

TEXTO: TEREVISIÓN RUIZ

No ha sido fácil hacerle un cuestionario musical a Jaime Hayon, más que nada porque no sabíamos qué tipo de música le podría gustar. De los nuevos trabajos de grupos españoles que le dimos a elegir Jaime escogió a **Triángulo de Amor Bizarro** y su recién publicado segundo disco "Año Santo". En cuanto a música femenina se queda con lo nuevo de **Nina Nastasia**, "Outlaster", y entre nuestra selección de artistas masculinos elige a **James Yuill**, que dentro de nada publicará todo un disco titulado "Movement in a Storm". En el apartado de grupos internacionales se queda con **Foals** que acaban de publicar "Total Life Forever", así que aprovechamos para entrevistarles. Al final Jaime nos cuenta que lo que suele escuchar, incluso cuando trabaja, es jazz, música clásica y cosas como **Brett Dennen** o **Bon Iver**. También le gusta mucho todo lo de **Khronos Quartet** y **Michael Nyman**. Y uno de los discos que más ha escuchado últimamente es el Ep "Another World" de **Antony & The Johnsons**.



Brett Dennen

EDITOR 103



FOALS. Son de Oxford / Debutaron hace dos años con "Antidotes" / Se encuadran dentro de la corriente del math-rock / Acaban de publicar nuevo disco, "Total life forever". **GRABACIÓN:** Yannis: "Al principio queríamos grabar en Hawái. Queríamos un entorno más tropical para el álbum. Como al final no pudimos hacerlo y nos surgió una oferta interesante para trabajar con Luke Smith (ex-Clor) en el Svenska Gramofon de Gotemburgo, decidimos ir allí y acabamos grabando en Suecia". **DISCO:** "No creo que 'Total life forever' sea un álbum tan tranquilo como dices, aunque sí que lo es comparado con 'Antidotes'. Es como menos frenético, eso sí. En cualquier caso, no nos preocupa demasiado lo que piense la gente.

Seguro que si hubiéramos hecho un disco más movido, en la línea del anterior, la gente hubiera dicho: 'Oh, qué decepción, más de lo mismo'. Tenemos que hacer lo que nos apeteza, no pensamos quedarnos quietos dentro de los parámetros de nadie". **MATH-ROCK:** "La principal diferencia es que hacemos menos énfasis en el math-rock. Somos los mismos, pero lo subrayamos menos. No sé, el disco anterior era más una demostración de que conocíamos las palabras y la gramática, mientras que éste es más bien una conversación sin más". **TECHNO:** "A Edwin siempre le ha encantado el techno y fue él quien lo introdujo en la banda. Pero ahora, aunque nos sigue gustando mucho, ya no tenemos tanta fijación. Yo creo que, en cierta medida, el techno nos sirvió de lección: al principio lo

muy grande pero vacío en el fondo. No sé, simplemente encajaba".

ESTILO: "Al grabar, necesitamos tener siempre una idea muy clara de lo que queremos que el oyente sienta cuando escuche la canción, incluso sin saber la letra. Hacemos muchas canciones, pero únicamente las que cumplen ese requisito son las que van en los discos. El estilo es lo de menos. Aunque las canciones suenan muy diferentes, hay algo más importante que subyace en todas ellas". *Texto: Virginia Arroyo*

"Total Life Forever" está editado por Warner. <myspace.com/foals>

MODA

GUEST EDITOR

TEXTO: MONGOMERI

Ni me molesto en preguntar a Jaime Hayon sobre sus preferencias en cuanto a calzado. Ya sé la respuesta: los zapatos de la colección **Camper Together with Jaime Hayon**. Así todo comenta irónicamente: "Poco me gusta usar mis zapatos. Ahora he realizado una nueva alpargata que es muy cómoda. Siempre me ha gustado mucho el calzado. Tengo unas Adidas, pero me las pongo poco. Creo que el Together ha invadido mi armario con muchos colores". Aparte del calzado, Hayon destaca otro tipo de complementos, los bolsos de **Marni**: "La marca que más aprecio a nivel matérico y creativo. Es muy interesante el uso que hacen de los materiales en los bolsos de cada temporada. Para mí es una de las marcas más innovadoras en el uso de tejidos, materias y cortes". Aunque el nombre de esta marca suena a moda italiana de toda la vida, en realidad nace en 1994 por iniciativa de Consuelo Castiglioni, directora creativa y propietaria de la firma. Trece años después, en 2007, Marni presenta su primera colección masculina. En otro extremo, Jaime Hayon reconoce que le gusta mucho la moda japonesa, **Issey Miyake** en particular. Firma asociada desde sus inicios, en los años 70, a la experimentación con tejidos y cortes, creando líneas y submarcas para desarrollar conceptos ligados a mundos tan dispares como la papiroflexia, Pleats Please, o la producción industrial, A-Poc. Precisamente el promotor de este último experimento, Dai Fujiwara, discípulo de Miyake, es el actual director creativo de la firma tanto para las colecciones masculinas como femeninas. Otra firma japonesa, aunque al igual que Miyake es inevitable asociarla a la moda parisina desde su desembarco en la Semana de la Moda de París a comienzos de los 80, es otro de los referentes de Jaime Hayon: **Comme des Garçons**, "siempre observo todo lo que hace", y en esta ocasión lo que ha hecho Rei Kawakubo, su fundadora y directora creativa, es proponernos una colección masculina que combina el traje clásico con zahones de montería y bermudas.

EDITOR 104



Comme des Garçons Colección Otoño Invierno 2010.
Foto: Estrop / Francesc Tent



Camper Together with Jaime Hayon Primavera Verano 2010 <camper.com>



Issey Miyake Colección Otoño Invierno 2010 <isseymiyake.com> Foto: Estrop / Francesc Tent

"A MÍ PERSONALMENTE ME GUSTA MUCHO LA MODA JAPONESA, MIYAKE EN PARTICULAR. TAMBIÉN OBSERVO TODO LO QUE HACE COMME DES GARÇONS" [Jaime Hayon]



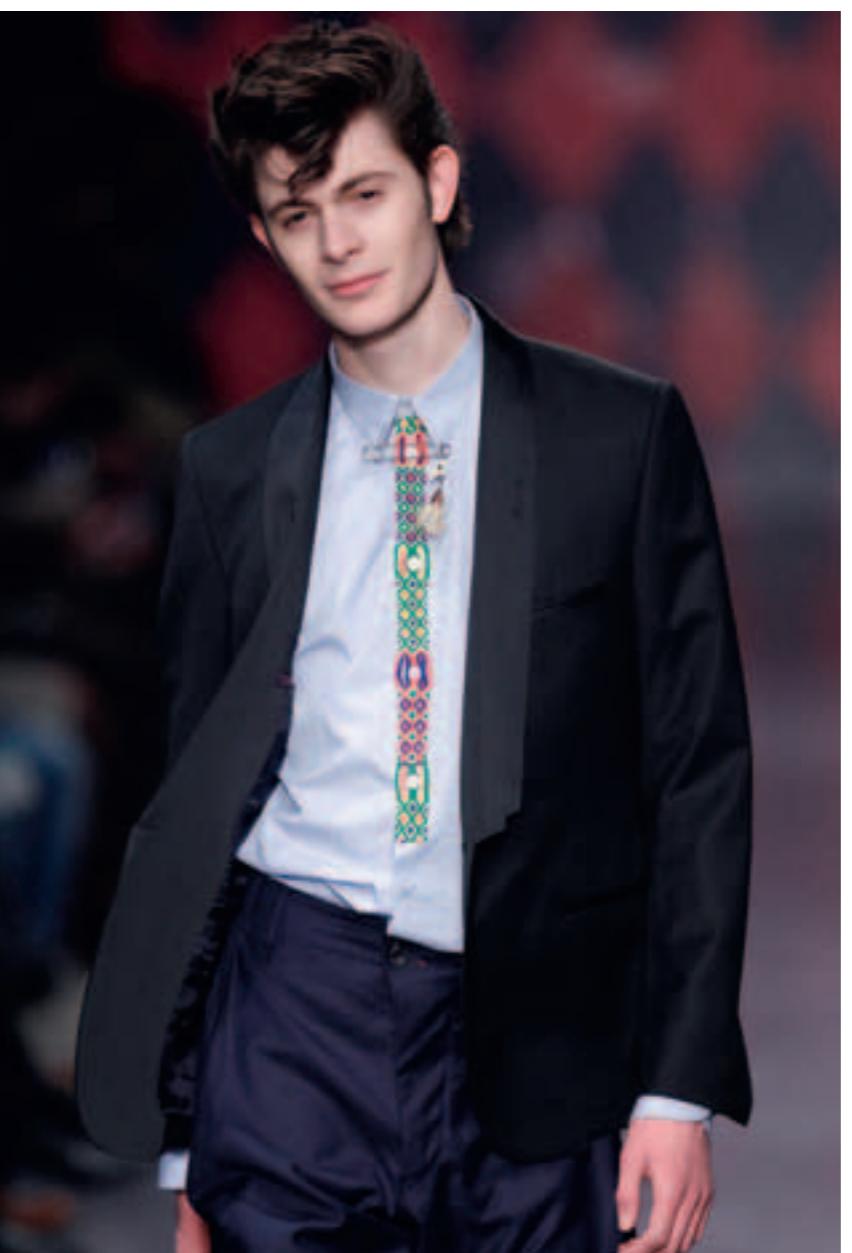
Marni Colección Otoño Invierno 2010 <marni.com>

TEXTO: MONGOMERI

En la encuesta a Jaime Hayon, **Viktor & Rolf** también figura como una de las marcas no sugeridas: "No puedo dejar de sorprenderme con sus fascinantes shows", podríamos extendernos un poco hablando de este duo de diseñadores holandeses, pero mejor nos reservamos para el próximo número, ya que serán ellos los editores invitados de julio. Entre las sugerencias que le hacemos a Jaime Hayon, teniendo en cuenta su estilo personal, se encuentra Paul Smith, su elección. Su comentario sobre esta firma eminentemente británica nos hace gracia: "Entre lo que me presentas, la colección que más me gusta es la de **Paul Smith**. Me gusta su juego de color, la frescura de los materiales y el humor de

Raf Simons Colección Otoño Invierno 2010 <rafsimons.com> Foto: Estrop / Francesc TentViktor & Rolf Colección Otoño Invierno 2010 <viktor-rolf.com> Foto: Estrop / Francesc Tent

"TENGO UN MÓVIL SÚPER OLD SCHOOL, CREO QUE ME COSTÓ 5 EUROS. SIEMPRE ME PILLO EL MÁS BÁSICO" (Jaime Hayon)

Portátil Mac Book Pro de Apple <apple.com>Paul Smith Colección Otoño Invierno 2010 <paulsmith.co.uk> Foto: Estrop / Francesc Tent

Kiehl's Facial Fuel: Tratamiento facial hidratante y energizante para hombre. 39,5 Euros <kiehls.com>

"LOS AVIONES SECAN MUCHO LA PIEL, MY DEAR. UNA CREMA HIDRATANTE NORMAL DE KIEHL'S ES MI COMPAÑERA DE VIAJE" (Jaime Hayon)



Colonia Melograno de Santa Maria Novella
<lagaleriadasantamarianovella.com>

las prendas es muy interesante, más de lo que pensaba". También le preguntamos qué firma de hombre considera que aporta más al diseño de moda masculina. Entre las marcas presentadas, Jaime selecciona a **Raf Simons**: "Me parecen muy interesantes sus combinaciones". En esta ocasión, el diseñador belga nos sorprende con la superposición de femeninos corslets de nylon sobre trajes clásicos, o la fragmentación de la típica gabardina a modo de falda. Incluimos también alguna pregunta sobre complementos tecnológicos y cosméticos para completar el cuaderno de estilo de Jaime Hayon. Su elección respecto a móviles nos deja perplejos: "Tengo un móvil super old school, creo que me costó 5 euros. Es el **Nokia** más básico. Siempre me pillo el más básico". Sin embargo, en cuanto a ordenadores opta por la gama alta: "Un Mac Book Pro de **Apple** es mi elección en este momento. Es imprescindible un buen ordenador". A la hora de seleccionar una fragancia personal, Jaime elige la fórmula de una de las farmacias más antiguas del mundo: la colonia **Melograno de Santa María Novella**. Sus orígenes datan de 1221, cuando los frailes dominicos se instalan en Florencia, aunque la fundación oficial fue en 1612. En la actualidad, su sabiduría química se ha extendido en todo el mundo en forma de exquisitas licencias. El diseñador también nos confiesa su secreto para el cuidado facial: "Una crema hidratante normal de **Kiehl's** es mi compañera para viajar, ya que los aviones te secan mucho la piel, my dear". Para concluir, Hayon, como buen visionario, hace una predicción: "Nado bastante en este momento, y estoy a punto de decantarme por la vela... Ese es el futuro".



EDITOR 108



Christine. 2009. Cortesía de Pilar Corrias Gallery. Foto: Andy Keate.

ARTE

TEXTO: AURÉLIEN LE GENISSEL

Le pasamos a Jaime Hayon nuestras propuestas artísticas, y su respuesta es tajante, se queda con el trabajo de Patrick Tuttofuoco y Erwin Wurm. ¿Quién ha dicho que el arte contemporáneo había perdido toda su dimensión crítica o social? Las obras de **Patrick Tuttofuoco**, un joven creador italiano que vive en Berlín, demuestran que quizás el idealismo no sea algo tan anacrónico como parece. Evidentemente las formas en las que se encarnan estas cuestiones ya no son tan evidentes y definidas como antaño pero las preocupaciones siguen siendo las mismas. Ya sea utilizando instalaciones, esculturas heterodoxas, fotografías o videos, el artista italiano ofrece siempre una reflexión sobre el entorno en el que vivimos y lo que ello implica dentro del espacio expositivo. Sus propuestas, llenas de colorido y movimiento, pretenden interrogar la clásica separación entre lo público y lo privado y, más generalmente, la relación que el individuo tiene con un entorno cada vez más anárquico y espectacular. Una mirada crítica y constructiva que a menudo le lleva a incluir esa misma problemática de comunicación y mirada externa dentro de su forma de trabajar. De esta manera, su primera exposición en el Reino Unido, titulada Chindia, nació de un viaje de tres meses a diez de las ciudades más emergentes del planeta en el que le habían acompañado un arquitecto y dos realizadores. El resultado fue el video Long Distance Runners, que realizó con Mattia Matteucci, una mirada múltiple sobre la arquitectura, el espacio social o la estética de estas grandes urbes, situadas principalmente en China o India. Una filosofía de la interacción y la complementariedad que Tuttofuoco mantiene en todas sus obras. Ya sea a través de una arquitectura alternativa y humana o de sus máscaras más poéticas e intrigantes, la idea siempre es ofrecer una versión esperanzada de la comunidad, la intersubjetividad y la alteridad. Y nunca viene mal una apuesta más optimista e ilusionada en estos tiempos de cierto desconcierto global

GUEST EDITOR



Michael. 2009. Cortesía de Pilar Corrias Gallery. Foto: Andy Keate.

TEXTO: AURÉLIEN LE GENISSEL

Pese a utilizar todo tipo de materiales, formatos y objetos, se puede decir que **Erwin Wurm** es un escultor. Y es que sus obras siempre plantean los temas del volumen, la materialidad, la apertura o la estabilidad. Unos conceptos que le sirven al artista austriaco para encarnar de manera visible sus sorprendentes ideas. En los primeros años, el resultado eran sus dust pieces, instalaciones abstractas y algo herméticas construidas a partir de objetos cotidianos como polvo, paneles de madera o pintura blanca. Pero un jersey también le podía servir. De esta manera, Wurm utilizó mucho esta prenda como una especie de escultura blanda que cubría algunos objetos banales, como cubos o basuras. También inventó un arte para doblarlos de tal manera que pudiesen aparecer como relieves cromáticos y minimalistas si se colgaban en un muro. Unas propuestas que dejaban entrever ya su posterior inquietud por los límites físicos, el gesto irónico o la libertad interpretativa. A partir de mediados de los años noventa, las obras del artista adquieren una dimensión más lúdica, próxima y poética. De esta manera, el arte de Wurm se transforma en una verdadera y radical materialización física de sentimientos y emociones. Las deformaciones, mutilaciones o exageraciones escultóricas sirven al artista para plasmar de manera delicada y evidente esos estados emocionales intangibles o esas ideas difusas que existen en la mente humana. ¿Qué mejor manera de vulgarizar y sublimar el pensamiento de Deleuze o Adorno que mediante unas esculturas simbólicas? Eso es lo que hace Wurm en su conocida serie Desperate Philosophers. Radicalidad, humor, absurdidad y fuerza visual son las marcas más características del trabajo reciente del artista. Así lo explica el propio Wurm cuando indica que “el humor y el juego permiten afrontar de verdad muchas preguntas, transmitir cosas sin ser hiriente o doctrinario”. Pero no siempre se trata de grandes conceptos o figuras históricas. Sus One Minute Sculptures indagan en las paradojas cotidianas que nos rodean mediante órdenes dadas al espectador para que ejecute acciones ridículas o intente experiencias extrañas. Lo mismo pasa con sus subversivas Instructions on how to be “politically incorrect”, unas divertidas reflexiones sobre las convenciones sociales que hemos heredado. Mientras que sus muñecos deformados, sus casas obesas o sus coches en equilibrio no son más que la visión que tiene el artista de las disfunciones de la sociedad del consumo. Un espejo delirante, poético, sarcástico pero muy necesario para comprender mejor el mundo que nos rodea.



Kunstmuseum Bonn, instalación 2009/2010. VG Bild-Kunst, Bonn 2010

EDITOR 110



Untitled. 2007. Serie Hamlet. Kunstmuseum Bonn, instalación 2009/2010. VG Bild-Kunst, Bonn 2010.



Untitled. 2007. Serie Hamlet. Kunstmuseum Bonn, instalación 2009/2010. VG Bild-Kunst, Bonn 2010.

GUEST EDITOR

Big Pumpkin (edition of 3 + 1 AP). 2009. Bronze.



DISEÑO

TEXTO: TACHY MORA

Sam Hecht y Kim Colin decidieron montárselo por su cuenta y fundar su propio estudio en 2002 tras haber sido él director de diseño de IDEO en Londres y ella editora en Phaidon y profesora de arquitectura en el Royal College of Art. Se bautizaron **Industrial Facility**, un nombre que según nos cuenta Hecht significa todo y nada a la vez pero que hace referencia a dos aspectos fundamentales muy importantes para ellos: su enfoque industrial y la facilidad o sencillez con que se puede dotar a este tipo de productos, como así lo han demostrado en los diseños que han hecho para Epson, Lexon, Whirlpool y Muji. Hecht y Colin combinan también esta gran destreza que tienen para crear productos electrónicos de fascinante belleza con proyectos de mobiliario. Jaime Hayon ha elegido la silla Branca (pág. 89) que han diseñado este año para Matiazzi como una de las propuestas más interesantes de la Feria del Mueble de Milán. En particular encuentra admirable cómo ha sido resuelta la parte mecánica y la artesanal, algo que valora mucho desde que él diseñó una silla de similares características para Ceccotti. Aprovechamos la coyuntura para indagar cómo trabajan diseñador e ingeniero en la disciplina de producto. **PRINCIPIOS:** "Puede sonar un poco pasado de moda ahora mismo pero nuestro concepto del diseño es que debe ser inclusivo, con la gente y con el paisaje en general. No estamos interesados en expresarnos nosotros mismos como parte de un gran negocio, porque eso tiende a aislar y especializar a las personas. Nos gusta que el diseño sea simple y llano, útil y mejor de lo que era antes. Esa es la mejor manera de hacer algo sostenible, diseñar cosas que nos hará felices y querremos tener a nuestro alrededor por mucho tiempo. Lo peor y más innecesario es aquello que ha llegado al final de su vida porque se ha pasado de moda o porque su estética molesta". **INGENIERÍA:** "Algo que nosotros normalmente hacemos es lo que llamamos 'ingeniería inicial', donde nos ponemos con una actitud intuitiva y intuitiva con respecto al producto que nos traemos entre manos sobre lo que estaría bien y lo que sería posible conseguir. Entonces, compartimos esto con el ingeniero e inmediatamente éste se vuelve optimista, simplemente porque le hemos dado vueltas a la cabeza a ver si aquello era posible. Otra cosa importante que hay que tener en cuenta es que los diseñadores generalmente somos optimistas, mientras que los ingenieros pueden ser a veces pesimistas. No todos, claro, pero los



EDITOR 112

Arriba izquierda:
Piano electrónico Cantilever, un diseño para Yamaha.Arriba derecha:
Impresora Picturemate para fotografías diseñada para Epson.Abajo izquierda:
Radio de baño para Muji, sólo disponible en el mercado nipón.Abajo derecha:
Reloj-despertador Bell diseñado para la firma IDEA de Japón.

DISEÑO

TEXTO: TACHY MORA

ingenieros tienen la responsabilidad de hacer posible la producción con todas las complejidades y dolores de cabeza que eso entraña, así que uno ha de ser comprensivo con sus presiones". **COLABORACIÓN:**

"Imaginamos que algunos diseñadores hacen un boceto a mano en una servilleta y se lo dan al ingeniero deseándole buena suerte. Pero esa no es nuestra forma de trabajar, nosotros compartimos esta carga. Es lo que hace divertido un trabajo de colaboración".

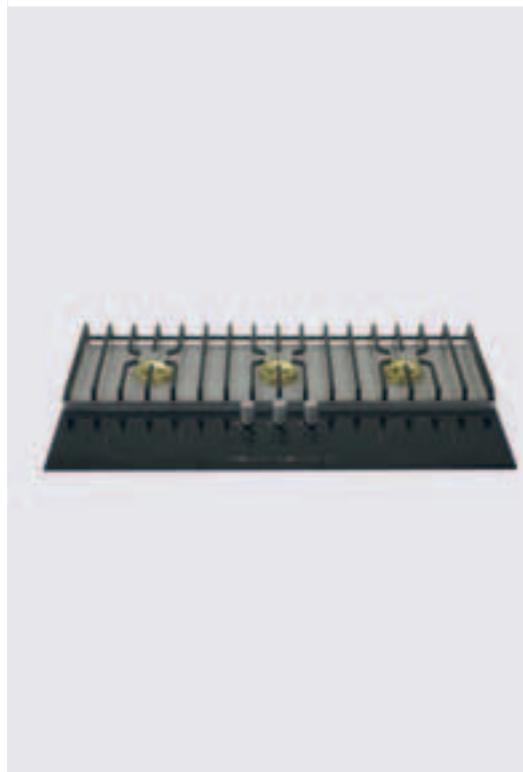
LENGUAJES: "Para nosotros el diseño tiene la habilidad de hablar un lenguaje común y no uno específico. Por ejemplo, si yo le dijera a un ingeniero que con un determinado producto queremos transmitir una idea de calidad segura que su concepto de la calidad sería diferente del mío. El suyo haría referencia probablemente a algo muy bien hecho técnicamente. Por otro lado, una persona del mundo del marketing podría pensar en un producto de calidad como algo que estuviera a la última en prestaciones. Pero nosotros, como diseñadores, pensamos en todo eso y en que además ese producto sea algo simpático, fiable, hecho con el menor número de piezas posible y bueno para el medio ambiente. En otras palabras, tenemos que hablar todos estos lenguajes y encontrar una solución. Creemos que cuando un diseñador aprecia que hay diferentes lenguajes y diferentes expectativas, los conflictos se convierten en oportunidades, que es algo muy divertido al mismo tiempo".

DIFERENCIAS: "Entre diseñar un producto y diseñar una pieza de mobiliario la diferencia que hemos llegado a entender que existe es que el mobiliario requiere de una comodidad para la vista y el cuerpo que sólo se puede conseguir si se tiene una cierta madurez en el ejercicio del diseño. La razón es muy simple. Con un producto como un disco duro o una cafetera, el diseñador debe entender cuáles son los componentes y cómo debe disponerlos de la manera más económica, inteligente y pertinente, con un exterior que sea el resultado de todas estas decisiones. En el mobiliario, el exterior es 'la decisión' porque no hay componentes internos. El mobiliario de oficina, que nosotros hemos hecho también, estaría en el medio de los dos".

<www.industrialfacility.co.uk> Algunos de sus productos se pueden comprar a través de <www.retailfacility.co.uk>

GUEST EDITOR

EDITOR 115



Arriba izquierda:
Nuevo televisor diseñado recientemente para Hitachi.

Arriba derecha:
Cafetera, diseñada en 2006 para Muji.

Abajo izquierda:
Cocina Step para KitchenAid, que combina fuegos de gas e inducción.

Abajo derecha:
Two timer, reloj diseñado para Established & Sons.

Teléfono sin cables para Muji, firma para la que también trabajan como directores creativos.

FOOD

GUEST EDITOR

TEXTO: PEDRO PAN

Jaime Hayon viaja mucho por trabajo. Cuando visita Japón le encanta comer en los restaurantes típicos de Tokio donde se come con las manos las piezas de sushi y nigiris sobre un mármol limpísimo. En Madrid podemos disfrutar de esto en **Kabuki**, ubicado en el hotel Wellington. En Londres, ciudad donde pasa largas temporadas, le gustan especialmente dos restaurantes: el japonés **Sake No Hana** y el restaurante **Benja**, de cocina tailandesa, situado en el 17 de Beak Street. En Madrid podemos degustar una estupenda cocina thai en **Krachai**, en el número 11 de Fernando VI. En Valencia, Jaime frecuenta **La Lluerna**, un lugar donde tapear cosas ricas. A Jaime le encanta cocinar, le gusta hacer ensaladas frescas y sanas con frutos secos, queso y verduras. Uno de sus productos favoritos son las alcachofas. Le encanta recorrer los mercados mediterráneos como el **Mercado Central de Valencia** o la Boquería de Barcelona, que según él son de una belleza extrema, aunque también le gusta mucho el mercado de Bolonia y los pequeños mercados de barrio, como el Marais en París, y el Borough Market en Londres. Su plato preferido es el arroz, una paella o un risotto es perfecto para él. En Madrid, un sitio donde saborear un buen risotto es **Piu di Prima**, situado en el número 100 de Hortaleza. En cuestión de vinos, lo tiene claro, uno de sus preferidos es **ÀN/2 2007**, un vino de la tierra de Mallorca, hecho con variedades autóctonas como allet, manto negre, fogoneu y envejecido en barricas de roble durante unos 12 meses. Aún siendo diseñador, Jaime todavía no ha diseñado ningún gadget para la gastronomía, pero nos confiesa que le gustaría hacer una buena cubertería. En este momento está haciendo una colección de porcelana con uno de los maestros artesanos más importantes de Japón, una empresa de más de 120 años que hace una porcelana llamada cutani, que se usa mucho en la alta cocina japonesa. Lo ideal para él sería poder hacer una serie de buenos vasos, ya que le encanta la idea del aroma de los vinos y las grapas. Para apreciar todos los matices y aromas de un buen vino hay que decantarlo bien. Así, hasta que Jaime diseña uno, nosotros le proponemos **Decantus Elite**, un aireador de vino muy evolucionado que permite reforzar el bouquet, ensalzar los sabores y aromas y suavizar el posgusto de los vinos tintos sea cual sea su composición. Como a casi todo el mundo, a Jaime también le gusta tomarse una copa después de la comida, le gusta **Tanqueray nº Ten**. Para él un buen gin-tonic con limón o lima, con lo justo de hielo, en una buena copa, donde poder apreciar el aroma de la mezcla, es lo más.



Pato al curry rojo con uvas y piñas del tailandés Krachai <krachai.es>



Jaime en el mercado central de Valencia. © Fotografía: Nienke Klunder



Risotto con foie y trufa negra del restaurante Piu di Prima <piudiprima.com>



Ika sashimi en el restaurante Kabuki del Hotel Wellington (Madrid) <restaurante kabuki.com>



Restaurante Sake No Hana 23 St. James Street (Londres) SW1A 1HA <sakenohana.com>

"MI PLATO PREFERIDO ES EL ARROZ. UNA PAELLA O UN RISOTTO ES PERFECTO PARA MÍ"
[Jaime Hayon]



Aireador Decantus Elite <decantus.es>



Tapas en el restaurante La Lluerna (Valencia) <lluerna.com>



Vino Anima Negra ÀN/2 2007
Vino de la tierra de Mallorca.
<annegra.com>



Tanqueray No. Ten
Tiene una destilación con cítricos frescos: pomelos blancos naturales, naranjas de Florida y limas.
<tanqueray.com>