

El arte se reivindica en el mueble de autor

Los decoradores de primera fila están recuperando el sentido originario de la ornamentación con piezas exclusivas. **Por A. Velasco**

A finales del siglo XIX la burguesía se convierte en el principal motor de las artes. Los encargos de las clases acomodadas hacen posible que cobren vida los avanzados planteamientos de artistas como Klimt, que en el ámbito académico eran incomprensidos. La arquitectura es concebida ornamentalmente y la decoración cobra fuerza de *nuevo arte*, dando pie al movimiento *art nouveau*, que derivará décadas más tarde en el *art déco*. Ahora, ese lugar lo ocupa el mobiliario de autor, que comparte carácter creativo y relativa exclusividad. Porque el arte no fue concebido para lucir en los museos sino como elemento decorativo, y en un momento en el que ha perdido en gran medida su vocación ornamental, el diseño contemporáneo surge como reivindicación de su antiguo papel.

Así, los muebles y enseres de creadores como Philippe Starck han trascendido su mera funcionalidad para convertirse en piezas de culto que han calado hondamente en el acervo cultural de nuestra era. Por ejemplo, el famoso exprimidor Juicy Salif, que creó el diseñador francés en 1990 y se ha convertido en el paradigma del minimalismo decorativo que estaba en ciernes. De la misma forma, la línea que separa los mundos de la decoración y de la moda se ha desdibujado hasta el punto que algunos de los grandes modistos han encontrado una nueva forma de expresión en el diseño de interiores –desde menaje del hogar a la concepción de hoteles–, como es el caso de Versace o Armani.

Rick Owens

Especialmente significativa es la propuesta del creador americano afincado en París Rick Owens, diseñador de la línea que lleva su nombre y de la casa peletera Revillon. Owens presentó en julio del año pasado su primera colección de muebles inspirados en las formas de iconos como Le Corbusier. Una colección de gran expresividad artística que navega entre el minimalismo y la rudeza conceptual, y que juega con temas como la muerte.

Más cercano es el nombre de Gonzalo de Salas, que igualmente de fácil es encontrarlo en ARCO como en las principales ferias de interiorismo españolas. Su objetivo



Escultura de hormigón pulido de Gonzalo de Salas.



'Testa' decorativa en bronce del diseñador francés Philippe Starck.

primordial es dotar a la decoración de ese espíritu transmisor de sentimientos propio del arte.

El madrileño De Salas parte de su formación escultórica, que proporciona a las creaciones una especial concepción dramática y espacial, pero sin perder de vista la finalidad última de los objetos, que es su sitio en un espacio habitable. De su taller salen tres líneas de diseño: Mobiliario Artístico, enfocado a proyectos de *alta* decoración; una Línea Contemporánea, en maderas nobles que basa su belleza en el equilibrio de volúmenes; y la Línea Alto Diseño, de matiz moderno y que trabaja básicamente la arquitectura del metal y donde predominan las formas geométricas.

Shopping!



El puro más caro del mundo

Sólo se han hecho 100 cajas con 40 puros cada una y a un precio de 15.000 euros. Es decir, concluir una cena con un Cohiba Behique, el puro más caro del mundo, sale por 375 euros. Elaborado por los mejores maestros tabaqueros cubanos –Antonio María Paz, Pancho Cuba y Alejandro Robaina–, se compone de hojas seleccionadas en secreto con años de añejamiento; la torcedora Norma Fernández

no quiso soltar prenda durante su presentación sobre las proporciones de tabaco seco, volado y ligero. Tiene la longitud de los *lanceros* (192mm), un cepo de 52mm y el grosor del Siglo VI (20,62mm). Se presenta en una caja de maderas nobles de la firma francesa Ellie Blue, de las que sólo se venderán 15 en España.

Puro Cohiba Behique
■ 375 euros. www.clubpasionhabanos.com

Aroma de Rocabert

El primer perfume de la firma Rocabert, Fluid #1, es una esencia muy femenina de frescor amargo y profundo, con ecos de melancolía frutal, que puede adquirirse en la *boutique* de Castelló, 13, en Madrid.

Fluid #1 de Rocabert
■ 50 ml, 30 euros. Tel. 914 32 41 20. www.rocabert.com



La moda rinde tributo al iPod

¡Qué lejos queda la era del walkman! Ahora no eres nadie sin un iPod, icono por excelencia de los tiempos modernos. Conscientes de ello, las marcas de moda lo han hecho suyo creando fundas personalizadas para llevarlo de paseo, como esta de Givenchy.



Funda para iPod de Givenchy
■ Consultar PV. Tel. +33 1 44 31 50 00. www.givenchy.com

Entretenimiento oriental y elegante

Juego oriental de origen incierto –¿japonés, chino?–, el Mikado es un reto de destreza, pulso e ingenio, pues se trata de recoger uno a uno 41 palillos de un montón desordenado sin mover el resto. La casa Hermés lo ha convertido en una divertida idea para regalar que presenta en un elegante estuche de cuero.

Juego de Mikado de Hermés
■ 425 euros. www.hermes.com. Tel. 932 18 02 22.



Bolso sorpresa

Del tamaño de pelotas de tenis y semi-rígidos, los nuevos bolsos de Lacoste son ideales para llevar lo imprescindible, como las llaves. No obstante, al abrirlos surge una amplia bolsa perfecta para momentos de apuro.

Bolso Hobo de Lacoste
■ 45 euros. www.lacoste.com. Tel. 934 84 64 01

