

bulthaup culture

2







Bienvenido a bulthaup culture

El artesano y su obra

En un viaje por Japón, estaba paseando por un mercado cuando un cuchillo forjado capturó mi atención. La hoja estaba elaborada con acero de Kobe de alta calidad, y la empuñadura con la mejor madera. Casi podías sentir la pasión del artesano.

Cuando se profundiza en qué es lo que convierte un producto en extraordinario, se acaba llegando a una regla general: el 20 % de la calidad final, la que separa lo bueno de lo excelente, requiere aproximadamente un 80 % del tiempo de trabajo. Dicho extremo solo lo alcanza quien siente pasión por lo que hace y es capaz de dedicar el tiempo necesario a cada detalle persiguiendo la perfección.

En este número dirigimos nuestra atención a aquellas personas que derrochan destreza y pasión para dotar a los objetos de un aura especial, de un poder de atracción irresistible.

Conozca en Tokio a Shinichiro Ogata, que conjuga artesanía con los gustos actuales y da una segunda oportunidad a tradiciones ancestrales como el origami y el arte del embalaje. Descubra cómo los panaderos de Dean & DeLuca han despertado en Nueva York la pasión por el pan, ofreciendo variedades nuevas a personas que antes se conformaban con el pan de molde. Y averigüe quién es Simon Woolley, fundador de una empresa de agua mineral en Nueva Zelanda cuya botella nos acompaña en la mesa con su aura particular. En su halo se refleja el placer de aplicar las propias capacidades: así es como se imprime un sello inconfundible en el producto.

Una cocina perfecta en un espacio perfecto para personas perfectas no sería interesante. Lo importante es la atmósfera, y la atmósfera surge a través de las pequeñas diferencias. Cuando algo no es perfecto, deja espacio a la belleza.

La cultura bulthaup comienza donde acaban las máquinas. Las personas aportan lo que la tecnología más puntera no es capaz de ofrecer: aura y profundidad.

Le invitamos cordialmente a experimentar la cultura bulthaup.

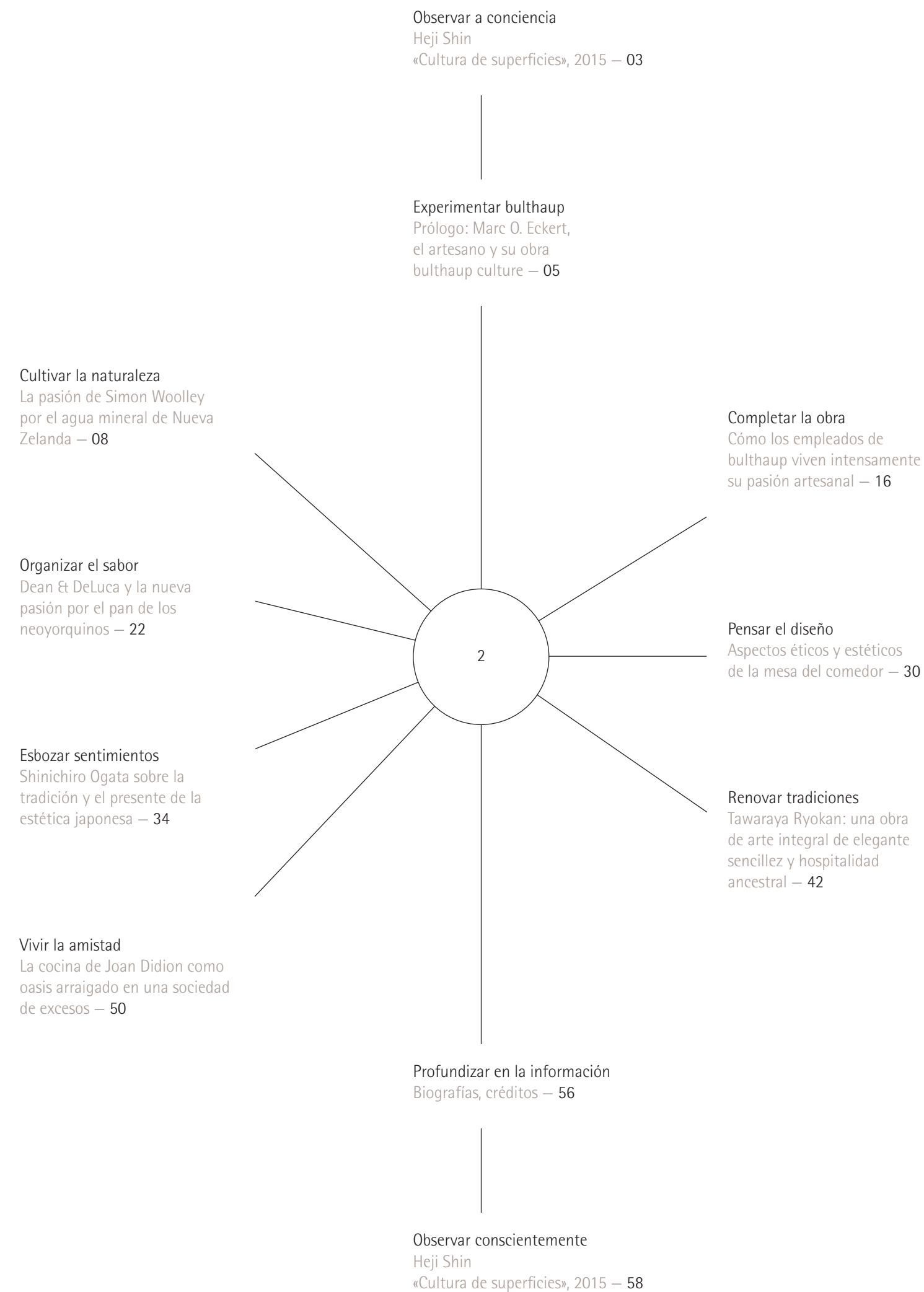
Marc O. Eckert
CEO, bulthaup



«Persigo la perfección cada día, un poco aquí, otro poco allá, y a lo largo de este viaje sin fin surge la energía creativa.»

Shinichiro Ogata, diseñador

Más información sobre Shinichiro Ogata y su trabajo a partir de la página 34





Llamativamente discreta

La naturaleza prácticamente intacta de Nueva Zelanda representa el 'terroir' perfecto para el agua mineral, comenta Simon Woolley.

Una visita a un purista apasionado

Al principio era solo una idea. El neozelandés Simon Woolley quería elaborar un agua premium que no solo debía poseer la máxima calidad, sino además ser única y mantenerse fiel a sus orígenes. Para obtener un recurso natural tan valioso, hay pocos requisitos mejores que la vida libre y sencilla de Nueva Zelanda. Woolley, cofundador de la pequeña y refinada empresa de agua Antipodes, es testigo de ello.

«En una ocasión estaba en un bar en Putney, Londres», comienza Woolley con brillo en los ojos mientras recuerda los inicios de Antipodes: «Le conté a un lugareño que era de Nueva Zelanda. Él me miró y dijo: 'Ah, eres de las antípodas'. En su boca la palabra sonaba casi despectiva. A mí me pareció genial y me reí. Enseguida vi lo positivo del concepto y pensé que esta visión de Nueva Zelanda como las antípodas de la Europa industrializada describe exactamente por qué nuestro país sigue siendo tan auténtico. Una conversación llevó a la siguiente y, cuando decidimos montar nuestra empresa de agua embotellada, uno de mis socios dijo: '¿Por qué no la llamamos Antipodes?'».

Woolley vierte en nuestros vasos el preciado líquido de la atractiva botella de cristal de Antipodes y continúa relatando los inicios de la empresa: «El nombre Antipodes da una idea del origen del agua. Cuanto más pensábamos sobre ello, más nos dábamos cuenta de que nuestro agua no solo procede del otro lado del mundo, sino que debía ser lo opuesto del

agua embotellada en envases de plástico. El nombre Antipodes resume de manera muy sencilla lo que buscamos con nuestro agua.»

Cuando sales de Auckland, en la isla Norte de Nueva Zelanda, y conduces en dirección sureste, llama la atención lo rápido que cambia el paisaje: de las calles superpobladas de la ciudad se llega enseguida a una carretera comarcal que serpentea por verdes tierras de labranza y colinas volcánicas hasta donde permiten ver las nubes. Tras tan sólo media hora de trayecto el aire transparente del campo limpia las impurezas de la vida urbana y nos recuerda lo bella que puede ser la soledad. Nueva Zelanda –o Aotearoa, «el país de las largas nubes blancas», como se denomina en lengua maorí– es presuntamente la última masa terrestre en la que se asentaron los seres humanos. Los polinesios llegaron entre el año 1250 y 1300, y los primeros europeos no se establecieron permanentemente hasta el siglo XIX tras numerosos encuentros hostiles con la población local maorí. Nueva Zelanda ha atravesado relativamente intacta la revolución industrial y la masificación, lo que la convierte en el lugar perfecto para recoger agua. La densidad de población en la región de Whakatane, donde fluye el agua de Antipodes, es de apenas un habitante por kilómetro cuadrado.

El negocio de la hostelería desempeñó pronto un papel importante en la carrera profesional de Woolley. En sus últimos años escolares trabajó como friegaplatos en un

restaurante local y más tarde como delineante, hasta que perdió su empleo. Fue un guiño del destino que llevó a Woolley de vuelta a la cocina. Comenzó a trabajar de camarero y después como mánager de bares y restaurantes. A continuación compró una taberna y creó espacios en los que se podían degustar platos y vinos imposibles de encontrar en otra parte. Su amor por la gastronomía lo llevó a la idea de ofrecer agua premium como alternativa al vino, el caldo habitual para regar las comidas.

«Aquí [en Nueva Zelanda] se cocina con pocos ingredientes, pero a cambio con un estilo claro, aromático y de mucha calidad. El agua mineral importada de Europa no estaba a la altura. Lo mismo se aplica al vino: nuestros vinos locales son muy distintos a los europeos, de nuevo mucho más puros y con menos complejidad aromática. Creo que había una auténtica necesidad de un agua de mesa que reflejara la limpieza de los sabores locales. Por supuesto, el agua es algo muy personal. En mi opinión hay un agua adecuada para cada ocasión, igual que con el vino. Siento un gran respeto por los restaurantes que ofrecen varios tipos de agua de alta calidad.»

Woolley y los demás cofundadores decidieron instalar su empresa en los confines de Whakatane. Partiendo de las playas inmaculadas de la bahía de Plenty en dirección al interior, llegamos a unas vías de tren, que atravesamos tras mirar precavidamente en

Página izquierda: Simon Woolley fundó con amigos la primera empresa de agua mineral en Nueva Zelanda.

Páginas siguientes: El manantial está situado sobre la planicie de un volcán extinto. – La botella, llamativamente discreta, se remonta a una botella de cerveza de los años 60, y la tipografía fue creada por Len Cheeseman, cofundador de Antipodes. El objetivo era que la botella fuera única y luciera en la mesa, pero sin distraer la atención de los platos.



«Hace trece años, cuando fundamos Antipodes, quisimos hacer las cosas bien desde el principio.»

Simon Woolley, Whakatane

ambas direcciones. A continuación tomamos la larga carretera de grava a mano izquierda, pasamos junto a vacas y caballos que se nos quedan mirando fijamente –hemos perturbado su meditación matutina– y finalmente llegamos al hogar de Antipodes. Los empresarios encontraron esta ubicación tras una búsqueda que parecía interminable y tras catar el sabor y la calidad de muchas aguas distintas. De los treinta manantiales iniciales seleccionaron diez, y entonces Woolley decidió solicitar ayuda externa para reducir aún más la lista. Entre risas nos cuenta que le pareció muy razonable pedir el consejo de un experto en vinos. Así que se puso en contacto con dos buenos amigos, los hermanos Michael y Paul Brajkovich, propietarios de Kumeu River Wines en West Auckland, y confió en su entrenado paladar para llevar a cabo la selección definitiva.

«Yo estaba a punto de decidirme por un manantial en la isla Sur cuya agua era extremadamente limpia y pura, pero apenas tenía sabor. Michael y Paul nos indicaron explícitamente que el agua debía tener sustancia y algo realmente único en su esencia para poder darle salida. Finalmente me trajeron a este manantial en Whakatane. Siempre estaré agradecido por la ayuda que nos prestaron.»

Trece años después nos encontramos junto a la planta de embotellado de Antipodes, rodeada de fértiles praderas y colinas sinuosas en la caldera de un volcán extinto donde

también se encuentra el manantial. Woolley y yo caminamos los 200 metros que separan la planta de la surgencia. Previamente recorre un camino de 327 metros de longitud por un sistema artesiano de tubos, y es la sobrepresión natural la que la transporta por los conductos hasta las botellas. Woolley saca dos vasos y los coloca bajo un grifo ubicado directamente en el manantial. Los llenamos de un agua que, según la datación por radiocarbono, tiene entre 50 y 300 años de antigüedad. Es una idea sobrecogedora: esta agua maravillosa y casi antigua que vamos a tomar por la noche en la cena y que ahora sostenemos en nuestros vasos procede de la capa freática situada a 327 metros de profundidad. La experiencia de beber directamente del manantial constituye una lección de humildad: nos recuerda lo sencillas que son las necesidades humanas y lo lejos que están del complejo mundo materialista en el que vivimos.

Paseamos de vuelta hasta la planta de embotellado, donde los empleados de Antipodes nos saludan con cordialidad. La planta tiene un tamaño modesto y Woolley conoce el nombre de pila de todo el personal, a pesar de que supuestamente se ha retirado de la actividad diaria. Su pasión y el amor por Antipodes parecen ser demasiado grandes para desvincularse completamente del negocio. En nuestro recorrido desde el principio hasta el final de la cadena de embotellado, Woolley no interrumpe en ningún momento la conversación, ni siquiera cuando retira de

la cinta botellas con manchas o pequeños defectos. Esta dedicación detallista se percibe en toda la empresa. Algo así no se puede generar artificialmente ni tampoco comercializar: es una cualidad inherente a la empresa desde sus inicios.

Antipodes concede gran importancia a minimizar su impacto medioambiental. De hecho, Woolley cree que no existe ninguna justificación para la falta de conciencia ecológica en el mundo empresarial: «Hace trece años, cuando fundamos Antipodes, quisimos hacer todo bien desde el principio. Instalar todo desde el primer momento tal como uno lo quiere tener: ese es el mejor camino. Aunque entonces todavía se discutía sobre si el cambio climático existía realmente, nos parecía importante tratar bien el planeta. Y este planteamiento debía reflejarse en nuestro negocio.»

Como primera empresa de agua en botellas de cristal del país, Antipodes aplicó una serie de procedimientos para no dejar huella en el clima. Cada uno de los pasos se estudiaba en detalle –desde la construcción de la planta de embotellado hasta la distribución más eficiente– para que el impacto en el medioambiente fuera el menor posible. Desde el principio se utilizó energía solar, y además se inició un proyecto para la recuperación de los parajes húmedos naturales en los alrededores de la planta. De esta manera debían cumplirse los requisitos de 'cero CO₂' del gobierno neozelandés. En el marco de este programa las empresas se comprometen a





La planta de embotellado se encuentra rodeada de verdes praderas. El agua mana a la superficie mediante presión artesiana y llena el vaso que Simon Woolley sostiene bajo el chorro. La idea de Woolley sobre la "mentalidad moderna de Neo Zelanda" incluye energía solar, el cuidado de los parajes húmedos circundantes y el cristal reciclado con el que se fabrican las botellas.

funcionar de manera totalmente inocua para el clima y trabajan activamente para reducir cada año sus emisiones de CO₂ por unidad producida.

«En el negocio se trata siempre de mejorar continuamente, y cuando no encontramos más margen de mejora, le damos la vuelta a todo y consideramos transformaciones radicales. Con esta ética empresarial reflejamos la Nueva Zelanda moderna. Toda la filosofía de la empresa se basa en la máxima transparencia, una transparencia cristalina. Esta idea básica se manifiesta en todos nuestros actos, desde nuestro sistema respetuoso por el clima hasta el diseño de la botella».

La discreta pero llamativa botella que contiene el preciado líquido encarna fielmente todo lo que Woolley describe. Su diseño se remonta a una botella de cerveza neozelandesa de los años 60 conocida como «beer flagon». Las botellas vacías podían cambiarse en la taberna por otras llenas. La botella de Antipodes, una versión refinada de esta leyenda local, está compuesta al cien por cien de cristal reciclado e intulada con una tipografía minimalista e intemporal diseñada a propósito por un cofundador de la empresa, Len Cheeseman. El objetivo siempre fue que la botella de Antipodes fuera de cristal reciclado y se fabricara en su hogar, Nueva Zelanda. Sin embargo, los empresarios se encontraron con que tenían que encargarse como mínimo un millón de botellas para poder poner en marcha la producción. En aquel momento esta cantidad excedía el marco de sus posibilidades, así que buscaron en el extranjero y encontraron una botella de medicina alemana que correspondía casi perfectamente a su concepto ideal de diseño. Importar aquellas botellas era muy costoso, de modo que iban a perder dinero con cada unidad vendida. Pero, como Woolley explica, era absolutamente necesario realizar una primera prueba de mercado antes de fabricar un millón de botellas especiales en Nueva Ze-

landa. Los empresarios calcularon que podían permitirse las pérdidas derivadas de los tres primeros contenedores de botellas de medicina alemanas. Al final llegaron a pedir 27 contenedores antes de producir su propia botella neozelandesa.

Este compromiso apasionado por la botella tenía un buen motivo, tal como Woolley detalla: «Queríamos un producto en el que se reflejara realmente la moderna mentalidad neozelandesa: sencillo, claro, puro, comprometido y con mensaje, con la calidad siempre como punto de partida». A Woolley le parece interesante que la botella de Antipodes fuera un tema de conversación en el extranjero durante los primeros años del negocio. En Nueva Zelanda simplemente recordaba a la botella de cerveza tradicional que tan familiar resultaba a sus habitantes.

Woolley explica que el producto final debía ser una botella que reflejara el carácter único del agua y la filosofía subyacente, pero que resultara casi invisible en la mesa del restaurante para no robarle protagonismo a la comida y al vino. Lo bastante interesante para diferenciarse de las botellas de agua convencionales de la época, pero sin destacar especialmente en la mesa.

Salimos de la ajetreada planta de embotellado y, tras solo diez pasos, nos adentramos en los verdes campos de Antipodes. Woolley comenta que, al principio, los fundadores de la empresa no eran conscientes de la suerte que habían tenido con este agua. Respecto al tema del agua y de cómo montar un negocio con ella, su enfoque había sido bastante ingenuo. Pero señala que, a su vez, eso les ayudó a hacerse un hueco en el complicado mercado del agua mineral, dominado por la producción en masa.

«No era consciente en absoluto del recurso natural tan extraordinario que habíamos encontrado con Antipodes. Sí, tenía un sabor fantástico y era agua neozelandesa de alta calidad, pero yo no tenía claro lo especial que era desde una perspectiva global. Solo con



el paso del tiempo y la experiencia he comprendido lo particular que es este agua. Ahora nuestra tarea consiste en proteger este recurso natural y aprovecharlo de manera óptima mientras aseguramos su continuidad. Por ejemplo, en la planta solo se embotella agua por encargo. Extraemos únicamente la cantidad que necesitamos para no desperdiciar nada y no sobreexplotar el manantial».

Un poco después, por la tarde, Woolley me enseña fotos de su hogar neozelandés, en el que pasa la mitad del año: una modesta caravana que está arreglando con sus propias manos. Se encuentra junto a la playa, a diez minutos de la planta, al otro lado de las vías del tren y más allá de las vacas y los caballos meditativos. De pronto comienza a hablar de nuevas ideas. En apenas cinco minutos salta del transporte de fluidos a describir veinte posibilidades de uso nuevas para su agua, desde el spa hasta los tratamientos medicinales... la lista aumenta a cada minuto que pasa. Su entusiasmo se refleja en su voz: «me gusta pensar en lo que podría convertirse el negocio no en un año, sino dentro de cien», exclama. «Hay un poeta que lo expresó per-

fectamente...». La pausa que hace para recordar su nombre va acompañada de una expresión de esfuerzo en el rostro que casi resulta cómica. «W. H. Auden, a ese me refiero. Dijo: 'miles han vivido sin amor, pero ninguno sin agua'». Ante esta sentencia aparentemente dramática pero totalmente cierta, los dos nos echamos a reír. Es evidente que Simon Woolley se ha retirado del negocio de una manera muy, pero que muy parcial. Después de haber experimentado la belleza de Nueva Zelanda con mis propios ojos, he comprendido que el lema de "el agua más pura del mundo, del país más puro del mundo" no es solo un concepto de marketing inventado por algún equipo de publicistas, sino que representa la pura verdad tras la historia de Antipodes.

Texto: *Tim Boreham*
Fotos: *Mary Gaudin*



La dimensión humana La fábrica de bulthaup es un lugar en el que artesanos vocacionales disfrutan de su pasión sin concesiones

Página izquierda:
Cuando las máquinas llegan
a su límite, interviene el ser
humano. La mirada y los
dedos de Benedikt Heimerl
recorren las superficies y
los cantos. «La sensación al
tacto tiene que ser satisfac-
toria», explica.

En ocasiones sucede a altas horas de la noche, otros días justo después del trabajo. Cuando una melodía le viene a la cabeza, Benedikt Heimerl corre hacia el viejo piano Royal que antaño reinaba en el salón de sus padres y ahora se encuentra en su habitación. Comienza a improvisar, a probar y a perfeccionar. Combina acordes, frases y ritmos hasta que la inspiración espontánea se transforma en una composición armoniosa.

Para Heimerl, esta forma de improvisación al piano representa a la vez relajación y tensión. «Siempre que descubro algo nuevo e interesante, me dedico a ello hasta que lo domino perfectamente».

Puede intuirse la soltura con la que este pianista aficionado de 22 años maneja las teclas cuando se observan sus dedos durante el trabajo. Formado como carpintero y empleado en la fábrica de bulthaup en Aich, en la Baja Baviera, es responsable entre otras tareas del acabado de las superficies de laminado: una tarea que exige una destreza manual extrema y la máxima delicadeza.

Lo primero es desbarbar con una herramienta especial los salientes que se producen al colocar los cantos y que resultan prácticamente invisibles a simple vista. En un segundo paso utiliza papel de lija fino para crear un suave bisel en los cantos mediante precisos movimientos del brazo. Cuando Heimerl entrega los frontales, laterales o bases de cubierta, parecen realmente sacados de un molde. Para estas labores lleva guantes de trabajo a los que les faltan las yemas de los dedos.

Entonces, ¿por qué guantes de trabajo? ¿Por qué protege sus manos pero no los puntos más sensibles de los dedos? Para un artesano, como para un pianista, la mano es su capital.

Debe tratarla con especial cuidado. Llevo guantes para proteger las manos, pero los puntos más sensibles en las yemas de los dedos me permiten reconocer posibles irregularidades en las superficies. Es más fácil encontrar un error con los dedos que a simple vista. Al deslizar las yemas por el material, debe resultar agradable al tacto. Piense cuántas veces siente el impulso de acariciar algo y palparlo, aunque lo haya observado con detenimiento. Desea experimentarlo a nivel visual y táctil. Para poder aprovechar la sensibilidad de mis yemas, simplemente corto con una tijera las puntas de los dedos de mis guantes de trabajo.

Algunos de sus colegas confían ciegamente en los bloques de madera para lijar, pero para el acabado de los cantos usted utiliza bloques de corcho más blandos. ¿Por qué? El corcho es más ligero que la madera. Trabajo mejor con él.

Cada uno de mis colegas tiene su propio método y sus propios movimientos manuales. Así, cada cocina que sale de la fábrica posee un sello individual dependiendo del empleado que la ha trabajado.

En la fábrica de bulthaup un único empleado se encarga de todos los frontales, laterales y encimeras de la misma cocina. Porque cada artesano confecciona los biseles con una inclinación particular. El ángulo de la esquina también presenta mínimas diferencias de un artesano a otro. Así es el trabajo manual. Los ojos experimentados lo perciben. El acabado de las superficies también varía ligeramente. El laminado debe trabajarse con gran precisión.

La madera se trata adicionalmente según la orientación de las vetas. Cada canto de madera es individual y deja así su propia huella.

¿Cómo se trabajan los cantos? Las superficies de laminado y de madera se unen con los cantos trazando una curva suave. En cambio, las superficies de aluminio y las encimeras se dotan de biseles, es decir, de cantos inclinados. El color del canto y el color de la superficie son absolutamente idénticos, por lo que las uniones de la cara delantera y trasera con los cantos son perfectamente continuas. Las juntas del proceso de pegado se mantienen lo más finas posible: tienen el grosor suficiente para que adhieran adecuadamente, pero resultan invisibles. Para conseguirlo, la condición es que el radio de curvatura esté adaptado exactamente al canto.



¿Cómo se unen las superficies de laminado con la placa de soporte? Se emplean papeles del color correspondiente, se humedecen con resinas de melamina y se presionan contra la placa base.

¿Qué porcentaje de su trabajo lo resuelve con las manos y los ojos? Mi trabajo es siempre una combinación de ambos. Pero el acabado fino se efectúa con las manos.

Para Benedikt Heimerl, las normas de calidad de bulthaup son determinantes. Los empleados son responsables del control de calidad; en el laminado y la madera, los colores y el brillo de las piezas individuales deben coincidir exactamente. La inspección se realiza bajo luz normalizada, solo así puede apreciarse el color auténtico y evitar que las sombras interfieran en la calidad del trabajo. Para dotar a un producto de la fascinación que bulthaup desea irradiar, se requiere la máxima precisión: la magia y la minuciosidad son inseparables. Naturalmente, esta actitud no es algo que uno pueda adoptar cuando empieza a trabajar y quitarse al final de la jornada laboral como si fuera un mandil.

¿En su casa también es así? ¿Cuándo le invita algún amigo o acude a un restaurante o una tienda, sus ojos perciben cosas que otros quizás no ven? No puedo evitarlo. Al igual que un músico no puede desconectar su oído entrenado cuando sale de la sala de conciertos.

¿Se considera un perfeccionista? Sí, eso creo.

¿Cómo decide que algo está listo? Debe ser perfecto, satisfacer mis exigencias, los criterios de calidad de bulthaup y los criterios de los clientes.

¿Cuál es la diferencia entre perfección y belleza? Perfección es la búsqueda de completitud. Algo es perfecto cuando no puede ser mejor, cuando ha alcanzado el máximo. Por su parte, la belleza se encuentra en los ojos del observador. Cada uno percibe la belleza de manera distinta. Para algunas personas, un objeto es bonito cuando se rompe por causas naturales o por un defecto. Pensemos en la manera que tienen los japoneses de expresar la belleza. La belleza no es el máximo, es lo óptimo ... y eso es distinto para cada persona.

Antiguamente los artesanos firmaban sus obras en un lugar poco visible. ¿Usted tam-

bién lo hace? Sí, en cierto modo firmamos cada frontal de madera numerándolo para poder reconstruir la imagen del veteado original.

Naturalmente, todo el proceso es muy ambicioso, exigente y laborioso. Pero, como dijo Henry Royce, cofundador de la legendaria marca de automóviles: «Los detalles crean la perfección, pero la perfección es cualquier cosa menos un detalle». En otras palabras: para crear algo extraordinariamente bueno, hay que aplicar un esfuerzo excepcional.

Para Marc O. Eckert, director ejecutivo de bulthaup, esta ambición artesanal es lo que al final marca la diferencia. «Son las personas las que, gracias a su estrecha relación con los materiales, crean una profundidad especial. Y esto es algo que nuestros clientes perciben con los cinco sentidos».

Continuando esta idea, podemos afirmar que un aparador, una mesa, una encimera o un mueble de cocina no son más que cuerpos de resonancia entre creadores y usuarios dotados de una estética extraordinaria. Elementos de unión entre personas afines que nunca se han conocido y que, sin embargo, tienen muchísimas cosas en común. Por una parte están los artesanos como Benedikt Heimerl, que, día tras día, crean muebles extraordinarios con su sensibilidad táctil, su amor por el detalle y su destreza visual. Y por otra parte están los compradores y los usuarios de estos objetos, que buscan la autenticidad y saben valorar la calidad. La cocina representa la membrana que comunica ambas partes: de una manera silenciosa y tranquila que genera satisfacción durante muchos años.

*Texto: Daniel Wartusch
Fotos: Heji Shin*

*Páginas anteriores:
En el equipo siempre hay un encargado de revisar todas las superficies de una misma cocina; de esta manera se asegura que sean homogéneas. En cierto modo, los encuentros y esquinas son únicos y reflejan su sello personal. Un ojo entrenado es capaz de reconocerlo.*

*Derecha:
Los últimos repasos siempre se realizan a mano. Los dedos perciben más que los ojos. — El canto acabado parece sacado de un molde.*





El pan para la capital del mundo

Dean & DeLuca, la célebre tienda de delicatessen, ha despertado la pasión por el pan de los neoyorquinos

Uno puede saber en todo momento dónde está el jefe. Si está en su despacho, la huella blanca de sus suelas (talla 44 y con un perfil marcado) se aprecia con claridad sobre la moqueta negra. Tras el paso de dos visitantes –el jefe de cocina de Singapur, la asistente con las facturas–, el perfil de harina se ha difuminado en un velo de polvo.

Despedir polvo de harina a cada paso forma parte del trabajo de Stéphane Amar, jefe de panadería del emporio de alimentos neoyorquino Dean & DeLuca: desde 1988, el centro neurálgico de la escena gourmet en la esquina de Broadway con Prince Street, en el corazón del barrio de moda, SoHo. La oferta de pan es inmensa. Por un lado están las variedades propias: una hogaza crujiente de levadura madre con el logo de D&DL compuesto de harina, una fougasse con aceitunas, almendras y romero, una corona otoñal con grosellas secas, una chapata de trigo integral con albahaca y cebolla roja, un pan de molde francés ideal para el paté, un pan de castañas. Y por el otro lado están los bagels naturales, los bialys polacos y todo un abanico de productos de panadería étnicos que los emi-

grantes de todo el mundo trajeron consigo a Ellis Island desde el siglo XIX... así como las mejores creaciones de la escena panadera artesanal desarrollada en Nueva York: Amy's Bread, nominada a numerosos premios desde su fundación en 1992, Sullivan's Street Bakery en Hell's Kitchen, Orwasher's en el Upper East Side, el Bien Cuit de Zachary Golper o Scratchbread Bakery, estas dos últimas en Brooklyn.

El hombre que en estos días decide el surtido y dirige el gremio de las seis panaderías propias de Dean & DeLuca –una de ellas especializada exclusivamente en cruasanes– también es inmigrante. Stéphane Amar llegó con 30 años desde Marsella a Nueva York después de haber ahorrado durante un año entero: quería contemplar sus cuadros favoritos en directo. Descendiente de judíos sefardíes del norte de África («Nunca han vivido dos generaciones de mi familia en el mismo continente»), Amar nació en Marsella, estudió pintura y unos años después entró en la escuela de gastronomía. Pintar y cocinar, comenta, comparten un requisito básico: el amor a la obra.

Página izquierda: Stéphane Amar, jefe de panadería de Dean & DeLuca, estudió arte en Marsella y después gastronomía. Se mudó a Nueva York para contemplar sus cuadros favoritos en directo... y acabó siendo panadero.



Página izquierda:
Una mañana de domingo en la panadería del barrio de las galerías, Chelsea: Stéphane Amar hornea con seis colegas para la clientela neoyorquina, que a estas horas suele estar durmiendo. Las novedades son los panes de temporada con bayas y nueces, y entre los favoritos de siempre se encuentran las baguettes y el pan de levadura madre con el logo de la casa.

Página doble siguiente:
Stéphane Amar espolvorea harina antes de amasar. En su opinión, el pan debe ser sencillo. Tiene algo simbólico, de objeto de culto. Se comparte con otros como señal de hermandad. Visto así, ese gesto es casi una bendición.



En Nueva York tuvo que aprender las reglas del juego. Trabajó sin descanso en 15 restaurantes diferentes y entremedias plantaba árboles en las terrazas más exclusivas de Manhattan. El célebre chef californiano Thomas Keller lo fichó para su restaurante neoyorquino Per Se para elaborar los panecillos, pequeñas joyas preparadas delicadamente para cada plato: masa madre con chocolate y cerezas, bocaditos de calabaza y pastas con tomates secados al sol.

Llegó un momento en que a Amar le entraron ganas de hornear algo más que panecillos. En su opinión, el pan debe ser sencillo, arraigado a la tierra, y esto no lo sentía ya en el fastuoso mundo de la alta cocina. Se pasó a Amy's Bread y después continuó aprendiendo en Bien Cuit, en Brooklyn, que este año ha sido nominado para el prestigioso James Beard Award, el 'Oscar de la gastronomía'. «Mi vida es como un juego de Lego, una pieza sobre otra». El mundo del pan le fascina. El pan, explica Amar, se parece a la pipa de la paz de los indios. Crea comunidad. Se comparte con los demás en el nombre de la hermandad.

Hace cuatro años el antiguo panadero de Per Se, Louis Volle, lo fichó para Dean & DeLuca.

Contento de dejar atrás los turnos de noche obligatorios para los panaderos (que ahora recaen sobre un miembro de su equipo), Amar puede tomar su café solo –obligatorio, sin él nada funciona– a las 6 de la mañana en su casa en una taza hecha artesanalmente en Francia. «Cuando la sostienes en tus manos, sientes que estás bebiendo algo que procede directamente de la tierra. Como si estuvieras en contacto directo con el planeta». Mientras disfruta el café se imagina la forma de los panes que va a preparar ese día. Estos detalles son importantes para alguien a quien le costó mudarse –y por amor– de manera permanente a Manhattan.

Amar también se siente conectado a tierra cuando recorre en bicicleta el trayecto desde la Primera Avenida hasta prácticamente el río Hudson, al oeste de Manhattan, donde se encuentra la sede de Dean & DeLuca: la cocina y la panadería de 25 m² ocupan la sexta planta de uno de los pocos almacenes que perduran entre las tiendas de moda en el extremo septentrional de Chelsea. «Desde la bici se tiene otra visión de la ciudad», comenta Amar. Pedalear por Manhattan no entraña mucho más peligro que en otras

ciudades. «Pero no debes olvidar que no eres un coche».

Para que Lou, la hija de 13 años de Amar, crezca también con los pies en la tierra, cocinan juntos los domingos. Amar busca recetas en internet que no puede preparar en la producción a gran escala: pan ácimo de Noruega, los Emiratos, Mongolia ... «Lo más alejado posible del propio universo».

Su mundo de panes se amplía continuamente. Andrew Coe, de Brooklyn, que en la página web 'Serious Eats' analiza las costumbres panaderas de los neoyorquinos y redacta la que probablemente sea la única guía de panaderías del mundo, escribió la siguiente reseña cuando Amar comenzó a trabajar en Dean & DeLuca: «Para el que desee explorar el paisaje actual de las panaderías neoyorquinas, la tienda en la sede principal de Dean & DeLuca representa un buen punto de partida. Encontrará una magnífica selección de panes trabajados y conectados a tierra, sensacionales y tradicionales».

Esta era precisamente la mezcla que en 1977 buscaba Giorgio DeLuca, antiguo maestro de escuela, junto a su amigo y socio Joel Dean. Quería despertar el amor de los neoyor-





Página izquierda:
 En Dean Et DeLuca, en SoHo, además del pan de la casa los clientes pueden encontrar también sus panes preferidos de las nuevas panaderías artesanales de Nueva York. Fougasse con aceitunas, chapata de trigo integral, pan de molde francés, pan de castañas ... y, por supuesto, brioches y bagels.

Derecha:
 Desde 1988 el lugar de referencia para el que sienta curiosidad por los alimentos de calidad: Dean Et DeLuca, en la esquina de Prince Street y Broadway. Actualmente la compañía se está expandiendo a Asia y el jefe de panadería tiene ocasión de hornear para clientes que no han crecido con el aroma de los cruasanes.



quinos por las delicatessen, más allá del horizonte judío del jalá, el lox y el latkes. Cuenta cómo pasó muchos años buscando aceite de oliva orgánico: «Hoy en día es algo natural, pero entonces era endemoniadamente difícil de encontrar. Fuimos los primeros en ofertar aceite balsámico y hongos secos», comenta este hombre de 80 años al que aún puede encontrarse diariamente tras la barra de su restaurante Giorgione, en Tribeca.

Dean Et DeLuca consiguieron despertar la pasión por el pan de los neoyorquinos de forma duradera: en los altos espacios de una antigua fábrica de ropa, con adoquines blancos, suelos de mármol blanco y estanterías de tubos de acero al estilo de una plaza de mercado, se reúnen las mejores variedades de pan que pueden encontrarse en la ciudad. Un enclave culinario que ofrece docenas de quesos de pequeños productores de todos los rincones del mundo y una selección de panes en constante crecimiento.

Antes de Dean Et DeLuca uno encontraba por doquier el 'wonderbread', un pan blanco elástico que cedía ante la presión del pulgar para luego recuperar su forma original. «Casi como un marshmallow», describe Amar. Tam-

bién había productos de panadería rusos, polacos, judíos, franceses, portugueses e italianos, pero sus productores estaban repartidos por toda la ciudad y su adquisición requería una cierta perseverancia que pocos en Manhattan desplegaban ... y los turistas en absoluto.

Amar es ahora el 'Mr. Bread' de Dean Et DeLuca. Desde que la institución culinaria neoyorquina pertenece a un inversor, ha comenzado a expandirse a nivel internacional: primero en el continente norteamericano, y después a Singapur, Japón, Tailandia y Corea. Amar espera nuevos retos. Hay que idear nuevos pasteles y formar a nuevos panaderos que no han crecido con el aroma de cruasanes recién horneados.

El panadero de Marsella no ha estado nunca en Asia y se alegra especialmente de poder conocer Japón. «Allí, todo lo que se hace se hace con dedicación». Como él mismo. «Hay que cocinar con corazón. Si preparas dos huevos fritos con amor, el resultado es asombroso». Amar cree firmemente en la cocina lenta. ¿Cómo conciliar este enfoque con las máximas de un fondo de inversión? Amar sonríe, pensativo. «Todavía no se lo he contado».

Texto: Doris Chevron
 Fotos: Peden + Munk

Intimidad pública

Aspectos éticos y estéticos de la mesa del comedor.

Un ensayo de Daniel Martin Feige

Entre las obras más destacadas del cineasta taiwanés-estadounidense Ang Lee se encuentra una película rodada antes de sus grandes y oscarizados éxitos: «Comer, beber, amar» (EEUU/Taiwán, 1994). El filme muestra los conflictos y la frágil unidad de una familia taiwanesa compuesta por un padre viudo y sus tres hijas. El padre es un chef de Taipéi, prácticamente retirado del negocio de la hostelería, que prepara cada domingo un elaborado menú para sus hijas: un ritual que ellas, que todavía viven en casa de su padre, no parecen valorar demasiado al principio de la película.

El filme versa sobre las posibilidades y los límites del entendimiento intergeneracional, las convergencias y diferencias de los estilos de vida oriental y occidental y la cercanía y la distancia familiar en el ritual de la comida común. Además de las personas y de la actividad práctica de cocinar, un protagonista esencial de la película es el lugar donde se celebra la comida: la mesa, que aquí se convierte en un escenario compartido de las tragedias y comedias familiares. Las tensiones y las posibilidades del entendimiento se presentan de un modo distinto en las diferentes mesas que aparecen en el filme, tanto en espacios públicos como privados: la mesa posee un protagonismo propio como centro de una intimidad pública y es a la vez un espacio en el que se desarrollan procesos de negociación social.

LUGAR DE ENCUENTRO Y SOCIEDADES CERRADAS

En muchas familias el ritual diario de la comida en la cocina o el comedor representa un contrapunto al día a día acelerado y dominado por la eficiencia de nuestras sociedades

industrializadas occidentales. Ha de constituirse en un lugar comunitario en el que la familia se reúne y habla sobre cosas cotidianas o no tan cotidianas. En comparación con el tumulto de los procesos automatizados, la comida –incluso cuando es un ritual– ofrece un espacio para comunicarse con los demás de una manera no automatizada, ya sea a través de una conversación o simplemente con gestos. También permite tratar conflictos entre miembros de la familia: en su libro ‘Tischgespräche’ (Conversaciones de sobre-mesa), la socióloga Angela Keppler elabora una convincente dinámica en este sentido. En el caso del individuo aislado, la mesa representa un lugar en el que puede desconectar de una vida gobernada por actos racionales y funcionales.

El ritmo acelerado de una sociedad se manifiesta también en la frecuencia de mesas altas en los espacios públicos, mesas en las que se come lo más rápido posible y en las que no se puede crear una intimidad. Su contrapunto es la comida compartida o tomada en solitario en una mesa normal.

La cocina es seguramente el lugar más íntimo y paradigmático para la mesa, pero naturalmente ésta se encuentra también en muchos espacios públicos, especialmente en restaurantes. Aquí se manifiesta una cualidad que siempre ha sido característica de la mesa desde un punto de vista socio-filosófico: en ella no tiene lugar un encuentro público anónimo, siempre se reúnen personas conocidas. El carácter público no depende de que uno ocupe un sitio junto a otros sino del hecho de que también otras personas tengan el derecho de sentarse a la mesa; en este sentido, la mesa se convierte en un elemento de delimitación en el espacio público.

Por supuesto, uno puede sentarse frente a otros sin mostrar ningún interés, y entonces no se produce un encuentro real. Probablemente todos hemos compartido mesa en alguna ocasión con otros invitados con los que no sabíamos muy bien de qué hablar. En estas circunstancias a veces se generan momentos inesperados –precisamente a través del encuentro inducido– y uno comienza a conversar con alguien que lleva una vida completamente diferente y tiene otros intereses.

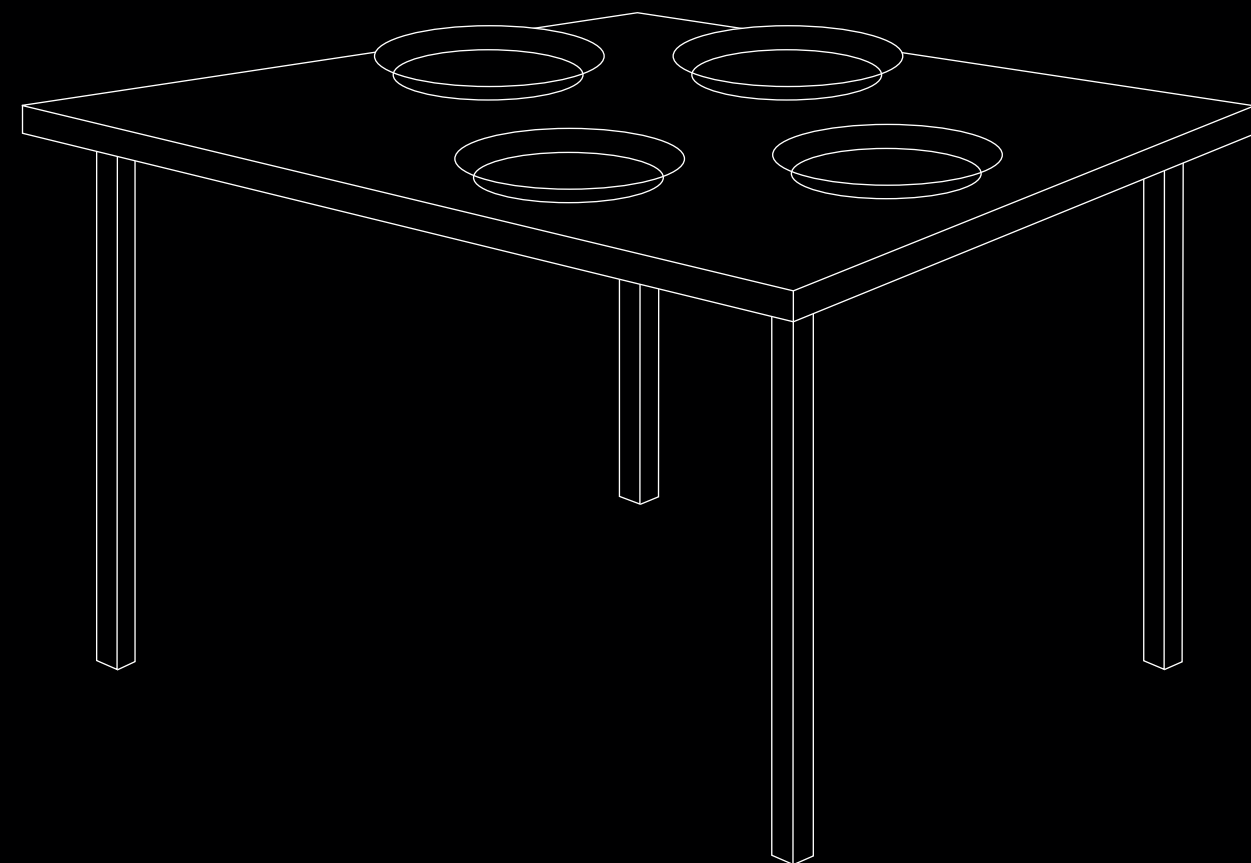
Incluso si esto no sucede, sentarse juntos a una mesa siempre es interesante: fomenta un encuentro público tan íntimo como temporal. Porque en la mesa se crean o se mantienen encuentros públicos –claro está– efímeros o

frágiles. El filósofo Martin Heidegger describe en su ensayo «El origen de la obra de arte», cómo el templo ofrecía a los hombres de la antigüedad una perspectiva de sí mismos y dotaba al mundo de un rostro determinado. En el caso de la mesa –y a través de un culto similar al del templo– se constituye una comunidad y, al mismo tiempo, un mundo compartimentado.

Naturalmente, declarar que la mesa es un objeto de culto sería ir demasiado lejos. Pero Heidegger, precisamente, era un filósofo que mostró especial interés por los objetos de uso cotidiano y que trató de determinar el papel esencial que estos desempeñan en lo que somos. Si es cierto que en la mesa se constituye una intimidad pública, quizás no se trate de un objeto cotidiano como los demás: sentarse en compañía a la mesa es una práctica paradigmática de nuestra sociedad en la que intentamos ponernos de acuerdo con otros en lo que queremos ser y en lo que nos conecta con los demás, lo mismo que Heidegger afirmaba sobre el templo para los hombres de la antigüedad. De Heidegger podemos sacar otra conclusión en relación a esta práctica. El encuentro público que se constituye al sentarse juntos a la mesa no existe previamente. Es un encuentro que se genera en y a través de las formas del intercambio que se producen en la mesa, de acuerdo con sus características y su desarrollo.

Esta relación con un encuentro público, que aquí siempre significa una comunidad de personas determinadas, se manifiesta también en nuestras expresiones corrientes sobre mesas. Cuando decimos que al fin se han puesto las cartas sobre la mesa, la mesa –metonímicamente, como forma de comunicación pública– se convierte en el medio para revelar algo que antes estaba oculto (bajo la mesa en esta imagen), invisible a los demás, y que ahora sale a la luz.

La expresión «mesa redonda» para describir una reunión de personas que trata un tema o un problema muestra claramente cómo el diseño estético de las mesas está relacionado con un orden normativo: una mesa redonda expresa un orden paritario entre interlocutores. Y aunque un orden de este tipo está sujeto a convenciones, la forma de la mesa puede expresar un orden simbólico: quien se sienta en la cabecera de una mesa rectangular, ocupa formalmente una posición distinguida. La mesa, al igual que todo el sistema de objetos de los que forma parte –siguiendo las ideas de Jean Baudrillard–, posee un fuerte carácter simbólico.



ENCUENTRO PÚBLICO CON CUALIDADES ESTÉTICAS

La forma de la mesa, dónde se encuentra y de qué manera está colocada no es relevante únicamente desde una perspectiva simbólica. Porque nunca son objetos puramente funcionales, sino también estéticos. Como tales componen un trasfondo y un horizonte estético para la práctica de la comida, que en sí constituye siempre una cuestión estética. Sin embargo, sus cualidades estéticas no se derivan del hecho de que estas mesas – incluso cuando no se utilizan – doten de un carácter determinado a los espacios en los que se encuentran y puedan integrarse mejor o peor en función de los demás objetos. Y tampoco dependen de sus ornamentos o de la belleza de sus partes. También una mesa sin ornamento, fabricada con materiales de alta calidad, posee su propia belleza: claridad, presencia y armonía. Los materiales de las mesas, ya estén hechas de madera, material sintético, cristal o metal, no deberían de ser intercambiables y cumplen variadas funciones simbólicas. Marcan una clara diferencia estética en el conjunto. En su libro «Los lenguajes del arte», el filósofo estadounidense Nelson Good describe diversas funciones simbólicas de los objetos estéticos. Para él resulta particularmente importante una función simbólica que denomina «ejemplificación»: que un objeto demuestre sus características. Los objetos no son simbólicos solo en la medida que representan algo. También son simbólicos porque muestran algo de sí mismos. En consecuencia, los materiales de las mesas no son intercambiables; las superficies y sus acabados no son arbitrarios – especialmente cuando no están fabricadas industrialmente, sino que el trabajo individual confiere el lustre final al material –, y la forma de la mesa no es irrelevante. El carácter orgánico y vital de la madera, que a nivel metafórico parece respirar, es diferente de la presencia fría de una mesa de piedra o la marcada elegancia de una mesa de cristal. Y si estos materiales se combinan en una mesa, no se equilibran del mismo modo: a través de su combinación adquieren nuevas cualidades estéticas porque se complementan.

Naturalmente, tanto en las mesas como en los demás objetos de diseño, la elección de los materiales y de sus formas se encuentra generalmente supeditada a su función. El arquitecto estadounidense Louis Sullivan pasó a la historia del diseño por su influyente lema: la forma sigue a la función. Sin embargo, este lema presupone erróneamente que la función

no se puede determinar por sí sola de manera abstracta, sino que de ella se deriva en cierto modo la forma. La afirmación de que una mesa está ahí para comer en ella solos o en compañía no es falsa desde la perspectiva de la teoría del diseño, pero sí se queda algo corta, porque se salta el momento específico de su diseño. Las mesas son objetos de diseño porque la función que cumplen se ha dotado de una forma estética: es una función diseñada y elaborada, y el tipo de mesa en la que comemos sí que marca una diferencia en el conjunto. Si es cierto que el diseño comienza donde las funciones deben definirse, entonces no podemos hablar abstractamente sobre la función de una mesa para comer. Más bien debemos reflexionar sobre la historia de la mesa en relación al estilo de vida. Se ha de tener en cuenta asimismo la manera en que las mesas han modelado e influido en el ritual comunitario de la comida a lo largo de la historia. Si nos detenemos a pensar sobre la función de las mesas y sobre su papel en la creación de una forma determinada de encuentro público y de comunidad, entendemos que dicha función ha sido formalizada cada vez de un modo nuevo y diferente.

Al igual que el templo antiguo de Heidegger genera una comunidad de culto, las mesas en las que comemos generan una especie de comunidad efímera o sucesiva. Sentarnos juntos a una mesa para comer abre un espacio para ponernos de acuerdo con otros sobre lo que somos. Tal como muestran estas reflexiones, el tipo de mesa en el que nos sentamos marca una diferencia más allá de su aspecto estético.

Ilustraciones: Gerwin Schmidt





Un universo de detalles Shinichiro Ogata describe la filosofía de su restaurante y su concepto de interiorismo

Cocina, arquitectura, embalajes... la creatividad está siempre presente. No me fijo horarios determinados, como las mañanas o las noches, para desarrollar nuevas ideas. Las soluciones aparecen a menudo cuando menos se las espera. El aspecto táctil es fundamental para mí, necesito sentir con mis manos las formas y las texturas de los objetos. A veces paso horas sentado en mi habitación, meditando sobre el tamaño perfecto de la ventana junto a la que se sientan los clientes para disfrutar de la comida y de las vistas.

El espacio que diseño para los invitados es el más importante, y en él tienen lugar los momentos más creativos. Aplico con frecuencia modelos arquitectónicos y los modifico por lo menos tres o cuatro veces hasta que me convengo de que no debo seguir. Soy muy perfeccionista, por lo que debo prestar atención a que la belleza no sea víctima de la perfección. Los pequeños errores, saltos o desplazamientos no solo deben aceptarse, sino tenerse en cuenta. Precisamente así es como entendemos la belleza en Japón: como transición. El paso de las estaciones del año, la floración, el envejecimiento. En el restaurante Yakumo Saryo, el suelo negro de uno de los ambientes está algo desgastado por las pisadas; nada grave, simplemente envejecido. Y así ha de seguir, es algo natural. Las personas van y vienen. ¿Por qué habría que ocultarlo? Sobre una escultura de hierro conservamos actualmente una hortensia marchita que simboliza el final del verano. Y en primavera, cuando llegue el momento, el ciruelo situado ante la ventana del restaurante será uno de los primeros en abrir sus flores. Por ello he elegido la flor del ciruelo como logo: el símbolo del comienzo y del despertar.

La naturaleza lo relativiza todo. En esto se basa mi escala de valores. Por lo tanto me

pregunto: ¿estoy pensando en este proyecto solo como ser humano o como parte de la naturaleza? La naturaleza interviene a menudo para impedir que un proyecto llegue a buen puerto. Puedo vivir con eso. Mi experiencia me ha enseñado que eso no es el final, sino el camino hacia un objetivo distinto. Es muy probable que después se produzca un giro inesperado y surja una forma distinta de belleza que de otra manera no se habría manifestado. Con el paso de los años he comprendido que las cosas se autorregulan... aunque primero tienes que actuar y posiblemente sentir dolor, desesperación y decepción. No puedes evitarlo. No existen los atajos. Un ejemplo: todos los espacios para mis restaurantes y mis tiendas los encontré paseando durante días por la ciudad. Y todos los lugares en los que pensé «oh, esto sería perfecto, ¿pero estará libre y será asequible?» acabaron funcionando. Para el Yakumo Saryo firmé el contrato el mismo día que descubrí su ubicación. Como si fuera magia. Pero hay que tener claro que nunca pasa nada cuando uno piensa que tiene todo el tiempo del mundo. ¡Hay que ponerse presión!

El tamaño no es importante para mí. Tanto en un hotel gigantesco como en un plato minúsculo, los detalles son siempre lo más importante. Si fallan, el conjunto tampoco quedará bien. La espiritualidad vive en el detalle. Y si no has podido capturarla en lo pequeño, ¿cómo van a sentirla a gran escala los comensales de un restaurante? Mire a su alrededor: en el Yakumo Saryo no encontrará ningún canto afilado. Mesas, ventanas, esquinas, marcos... los he redondeado todos. Y esto es solo un aspecto más en el universo de detalles que contribuyen al confort del huésped y crean una atmósfera acogedora. Por cierto, la altura perfecta de una mesa en la que se degustan platos japoneses es de 65 centímetros, algo más baja que en el mundo occidental. Así se dispone de más espacio debajo de los codos cuando se sostiene un cuenco de arroz en la mano izquierda y los palillos en la derecha. De lo contrario habría que elevar más los brazos y resultaría bastante incómodo.

En nuestro mundo acelerado y altamente tecnificado no todos consiguen alcanzar la calma interior necesaria para poder valorar un lugar como el Saryo. No me malinterprete. Jamás intentaría imponer mis propios valores sobre los de los huéspedes. Solo intento atraerlos hacia mi mundo. Si vienen, echan un vistazo y no se sienten a gusto, no regresarán. Y está bien así. En cierto modo me veo

Izquierda y página doble

siguiente:

Shinichiro Ogata se ha puesto como meta definir la estética japonesa para la siguiente generación. La belleza, explica, radica en la transición, como la que se crea entre luz y sombra por la posición de la mesa en el restaurante Yakumo Saryo.





Página izquierda:
La escala no es un criterio. Para Ogata los objetos más pequeños son siempre los más importantes. En la casa del té se sirven más de 30 variedades de té en un ritual cuidado hasta el mínimo detalle.

Arriba:
Las mejores ideas llegan con frecuencia cuando menos se las espera. Para crear unas vistas perfectas, Shinichiro Ogata pasa horas sentado junto a la ventana.



como alguien que construye una comunidad, como un mediador que crea un marco para personas afines. Si en este entorno se sienten como en casa, regresarán y compartirán con otros sus propios valores. Para poder reservar una mesa para la cena, primero debe introducirle uno de nuestros clientes habituales. También puede disfrutar del Saryo en el desayuno o al mediodía. De esta manera, tanto usted como nosotros tenemos ocasión de conocernos y averiguar si la química funciona. Somos un restaurante y el concepto de «servicio» se cumple con nosotros a la perfección. Pero eso no quiere decir que seamos sirvientes.

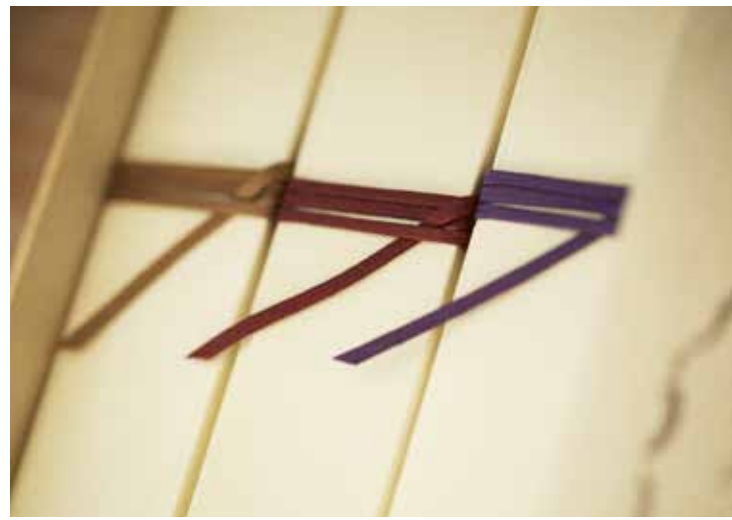
Toda mi vida es una gran contradicción: por una parte añoro un mundo perfecto y la armonía de todas las cosas que están conectadas entre sí a través de los espacios que he creado. Por otra parte, el proceso creativo implica caos. La creatividad no se puede controlar. Es como una ola que intentas montar. Si tienes suerte, te llevará a nuevos descubrimientos. Vivo cada día con este conflicto. Lo disfruto, pero nunca he tenido la sensación de poder alcanzar la perfección. La incompletitud es la historia de mi vida. Persigo la per-

fección cada día, un poco aquí, otro poco allá, y a lo largo de este viaje sin fin va surgiendo la energía creativa.

Mi trabajo se compara en ocasiones con el de un director de cine que seduce al público y lo lleva a su reino. El cámara es el cocinero, el plató es el restaurante y la comida es la historia. Sin embargo, siempre veo esta película desde el punto de vista del espectador, no desde la silla del director. Así se me ocurrió por ejemplo la idea de los palillos congelados. La comida se corta con el cuchillo y se pincha con el tenedor antes de llevarla a la boca. Los palillos, que en japonés llamamos ohashi, simplemente conducen la comida. Es una señal de que el plato ya está preparado y cortado adecuadamente para degustarlo. Los palillos son una prolongación de la mano. La forma en que los palillos rozan los labios, la boca y la lengua determina el sabor de la comida: está demostrado científicamente. Para una comida japonesa completa basta normalmente con un juego sencillo de cuatro ohashi distintos, que se diferencian en forma, grosor y color. Con los palillos finos no se pueden coger fideos udon, pero a cambio se emplean para las tiernas porciones de pes-

cado crudo. Por su parte, los palillos de color gris carbón son más sólidos y pesados y son más adecuados para la carne. Para los dulces se utilizan palillos verdes de bambú recién cortado. Su color hace pensar en algo festivo, una celebración de año nuevo, una boda o un cumpleaños. El comensal debe tener la sensación de que el anfitrión ha subordinado todos sus actos a los conceptos de «servicio» y «respeto»: por la mañana ha ido al bosque de bambú, ha cortado la madera y ha fabricado los palillos. Yo añado una nota personal: en mis restaurantes los palillos de bambú se guardan en el congelador antes de colocarse en la mesa para el comensal. De esta manera conservan el frescor y el color del bosque. En comparación, los palillos redondos y algo más gruesos de madera de cedro se sirven húmedos para que el arroz no se quede pegado en ellos. Pero esto no es una invención mía, sino que forma parte de la tradición.

Japón está atravesando una época difícil tanto a nivel político como económico. Por eso no debemos olvidar que la geografía de nuestro país es una bendición. Como isleños, desde tiempos ancestrales tomamos lo que Asia nos ofrece. Lo mejor lo protegemos, lo



Arriba:
En el Higashiya Ginza de Ogata la confitería japonesa se prepara y se envuelve artísticamente según las reglas de diseño tradicionales.

Página derecha:
Crear algo a partir de la tradición pensando en alguien de un futuro lejano: este concepto guía a Shinichiro Ogata en el diseño de sus tiendas y sus productos.

conservamos y lo archivamos minuciosamente. Así es como Japón se ha convertido en un auténtico almacén de ideas, cultura y sabiduría. Algunas cosas procedentes de China siguen vivas aquí, mientras que allí desaparecieron hace tiempo. Por lo tanto, parto de la convicción de que sabremos superar esta época difícil.

Ya he hablado de la espiritualidad que vive en los detalles. Pero ocuparse de los detalles no significa que la espiritualidad pueda crearse. Aparece solo cuando ella quiere. Mis espacios quieren ser una invitación a la espiritualidad. En Japón, para llegar hasta un templo hay que recorrer un largo camino de piedras antiquísimas y escaleras a través de un jardín. Cuando llegas, básicamente no encuentras nada más que una sensación sobrecogedora de espiritualidad. Este concepto me da una dirección a seguir y me alienta. Una vez dicho esto, resulta casi decepcionante el estilo de vida tan urbano que llevo. Pero no puedo evitarlo. No puedo refugiarme en las montañas y aislarme de la vida moderna. No tengo esa libertad, pero siempre puedo crear instantes de una vida introspectiva y cercana a la naturaleza en pleno Tokio. Traba-

jo mucho cada día y durante muchas horas. Me infunde fuerza escuchar mi voz interior, sentir mis raíces y pensar en el lugar donde crecí, rodeado de naturaleza, en Nagasaki. Mi espíritu regresa a menudo hasta mi infancia en busca de respuestas. En Japón es tradición conservar los lugares antiguos en el corazón. Por eso viajo lo más posible por el país, para mantenerlo vivo en mi espíritu.

Una última observación: todo puede crearse. El verdadero reto consiste en cómo uno multiplica y difunde su creación, su producto. Fabricar un objeto único y pagar por él un millón de yenes es sencillo. Pero ¿cómo fabricar miles de unidades y reducir los costes de producción a una fracción de los gastos originales, de modo que resulte asequible? Si los productos japoneses elaborados a mano dejan de venderse, una parte de nuestra tradición desaparecerá. Por eso debo proseguir con mi trabajo y mantener con vida nuestra artesanía única ... cueste lo que cueste.

Grabado por Roland Hagenberg.

Fotos: Hiroki Watanabe





Más allá del tiempo El Tawaraya Ryokan en Kioto es una obra de arte integral de elegante sencillez. Una conversación con la 12ª generación de propietarios

Es la una del mediodía cuando entramos en la casa. Dejamos los zapatos en el umbral y nos calzamos unas pantuflas gris-beige. En el interior, el huésped se ve rodeado de pátina y penumbra: la luz del sol se filtra, se atenúa y, al fondo de la casa, prácticamente desaparece. Uno pierde enseguida el sentido del tiempo.

A lo largo de tres siglos, el Tawaraya Ryokan ha alojado huéspedes ilustres y prominentes de todas las épocas. Los ryokans son posadas tradicionales japonesas fundadas en su momento para los viajeros de comercio. El más antiguo del país se remonta al siglo octavo. Y Tawaraya es probablemente el más famoso de todos los ryokans.

Toshi Satow se hizo cargo del hotel en 1965, representa la 11ª generación de la familia de propietarios y fue la primera mujer en asumir este rol. Ella es la que ha creado el mito actual: Tawaraya es uno de esos hoteles en los que hay que haber pernoctado al menos una vez en la vida. Cree firmemente en las tradiciones de Kioto y ha diseñado el interior con maestría, combinando materiales y objetos clásicos, en su mayor parte elaborados a mano, con piezas seleccionadas del mid-century europeo. Además ha modernizado las instalaciones conjugando cautela y atrevimiento.

Ahora su hijo también dirige el negocio. Morihiro Satow no ha cumplido todavía los 50 y estudió Historia del Arte en la Universidad de Columbia, en Nueva York. Quiere asegurar un futuro a este monumento hos-

telero, que concilia tradición japonesa y confort occidental al servicio del ideal más elevado del zen, la armonía. Y su familia ha de poder vivir de un mercado, el hotelero, que se encuentra en plena transformación.

Su hotel existe desde hace unos 300 años. Usted representa la 12ª generación de propietarios, la primera con presencia activa en las redes sociales. ¿Cómo se mantiene una tradición tan poderosa en una época que avanza con tanta rapidez? El estilo de vida está cambiando mucho actualmente y queremos adaptarnos a él sin cambiar el carácter del ryokan. Probablemente sea la tarea de mi generación proteger el espíritu de la casa, preservar la tradición y acometer las modernizaciones con mucho cuidado, paso a paso. Un ejemplo es el cambio de las lámparas a bombillas led. Naturalmente con el led se reducen los costes de electricidad, pero la dosificación de la luz es más complicada. Este es un tema importante en una casa en la que la luz desempeña un papel tan esencial.

¿Podría citar otros ejemplos? Los huéspedes de Europa o Estados Unidos, por ejemplo, no están acostumbrados a comer sentados en el suelo. Pero en Japón también se está perdiendo la costumbre, y a menudo solo la mantiene la generación más mayor. Por eso hemos modificado el diseño de asientos y mesas para disponer de más espacio para las piernas. Además, muchos huéspedes quieren estar localizables y trabajar con el portátil en la habitación durante su estancia. Así que

hemos integrado pequeños escritorios que no llaman la atención. Ahora hay suites con dormitorios propios en los que las camas pueden utilizarse durante el día. Puedes echarte una siesta, algo muy necesario cuando se sufre jet lag. Según la tradición, los futones deben montarse por la noche y guardarse en los armarios por la mañana. Entonces no existía el jet lag.

¿Significa esto una pérdida en lo que concierne al carácter japonés? No, porque en Japón también cambian las costumbres en cada generación. Las mesas en las que comía la familia, como las nuestras en laca de Negoro roja, solo existen en Japón desde la modernidad. Antes cada miembro de la familia se sentaba ante su propia mesita.

¿De dónde procede este aroma tan agradable? De los nuevos tatami. Las esteras están hechas de junco y acolchadas con paja de arroz. Los fabrica artesanalmente muy cerca de aquí uno de los pocos especialistas que quedan. Los tatami se renuevan cada año en todas las habitaciones, y siempre con el cambio de año. En Japón hay muchas casas nuevas donde ya no existen estas superficies.

Nada de lo que han renovado parece totalmente nuevo, y nada de lo que siempre ha estado aquí parece desgastado. Ya sean los biombos centenarios, una antigua ofrenda funeraria o una silla de Arne Jacobsen ... todo contribuye a esta obra de arte integral, con su presencia austera y sensual según el

Página izquierda:
El patio central recibe a los huéspedes y cambia con las estaciones. En primavera exhibe pequeños árboles en flor, y antes de Navidad se cuelgan en sus ramas bastoncillos de algodón teñidos de colores como anticipo de la próxima primavera.

Página doble siguiente:
Cada habitación posee sus propias vistas al musgoso jardín, un reino de matices sombreados en el que las hojas de arce caídas se mantienen a la vista con todos sus colores hasta bien entrado el otoño.





Página izquierda:
Los shojis, los paneles visibles ante ventanas y armarios, están compuestos por una estructura de madera revestida con papel washi y son un elemento importante en las viviendas tradicionales. El número de capas de papel determina la precisión y la dureza de la silueta.

Abajo:
Los ambientes en la planta baja también están organizados mediante shojis, al igual que el nuevo despacho de inspiración escandinava con el sofá de Finn Juhl. Desde él, la mirada se dirige hacia la bañera de madera del patio interior.



concepto estético del wabi-sabi, la nobleza de lo modesto. La casa, tal como la ve usted ahora, lleva el sello de mi madre, es su obra. La heredó cuando murió su hermano. Mi madre tiene un don especial para fusionar épocas y culturas y sigue proyectando todo lo que ve aquí. Ha diseñado muchos de los muebles, habla con los fabricantes de papel y selecciona todos los objetos de las habitaciones. Pero no le gusta aparecer en público ni viajar.

¿En qué está trabajando actualmente?

Ahora está cambiando los shojis, los paneles de papel que filtran la luz del sol, que hemos diseñado nosotros mismos. Están compuestos por un marco de madera con una red de travesaños ante la que se coloca papel washi. Nuestros nuevos shojis no tienen solo un lienzo de papel, sino dos o tres capas superpuestas. El lienzo inferior está fijado con cola a cada travesaño de la red, y los otros dos solo a los bordes, es decir, están más sueltos. Gracias a ellos, las sombras proyectadas por la red sobre el papel son más difusas que si solo tuvieran una capa. La silueta de la red sobre el papel presenta unas líneas menos claras y menos duras, resulta más suave. Así nos parecen mucho más hermosos y cálidos.

En su libro «El elogio de la sombra», Jun'ichirō Tanizaki dice que la belleza no debe buscarse solo en los objetos, sino en el claroscuro, en el juego de sombras que se despliega entre los objetos. ¿Qué importancia tiene en esta casa la manera en que la luz incide en los espacios? Es muy importante. Tanto la intensidad

de la luz como la forma en que se apantalla y los lugares donde se permite su paso. La gradación de la sombra constituye la auténtica belleza de un espacio. Aquí, en el ryokan, cada habitación cuenta con unas vistas únicas al jardín. Ante cada ventana hay colgada una celosía de bambú aproximadamente hasta la altura de los ojos para que la luz no deslumbré y la atención se dirija hacia el jardín, ya que los tonos oscuros y la composición del jardín refrescan el espíritu.

¿Qué significado tienen los tokonoma, las hornacinas de las paredes en las que se cuelgan rollos de papel pintados y frente a los que se colocan objetos y ramilletes de flores? En estos rincones decorativos los detalles también son muy importantes, y existen reglas tradicionales precisas para su composición. La altura a la que cuelga el rollo y su armonía con las proporciones de la pared son tan importantes como lo que se representa en ellos. Cuando la imagen se cuelga alta, crea una cierta tensión. Si se cuelga más baja, la tensión desaparece; en la ceremonia del té, por ejemplo, se cuelga alta. Muchas de las imágenes tienen un vínculo temático con las estaciones del año. Por eso se cambian regularmente. En la fiesta para celebrar la iluminación de Buda, que tiene lugar en diciembre, presentan un motivo relacionado con Buda. El huésped se sienta ante la hornacina y se convierte en una parte de ella.

Una de las grandes atracciones son los baños y las bañeras de madera de pino helecho.

Están llenas de agua cuando el huésped llega al ryokan, y se cubren para que el agua no se enfríe. La madera es robusta y posee un aroma muy agradable, algo importante en el baño. Cuando el huésped está sentado en el agua caliente, su mirada se dirige directamente hacia el jardín. Las toallas han sido tejidas especialmente para nosotros, y su textura ha sido ponderada minuciosamente. Están hechas de algodón con gasa, de modo que resultan suaves al tacto y retienen la humedad sin que se note.

Vemos jarrones antiguos de Lalique y claras influencias escandinavas. ¿Cómo conjugan los acentos europeos con la herencia japonesa? En una de las suites hemos instalado un pequeño estudio con un sofá de dos plazas de Finn Juhl y una lámpara de Poul Henningsen. En el reformado despacho de mi padre, el fotógrafo Ernest Satow, y que ahora es una sala de reposo, hemos colocado asimismo muebles escandinavos. Quedan muy bien en estas nuevas habitaciones, no tanto en los espacios tradicionales. Mi madre también diseñó muebles en estilo escandinavo, como los sillones bajos de mimbre Zaisu, sin patas, para las mesas de comer. Se confeccionaron en Japón, pero por desgracia la empresa ya ha desaparecido, así que no podemos sustituirlos; por fortuna no se han estropeado. Su propio apartamento está lleno de Bauhaus: muebles de Marcel Breuer, pero también la silla Barcelona de Ludwig Mies van der Rohe. Aquí no quedarían bien. En Kioto hay buenas tiendas de antigüedades que proveen a mi



madre con las últimas reediciones o le envían sus mejores piezas antiguas para que pueda elegir.

El ryokan está lleno de ramilletes de flores preparados con mucho amor en jarrones antiguos... un juego de permanencia e impermanencia. Mi mujer cambia estos ramilletes cada día. Las flores crecen en un pequeño jardín en la azotea, siempre son frescas. La forma de componer los ramilletes y su significado se corresponden con las estaciones del año y las fiestas que se celebran en Kioto. En el patio de luces que los huéspedes atraviesan cuando llegan al hotel hay un cerezo en primavera, una glicinia en verano y, para el final del año, un arbusto que se decora con bastoncillos de algodón rosas como si fueran suaves capullos de flor. Encarnan la esperanza de la llegada de la primavera.

Aquí la tecnología moderna se oculta meticulosamente. ¿Cómo consiguen armonizar el progreso técnico con la estética tradicional? Con las grandes pantallas planas que quiere la gente hoy en día, no resulta nada sencillo. Una se guarda por ejemplo en un aparador decorado por un conocido pintor con motivos de las tres grandes festividades tradicionales de Kioto. Este problema quizá desaparezca en unos años, porque todo el mundo mirará su propia tablet. Entonces necesitaremos una conexión a internet todavía más rápida.

Todo parece hecho a mano. ¿Acaso utilizan alguna máquina? Por supuesto, tenemos



una aspiradora por ejemplo. Pero los detalles se repasan a mano, también durante la limpieza. Solo así quedan perfectos.

¿Cómo instruye a su personal? En el hotel trabajan unas 60 personas para 18 habitaciones. Cada huésped tiene su propia responsable de habitación. Saber cómo se hacen las cosas y los numerosos detalles que deben tenerse en cuenta, es un conocimiento que las mayores pasan a las jóvenes. Naturalmente, el huésped no debe ver cómo se realizan estas tareas. Nos esforzamos mucho para que nadie se dé cuenta.

Steve Jobs, el fundador de Apple, se alojó aquí. ¿Qué hizo? Estuvo varias veces aquí con su familia, solían quedarse una semana. Casi siempre estaba trabajando. Se sentaba en el escritorio en el que usted está sentado ahora, y el Apple Powerbook que ve encima es el ordenador con el que trabajaba.

Entrevista: Anne Urbauer
Fotos: Yasuyuki Takagi



Arriba: Morihiro Satow es profesor de historia del arte y dirige el ryokan de su familia. Con más de 300 años de antigüedad, la herencia sigue en buenas manos en la 12ª generación de propietarios. — Las composiciones florales son la gran pasión de su mujer. — Los jardines no se conciben sin elementos clásicos como las fuentes o los farolillos de piedra.

Página derecha: Los biombos históricos describen antiguas costumbres y solo se muestran en ocasiones especiales. Durante el resto del año se guardan como obras de arte.





Una mujer sensata

La cocina de la escritora Joan Didion era un remanso de paz en medio de los excesos del Hollywood de los años 60 y 70

La escritora Joan Didion de 81 años solo necesitaba de tres cosas en su vida: escribir, la familia y cocinar. Hasta la muerte de su marido, John Gregory Dunne, en 2003, la preparación de las comidas representaba para ella un ritual cotidiano. Cada tarde a las cuatro se preparaba un cóctel, se sentaba en la mesa de la cocina y leía las páginas que había escrito ese día. Después se dedicaba a los preparativos para la cena.

En el caso de Didion, que ya ha cumplido 81 años, la cocina debió ser lo más cercano a la felicidad. En una foto de los años 70 se la ve en la cocina con una sonrisa en el rostro, una imagen poco frecuente. Rodeada de ollas Le Creuset, irradia algo que podría llamarse realización.

Un estado que no suele asociarse con la escritora Joan Didion. Se la ha retratado como una mujer asustadiza, agobiada por las migrañas y socialmente intratable. Y también como un icono de estilo, como en la imagen del fotógrafo Julian Wasser de 1968 junto a su Corvette Stingray amarillo: la escritora más independiente e importante de la modernidad norteamericana.

Los libros de esta mujer de Sacramento describen la América de los años 40 con una mirada clara y libre de ideologías.

En «Slouching towards Bethlehem», Didion escribe sobre las grandes revoluciones políticas de los años 60; en «Play it as it lays», sobre la emotiva muerte de una mujer en Hollywood; en «El año del pensamiento mágico» y en «Noches azules», sobre lo que se siente al perder a tu marido y poco después a tu hijo. Su estilo es único. Escueto, fresco y no obstante rebosante de presión, de energía atrapada.

Joan Didion escribió sus recetas de cocina en el mismo estilo que sus libros. En la plataforma de crowdfunding kickstarter

podía encontrarse una versión manuscrita de las mismas en el marco de una labor de documentación que se estaba realizando sobre ella. Es capaz de comprimir una receta de risotto en 40 palabras y hacer que las breves instrucciones de su ensalada de perejil personal parezcan una poesía. Desde entonces, los medios de comunicación estadounidenses han intentado «leer» también en sus recetas.

Mientras que la web de gourmets neoyorquina Grub Street se preguntaba si la receta de caramelo y crema de Didion era tan encantadora como la propia Didion, la autora de la plataforma de internet BuzzFeed no conseguía entender todo ese asunto del encanto, ya que en su opinión el encanto de Didion era frío, más bien poco amable y nada dulce. Es difícil imaginarse otra escritora capaz de generar debates sobre su carácter a partir de una inofensiva receta de postre.

Una señal de que Didion se tomaba la cocina con la misma seriedad que la escritura. No se permitía ningún error en la cocción, ninguna confusión con las especias. «Era una cocinera fantástica y cocinaba cada día. Preparaba filetes Wellington para una cena de 35 personas y de paso una ensalada, por ejemplo, para los que no comían carne», recuerda Eve Babitz, party girl de Hollywood, musa y gran conocedora de la sociedad californiana de los años 60. Describe a su amiga Joan como «la única persona sensata de aquella época». Mientras que los demás invitados de la cena acababan en algún momento por los suelos en un estado de intoxicación, la anfitriona simplemente seguía cocinando. Sin drogas y para medio Hollywood.

Por aquel entonces, el que recibía una invitación para acudir a su casa y a la de su marido, el escritor John Gregory Dunne, entraba a formar parte del círculo íntimo del mundo del entretenimiento. La pareja de autores vivió al principio en Malibú y después en el barrio algo más burgués de Brentwood. Escribieron guiones de cine y durante mucho tiempo fueron considerados la pareja de moda de Hollywood o, como su colega Josh Greenfield lo describe en una biografía sobre Didion de 2005, como «celebrity fuckers». Una descripción poco amable para personas interesadas en las estrellas.

Entrar en su hogar significaba sumergirse en un universo de manteles de lino francés, porcelana fina, floridos sofás de Chintz y elefantes de cristal, dispuesto como para una sesión fotográfica de Vogue y perfecto para que Joan Didion pudiera refugiarse de su propio mundo interior. Cuanto más emocionales

Página izquierda:
Joan Didion en su salón de Los Ángeles en los años 70. A sus 81 años, esta mujer representa una de las voces principales del llamado «nuevo periodismo» y está considerada una de las escritoras vivas más importantes de Estados Unidos.

Página doble siguiente:
Borsch, alcachofas, ensalada de perejil: Joan Didion preparaba cada noche platos con solera para un círculo de amistades caprichoso y que no siempre vivía conforme a las leyes establecidas. Recibir una invitación para compartir la mesa de Didion se consideraba un símbolo de distinción.





e inestables parecían los protagonistas de sus novelas y ensayos, tanto más acogedor e imponente resultaba el diseño interior del hogar Didion/Dunne. Y las invitaciones que repartían eran asunto de alta política en su lucha por acumular capital social.

La actriz Natalie Wood acudía a las cenas, al igual que el cineasta Tony Richardson o el grupo musical The Mamas and the Papas. Políticos, periodistas, intelectuales y estrellas de Hollywood narcisistas pasaban la noche entera comiendo en su casa, algo inusual en un Los Ángeles que solía acostarse temprano. Didion poseía un instinto infalible para saber lo que debía cocinar para cada persona. Para Patty Smith, algo ligero, ¿qué tal un ragú de pollo y pimienta amarilla con una baguette? Para Richard Roth, el productor de Hunter y Terciopelo azul, algo terrenal, quizás jamón cocido con ensalada de col. En otoño a Didion le gustaba servir el borsch tan apreciado por la escritora Nora Ephron. Y también gumbo o sopa de guisantes.

La fuerza de sus fiestas y veladas gastronómicas partía ante todo de una división del trabajo perfecta. Joan y John tenían sus papeles bajo control. El marido actuaba como

un maestro de la conversación y pronunciaba grandes discursos en la mesa; Joan se ocupaba de la cocina y normalmente se sentaba en silencio entre las estrellas de Hollywood, recopilando mentalmente material para sus libros. Durante todos aquellos años Didion y Dunne trabajaron juntos para redefinir el concepto de «power lunch» e invertir las relaciones de poder. Simplemente seleccionando un único plato eran capaces de mostrar a las grandes personalidades de Hollywood cómo funcionaba el poder y a qué sabía. Esto se aplicaba sobre todo al almuerzo especial de Didion: sopa de puerro fría, entrantes, baguettes y vino blanco. Las comidas del mediodía, señala Dunne, «estaban compuestas de tal manera que indicaban una cosa: estabas en nuestra casa, en nuestro territorio. Habría sido descortés que un invitado infringiera nuestras reglas. Ya no éramos empleados de esta gente. Éramos sus anfitriones».

Texto: Anne Philippi

Fotos:

Pág. 50: CSU Archives/Everett Collection/picture alliance

Pág. 52/53: Henry Clarke/Vogue, octubre 01, 1972;

(c) Conde Nast

Pág. 54: Julian Wasser;

Pág. 55: John Bryson/Sygma/Corbis



Arriba:

Las fotos tomadas por Julian Wasser en 1968 para la revista Time, que muestran a Joan Didion ante su Corvette Stingray amarillo daytona, iniciaron su reputación como icono de estilo e influyen todavía en campañas publicitarias, como la del sello de moda francés Céline.

Página derecha:

El matrimonio de Joan Didion y John Gregory Dunne fue una alianza de dos librepensadores independientes y ambiciosos. Escribían guiones juntos. Tras la muerte de Dunne en 2005, ella escribió su libro más conocido hasta la fecha: «El año del pensamiento mágico».

Profundizar en la información Biografías, créditos

Biografías

Tim Boreham

vive en Sidney y es cofundador de The North Journal, una revista trimestral sobre economía creativa en formato de periódico. Además informa apasionadamente sobre grandes eventos de surf, como la Triple Corona de Oahu, Hawái. Para bulthaupt culture ha visitado a Simon Woolley, fundador de la empresa de agua mineral Antipodes, en Whakatane, Nueva Zelanda.

Doris Chevron

es una escritora y cineasta residente en Nueva York y además trabaja en Condé Nast como corresponsal para Architectural Digest. Cuando descubrió la ubicación de la panadería de la tienda de delicatessen Dean & DeLuca, en el barrio neoyorquino de Chelsea, se quedó asombrada: en realidad, escribió en un correo electrónico, es un «lugar para galerías y boutiques de moda o agencias de publicidad».

Daniel Martin Feige

es profesor de filosofía y estética especializado en diseño en la Academia Estatal de Bellas Artes de Stuttgart. Se doctoró en Fráncfort del Meno en 2009 tras finalizar sus estudios de piano y filosofía. Además de sus investigaciones de filosofía del diseño, se ocupa principalmente de cuestiones de estética filosófica y teoría del arte. En 2014 publicó en la editorial Suhrkamp un libro sobre la filosofía del jazz, y en 2015 uno sobre la estética de los videojuegos.

Shinichiro Ogata

nació en Nagasaki y vive como diseñador y empresario en Tokio. En 1998 fundó su empresa Simplicity Co., Ltd. Su gran tema es la redefinición contemporánea de la estética y el diseño japoneses en los campos de la arquitectura, el embalaje, el interiorismo, el diseño gráfico y de producto. Trabaja para múltiples clientes y, además de en empresas fundadas por él como Dining Club, también para la casa de té Yakumo Saryo, el restaurante Higashi-Yama, la marca de confitería Higashiya y la línea de productos S[es]. Además es responsable de un buen número de proyectos para terceros así como del diseño de la premiada línea de vajilla de papel Wasara (2008), las filiales de la empresa de cosmética Aesop en Kioto, Tokio, Yokohama, Osaka y Fukuoka (desde 2013), la Intermediateque de la Universidad de Tokio (donde también ejerce labor docente) y el hotel Hyatt Andaz Tokyo Toranomon Hills (2014). Recientemente ha publicado su primer libro, Higashiya. Sus obras han recibido numerosos galardones, como el Chicago Good Design Award y el JCD Design Award.

Peden & Munk

Taylor Peden y Jen Munkvold residen en Nueva York y Los Ángeles y están considerados artistas de referencia en la fotografía de producto y de comida. Trabajan para Apple, Condé Nast Traveler, Crate & Barrel, GQ, Hollywood Reporter, House Beautiful, LA Times Magazine, Martha Stewart Living, Mr Porter, The Ritz-Carlton, Sunday Times Style Magazine, The New York Times Magazine, Travel+Leisure, Wine Spectator y Vogue Nippon. Proporcionaron el material gráfico para los libros A New Napa Cuisine, The Grilling Book, Sweet y Comfort Food. Para bulthaupt culture han inmortalizado el ambiente matutino de la panadería de Dean & DeLuca en Manhattan.

Anne Philippi

vive como escritora y redactora en Los Ángeles y Berlín. Fue reportera de la Vanity Fair alemana y corresponsal en Hollywood para GQ. En 2015 publicó su primera novela, «Giraffen» (Jirafas). Actualmente está preparando un nuevo libro y una serie de blogs. Para bulthaupt culture ha redactado el artículo sobre la escritora Joan Didion, retratándola como una cocinera y anfitriona con los pies en la tierra ante los excesos de la sociedad hollywoodiense de los años 60 y 70. Desde que vive en Los Ángeles, comenta,

«estoy obsesionada con Joan Didion, con su vida y con su forma de escribir».

Créditos

Edición y copyright:

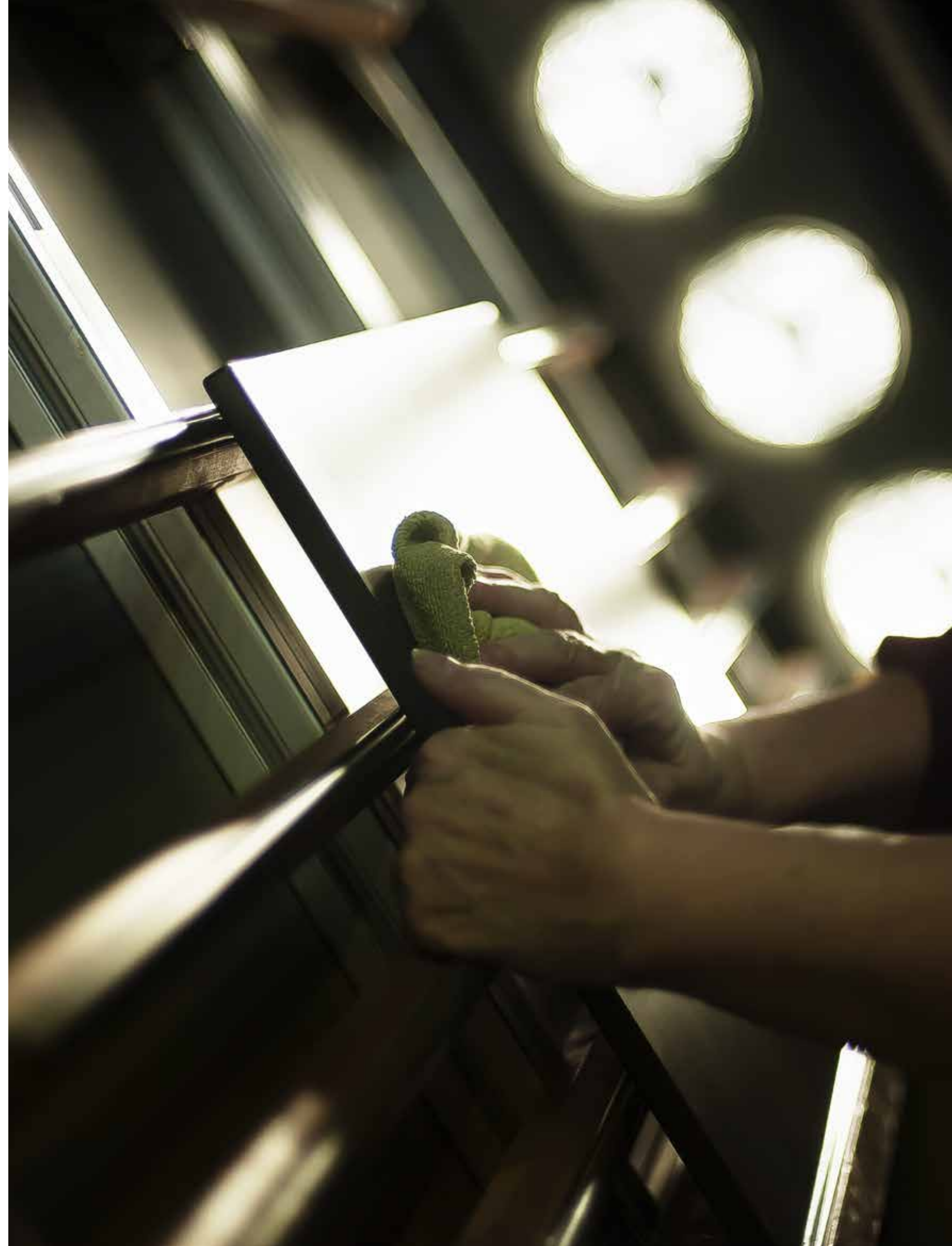
Bulthaupt GmbH & Co KG
Beatrix Neulinger (responsable legal)
Aich, Werkstraße 6
84155 Bodenkirchen, Alemania
Tel. +49 (0)8741 80 0, fax +49 (0)8741 80 340
info@bulthaupt.com, www.bulthaupt.com

Redacción: Estudio Anne Urbauer

Diseño: Gerwin Schmidt
Redacción gráfica: Estudio Andreas Wellnitz
Litografía y maquetación:
Benkler Reprotechnik GmbH

Reservados todos los derechos.

La reproducción de los artículos solo está permitida con la confirmación por escrito de bulthaupt y con mención precisa de las fuentes.





bulthaup