

KATJA MARTÍNEZ  
@katumartinez

# MUSTIQUE

AÑO 2018  
EDICIÓN 53

@REVISTAMUSTIQUE  
KEEPROLLING.COM



ISSN 1050 - 4752



9 771050 475003

ARGENTINA ARS 100.-  
CHILE CLP 4.000.-  
URUGUAY UYU 170.-  
PERÚ PEN 10.-  
PARAGUAY PYG 31.200.-  
U.S.A. US\$ 10





# ARQUITECTO

---

## de la moda

Claudio Pironi es argentino pero vive hace más de treinta años en Italia desde donde proyecta obras de arquitectura y diseño para el más sofisticado mundo de la moda internacional.

*Su más reciente obra para Philipp Plein en Londres incluye una arquitectura en blanco y negro de estilo minimalista.*





Claudio Pironi

Visible Invisible Bridge escultura realizada por Pironi que investiga la concepción del espacio y la relación entre el teatro occidental y el teatro Kabuki japonés.



Roma, París, Milán, Bakú, Nueva York, Hong Kong, Shangai, Londres y Ámsterdam son algunas de las ciudades que visita cada año Claudio Pironi, arquitecto y diseñador de interiores argentino radicado en Italia desde hace más de treinta años. ¿Su mundo? El de la moda. Y su llegada, el destino. Es que después de estudiar Arquitectura en la Universidad de Buenos Aires, en el año 1986 se fue a Italia a probar suerte con la idea de regresar a Buenos Aires a hacer carrera. Pero una cosa fue llevando a la otra, y luego de su primera experiencia laboral decorando una nave crucero, entró en un estudio que se encargaba de proyectar para el mundo de la moda, y allí se quedó durante algunos años. Al cabo de un tiempo, Pironi abrió su propio estudio en Italia y comenzó a trabajar

con marcas de moda *luxury*. El año pasado cuando *Wallpaper* me hizo una nota de seis páginas me pregunté: ¿cómo llegué hasta acá? Yo, que vengo de los bajos fondos de Olivos... Y tomé conciencia de una carrera. No me parecía que había pasado tanto o que yo había hecho tanta cosa, pero de repente me encontré con un estudio grande, con mucho trabajo y con reconocimiento mundial. Hoy, uno de sus grandes clientes es Philipp Plein, para el que proyectó la sede central en Lugano y su *showroom* en Milán, un edificio entero de siete pisos, además de la tienda de Londres. También trabajó con Casadei, la firma de zapatos de mujer, y con Vladimiro Gioia. En una charla con *Mustique*, se abordaron temas como el lujo, la moda, el diseño y la arquitectura.

### ¿Qué te inspira a la hora de proyectar una obra nueva?

Mi sensibilidad tiene mucho que ver con la arquitectura y el diseño de los años 30 y 40, pero la inspiración es poca, somos muy técnicos y trabajamos puntillosamente como un sastre, para confeccionar a medida según las necesidades del cliente. El *retail* es muy distinto a una casa, además del gusto personal hay que dar respuesta a una serie de necesidades que son de otros.

### ¿Cuál fue el pedido más raro o estrambótico que te hicieron?

Cuando armamos el local de Philipp Plein en Dailan, al norte de China, nos pidieron opacar la fachada del local de Emporio Armani, que estaba al lado.

### ¿Quiénes son tus referentes en el mundo de la arquitectura?

Jean-Michel Frank, un diseñador de interiores francés de los años 50 que para mí es el mejor de la historia. Pasó por Argentina: diseñó unos sillones con piel de ciervo que aún se pueden ver en el Hotel Llao Llao de Bariloche; también hizo algunas cosas en la entrada del edificio Kavanagh.

### ¿Cuál es la diferencia entre *premium* y *luxury*?

*Luxury* es Dior, Chanel, Louis Vuitton, Philipp Plein. Tiene que ver con cuánto se invierte en investigación y desarrollo. Las marcas *luxury* necesitan estar siempre un paso más adelante, por eso invierten mucho en marca, imagen, desfiles. Lo *premium* está un escaloncito más abajo.

### ¿En qué proyectos estás trabajando actualmente?

Estamos haciendo dos trabajos residenciales muy importantes. Uno es en Bakú, sobre un acantilado en el mar, y el otro es una casa de más de dos mil metros en el lago de Lugano. También vamos a hacer la casa de Plein en Beverly Hills, en Los Ángeles.

---

La luz es el 50% del proyecto: un proyecto bueno con una luz mediocre es un proyecto mediocre y un proyecto mediocre con una luz buena es un buen proyecto.

---



Proyecto residencial hecho en conjunto con la arquitecta Irma de Arrascaeta en una estancia de Umbria, Italia.



La tienda de Philipp Plein en Londres tiene 420 m<sup>2</sup> que se distribuyen en cuatro pisos donde los materiales que predominan son el mármol, el vidrio y el acero.

### ¿Cómo impacta la tecnología en la arquitectura?

La domótica, que es la tecnología electrónica aplicada a la arquitectura, se mueve muy rápido y en pocos años queda obsoleta. De cualquier forma, en una casa todo lo que tiene que ver con la tecnología es muy costoso entonces, para mí, va a haber una evolución a una tecnología que se pueda poner al día más rápido y que sea más accesible y, obviamente, sin cables.

### ¿Y cómo es tu visión de la tecnología aplicada al retail?

Los analistas dicen que se va a morir el negocio, porque hoy ya podés comprar cualquier cosa online más barata, te la traen a tu casa, el transporte de la devolución no tiene costo y es comodísimo. Eso hizo que muchas marcas hayan cerrado locales y que las marcas de lujo se movieran hacia una experiencia de compra emocional: vas a un negocio y te tratan como si estuvieras en un spa.

¿Cuál fue el pedido más raro o estrambótico que te hicieron? Cuando armamos el local de Plein en Dailan, al norte de China, nos pidieron opacar la fachada del local de Emporio Armani, que estaba al lado.

### ¿Y cuál es tu rol en este cambio?

La parte que me toca a mí es la creación del espacio y en eso tiene un rol muy importante la iluminación. La luz es el 50% del proyecto: un proyecto bueno con una luz mediocre es un proyecto mediocre y un proyecto mediocre con una luz buena es un buen proyecto.

### ¿Qué tipo de iluminación usás?

Me gusta la iluminación vertical para que se vean las cosas que están en las paredes y no las superficies. Los espacios donde la gente camina tienen que tener un nivel de iluminación más bajo porque el ojo humano está preparado para trabajar por contraste, entonces si ponés una iluminación uniforme no hay contraste y no hay expectativas. Cuando entrás en un negocio en el que las partes por donde circulás son más oscuras que el lugar en el que está el producto, la atención es automática, no tenés que pensar. Es una técnica doméstica que ahora se aplica mucho más al mundo de la moda.

### ¿Y qué otros cambios existen hoy en el diseño de los locales de moda?

La caja como lugar físico está desapareciendo. Hoy te sentás en el sillón, viene la cajera con el iPad con un aparato donde pasás la tarjeta. También hay muchos pagos en efectivo de grandes sumas en países como Inglaterra o Dubai, por eso la caja es un ambiente separado donde la gente se sienta, como el living de tu casa. 🍷

# LOEWE

