

ENTRE NOUS

JETTE

Una taza de café con la polifacética diseñadora

JOOP

FOTOGRAFÍA: MICHEL COMTE
ASISTENTES: EVA SAKELLARIDES,
FREDERIC BEALET, GAEL BOURUMEAU
ESTILISTA DE MODA: FANTA FONTANA
PELUQUERÍA: RYUJI
MAQUILLAJE: NANDO CHIESA
MANICURISTA: TATIANA
ENTREVISTA: ALEXANDER GERINGER



N: Si ahora mismo pudiera permitirse un capricho muy especial, ¿cuál sería?

Jette Joop: Me encantaría pasar 10 días de vacaciones, ¡pero unas vacaciones de verdad! De vez en cuando me escapo algún fin de semana y algunos días de fiesta, pero siempre me llevo cajas llenas de revistas para buscar la inspiración y esos días acaban convirtiéndose en días muy ajetreados, con mi familia, mis perros, etc.

N: Usted tenía 29 años cuando fundó su propia empresa, y se convirtió en madre ese mismo año: 1997 fue un año lleno de cambios radicales. ¿Cuál fue su principal motivación? ¿Cómo logró compaginarlo todo, firmaba grandes contratos con su bebé en brazos?

Jette Joop: ¡Realmente fue un año alucinante! Muy poco tiempo antes, había discutido con los socios de mi padre porque no estábamos de acuerdo sobre la dirección estratégica de la empresa. Yo siempre había considerado a Joop como un proyecto a largo plazo. Sin embargo, las cosas cambian sin cesar. Un día estaba a punto de asumir la dirección creativa de la empresa, y al día siguiente dejé de participar en el proyecto. Fue una época agotadora. Después, me quedé embarazada y cuando nació mi hija me dije: Se acabó, ya estoy harta de líos. Fundé mi propia empresa y construí mi propio mundo, para mí y para mi hija.

N: Su empresa se llama Jette, sin Joop. ¿Fue un símbolo de independencia? ¿Quería alejarse de la sombra de su padre?

Jette Joop: La verdad es que es muy sencillo. Joop es una marca que yo no puedo controlar. Lo mismo ocurre con Jette Joop. En cambio, la marca Jette es mi propio "bebé". Cuando decidí dejar Joop, algunas personas me auguraron un desastre, a la vista está que se equivocaron.



“Creo en dos grandes tendencias. Por un lado, una progresión general y duradera hacia la simplificación. Y por otro, un avance muy importante cuyo impacto total aún está por verse: el desarrollo de materiales completamente innovadores. Podría tratarse del desarrollo de plantas que crezcan ya con ciertas formas, lo que nos permitirá vestir de un modo genuinamente ‘orgánico’.”

N: Acaba de lanzar su segundo perfume con mucho éxito. Hasta ahora, podemos encontrar el nombre Jette en vaqueros, gafas, géneros de punto, blusas, patines, relojes, mamparas e incluso en una casa. ¿Cómo podemos reconocer Jette a primera vista?

Jette Joop: En todo mi trabajo se nota mucho que he estudiado diseño de coches. Me resulta muy fácil pensar en tres dimensiones. Por eso, mi trabajo siempre tiene cierto peso o, para ser más exactos, cierto volumen. Para mí, el volumen y la forma son quizá incluso más importantes que los colores. El frasco de mi perfume parece una petaca. La sensación táctil es muy importante para mí. Una combinación de cantos rectos y formas suaves de elegancia y austeridad. Con los textiles, mi regla general es utilizar los mejores materiales disponibles y crear un producto bueno y sencillo. Las cosas sencillas suelen ser las mejores. No necesitan aditivos.

N: El diseño de vehículos tiene una faceta muy técnica. Está determinado sobre todo por la funcionalidad...

Jette Joop: ¡No, de ninguna manera! El diseño de vehículos es muy sensual, a no ser que uno trabaje sólo en la faceta técnica o desarrollando un motor. Se trata, sobre todo, de un impulso emocional y la mayor parte de su inspiración procede del mundo animal. Párese a pensar en cómo la forma de un coche imita a una pantera saltando. Muy sensual, ¿a que sí?

N: ¿Así que no hay diferencia entre pasar del diseño de vehículos al diseño de moda, y viceversa?

Jette Joop: Por supuesto que la hay. Un diseñador de moda, normalmente ve las cosas sólo en dos dimensiones y se centra sobre todo en el exterior. Los diseñadores de coches piensan de dentro afuera, tienen más en cuenta las dimensiones, como los arquitectos. No es una coincidencia que haya tantos arquitectos entre los diseñadores de moda. Simplemente tienen una forma distinta de concebir los cuerpos y el volumen. Para mí, los frascos de perfume son como esculturas modernas.

N: El diseño se ha convertido en un fenómeno de masas y ya estamos habituados a escuchar el término “generación del diseño”. ¿Es usted hija de esta generación?

Jette Joop: Creo que tengo una actitud diferente, quizá por el tiempo que pasé en California; tiendo a pensar en otros ciclos. Lo que me importa es que las creaciones perduren. Esta es una actitud que me ayuda con la colección de hombre que estoy preparando ahora, por ejemplo. Suelo preguntarme: ¿Qué pensará la gente de estos pantalones dentro de 20 años? Los hombres reales no quieren algo excesivamente moderno. Hablo de la masculinidad genuina, dejando a un lado las preferencias sexuales. Tiene que ver con la responsabilidad, con si uno está o no preparado para responder por algo, para aceptar la responsabilidad de otros. Para mí, ese es el factor decisivo de la masculinidad.





“Tengo un principio muy sencillo. Podría pasarme todo el día comiendo pasteles de nata, pero para mí es bastante más importante mantener mi figura. Esa es una prioridad y por eso puedo controlar mis impulsos. Así me lo tomo todo en la vida: de manera analítica, estratégica. ¡Es muy importante establecer prioridades!”

N: Lleva 15 años en el mundo del diseño. ¿Durante los últimos años ha sido capaz de distinguir una evolución?

Jette Joop: Sí, creo en dos grandes tendencias. Por un lado, una progresión general y duradera hacia la simplificación. Y por otro, un avance muy importante cuyo impacto total aún está por verse: el desarrollo de materiales completamente innovadores. Podría tratarse del desarrollo de plantas que crezcan ya con ciertas formas, lo que nos permitirá vestir de un modo genuinamente “orgánico”. O la creación de piel artificial que sea casi natural. También existe la teoría de que algunos productos podrán reproducirse por sí mismos, lo que es muy importante, ya que muchas de las materias primas de la tierra se están agotando.

N: En su juventud, pasaba los veranos con su tía en Potsdam, en lo que entonces era la República Democrática Alemana. El mundo ha cambiado mucho desde entonces. ¿Cuáles son las tres primeras cosas que se le vienen a la cabeza cuando recuerda su infancia y los cambios que se han producido desde entonces?

Jette Joop: Algo muy obvio es que el olor de aquellos días ha desaparecido. Había un olor muy especial, una mezcla de carbón, linóleo y otros “ingredientes”, que se ha desvanecido por completo. Por entonces todo solía ser más familiar. La ausencia de consumismo y variedad hacía que la gente pasara mucho más tiempo con los demás que hoy en día. Mis días más felices los viví allí, con mi familia. Las cosas materiales no importaban. ¡Y el pan era delicioso! Todo tenía una especie de encanto, sobre todo el castillo de Sanssouci, que siempre estaba vacío, nunca había nadie por allí.

N: Hablando de magia... si ahora mismo tuviera una hora libre, ¿qué haría?

Jette Joop: Iría a un hotel fabuloso y visitaría todas las habitaciones. Me encantan los hoteles. Son los mejores lugares para observar las cosas. El Ritz de París es así.

N: ¿Ya ha tomado un espresso hoy?

Jette Joop: ¡Claro! Un latte macchiato a las 5 de la mañana. Necesito mi latte macchiato por las mañanas. Me ayuda a empezar el día con el pie derecho. Ayer por la noche pedí que me lo trajeran para despertarme y tomarlo antes de tomar el vuelo a París.

N: ¿Qué café es el que menos le gusta?

Jette Joop: El café templado. Y lo que más me molesta es la pereza. No entiendo a la gente que carece de iniciativa y de motivación. Me resulta muy difícil creer que alguien pueda aburrirse. Yo siempre estoy ocupada y si tengo un momento libre, pienso en todas las cosas que podría estar haciendo. Es terrible, pero no puedo evadirme. He dejado de intentar hacer yoga y meditación. Sólo hay una cosa que me hace frenar... el agotamiento. 🍌