

# FACTORIA



MODA, TENDENCIAS Y ESTILO DE VIDA

FEBRERO 2012 — No. 17

**GÉNESIS VALLEJO**

TRIUNFADORA EN NY,  
LONDRES & PARIS

**HERNÁN ARRIAGA**  
ECLÉCTICO

**JEANA & BO**  
LA GASTRONOMÍA  
DE MODA

**SIXTO  
INCHAUSTEGUI**  
CON ESTILO PROPIO

**SCARLATA**

# 43

## THE CLOSET

### GELSOMINA HOLGUÍN

Fusiona su trabajo de diseñadora de interiores con la pasión a la moda, sus piezas hablan por sí solas.



12 **LOOKS**  
Tejidos, Colores Neutros,  
Neón, Leather

20 **FAVORITOS**

22 **FACTS**  
**BELLEZA**  
Modernismo Ondulado

**MARCA**  
Baltus Collection

**GOURMET**  
Sangría Flora

**DJ**  
DJ Andino

**GEAR**  
Mercedes C 63 AMG Coupé Black Series

37 **VINTAGE**  
DEMI-PLIÉS ESCARLATA

48 **PERFILES**  
JEANA & BO  
HERNÁN ARRIAGA

74 **FLASHES**

80 **OBJETO DE DESEO**  
**HUBLLOT**  
Big Bang All Black Orange

# HERNÁN Y LO CHIC



Hernán Arriaga tiene un pie en su natal Argentina, otro en Miami, un brazo en Nueva York, un brazo en Europa y la cabeza en todas partes. Solo así se explica la diversidad de los ambientes que crea, ya sea en una residencia en los Hamptons con toques cubanos, como en un cálido y ecléctico albergue madrileño. Recientemente el diseñador de interiores inauguró Mar Azul, un espacio en Santo Domingo para quienes, como él, gustan de explorar todos los rincones del mundo para decorar sus hogares.

Pocas personas mejor que él para respondernos si el concepto de lo chic y lo elegante varía de país en país, de era en era.

¿Has visto alguna alteración en la estructura de la inspiración últimamente? Siento que el diseño de interiores está abrazando una tendencia de abajo hacia arriba: En vez de digerir lo que vemos en revistas, parecería que los blogs proveen inspiración y las revistas de decoración siguen su onda. ¿Está de acuerdo con esto?

Las revistas solo siguen una tendencia, y éstas se marcan solo en dos lugares del mundo y una vez al año: Maison Objet en París (enero) y Salone del Mobile en Milán (marzo). Ahí es de donde todos tomamos nuestro punto de partida.

Hablando de inspiración, ¿de dónde viene la tuya?

Viene de las cosas más simples; la tengo a mi alrededor. Solo por el hecho de vivir, de ver y de apreciar esas cosas tan sencillas que nos rodean,



como un pájaro y la variedad de colores que revela su plumaje, o una madera de mar y sus perfecciones inevitables, o los colores de la tierra mirada desde la ventana de un avión.

#### ¿Cómo te gusta combinar esas inspiraciones?

Mi estilo es ecléctico: me fascinó la mezcla de lo antiguo y lo moderno, pero balanceado. Pero por supuesto, esto es solo mi estilo personal, lo que me gusta en casa; en cuanto a mis clientes, ellos determinan la influencia y el estilo con el que les gusta vivir. Mi trabajo es pulirlo, educarlos y asegurarme que ese estilo no se transforme en algo sobrecargado y desbalanceado. Una casa bien decorada es aquella que no solo describe a las personas que viven en ella y les da confort, pero que también es balanceado visualmente, seduciendo a cada persona con la combinación perfecta entre buen gusto y fluidez.

#### ¿Cuál es la parte más difícil de interpretar los deseos y la personalidad de un cliente? ¿Qué haces cuando existe una discrepancia entre sus deseos y sus necesidades?

Paciencia y mucha! Aunque en este punto de mi carrera es una gran comodidad poder elegir a mis clientes, a través de los años entendí que

uno como artista tiene que tener la posibilidad de conocer y entender a estas personas para lograr lo que ellos realmente quieren. Esto es imposible sin un respeto mutuo y una amistad que es prácticamente inevitable. Es más que importante saber desde el primer encuentro que no solo tenemos afinidad, sino que hablamos el mismo lenguaje y podremos desarrollar una relación linda. Si mi primer instinto no es bueno, pues no tomo el proyecto.

#### Me parece interesante que tu showroom en Santo Domingo se llame Azú Mar, ya que, si bien en las zonas costeras del interior el dominicano vive en comunión con el mar, en Santo Domingo se vive de espaldas a él. ¿Crees que, en materia de decoración, deberíamos pensar más como una ciudad costera que como una capital orientada al hormigón?

Es una de las primeras cosas que noté, y creo que es un gran error. Las vistas al mar no solo son bellas sino que también son relajantes. Con el mar que tienen cabales, realmente no lo entiendo.

#### Uno de los proyectos resaltados en tu website es una bellísima e iluminada residencia en San-

#### to Domingo. Habiendo trabajado con clientes dominicanos, ¿cuáles son las diferencias y las similitudes entre nosotros y los clientes de Florida?

El dominicano es caribeño, y aunque mis clientes dominicanos son súper viajados y viven con influencia internacional, el dominicano en sí tiene un gusto bien determinado y una influencia muy propia. La diferencia es más que clara: el cliente de Miami es un cliente más internacional, con influencias del mundo entero. Miami es una ciudad de muchas culturas, de una mezcla única y también muy propia. Pero, a pesar de eso, el lenguaje es el mismo, el diseño high end mantiene un parámetro internacional, e identificado por sí mismo donde quiera que estés en el mundo.

#### La era Art Deco de Miami fue su edad de oro en materia de arquitectura. Tras un golpe tan fuerte, con la crisis económica reciente, crees que la ciudad renacerá, hablando desde el punto de vista arquitectónico?

Por supuesto, y más que nunca antes. La crisis solo impactó a aquellos que no estaban preparados, o viviendo por encima de su propia capacidad financiera. Pero generó muchas oportunidades para otros que se encontraron con



efectivo en sus manos, y un mercado indiscutiblemente oportunista para otros.

En cuanto a arquitectura, la ciudad en los últimos diez años logró extender sus límites, con la edificación del Adrienne Arsht Center y muchos otros edificios que fueron planificados con un plan maestro futurista. También está un nuevo museo de diseño y arte moderno de Zaha Hadid en la Calle 17, terminado el año pasado, así como el museo diseñado por Frank Gehry en el área de Biscayne Boulevard, y claro, muchísimas otras cosas, como el Art Basel Miami. Ya no es más una ciudad solo de playa, ahora tenemos un valor cultural y educativo como cualquier otra ciudad del mundo. Está creciendo, y a pasos agigantados.

**Recién leí que una estilista estadounidense, la autora del blog Terms of Endearment, dijo que en la Argentina actual se busca inspiración de todas partes, menos de Argentina (se refería, claro, a la influencia europea, y recientemente a la estadounidense). ¿Crees tú que eso es cierto?**

¡Esa señora no tiene idea de lo que está hablando! Sí, hemos tenido una influencia europea increíble, mucho más que en otros países latinoamericanos, pero también es más que clara la influencia campestre. El argentino en defini-

tiva ama el campo, y cuando realmente conoces nuestra cultura, la encuentras en todos lados: nos gusta tomar mate como a los gauchos, los caballos son una gran parte de nuestra cultura, y también están nuestros muebles primitivos.

**El título de un libro que tengo en mi Wish List de Amazon dice algo como "Una casa perfectamente arreglada es señal de una vida malgastada", y va en pro del caos organizado, de las colecciones fuera de lo común y los intereses por encima del supuesto orden que indica el diseño tradicional. Tú que acostumbras a realizar curaduría de colecciones para tus clientes, ¿crees que la amalgama "a lo loco" tiene su valor en una decoración, digamos, chic?**

Yo solo hago diseño high end; el valor cultural de las piezas que uso es indiscutiblemente irremplazable por otras. Son únicas, increíblemente educativas, válidas para todo tipo de conversaciones, elegantes, bien distribuidas y con un grado de glamour que no te lo da nada más que ese mismo diseño. Las colecciones son geniales: pasan de generación en generación y dejan un legado en la familia. Y no tienen que ser caras, sino simplemente valdezas para esa familia.

**Has dicho que el blanco es el color ideal para las residencias. ¿Por qué?**

Dorothy Draper fue muy famosa porque antes

de trabajar en cualquier lugar exigía que el lugar entero se pinte de blanco. Es como un lienzo en blanco para mí, y aunque es uno de los colores más difíciles para trabajar y lograr un balance y fluidez adecuados, por alguna razón para mí es inspirador y fácil de interpretar.

**Con tanto flujo en nuestra definición del buen gusto --sobre todo, por ejemplo, con la cultura de la ironía que tanto predomina en NY, o con la vuelta a lo heritage, al trabajo manual, que están abogando marcas tan conocidas como J.Crew--, ¿cómo se define hoy la palabra elegancia?**

Elegancia es elegancia, no cambia. Creo que eso solo para un mercado que se deja influenciar como target de un plan de mercadeo, pero te aseguro que aquellos que la viven y la saben implementar, elegance is all you need. Ahora, elegante no significa caro, o que necesariamente tienes que tener dinero para ser elegante, como también clase no significa educación: es algo que se vive, que solo se aprende a través del tiempo y que se transforma en parte de uno mismo.

**Visita el website del diseñador en [HernanArriaga.com](http://HernanArriaga.com).**