

# LOOK MATTERS

**Celebrity chefs, culture jammers, musicisti, architetti, attori, scrittori. Capaci di far emozionare senza montarsi la testa. Con uno stile personale indiscutibilmente unico**

## **PACO RONCERO** **London** **by Hugo Tillman**

Quello del celebrity chef è un mestiere stressante, buono per individui con in corpo benzina a 90 ottani. Per questo molti di loro, ogni tanto, "staccano la spina". L'ha fatto da poco Ferran Adrià, concludendo il capitolo del ristorante El Bulli (sostituito dall'omonima fondazione). L'ha fatto anche il suo discepolo più celebre, il pluristellato Paco Roncero. Per decomprimere, il madrilenio 43enne corre: «Ho cominciato per problemi di salute ma anche per ritagliarmi un momento tutto mio. Con un gruppo di amici chef correvamo ogni giorno intorno a Casa de Campo; ho ultimato la maratona di New York in 4 ore e 23 minuti e da poco mi sono appassionato anche al triathlon». È reduce dal successo londinese della cena di gala Grey Goose per la Elton John Aids Foundation, ma l'impegno vero è a Madrid con i due gastrobar Estado Puro, presso gli NH Hotel del Paseo del Prado e del Pa-

lacio de Tapa, e con il ristorante del Casino, insieme ad Adrià. Nella sua tavolozza convivono i sapori della gastronomia modernista e le tapas tradizionali, servite con un twist contemporaneo. «Il mio prossimo progetto è il Paco Roncero Atelier, un workshop di ricerca gastronomica». Agli uomini consiglia di «imparare a friggere le uova e, se sono spagnoli, a preparare una tortilla di patate come si deve». (Cappotto e camicia, Paul Smith; giacca Oliver Spencer. Fashion editor William Gilchrist) Laura Lazzaroni

## **KAWS** **Tokyo** **by Taka Mayumi**

Di Occupy Wall Street è diretta responsabile la rivista canadese Adbusters, che da anni promuove il "culture jamming" come forma di resistenza alla società dello spettacolo. "Culture jammers" sono quegli artisti che, con operazioni performative o di street art, modificano temporaneamente la destinazione d'uso delle città, come faceva Kaws quando di-

pingeva sui manifesti pubblicitari di Manhattan negli anni 90. «La strada è un ottimo luogo per occupare il tuo tempo in modo creativo quando non hai altro da fare», dice però oggi Kaws con tono più simile a quello di un imprenditore che di un writer. Il suo stile, illustrativo e di natura pop, è diventato un brand, Original Fake, e lui si divide ormai tra la produzione di giocattoli, una linea di streetwear, e dipinti e sculture destinate a musei e gallerie. «Original Fake è arte. Amo realizzare giocattoli in edizione limitata che entrano a far parte della vita delle persone», risponde a chi lo accusa di sacrificare l'arte in nome dei profitti. Kaws, come già Keith Haring e Takashi Murakami, ha preso alla lettera la lezione di Andy Warhol "Fare buoni affari è la migliore forma d'arte". Il suo primo toy era un'appropriazione indebita di Mickey Mouse ma oggi sono le stesse compagnie che detengono il copyright dei cartoons a invitarlo a personalizzarli. Pinocchio, i Simpson, Snoopy e i Puffi sono tra i personaggi a cui ha impresso il suo marchio (un teschio con gli occhi a X), dandogli nuova vita su tela o in 3D, per la gioia di fana-

