

jenny marketou



praxis

octubre - noviembre 2011

praxis

Praxis enlaza con la cultura del DIY (Do It Yourself), y emerge como consecuencia de la actual crisis económica al tiempo que surge como laboratorio o taller experimental, de carácter dinámico, complementario y que genera de manera independiente un módulo alternativo a la programación anual.

Tiene un carácter de improvisación, y se sustenta en valores como el reciclaje, lo procesual, lo relacional, y, sobre todo, la acción directa y el "Hazlo tú mismo". Este último punto pretende que el artista obtenga un rol mucho más activo, frente a la prevalencia actual de la obra de arte frente al artista-sujeto. Este protagonismo se verá reflejado en diversos ámbitos, entre otros el comienzo del proyecto abierto al público desde el origen de la exposición, permitiendo al espectador asistir a todos los pasos de generación del mismo. Praxis consistirá en una serie heterogénea de proyectos que engloban una actitud, una iniciativa que se inspira en la subcultura que surge con el movimiento punk de los 70, en la cual los artistas autogestionaban sus propias bandas y producían sus propios albums, generando sus propias firmas así como su propio merchandising, camisetas, gorras etc...y material de autopromoción.

Por otro lado, la cultura del DIY ha crecido exponencialmente con el surgimiento del corporativismo multinacional, convirtiéndose casi en una ideología política y social, y en una doctrina del "no consumismo" aplicada al arte. Praxis pretende así reconciliar lo underground y lo institucional, luchando contra su propio status quo a la vez que aunando globalismo y localismo, retomando una expresión típica de la cultura DIY de "Pensar globalmente, actual localmente".



paperophanies

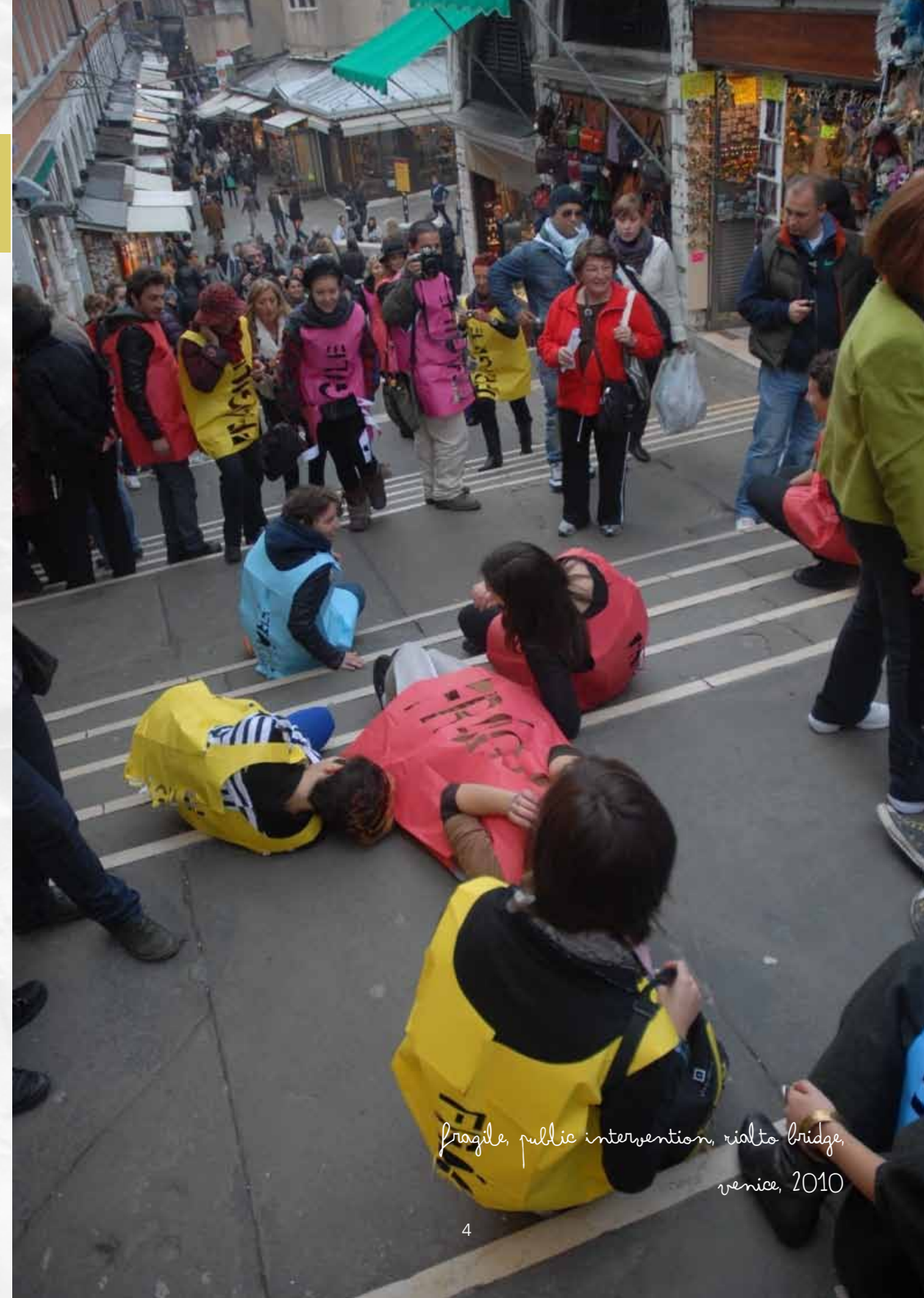
Paperophanies introduce e impulsa de manera creativa la importancia de las estrategias de libertad de expresión y performance pública combinada con la moda y el lenguaje como los vehículos más efectivos y poderosos de cuestionar como el arte produce acción.

Como es habitual en los proyectos que se enmarcan en PRAXIS, la sala expositiva se configurará como un espacio mutable a nivel instalativo, al tiempo que como ámbito de colaboración performativa donde se fusionan las figuras de público, creador, colaborador y performer. De este modo se produce una colisión entre los conceptos de creación y muestra, producción y producto a partir de los cuales Marketou desarrolla un proyecto donde convivirán diversión, frustración y asombro durante el proceso de creación de la/s pieza/s. La idea detrás de cada taller es proporcionar un marco de intercambio, investigación, producción y conexiones entre todo un abanico heterogéneo de grupos que deberán diseñar un colorido y original vestido de papel, modelo UNISEX, adornado con técnicas de recortables y patrones de palabras, frases y mensajes. Estas proclamas consistirán en mensajes de solidaridad o protesta, bien introspectivos, directos o polémicos.

Cada vestido llevará el nombre de su creador, que será fotografiado y catalogado, para ser mostrado posteriormente en el taller. Estos diseños permanecerán en el museo-taller durante el desarrollo de todo el proyecto hasta el momento del evento final.

El proyecto culminará con una performance-manifestación pública con todos los participantes en la plaza de la Virgen Blanca de Vitoria vestidos con sus propias obras de papel y sus mensajes personales. El proceso performativo del desfile involucrará al público y a los participantes en una experiencia colectiva y conciencia social de la vida pública de la ciudad de Vitoria.

Se han organizado algunos grupos específicos para la participación en los talleres, pero también hay cabida para todo tipo de grupos e individuos particulares que quieran participar (contacto: 945 20 90 20 o educacion@artium.org) así como talleres improvisados en la sala, que se encontrará abierta y activa durante el horario de apertura del museo.





manifiesto

La palabra Paperophanies quiere decir superficies de papel, entendiendo superficie como lugar/espacio/tiempo para la acción y expresión propia. La palabra epiphania proviene del griego (lugar de nacimiento de la artista), y alude a un doble significado:

- A- repentina manifestación de la esencia del significado.
- B- comprensión o percepción de la realidad por medio de una repentina realización intuitiva.

El término de Chantal Mouffe «espacio agónico» ha sido fuente de inspiración para la artista y le ha llevado a pensar de qué manera los proyectos artísticos pueden ser parte de un debate, sin caer siquiera en una posición intermedia, debido a posiciones irreconciliables. Básicamente cómo podemos tener una discusión con diferentes opiniones, las cuales pueden ser radicalmente opuestas, sin buscar consenso.

paperophanies es un proyecto de encuentros entre el artista, la comunidad local, estudiantes, teóricos, artistas y críticos de arte.

paperophanies tiene como punto de partida el deseo de buscar nuevos formatos para comunicar el proceso y el resultado de conceptos artísticos.

paperophanies pretende cuestionar críticamente cómo el arte produce acción al concentrarse en estrategias performativas.

paperophanies toma el museo, que se convierte en el estudio/taller de trabajo, como punto de partida.

paperophanies tiene en cuenta el rol significativo que juega la moda en la construcción de identidad y expresión personal.

paperophanies intenta elaborar una red de comunidades locales, de estudiantes, teóricos, artistas y críticos de arte que trabajarán en torno a un discurso espacio-temporal y los procesos del trabajo artístico en el contexto de nuestro presente sociopolítico. Así, la obra de arte se convierte en lugar común para el intercambio discursivo y procesual.

paperophanies aborda la cuestión de si es posible para los artistas la re/generación del valor –sociopolítico, estético...– de su trabajo a partir de la colaboración y el intercambio.

paperophanies pretende funcionar como un DIY, (do-it-yourself, «hazlo tú mismo») un proyecto open source en un espacio y un tiempo análogos, un proyecto abierto a ideas y conceptos para encuentros.

Un blog (<http://paperophanies.wordpress.com/>) realizará el seguimiento del desarrollo del proyecto.

el arte como puente entre el homo fashion y el homo politikon

Blanca de la Torre

Es la época de la moda plena y de la expansión de su proceso a ámbitos cada vez más amplios de la vida colectiva. No es tanto un sector específico y periférico como una forma general que actúa en el todo social.

Lipovetsky ([1987] 2004: 175)

Dejando de lado los tradicionales debates epistemológicos que cuestionan la naturaleza de la dialéctica arte-moda y las más que evidentes diferencias entre ambas, los ejemplos de interacción entre los dos ámbitos son una constante. Así, en París, son conocidas las relaciones del afamado modisto Paul Poiret con los círculos artísticos de Picabia, Duffy, Rouault o Picasso, de quienes también coleccionaba obra, e incluso llegó a pertenecer a la Société des Artistes Décorateurs, fundada en 1901 para la promoción del arte moderno francés. También en Austria, en el seno de la Secesión Vienesa, fundada en 1903 por Joseph Hoffmann, se desarrollaron los conocidos como «los talleres vieneses», una serie de talleres artísticos en los que colaboró, entre otros, Gustav Klimt, y en los que se incluía la confección de vestidos que obtuvieron gran prestigio internacional.

En las vanguardias son numerosos los ejemplos de la interacción artista/diseñador de moda: los excéntricos trajes futuristas de Giacomo Balla a los que aplicaba la teoría de las «interpenetraciones iridiscentes» para recrear la fuerza y tensión del movimiento, los trajes cubistas diseñados por Picasso para el ballet Parade (1917) –ballet que a su vez unía el trabajo de Jean Cocteau y Erik Satie–, el traje de cartón de Hugo Ball para recitar su poema de sonidos en el cabaret Voltaire, las creaciones en el seno de la Bauhaus de Oskar Schlemmer para un ballet triádico o las obras de Sonia Delaunay, no solamente las diseñadas para representaciones como Le coeur à gaz (1922) de Tristán Tzara sino vestidos para uso real como su vestido simultaneista de 1913, del que luego, junto con su marido, realizaría diferentes versiones aplicando las mismas técnicas que a sus lienzos.

Por otro lado, los diseños de Elsa Schiaparelli se relacionaban directamente con el subconsciente y el mundo onírico de los surrealistas, hasta el punto de colaborar con su máximo exponente, Salvador Dalí, en obras como el vestido de lágrimas (Tear Dress) o los famosos bolsillos-cajón de sus prendas en relación con la famosa obra del pintor catalán Armario antropomórfico con cajones (1936). Otro pintor español, Mariano Fortuny, creará sus famosos vestidos Delphos, inspirados en las estrias de las columnas clásicas. Incluso algunos artistas han colaborado directamente con revistas de moda como Richard Avedon, Diane Arbus, Man Ray o Warhol en Harper's Bazaar. Los dos últimos también colaborarían en Vogue, junto a otros como Dalí, Giorgio de Chirico o Lee Miller.

De la misma manera, algunos diseñadores se encuentran en ese «peculiar» borde entre diseñador/artista, con grandes exposiciones en museos.

Ojo, aquí es importante distinguir que no estamos hablando de una exposición de vestidos de Balenciaga en un museo de arte, sino de diseñadores que están trabajando en un marco conceptual puramente artístico. Siguiendo esta línea, tenemos ejemplos como el de Martin Margiela, en cuya exposición para el museo Boijmans Van Beuningen de Rotterdam en 1997 no solamente deconstruye el vestir y todo su contexto, sino que plantea un método de trabajo que apela puramente a recursos de lo artístico, e incluso diseña una colonia de bacterias para sus creaciones. En 1990, el Stedelijk Museum de Amsterdam –Holanda siempre se ha caracterizado por exhibiciones magistrales de hibridaciones artísticas–, realizó una exposición en la que artistas como Cindy Sherman compartían espacio con diseñadores como Issey Miyake. Siete años más tarde, este diseñador (aunque él prefiere ser considerado como «creador») realizaría una colaboración con el artista japonés Yasumasa Morimura.

Son numerosos los artistas que han comenzado el siglo jugueteando con la moda: Vanessa Beecroft y sus escenografías de modelos, Tracey Emin posando para Vivienne Westwood, la transformación de la galería Deitch Projects del Soho neoyorkino en boutique de moda por parte de Nicola Constantino o las archiconocidas apropiaciones de marcas de Sylvie Fleury. En esta línea una de nuestras artistas, Alicia Framis, diseñó su famosa serie Anti-dog en colaboración con diseñadores como David Delfín o Hussein Chalayan. También son conocidas las exitosas colaboraciones de artistas en diseños para firmas de moda como Jenny Holzer para Helmut Lang, o los famosos bolsos Louis Vuitton «decorados» por Murakami, quien a su vez ha colaborado con diseñadores como Hiroshi Fujiwara e Issey Miyake. El diseñador y también director de esta mencionada marca, Marc Jacobs, también ha colaborado con artistas como Richard Prince o Stephen Sprousey para algunas de sus creaciones. Por otro lado, continúan los «modistos» que beben o se inspiran en el arte, como Yves Saint Laurent con su vestido Mondrian –del que curiosamente se reapropiará la mencionada artista Silvie Fleury–, Armani y sus inspiraciones en Kandinsky, Rothko o Matisse, o, yéndonos a un terreno más casual, Tommy Hilfiger y sus zapatillas con serigrafías de Keith Haring.

Con Paperophanies, Jenny Marketou continúa con el binomio arte-moda (o trinomio si unimos la política) y retoma una tradición fashion que hizo furor en la década de los años sesenta, particularmente en los EE. UU.: los vestidos de papel. La moda de los vestidos de papel surge a finales de la mencionada década en EE. UU., fruto de la cultura de «usar y tirar», y sus estampados se inspiraban en tendencias artísticas del momento como el pop art y el op art u «ojo de mujer» –con su versión también de ojo de gato– de las fotografías de Marc Leonard.





Este tipo de vestidos se podían encontrar tanto en las boutiques más prestigiosas como en papelerías, en las que incluso podías adquirir alguna que otra servilleta a juego con tu nuevo vestuario. De hecho, el primer vestido de papel lo vendió en 1966 la fábrica Scott, por el módico precio de 1 dólar, y con la compra se entregó un cupón de descuento para vasos, pañuelos, papel higiénico y demás productos en papel. El éxito llevó a que incluso se comenzaran a realizar vestidos de novia de papel, que podría considerarse una opción inteligente de recuperar hoy día si se tiene en cuenta que estos siempre se diseñan para ser usados un solo día. Por otro lado, una de las ventajas de este tipo de vestidos era su fácil customización y adaptación, si querías meter el bajo no necesitabas más que un par de tijeras. Además, para contrarrestar su fragilidad surgió una versión intermedia que incluía celulosa y nylon en su composición, cerrándose algunos de ellos con velcro. Esta moda solamente sobrevivió la década de los sesenta, época en que los vestidos de papel se convirtieron también en la herramienta perfecta para difundir mensajes de claro contenido político y propagandístico, y así las manifestaciones y concentraciones públicas se convertían en un continuo desfile de vestidos-póster. De este modo, en el mítico año 1968 algunas mujeres llevaban vestidos con los rostros de los candidatos a las elecciones, como Hubert Humphrey o Richard Nixon.

Jenny Marketou rescata esta moda por el poder icónico de estos vestidos que representan el optimismo, la frescura y el vibrante espíritu de los años en que fueron creados. Probablemente uno de los ejemplos más emblemáticos de la época en esa fusión de arte y propaganda integradas en un vestido de papel, sea *The Souper Dress*, vestido creado por Andy Warhol en 1968 con el estampado propio de sus míticas sopas de tomate Campbell, y que actualmente se encuentra en el Fashion Institute of Technology de Nueva York. El artista también realizó en 1967 otros dos vestidos de papel, actualmente en el Brooklyn Museum: sobre uno de ellos pegó una de sus características serigrafías de banana, y sobre el otro –y con el vestido puesto en el cuerpo de Nico, cantante de la Velvet Underground, tendido sobre una mesa–, imprimió la palabra «FRAGILE».

Marketou plantea con su proyecto una lectura apropiacionista de un lenguaje artístico enmarcado en el ámbito de la moda y portador de un discurso político-social y comprometido, una relación –arte/moda/política– nada banal y no exenta de cierta ironía.

“We are not living the end of ideologies; the time has come to recycle them in the realm of fashion.”

(Lipovetsky ([1987] 2004: 270).)

Los vestidos que Jenny Marketou concibe para Paperophanies (y que anima al público a crear) son prendas unisex, sin un patronaje que resalte defectos ni virtudes del cuerpo y con mensajes insertos relacionados con la palabra «FRÁGIL», como metáfora del actual sistema socio-económico y la futilidad de sus contenidos políticos. Esta fragilidad también puede relacionarse con la opinión del mencionado filósofo francés cuando establece una comparación entre la fugacidad de la moda y la inestabilidad ideológica actual, («Solo los idiotas no cambian de opinión»), ya que en pocos años los más convencidos políticamente hacen tabula rasa y dan giros de ciento ochenta grados en sus opiniones.

La unisexualidad de las prendas de Jenny ya porta en sí misma un significado político. En el Antiguo Egipto se utilizaba el mismo tipo de vestido, a modo de túnica, común a los dos sexos, y se mantuvo durante casi quince siglos, caso que actualmente sería impensable, a pesar del intento por parte de J. P. Gaultier de lanzar un modelo de falda pantalón para hombre que no tuvo ningún éxito, fuera de lo que representara a nivel mediático. Lipovetsky nos habla de la absoluta imposición de los vestidos como patrimonio exclusivo de lo femenino:

La moda no elimina todos los contenidos referenciales, no hace que los signos de identidad fluctúen en la equivalencia y la conmutabilidad total: la antinomia entre lo masculino y lo femenino sigue vigente como una oposición estructural estricta cuyos términos son todo menos sustituibles.

(Lipovetsky ([1987] 2004: 148).

Más adelante comenta:

«Por lo demás, sin embargo, la persistencia de la disyunción de la apariencia entre los sexos supone una suerte de fracaso en la dinámica igualitaria, la cual no puede llegar hasta el fondo en la disolución de las desemejanzas.»

(Lipovetsky ([1987] 2004: 155).

Tampoco se trata de que aquí Marketou esté haciendo apología de la androginia ni una reivindicación feminista a partir de un vestuario igualitario, sino de un tipo de homogeneización a partir de un objeto artístico portable, fruto de la creación y participación colectiva. Y a fin de cuentas, la artista consigue así mediante el arte difuminar una diferencia que la moda jamás ha conseguido eliminar. El espíritu revolucionario de los sesenta nos hablaba de una ideología hedonista, libertaria y comunicativa. Marketou recupera este espíritu de «revolución ideal», muy acorde con el actual clima del movimiento del 15M que de algún modo está produciendo un cierto revival de las mitologías revolucionarias. La artista convierte así el vestido en signo, en moda contestataria, en un significativo portador de una reflexión acerca de lo frágil, lo frágil de la memoria, la fragilidad del sistema y, en definitiva, la fragilidad de lo común. Para ello revisa los códigos vinculados a lo revolucionario, propone el vestir participación del acto creativo, y el objeto-vestido se desactiva como fetiche para pasar a una forma de identificación de diferentes identidades autónomas, que comparten un imaginario común y una energía emancipadora.

Marketou anima a los participantes a componer mensajes en relación con lo frágil para la creación de sus propios vestidos y posteriormente salir en manifestación hacia el centro de la ciudad para hablar de lo FRÁGIL en mayúsculas, lo frágil aplicado al todo actual. Un significado reforzado por la metáfora que supone lo efímero del papel con que están contruidos. Fragilidad como memento mori, pero subvirtiendo su carácter pesimista y transformándolo en un *carpe diem* revolucionario.

«Esta es la grandeza de la moda, que le permite al individuo remitirse más a sí mismo, y esta es la miseria de la moda, que nos hace cada vez más problemáticos, para nosotros y para los demás»

(Lipovetsky ([1987] 2004: 324.)

REFERENCES:

Gilles LIPOVETSKY ([1987] 2004): El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas, Barcelona: Anagrama.

*fragile, in site installation of paper garments,
its ritopek, belgrade, serbia, 2010*



la manifestación pública el acto de protesta como acto artístico performativo

El taller de PRAXIS será el punto de encuentro para ponerse los vestidos de papel, se entregarán gratuitamente vestidos extra para manifestantes que se apunten en el último minuto.

Adaptando las estrategias del movimiento dadá, la Internacional Situacionista y Fluxus, así como los códigos habituales de las demostraciones, Marketou ve la manifestación como el evento de un nutrido grupo que se desplazará desde el taller hasta la céntrica Plaza de la Virgen Blanca en Vitoria-Gasteiz, con espíritu de festival callejero.

La manifestación será liderada por la artista y un grupo de gente que ha participado en los talleres y ha sido instruida acerca de las actividades performativas de la manifestación.

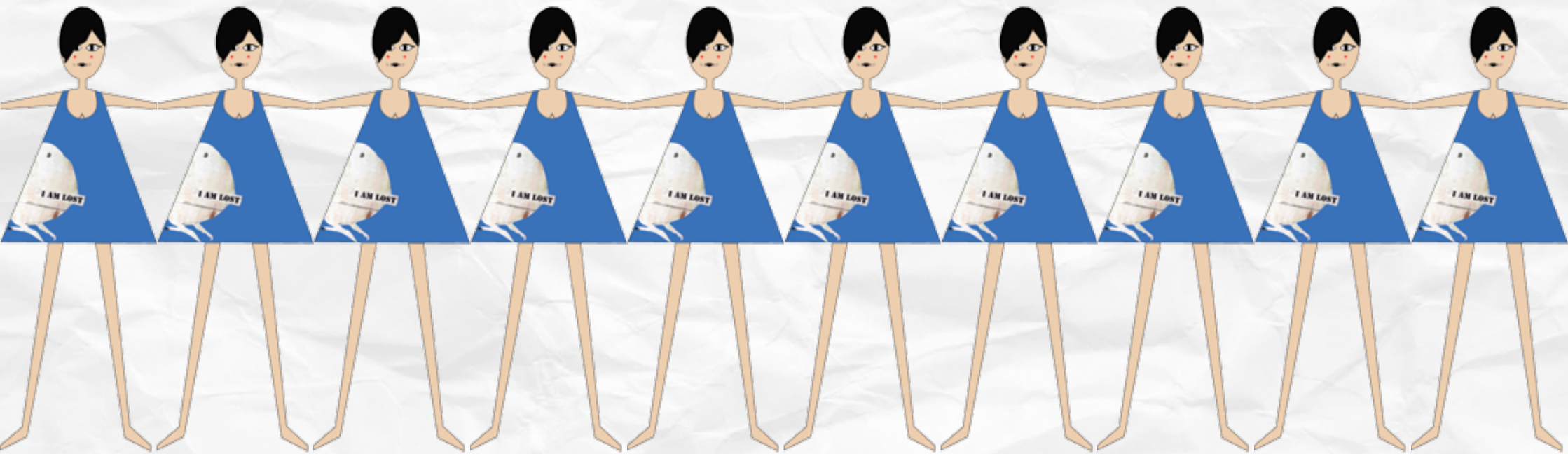
La mayoría de estas actividades se adaptarán a las propiedades físicas y limitaciones impuestas por la fragilidad de los vestidos de papel, sin embargo tendrán el poder de hacer reflexionar y de comunicar la psicología de grupo a todo aquel que quiera participar en la protesta contra del frágil estado de nuestra cultura y hacernos pensar qué podemos hacer.

Parte del proyecto incluirá también documentación videográfica de esta performance pública, así como del resto de los talleres e intervenciones.

*fragile, public intervention in paper garments,
piazza san marco, venecia, 2010*



paperophanies



**Art
ium**

Arte Garaikideko
Euskal Zentro-Museoa

Centro Museo Vasco
de Arte Contemporáneo



▶ Arabako Foru
Aldundia
Diputación
Foral de Álava
▶