

NEO2

I'M INTO CREATIVITY
Abril 2011 • 4€ (Spain)

Austria: 8€
Belgium: 7,50€
Canarias: 4,20€
España: 4€
France: 6,50€
Germany: 9,70€
Italy: 4,90€
Uk: 5,99£



guest
creative
Sylvie Fleury





GUEST CREATIVE SYLVIE FLEURY

Envueltos por una pátina de seducción y ambigüedad discursiva, los ready-mades en forma de objetos escultóricos de Sylvie Fleury conquistan por su inmediatez, pero una vez asimilado el gesto artístico es posible descubrir cierta zona crítica en aquello que brilla y seduce, como el charol, o como ese bolso Hermès immortalizado en oro blanco por la artista. Sus gestos artísticos se han asociado tanto al pop como al minimalismo, sin embargo escapan de ambas categorías. Sylvie Fleury realiza su trabajo a partir de elementos (objetos, tipografías, frases o colores) que pertenecen al mundo contemporáneo, y por ello, al reconocerlos y verlos ubicados fuera de su contexto natural, los mensajes y narraciones que los atraviesan se vuelven el centro de atención. Su poder de fascinación radica en estos gestos. Entrevistamos a Sylvie en Ginebra, el lugar donde vive y trabaja, y la fotografiamos, no en su estudio, sino en su propia casa.

POR: JAVIER ABIO, RAMÓN FANO, RUBÉN MANRIQUE, TERE VAQUERIZO & PEDRO PAN.

FOTOS: ANNIK WETTER



Sylvie lleva puesto un vestido vintage de EMILIO PUCCI <www.emiliopucci.com>



GUEST CREATIVE

087

TEXTO: MARIANO MAYER

Una de las artistas icono de la década de los noventa, y de la espectacularidad irónica de aquellos años, no sólo ha logrado sintetizar diversas lecturas sumamente ambiguas alrededor de una serie de objetos tan reconocibles como unas bolsas de marcas de lujo, una caja de cosméticos, o un bolso, sino que ha logrado desplazar la atención de estos objetos y sus espejos de representación hacia los móviles que sostienen tales demandas. Subrayar los tópicos femeninos, y señalar de manera directa, a base de sentido del humor, todo tipo de placeres relacionados con el consumo y sus dinámicas de deseos siempre insatisfechos, fue durante un largo tiempo su marca de estilo, pero también algunos de los elementos de su repertorio artístico. Sylvie Fleury introdujo, al igual que sus antecesoras pop, estas prácticas de manera directa en el mundo del arte. Pero no se trata de rendir tributo a cualquier objeto, sino de desplazar el foco de atención hacia determinados objetos hedonistas, cuya insistencia publicitaria se ha ocupado de convertirlos en el rostro reconocible de una demanda. Sylvie Fleury parece encontrar en estos universos el modo de transmitir una serie de comentarios sobre la belleza contemporánea, al presentarlos alejados de su fetichismo corporativo y publicitario, e indicar el modo en que unas botas, por ejemplo, pueden generar un tipo específico de emoción estética más allá de la marca que las realiza. Sin embargo, no se trata de una nueva afirmación, sino de un juego interpretativo donde todas las palabras son bienvenidas. Más cerca en el tiempo, las obras relacionadas con expediciones espaciales presentadas como elementos táctiles, cuyo patrón colorista respondía a los colores de moda de la temporada en que éstas obras fueron realizadas, en un intento por introducir códigos femeninos allí donde estos se vuelven obvios, han empezado a mezclarse con fotografías y objetos escultóricos cuyos guiños hacia estilos de vida espirituales aparecen en primer plano. Especies de ensambles escultóricos New Age en los que una llanta de coche deportivo es transformada en una fuente de agua. Sistemas de contemplación elaborados a modo de metáforas de posibles cambios en nuestras vidas, pero también ecos de una espiritualidad capaz de atravesarlo todo. Este mes de abril el CAC Málaga nos permite recorrer sus últimos años de actividad, a través de una selección importante de vídeos, pero también de instalaciones, esculturas, fotografías y murales.

SOCIEDAD DE CONSUMO “No diría que el consumo es el tema principal de mi obra. Creo que a raíz de que las revistas y los libros han mostrado más de este tipo de trabajos hay una gran confusión al respecto. Especialmente, porque si bien el consumo es parte de todo ello no podría afirmar que se trata de la idea principal. Creo que en mi trabajo hay un alto componente hedonista, que se concentra alrededor de la satisfacción del deseo. Para mí es importante lograr mostrar esa sensación de alegría. Pero el deseo es un tema complejo y es ese punto el que he tratado de expresar”. **Luva** “Intento hablar del lujo, pero no tiene por qué ir unido al consumismo. Me interesa la pregunta: ¿qué es el lujo?, porque cada uno de nosotros es capaz de arrojar una respuesta. No me interesa recolectar distintas opiniones para lograr determinar si el lujo es bueno o malo. La idea del lujo está dentro de cada uno de nosotros y no es que no tenga una posición política al respecto, tengo mis propias ideas, pero para mí es más importante liberarlo o encontrar el lado hedonista, que juzgar a la gente haciéndoles sentir culpables o diciéndoles que lo están haciendo mal. No tengo un punto de vista moralista y aunque en ocasiones este aparezca, hago todo lo posible por eliminarlo”. **PLACERES FEMENINOS** “Desde un primer momento he detectado que lo importante era poder mostrar lo que me gusta. Lo que hago tiene mucho que ver con la feminidad, pero no desde el feminismo, sino desde el hecho consciente de disfrutar la vida que se nos ha dado. Puede sonar simplista y hasta un lugar común, pero deberíamos disfrutarla al máximo”.

**FEMENINO RELACIONADO**

CON MASCULINO* “Para mí todo esto apareció de forma muy natural. Cuando hago referencia a artistas masculinos, como Mondrian por ejemplo, y añado agujeros a la pintura, tiene que ver con la cultura ancestral china, el Yin -Yang, porque creo que cuando hay un balance en nuestras vidas podemos acceder a un conocimiento interno. No era muy consciente de esto al principio, realizaba mis trabajos de una manera más sistemática. Al mirar mis primeros trabajos con más detalle pude descubrir que esta idea ya estaba presente, que trataba en parte de reparar algo. Incluso en mi obra de bolsas de tiendas de lujo, no las muestro vacías, porque no se trata de la superficie, sino de lo que está dentro, quizás escondido. También puede verse el tema del dualismo que me resulta muy interesante, es decir, el bien y el mal, círculo y cuadrado, hombre y mujer”. **CONSUMO Y POLÍTICA*** “Es imposible sacar a colación todos estos temas y no realizar un planteamiento político. Creo que es inútil generar una discusión sobre el

consumismo, porque el mundo en el que vivimos consiste en hacer dinero para gastarlo y que de esta manera el sistema funcione. Creo que lo que es difícil en mi trabajo es encontrar el mensaje contrario, incluso un mensaje minimalista. En ningún caso es ‘mira todo el dinero que tengo’ sino observar objetos que parecen vacíos y realmente no lo están. Me resulta difícil explicar mi obra porque no intento explicar el mundo. Prefiero dejar abiertas cuestiones en la mente del observador y no simplemente decir: ‘¡Oh! está muy mal ir de compras, le estáis dando el dinero a los malos’. **INICIOS*** “Cuando empecé realmente había pocas mujeres artistas. Las piezas que despertaban una atención icónica dentro del mundo del arte y conocidas por todos eran trabajos de hombres. En este sentido puede ser que de manera inconsciente, cuando empecé a trabajar, lo que estaba intentado era introducir el Yin dentro del Yang. Sin embargo, nunca he tenido la pretensión de hablar del signo de los tiempos con mi obra, simplemente la llevo a cabo y que las ideas más argumentativas surjan después”.

NUEVA YORK Y LOS OCHENTA*

“Si bien todo el mundo puede hablar de Nueva York y su vida nocturna, no es mi caso (risas), ya que literalmente no tenía nada de dinero para invertir en ello. En esa época estudiaba fotografía y vivía con un amigo que estudiaba cine, y no podría decir que haya sido un momento de diversión desenfrenada. En aquel momento yo estaba experimentando con la vida. Mucho más tarde fui consciente de todo lo que allí sucedía en realidad y empezó a interesarme mucho todo aquello, empecé a leer libros que hablan sobre la locura de aquella época, Warhol, éste, y aquél, y pensaba: ¡Si yo estaba allí!, pero al igual que en aquellos días, lo veía todo desde la distancia, en ningún caso fui parte de ello”. **VEHÍCULOS*** “Me interesan los vehículos porque pueden desplazarte de un lugar a otro (risas). No hay una única idea que me mueva

a utilizar un objeto, sino la gran cantidad de información y sentidos que un objeto es capaz de contener. Miro a las cosas que han sido creadas para añadir belleza a nuestras vidas y después veo si hay algo más que eso, o tal vez menos que eso. En mi caso, empiezo a utilizar los objetos que atraen mi atención y después intento encontrar todos los sentidos que puedan contener y transformarlos en mi propio lenguaje. Este lenguaje nunca es tan explícito ni nunca se presenta del mismo modo, por eso siento que es algo aún por descubrir. Me gustan los objetos que me hacen disfrutar, como los coches, por ejemplo. No tanto la idea de ser un objeto de producción masiva, sino que suele ser un objeto icónico, masculino, pensado desde la sexualidad o la política. Ser un objeto que mezcla todas estas ideas es lo que lo convierte en algo interesante. Pero en definitiva me interesa trabajar con los objetos y temas que puedan resultar atractivos para la mayoría y que formen parte de nuestra vida cotidiana, no sólo la de un pequeño grupo de gente”.





EDITOR 090

Sylvie viste jersey y leggings de GYVENCHY <www.gyvenchy.com>

Vida espiritual “Quizá suene pretencioso, pero para mí es muy importante lograr trabajar los diferentes niveles de la consciencia y por eso me interesa incorporar estos temas en mi trabajo. También lo relacionado con lo invisible y con el mundo esotérico, cosas que aparecen tan rápido como desaparecen, sin saber cómo o por qué, es un tema que me interesa mucho, porque si cambiamos nuestro modo de observar las cosas podríamos

encontrar la presencia de un tipo de Dios o como quieras llamarlo. No hablo desde el punto de vista religioso, sino de esa fuerza invisible que está a nuestro alrededor y que puede tener muchos nombres”.
Color “No pienso en la psicología del color en mi obra. Si tengo que pintar una pared de algún color, es probable que utilice el color que se lleva esa temporada, pero poco después deja de ser el color de la temporada y entonces se convierte en cualquiera de los tonos del arco iris. Eso me resulta muy interesante”.

“ME INTERESA LO RELACIONADO CON LO INVISIBLE Y CON EL MUNDO ESOTÉRICO, COSAS QUE APARECEN TAN RÁPIDO COMO DESAPARECEN, SIN SABER CÓMO O POR QUÉ”
(Sylvie Fleury)



EDITOR 092

CAC MÁLAGA: “En parte es un recorrido a lo largo de toda mi obra. Presento algunos de los trabajos con coches, murales, esculturas, pinturas y todos los vídeos que he hecho. Es una parte importante de mi trabajo y no se ha mostrado tanto, porque es difícil mostrar un vídeo en una revista (risas), así que me alegra que el CAC Málaga exponga todo este trabajo, que va desde 1991 hasta hoy, lo que serían 20 años de vídeos. También se mostrarán las esculturas en bronce, una nueva escultura en mármol... Voy a exponer un número importante de piezas”. **ANÉCDOTA ESPAÑOLA:** “No recuerdo la fecha, pero hace más de 20 años, estaba de vacaciones en Cadaqués, justo en el momento de la muerte de Dalí. Un día fuimos a comer a Figueras, y al pasar por el museo Dalí, me encontré con una gran multitud haciendo fila para entrar al museo, así que pensé que algo interesante ocurría dentro. Sin dudarlo me situé en la fila, y al entrar en el museo me encontré con el propio Dalí exhibido. En Ginebra no es común este tipo de actos, así que quedé bastante sorprendida. Dalí fue el primer artista español que llamó mi atención cuando era pequeña, fue fascinante para mí entrar en contacto con el imaginario que despliega su trabajo”.

Hasta el 12 de junio, CAC Málaga,
<www.cacmalaga.org>



“LO QUE HAGO TIENE MUCHO QUE VER CON LA FEMINIDAD, PERO NO DESDE EL FEMINISMO, SINO DESDE EL HECHO CONSCIENTE DE DISFRUTAR LA VIDA QUE SE NOS HA DADO”. (S.F)

**“EN MI TRABAJO HAY UN ALTO COMPONENTE HEDONISTA, QUE SE CONCENTRA ALREDEDOR DE LA SATISFACCIÓN DEL DESEO. PARA MÍ ES IMPORTANTE LOGRAR MOSTRAR ESA SENSACIÓN DE ALEGRÍA”
(S.F)**



Vista de la instalación en MAMCO, Ginebra 2008. Cortesía de la artista. Foto Diego Sanchez



EDITOR 094

Ela 75K, 2000, Almine Rech Gallery, Bruselas. Cortesía de la artista.

**“ME INTERESA LA PREGUNTA: ¿QUÉ ES EL LUJO?, PORQUE CADA UNO DE NOSOTROS ES CAPAZ DE ARROJAR UNA RESPUESTA”
(S.F)**



Chromo Quartz, 2001. Cortesía Spruth and Magers Gallery, Berlin / Thaddaeus Ropac Gallery, Salzburg – Paris



Marcel et Robert, 2002 - 2010. Cortesia Almine Rech Gallery, Bruselas.



Stange Fire, 2005. Vista de la instalación en MAMCO, 2008. Cortesia Mamco, Genova.

*“EN CIERTOS TEMAS
INCREÍBLEMENTE
MASCULINOS INTENTO
AÑADIR EL LADO
FEMENINO, NIVELAR LA
ENERGÍA, COMPLETAR
LAS FALTAS” (S.F)*



Skin Crime (Givenchy 318), 1997. Cortesía galería Bob van Orsouw, Zürich.

“NO HAY UNA ÚNICA IDEA QUE ME MUEVA A UTILIZAR UN OBJETO, SINO LA GRAN CANTIDAD DE INFORMACIÓN Y SENTIDOS QUE UN OBJETO ES CAPAZ DE CONTENER” (S.F)



Purify, 2008. Pendule, 2001/2002. Panorámica de la instalación, MAMCO Genova, 2008. Cortesía Mehdi Chouakri Gallery, Berlin / Thaddaeus Ropac Gallery, Salzburg – Paris.

FOOD

TEXTO: PEDRO PAN

Para Sylvie Fleury el desayuno es la mejor comida del día, del resto a veces hasta se olvida porque está ensimismada en el trabajo o distraída con alguna cosa. Dice que no es buena cocinera, pero tiene un par de platos que son su especialidad, uno de ellos es la tortilla Noruega, un postre flambeado, frío y caliente al mismo tiempo. Y es que reconoce que le vuelven loca los postres, así que cuando llega esa parte de la comida le gusta pedir algo imaginativo. Sylvie vive en el cantón francófono de Ginebra, y uno de los restaurantes típicos donde dice que ha comido la mejor “fondue” está en Rougemont, se llama **L’auberge du Cerf**. Aunque dice que no suele pedirlo muy a menudo, ya que es una comida muy pesada. Nos cuenta que sobre todo intenta comprar comida biológica, lo más natural posible, y no come mucha carne, es casi, casi vegetariana. Cuando pide comida para llevar suele llamar a “Gandhi” un hindú del que le encanta su dahl con arroz, guisantes, raita y champati. Cuando sale le gusta ir al restaurante Rasoi by Vineet, en el hotel **Mandarin Oriental** de Ginebra, también un hindú, pero fusionado con nueva cocina. Por su trabajo suele viajar mucho y nos cuenta que uno de sus sitios favoritos es la barbacoa semanal que hacen en la playa del restaurante **Aman Hotel Resort Amapur**, en Puri Aman, Phuket (Tailandia). Sylvie bebe muy poco y solo ocasionalmente, pero cuando lo hace le gusta el vino blanco del pequeño y exclusivo terruño de la región francesa de Sauternes, **Château D’yquem**, que pertenece al grupo LVMH. También suele beber **Château de Fargues**. Son vinos muy fuertes, así que mejor no beber mucho. Le encantan porque se degustan con los postres.



Aman Hotel Resort Amapur. Puri Aman en Phuket. (Tailandia) <www.amanresorts.com>



EDITOR 100



Bodegas Vino Blanco D.O Sauternes. Del grupo LVMH, Château d'Yquem <www.yquem.fr>

Restaurante “Cafe du Cerf” L'auberge du Cerf en Rougemont (Suiza).



Vino Blanco D.O Sauternes. Château de Fargues <www.chateau-de-fargues.com>

“ME GUSTAN LOS POSTRES, ASÍ QUE CUANDO LLEGA ESTA PARTE DE LA COMIDA ME GUSTA PEDIR ALGO IMAGINATIVO” (S.F)



Restaurante Rasoi by Vineet. Mandarin Oriental. Ginebra (Suiza)



Copas diseñadas por Sylvie Fleury, para Dom Pérignon, edición limitada. <www.domperignon.com>

EDITOR102

“ME GUSTA LA BUENA COCINA ESTÉ DONDE ESTÉ” (S.F)

FOOD

GUEST CREATIVE

TEXTO: PEDRO PAN

Sylvie aprovecha nuestra sección de gastronomía para comentar que, aunque nunca ha hecho interiorismo para restaurantes, tiene una idea muy buena por si alguien la necesita. Una vez le propusieron que hiciera una colaboración con un chef famoso de Ginebra, y, por supuesto, escogió un postre. Juntos diseñaron un plato muy bueno, pero que además se podía usar como una mascarilla hidratante para la cara. No recuerda bien los ingredientes, pero está casi segura de que algunos de ellos eran miel de plátano y yogur. Ha hecho también trabajos con latas de Coca Cola Light y de Slimfast serigrafiadas como un bote de Brillo Box (detergente). También diseñó copas para **Don Pérignon**: “Fue algo muy divertido. Hicimos una fiesta y al final la gente salió con sus copas en la mano, que estaban numeradas y firmadas”. Cuando Sylvie sale a tomar una copa y relajarse, suele pedir su cóctel favorito desde hace años, un Whisky Sour, y solo lo pide en sitios con un buen barman. Nos cuenta que en Ginebra un barman trabajó con ella para crear un nuevo cóctel hecho de champagne. Estaba muy bueno, con amaretto, Napoleón mandarina, champagne, angostura, y piel de limón. “Yo quería ponerle un nombre de coche americano, pero él lo llevó a un concurso de coctelería y lo llamó Nuit d’Ambre”.



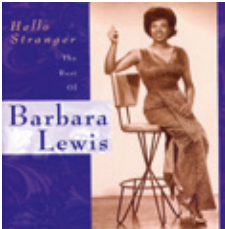
Vivian Girls

GUEST CREATIVE

MÚSICA

TEXTO: TEREVISIÓN RUIZ

La mayoría de los artistas que hemos tenido como Guest Creative reconocían que preferían trabajar sin música. No es el caso de Sylvie Fleury. La artista suiza nos cuenta que escucha música la mayor parte del tiempo, casi siempre está enganchada al iTunes. “Mis gustos musicales son de lo más ecléctico, pero lo que más me gusta son los grupos de chicas de los años 50 y 60. También escucho música surf, doo-wop... incluso algo del punk de los inicios, grupos no muy conocidos, y psicodelia (Bubblegum)”. También nos dice que recientemente ha recuperado un antiguo radio cassette y un montón de cintas que está escuchando ahora mismo, antiguas recopilaciones grabadas por ella misma o por sus amigos. En algunas de sus obras Sylvie Fleury ha colaborado con el diyéi y productor suizo **Sidney Stucki**: “Es un gran músico, y como la mayoría de la gente con la que he colaborado, lo he hecho porque existe un alto nivel de conexión. Puedo decirle a Sid tres palabras por teléfono y enseguida él me envía la pieza que necesito para mi vídeo, o a veces quedamos, me siento a su lado y puedo pasar un montón de horas divirtiéndome, jeso también funciona!”. Uno de los instrumentos favoritos de Sylvie Fleury es el theremin: “Organicé algunos conciertos en Ginebra a raíz de mi primera inauguración. Invité a un músico llamado **Arnold Ives**, y la mayoría de la gente se levantó y se fue cuando estaba tocando, pero



a mí me encanta, y como no tenía publicado ningún disco, era la única forma de escucharle tocar...”. Cuando le preguntamos por sus últimas compras musicales, nos dice, que, vía iTunes, ha comprado discos de **Barbara Lewis** y **Gunther and the Sunshine Girls**. No podemos evitar preguntarle qué discos incluiría en uno de sus Shopping Bags, y esta es su respuesta: “Para esta instalación escogería algo un poco new age como “Tibetan Chakra Meditation”, o también algún viejo remix de “Big Dick”, de **Robert Armani**, que podría usar además como título para la pieza”. También nos dice que uno de los discos que más escucha últimamente es American Spring, Spring Plus, producido por **Brian Wilson**”. Cuando llega el turno de que elija entre unos cuantos grupos que le proponemos, Sylvie nos dice que prefiere las voces femeninas. Así que le vamos a recomendar a **Vivian Girls**. El trío de Brooklyn ha sido fichado por el sello español Houston Party quien publicará su nuevo disco, “Share the Joy”, el 12 de abril. Además podremos verlas ya mismo en directo por nuestro país dentro de la programación de Heineken Music Selector. Estas son las fechas: 26 marzo, Sevilla, Malandar + 29 marzo, Madrid, Sala Sol + 30 marzo, Barcelona, KGB + 31 marzo, Toledo, Círculo de Arte + 1 abril, Palma de Mallorca, Cultura Club + 2 abril, Vigo, La Fábrica de Chocolate.

MODA

TEXTO: MONGÓMERI

Por si no ha quedado claro, Sylvie Fleury insiste una vez más: “mi trabajo no es sobre moda, sino que utilizo la moda como si fuera un color o un medio, al igual que uso coches, cámaras aura o sombras de ojos”. La artista compra todos los productos que aparecen en sus obras, “los selecciono porque, en un momento dado, conectan con alguno de los proyectos que estoy haciendo. Por ejemplo... unos zapatos con la bandera norteamericana para romper bolas de navidad” dice Sylvie refiriéndose a su vídeo Strange Fire. “Normalmente no pido permiso a las marcas, sencillamente voy a la tienda y compro lo que necesito para una película, una escultura o una instalación”. Ninguna marca se ha quejado por aparecer en sus instalaciones, salvo en 1993: “Se trataba de una exposición colectiva en Nueva York titulada Chanel. La firma pidió que clausuraran la muestra. Pero la situación ha evolucionado mucho en los últimos 10 años. Ahora la mayoría de las marcas están orgullosas de que las relacionen con el arte... Es bastante extraño, pero he colaborado con muchas menos casas de moda de lo que la gente piensa. Y es porque yo compro las cosas. De esa forma mantengo la libertad de hacer y escoger lo que me dé la gana”. Hugo Boss fue una excepción: “gracias a ellos hice el vestido Fórmula 1, una réplica del mono de Mika Hakkinen, campeón del mundo patrocinado por Hugo Boss. Me interesa colaborar con una marca cuando hacerlo me brinda una oportunidad que por mí misma no tendría”. Con la misma libertad que Sylvie utiliza ciertos iconos de moda, la industria de moda también la utiliza a ella. Es el caso de la colección plateada otoño invierno 2006-7 de bolsos Louis Vuitton: “Mi escultura de bronce plateado se hizo mucho antes, en el año 2000. Ellos compraron la pieza en una subasta y fue lo que inspiró a Marc Jacobs para hacer la colección”. En cuanto a su armario personal, la artista admite que, gracias a la gran cantidad de compras que hizo durante los primeros años de carrera, tiene bastante ropa almacenada. “Siempre que necesito un look fresco voy al ático... allí, por nombrar solo algunas firmas, hay Pucci, Vivienne Westwood, Alaïa, Mugler...”. En un intento de ampliarle el ropero, presento a Sylvie una selección de colecciones primavera verano para su último vídeo, en el cual salen unas chicas descalzas caminando sobre barro: “Me quedaría con algo gráfico, que siempre queda bien en una película... cualquiera de los de Manish Arora, son todos bastante impactantes... Incluso los de Threearfour. Aunque, desgraciadamente, aparecer en uno de mis vídeos no los hará más propensos al éxito”. Y para llevar ella misma, elegiría a Rodarte, “me gusta bastante”. Pero le gustan tantas cosas... “Si tuviera que salir de tiendas probaría con Lanvin, Marni, Yves Saint Laurent, Balenciaga, Givenchy... Prada hizo una gran colección de accesorios de rayas furiosas para esta temporada: me encantaron las pieles, son como gambas de rayas, muy graciosas, y también los bolsos de mano”. Le encantan los clutches... “y aunque Martin Margiela no esté en la Maison, tengo que reconocer que todavía me gustan sus clutches, son los mejores con diferencia. Tengo un fantástico bolso de mano rosa de Margiela que parece la funda de una barrita de caramelo”.



Louis Vuitton: Colección Otoño Invierno 2006 - 7.



Prada colección Primavera Verano 2011. Foto: Estrop / Francesc Tent

GUEST CREATIVE



EDITOR105

Louis Vuitton: En página anterior, colección plateada de bolsos otoño invierno 2006-7, inspirados en una escultura de bronce plateado de Sylvie Fleury que a su vez está inspirada en el modelo Keepall de la firma francesa. <www.louisvuitton.com>



Maison Martin Margiela: Sylvie Fleury, amante de los clutches, es una de las orgullosas propietarias de este bolso de mano con apariencia de golosina, perteneciente a la colección primavera verano 2010 de la casa originalmente belga. Foto: Estrop / Francesc Tent <www.maisonmartinmargiela.com>

MODA

TEXTO: MONGÓMERI

Si los clutches encabezan la lista de accesorios de moda de Sylvie Fleury, los teléfonos móviles también ocupan un lugar destacado en ese listado de items de moda. “Por supuesto, se han convertido en un complemento más, principalmente para la gente muy joven”, comenta la artista... “Mira los premios MTV. Todas las rockstars muestran sus smartphones al público. Personalmente tengo un HTC Desire HD, por el nombre principalmente... No, en serio... Es un gran teléfono Android y hace unas fotos fantásticas”. En cuanto a tendencias, la que más le tira es la ausencia de ellas. “¿Existen todavía? Yo creo que, hoy en día, lo mejor de la moda es que ya no gira en torno a las tendencias”. Pero si la artista tuviera que sucumbir a una en particular, ella opta de manera libre, no sugerida, por los vestidos con bolas de Agatha Ruiz de la Prada. La propia diseñadora luciría uno de ellos durante su desfile en la pasarela madrileña. “Me encanta ese look para el verano” dice la artista de apellido casi floral, muy Agatha. Con ese mismo espíritu optimista, Sylvie nos confiesa que le encantaría ser directora creativa de una firma de lujo: “Sí, ¡Lamborghini!”



GUEST CREATIVE



Agatha Ruiz de la Prada: Colección Primavera Verano 2011. Fotos: Estrop / Francesc Tent

Al igual que antes nuestra Guest Creative bromeó sobre la posible elección de un móvil por su nombre, por la misma razón, y “aunque Mr Galliano esté en problemas” como ella misma recuerda, ahora nos recomienda ‘Parlez moi d’amour’, fragancia del controvertido diseñador gibraltareño a la que pone cara la actriz Taylor Momsen. “Pero para ser serios -continua Sylvie- personalmente yo uso Amber Absolute de Tom Ford, mezclado con Musk de Khie’s”. Aparte de la moda, el maquillaje es otro de los materiales con los que recurrentemente trabaja Sylvie. Para su serie del 97 ‘Is your make up crashproof?’ la artista, subida en aparatosos coches, aplastaba contra el asfalto lujosas colecciones de maquillaje que las marcas le enviaban a la revista Self Service para que, como editora de belleza, las testara. “Sin duda, la más sólida, era Chanel”, reconoce la artista que actualmente se decanta por By Terry, marca de maquillaje creada en 1998 por Terry de Gunzburg, durante 15 años directora de maquillaje para Yves Saint Laurent, firma con la que Fleury también pinta su rostro. Respecto al cuidado facial, Sylvie nos responde con el título de una de sus exposiciones del 96, “Moisturizing is the answer”, y añade... “Independientemente de su packaging, si tuviera que elegir solo una... yo diría que la hidratante anti-manchas Clinique Even Better”.



1/ Tom Ford Fragancia Amber Absolute <www.tomford.com> 2/ Clinique Even Better, hidratante facial anti-manchas con factor de protección 20 <www.clinique.es> 3/ Kiehl's Fragancia Musk <www.kiehls.es> 4/ HTC Desire HD Smartphone Pantalla gigante de 4,3 pulgadas, Procesador de 1 GHz, Cámara de 8 megapíxeles, sistema operativo Android 2.2 <www.htc.com> 5/ By Terry Barras de Labios <www.byterry.com>

“ME ENCANTA EL ESPEJO ROCKSKIN Y LA MESA FRACTAL YA QUE CREO QUE ENCAJARÍAN CON EL TIPO DE OBJETOS QUE TENGO EN CASA”. (S.F.)

Escultura “RockSkin” (2007-2008).



Proyecto “FixingNature” (2007), mostrado a finales de 2010 en la exposición “Reality Lab” comisariada por Issey Miyake en el museo 21_21 Design Sight de Tokio.

DISEÑO

TEXTO: TACHY MORA

Quizá porque nuestra Guest Creative de este número procede del mundo del arte, Sylvie Fleury se decanta por diseñadores que desarrollan paralelamente una trayectoria artística, como es el caso del israelita afincado en París **Arik Levy**. Es curioso porque la producción artística de Levy (Tel Aviv, 1963) no es tan conocida como los diseños que habitualmente realiza para un significativo número de importantes empresas internacionales del ámbito del hábitat, desde Serralunga o Living Divani hasta las españolas Viccarbe e Inbani. Y eso que desde siempre ha realizado una producción artística simultánea al trabajo que lleva a cabo en su estudio de diseño Ldesign junto con su socio Pippo Lionni. Ya en el número 60 de Neo2 hablábamos de esta doble vertiente suya, que en aquel momento estaba muy orientada a la elaboración de escenografías. Sin embargo, Levy se cuida mucho de separar ambas actividades. Él no es para nada uno de esos diseñadores difusos del mundo del design-art, la mayoría de ellos mil veces más artistas que diseñadores por mucho que se empeñen en ponerse un design delante. Levy cuando trabaja como diseñador es un diseñador y cuando trabaja como artista es un artista. En consecuencia, la producción que realiza en ambos ámbitos destaca por su desglosada coherencia. Tampoco se tira el rollo de que para él la producción artística es una forma de experimentar sin las restricciones de un briefing con materiales o ideas que luego aplica a su trabajo como diseñador. Para él, “el diseño es un músculo incontrolable”. Cuando uno se dedica

EDITOR109



Mesa “Fractal Table” (2010)

GUEST CREATIVE

Proyecto “SelfArcheology”, mostrado el año pasado en el museo 21_21 Design Sight de Tokio como parte de la exposición “Post Fossil” que en la actualidad se puede visitar en el Design Museum Holon de Israel.

DISEÑO

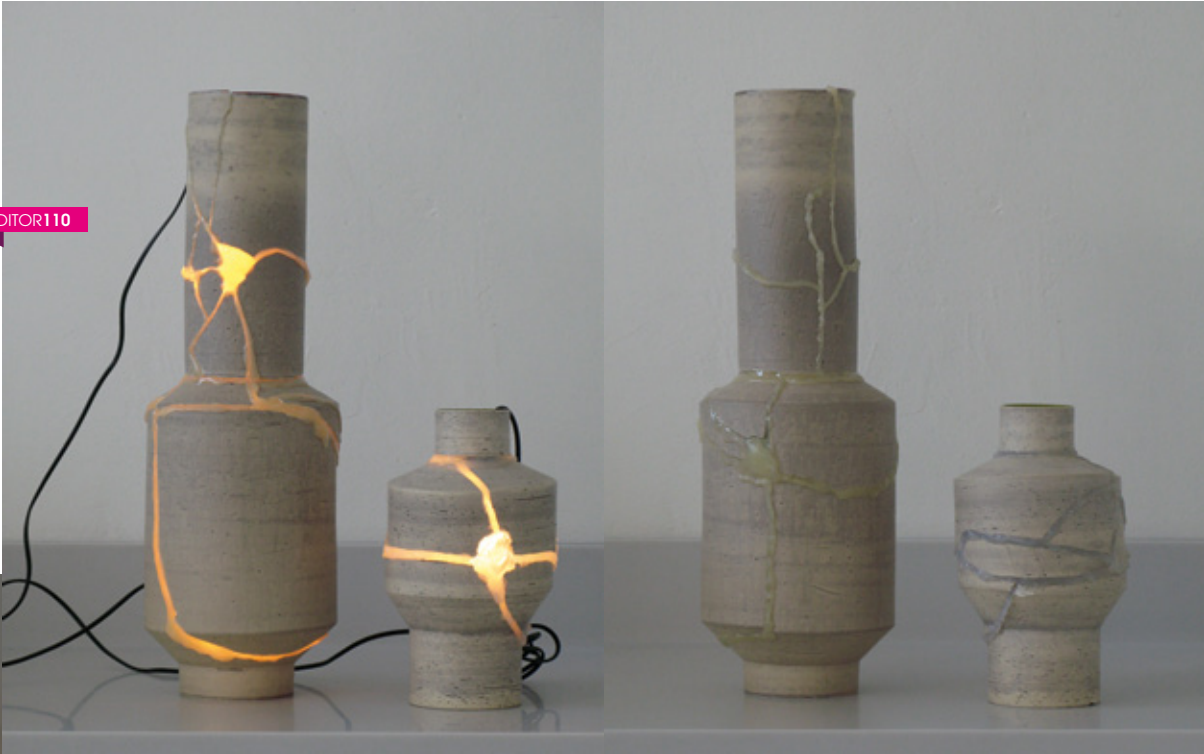
TEXTO: TACHY MORA

a trabajar en el mundo de la creatividad de manera vocacional, difícilmente puede evitar no hacerlo extensivo al resto de las facetas de su vida. Por eso quizá Levy le da a todo: al mobiliario, a la iluminación, al diseño de indumentaria, a la escenografía, a las instalaciones artísticas... a todo lo que se le pone por delante pues parece ser que no puede controlar su energía creativa. Así, una cuestión que llama mucho la atención de su trabajo artístico es su primitivismo. Mientras en su vertiente como diseñador industrial sus piezas son de lo más racionales y perfectas, en su vertiente artística parece disfrutar con lo primario. Uno de sus elementos recurrentes más característicos son las piezas con forma de roca facetada, concepto que junto con los fractales ha utilizado para una larga lista de proyectos. También es recurrente en él crear esculturas un tanto rudas a partir de troncos o ramas. Particularmente, al observar su obra como espectador recibo una potente sensación de furia. Algo que quizá no se puede permitir plasmar en cualquier otra de sus vertientes creativas y que podría ser un efecto derivado de esa incontrolable energía creativa que según dice hasta no le deja dormir. Resultan perturbadoras sus hachas de la instalación “Personality Disorder Social Codes” o las inquietantes marañas que genera en muchas de sus propuestas lumínicas, cuyo repertorio es muy variado y totalmente aconsejable de echar un vistazo a conciencia a través de su web. En estos momentos, algunos de sus trabajos se exponen en la muestra “Post Fossil” que se podrá ver hasta finales de abril en el Design Museum Holon de Israel. Una exposición comisariada por quien fuera la directora de la Design Academy de Eindhoven, Li Edelkoort, y que ha escogido las piezas de Levy más a tono con la línea que ésta marcó en dicha escuela. Entre ellas, la colección SelfArcheology, unas cerámicas que recuerdan a vasijas arqueológicas; pero rotas y recompuestas con resina epoxi.

<www.ariklevy.fr> <www.ldesign.fr>



Instalación “Personality Disorder Social Codes”, mostrada en mayo de 2010 en la feria Art Amsterdam a través de la galería Priveekollektie.



Vista del estudio de Arik Levy.

DISEÑO

GUEST CREATIVE

TEXTO: TACHY MORA

A Sylvie Fleury le fascina **Carlo Mollino** (1905-1973), un personaje multidisciplinar que se dedicó a la arquitectura, el diseño y la fotografía entre un singular montón de actividades más. Le gustaría tener algunos de sus curvilíneos muebles, pero no están al alcance de cualquiera, pues sus piezas son de las más cotizadas en el mercado de subastas de muebles diseñados en el siglo 20. La firma italiana Zanotta produce en la actualidad algunos de los modelos creados por esta controvertida figura de culto de Turín. Las mesas Arabesco (1949) y Reale (1946) así como el escritorio Cavour (1949), todos ellos con sobre de cristal y estructura de madera, tienen un punto aerodinámico que cuadra en perfecta conexión con otra de sus innumerables pasiones: los coches y la velocidad. Zanotta comercializa también sus sinuosas butacas Ardea (1944) y Gilda (1954) más un espejo con forma de Venus de Milo denominado asimismo Milo (1937). Y es que Mollino se moría por todo lo que tuviera curvas; famoso es también por la cantidad de fotografías eróticas que hizo a toda mujer que se le ponía a tiro de obturador. Por otro lado, Sylvie Fleury ha seleccionado la empresa catalana **Kettal** como una firma interesante de muebles de exterior. Esta empresa en los últimos años ha dado un fuerte giro hacia el mobiliario de corte contemporáneo de la mano de potentes diseñadores como Rodolfo Dordoni, Marcel Wanders y en particular Patricia Urquiola, cuya colección de mueble trenzado Maia fue un golazo. Últimamente, Kettal ha lanzado un par de apuestas muy sugerentes: la colección cordada ZigZag firmada por Emiliana y el sofá club Bob diseñado por Hella Jongerius. La propuesta de la holandesa rompe con todo lo hecho hasta hoy por Kettal y está por ver si esto dará otra nueva vuelta de tuerca al estilo de la empresa hacia propuestas más vanguardistas. El año pasado, Kettal recibió además el Premio Nacional de Diseño que hasta la fecha entregaba el Ministerio de Ciencia e Innovación español.



Escritorio Cavour, diseño de Carlo Mollino de 1949 comercializado por Zanotta.

Sillón club Bob, un diseño de 2010 de Hella Jongerius para Kettal.



Butaca Gilda, diseño de Carlo Mollino de 1954 comercializado por Zanotta.



Felix Partz models V.B. Gown #3 at City Hall, Toronto. 1975-1977.



Nazi Milk. 1979-1990.



Post Mortem. 1985.

“EN EL MUNDO DEL ARTE NO SE DEBERÍAN
TENER EN CUENTA LOS PASAPORTES NI LAS
NACIONALIDADES” (S.F)



P is for Poodle. 1983.



Mondo Cane Kama Sutra. 1984.

ARTE

TEXTO: MARIANO MAYER

Al preguntarle a Sylvie por algunos nombres y las procedencias de los artistas que ocupaban su interés la primera respuesta fue: “en el mundo del arte no se deberían tener en cuenta los pasaportes ni las nacionalidades”, pero al insistir y en sintonía con sus palabras aparecieron nombres y generaciones bien distintas: John Armleder, Valie Export, Cady Noland, John Miller, Gianni Motti, Angela Bulloch, Piero Golia, Olivier Mosset, Amy Granat o Guillaume Pilet. Artistas tan disímiles como los universos en fuga que cada uno ha planteado. La conversación continuó y apareció el tema de las obras que de estos artistas posee, donde el relato de una pieza de AA Bronson, recién incorporada a su pequeña colección, transmite una euforia especial: “es un disco metálico, como de 30 cm de diámetro, con cristales y cuarzos incrustados. Parece un platillo volador”. No sorprende que el integrante de **General Idea** figure como uno sus favoritos. AA Bronson junto a Jorge Zontal y Felix Partz iniciaron el colectivo canadiense General Idea, fundado en 1969 y finalizado en 1994 a raíz de la muerte de Zontal y Partz. Bajo un afán por liberar la tiranía del genio individual e impulsados por todo tipo de influencias vanguardistas los General Idea se propusieron anular la separación entre realidad y ficción, encontrando en el arte y en los medios de comunicación los lenguajes capaces de emprender tales continuidades. Colonizar el mundo a través de arte para diseñar alternativas de vida que incluían obras a modo de prototipos con los que elaborar otro tipo de realidad. Entre la euforia creativa, la alegría y la mordacidad de quien se propone reinventar el mundo conocido, el grupo accionaba. Sus gestos innovaron no sólo por el hecho de entender a las imágenes como un virus capaz de infiltrarse en todos los aspectos de la vida cotidiana, señalando el glamour como una herramienta de emancipación creativa, sino también por elaborar herramientas y espacios que permitieran construir una nueva identidad sexual y un arte participativo. El conceptualismo humorístico que realizaron los llevó a editar entre 1972 y 1989 los 29 números de File, su propia revista, a diseñar diversos logos, publicidades, programas de TV o slogans como estos: “General Idea es básicamente un instrumento desde el cual habitamos el rol del artista mientras nos convertimos en una leyenda viva”. Pero también a organizar el concurso Miss General Idea, contando con cientos de aspirantes a la corona. Cada una de sus propuestas ponía en escena las diversas tramas teatrales que durante décadas acompañaron a los genios creativos, indicando como cada gesto nunca es individual, sino uno de los componentes de una gran familia. Con ironía y con gran sentido del humor sus imágenes, objetos y arquitecturas investigaron el carácter artificial de las producciones artísticas. Porque aquello que el arte produce no es un símil del mundo sino los elementos de un universo inventado.