



El frasco de 'Greed', en la instalación del artista italiano Francesco Vezzoli, en una de las salas del Centro de Arte Contemporáneo La Conservera. :: VICENTE VICÉNS / AGM

# No es un perfume embriagador

El artista italiano Francesco Vezzoli recrea el lanzamiento de una fragancia de lujo en La Conservera de Ceutí

## :: GONTZAL DÍEZ

**MURCIA.** Es la historia de una impostura, pero es mucho más. Es la recreación de deseos, de la construcción de codicias, de los mecanismos de seducción. El atrezo es perfecto. Una campaña para lanzar un nuevo perfume. El italiano Francesco Vezzoli (Brescia, 1971) despliega todo los recursos de marketing a su alcance: todo es oropel, el producto es lo de menos. Lo importante es 'vestir' y ven-

der. Un complejo engranaje de persuasión. Para todo ello nada mejor que acudir a la élite, a los grandes nombres, a las estrellas. Se trata de competir, de arrasar, de vencer y vender; de ser elegante, impecable e implacable. Todo es falso y todo es real, tan real e incisivo como un anuncio.

Francesco Vezzoli recurre a los clásicos y sus vanguardias para la puesta en escena del lanzamiento de 'Greed' ('Codicia'). También coloca

su objetivo en Hollywood. Roman Polanski dirige a la oscarizada Natalie Portman y Michelle Williams (aspirante a un Oscar por su papel en 'Blue Valentine') en el spot promocional de este aroma que convierte a dos mujeres en encarnizadas enemigas por lograr ese aroma. Una farsa violenta. Natalie, de blanco, Michelle, de negro, se enzarzan en una pelea absurda y sin cuartel y se arrean con ganas. La codicia como

una de las bellas artes, la avaricia como un valor imprescindible para el éxito, la ambición como el imparible motor que acicala a los elegidos. Lo superfluo como meta, pero eso sí, todo muy 'fashion'. Lo efímero, lo obsesivo, la vanidad, el glamour..., todo se da cita en este aroma exclusivo creado por un artista que se define como «un bastardo molto amato».

Así, uno entra en una de las salas de La Conservera de Ceutí —con grandes cortinajes rojos en las paredes— como si penetrase en uno de los santuarios del exceso, en uno de esos paraísos de las élites, para la jet del lujo... ¡huele a dinero!

Inspirado en 'Belle Haleine: Eau de Voilette' ('Bello aliento: velo de agua'), el objeto creado en 1921 por Marcel Duchamp utilizando una botella de perfume con una etiqueta modificada, Vezzoli retoma el mismo envase y sustituye el

retrato de Marchel Duchamp travestido como su alter ego, Rose Sélavy (Eros, C'est la Vie) realizado por Man Ray, con su propio retrato, firmado en esta ocasión por el prestigioso fotógrafo de moda estadounidense Francesco Scavullo. Pura cosmética.

La campaña se complementa con diez exquisitos retratos en tapiz de mujeres emblemáticas en la historia del arte

como Tamara de Lempicka, Frida Kalho, Eva Hesse, Tina Modotti, Lee Miller, Giorgia O'Keefe, Meret Oppenheim, Leonor Fini, Louise Nevelson y Niki de Saint Phalle. Todas ellas lloran falsas joyas.

Una mirada perversa y lúdica la que propone Vezzoli en esta instalación. Por cierto, el frasco de perfume contiene whisky Dick. Seductora conserva.

## 'GREED' ('CODICIA')

Hasta el 26 de junio

**Francesco Vezzoli.** Centro de Arte Contemporáneo La Conservera. Avenida de Lorquí s/n. Ceutí. [www.laconservera.org](http://www.laconservera.org). Horarios: Martes a viernes: de 16.00 a 20.00 horas. Sábados, domingos y festivos: de 11.00 a 20.00 horas. Visitas guiadas matinales mediante reserva previa 868 923132.



El anuncio de Michelle Williams y Natalie Portman. :: LC