

GUEST CREATIVE TAKASHI MURAKAMI

Escurridizo como una estrella de rock, metódico como un empresario de éxito, reservado y maniático como un creador de prestigio, mediático como un famoso hollywoodiense, Takashi Murakami forma parte de ese célebre triunvirato (completado por Jeff Koons y Damien Hirst), amado y odiado a partes iguales, que ha sabido comprender que el arte contemporáneo se encuentra en ese extraño lugar en el que se cruzan el mercado de valores, la sociedad del espectáculo y la creatividad desinhibida. Al mando de la exitosa multinacional (el nombre no parece exagerado) Kaikai Kiki Co., Murakami se lo puede permitir casi todo: diseñar unos bolsos para Louis Vuitton, vender pendientes, llaveros o figurinas de sus obras, como si de una marca más se tratara, organizar festivales (el Geisai), apoyar a jóvenes artistas o exponer en el Castillo de Versalles o en Doha (Qatar), donde estrena una exposición personal ambiguamente titulada "Murakami-Ego", que podrá verse hasta el 24 de junio. No es sencillo acercarse (en el sentido propio y figurado) a una de las figuras que mejor cristalizan las paradojas, las dudas, la vitalidad y las potencialidades del arte de hoy. Lo hemos intentado y, pese a no sacar ninguna respuesta definitiva, por lo menos hemos aprendido que las cosas no son tan simples como parecen.

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

AGRADECIMIENTOS: GALERIE PERROTIN, PARÍS





GUEST CREATIVE

097

TEXTO: AURÉLIEN LE GENISSEL

Hay que ser “superficiales de tan profundos”. Esta (aparentemente) paradójica y visionaria afirmación de Nietzsche se encuentra en el corazón del eterno debate sobre el valor del arte contemporáneo y parece aplicarse especialmente bien a Takashi Murakami, uno de sus mejores representantes. Y es que el artista nipón es el creador del Superflat (superplano), una teoría que dio lugar a una famosa exposición (en tres entregas) iniciada en el 2001, y que podría resumirse como una mezcla de influencias pop, de estética manga o anime y de técnicas pictóricas heredadas del arte clásico japonés. “Los colores alegres de mis trabajos pueden hacer pensar en el Pop Art pero el telón de fondo de su aparición es completamente diferente”, puntualiza el propio Murakami, en el catálogo Murakami Versailles (entrevista Philippe Dagen, ed. Xavier Barral, 2010) para explicar las connotaciones históricas, políticas y simbólicas de sus obras. Tras sus cuadros bidimensionales, brillantes, casi quirúrgicos, sobre los que la mirada parece resbalar como aspirada por la superficie, se encuentra una repuesta más densa y compleja a los interrogantes que despierta el arte actual (y su obra en particular). ¿Es todo un negocio? ¿Hay algo detrás de tantas flores coloridas o simplemente un placer ornamental? ¿Es tan sencillo hacer lo que hace Murakami?



Murakami en Miyoshi Painting Studio, cerca de Tokyo. Foto : Aminaka.

Como buen (y heterodoxo) heredero de Andy Warhol, el artista japonés juega con los códigos del sistema en el que vive, sin querer subvertirlos explícitamente ni defenderlos apasionadamente. De esta manera, Murakami es capaz de crear un monstruo típicamente manga en cuyas horribles fauces aparecen siete objetos-fetiches consumistas (como un condón, una bolsa de patatas o una bamba) seleccionados por el famoso productor Pharrell Williams (The Simple Things, 2008-2009) y, al mismo tiempo, apoyar a la desconocida escena emergente japonesa. Es capaz de utilizar la tecnología más puntera de la era digital para seleccionar los colores y los acabados de sus esculturas y, al mismo tiempo, mantener viva la tradición ancestral del nihonga o los gigantescos paneles del arte japonés antiguo (Kawaii-Vacances: Summer Vacation in the Kingdom of the Golden, 2008). Es capaz de reinventar los principios compositivos de Jackson Pollock o el uso provocador de los ojos que ya hicieran los surrealistas (sus innumerables “jelly-fish eyes”) y, al mismo tiempo, de crear atractivos personajes anclados en la cultura popular y de masas (su famosa Miss Ko2, 1997 está inspirada en la emblemática camarera de una cadena de restaurantes japoneses llamada Anna Miller’s). Como si del mítico Wally (de ¿dónde está Wally?) se tratara, Murakami nunca se encuentra donde se le espera, en medio de sus cuadros saturados de referencias, trazos caóticos y estructuras refinadas. Con él, las oposiciones clásicas entre sociedad occidental y oriental, baja y alta cultura, comunicación y arte o tecnología y tradición ya no tienen pertinencia. Y eso lo convierte en un artista indudablemente contemporáneo. Sus flores sonrientes y sus personajes entrañables, por ejemplo, despiertan un reconfortante sentimiento de felicidad, inocencia y bienestar. Una estética barroca y accesible que quizás no siempre deje ver la complejidad de la composición pictórica (o escultural) y el esfuerzo desplegado en cada ínfimo detalle de la obra. “Empiezo por dibujar yo mismo un dibujo minúsculo. Lo amplío a un formato

ligeramente superior. Lo retoco. Lo agrando de nuevo; lo retoco de nuevo. Luego se lo doy a un asistente. Repito esta operación varias veces agrandando la imagen hasta conseguir el formato definitivo de la obra”, explica Murakami sobre su expo en Versailles (entrevista Philippe Dagen, ed. Xavier Barral, 2010). Y así sucesivamente hasta que el artista consigue lo que quiere. Detrás de cada obra, de apariencia lisa y sencilla, se esconde un minucioso e inmenso trabajo de concepción, diseño, realización, acabado artesanal y montaje. Unos costes que, según el artista, justifican el precio de unas obras que en ocasiones pueden medir hasta 6 metros de alto o 25 metros de largo (como el impresionante políptico que presenta en Doha). Su galerista parisino, Emmanuel Perrotin, cuenta que lo descubrió en una feria de arte en Yokohama en 1993. Unos días más tarde, le envió un fax con tres preguntas proponiéndole que trabajara con él. ¿La respuesta de Murakami? Como no hablaba inglés, decidió responderle con un fax de 11 páginas en forma de cómic. El artista va a la suya, intransigente y decidido, considerándose como una especie de “lanero solitario” (My Lonesome cowboy, 1998 es otra de sus obras emblemáticas) poco reconocido en su país (menos que fuera) y al margen de una cultura occidental que, de alguna manera, no considera suya. Quizás por eso uno de sus retos sea difundir e integrar una estética popular extranjera (el manga, anime o la cultura otaku en general) en un ambiente cultural en el que no tiene tanto reconocimiento.



Murakami en Miyoshi Painting Studio. Foto: Aminaka.



Murakami en Miyoshi Painting Studio. Foto: Aminaka.



Vista de Miyoshi Painting Studio. Foto: Aminaka.

“El arte contemporáneo en Japón es como el fútbol americano en Europa, a nadie le interesa. El arte contemporáneo no tiene sentido para muchos de los japoneses. No les importa. No saben ni siquiera lo que es” comenta con ironía Murakami para intentar explicar que “por un lado, intento enseñar a mis compatriotas lo que significa ‘el arte’ a una escala global y, por el otro, intento enseñar la esencia de nuestra cultura actual a los extranjeros” (entrevista Philippe Dagen, ed. Xavier Barral, 2010). Quizás por eso también el único puente que pueda tender para conseguirlo sea su universo personal, esa subjetividad que le lleva a titular su exposición “Murakami-Ego” (o anteriormente “© MURAKAMI”) y a imaginar un sinfín de dobles (Me and Double - DOB, 2009), cómicas figuras (Pom & Me, 2009-2010) o autorretratos imponentes (como el que se presenta en Doha). Como pasa con Kaikai Kiki, nombre de su empresa y de dos de sus personajes emblemáticos, que cada uno parece traducir como le da la gana, desde “grotesco pero refinado” hasta “sobrenatural, bizarro” pasando por “delicado y misterioso”, el arte de Murakami es intraducible y enigmático, una explosión de signos irónicos, detalles preciosistas, guiños a Bacon o Yves Klein, personajes de dibujos animados, clips o cortos oníricos, budas enfadados o agresivos y flores o setas antropomórficas. Nada mejor para comprender este cuento de hadas hechizante, divertido y extremo que nos lo explique su creador. **VIDA COTIDIANA:** “Tengo estudios en Nueva York y en Japón y galerías en todos los husos horarios lo que quiere decir que, a cualquier hora del día, me llama gente que necesita una respuesta inmediata. Y además, viajo bastante a menudo por lo que no importa realmente donde esté, cuando mi cuerpo dice que es hora de dormir, duermo. Y eso me puede pasar en el museo, en un rodaje de película... en cualquier sitio”. **FRANCISCO DE GOYA:** “Desde que era un niño pequeño, mis padres me han llevado a los museos. En uno de esos viajes, me crucé con ‘Saturno devorando a un hijo’ de Goya y me invadió un abrumador sentimiento de shock y miedo. Mirando un poco atrás, supongo que todo empezó con este trauma”. **IMAGEN EN JAPÓN:** “Los medios japoneses están en un estado bastante penoso. Tras mi exposición en Versalles, su actitud hacia mí cambió de golpe. De repente me llamaban ‘uno de los grandes maestros!’ y todas esas cosas. De hecho, desde entonces, mi estilo de vida no ha cambiado para nada. Sigue sin haber nadie que compre mis trabajos en Japón y nadie de allí al que le deba nada”. **KAIKAI KIKI:** “George Lucas tiene Lucas Films, Steven Spielberg tiene Dreamworks. Hasta en la historia del arte japonés, tengo predecesores como la escuela Kano. Al igual que en estos casos, Kaikai Kiki es una organización que apoya mi trabajo artístico. Y parte de su papel también consiste en ayudar a nuevos artistas y desarrollar una nueva escena artística lo que requiere una organización sólida”. **Fundada en el 2001 (en la estela de Hiropon Factory), la empresa que dirige Murakami se dedica**



Vista de Miyoshi Painting Studio. Foto: Aminaka.



Vista de Miyoshi Painting Studio. Foto: Aminaka.

“KAIKAI KIKI ES UNA ORGANIZACIÓN QUE APOYA MI TRABAJO ARTÍSTICO. Y PARTE DE SU PAPEL TAMBIÉN CONSISTE EN AYUDAR A NUEVOS ARTISTAS Y DESARROLLAR UNA NUEVA ESCENA ARTÍSTICA” (Takashi Murakami)

a numerosas actividades entre las que se encuentran la producción y promoción de las obras del artista, el apoyo a jóvenes talentos (como Chiho Aoshima, Aya Takano o JNTHED) a través de exposiciones a menudo comisariadas por el propio Murakami, la organización de la feria de arte GEISAI y varias colaboraciones con la industria del diseño, de la música o del entretenimiento. Con más de 100 empleados repartidos en varias sedes (Tokyo, Miyoshi, Nueva York o Los Ángeles), uno de los objetivos de Kaikai Kiki es “alentar a los artistas japoneses emergentes así como llenar el hueco entre la cultura oriental y occidental”. **ORIENTE-OCCIDENTE:** “Soy japonés, por lo que, de alguna forma, vengo de fuera de las fronteras de la escena artística occidental y de sus juegos. Para coger una analogía, el anime o el manga siguen siendo, por alguna razón, pensados como algo poco conveniente para la televisión y los cines en los Estados Unidos. Y, pese a eso, todo el mundo los mira.

Siento un poco que esta especie de situación me está ocurriendo a mí también”. **EGO-SOCIEDAD:** “Como soy asiático, no creo que el agujero entre esos dos conceptos sea tan grande como piensas. Lo que intento hacer es construir un autorretrato propio, o lo que es lo mismo, de mí ego, en el estado asiático de Qatar y ver qué tipo de reacciones aparecen. En esas reacciones creo que se puede encontrar la respuesta a la pregunta ‘¿qué es Asia?’”. **DOHA:** “En lo que a mí respecta, este proyecto empezó cuando posé mis ojos por primera vez en Doha, una ciudad muy ‘sci-fi’, lo que despertó muchos sentimientos en ese momento. Pensé mucho en lo que la gente que vivía en este tipo de sitios querría del arte”. “Murakami-Ego”, la exposición que Murakami presenta en Doha se encuadra dentro del año del Japón en Qatar (Qatar-Japan 2012) y ha sido posible gracias al apoyo de la Qatar Museum Authority. Una institución que ya produjo la faraónica exposición del artista en el Castillo de Versalles.



Takashi Murakami en Murakami-Ego, 2012, Al Riwaq, Doha, Qatar. Foto: Chika Okazumi.

GUEST CREATIVE

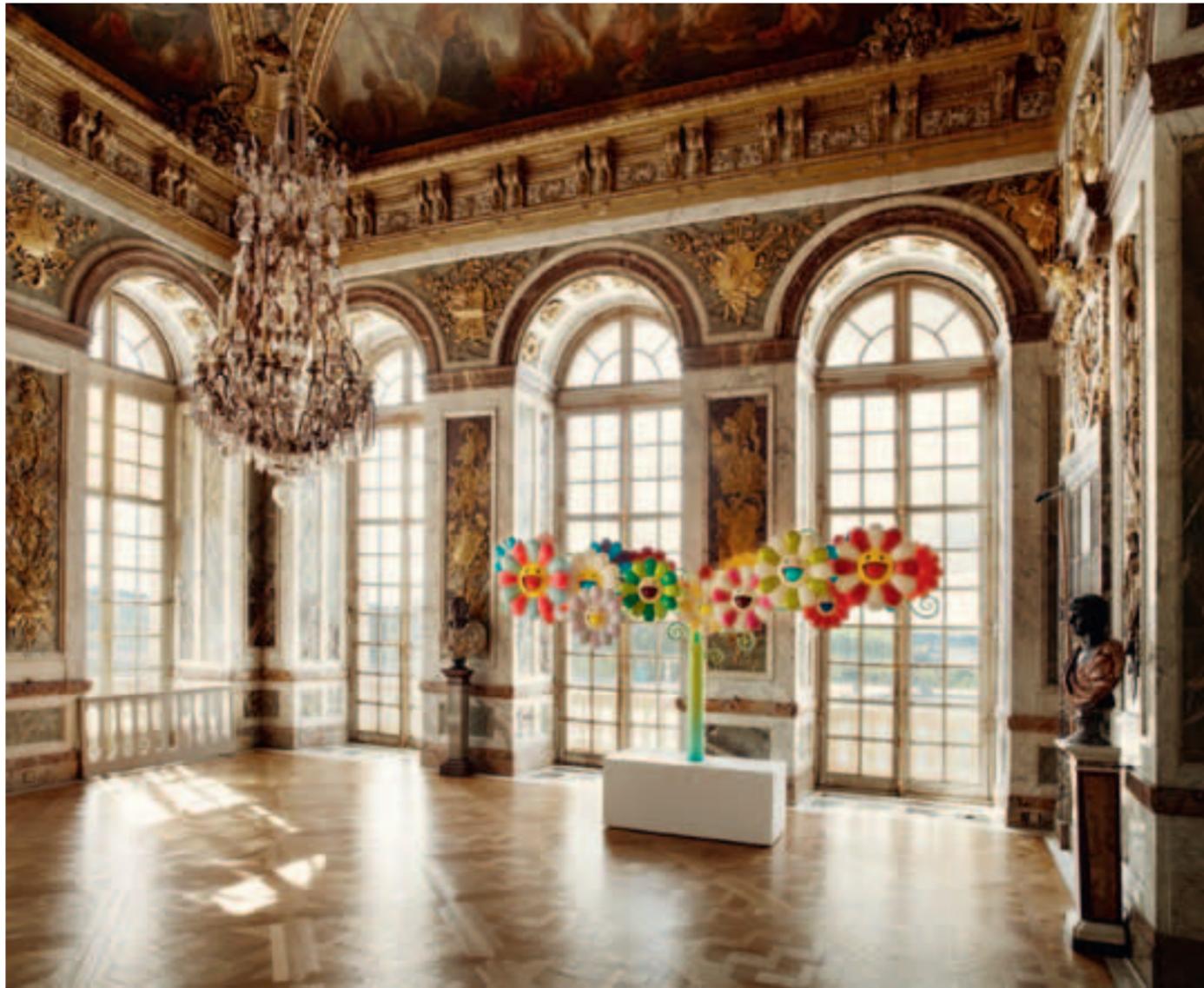
103

**“LA CUALIDAD QUE WARHOL Y YO COMPARTIMOS ES QUE AMBOS SOMOS HONESTOS SOBRE LAS CONDICIONES EN LAS QUE VIVIMOS”
(T. M)**

POP ART VS SUPERFLAT: “El Pop Art es un movimiento liderado por países que ganaron la Segunda Guerra Mundial, es decir, los Estados Unidos y el Reino Unido. Requiere un estado muy avanzado de capitalismo para poder funcionar. Japón, como país perdedor, era muy pobre, y pese a que tratamos de imitar el capitalismo inglés y americano, no teníamos realmente los recursos necesarios. Lo que nació de esa condición no fue la cultura pop que Warhol podía utilizar sino la cultura otaku. Mejor que neopop, superflat es el término que prefiero utilizar para explicar y contextualizar esta cultura otaku para la gente de fuera. Pero la calidad que Warhol y yo compartimos es que ambos somos honestos sobre las condiciones en las que vivimos”.

ARTE COMERCIAL: “No vivo una vida al estilo rock and roll. En otras palabras, no me posiciono contra el sistema. Eso me pasa, más que nada, porque Japón representa una minoría en la sociedad global y de esta manera no tenemos casi ninguna influencia. Estamos completamente dominados por la hegemonía de Occidente. Esa es la realidad en la que vivo y mientras tiendo a desesperarme sobre esta situación, no creo que haya alcanzado el nivel que me permite criticar las cosas”.

COLORES Y SENSACIONES: “Me pego un subidón viendo muchos colores resplandecientes. Como no bebo y no me drogo, no puedo conseguir mis trips de esa forma. En lugar de eso, los consigo a través de mi trabajo. Esa es la razón por la que mis obras son tan coloridas”.



Takashi Murakami. Superflat Flowers, ©2010 Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd. All Rights Reserved. Salón de la Paz / Palacio de Versailles. Foto: Cedric Delsaux

***“ME PEGO UN SUBIDÓN
VIENDO MUCHOS COLORES
RESPLANDECIENTES. COMO
NO BEBO Y NO ME DROGO, NO
PUEDO CONSEGUIR MIS TRIPS
DE ESA FORMA. EN LUGAR DE
ESO, LOS CONSIGO A TRAVÉS
DE MI TRABAJO”. (T. M)***



Takashi Murakami. Jesus ©2010 Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd. All Rights Reserved. Cuarto de Guardia de la Reina / Palacio de Versailles. Foto: Cedric Delsaux



Takashi Murakami. Flower Matango (d) . ©2001-2006 Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd. All Rights Reserved. Sala de los Espejos / Palacio de Versailles. Foto: Cedric Delsaux

“JAPÓN FUE DURANTE UN TIEMPO UN PAÍS DE GRANDES Y TALENTOOSOS ARTESANOS. PERO EN LOS ÚLTIMOS 30 AÑOS ESA TRADICIÓN SE HA IDO ACABANDO”. (T. M)

ARTESANIA Y TECNOLOGÍA: “Japón fue durante un tiempo un país de grandes y talentosos artesanos. Pero en los últimos 30 años esa tradición se ha ido acabando. En tanto que país perdedor y aun dirigido desde fuera, hemos comprado incondicionalmente esa gran falacia del capitalismo americano, la idea de que todos tus sueños se harán realidad algún día. A partir de ahí, empezamos a enseñarles a nuestros hijos que era estúpido aguantar el duro entrenamiento que se necesita para convertirse en un artesano de verdad. Es por eso que les tengo mucho respeto a esos artesanos que siguen existiendo y por lo que intento complementar mis trabajos con sus increíbles habilidades”.
¿QUÉ DEBE SER EL ARTE HOY?: “Terapia. Realmente no puedo pensar de otra forma. Antes del crack de Lehman Brothers, pensaba que el tema de la mayoría del arte emergente era ‘cómo coexistir adecuadamente con el capitalismo’, y los ganadores de esa batalla fueron Damien Hirst y Jeff Koons. Pero, como japonés, en el periodo posterior al terremoto y el tsunami de marzo del 2011, mi filosofía de vida cambió. Ahora creo que el arte debe ser más, por decirlo de alguna forma y a falta de una palabra mejor, primordial. Que tiene que usarse para sanar las cosas”.
PROYECTOS: “Sacaré una película este año por lo que estoy totalmente concentrado en ella en estos momentos”.
AFICIONES: “Cuando estoy en Japón, utilizo mucho Twitter y me gusta mirar videos en Youtube y Nico Nico Douga, una web de videos japonesa de streaming. También miro mucho anime y leo muchos mangas. Last but not least, me gusta criar escarabajos (los comúnmente llamados ‘ciervos volantes’) y ocuparme de mis cactus”.

<www.perrotin.com>
 <www.qma.org.qa/en>

GUEST CREATIVE
 106

Welcome to Murakami-Ego, ©2012 Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., All Rights Reserved. Foto: Chika Okazumi.



Vista instalación Murakami-Ego, 2012, Al Riwaq, Doha, Qatar Artwork, © Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd. All Rights Reserved. Foto: Chika Okazumi



Detalle de The 500 Arhats. ©2012 Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., All Rights Reserved. Cortesía Galerie Perrotin, Paris. Foto: Chika Okazumi



Vista instalación Murakami-Ego, 2012, Al Riwaq, Doha, Qatar Artwork, © Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd. All Rights Reserved. Foto: Chika Okazumi



Vista instalación Murakami-Ego, 2012, Al Riwaq, Doha, Qatar Artwork, © Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd. All Rights Reserved. Foto: Guillaume Ziccarelli

“COMO JAPONÉS, EN EL PERIODO POSTERIOR AL TERREMOTO Y EL TSUNAMI DE MARZO DEL 2011, MI FILOSOFÍA DE VIDA CAMBIÓ. AHORA CREO QUE EL ARTE DEBE SER MÁS, POR DECIRLO DE ALGUNA FORMA Y A FALTA DE UNA PALABRA MEJOR, PRIMORDIAL. QUE TIENE QUE USARSE PARA SANAR LAS COSAS”. (T. M)

Vista instalación Murakami-Ego, 2012, Al Riwaq, Doha, Qatar Artwork, © Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd. All Rights Reserved. Foto: Guillaume Ziccarelli



GUEST CREATIVE
108



Takashi Murakami (Japanese, 1962) Autorretrato del artista aflagido. ©2009 Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd. All Rights Reserved. Cortesia Galerie Perrotin, Paris



“NO VIVO UNA VIDA AL ESTILO ROCK AND ROLL. EN OTRAS PALABRAS, NO ME POSICIONO CONTRA EL SISTEMA. ESO ME PASA, MÁS QUE NADA, PORQUE JAPÓN REPRESENTA UNA MINORÍA EN LA SOCIEDAD GLOBAL Y DE ESTA MANERA NO TENEMOS CASI NINGUNA INFLUENCIA”. (T. M)

MOIDA

TEXTO: MONGÓMERI

Aunque previamente había colaborado para Issey Miyake en la etapa de Naoki Takizawa, fue el diseñador Marc Jacobs quien catapultó a Takashi Murakami directamente a la categoría de celebrity con su aportación para Louis Vuitton en 2002. Desde entonces, el artista japonés parece ávido de nuevas relaciones con el diseño de alto standing. Tengo la prueba. Le pregunto si usa reloj, ¿qué marca?, y sin tapujos responde: "me encantaría colaborar con Patek Philippe -marca suiza de relojes de lujo-. También para Franck Muller, aunque no necesariamente dentro de la compañía que lleva su nombre -Franck es uno de los dos fundadores de esta firma de relojería suiza definida por su maquinaria de gran complejidad-. He oído que él ya no está implicado en la empresa. Únicamente estoy interesado en trabajar con Muller, la persona, no la marca. Básicamente, lo que me encantaría es meter mano en la fabricación de un complejo reloj suizo". Mientras se muestra atraído por sofisticados retos laborales, a la hora de vestirse se decanta por un estilo mucho más relajado, aparentemente informal, aunque siempre cualitativo, con altos contenidos intelectuales, y fuertes compromisos, tanto sociales como ambientales. En este sentido, sus tres marcas preferidas de ropa son: Patagonia, marca californiana de ropa técnica ideada para paisajes idílicos y condiciones extremas (podéis ver vídeos del artista luciendo un chaleco Patagonia mientras promociona sus nuevos proyectos cinematográficos); Visvim, sería el equivalente japonés de Patagonia, pero con un valor añadido: el concepto creativo de sus diseños y su imagen, mucho más representativa de tendencias estéticas progresistas (curiosamente Murakami hizo una colaboración para la marca en 2008); Marni, marca italiana liderada por Consuelo Castiglioni, representante del nuevo humanismo dentro de la moda de lujo (me puedo imaginar unos estampados Murakami en próximas colecciones Marni). Respecto a sus pies, vuelven a orientarse hacia la costa oeste norteamericana para calzarse unas californianas Vans, su marca preferida de calzado, y también de muchos skaters. No en vano, el artista ha estampado sus creaciones sobre tablas de skate, concretamente para la marca Supreme.



VANS Zapatos Línea Vault, Edición Especial por Iaka Hayashi, Modelo TH Sierra Trek Lo Lx <www.vans.com>



MARNI Colección Primavera Verano 2012 <www.marni.com>



MARNI Colección Primavera Verano 2012 <www.marni.com>

GUEST CREATIVE

113



FRANCK MULLER Reloj Grace Curvex <www.frankmuller.com>

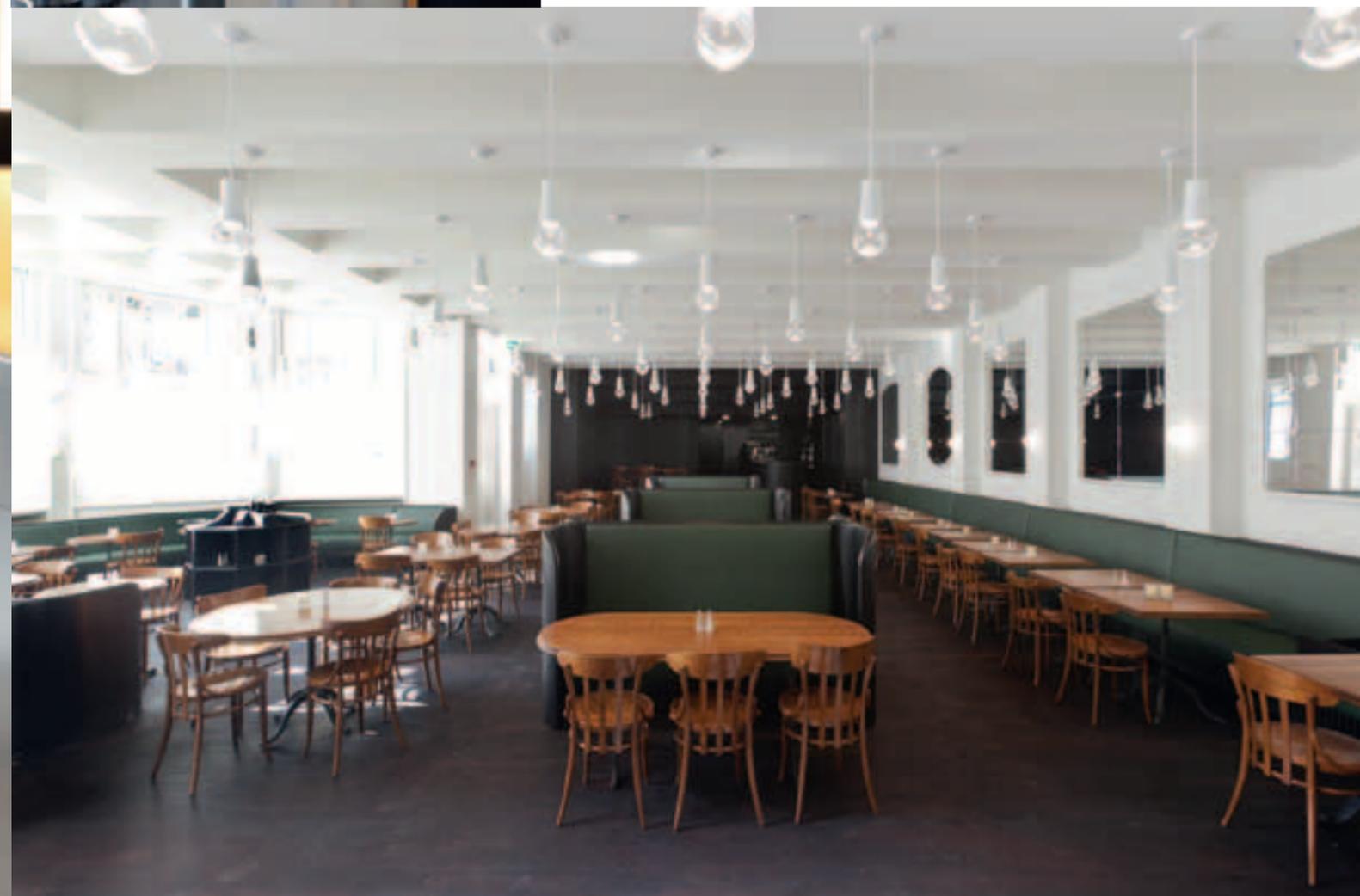
**“MIS ARQUITECTOS FAVORITOS
SON HERZOG & DE MEURON” (T. M)**



DISEÑO

TEXTO: TACHY MORA FOTOS: ADRIANO A. BIONDO

Los suizos **Herzog & de Meuron** son los arquitectos favoritos de nuestro Guest Creative. Conocidos sobre todo por haber estado detrás del proyecto de la Tate Modern londinense y en España, entre otros, por el edificio CaixaForum de Madrid. Bajo la dirección de su socio senior **Ascan Mergenthaler** el estudio de Herzog & de Meuron acaba de terminar otra de sus magistrales remodelaciones en un lugar socialmente emblemático de Basilea, ciudad donde se encuentra además su estudio principal. Conocido como Volkshaus Basel, el edificio data del siglo 14 y desde siempre ha sido un lugar de reunión social con usos muy diversos como cervecería, restaurante y lugar de conciertos. Antes de que el estudio Herzog & de Meuron, a través de Ascan Mergenthaler, se encargara de su actualización, la anterior remodelación fue llevada a cabo por el arquitecto Henri Baur en 1925, momento





DISEÑO

TEXTO: TACHY MORA FOTOS: ADRIANO A. BIONDO

en el que incorporaron a sus instalaciones salones de varios tamaños, oficinas, salas de reunión, una biblioteca y un hotel. Aunque en los años setenta se volvió a remozar, necesitaba una actualización urgente. El proyecto, que se acaba de presentar y abrir al público a principios de marzo, mezcla elementos tradicionales y contemporáneos, manteniendo la atmósfera anterior pero a su vez reforzándola con toques vanguardistas; una sutil huella muy Herzog & de Meuron. Destacan la maravillosa barra de estaño del bar, las lámparas de leds a modo de bombillas que cuelgan del techo en la brasserie y el papel pintado inspirado en grabados del siglo 17, así como las pilas antiguas rescatadas para los baños.

<www.herzogdemeuron.com>

