

# impackt

CONTENITORI E CONTENUTI



# Arte *e* Crimini *di* Josephine Meckseper

Immagini di guerriglia urbana, prodotti di lusso, confezioni di biancheria intima e foto che sembrano estrapolate da cataloghi di vendita per corrispondenza degli anni Sessanta. E poi oggetti pop, estetica da DDR e un'elegante bottiglia di profumo la cui etichetta reca la scritta "Ne Travaillez Jamais". Un invito a smettere di lavorare o forse un grido di speranza per un mondo diverso?

*Francesco Spampinato*

**Pyromaniac 2**, 2003  
Courtesy the artist and  
Galerie Reinhard Hauff,  
Stuttgart



Josephine Meckseper nasce nel 1964 a Lilienthal e cresce nella vivace comunità artistica di Worpswede nella Germania Est, in una famiglia molto vicina ad alcuni membri della RAF, il famigerato gruppo terrorista di estrema sinistra. Dal 1992 si trasferisce negli USA, prima a Los Angeles, dove studia presso il California Institute of the



**Untitled (Angel), 2007**  
Courtesy the artist and  
Arndt & Partner,  
Berlin/Zu?rich



Arts, e poi a New York, dove vive tuttora. Il suo lavoro risente in modo molto evidente di questa doppia identità, europea e americana, da ex-socialista trapiantata nell'impero del capitalismo.

Ironicamente, proprio il lavoro di una straniera come Meckseper diventa simbolico di tanta arte prodotta negli USA negli ultimi anni - politica, rabbiosa e violentemente schierata contro il governo di George W. Bush, al punto che una sua fotografia viene scelta per la copertina del catalogo della grande mostra USA Today curata da Norman Rosenthal e supportata da Charles Saatchi alla Royal Academy of Arts di Londra nel 2006.

La fotografia si intitola Pyromaniac 2 (2003) e raffigura il volto di una giovane donna con in bocca un fiammifero acceso: un oggetto innocuo che può rivelarsi rivoluzionario, la fiamma che innesca una molotov, il principio di un incendio, l'inizio del caos. Il fiammifero contrasta con il volto levigato della ragazza, dallo sguardo profondamente malinconico, ma in atto di minaccia: meglio spegnerlo prima che sia troppo tardi.

La ricerca di Meckseper si regge su questa tensione tra azione e stasi, tra attivismo e documentazione. Al contrario di tanti suoi colleghi artisti, infatti, non raffigura se stessa in prima linea contro la polizia durante un G8, né mira ad annacquare la rivolta con elementi di origine artistica e non è nemmeno interessata all'aspetto performativo. Il suo momento preferito è la quiete dopo la tempesta, la condizione che si crea dopo l'azione.

#### Bacheca delle curiosità

Josephine Meckseper è nota per i suoi assemblaggi di elementi prelevati dal sistema dei consumi di massa, su piedistalli e all'interno di vetrine. Qui la vetrina, però, non

mette in crisi il modello capitalista come in Haim Steinbach o Jeff Koons, né incarna un modello etnografico come in Damien Hirst. Piuttosto, la vetrina è quella distrutta da un gruppo di violenti Black Bloc. Intendiamoci, il vetro non è necessariamente rotto, è il sistema di rappresentazione degli oggetti al suo interno che semmai rompe le regole di esibizione del prodotto nella società tardo-capitalista. Uno dei soggetti preferiti da Josephine è la biancheria intima, maschile e femminile: scatole di boxer Calvin Klein campeggiano in bella vista a fianco di spazzolini da gabinetto ancora imballati, e poi lattine di bibite, manichini, carta

igienica, riviste e immagini pubblicitarie. Spesso il materiale che utilizza per le teche è riflettente. In alcuni casi questa scelta crea un effetto di moltiplicazione dell'immagine all'infinito come quando vengono posizionati due specchi uno di fronte all'altro. Lo spettatore rivede sé stesso sulla vetrina e all'interno di essa, scoprendo riflessa la propria immagine all'infinito in un inaspettato dispositivo visuale. Come ha sostenuto l'artista in un intervento del 2007: «Ciò che accade nella nostra società, è ciò che l'artista Martha Rosler ha descritto come un'oggettivazione delle persone e una personificazione degli oggetti».

**Unable Bodies, 2008**  
Courtesy the artist and  
Arndt & Partner,  
Berlin/Zu?rich



Gli oggetti di Josephine risentono della filosofia della "moltitudine" al cuore delle teorie espresse da Michael Hardt e Antonio Negri in Impero e sono figli della generazione No Logo. La kefiyah palestinese, per esempio, che ha perso la sua connotazione politica diventando un accessorio di moda occidentale, viene recuperata dall'artista come simbolo universale di ribellione e posta di fianco a icone della cultura materialista nel tentativo di intaccare, anche solo per un breve momento, lo strapotere delle corporation.

**The Complete History of Postcontemporary Art, 2005 (detail)**  
Courtesy the artist and Elizabeth Dee, New York

#### Chi e dove sono?

La perdita dell'identità è uno dei punti attorno a cui ruota la ricerca di Josephine Meckseper. Le masse di giovani che, nascondendosi dietro occhiali scuri, sovente avvolti in dense nuvole di fumo, trasformano una pacifica manifestazione in sommossa, sono riprese dalla sua telecamera da una certa distanza con occhio documentaristico in *Untitled (Berlin Demonstration)* del 2002. Così, le giovani modelle protagoniste della serie *Blow Up* (2006) indossano capi di biancheria demodé come quelli indossati dalle loro nonne quarant'anni prima. Il potere dell'opera d'arte è quello di ribaltare le strategie dei mass-media mettendo in crisi l'apparato attraverso cui lo spettacolo continua ancora a manifestarsi. Come dice il filosofo Jaques Rancière: "Le immagini d'arte sono operazioni che producono una discrepanza e una dissomiglianza" - e questo è più che mai vero per le immagini di Meckseper.

Allo stesso modo, *FAT Magazine*, pubblicato dall'artista alla fine degli anni Novanta, ha come riferimento riviste popolari di costume come l'italiana *Cronaca Vera* in cui volgari fatti di gossip fanno da sfondo ad un'epopea metropolitana di miti e leggende. L'intenzione è quella di creare un contenitore dove sostituire



alla logica editoriale quella del dissenso espresso dal mondo dell'arte nei confronti della comunicazione di massa, attraverso interventi di teorici e artisti. Non a caso, la strategia di Meckseper è stata definita come una "retorica della negazione".

**Lusso per le masse**

Uno dei bersagli preferiti dall'artista è il lusso. Tra le sue più affascinanti opere bisogna ricordare una bottiglia di profumo la cui etichetta riporta la frase "Ne Travaillez Jamais" come fosse un brand o il claim di uno stilista di grido. In origine, però, questa frase fu scritta su un muro di Parigi dal fondatore del Situazionismo Guy Debord nel 1953, e divenne poi uno degli slogan del maggio 1968. Non è un caso che, nelle interviste, Josephine faccia continuamente riferimento al Situazionismo e ai movimenti di ribellione giovanile degli anni Sessanta e Settanta - quello che le interessa infatti «è la descrizione della trasformazione delle aree dedicate al consumismo (come i centri commerciali) in zone politicizzate». Per questo il lusso non manca di

comparire nelle sue installazioni: gioielli, profumi e pubblicità di capi firmati vengono riassemblati in accumuli e totem di sapore surreale, mescolati con immagini di cronaca, oggetti per la pulizia domestica, paillettes e cartelli che annunciano svendite. E poi specchi e vetri a complicare l'immagine producendo riflessi che si giustappungono agli oggetti. Sono opere che fanno tornare alla mente le strategie dell'arte appropriazionista americana degli anni 80, che cercavano di mettere sotto processo la cultura consumista dell'America reaganiana. Eppure il "prodotto" di Meckseper non rappresenta l'epilogo di un rapporto di odio/amore con la civiltà dei consumi, come nel lavoro di quegli artisti, ma un punto di partenza. Saranno gli elementi di memoria modernista, al limite tra astrazione e decorazione, l'uso di spot che isolano gli oggetti in uno spazio vuoto - il fatto è che le opere di Josephine non sembrano appartenere a questo mondo, ma pare vogliano muovere i primi passi verso una nuova forma di alfabetizzazione dei consumi.

**Morte al packaging!**

Il teorico francese Nicolas Bourriaud in *The Radicant* (Lukas & Sternberg, New York 2009), sostiene che artisti e filosofi oggi non sono più interessati a decostruire la modernità per come la conosciamo sino alla fine del secolo scorso, ma a creare una modernità altra, ricominciando da zero. Se negozi e gallerie d'arte sono figli della modernità occidentale e destinati ad un utente capace di comprendere il loro linguaggio e di rispondere ai loro stimoli, allora le opere di Josephine Meckseper mirano a sovvertire l'uso di questi luoghi. In occasione della sua retrospettiva presso il Kunstmuseum Stuttgart (2007) l'artista allestisce alcune botteghe adiacenti al museo, lasciando il mondo dell'arte per prendere possesso di quello reale. Allo stesso modo, durante la sua personale presso la Elizabeth Dee Gallery di New York espone un cartello con la tipica scritta *Help Wanted* (Cercasi aiutante), ribaltando il codice linguistico della galleria e aprendola ad un pubblico inaspettato. Come se non bastasse, nella stessa mostra presenta un cartello con scritto *Out of Business* (...), insinuando un dubbio sulla natura della galleria e sulle sue funzioni. Anche in questo caso, come per i suoi lavori fotografici e le installazioni, l'obiettivo dell'artista è di ribaltare miti e riti della cultura capitalista, della merce e dei luoghi in cui viene distribuita. Anche la galleria e il museo, dunque, in quanto contenitori dell'arte, non sono poi così diversi dalla confezione di un prodotto. Muovere guerra al mondo del packaging e ai suoi segni, diventa simbolo di una più universale lotta contro le apparenze e i valori vacui di questa nostra società imperniata su un sogno di consumo sfrenato, che sempre più assume le sembianze di un incubo.

**Selling Out, 2004**  
 Courtesy the artist and  
 Galerie Reinhard Hauff,  
 Stuttgart



**Thank a Vet, 2008**  
 Courtesy the artist and  
 Arndt & Partner,  
 Berlin/Zu?rich



# Art and Crimes by Josephine Meckseper

Images of urban guerrilla warfare, luxury goods, lingerie and photos which appear to be torn from sixties' mail order catalogues. And then pop objects, DDR aesthetics and elegant perfume bottles whose labels read: "Ne Travaillez Jamais". An invitation to stop working or perhaps a cry of hope for a different world?

## Francesco Spampinato

Josephine Meckseper was born in 1964 in Lilienthal and grew up in the lively artists' community of Worpsswede in East Germany, in a family with close ties to members of the RAF, the notorious extreme left terrorist faction. In 1992 she moved to the USA, first to Los Angeles, where she studied at the California Institute of the Arts, and then to New York, where she still lives. Her work is clearly influenced by this dual identity: European and American, a former socialist transplanted into the empire of Capitalism.

Ironically, it is precisely the work of a foreigner such as Meckseper that has become symbolic of so much of the art produced in the USA in recent years - political, angry and violently opposed to the government of George W. Bush, to the point that one of her photographs was chosen for the cover of the catalogue of the large exhibition USA Today, curated by Norman Rosenthal, sponsored by Charles Saatchi and held at the Royal Academy of Arts in London in 2006.

The title of the photograph is Pyromaniac 2 (2003) and it portrays the face of a young woman with a burning match between her lips: a harmless object which may prove to be revolutionary, the flame which triggers a Molotov, the spark of a fire, the start of chaos. The flame clashes with the smooth face of the girl, with its profoundly melancholic gaze yet menacing pose. Best to put it out before it's too late.

Meckseper's work rests on this tension between action and stasis, between activism and documentation. Indeed, unlike many of her artist colleagues she does not portray herself in the front line railing against the

police during a G8 rally nor does she aim to water down the revolution with artistic elements and she isn't interested in the performative aspect either. Her favourite moment is the calm after the storm, the condition that is created in the wake of action.

## Showcase of curios

Josephine Meckseper is known for her assemblies of elements drawn from the industry of mass consumption, placed on pedestals and put in display cabinets. However, here the display cabinet does not question the capitalist model as does the work of Haim Steinbach or Jeff Koons, nor does it embody an ethnographical model as does the work of Damien Hirst. The display cabinet is one shattered by a group of violent members of Black Bloc. Let's be clear, the glass isn't necessarily broken. It is the system of showing the objects inside it that perhaps breaks the rules of how products are displayed in late capitalist society. One of Josephine's favourite subjects is male and female lingerie: boxes of Calvin Klein boxer shorts are seen next to toilet brushes still in their packaging followed by drinks cans, mannequins, toilet paper, magazines and advertising posters. Often the material she uses for the display cabinets is reflecting. In some cases this choice creates the effect of multiplying the image endlessly just as when two mirrors are placed in front of one another.

The observer sees himself in the display cabinet, and discovers his own image reflected endlessly in an unexpected optical illusion. As the artist said in 2007: «What happens in our society is what artist Martha Rosler has described as an objectification of people and a personification of objects». Josephine's objects are affected by the philosophy of the "multitude" at the core of the theories expressed by Michael Hardt and Antonio Negri in Impero and are the progeny of the No Logo generation. The Palestinian keffiyeh for instance, which has lost its political connotation in order to become a fashion accessory in the western world, is revived by the artist as a universal symbol of rebellion and placed alongside icons of materialist culture in an attempt to corrode, if just for a moment, the excessive power of the corporations.

## Who and where am I?

Loss of identity is one of the issues around which Josephine Meckseper's work revolves. The crowds of young people who, hidden behind dark glasses and

often enveloped in thick clouds of smoke, transform a peaceful demonstration into a riot, are recorded by her video camera from a distance as though it were a documentary in Untitled (Berlin Demonstration) of 2002. So, the young models in the series entitled Blow Up (2006), wear demodé lingerie such as their grandmothers wore forty years earlier. The power of the work of art lies in subverting the strategies of the mass media and questioning the apparatus that continues to disgorge the spectacle.

As philosopher Jaques Rancière says: "Art images are operations which produce a discrepancy and a dissimilarity" and this could not be more true of Meckseper's pictures.

In the same way FAT Magazine, published by the artist in the late nineties, takes as its reference popular magazines such as the Italian Cronaca Vera in which vulgar gossip provides a background to a metropolitan epic poem of myths and legends. The aim is to create a container in which to substitute editorial logic with that dissent voiced by the art world with regard to mass communication through the works of theoreticians and artists. It is no coincidence that Meckseper's strategy has been defined as a "rhetoric of negation".

## Luxury for the masses

One of the artist's favourite targets is luxury. Of all her fascinating works we should recall a perfume bottle whose label reads "Ne Travaillez Jamais" as though it were a brand or the claim of a celebrated designer. However, this sentence was originally written on a wall in Paris by Guy Debord, the founder of the Situationism in 1953, and became one of the slogans used in May 1968. It is no coincidence that in interviews Josephine continuously refers to Situationism and youthful rebellion movements of the sixties and seventies. Indeed, what interests her "is the description of the transformation of the areas dedicated to consumerism (such as shopping malls) in politicised zones".

This is why luxury never fails to appear in her installations: jewels, perfumes and advertisements for designer clothes are reassembled in piles and totems which have a surreal feel, mixed with pictures from newspapers, household cleaning products, sequins and signs which announce sales. And then mirrors and glass which complicate the image by producing reflections which are juxtaposed with the objects. These works recall the strategies of American

appropriationist art in the eighties, which attempted to put on trial the consumer culture of Reagan's America. And yet Meckseper's "product" does not represent the epilogue of a love/hate relationship with consumer civilisation, as in the work of those artists, but a point of departure. It may be the elements of modernist memory, on the borderline between abstraction and decoration, the use of spotlights which isolate objects in an empty space- the fact is that Josephine's works do not seem to belong to this world but appear to want to take their first steps towards a new form of consumer literacy.

## Death to packaging!

French theoretician Nicolas Bourriard in The Radicant (Lukas & Sternberg, New York 2009), maintains that artists and philosophers nowadays are no longer interested in deconstructing modernity in terms of how we have known it since the end of the last century but in creating a different kind of modernity starting from scratch. If shops and art galleries are the progeny of western modernity and destined for a user able to comprehend their language and respond to their stimuli then Josephine Meckseper's works aim to subvert the use of these places.

On the occasion of the retrospective at Kunstmuseum Stuttgart (2007) the artist furnished some boutiques adjacent to the museum, abandoning the art world in order to take possession of the real world. In the same way, during her one woman exhibition at the Elizabeth Dee Gallery of New York, she exhibited a sign with the typical wording Help Wanted, subverting the linguistic code of the gallery and opening it up to an unexpected public. As though this were not enough, she also exhibited a sign with the wording Out of Business (...), insinuating a doubt regarding the nature of the gallery and its functions. Here, too, as in the case of her photographs and installations, the artist's aim is to overturn the myths and rituals of capitalist culture and the products and places where they are distributed. Therefore, galleries and museums, inasmuch as they are containers of art, are not so different from the packaging of a product. Waging war on the world of packaging and its signs becomes the symbol of a more universal struggle against appearances and the empty values of this society of ours that hinges on a dream of unbridled consumerism which is increasingly taking on the semblance of a nightmare.