

Le parfum PARADOXIA est une création artistique- qui a la forme d'une campagne publicitaire d'un nouveau produit. Mais le principal objectif de l'action et du parfum est de marquer- identifier un groupe exclusif de personnes. De la même façon qu'il arrive à un groupe de référence qui essaie de s'identifier à des objets spécifiques, comme une tribu a ses propres marques ou comme dans les camps de concentration on tatouait les prisonniers, le groupe se marque par un arôme spécifique. Quelque chose qui semble inoffensif, on l'offre même par de belles hôtesse et on l'accompagne d'un cadeau, les personnes partagent le même parfum^[1] et la même possession: un flacon au bouchon doré contenant le cher liquide. Ils seront tous ensemble pendant trois heures dans le même espace synergique, en connectant la nouvelle connaissance visuelle et conceptuelle au parfum qui a changé l'atmosphère. De la même façon on les force à coexister avec quelque chose qui est hors de leur contrôle et qui ne fait pas partie d'eux-mêmes, ça fait partie d'un moment et de ses circonstances.

Quand le groupe quitte l'espace, l'action a construit un sentiment de connexion. Ils se mélangeront à d'autres personnes qui ne sentent pas pareil^[2] et d'une certaine façon elles sont étranges. Mais ils peuvent reconnaître le groupe à travers du parfum, en découvrant quelque chose de commun, comme une espèce de code invisible, partie d'une clé confidentielle que seulement eux comprennent. L'odeur demeurera et elle sera reliée aux idées exprimées, tout en construisant une identité. Ils ont sûrement partagé un intérêt et une expérience commune qui les a liés. Maintenant ils font partie de cette tribu grâce à leur expérience et intérêts communs.

^[1] *le parfum a été créé par une essence de citron facilement reconnaissable: rafraichissante, stimulante, anti stress-antidépresse, antiseptique, elle active l'esprit et aide à la détente.*

^[2] *les fourmis apprennent les odeurs des membres de leur colonie et elles se reconnaissent entre elles. Les fourmis deviennent agressives quand elles rencontrent un individu d'une autre famille avec une odeur différente.*

Créé par iLA / isidro López-Aparicio
Curate par Etienne Bernard

The Perfume PARADOXIA is an art creation shaped like a merchandising strategy to advertise a new product. But the main aim of both the perfume and the action is marking- labelling an exclusive group of people. As usual as any group of reference tries to identify themselves with a specific item, a tribe has its own marks, or in the concentration camps people were tattooed, the group are marked with a specific aroma, something that looks inoffensive and even is offered by lovely hostesses and accompanied with a gift, the people finally share the same fragrance^[1] and the same possession: a small golden tap bottle with the precious liquid. They will stay all together for three hours in the same space synergy - connecting the new visual and conceptual knowledge with the fragrance that has changed the atmosphere. In the same way, they are forced to coexist connected with something that is out of their control and is not part of themselves, is part of that moment and their circumstances.

When the group leaves the space, the action has built a feeling of connection. They will mix with other people, who don't smell the same^[2] and in some way are strangers. But still they could recognise the people from the group through the perfume finding something in common, as a kind of invisible code, part of a confidential key that is only understood by those people. The smell will remain and it will be connected with the expressed ideas, building an identity. They have a common experience and interest that have related each other. Now they (belong to this tribe) are part of this "tribe" thanks to their common experience and interest.

^[1] *The fragrance has been designed with a recognisable citric essence: refreshing, uplifting, anti-stress/anti-depressant, antiseptic, enhances mood, and help with relaxation.*

^[2] *Ants learn the odours of members of their colony and they recognise each other. Ants are aggressive again when they encounter an unfamiliar individual with different odour.*

Created by iLA / isidro López-Aparicio
Curated by Etienne Bernard

PARADOXIA



El Perfume PARADOXIA es una creación artística que tiene la forma de una campaña de publicidad de un nuevo producto. Pero el principal objetivo de la acción y del perfume es marcar-identificar un grupo exclusivo de personas. Al igual que sucede con un grupo de referencia que intenta identificarse con unos objetos específicos, como una tribu tiene sus propias marcas, o como en los campos de concentración se tatuaba a los presos, el grupo se marca con un aroma específico. Algo que parece inofensivo, incluso se entrega con preciosas azafatas y se acompaña de un regalo, las personas finalmente comparten la misma fragancia^[1] y la misma posesión: un bote con tapa dorada con el líquido preciado. Todos estarán juntos durante tres horas en el mismo espacio sinérgico, conectando el nuevo conocimiento visual y conceptual con la fragancia que ha cambiado la atmósfera. De la misma forma, se les fuerza a coexistir conectados con algo que está fuera de su control y no es parte de ellos mismos, es parte de un momento y sus circunstancias.

Cuando el grupo deja el espacio, la acción ha construido un sentimiento de conexión. Se mezclarán con otras personas, las cuales no huelen igual^[2] y de alguna manera son extraños. Pero pueden reconocer al grupo a través del perfume, descubriendo algo en común, como una especie de código invisible, parte de una llave confidencial que solo la comprenden ellos mismos. El olor permanecerá y será conectado con las ideas expresadas, construyendo una identidad. Habrán compartido un interés y experiencia común que los ha relacionado. Ahora son parte de esa "tribu" gracias a su experiencia e intereses comunes.

^[1] *La Fragancia ha sido diseñada con una esencia de cítrico fácilmente reconocible: refrescante, estimulante, antiestrés-antidépresse, antiséptica, activa el ánimo y ayuda a la relajación.*

^[2] *Las hormigas aprenden los olores de los miembros de su colonia y se reconocen entre ellas. Las hormigas se convierten en agresivas cuando encuentran un individuo de otra familia con diferente olor.*

Creado por iLA / isidro López-Aparicio
Comisariado por Etienne Bernard

PARADOXIA

EUA DE PARFUME



ila

**ce parfum qui vous transporte
dans le monde visuel**